

7 مؤشرات أداء أساسية هامة يجب عليك تتبعها

لا تستخدم كل شركة نفس مؤشرات الأداء الرّئيسيّة، فهناك العديد من الشركات ويعتمد تحديد المؤشرات المناسبة للاستخدام على نوع الصناعة/ مجال العمل، والشركة، وأقسامها/ أنشطتها. وتشمل مؤشرات الأداء الرّئيسيّة الأخرى المفهّمة لشركات تقنية ما يلي:



معدّل الاحتراق والمدرج: Burn Rate and Runway

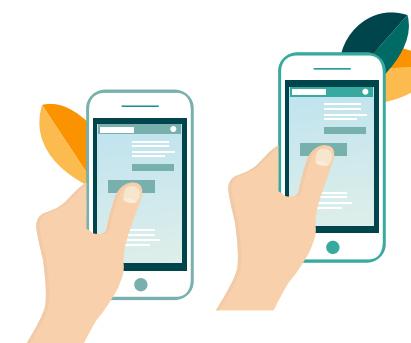
يُعرّف معدل الاحتراق على أنّه صافي التدفّق النقدي الخارجي الذي يُعرب عنه عادةً على أساس شهري، أو إجمالي التدفّقات النقديّة الدّاخلية ناقص إجمالي التدفّقات النقديّة الخارجيّة. يساعدك ذلك على تحديد الوقت الذي ستنفذ فيه أموال شركتك بناءً على التدفّقات النقديّة الحاليّة. من خلال قياس معدل الاحتراق والمدرج، تعرف بالضبط مقدار الأموال التي يتم إنفاقها كل شهر ومتى ستحتاج إلى تمويل إضافي.



المستخدمون النشطون شهريًا أو أسبوعيًا:

Monthly or Weekly Active Users (MAU/WAU)

أو الأفراد/المستخدمون الفريدون الذين يستخدمون التطبيق أو البرنامج لشهر واحد. يُساهم فهم المستخدمين النشطين شهريًا في تحديد إمكانيّة الإيرادات لشركة ما أو مدى قيام الشركة بالتسجيل في الوقت الزّاهن.



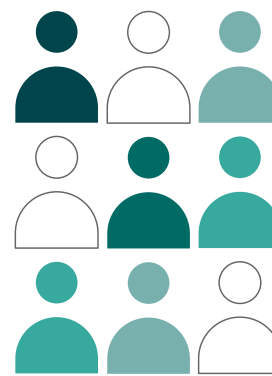
تكاليف الاستحواذ على العملاء: Customer Acquisition Costs (CAC)

ظهر مُتوسّط المبيعات، والتسويق، والتفّقات الأخرى المطلوبة للحصول على عميل جديد. تُطلّعك تكاليف كسب العملاء على فعاليّة استراتيجيّة المبيعات والتسويق الخاصّة بمنشأتك وتساعدك على تعزيز العائد على الاستثمار من هذه التكتيكات.



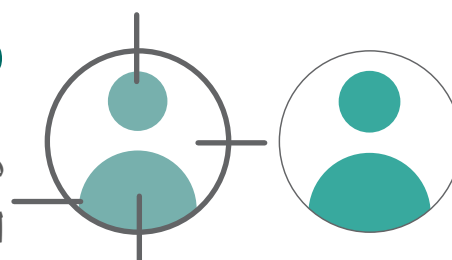
مُعدّل الاحتفاظ بالعملاء ومُعدّل إعرّاض العميل عن الخدمة: Customer Retention and Churn Rates

يُشير مُعدّل الاحتفاظ بالعملاء إلى الّذين يستمرّون في شراء خدمات الشركة خلال فترة زمنيّة مُحدّدة. إنّ عكس مُعدّل الاحتفاظ بالعملاء هو مُعدّل إعرّاض العميل عن الخدمة أو مُعدّل تناقص العاملاء (Churn rate)، وهي النسبة المئوية العاملاء الذين تخسرهم خلال فترة زمنية مُعيّنة.



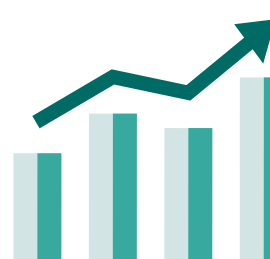
قيمة بقاء العملاء: Customer Lifetime Value (LTV)

هي تحليل لإجمالي الإيرادات التي سيُحقّقها عميل واحد في المتوسط خلال الفترة الكاملة التي يشتري فيها خدماتك أو منتجاتك أو يعتمدها.



نمو الإيرادات: Revenue Growth

يُعرب عنه في الفترات نصف السنوية أو السنوية، مثلاً من خلال اعتماد معدل النمو السنوي المُركّب (Compound Annual Growth Rate/CAGR) – الأسبوعي أو الشهري. ولا يكون دائماً دقيقاً نظراً لإمكانيّة تقلّبه بشكل كبير خلال هذه الفترات القصيرة من الوقت، خاصّة إذا كنت قد أنشأت شركتك الناشئة حديثاً.



التكاليف التشغيليّة كنسبة مئويّة من العائدات: Operational Costs as a Percentage of Revenues

يمكنك تقسيم التكاليف التّشغيليّة غير المباشرة/العامة إلى الفئات التالية: المبيعات والتسويق، والبحث والإنماء، والتكاليف العامة والإداريّة، واحتساب كل فئة كنسبة مئوية من إيراداتك. سيساعدك هذا التمرين أيضًا على اختبار الافتراضات الكامنة وراء خطتك الماليّة ومقارنة توقّعاتك على مدار السنين لضمان أنّ إنفاقك يكفي لتحقيق نمو الإيرادات المنشود.

