

KPIマネジメント

①数値化する

KGI(**K**ey **G**oal **I**ndicator: 重要目標達成指標)

距離や方向

例 総売上: 200億円

②最重要プロセスを決める

CSF(**C**ritical **S**uccess **F**actor: 重要成功要因)

道順

例 市場拡大

③数値化する

KPI(**K**ey **P**erformance **I**ndicator : 重要業績評価指標)

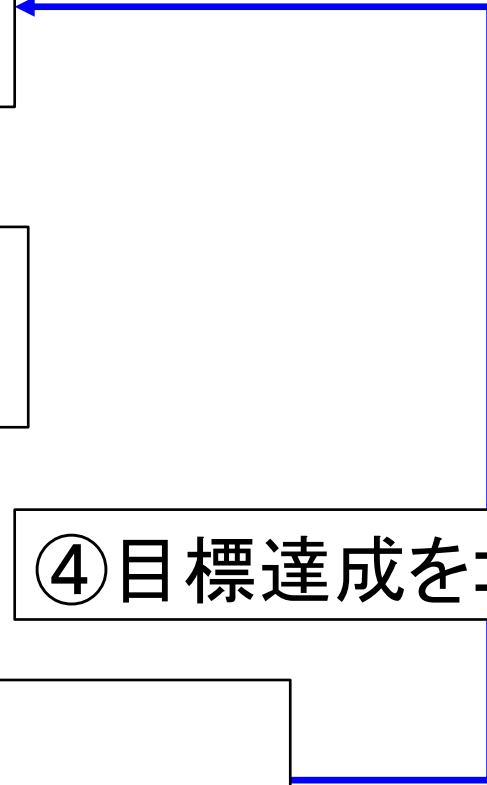
信号

ゴール

例 国内: 130億円
海外: 70億円

⑤目標達成

④目標達成をコントロール



コントロールできるKPI

KPI設定の根拠

- 自社売上額
 - × GDP
 - × 景気動向指数
 - × 有効求人倍率
 - × 為替レート
- ← 自社でコントロール可能
- ← コントロール不可

KPIの進捗判別

数値で説明しているか否か

KPI

○ 達成率 = $\frac{\text{実績}}{\text{目標}}$ ← 分母が定数

× 提案率 = $\frac{\text{提案数}}{\text{訪問客数}}$ ← 分母が変数

KPIは一つ

KGI

利益を継続して出し続けること

- ①顧客ニーズを満足するサービスの提供
- ②組織改革
- ③開発への投資

利益＝売上－費用

＝（顧客数×平均単価）－（原価＋販売管理費）

- ・人件費
- ・販促費
- ・広告宣伝費、営業費
- ・オフィス関連費
- ・減価償却費 など

定数化



- ・人件費（**みなし残業量を含める**）
- ・販促費
- ・広告宣伝費、営業費
- ・オフィス関連費
- ・減価償却費

（**金額固定にする**）