

KPI aziendali: cosa sono, perché vengono utilizzati e come scegliere quelli giusti

KPI aziendali: cosa sono?

Oltre al Conto Economico, dove è possibile monitorare ricavi, costi e marginalità, ci sono una serie di numeri all'interno dell'azienda difficili da monitorare attraverso esso.

Si tratta di numeri che avranno un impatto, a posteriori, sul Conto Economico, perché incidono sulle **performance dei vari reparti e di conseguenza sugli aspetti economici**. Visto che gli effetti si vedono a posteriori, è necessario monitorarli in modo diverso, con strumenti e modalità diverse.

Per andare subito nel concreto, facciamo un esempio.
Se i tuoi venditori chiudono 5 vendite ogni 10 appuntamenti, o 5,5 vendite ogni 10 appuntamenti, questo 5% di differenza – che farà un'enorme differenza sul tuo Conto Economico – non viene rappresentato nel bilancio.

Ciò non significa che non sia importante, anzi. Solo analizzando questi parametri si potranno avere degli **indicatori utili per prendere determinate decisioni**.

Perché i KPI aziendali sono importanti?

Tra tutti gli indicatori, i **KPI aziendali (Key Performance Indicators)** sono i più importanti per misurare l'andamento di un business. Gli indicatori di performance servono ad indicare:

- **come sta funzionando l'azienda;**
- **misurare le prestazioni aziendali.**

Sono le metriche di business più importanti per qualsiasi azienda:

- perché il raggiungimento degli obiettivi aziendali è possibile proprio grazie ai KPI
- e se monitorati attentamente nel tempo, permettono di identificare facilmente trend o eventi critici che compromettono l'attività aziendale.

Gli indicatori possono essere classificati in **tre macro-categorie**:

- **KPI Direzionali**, legati a valutazioni economiche / gestionali del Top Management;
- **KPI di Processo**, legati alle attività gestionali e ai flussi di lavoro;

- **KPI di Produzione**, legati all'attività produttive e logistiche.

I KPI sono finalizzati a misurare **le prestazioni di un intero processo** che, nel loro insieme, devono quantificare il valore dell'output che viene distribuito al cliente.

Gli indicatori di performance, a differenza degli indicatori finanziari, sono definiti da una **prestazione controllabile e legati da un legame causa effetto al risultato**.

Regole e caratteristiche per un buon KPI

È necessario prima indicare l'obiettivo e grazie ai KPI, indicatori sia qualitativi che quantitativi, è **facile capire se l'azienda ha avuto dei miglioramenti o peggioramenti**.

Devono essere **misurabili e quantificabili**, solo misurando un KPI possiamo poi capire quali obiettivi – operativi e strategici – vengono raggiunti e se, quando e come migliorarli.

Un'azienda viene definita performante, tra l'altro, se è in grado di raggiungere gli obiettivi.

Un buon KPI deve essere scelto in ottica di lungo periodo per poter essere confrontabile con i dati del passato e per valutare i progressi.

Le caratteristiche di un KPI sono quattro:

- **numericità**, deve poter essere espresso numericamente;
- **funzionalità**, deve potersi integrare con le attuali strategie dell'azienda;
- **direzionalità**, deve poter essere in grado di indicare il vero andamento dell'azienda;
- **fattibilità**, deve poter essere messo in pratica per ottenere i risultati desiderati.

Perché vengono utilizzati?

I KPI sono determinanti per **perfezionare sempre più i processi aziendali**. Gli indicatori chiave di prestazione sono importanti per un business perché lo aiutano a concentrarsi su obiettivi comuni e garantire che tali obiettivi rimangano allineati all'interno dell'organizzazione.

Quindi aiutano a rispettare gli obiettivi e a raggiungerli più velocemente, evidenziando la direzione verso cui orientare gli sforzi.

Più che misurare una prestazione i KPI sono utili soprattutto perché consentono all'imprenditore di **intraprendere tempestivamente azioni correttive volte a colmare il gap tra risultati attesi e risultati effettivi**.

Inoltre, permettono di misurare l'andamento aziendale in quanto sono rappresentate da variabili quantitative o qualitative comunque confrontabili (lead time del ciclo ordine-consegna di oggi rispetto a ieri, o di Alfa rispetto a Beta).

Esempi di KPI aziendali

In un'azienda, definiamola tradizionale, si tende a valutare:

- il valore medio per fattura;
- la percentuale di fatturato dei cinque clienti più importanti;
- la percentuale di costo dei cinque fornitori più importanti;
- la percentuale di ricavi su un determinato prodotto o servizio;
- i nuovi clienti ottenuti;
- il tasso di abbandono dei clienti;
- possiamo inserirci anche il ROI che indica il ritorno degli investimenti effettuati;
- EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, ovvero “utili prima degli interessi, delle imposte, del deprezzamento e degli ammortamenti”);
- ricavi di vendita;
- fatturato per addetto, ovvero differenza tra ricavi di vendita e numero dipendenti;
- la redditività del cliente;
- la puntualità delle consegne;
- i tempi di attesa dei clienti.

Ad esempio, se invece si tratta di un'azienda che lavora sul web è necessario che questa abbia sottomano sempre gli indicatori che gli consentano di misurare:

- il traffico e il numero di visite in un certo periodo;
- il tasso di conversione (chi visita il sito e poi compra).

Non c'è un numero specifico di KPI di cui un'azienda ha bisogno.

Generalmente, il numero di KPI utili può essere compreso tra 4 e 10. L'importante è che siano cruciali per il successo del business.

Come scegliere i KPI aziendali?

I KPI non sono uguali per tutte le aziende: ogni impresa ha bisogno di **indicatori specifici** che dipendono dal proprio modello di business e dai propri processi interni.

Ogni azienda ha i suoi KPI e così anche la tua. È opportuno scegliere i più importanti tra quelli che ritieni più adatti per la tua gestione aziendale.

Creare e monitorare i KPI ti consente di conoscere le prestazioni in ogni fase del processo e sapere dove agire per migliorare le azioni che avevi programmato. Più riesci a controllare e ad agire, più sei in grado di prendere decisioni per migliorare l'andamento della tua attività.

I KPI aziendali devono essere aggiornati costantemente, specialmente quelli che riguardano la macro area dell'efficienza, in modo tale da far sì che lo scostamento rispetto agli standard sia minimo e si torni subito sulla giusta rotta, senza disperdere risorse preziose.

Il successo di un'azienda dipende da molti fattori, ma per raggiungere gli obiettivi è di fondamentale importanza il **monitoraggio costante delle attività chiave e dei relativi numeri per vedere cosa funziona e cosa no.**