SAILINGBYTE

Relacje między danymi, KPI i EBM dla biznesu SaaS

Dlaczego muszę gromadzić dane?

Dane stały się siłą napędową nowoczesnych operacji biznesowych. Niezależnie od tego, czy prowadzisz startup, czy dużą korporację, gromadzenie danych pozwala podejmować świadome decyzje, które mogą znacząco wpłynąć na wyniki finansowe. Przykładowe zastosowania danych to:

- **Podejmowanie świadomych decyzji:** Bez danych decyzje często opierają się na założeniach lub przeczuciach, co może prowadzić do kosztownych błędów. Decyzje oparte na danych są poparte dowodami, zmniejszając ryzyko i zwiększając prawdopodobieństwo sukcesu.
- **Spostrzeżenia klientów:** dane pomagają firmom zrozumieć, kim są ich klienci, ich zachowania, preferencje i sposób interakcji z produktem lub usługą. To zrozumienie jest niezbędne do personalizacji oferty, poprawy doświadczenia klienta i zwiększenia retencji.
- **Wydajność operacyjna:** gromadzenie danych na temat procesów wewnętrznych może ujawnić nieefektywności lub wąskie gardła. Umożliwia to firmom usprawnienie operacji, obniżenie kosztów i poprawę ogólnej produktywności.
- **Mierzenie wydajności:** Firmy, które śledzą KPI (kluczowe wskaźniki wydajności) mogą dokładniej mierzyć sukces. Dane pomagają zidentyfikować obszary wymagające poprawy i wskazać, co działa dobrze.
- **Unikanie problemów i wąskich gardeł:**Dobrze dobrane KPI i ich akceptowalne poziomy mogą służyć jako zawór bezpieczeństwa dla różnych aspektów działalności. Najlepiej w połączeniu z alertami opartymi na trendach.

Krótko mówiąc, gromadzenie danych wyposaża firmy w wiedzę potrzebną do dostosowania się do zmian rynkowych i osiągnięcia zrównoważonego wzrostu. Należy jednak pamiętać, że nie mogą to być po prostu JAKIEKOLWIEK dane i nie mogą to być po prostu JAKIEKOLWIEK wskaźniki KPI – ale rozważymy te aspekty w dalszej części.

Co to jest KPI i jak go wykorzystać do rozwoju?

Kluczowy wskaźnik wydajności to mierzalny wskaźnik wartości, który pokazuje, jak

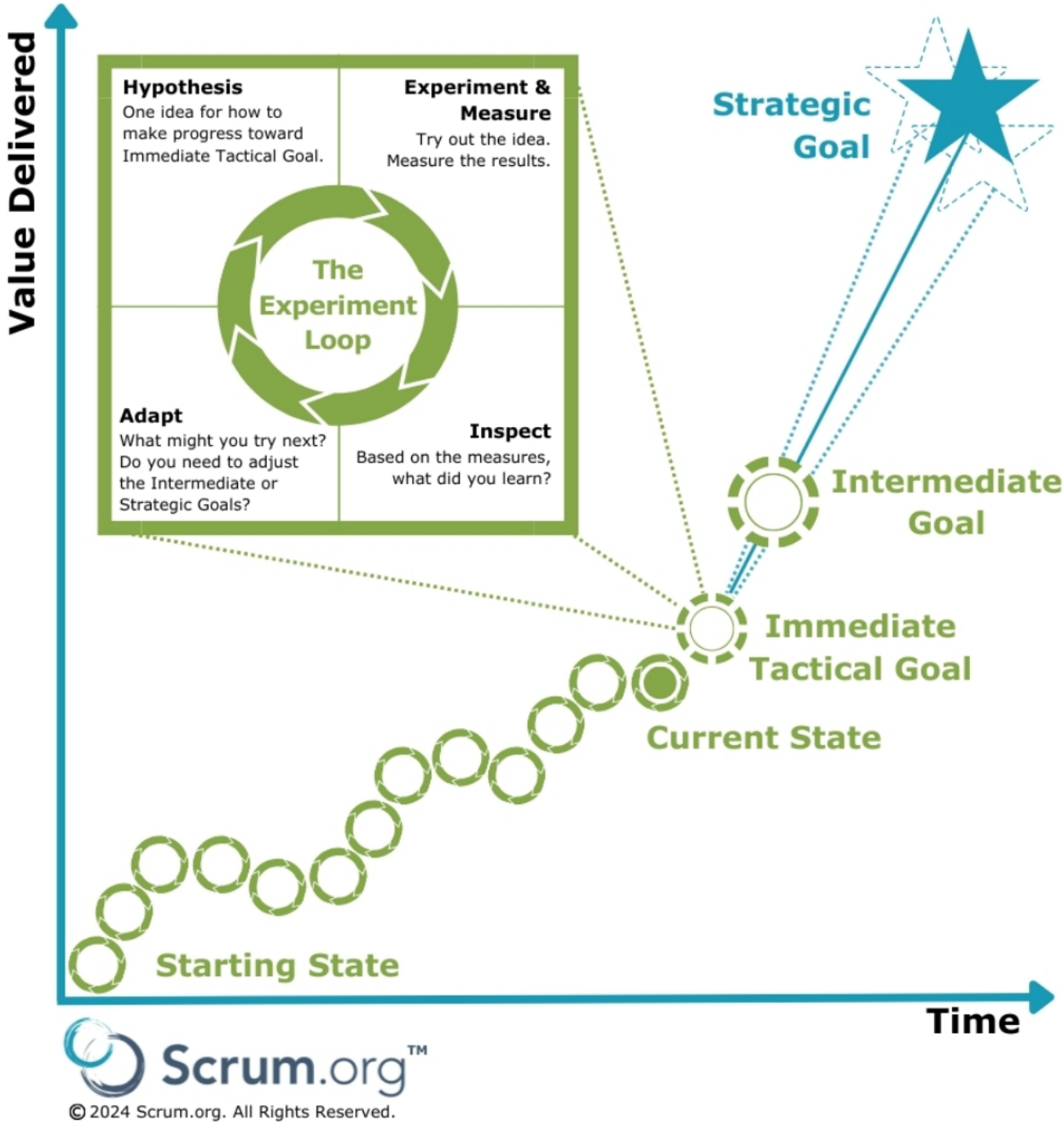
skutecznie firma osiąga swoje cele. Wskaźniki KPI mogą być stosowane w różnych obszarach, takich jak wyniki finansowe, zadowolenie klientów, wydajność operacyjna lub zaangażowanie pracowników. Ale w jaki sposób można wykorzystać wskaźniki KPI do rozwoju firmy?

- **Ustaw cele SMART:** Wskaźniki KPI powinny być zgodne z celami biznesowymi i powinny być konkretne, mierzalne, osiągalne, istotne i określone w czasie (SMART). Pomaga to zapewnić, że każdy KPI jest znaczący i wykonalny.
- **Regularne śledzenie wyników:** Wskaźniki KPI nie powinny być statyczne. Aby rozwijać swoją firmę, regularnie przeglądaj wskaźniki KPI, aby zrozumieć trendy, zidentyfikować mocne strony i wyeliminować słabości.
- **Używaj KPI do odpowiedzialności:** KPI pomagają stworzyć kulturę odpowiedzialności, dając zespołom jasne wskaźniki wydajności. Pracownicy wiedzą, czego się od nich oczekuje, co zwiększa ich koncentrację i produktywność.
- **Dokonaj korekt:** Jeśli zauważysz, że niektóre wskaźniki KPI nie ulegają poprawie, podejmij działania naprawcze. Może to oznaczać dostosowanie strategii, zmianę podejścia lub inną alokację zasobów.

Wskaźniki KPI zapewniają mapę drogową dla rozwoju firmy, podkreślając obszary wymagające uwagi i kierując podejmowaniem decyzji za pomocą jasnych, obiektywnych danych. I w tym momencie można odnieść błędne wrażenie, że „w takim przypadku im więcej KPI, tym lepiej” – to nieprawda. Podobnie jak w inwestowaniu – zbyt wiele wskaźników może w rzeczywistości zaciemnić prawdziwą kondycję biznesu. Wybieraj je więc mądrze.

Co to jest zarządzanie oparte na dowodach?

Evidence-Based Management (EBM) to podejście do zarządzania, które opiera się na danych empirycznych, faktach i dowodach przy podejmowaniu decyzji biznesowych. W przeciwieństwie do tradycyjnych praktyk zarządzania, które mogą opierać się na instynkcie, EBM koncentruje się na gromadzeniu i analizowaniu danych w celu określenia najlepszego sposobu działania. Zapoznając się z tą definicją, możesz już poczuć, jak kompatybilne są EBM i KPI, a w rzeczywistości będzie to prawdopodobnie jeszcze bardziej widoczne, jeśli spojrzysz na ten schemat prosto z EBM Guide.



W Sailing Byte podkreślamy znaczenie EBM. Jako posiadacz certyfikatu PAL-EBM dogłębnie rozumiem, jak stosować tę strukturę w różnych kontekstach biznesowych. Oto dlaczego EBM jest przełomem:

- **Podejmowanie decyzji w oparciu o dane:** EBM zmniejsza zależność od domysłów, umożliwiając firmom podejmowanie decyzji w oparciu o rzeczywiste dowody.
- **Ciągłe doskonalenie:** EBM zachęca do ciągłej informacji zwrotnej i pętli uczenia się. Dzięki regularnemu przeglądowi dowodów, firmy mogą z czasem udoskonalać procesy i strategie.
- **Redukcja ryzyka:** Decyzje poparte danymi z większym prawdopodobieństwem doprowadzą do korzystnych wyników, minimalizując ryzyko kosztownych błędów.

Sailing Byte wykorzystuje praktyki EBM, aby pomóc klientom osiągnąć sukces, opierając ich strategie na solidnych dowodach, a nie na założeniach. Aby pogłębić swoją wiedzę i zapewnić lepsze rozwiązania dla moich klientów, zdecydowałem się wziąć udział w programie certyfikacji PAL-EBM, dzięki czemu jestem teraz dumnym posiadaczem oficjalnego certyfikatu PAL-EBM wydanego przez scrum.org. Więc podczas płatnych warsztatów nie krępuj się zadawać mi jakichkolwiek pytań dotyczących tego tematu, a ja odpowiem!

Jakie obszary powinny obejmować KPI?

Jeśli powiem, że „każdy obszar”, będzie to zbyt niejasne i zbyt kosztowne do śledzenia. Z drugiej strony, jeśli powiem „najważniejsze obszary”, mogą istnieć ważne aspekty, które zostaną pominięte. Aby znaleźć równowagę między tymi dwoma, potrzebujesz trochę holistycznego opisu biznesu – tutaj przydaje się Business Lean Canvas. Zasadniczo, patrząc na nią, możesz już „poczuć”, co ma sens do zmierzenia, a co nie. Może się to nieco różnić w twoim przypadku, ale zasadniczo, ponieważ BMC i LC powinny obejmować cały biznes, powinieneś być w stanie zidentyfikować kluczowe obszary.

Dla modelu biznesowego canvas:

1. **Segmenty i kanały klientów –** można zmierzyć np. współczynnik konwersji dla dowolnego kanału na dowolnym etapie

   .

2. **Value proposition –** praktyczne znaczenie dla użytkowników
3. **Relacje z klientami –**można zmierzyć NPV, liczbę powracających klientów, LTV

4. **Strumienie przychodów i struktura kosztów –** możesz skupić się na podstawowych kosztach, takich jak cashflow lub EBIDTA
5. **Kluczowe zasoby, kluczowe działania, kluczowi partnerzy –** prawdopodobnie te aktywa powinny po prostu zwiększyć swoją wartość lub ilość

.

Dla lean canvas:

- Zastąp kluczowych partnerów **Pproblemami,** Zamień Kluczowe działania na **Srozwiązania,** Zamień Kluczowe zasoby na **Kkluczowe metryki** – i zasadniczo to, co jest kluczowe, abyś z tego wyciągnął, to „kluczowe metryki". Ponieważ jeśli włożyłeś serce w tworzenie lean canvas, to w rzeczywistości masz już zdefiniowane KPI.
- Zamień relacje z klientami na **Unfair advantage** – ale nie sądzę, by dodało to jakiekolwiek dodatkowe KPI

.

Na podstawie powyższej listy można wygenerować listę KPI i nadać im hierarchię. W ten sposób można uzyskać szybki i łatwy wgląd w kondycję firmy na wysokim poziomie (oczywiście jeśli wskaźniki KPI są wystarczająco ogólne i dobrze dobrane), a jeśli chcesz zagłębić się w każdą kategorię, możesz poszukać wskaźników KPI specyficznych dla danej kategorii. Dla małych firm internetowych sugerowałbym następujące obszary:

- **Finansowe** – ponieważ musisz wiedzieć, czy nie brakuje ci pieniędzy i czy biznes jest opłacalny

.

- **Klient** – ponieważ musisz wiedzieć, czy klient jest zadowolony i czy baza klientów rośnie
- **Operacyjny** – ponieważ daje wgląd w to, czy wewnętrzne procesy są w porządku

.

- **Marketing** – ponieważ pozwala ocenić najlepsze kanały marketingowe

.

Dla każdej z tych kategorii postaram się przedstawić: jeden lub dwa ogólne wskaźniki, kilka szczegółowych wskaźników oraz potencjalne narzędzia do pomiaru wyników. Dla przypomnienia, oto przykładowy Lean Canvas:

Wybór wskaźników KPI i narzędzi dla biznesu online

Stabilność finansowa

Stabilność finansowa jest bardzo ważna na każdym etapie rozwoju i moim zdaniem odzwierciedla kondycję wszystkich innych obszarów biznesowych, jeśli jest mierzona uczciwie. Można z tym polemizować, ale moim zdaniem najważniejszy jest **przepływ gotówki.** Jeśli przepływ gotówki jest dodatni, to najprawdopodobniej ogólny kierunek biznesu jest dobry – ponieważ rośniesz. Pamiętaj tylko, że przepływy pieniężne powinny być mierzone prawidłowo – zastanów się **jak** faktycznie powinieneś obliczyć takie rzeczy, jak pożyczki lub rundy finansowania, aby wskaźnik ten nie stracił na znaczeniu. Jeśli uważasz, że nie odzwierciedla on prawidłowo stabilności wzrostu firmy, być może powinieneś rozważyć inny wskaźnik.

Innym dobrym ogólnym wskaźnikiem może być **zysk netto**, który jest całkowitym zyskiem po kosztach. Myślę, że nie wymaga to więcej wyjaśnień.

Pomocne jest prowadzenie jednego konta bankowego dla biznesu, aby wszystko było w jednym miejscu. W ten sposób można po prostu wyeksportować dane raz w miesiącu do Excela lub innej bazy danych i obliczyć wszystkie czynniki finansowe. Bardziej zaawansowane wskaźniki, które można rozważyć to:

- Marża zysku netto
- Marża zysku brutto
- Stopa wzrostu przychodów
- Zwrot z inwestycji (ROI)
- Prognoza przepływów pieniężnych

Relacje z klientami

Zrozumienie zachowań użytkowników jest kluczem do optymalizacji doświadczeń klientów i zwiększenia retencji. Wskaźniki KPI w tym obszarze powinny odzwierciedlać całą podróż użytkownika: od samego początku odkrycia usługi, do zakończenia relacji i wszystkiego pomiędzy (np. Nieszczęście użytkownika lub doświadczenie użytkownika).

Niektóre wskaźniki KPI dotyczące zachowania użytkowników:

- Współczynnik utrzymania klientów: Mierzy procent klientów, którzy kontynuują korzystanie z produktu przez określony czas.
- Współczynnik zaangażowania użytkowników: Śledzi, jak często użytkownicy wchodzą w interakcję z Twoją platformą (np. wyświetlenia stron, współczynnik klikalności).
- Customer Lifetime Value (CLV): Przewiduje całkowitą wartość, jaką klient wniesie do firmy w miarę upływu czasu.
- Churn Rate: Monitoruje odsetek użytkowników, którzy przestają korzystać z produktu lub usługi.

Przykładowe narzędzia do śledzenia zachowań użytkowników:

- Google Analytics: Zapewnia wgląd w to, jak użytkownicy poruszają się po Twojej witrynie i które strony są najpopularniejsze.
- Hotjar/MS Clarity: Oferuje mapy cieplne i nagrania sesji do wizualizacji interakcji użytkowników.
- Mixpanel: Pomaga śledzić zaangażowanie użytkowników na platformach internetowych i mobilnych.

Te wskaźniki KPI i narzędzia oferują cenny wgląd w to, w jaki sposób użytkownicy wchodzą w interakcję z produktem, umożliwiając wprowadzanie dostosowań opartych na danych w celu poprawy doświadczenia użytkownika.

Pomiary operacyjne

W tworzeniu oprogramowania śledzenie wydajności jest niezbędne do dostarczania wysokiej jakości produktów na czas. Należy pamiętać, że może się to różnić w przypadku korzystania z wewnętrznych lub zewnętrznych programistów (w pewnym sensie: różne wskaźniki będą ważne dla tych dwóch różnych przypadków).

Przykładowe wskaźniki KPI dla rozwoju oprogramowania:

- Cycle Time: Mierzy czas potrzebny na ukończenie zadania, od początku do końca.
- Sprint Burndown: Śledzi postęp prac ukończonych w sprincie Agile, zapewniając zespołom dotrzymywanie terminów.
- Code Quality: Monitoruje stan bazy kodu poprzez metryki takie jak dług techniczny, liczba błędów i złożoność kodu.
- Częstotliwość wdrażania: Ocenia jak często nowe funkcje lub poprawki są wypuszczane na produkcję.

Narzędzia do śledzenia rozwoju oprogramowania:

- Jira: Narzędzie do zarządzania projektami zaprojektowane do śledzenia zadań, problemów i błędów w rozwoju Agile.
- GitHub: Narzędzie kontroli źródła, które pozwala zespołom na efektywne zarządzanie i przeglądanie zmian w kodzie.
- SonarQube: Analizuje jakość kodu poprzez identyfikację błędów, luk i zapachów kodu.

Te wskaźniki KPI i narzędzia pomagają zapewnić, że proces tworzenia oprogramowania pozostaje wydajny, przewidywalny i wysokiej jakości.

KPI dla marketingu

Płatna reklama to znacząca inwestycja, a śledzenie jej skuteczności ma kluczowe znaczenie dla maksymalizacji zwrotu z inwestycji. Należy pamiętać, że pomaga to również wybrać najbardziej efektywne kanały – ewentualnie pomaga wybrać narzędzie, które jest w stanie dotrzeć do grupy docelowej. Oto wskaźniki KPI i narzędzia, których można używać do monitorowania skuteczności płatnych reklam:

KPI dla płatnych reklam:

- Click-Through Rate (CTR): Mierzy stosunek użytkowników, którzy kliknęli reklamę do tych, którzy ją zobaczyli.
- Współczynnik konwersji (Conversion Rate): Śledzi, ile kliknięć przekształca się w rzeczywistą sprzedaż lub potencjalnych klientów.
- Cost Per Acquisition (CPA): Monitoruje koszt pozyskania jednego klienta poprzez płatną reklamę.

- Return on Ad Spend (ROAS): Mierzy przychód wygenerowany z każdego dolara wydanego na reklamę.

Narzędzia do śledzenia płatnych reklam:

- Google Ads: Oferuje szczegółową analizę skuteczności reklam w wyszukiwarce i reklam displayowych.
- Facebook Ads Manager: Zapewnia wgląd w skuteczność reklam na Facebooku i Instagramie.
- HubSpot: Śledzi wydatki na reklamę i ROI w wielu kanałach.

Monitorując te wskaźniki KPI i korzystając z tych narzędzi, można zoptymalizować wydatki na reklamę i upewnić się, że kampanie przynoszą pożądane rezultaty.

Usprawnienie gromadzenia, śledzenia i interpretacji danych

Automatyzacja procesów biznesowych w aspekcie pomiarów danych

Automatyzacja to kolejny kluczowy aspekt nowoczesnego zarządzania biznesem. Automatyzacja pomaga firmom oszczędzać czas, redukować błędy i wydajniej skalować operacje. Oto dlaczego ma to znaczenie:

.

- **Zwiększona wydajność:** Automatyzacja rutynowych zadań pozwala zespołowi skupić się na działaniach o wysokiej wartości.
- **Redukcja kosztów:** Automatyzacja zmniejsza zapotrzebowanie na pracę ręczną, obniżając koszty operacyjne.
- **Poprawa dokładności:** Zautomatyzowane procesy minimalizują ryzyko błędu ludzkiego, poprawiając dokładność i spójność danych.
- **Skalowalność:** W miarę rozwoju firmy automatyzacja umożliwia skalowanie operacji bez znacznego zwiększania kosztów ogólnych.

I można pomyśleć, dlaczego jest to ważne w aspekcie wskaźników KPI. Można zauważyć, jak wiele narzędzi i jak wiele danych należy przetworzyć, aby prawidłowo ocenić i obliczyć KPI – to faktycznie może być przytłaczające. I nie ma narzędzia,

które pasowałoby do wszystkich Twoich potrzeb, ale są pewne narzędzia, które mogą pomóc Ci w przygotowaniu tych danych, takie jak:

- N8N lub Zapier, które umożliwiają przetwarzanie zdarzeń i przesyłanie danych
- Influx lub Airtable lub Nocodb, które pomagają gromadzić i przechowywać dane w jednym miejscu
- Looker Studio, który pomaga raportować rzeczywiste dane w przystępny sposób

To oczywiście tylko przykłady, a wybór odpowiednich narzędzi nie jest łatwy. Zależy to od tego, skąd czerpiemy dane, jakiego rodzaju danych potrzebujemy, w jaki sposób chcemy je wyświetlać itd. Pamiętaj tylko, aby zachować równowagę między ilością danych a złożonością narzędzi. Lepiej jest zacząć od jednego wskaźnika i spróbować dodać kolejne, niż próbować zrobić wszystkie KPI na raz.

W Sailing Byte specjalizujemy się w budowaniu zautomatyzowanych systemów, które nie tylko usprawniają operacje, ale także płynnie integrują się z istniejącymi procesami biznesowymi. Niezależnie od tego, czy chodzi o automatyzację marketingowych przepływów pracy, czy śledzenie wskaźników KPI, zapewniamy narzędzia potrzebne do prowadzenia bardziej wydajnego i dochodowego biznesu.

Rola sztucznej inteligencji w monitorowaniu wydajności biznesowej

Kolejną technologią transformacyjną, którą wykorzystują firmy, jest sztuczna inteligencja (AI). Sztuczna inteligencja pomaga w przewidywaniu trendów, automatyzacji analizy danych i dostarczaniu praktycznych spostrzeżeń w celu lepszego podejmowania decyzji.

- **Analityka predykcyjna:** AI może analizować dane historyczne w celu przewidywania przyszłych trendów, pomagając firmom wyprzedzać zmiany rynkowe.
- **Automatyzacja raportowania:** AI może zautomatyzować generowanie raportów, zapewniając wgląd w wydajność biznesową w czasie rzeczywistym bez ręcznej interwencji.
- **Wsparcie klienta:** Chatboty oparte na sztucznej inteligencji mogą zapewniać natychmiastowe odpowiedzi na zapytania klientów, poprawiając wydajność usług.
- **Integracja AI** z procesami biznesowymi pozwala na szybszą i dokładniejszą

analizę, dając przewagę nad konkurencją.

Jeśli zebrałeś dane w jednym miejscu, które są czytelne dla sztucznej inteligencji, możliwe jest, że możesz podłączyć sztuczną inteligencję do tych danych, aby mogła pomóc Ci zidentyfikować aspekty, o których byś nie pomyślał. To oczywiście rodzi pytanie o prywatność danych biznesowych – które w rzeczywistości są bardzo cennymi danymi. Należy więc uważnie przeczytać warunki świadczenia usług lub spróbować uruchomić LLM na licencji MIT na serwerach, które można kontrolować.

Jak zastosować KPI w EBM?

Myślę, że w tym momencie powinno być jasne – można zastosować KPI do EBM lub odwrotnie – uzupełniają się one w sposób nie do przecenienia. Jednym z aspektów jest krótkoterminowość, a to wtedy, gdy wskaźniki KPI podążają ścieżką ustaloną dla celów krótkoterminowych – na przykład cel miesięczny lub kwartalny. Innym aspektem jest śledzenie, czy jesteś na kursie z celami długoterminowymi – to znaczy, jeśli masz cel roczny lub pięcioletni, możesz zobaczyć, czy zbliżasz się do tego celu, czy nie. Inną wspaniałą rzeczą w EBM jest to, że usuwasz wszystkie emocje z myślenia strategicznego i możesz po prostu znaleźć elementy, które nie przybliżają cię do celu. Możesz także potencjalnie poprawić długoterminowe lub krótkoterminowe cele, jeśli Twoje KPI radzą sobie lepiej niż wskazałeś – ale jeśli radzą sobie gorzej niż wskazano, łatwo jest wcześnie wykryć, gdzie jest problem. Jeśli zrozumiesz tę zależność, możesz wyciągnąć z niej jak najwięcej i szybko usprawnić swój biznes.

Wyznaczanie kursu do sukcesu z Sailing Byte

W Sailing Byte nie tylko pomagamy zbierać dane, ale także przekształcamy je w przydatne informacje. Niezależnie od tego, czy chodzi o zarządzanie oparte na dowodach, zautomatyzowane śledzenie KPI, czy niestandardowe rozwiązania programowe, zapewniamy narzędzia do śledzenia aspektów biznesowych i przedstawiamy opcje, których można użyć do dalszej optymalizacji. Pamiętaj, że każda optymalizacja pozwala Ci nieco wyprzedzić konkurencję, a to może zadecydować o rentowności Twojej firmy.