



## 130 İNOVASYON ÖRNEKLERİ TEMEL PERFORMANS GÖSTERGELERİ (İPUÇLARI İLE)

Şirketler genellikle işlerini ilerletmek için hedefler belirlemeye ihtiyaç duyarlar. Şirketinizin eylemlerinin etkinliğini değerlendiren, temel performans göstergeleri (KPI'ler) adı verilen araçlarla ilerlemeyi ölçebilirsiniz.

### İŞ DÜNYASINDA YENİLİK NEDİR?

İş dünyasında inovasyon, şirketlerin yeni ürünler, süreçler, fikirler veya mevcut ürünlere ve prosedürlere yönelik yaklaşımları keşfetmelerine yardımcı olan bir kavramdır. İnovasyon işletmeler için önemlidir çünkü şirketlerin büyümesine, kendi özel pazarlarında alakalı kalmalarına ve rekabette öne çıkmalarına yardımcı olabilir. Şirketlerin inovasyon için kullandıkları yöntemler, farklı hedefler ve fikirler nedeniyle aralarında farklılık gösterebilir.

### İNOVASYON METRİKLERİ NELERDİR?

Anahtar performans göstergeleri olarak da adlandırılan inovasyon metrikleri, şirketinizin istenen sonuçlara ulaşmak için yeterli önlem alıp almadığına karar vermek için kullanabileceğiniz araçlardır. İnovasyonu ölçmek, eylemlerinin etkinliğini tahmin ederek, çalışanları davranışlarından sorumlu tutarak ve gelecekteki ticari girişimlere rehberlik ederek işinizin ilerlemesine yardımcı olabilir.

Şirketlerin başarıyı ölçmek için kullandığı genellikle iki tür KPI vardır: girdi ölçütleri ve çıktı ölçütleri. Girdi metrikleri, şirketinizin başarıya ulaşmak için doğru miktarda aktivite yapıp yapmadığını değerlendirir ve çıktı metrikleri, bu faaliyetlerin hedef kitleniz veya müşteri tabanınız üzerinde istenen etkiye sahip olup olmadığını değerlendirir. Girdi metriklerini, inovasyon sürecinin erken safhalarında yer aldıkları için analiz etmek ve değiştirmek genellikle daha kolaydır.

### KPI'LARI KULLANAN BİRKAÇ ÖLÇÜLEBİLİR ALAN ŞUNLARDIR:

Satış

Pazarlama

Finans

Ürün geliştirme

Proje Yönetimi

### İŞ'TE ŞİRKETLERİN BAŞARILARINI ÖLÇMEK İÇİN KULLANDIKLARI 130 GENEL ÖLÇÜTÜN BİR LİSTESİ

Satış ve finansal KPI'lar

Kuruluşunuzun satışlarını ve finansmanını analiz etmek ve optimize etmek için bazı KPI'lar şunlardır:

Saatlik, günlük, haftalık, aylık, üç aylık ve yıllık satışlar

Saatlik, günlük, haftalık, aylık, üç aylık ve yıllık satılan ürün sayısı

Satış büyümesi

Bölgeye göre satışlar

Çevrimiçi siparişler ve mağaza içi satın almalar

Aylık sipariş sayısı

Ortalama satın alma değeri

İşlem başına satılan ortalama birim sayısı

Günlük ürün veya hizmet kullanımı

Pazar payı

Satış temsilcisi başına satış

Potansiyel müşteriden satışa dönüşüm oranı

Genişletme sayısı

Tahmini gelir ve gerçek gelir

Giderler ve bütçe

Bütçe farkı

Net kar aralığı

Brüt kar marjı

İşletme sermayesi

Cari alacaklar

Ödenecek cari hesaplar

Kaynak kullanımı

Personel bakım maliyeti

Satıcı giderleri

Ürün incelemelerinin sayısı

Tamamlanan arama sayısı

Ortalama aramaların süresi

Pazarlama KPI'ları

**KURULUŞUNUZUN PAZARLAMA ÇABALARINI ÖLÇMEK İÇİN BAZI KPI'LAR ŞUNLARDIR:**

Aylık pazarlama bütçesi

Aylık yeni potansiyel müşteriler

Müşteri adayı başına maliyet  
Aylık potansiyel müşteriler  
Satış tarafından kabul edilen ve nitelikli müşteri adayları  
Dönüşüm başına maliyet  
Ortalama dönüşüm süresi  
Tutma oranı  
Aylık web sitesi trafiği  
Arama motoru trafiği  
Arama motoru sayfa sıralaması  
Kanal başına ziyaret sayısı  
Şirket web sitesinde veya sayfasında geçirilen ortalama süre  
Tıklama oranı  
Web sitesine gelen bağlantılar  
Gösterim sayısı  
Ücretli reklamlardan olası satışlar ve dönüşümler  
İlk on SERP'deki anahtar kelimeler  
Sosyal medya trafiği  
Sosyal medyadan bahseder  
Sosyal medyadan olası satış ve dönüşüm sayısı  
Şirket bloglarında kaliteli içerik  
Aylık blog ziyaretleri  
Aylık blog gönderileri  
Çıkma Oranı  
Halkla ilişkiler talepleri  
Aylık e-posta bülteni açma oranı  
Aylık e-posta bülteni hemen çıkma oranı  
Aylık yeni e-posta abonelikleri  
Müşteri ve destek KPI'ları  
**İŞLETMENİZİN MÜŞTERİ VE DESTEK İŞLEVLERİ İÇİN BU KPI'LARI İNCELEYİN:**  
Aylık yeni müşteriler  
Müşteri devir hızı

Müşteri tutma  
Müşteri etkileşim düzeyi  
Müşteri yaşam boyu değeri  
Müşteri kayıp oranı  
Etkin abonelik sayısı  
Fatura sayısı  
Net Promosyoncu Puanı  
Destek talebi sayısı  
İlk temas çözünürlüğü  
İlk yanıt süresi  
Ortalama yanıt süresi  
Geri ödeme sayısı  
Yeni talep sayısı  
Çözümlenen talep sayısı  
En iyi temsilciler  
Müşteri memnuniyeti puanı  
Müşteri çaba puanı  
Kanala göre ses seviyesi  
Müşteri hizmetlerine yapılan arama sayısı  
Müşteri şikayetlerinin sayısı  
Görüşme başına maliyet  
Ortalama dönüşüm oranı  
Net Promosyoncu Puanı  
Terk edilmiş arama ücretleri  
İlgili: Müşteri Hizmetleri Kılavuzu

#### **ÇALIŞAN KPI'LARI**

Çalışanlar için KPI'lar şunları içerir:

Çalışan bağlılığı  
İşçi tutma  
Çalışan devir hızı  
Çalışan memnuniyeti puanı

Dahili terfilerin sayısı ve harici işe alımların sayısı

Devamsızlık

İşin hızı

Aylık satış kotaları karşılandı

Deneme süresinden sonra başarılı işe alımlar

Çevrimiçi şirket derecelendirmeleri

Aktif çalışan sosyal elçileri

Çalışan öneri kutusu sonuçları

İK vaka sayısı

Tatmin edici performans değerlendirmeleri

Çalışan başına gelir

Çalışan başına fazla mesai

### **ÜRÜN YÖNETİMİ KPI'LARI**

Kuruluşunuzun ürün yönetimi işlevlerini iyileştirmeye yardımcı olacak bazı KPI'lar şunlardır:

Planlanan değer

Kazanılmış değer

Asıl maliyet

Maliyet farkı

Program varyansı

Yeni görev sayısı

Planlanan çalışma saatleri ve fiili çalışma saatleri

Gecikmiş atama sayısı

İptal edilen proje sayısı

Kaçırılan kilometre taşları

Tamamlanan görevlerin yüzdesi

Zamanında tamamlanan projelerin yüzdesi

Kaynak kullanımı

Yatırım getirisi

Geliştirme KPI'ları

## GELİŞTİRME İŞLEMLERİ İÇİN BAZI KPI'LAR ŞUNLARDIR:

Sorun sayısı

Düzeltilen sorun sayısı

Özelliğe göre sorunlar

Yeni destek talep sayısı

Kapanan destek talep sayısı

Cevaplanmayan destek talep sayısı

Çekme isteklerinin sayısı

Açık çekme isteklerinin sayısı

Tamamlanan kilometre taşı sayısı

Yeni varlıkların sayısı

Kod kararlılığı

Kod kapsamı

Kod karmaşası

Devir süresi

Akış verimliliği

Kümülatif akış

Sprint hızı

Sprint tükenmesi

## KENDİ KPI'LARINIZI ÖLÇMENİZE YARDIMCI OLACAK BİRKAÇ İPUCU:

**Bir seferde birkaç KPI'ye odaklanın.** Aynı anda hedeflenecek birkaç seçkin metrik olduğunda, şirketinizin hedeflerine ulaşmak daha kolay olabilir. Odaklanacak metriklerin sayısını artırabilirsiniz, ancak her metriğe yeterli miktarda zaman ayırabilmeniz için yalnızca birkaçıyla başlamak her zaman yararlıdır.

**Kolayca erişebileceğiniz KPI verilerini ölçün.** Hazır bilgileri ölçmek, şirketinizin işi ilerletmek için gerekli değişiklikleri yapmasını ve hedefleri tamamlamasını kolaylaştırabilir.

**Öncelik vermeyi unutmayın.** Şirketinizin en önemli veya zamana duyarlı hedeflerine ulaştığından emin olmak için önce en önemli metriklere odaklanabilirsiniz.

**Belirli departmanlara veya çalışanlara uygun metrikleri atayın.** Şirketinizin çalışanlarının tümü ortak bir amaç için çalışmalıdır, ancak farklı departmanlar ve roller, kendi görevleriyle uyumlu farklı metriklere sahip olmaktan yararlanabilir.

**Öğrenmeye ve gelişmeye devam edin.** Şirketiniz büyüdükçe hedefleriniz de değişebilir, bu nedenle şirketinizin ve müşteri tabanının ihtiyaçlarını karşılamak için yeni KPI'ları benimsemek faydalı olabilir.