

ابعاد تحول دیجیتال

شاخص‌های کلیدی عملکرد

مشتری

**CLV**

«ارزش طول عمر مشتری» به معنای میزان هزینه‌ای است که مشتری در مدت زمان ارتباط با سازمان، خرج خواهد کرد. هزینه‌های جذب مشتری و خدمت‌رسانی به مشتریان از این عدد کسر خواهد شد.

**NPS**

«امتیاز خالص تبلیغ‌کنندگی» یکی از شاخص‌های شناخت میزان رضایتمندی و وفاداری مشتریان است. این شاخص از میزان احتمال معرفی برند یا محصول به سایرین توسط مشتری حاصل می‌شود.

**CHR**

«نرخ ریزش» به درصد مشتریانی اطلاق می‌شود که پس از اولین بار استفاده از محصولات یا خدمات سازمان، مجدداً مراجعه نخواهند کرد.

**CAC**

«هزینه جذب مشتری» به هزینه سازمان برای جذب یک مشتری گفته می‌شود.

**FRT**

«زمان پاسخگویی اولیه» به مدت زمانی گفته می‌شود که یک سازمان برای پاسخگویی اولیه، ولی معنادار به کاربر (پرسش‌کننده) نیاز دارد.

استراتژی

**ROI**

«نرخ بازگشت سرمایه» به نسبت سود یا ضرر به سرمایه‌گذاری اولیه گفته می‌شود.

**RDI**

«درآمد به ازای سرمایه‌گذاری در حوزه دیجیتال» معیاری برای شناسایی درآمد اضافی حاصل از سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال است.

**BAS**

«تعلق خاطر به برند» شاخصی برای شناسایی احساسات بالقوه یا بالفعل مشتریان در مورد یک برند است.

**REP**

«درآمد حاصل از شرکای اکوسیستم» به میزان درآمد سازمان که به صورت مشترک در کنار شرکای دیجیتال حاضر در اکوسیستم به دست آمده، گفته می‌شود.

**CSS**

«درصد موفقیت خدمات سلف سرویس» به شاخصی برای شناسایی میزان موفقیت کانالهایی گفته می‌شود که کاربر می‌تواند با استفاده از آن‌ها، بدون نیاز به همراهی عامل انسانی، نیاز خود را برطرف کند.

فناوری

**DUJ**

«درصد سفر دیجیتال مشتری» به میزانی از سفر مشتری گفته می‌شود که امکان انجام آن در کانال‌های دیجیتال و بدون تعامل با عامل انسانی ممکن خواهد بود.

**AMP**

«عملکرد اپلیکیشن در مارکتها» به میزان کیفیت و کاربردپذیری یک محصول یا توجه به داده‌های موجود در مارکت‌ها (مثل تعداد ستاره، تعداد دانلود اپ و تعداد نظرات کاربران) اطلاق می‌شود.

**AoD**

«به‌کارگیری دوآپس» شاخصی برای نشان داده میزان استفاده از رویکرد دوآپس در عملیات و فناوری‌های مورد استفاده برای ارائه محصول می‌باشد.

**PAR**

«نرخ اتوماسیون فرایندها» به درصد اتوماسیون شدن فرایندها در داخل سازمان اشاره دارد.

**NCF**

«بقایای خالص کرین» به تفاضل انتشار کرین از جذب کرین به ازای هر کاربر در یک بازه زمانی مشخص گفته می‌شود.

عملیات

**TTM**

«زمان عرضه محصول» به مدت زمانی گفته می‌شود که یک محصول یا خدمت، از مرحله ایده به دست مشتریان (بازار) برسد.

**ART**

«میانگین زمان پاسخگویی» به مدت زمانی گفته می‌شود که مشتری به ازای اعلام نیازمندی خود، نتیجه آن را دریافت می‌کند.

**AUR**

«میانگین نرخ استفاده» به تعداد مشتریانی گفته می‌شود که به صورت فعال از کانال‌های دیجیتال (مثل چت بات، وبسایت یا کیوسک‌های خودکار) برای رفع نیاز خود استفاده می‌کنند.

**CTS**

«هزینه خدمت‌رسانی» به مجموع هزینه‌ای گفته می‌شود که برای خدمت‌رسانی به مشتریان خرج می‌شود.

فرهنگ

**INPS**

«امتیاز خالص تبلیغ‌کنندگی داخلی» به شاخصی گفته می‌شود که کارمندان یک سازمان، کار در آن سازمان یا محصولات سازمان را به دیگران پیشنهاد می‌کنند.

**DSN**

«میزان تطابق مهارت‌های دیجیتال» به میزان انطباق مهارت‌های فعلی کاربران با مهارت‌های مورد نیاز به منظور توسعه محصولات یا خدمات دیجیتال گفته می‌شود.

**EES**

«امتیاز تلاش کارکنان» به میزان سهولت انجام امور سازمان توسط کارمندان اطلاق می‌شود.

**WDI**

«نیروهای مشغول در اقدامات دیجیتال» به درصد کارکنانی که در تولید، توسعه یا پشتیبانی از اقدامات دیجیتال مشغول هستند نسبت به کل کارکنان اشاره می‌کند.

**TDI**

«بودجه آموزش برای اقدامات دیجیتال» به درصد مبلغ اختصاص یافته برای ارتقا مهارت‌های دیجیتال کارکنان سازمان نسبت به کل بودجه آموزشی گفته می‌شود.

داده

**EVDA**

«ارزش اقتصادی دارایی‌های داده» به ارزش پولی داد‌های موجود در سازمان گفته می‌شود که به وسیله ارتباط آن‌ها با ایجاد درآمد آن‌ها برای سازمان سنجیده می‌شود.

**DDI**

«شاخص دسترس‌پذیری داده» به میزانی از داده گفته می‌شود که ذی‌نفعان می‌توانند به راحتی و با فرمتی قابل استفاده، به داده‌های سازمانی دسترسی داشته باشند.

**DI**

«تمامیت داده» به میزان انطباق داده‌های نگهداری شده در سازمان با اهداف نگهداری آن‌ها گفته می‌شود.

**RDM**

«سود از درآمدزایی داده محور» به میزان سودی که از فروش داده‌ها به بازیگران خارجی عاید سازمانی خواهد شد، گفته می‌شود.

**DCM**

«حجم داده‌های کلیدی همراه با متاداده» به میزان شفافیت و توضیحات کافی داده‌های موجود با استفاده از متاداده‌های آن‌ها گفته می‌شود.

**CDR**

«تطبیق با قوانین مدیریت داده» به درصدی از کل فرایندی‌های مرتبط با مدیریت داده‌های سازمانی گفته می‌شود که انطباق کامل با قوانین و سیاست‌های مختلف (سازمانی یا حاکمیتی) داشته باشند.