

关键业绩指标 (KPI)

企业使用关键业绩指标来衡量自己的价值，以及评判自己是否取得了成功。初创企业可以利用它们来寻求扩大销售和实现可持续的财务健康。

什么是关键业绩指标？

关键业绩指标 (KPI)

关键业绩指标用来衡量企业增长和确定运营中需要改进的领域。初创企业可以使用关键业绩指标来提高品牌知名度，促进销售，维持财务状况。关键业绩指标还能让公司衡量其是否取得了成功，并预估其未来的财务健康状况。

为什么关键业绩指标对初创企业来说很重要？

关键业绩指标 (KPI)

展现公司的增长：

关键业绩指标可以让初创企业了解最新的进展，估计未来的增长。他们可以查看最近的现金流量表和每月的资金消耗量，以确定即将到来的销售期间内的增长速度。

确定需改进的领域：

关键业绩指标让初创企业识别其商业模式中需改进的领域。例如，如果一家公司意识到它的资金维系时间很短，那么公司员工可能就会进行资金筹集来延长公司的资金维系时间，以帮助它在更长的一段时间内保持增长。

让投资者洞察销售潜力：

对于初创企业来说，获得投资者来发展业务和扩大预算是很重要的。关键业绩指标可以让投资者了解初创企业的财务预测，并决定是否投资该公司。

初创企业需关注的8个关键业绩指标

关键业绩指标 (KPI)

1. 总目标市场

总目标市场衡量公司目标受众和市场规模，以确定可吸引的客户数量。这可以帮助初创企业确定他们的营销需求，以更好地制定自己的预算。初创企业可以通过市场调查，与目标人群进行沟通，尤其是通过社交媒体或广告，确定他们的总目标市场。

2. 客户获取成本

客户获取成本是指企业为获取新客户而必须在制造、营销和分销上花费的资金。对于初创企业来说，了解自己的客户获取成本是至关重要的，因为客户可能不熟悉自己的品牌，因此他们就需要投入更多的时间、精力和金钱来获取新客户。拥有较低的客户获取成本，可以帮助初创企业在较长一段时间内保持增长，因为他们可以花更少的钱来获得更多的客户。

3. 客户留存率

客户留存率是指在一段时间后仍对公司忠诚的顾客数量。对于初创企业来说，了解自己的客户留存率是很重要的，这样他们就可以准确地估计未来的销售额，提高客户留存率。例如，如果一家初创企业发现长期留住客户具有挑战性，它可能会改变其营销技巧或提供激励措施，以鼓励客户继续购买公司的产品或服务。

4. 生命周期价值

生命周期价值衡量的是，在客户的整个生命周期内，公司从客户那里获得的平均资金数额。如果初创企业获得了较高的客户留存率，那么它可能会从每个客户身上获得更高的生命周期价值。确定生命周期价值有助于初创企业预测增长和销售潜力。例如，如果一个客户每年在一家公司平均花费100元，那么公司员工可以估计该客户在未来10年的生命周期价值为1000元。

5. 客户获取成本回收时间

客户获取成本回收时间，是公司从为获取客户而投入的成本中获得利润所需的时间。这可以洞察公司可能获得的净收入额，这也会影响组织的现金流和财务增长

。例如，如果一家玩具店平均花费150元来获得一个新客户，而新客户在玩具店花费150元需要6个月，那么这家玩具店的客户获取成本回收时间为6个月。

6. 月资金消耗

月资金消耗，帮助初创企业了解自己的债务和在启动的最初几个月可能损失的金额。创业企业在创立初期现金流为负是很常见的，因为他们可能需要更高的客户获取率来带来新客户，或者如果他们的销售额较低，他们的利润就会少。

月资金消耗指的是公司拥有的现金量，是负的现金流。例如，如果一家服装店一个月创收1万元，但它为库存和间接费用支付了1.5万元，那么它的月资金消耗是5000元。

7. 资金维系时间

资金维系时间衡量的是初创企业在资金耗尽之前所拥有的时间。企业可以通过评估资产总额，并将其除以月均资金消耗来衡量自己的资金维系时间。举个例子，如果一个游乐园还有10万元的资金，它的月均资金消耗是1万元，那么 $10\text{万元}/1\text{万元}=10$ ，这个游乐园的资金维系时间是10个月，之后它的资金就用完了。

初创企业通常有12-18个月的资金维系时间，因为这通常是初创企业获得足够数量的稳定客户并实现盈利所需的时间。初创企业可以通过增加投资者或增加销售额来增加资金，延长资金维系时间。

8. 利润率

利润率说明的是，基于产品的制造成本，公司的产品或服务的售价是多少。它能洞察公司的投资回报，并帮助公司评估其长期可持续性和增长潜力。如果初创企业的利润率较高，它可能就会有更高的收入，这会带来更短的客户获取成本回收时间。例如，如果一家公司花10元生产一种产品，它以80元的价格卖给客户，那么它的利润是70元。