

شاخص‌های مدیر ارشد 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

حاشیه سهم محصول
Product Contribution Margin

۱

چسبندگی برنامه
App Stickiness

۲

نرخ خرابی
Crash Rate

۳

شاخص خالص مروجان
Net Promoter Score (NPS)

۴

نرخ پذیرش ویژگی
Feature Adoption Rate

۵

امتیاز رضایت مشتری
Customer Satisfaction (CSAT) Score

۶

رتبه‌بندی و نظرات فروشگاه
App Store Rating & Reviews

۷

زمان ارزش
Time to Value (TTv)

۸



شاخص های اصلی

سرعت توسعه ویژگی
Feature Development Velocity

۹

۱. شاخص خالص مروجان

Net Promoter Score (NPS)

وفاداری و رضایت کاربر را بر اساس تمایل آنها به توصیه محصول به دیگران اندازه گیری می کند. NPS بالا نشان دهنده درک مثبت کاربر و حمایت از محصول است.

$$NPS = \% \text{ از مروج} - \% \text{ از مخالفان}$$

۲. نرخ پذیرش ویژگی

Feature Adoption Rate

درصد کاربرانی که از یک ویژگی محصول خاص استفاده می‌کنند را اندازه‌گیری می‌کند. نرخ پذیرش بالا نشان‌دهنده ویژگی‌های ارزشمندی است که در بین کاربران طنین‌انداز می‌شود.

نرخ پذیرش ویژگی (%) = (تعداد کاربرانی که از ویژگی استفاده کردند / تعداد کل کاربران) × ۱۰۰%

۳. امتیاز رضایت مشتری

Customer Satisfaction (CSAT) Score

رضایت کاربر از محصول را بر اساس نظرسنجی‌ها یا مکانیسم‌های بازخورد اندازه‌گیری می‌کند. امتیاز بالای CSAT نشان‌دهنده تجربه مثبت کاربر است.

CSAT معمولاً از طریق نظرسنجی‌هایی اندازه‌گیری می‌شود که از کاربران می‌خواهند رضایت خود را از محصول در مقیاسی (مثلاً ۱-۵ ستاره) ارزیابی کنند.

۴. رتبه‌بندی و نظرات فروشگاه

App Store Rating & Reviews

ادراک کاربر را بر اساس رتبه‌بندی‌ها و بررسی‌های فروشگاه برنامه اندازه‌گیری می‌کند. رتبه‌بندی‌ها و بررسی‌های مثبت نشان‌دهنده یک محصول با استقبال خوب است و می‌تواند بر جذب کاربر تأثیر بگذارد.

براساس میانگین امتیاز در فروشگاه‌های مختلف دانلود اپلیکشن محاسبه می‌شود.

۵. زمان ارزش

Time to Value (TTv)

میانگین زمان لازم برای درک ارزش پیشنهادی محصول توسط کاربران را اندازه‌گیری می‌کند. TTV کوتاه‌تر نشان‌دهنده یک محصول بصری و کاربرپسند است.

میانگین زمان از نقطه شروع فعالیت مشتری تا زمان رسیدن به ارزش پیشنهادی است.

۶. سرعت توسعه ویژگی

Feature Development Velocity

سرعت توسعه و انتشار ویژگی‌های جدید را اندازه‌گیری می‌کند. سرعت بالا، یک فرآیند توسعه محصول کارآمد و پاسخگویی به نیازهای کاربر را نشان می‌دهد.

سرعت توسعه ویژگی = تعداد ویژگی‌های منتشر شده /
دوره زمانی تعریف شده (به عنوان مثال، یک چهارم)

۷. حاشیه سهم محصول

Product Contribution Margin

سودآوری محصول را با در نظر گرفتن درآمد تولیدشده و هزینه‌های مربوط به محصول اندازه‌گیری می‌کند. حاشیه سهم بالا نشان‌دهنده یک محصول پایدار از نظر مالی است.

حاشیه سهم محصول = (درآمد محصول - هزینه‌های متغیر) / درآمد محصول

۸. چسبندگی برنامه

App Stickiness

این KPI میزان تعامل کاربران با برنامه و تعداد دفعات استفاده از آن را اندازه می‌گیرد. چسبندگی بالای برنامه نشان دهنده حفظ موفقیت آمیز کاربر و تعامل مکرر با ویژگی‌های برنامه است.

کاربران فعال روزانه / کاربران فعال ماهانه (DAU/MAU)

۹. نرخ خرابی

Crash Rate

این KPI تعداد دفعات خرابی برنامه یا خاموش شدن غیرمنتظره‌ای که توسط کاربران تجربه می‌شود را اندازه‌گیری می‌کند. نرخ خرابی پایین برای تجربه کاربری روان و حفظ کاربر بسیار مهم است.

نرخ خرابی (%) = (تعداد خرابی برنامه / کل راه اندازی برنامه) × ۱۰۰%

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما