

Как управление процессами улучшает бизнес

Показатели процессов

- Расходы
- Количество запросов
- Конверсии
- ROI
- Повторные запросы
- Размер базы лидов
- Охват
- Отток клиентов
- Индекс удовлетворённости
- Индекс лояльности

Маркетинг генерирует входящие запросы. Считайте их стоимость и количество.

Секрет №2:

Используйте выручку или рентабельность для премирования менеджеров по продажам.

Прямая мотивация от оборота заставит менеджеров продавать со скидками и принесёт конфликт в отношения с производителями.

Не можете назвать выручку сразу - рассчитайте плановую.

- Заказы в работе
- Себестоимость заказов
- Длительность выполнения
- Просроченные заказы
- % загрузки мощностей
- % брака
- Запасы сырья
- Объем готовой продукции

Производство выполняет обязательства компании по договорам.

Считайте себестоимость и % загрузки мощностей.

Секрет №4:

Финансовые расчёты хорошо поддаются автоматизации, но чтобы программа посчитала всё за вас - собирайте затраты и доходы на предыдущих шагах процесса.

- Количество обращений (гарантийных и не гарантийных)
- Длительность обработки запроса
- Затраты на обработку запроса
- Количество запросов в очереди

Сервис и гарантия обеспечивают устранение неисправностей и оказывают платные сопутствующие заказу услуги.

Контролируйте количество запросов и длительность их выполнения.

- Длительность процесса
- Затраты ресурсов на процесс
- "Полезная" длительность процесса
- Соотношение "полезной" и обычной длительности
- Добавочная ценность процесса
- Количество процессов, выполняемых на 1 ед. времени

Важно анализировать не только показатели отдельных элементов, но и их совокупность, потому что больше всего потерь времени происходит между шагами - когда заявка лежит в электронной почте и ждет обработки.



Секрет №1:

Маркетинговый канал, приносящий дешевые запросы здесь и сейчас - не обязательно самый выгодный.

Принимайте во внимание не только количество и стоимость лидов, но и потенциал масштабирования источника.

Продажи превращают запросы в договоры, обязательства по выполнению заказа и оплаты. Считайте конверсию каждого этапа воронки продаж, выполнения плана по обороту и длительность сделки.

- Оборот / выручка
- Длительность сделки
- Количество сделок
- Воронка и конверсии
- Дебиторская задолженность
- Размер базы клиентов
- Активные запросы
- Письма, звонки, встречи

Секрет №3:

Для каждого типа производства - свои особенности.

Для «продажи со склада» - нужно учитывать остатки, для «профессиональных услуг» - выработку трудочасов сотрудников.

Для «производство под заказ» - % выполнения плана.

Если % загрузки ваших мощностей выше 70% - займитесь оптимизацией других процессов. 70-80% - это очень высокий уровень.

Финансы и бухгалтерия должны зафиксировать закрытие обязательств компании и контрагентов друг перед другом. Так же корректно посчитать фактические затраты, прибыль, рентабельность и маржинальность заказа.

- Расходы к выручке
- Коммерческие затраты на 1 заказ
- Рентабельность
- Маржинальность
- Состояние договоров, счетов, актов
- Прибыль

Секрет №5:

Не считайте сервис и гарантию пустой тратой денег.

Постоянное взаимодействие с клиентом - один из способов увеличить продажи.