

OKR

KPI



Планування ефективності

МЕТА

Навчитися користуватися **OKR** та **KPI**
створити власні ключові **метрики**

SALESFORCE MEETUP
SAN FRANCISCO
2024

01



OKR (Objectives and Key Results)

Підхід до управління цілями, який забезпечує гнучкість, адаптацію до змін і прозорість в досягненні стратегічних цілей компанії. OKR допомагає визначити амбітні цілі та ключові результати, які вимірюють прогрес у їх досягненні.

Основні поняття:

- **Objectives (Цілі):** Ясні, конкретні й амбітні цілі, які компанія чи команда прагне досягти за певний період.
- **Key Results (Ключові результати):** Вимірювані результати, які показують, наскільки добре команда чи компанія просувається до досягнення своїх цілей.



4 ОСНОВНІ ІДЕЇ

01

Цілі повинні бути амбітними, надихаючими та конкретними. Вони повинні ясно вказувати напрямок, до якого прагне команда або організація.

02

Кожна ціль повинна мати кілька ключових результатів, які вимірюють прогрес у досягненні цієї цілі. Ключові результати мають бути конкретними, вимірюваними та часом обмеженими.

03

OKR мають бути доступними і зрозумілими для всієї організації. Це забезпечує прозорість і допомагає командам координувати свої зусилля.

04

OKR дозволяють організації залишатися гнучкою та адаптивною до змін. Цілі і ключові результати можуть бути переглянуті і оновлені в залежності від зміни пріоритетів або нових даних.

ГЛОБАЛЬНІ ЗАДАЧІ

Objective: Підвищити задоволеність клієнтів продуктом.

Key Result 1: Збільшити середній бал задоволеності клієнтів (CSAT) до 90% за квартал.

Key Result 2: Зменшити час відповіді служби підтримки до 1 години.

Objective: Розширити ринкову частку компанії в новому регіоні.

Key Result 1: Залучити 500 нових клієнтів у новому регіоні протягом півроку.

Key Result 2: Збільшити впізнаваність бренду на 25% через цільові маркетингові кампанії.

Objective: Підвищити продуктивність команди розробників.

Key Result 1: Скоротити час розробки функцій на 20% шляхом оптимізації процесів.

Key Result 2: Підвищити покриття коду автоматизованими тестами до 90%.

Objective: Збільшити обсяги продажів на 20% протягом наступного кварталу.

Key Result 1: Скоротити середній цикл продажу з 45 до 30 днів

Key Result 2: Підвищити продуктивність менеджерів на 25% за рахунок навчання.

ПРИКЛАД



Google

Історія : Google, одна з найбільших технологічних компаній у світі, відома своєю здатністю швидко адаптуватися до змін та впроваджувати інновації. У 1999 році, коли компанія ще тільки починала свій шлях, вона прийняла систему OKR як ключовий інструмент для управління цілями та зростанням.

Застосування OKR:

Ціль (Objective): Стати лідером на ринку пошукових систем.

Ключові результати (Key Results):

1. Досягти щоденного рівня пошукових запитів в 100 мільйонів.
2. Підвищити точність пошукових результатів на 20%.
3. Залучити понад 1000 нових рекламодавців до кінця року.

Висновок: Google використовувала OKR для фокусування зусиль команди на конкретних цілях, які були вимірювані та амбітні. Всі співробітники залучені до процесу і його розуміння.

ПРАКТИКА

01 Використовуючи шаблон Google Sheets, створіть таблицю OKR

ЗАВДАННЯ

Створити створіть власні OKR

Main Objective	Objective What do we want to accomplish main objectives	Key Results or KPI	Owner	Due Date	Comments
Продажі на 1.2М грн на місяць	Виробництво виготовити 800 наборів Наніт	Домовитися на виробництво партії 100 шт в Китаї	Влад	1 Травня	
		Домовитися на виробництво 100 шт партії в Китаї	Рома	1 Травня	
		Налагодити логістику через підходящі канали.	Настя	1 Травня	
		Виготовити нову коробку майстер в 500 шт.	Влад	1 Травня	
		Сформувати план виробництва на 100 шт в кожний місяць	Рома	1 Червня	
		Нормалізувати оплати виробництва та методи оплат.	Настя	1 Червня	
		Виробити 100 наборів наніт в Україні	Влад, Рома	1 Вересня	
		Зменшення собівартості продукції на 10%	Влад, Рома	1 Вересня	
	Створення 5 нових курсів	Створити курс AI Python 20 занять	Влад, Сергій, Настя	1 Вересня	
		Створити курс STM32 30 занять	Влад, Павло, Настя	10 Жовтень	
		Створити курс SMD плати 10 занять	Влад, Сергій, Настя	1 Квітня	
		Створити курс FPV v2 10 занять	Влад, Рома, Настя	1 Серпня	
		Створити курс Мінікурс Лід-магніт 10 занять	Ден, Настя	1 Червня	
	Підвищити ефективність маркетингу	Вартість реклами<=20% від виручки (CAC/LTV = 1/5)	Ден	1 Вересня	
		Запустити телеграм групу та імейл компанію	Ден, Карина,Настя	1 Серпня	
		Збільшення кількості курсів до 7 шт.	Влад	1 Листопада	
		Створення та розвиток 3х воронки продажів (дірект, вебінар, лід-магніт)	Влад, Арсен,Ден	1 Червня	
		Створення нових меседжів та креативів 100 шт	Каріна, Соня, Ден	1 Вересня	
	Створити 60 відеоуроків, 30 Наніт Про і 30 Діскавері	Зйомка контенту	Олексій	Квітень	
		Готовність мультфільмів (доопрацювання)	Соня	Квітень	
		Монтаж перших 10 Діскавері на англ	Соня	Лютий - Березень	
		Завантаження на платформу перших 10 Діскавері на англ	Настя	Березень - Квітень	
	Локалізація курсу на анг	Переклад та доопрацювання презентацій	Влад, Максимус, Соня	1 Червня	
		Переклад та доопрацювання скетчів	Влад, Максимус, Сергій	1 Червня	
		Перевірка схем та коду	Влад, Максимус	1 Червня	
		Зйомка 30 відео	Влад, Соня	30 Серпня	
		Адаптація посадкової сторінки на сайті	Влад, Сергій пр.	1 Серпня	
		Створення системи логістики в США та відправка перших 40 наборів	Влад, Рома	1 Червня	
	Підвищити LTV та Ретеншен на 20%	Створення Телеграм спільноти	Карина, Ден	15 Липня	
		Створення імейл кампанії	Карина, Ден	15 Липня	
		Створення та інтеграція Pipedrive CPM	Влад, Ден, Арсен	1 Травня	

KPI (Key Performance Indicators)

Набір ключових показників ефективності, які вимірюють успіх організації або окремих процесів у досягненні стратегічних і операційних цілей. KPI дозволяє оцінювати продуктивність та вчасно реагувати на відхилення від запланованих показників.

Основні поняття:

- **Вимірювані показники:** Конкретні метрики, які кількісно оцінюють успіх у досягненні певних цілей, таких як дохід, прибуток, продуктивність або задоволеність клієнтів.
- **Безперервний моніторинг:** Постійне відстеження KPI для своєчасного виявлення проблем і можливостей для покращення.



OKR vs KPI

Критерії	OKR	KPI
Ціль та призначення	Використовується для встановлення амбітних цілей і досягнення стратегічних проривів. Окрім вимірювання, OKR спрямовані на натхнення та мотивацію команди досягати більшого.	Використовується для відстеження та оцінки поточної ефективності організації або процесів. KPI зазвичай фокусуються на підтриманні стабільних показників і досягненні операційних цілей.
Область застосування	Використовуються на всіх рівнях організації для визначення довгострокових стратегічних цілей, що охоплюють кілька аспектів бізнесу.	Застосовуються для вимірювання конкретних показників ефективності в окремих процесах або департаментах, таких як продажі, маркетинг, виробництво тощо.

СТРАТЕГІЧНІ KPI

01 Дохід (Revenue)

Загальний обсяг грошей, який компанія заробляє за певний період.

02 Прибуток (Net Profit)

Сума доходу, що залишається після вирахування всіх витрат.

03 Рентабельність (ROI)

Вимірює прибуток від інвестицій відносно їх вартості.

04 Burn Rate

Швидкість, з якою компанія витрачає свої фінансові ресурси, особливо у стартапах або нових проєктах.

05 Staff ROI

Витрати на ЗП у співвідношенні до важливості в генерації прибутку.

06 Monthly Revenue MRR

Стабільний дохід, який компанія отримує щомісяця від підписок або інших постійних джерел.

07 Customer Acquisition Cost

Середня вартість маркетингу та реклами для залучення одного клієнта.

08 Gross Margin

Різниця між доходом і собівартістю проданих товарів або послуг, яка показує прибутковість основної діяльності.

ПЕРСОНАЛЬНІ КРІ

Менеджера з продажів

1. Виконання плану продажів: Відсоток виконання плану за місяць/квартал.
2. Середній чек: Середня сума угоди.
3. Конверсія лідів у продажі: Відсоток лідів, що перетворилися на угоди.

Акаунт-менеджер

1. Рівень задоволеності клієнтів (CSAT): Оцінка задоволеності клієнтів після надання послуг.
2. Рівень утримання клієнтів: Відсоток клієнтів, які залишаються з компанією протягом певного періоду.
- 05 3. Розвиток клієнтів (Upsell/Cross-sell): Відсоток зростання доходів від існуючих клієнтів.

Маркетолог

1. Кількість лідів: Кількість нових лідів, генерованих протягом певного періоду.
2. Вартість залучення клієнта (CAC): Середня вартість залучення одного клієнта.
3. Конверсія лідів у продажі: Відсоток лідів в продажі.

Інженер

1. Час виконання завдань: Відсоток завдань, виконаних у встановлений термін.
2. Кількість завершених задач: Кількість успішно завершених завдань за певний період.
3. Кількість виробленої продукції за період.

ПРАКТИКА

02 Використовуючи шаблон Google Sheets, створіть таблицю із показниками

ЗАВДАННЯ

Порахуйте місячні економічні показники компанії MRR, Собівартість продукції, SAC

Січень			
Monthly Revenue MRR грн.	Назва продукції чи послуги (SKU)	Вартість грн.	Кількість продажів
1340000	Продукт 1	5000	35
	Продукт 2	3000	22
	Продукт 3	1000	40
	Продукт 4	500	40
	Продукт 5	12000	30
	Продукт 6	25000	10
	Продукт 7	13000	33
Собівартість продукції	Назва продукції чи послуги (SKU)	Вартість в грн.	Кількість продажів
719000	Продукт 1	2000	35
	Продукт 2	1000	22
	Продукт 3	500	40
	Продукт 4	250	40
	Продукт 5	6000	30
	Продукт 6	12000	10
	Продукт 7	9000	33
Customer Acquisition Cost грн.	Назва активності	Вартість залучення г	Кількість нових клієнтів
25570	Фейсбук дірект реклама	100	50
	Інстаграм дірект реклама	150	75
	Сідінг в телеграм спільнотах	300	18
	Імейл розсилка	120	6
	Промоутери	200	16

ПРАКТИКА

03

Використовуючи шаблон Google Sheets, створіть таблицю із показниками

ЗАВДАННЯ

Порахуйте місячні економічні показники компанії
Burn Rate, Net Profit, ROI, Staff ROI

Burn Rate грн. Витрати	Назва витрат	Вартість грн.	Кількість
1159000	Собівартість продукції	719000	1
	ЗП співробітників	300000	8
	Оренда приміщень	15000	1
	Оплата хостингу та підписок на сервіси	5000	5
	Закупівля сировини або комплектуючих	100000	250
	Логістика та розмитнення	20000	1
Прибуток (Net Profit) грн.	Monthly Revenue MRR грн.	Customer Acquisition	Burn Rate грн.
155430	1340000	25570	1159000
Рентабельність % (ROI) грн.	Прибуток (Net Profit) грн.		Сумма інвестицій
-22,29%	155430		200000
Staff ROI %	Назва посади	ЗП в грн. на міс	Сумма продажів
800,00%	Менеджер із продажів	50000	400000
150,00%	Касир	20000	30000
300,00%	Продавець-консультант	50000	150000
750,00%	Директор відділу продажів	80000	600000
500,00%	Бізнес девелопер	100000	500000

ПРИКЛАД



KPI: Виручка на квадратний фут (Revenue per Square Foot)

Apple вимірює цей показник у своїх роздрібних магазинах Apple Store. Висока виручка на квадратний фут вказує на ефективність використання торгового простору і є показником успіху роздрібних продажів.



KPI: Виробнича продуктивність (Production Output)

GE вимірює кількість продукції, що виробляється за певний період часу. Цей показник використовується для оцінки ефективності виробництва та планування виробничих потужностей.

Wells Fargo

ФАКАП

Історія:

На початку 2010-х років компанія Wells Fargo, один із найбільших банків США, вирішила впровадити нову систему KPI для стимулювання продажів банківських продуктів. Компанія прагнула збільшити кількість відкритих рахунків та продаж додаткових фінансових послуг своїм клієнтам.

Неправильне впровадження KPI:

Перегини в цільових показниках: Встановлені KPI були спрямовані на кількісне зростання, а не на якість обслуговування клієнтів. Співробітники банку отримували бонуси за кількість відкритих рахунків, що призвело до створення фіктивних акаунтів без відома клієнтів.

Результат: понад два мільйони фіктивних рахунків були відкриті без згоди клієнтів, призвело до штрафів на суму понад 185 мільйонів доларів та значного відтоку клієнтів.

The Wells Fargo logo is displayed in a bold, yellow, serif font. The word "WELLS" is positioned above the word "FARGO". The logo is centered within a solid red rectangular background.

FAQ

01

Чому важливо встановлювати KPI для кожного працівника?

Так, треба встановлювати чіткі цілі та забезпечують прозору систему оцінювання, що сприяє підвищенню мотивації та продуктивності.

02

Як часто слід переглядати KPI?

KPI слід переглядати регулярно, зазвичай раз на квартал, щоб адаптувати цілі до змін у бізнесі та ринкових умовах, а також забезпечити актуальність і доцільність поставлених завдань.

03

Що робити, якщо KPI не досягаються?

Слід провести аналіз причин, розглянути можливість зміни стратегії або делегування, надання додаткового навчання чи ресурсів, а також переглянути реалістичність встановлених цілей.

Дякую за увагу