

شاخص‌های مدیر محصول

برخی از شاخص‌های عملکردی و کاربردی برای تیم شما



KPI چیست؟



- شاخص‌های کلیدی عملکردی یا همان Key Performance Indicators، در واقع متریک‌ها و معیارهای اندازه‌گیری هستند، که به ما در تعیین درستی انجام کارها و فعالیت‌هایمان کمک می‌کنند.
- ما با استفاده از KPIها، قرار است تا بدانیم در چه وضعیتی هستیم و با اندازه‌گیری این پارامترها، می‌توانیم بگوییم که در راه رسیدن به اهدافمان چگونه عمل می‌کنیم.



شاخص‌های اصلی

درآمد محصول
Product Revenue

۱

هزینه جذب مشتری
Customer Acquisition Cost (CAC)

۲

ارزش طول عمر مشتری
Customer Lifetime Value (CLV)

۳

نرخ پذیرش محصول
Product Adoption Rate

۴

معیارهای استفاده از محصول
Product Usage Metrics

۵

رضایت مشتری
Customer Satisfaction

۶

هم سویی نقشه راه محصول
Product Roadmap Alignment

۷

زمان عرضه به بازار
Time to Market

۸



شاخص‌های اصلی

مدیریت بک لاگ محصول
Product Backlog Management

۹

سهم بازار
Market Share

۱۰

۱. درآمد محصول

Product Revenue

این KPI کل درآمد تولید شده توسط محصول یا خط محصول را اندازه گیری می کند. این شاخص نشان دهنده موفقیت کلی محصول در بازار و عملکرد مالی است.

درآمد محصول = کل درآمد تولید شده توسط محصول

۲. هزینه جذب مشتری

Customer Acquisition Cost (CAC)

این KPI هزینه به دست آوردن مشتری جدید برای محصول را اندازه گیری می کند. CAC پایین تر نشان دهنده استراتژی های جذب مشتری کارآمد است.

هزینه جذب مشتری = کل هزینه جذب مشتری / تعداد مشتریان جدید به دست آمده

۳. ارزش طول عمر مشتری

Customer Lifetime Value (CLV)

این KPI کل درآمدی را که مشتری در طول رابطه خود با محصول ایجاد می کند اندازه گیری می کند. CLTV بالاتر نشان دهنده وفاداری و رضایت مشتری است.

ارزش طول عمر مشتری = میانگین ارزش سفارش *
دفعات خرید * طول عمر مشتری

۴. نرخ پذیرش محصول

Product Adoption Rate

این KPI سرعت پذیرش و شروع استفاده مشتریان از محصول را اندازه گیری می کند. این شاخص نشان دهنده جذابیت و سهولت استفاده محصول است.

نرخ پذیرش محصول = (تعداد کاربران فعال / تعداد کل کاربران) $\times 100\%$

۵. معیارهای استفاده از محصول

Product Usage Metrics

این KPI نحوه تعامل مشتریان با محصول را اندازه گیری می‌کند. این شاخص شامل معیارهایی مانند کاربران فعال، مدت زمان جلسه و استفاده از ویژگی است.

معیارهای استفاده از محصول = (تعداد کاربران فعال /
تعداد کل کاربران) یا (فرکانس استفاده از ویژگی)

۶. رضایت مشتری

Customer Satisfaction

این KPI رضایت مشتری را از محصول اندازه گیری می کند. می توان آن را از طریق نظرسنجی ها، بررسی ها یا تیکت های پشتیبانی اندازه گیری کرد.

رضایت مشتری = میانگین امتیاز رضایت مشتری

۷. هم‌سویی نقشه راه محصول

Product Roadmap Alignment

این KPI ارزیابی می‌کند که محصول چقدر با استراتژی و اهداف کلی کسب و کار هماهنگ است. این معیار نشان دهنده توانایی مدیر محصول برای اولویت بندی ویژگی ها و تخصیص منابع بر اساس آن است.

ارزیابی کیفی بر اساس هم‌سویی نقشه راه محصول با
اهداف تجاری

۸. زمان عرضه به بازار

Time to Market

این شاخص سرعت توسعه و عرضه محصول را اندازه گیری می‌کند. این KPI نشان دهنده توانایی مدیر محصول برای ارائه کارآمد محصولات به بازار است.

زمان عرضه به بازار = زمان از ایده محصول تا راه اندازی

۹. مدیریت بک لاگ محصول

Product Backlog Management

این KPI توانایی مدیر محصول را در اولویت بندی و مدیریت بک لاگ محصول ارزیابی می کند. فاکتورهایی مانند نگهداری معوقه، تخمین نقطه داستان و برنامه ریزی انتشار را در نظر می گیرد.

ارزیابی کیفی بر اساس سازماندهی بک لاگ، اولویت بندی و کارایی برنامه ریزی انتشار.

۱۰. سهم بازار

Market Share

این KPI سهم محصول از بازار هدف را اندازه گیری می کند و نشان دهنده موقعیت رقابتی محصول و نفوذ در بازار است.

$$\text{سهم بازار} = (\text{درآمد محصول} / \text{درآمد کل بازار}) \times 100\%$$

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما