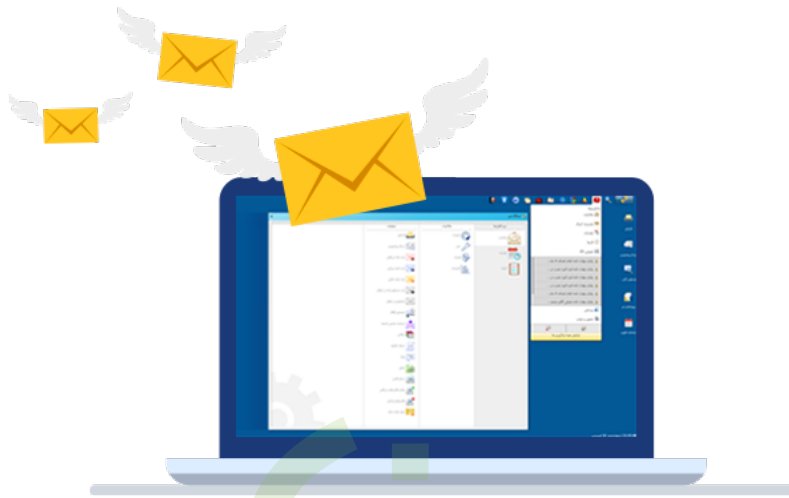


KPI چیست؟

KPI مخفف عبارت Key Performance Indicator است و به معنای شاخص کلیدی عملکرد است. استفاده از KPI روشی برای سنجش عملکرد افراد یا در سطح کلان‌تر عملکرد سازمان است. این شاخص‌ها باید در دوره‌های زمانی مشخص ارزیابی شود و با معیارهای عملکرد یا به عبارتی میزان شاخص‌ها در زمان گذشته مقایسه شوند.

شاخص عملکرد کلیدی یا KPI مقادیر قابل اندازه‌گیری است، که نشان می‌دهد یک سازمان چقدر به طور موثرتر در دستیابی به اهداف کلیدی کسب‌وکار موفق عمل کرده است. بنابراین برای این که سازمان‌ها بتوانند تغییراتی را به منظور بهبود در فرآیندها داشته باشند، و همچنین [مدیریت فرآیند کسب‌وکار](#) یا BPM به خوبی انجام شود نیاز است که از همان ابتدا عملکرد فرآیندها اندازه‌گیری شود و برای این مهم باید معیارهای اندازه‌گیری را تعریف کنند. این معیارهای اندازه‌گیری همان KPI هستند.

سازمان‌ها برای ارزیابی موفقیت خود در دستیابی به اهداف از KPI در چندین سطح استفاده می‌کنند. KPI سطح بالا ممکن است بر عملکرد کلی کسب‌وکار متمرکز باشد. در حالی که KPI سطح پایین ممکن است بر فرآیندهای بخش‌های مختلف سازمان مانند فروش، بازاریابی، منابع انسانی، پشتیبانی و سایر موارد تمرکز کند.



درخواست دمو
حضوری و آنلاین

فرم درخواست دمو نرم افزارهای دیدگاه

تعاریف KPI

- **تعریف فرهنگ لغت آکسفورد از KPI:** معیار کمی قابل ارزیابی برای سنجش موفقیت یک سازمان، کارمند و ... در دستیابی به اهداف تعریف شده است.
- **تعریف Investoydia از KPI:** مجموعه اقدامات کمی قابل اندازه گیری است که یک شرکت برای سنجش عملکرد خود در طول زمان استفاده می کند.
- **تعریف فرهنگ لغت مک میلان از KPI:** روشی برای سنجش اثربخشی یک سازمان و پیشرفت آن در جهت دستیابی به اهدافش.

فرآیند تکراری باشد که شامل بازخورد تحلیلگران، روسای بخش‌ها و مدیران باشد.

KPI هوشمند چیست؟

یکی از روش‌های ارزیابی ارتباط شاخص عملکرد، استفاده از معیارهای SMART است. معیارهای SMART می‌توانند با ارزیابی مجدد، دقیق‌تر شوند. ارزیابی مجدد بسیار مهم است، زیرا اطمینان می‌دهند که شما به طور مداوم KPIها و ارتباط آنها با کسب‌وکار خود را ارزیابی می‌کنید. به عنوان مثال اگر از میزان درآمد خود برای سال جاری فراتر رفته باشید، باید تعیین کنید که این به این دلیل است که هدف خود را خیلی پایین قرار داده‌اید یا این امر به عامل دیگری مربوط می‌شود که با ارزیابی مداوم می‌توانید عوامل آن را دریابید.

نحوه نوشتن و توسعه KPIها

هنگام نوشتن یا توسعه KPI باید در نظر بگیرید که KPI چگونه با یک نتیجه یا هدف خاص کسب‌وکار ارتباط برقرار می‌کند. KPIها باید متناسب با وضعیت کسب‌وکار شما تنظیم شوند و باید برای کمک به شما در دستیابی به اهداف خود تولید شوند.



توسعه KPI

برای KPI خود هدف واضحی بنویسید

نوشتن یک هدف واضح برای KPI یکی از مهم‌ترین بخش‌های توسعه KPI است. KPI باید از نزدیک با یک هدف اصلی کسب‌وکار مرتبط باشد. نه فقط یک هدف تجاری، یا چیزی که ممکن است شخصی در سازمان شما فکر کند مهم است.

این هدف باید یک موفقیت اساسی در سازمان باشد. در غیر این صورت شما هدفی را هدف قرار داده‌اید که نمی‌تواند نتیجه کسب‌وکار را برطرف کند. این بدان معنی است که در بهترین حالت شما در حال رسیدن به هدفی هستید که هیچ تاثیری برای سازمان شما نداشته باشد. در بدترین حالت منجر به اتلاف وقت، پول و سایر منابع کسب‌وکار شما

می‌شود. راه حل اصلی این است که KPI باید بیش از اعداد دلخواه باشد.

KPI خود را با سهامداران یا ذینفعان به اشتراک بگذارید

اگر ذینفعان سازمان شما به درستی با KPI ارتباط برقرار نکنند، شما اثرگذاری ندارد. چگونه کارمندان شما افرادی که وظیفه دارند چشم‌انداز شما را برای سازمان انجام دهند، بدون روشن شدن وظایف اهداف خود را دنبال کنند؟ یا شاید بدتر: عدم به اشتراک گذاشتن KPI شما باعث بیگانگی و ناامید شدن کارمندان و سایر ذینفعانی می‌شود که قادر به دیدن مسیری نیستند که سازمان شما در آن قرار دارد.

اما به اشتراک گذاشتن KPI با ذینفعان خود یک فاکتور مهم است. (اگرچه این کاری است که بسیاری از سازمان‌ها قادر به انجام آن نیستند). بنابراین، باید بلافاصله با آن‌ها ارتباط برقرار شود. KPIها برای موثر بودن به زمینه نیاز دارند. این امر تنها در صورتی محقق می‌شود که شما فقط آن‌چه را توضیح ندهید که اندازه‌گیری می‌کنید. بلکه دلیل اندازه‌گیری آن را توضیح دهید. در غیر این صورت آن‌ها فقط اعدادی هستند که روی صفحه‌ای وجود دارند و برای شما یا کارمندان معنایی ندارند.

برای کارمندان خود توضیح دهید که چرا اندازه‌گیری می‌کنید و از همه مهم‌تر گوش کنید. گوش دادن به حرف‌های کارمندان به شما کمک می‌کند که مشخص کنید اهداف اصلی سازمان که به طور صحیح به آن‌ها ابلاغ نمی‌شوند کدامند. حتی ممکن است کارمندان شما در مورد چگونگی بهبود KPI ایده‌هایی به شما ارائه دهند.

KPI را به صورت هفتگی یا ماهانه مرور کنید

بررسی منظم KPI برای حفظ و توسعه آنها ضروری است. بدیهی است که پیگیری پیشرفت شما در KPI مهم است. بنابراین می‌توانید ارزیابی کنید که در وهله اول چقدر در توسعه KPI موفق هستید. همه KPIها موفق نیستند. برخی اهداف غیرقابل تحقق دارند. برخی از آنها نتوانسته‌اند هدف اصلی مشاغل مورد نظر خود را به دست آورند. فقط با بررسی منظم می‌توانید تصمیم بگیرید که آیا زمان تغییر KPI شما فرا رسیده است یا خیر.



بررسی منظم KPI

اطمینان حاصل کنید که KPI قابل اجرا است

عملی ساختن KPI یک فرآیند پنج مرحله‌ای است:

1. اهداف کسب‌وکار را مرور کنید.
2. عملکرد فعلی خود را تحلیل کنید.
3. اهداف کوتاه و بلند مدت KPI را تنظیم کنید.
4. اهداف را با تیم خود مرور کنید.
5. پیشرفت و تعدیل را مرور کنید و دوباره تنظیم کنید.

در وهله‌ی اول بر روی اهداف کوتاه مدت تمرکز کنید

هنگامی که با یک جدول زمانی که به آینده نزدیک‌تر است (مثلاً در سه ماه بعدی یا سال مالی خود) هدفی را تعیین کرده‌اید، می‌توانید به عقب برگردید و نقاط عطفی را که باید در این مسیر هدف قرار دهید، مشخص و بازبینی کنید.

به عنوان مثال فرض کنید شما می‌خواهید ۱۵۰۰ مشترک خبرنامه را در سه ماهه اول سال ثبت نام کنید. برای رسیدن به آن می‌خواهید اهداف ماهانه، دو بار در هفته یا حتی هفتگی تعیین کنید. به این ترتیب می‌توانید در کوتاه مدت و در مسیر دستیابی به هدف بلند مدت، به طور مداوم ارزیابی و یا در صورت نیاز تغییر مسیر دهید. می‌توانید اهداف را با توجه به هر ماه به طور مساوی تقسیم کنید. در این صورت ۵۰۰ اشتراک در ماه

اول، ۵۰۰ اشتراک در ماه دوم و ۵۰۰ اشتراک در ماه سوم خواهد بود. با این حال ممکن است بخواهید دقیق‌تر شوید.

مثلا در اول و دوم روزهای بیشتری نسبت به ماه سوم وجود دارد، بنابراین شاید شما بخواهید برای آن ماه‌ها ۶۰۰ را تعیین کنید. یا شاید در ماه اول بازدید بیشتری از وب سایت داشته باشید (شاید سازمان شما در یک نمایشگاه بزرگ تجاری باشد) بنابراین تصمیم می‌گیرید در آن ماه ۸۰۰ را تعیین کنید. بنابراین مهم است که اهداف بلندمدت KPI خود را به اهداف کوتاه مدت تقسیم کنید.

KPI خود را متناسب با نیازهای متغیر کسب‌وکار توسعه دهید

KPIهایی که هرگز به روز نمی‌شوند، می‌توانند به سرعت منسوخ شوند. برای مثال فرض کنید که سازمان شما اخیراً یک خط تولید جدید ایجاد کرده یا در خارج از کشور گسترش یافته است. اگر KPI خود را به روز نکنید تیم شما به تعقیب اهدافی ادامه می‌دهد که انعطاف تاکتیکی یا استراتژیک ندارد. شما ممکن است بر اساس نتایج خود فکر کنید که همچنان در سطح بالایی عمل می‌کنید. درحقیقت ممکن است شما KPIهایی را که نمی‌توانند تاثیر تلاش شما بر اهداف اساسی استراتژیک را به دست آورند، دنبال کنید.

مرور KPIهای خود به صورت ماهانه (یا در حالت ایده‌آل هفتگی) به شما امکان بازبینی دقیق می‌دهد. یا ممکن است مسیر را کاملاً تغییر دهید. حتی ممکن است راه‌های جدید و احتمالاً کارآمدتری برای رسیدن به همان مقصد پیدا کنید.

بررسی کنید که KPI قابل دستیابی است

تعیین اهداف قابل دستیابی برای تیم شما ضروری است. اهداف با ریسک بالا موجب می‌شود که تیم شما حتی قبل از شروع کار منصرف شود. یک هدف کوچک‌تر و قابل دستیابی تعیین کنید. اهداف کوچک به سرعت محقق می‌شوند و برای اهداف سالانه به شما و تیم شما انگیزه می‌دهد.

تجزیه و تحلیل عملکرد فعلی شما ضروری است. بدون آن، شما باید کورکورانه اعدادی را جستجو کنید که در واقعیت ریشه ندارند. عملکرد فعلی شما همچنین محل شروع خوبی برای تصمیم‌گیری در مورد مناطقی است که باید در آنها پیشرفت کنید. ریشه‌یابی را در داده‌هایی که قبلاً جمع‌آوری کرده‌اید، شروع کنید تا مبنایی برای آنچه در گذشته به دست آورده‌اید تنظیم کنید.

اهداف KPI خود را در صورت لزوم به روز کنید

KPIها ساکن نیستند. آنها همیشه نیاز به تکامل، به‌روزرسانی و در صورت لزوم تغییر دارند. اگر KPIهای خود را تنظیم کنید و به‌روزرسانی نکنید، خطر تعقیب اهدافی را دارید که دیگر مربوط به تجارت شما نیستند.

عادت کنید که به‌طور منظم عملکرد KPI خود را بررسی کنید. ممکن است متوجه شوید که KPIها را باید به‌طور کامل یا موردی تغییر دهید. برای شخصی که قبلاً هرگز KPI ایجاد نکرده همه‌ی این‌ها طاقت فرسا به نظر می‌رسد. اما همین که چند بار این

روند را طی کردید، استفاده از آن در آینده بسیار راحت‌تر خواهد بود.

به طور کلی KPI ابزاری اساسی برای سنجش موفقیت در کسب‌وکار شما و انجام تنظیمات لازم برای موفقیت در آن است. مهم‌ترین قسمت هر KPI سودمندی آن است. پس از آن که از سودمندی آن بیشتر شد، باید آن را به یک فرآیند مستمر تبدیل کنید و مجدد کارهای جدیدی را شروع کنید که بهتر با اهداف اصلی کسب‌وکار شما همسو باشند.