



Indicadores de Desempenho:

**Como utilizá-los na Gestão
Empresarial para Melhorias
Contínuas**



O QUE FAZEMOS



Estratégia de Negócios



Marketing Digital



Redução de Custos



Gestão de Vendas B2B



Gestão de Pessoas



Melhoria de Processos



Mentoria



Treinamentos



Sistema Lean



Facilitador de Inovação



QUEM SOMOS

Marketing Digital

Henrique Morbi

Diretor
ID Publicidade



Publicitário graduado em Publicidade e Propaganda pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo e especialista em Gestão de Negócios pela ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing. Atua como Diretor de Atendimento na agência iD. 360/biz, como Presidente de Imagem Pública do Rotary Club São Paulo Vila Alpina e como Facilitador de Inovação e Palestrante do CIESP – Centro das Indústrias do Estado de São Paulo.

Gestão Integrada

Daniela Harumi Hotta

Sócia Diretora
DH Consultoria



Sócia-Diretora da DH Gestão Integrada Consultoria, formada em Processos de Produção pela Fatec, Especialização em Engenharia da Qualidade – Poli e MBA em Administração – USP. Experiência em cargos de Treinamento Operacional, Gestão da Qualidade e Implantação de Ferramentas de Melhoria Contínua na Prysmian Cabos por 10 anos. Consultora nas áreas de Gestão de Processos, Gestão Comercial, Gestão Administrativa e Produtiva e Implantação de Processos de RH para pequenas e médias empresas a mais de 7 anos.

Estratégia, Processos, Lean e Mentoring

Vanderlei Silva

Sócio Diretor
Vértico



Com mais de 30 anos de experiência em cargos de direção nas empresas Asea Brown Boverly (ABB), Case & New Holland (CNH do Grupo Fiat), Rolamentos FAG e Conforja (Grupo Hoesch), empresário do varejo de moda é Managing Director da Vértico Gestão Empresarial e pós graduado em Administração pela USP, Engenheiro Metalurgista pela FEI com especialização em manufatura pela Spectrum USA e mentor certificado pela Global Mentoring Group. Acredita que não basta ser muito bom tecnicamente, é preciso antes de tudo respeitar e valorizar as pessoas, adotar atitudes e processos sustentáveis e agir com paixão.



ÍNDICE

- 06** **O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?**

- 19** **Como Definir os Indicadores de Processos**

- 23** **Exemplos de Indicadores Gerenciais**

- 28** **Qual a finalidade dos Indicadores Operacionais**

- 33** **Os 05 principais Indicadores de Recursos Humanos**

- 39** **Indicadores de Desempenho da Produção Industrial**

- 47** **O que são Indicadores de Produtividade?**

- 54** **O que são Indicadores de Qualidade?**

- 60** **Como os indicadores de logística impactam na tomada de decisão**

- 67** **A importância dos indicadores de gestão de manutenção**

- 75** **A melhor dica sobre indicadores de desempenho comercial**

- 81** **Como analisar os principais KPIs de marketing e vender mais**

- 86** **Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!**



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

Vanderlei Silva

Indicadores de Desempenho

Vamos explorar o conceito de indicadores e como eles podem ser utilizados como uma bússola para o sucesso do seu negócio. Vamos discutir diferentes tipos de indicadores, como financeiros, de desempenho e de satisfação do cliente, e como eles podem ser interpretados e utilizados para tomar decisões estratégicas. Prepare-se para uma viagem cheia de insights e dicas práticas!

Qual a definição, tipos e exemplos de indicadores?

Quando falamos de indicadores, estamos nos referindo a ferramentas que nos ajudam a medir e avaliar o desempenho de determinado aspecto ou processo. Essas métricas nos fornecem informações valiosas sobre o progresso e o sucesso de uma determinada atividade, seja ela pessoal ou profissional.

Podemos identificar os indicadores em diversas áreas, como indicadores de marketing,



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

indicadores de vendas, indicadores industriais, indicadores financeiros, indicadores de recursos humanos, entre outros. Eles nos ajudam a identificar pontos fortes e fracos, possibilitando a tomada de decisões mais assertivas e estratégicas.

Existem diferentes tipos de indicadores, cada um com sua finalidade específica. Os indicadores de resultado, por exemplo, são utilizados para medir o desempenho final de um processo ou atividade.

O que são indicadores chave de desempenho (KPI's)?

Os principais indicadores chave de desempenho (KPIs) ou indicadores de gestão referem-se a um conjunto de medidas quantificáveis usadas para avaliar o desempenho geral de longo prazo de uma empresa. Os KPIs ou indicadores de gestão ajudam especificamente a determinar as conquistas estratégicas, financeiras e operacionais de uma empresa, especialmente em comparação com outras empresas do mesmo setor.

Conclusões Principais

- Os principais indicadores de desempenho (KPIs) medem o sucesso de uma empresa em relação a um conjunto de metas, objetivos ou pares do setor.
- Os KPIs podem ser indicadores financeiros, incluindo lucro líquido (ou resultado final, margem de lucro bruto), receitas menos certas despesas ou o índice atual (liquidez e disponibilidade de caixa).
- Os KPIs podem ser indicadores de vendas e aqueles focados no cliente que geralmente se concentram na eficiência por cliente, na satisfação do cliente e na retenção do cliente.
- Os KPIs podem ser indicadores industriais ou outros focados no processo que visam medir e monitorar o desempenho operacional em toda a organização.
- As empresas geralmente medem e rastreiam KPIs por meio de software de análise e ferramentas de relatórios.

Entendendo os principais indicadores chave (KPI's)

Também chamados de indicadores-chave de sucesso (KSIs), os KPIs variam entre as



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

empresas e entre os setores, dependendo dos critérios de desempenho. Por exemplo, uma empresa de eletrônicos que se esforça para atingir o crescimento mais rápido em seu setor pode considerar o crescimento da receita ano a ano como seu principal indicador de desempenho. Por outro lado, uma rede de varejo pode valorizar mais as vendas na mesma loja como a melhor métrica de KPI para medir o crescimento.

No centro dos KPIs estão a coleta, o armazenamento, a limpeza e a síntese de dados. As informações podem ser financeiras ou não financeiras e podem estar relacionadas a qualquer departamento da empresa. O objetivo dos KPIs é comunicar os resultados de forma sucinta para permitir que a administração tome decisões estratégicas mais informadas.

Os principais indicadores de desempenho (KPIs) medem a produção de uma empresa em relação a um conjunto de metas, objetivos ou pares do setor.

Categorias de KPIs

A maioria dos KPIs se enquadra em quatro categorias diferentes, com cada categoria tendo suas próprias características, prazo e usuários.

1. KPIs estratégicos são geralmente os de mais alto nível. Esses tipos de KPIs podem indicar o desempenho de uma empresa, embora não forneçam muitas informações além de um instantâneo de alto nível. Os executivos são mais propensos a usar KPIs estratégicos, e exemplos de KPIs estratégicos incluem retorno sobre o investimento, margem de lucro e receita total da empresa.

2. Os KPIs operacionais são focados em um período de tempo muito mais curto. Esses KPIs medem como uma empresa está se saindo mês após mês (ou mesmo dia após dia), analisando diferentes processos, segmentos ou localizações geográficas. Esses KPIs operacionais são frequentemente usados pela equipe de gerenciamento e para analisar questões derivadas da análise de KPIs estratégicos.

3. Os KPIs funcionais concentram-se em departamentos ou funções específicas dentro de uma empresa. Por exemplo, o departamento financeiro pode acompanhar quantos novos fornecedores eles registram em seu sistema de informações contábeis a cada mês, enquanto o departamento de marketing mede quantos cliques cada distribuição de e-mail recebeu. Esses tipos de KPIs podem ser estratégicos ou operacionais, mas fornecem o maior valor para um conjunto específico de usuários.



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

4. Os KPIs de avanço/atraso descrevem a natureza dos dados que estão sendo analisados e se estão sinalizando algo que está por vir ou algo que já ocorreu. Considere dois KPIs diferentes: o número de horas extras trabalhadas e a margem de lucro de um produto principal. O número de horas extras trabalhadas pode ser um KPI importante, caso a empresa comece a notar uma qualidade de fabricação inferior. Alternativamente, as margens de lucro são resultado das operações e são consideradas um indicador de atraso.

Quais os tipos de indicadores e KPI's?

Métricas financeiras e KPIs

Os principais indicadores financeiros de uma empresa geralmente se concentram na receita e nas margens de lucro. O lucro líquido ou lucratividade, é a mais testada e comprovada das medições baseadas no lucro, representa o valor da receita que permanece, como lucro em um determinado período, após a contabilização de todas as despesas, impostos e pagamentos de juros da empresa no mesmo período.

Exemplos

indicadores de liquidez (ou seja, índices atuais, que dividem os ativos circulantes pelos passivos circulantes): esses tipos de KPIs medem o quão bem uma empresa administrará as obrigações de dívida de curto prazo com base nos ativos de curto prazo que possui.

- **Indicadores de lucratividade (ou seja, margem de lucro líquido):** esses tipos de KPIs medem o desempenho de uma empresa na geração de vendas, mantendo as despesas baixas.
- **Índices de solvência (ou seja, índice de dívida total sobre ativos totais):** esses tipos de KPIs medem a saúde financeira de longo prazo de uma empresa, avaliando o quão bem uma empresa será capaz de pagar dívidas de longo prazo.
- **Taxas de rotatividade (ou seja, rotatividade de estoque):** esses tipos de KPIs medem a rapidez com que uma empresa pode executar uma determinada tarefa. Por exemplo, o giro de estoque mede a rapidez com que uma empresa pode converter um item de estoque em venda. As empresas se esforçam para aumentar o volume de negócios para gerar rotatividade mais rápida de dinheiro gasto para depois recuperar esse dinheiro por meio de receita.

Métricas de experiência do cliente e KPI

Os KPIs focados no cliente geralmente se concentram na eficiência, na satisfação do e na retenção do cliente. Essas métricas são usadas pelas equipes de atendimento ao cliente para entender melhor o serviço que os clientes estão recebendo.

Exemplos de métricas centradas no cliente incluem

- **Número de novas solicitações de ticket:** esse KPI conta as solicitações de atendimento ao cliente e mede quantos problemas novos e abertos os clientes estão tendo.
- **Número de tickets resolvidos:** Este KPI conta o número de solicitações que foram atendidas com sucesso. Ao comparar o número de solicitações com o número de resoluções, uma empresa pode avaliar sua taxa de sucesso em atender às solicitações dos clientes.
- **Tempo médio de resolução:** esse KPI é o tempo médio necessário para ajudar um cliente com um problema. As empresas podem optar por segmentar o tempo médio de resolução em diferentes solicitações (ou seja, solicitações de problemas técnicos versus solicitações de novas contas).
- **Tempo médio de resposta:** esse KPI é o tempo médio necessário para que um agente de atendimento ao cliente se conecte pela primeira vez com um cliente após o cliente ter enviado uma solicitação. Embora o agente inicial possa não ter o conhecimento ou experiência para fornecer uma solução, uma empresa pode valorizar a diminuição do tempo que um cliente espera por qualquer ajuda.
- **Principal agente de atendimento ao cliente:** Este KPI é uma combinação de qualquer métrica acima com referência cruzada por representantes de atendimento ao cliente. Por exemplo, além de analisar o tempo médio de resposta de toda a empresa, uma empresa pode determinar os três respondentes mais rápidos e os mais lentos.
- **Tipo de solicitação:** Este KPI é uma contagem dos diferentes tipos de solicitações. Este KPI pode ajudar uma empresa a entender melhor os problemas que um cliente pode ter (ou seja, o site da empresa forneceu instruções incorretas ou imprecisas) que precisam ser resolvidos pela empresa.
- **Índice de satisfação do cliente:** esse KPI é uma medida vaga, embora as empresas



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

possam realizar pesquisas ou questionários pós-interação para coletar informações adicionais sobre a experiência do cliente.

Os KPIs geralmente não são exigidos externamente; são simplesmente medições internas usadas pela administração para avaliar o desempenho de uma empresa.

Métricas de desempenho do processo e KPI

As métricas de processo visam medir e monitorar o desempenho operacional em toda a organização. Esses KPIs analisam como as tarefas são executadas e se há problemas de processo, qualidade ou desempenho. Esses tipos de métricas são mais úteis para empresas com processos repetitivos, como empresas de manufatura ou empresas em setores cíclicos.

Exemplos de métricas de desempenho do processo incluem

- **Eficiência da produção:** esse KPI geralmente é medido como o tempo de produção de cada estágio dividido pelo tempo total de processamento. Uma empresa pode se esforçar para gastar apenas 2% de seu tempo solicitando matérias-primas; se descobrir que leva 5% do processo total, a empresa deve se esforçar para obter melhorias na solicitação.
- **Tempo total do ciclo:** Este KPI é a quantidade total de tempo necessária para concluir um processo do início ao fim. Isso pode ser convertido em tempo de ciclo médio se a administração desejar analisar um processo durante um período de tempo.
- **Rendimento:** Este KPI é o número de unidades produzidas dividido pelo tempo de produção por unidade, medindo a velocidade do processo de fabricação.
- **Taxa de erro:** Este KPI é o número total de erros dividido pelo número total de unidades produzidas. Uma empresa que se esforça para reduzir o desperdício pode entender melhor o número de itens que falham nos testes de controle de qualidade.
- **Taxa de qualidade:** Este KPI foca nos itens positivos produzidos ao invés dos negativos. Ao dividir as unidades bem-sucedidas concluídas pelo número total de unidades produzidas, essa porcentagem informa à administração sua taxa de sucesso no atendimento aos padrões de qualidade.

KPIs de marketing



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

Os KPIs de marketing tentam entender melhor a eficácia das campanhas promocionais e de marketing. Essas métricas geralmente medem as taxas de conversão sobre a frequência com que os clientes em potencial realizam determinadas ações em resposta a um determinado meio de marketing. Exemplos de KPIs de marketing incluem:

Tráfego do site: esse KPI rastreia o número de pessoas que visitam determinadas páginas do site de uma empresa. A gerência pode usar esse KPI para entender melhor se o tráfego online está sendo direcionado para canais de vendas em potencial e se os clientes não estão sendo canalizados adequadamente.

- **Tráfego de mídia social:** esse KPI rastreia visualizações, seguidores, curtidas, retweets, compartilhamentos, engajamento e outras interações mensuráveis entre clientes e perfis de mídia social da empresa.

- **Taxa de conversão em conteúdo de chamada para ação:** esse KPI gira em torno de programas promocionais focados que solicitam que os clientes executem determinadas ações. Por exemplo, uma campanha específica pode incentivar os clientes a agir antes do término de uma determinada data de venda. Uma empresa pode dividir o número de engajamentos bem-sucedidos pelo número total de distribuições de conteúdo para entender qual porcentagem de clientes respondeu à chamada à ação.

- **Artigos de blog publicados por mês:** esse KPI simplesmente conta o número de postagens de blog que uma empresa publica em um determinado mês.

- **Taxas de cliques:** esse KPI mede o número de cliques específicos executados em distribuições de e-mail. Por exemplo, certos programas podem rastrear quantos clientes abriram uma distribuição de e-mail, clicaram em um link e realizaram uma venda.

KPIs de TI

Uma empresa pode desejar excelência operacional; neste caso, ela pode querer rastrear como seu departamento interno de tecnologia (TI) está operando. Esses KPIs podem incentivar uma melhor compreensão da satisfação do funcionário ou se o departamento de TI está sendo adequadamente dimensionado. Exemplos de KPIs de TI incluem:

- **Tempo de inatividade total do sistema:** esse KPI mede a quantidade de tempo que vários sistemas devem ficar offline para atualizações ou reparos do sistema. Enquanto



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

os sistemas estão inativos, os clientes podem não conseguir fazer pedidos ou os funcionários não conseguem realizar certas tarefas (ou seja, quando o sistema de informações contábeis está inativo).

- **Número de tickets/resoluções:** Esse KPI é semelhante aos KPIs de atendimento ao cliente. No entanto, esses tickets e resoluções estão relacionados a solicitações internas da equipe, como necessidades de hardware ou software, problemas de rede ou outros problemas internos de tecnologia.
- **Número de recursos desenvolvidos:** Este KPI mede o desenvolvimento interno do produto quantificando o número de alterações do produto.
- **Contagem de bugs críticos:** Este KPI conta o número de problemas críticos em sistemas ou programas. Uma empresa precisará ter seus próprios padrões internos para o que constitui um bug menor ou maior.
- **Frequência de backup:** Esse KPI conta com que frequência os dados críticos são duplicados e armazenados em um local seguro. De acordo com os requisitos de retenção de registros, a administração pode definir diferentes alvos para diferentes bits de informação.

KPIs de vendas

O objetivo final de uma empresa é gerar receita por meio das vendas. Embora a receita geralmente seja medida por meio de KPIs financeiros, os KPIs de vendas adotam uma abordagem mais específica, aproveitando dados não financeiros para entender melhor o processo de vendas. Exemplos de KPIs de vendas incluem:

Valor do tempo de vida do cliente (VTVC): Esse KPI representa a quantia total de dinheiro que se espera que um cliente gaste em seus produtos durante todo o relacionamento comercial.

- **Custo de aquisição do cliente (CAC):** Este KPI representa o custo total de vendas e marketing necessário para conquistar um novo cliente. Ao comparar o CAC com o VTVC, as empresas podem medir a eficácia de seus esforços de aquisição de clientes.
- **Valor médio para novos contratos:** Este KPI mede o tamanho médio dos novos contratos. Uma empresa pode ter um limite desejado para atrair clientes maiores ou menores.



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

- **Tempo médio de conversão:** Este KPI mede a quantidade de tempo desde o primeiro contato com um cliente em potencial até a obtenção de um contrato assinado para realizar negócios.
- **Número de leads engajados:** Esse KPI conta quantos leads em potencial foram contatados ou atendidos. Essa métrica pode ser dividida em mídias como visitas, e-mails, telefonemas ou outros contatos com clientes.

Taxa de conversão de vendas (hit rate) esse KPI corresponde as quantidades de vendas ou pedidos em relação as quantidades das cotações realizadas.

Taxa de conversão de vendas (award rate) esse KPI corresponde aos valores de vendas ou pedidos em relação aos valores das cotações realizadas.

KPIs de Recursos Humanos e Pessoal

As empresas também podem achar benéfico analisar KPIs específicos para seus funcionários. Desde a rotatividade até a retenção e a satisfação, uma empresa pode ter uma grande quantidade de informações já disponíveis sobre sua equipe. Exemplos de KPIs de recursos humanos ou pessoal incluem:

- **Taxa de absenteísmo:** Este KPI é uma contagem de quantas ausências por ano ou período específico os funcionários ligados a doenças ou faltas em turnos . Este KPI pode ser um indicador importante para funcionários desengajados ou insatisfeitos.
- **Número de horas extras trabalhadas:** Este KPI rastreia a quantidade de horas extras trabalhadas para avaliar se os funcionários estão potencialmente enfrentando esgotamento ou se os níveis de pessoal são adequados.
- **Satisfação do funcionário:** esse KPI geralmente requer uma pesquisa em toda a empresa para avaliar como os funcionários se sentem em relação a vários aspectos da empresa. Para obter o melhor valor desse KPI, as empresas devem considerar realizar a mesma pesquisa todos os anos para acompanhar as mudanças de um ano para o outro em relação às mesmas perguntas.
- **Taxa de rotatividade de funcionários:** esse KPI mede a frequência e a rapidez com que os funcionários deixam seus cargos. As empresas podem dividir ainda mais esse KPI entre departamentos ou equipes para determinar por que algumas posições podem estar saindo mais rapidamente do que outras.



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

- **Número de candidatos:** Este KPI mantém a contagem de quantas inscrições são enviadas para vagas de emprego abertas. Esse KPI ajuda a avaliar se as listas de empregos estão atingindo adequadamente um público amplo o suficiente para capturar o interesse e atrair candidatos fortes.

Como criar um relatório de KPI?

Com as empresas aparentemente coletando mais dados todos os dias, pode ser difícil classificar as informações e determinar quais KPIs são mais úteis e impactantes para a tomada de decisões. Ao iniciar o processo de reunir painéis ou relatórios de KPI, considere as seguintes etapas:

- 1. Discuta metas e intenções com parceiros de negócios.** Os KPIs são tão úteis quanto os usuários os tornam. Antes de reunir quaisquer relatórios de KPI, entenda o que você ou seu parceiro de negócios estão tentando alcançar.
- 2. Elaborar requisitos SMART.** Os KPIs devem ter restrições e estar vinculados a métricas SMART (específicas, mensuráveis, atingíveis, realistas e com limite de tempo). KPIs vagos, difíceis de determinar e irrealistas têm pouco ou nenhum valor. Em vez disso, concentre-se em quais informações você tem disponíveis e atendem aos requisitos do acrônimo SMART.
- 3. Seja adaptável.** Ao reunir relatórios de KPI, esteja preparado para o surgimento de novos problemas de negócios e para mais atenção a ser dada a outras áreas. À medida que as necessidades dos negócios e dos clientes mudam, os KPIs também devem se adaptar a certos números, métricas e metas que mudam de acordo com as evoluções operacionais.
- 4. Evite sobrecarregar os usuários.** Pode ser tentador sobrecarregar os usuários do relatório com tantos KPIs quantos cabem em um relatório. A certa altura, os KPIs começam a ficar difíceis de compreender e pode ficar mais difícil determinar em quais métricas é importante focar.

Vantagens dos KPIs

Uma empresa pode querer analisar os KPIs por vários motivos. KPIs ajudam a informar o gerenciamento de problemas específicos; a abordagem baseada em dados fornece informações quantificáveis úteis no planejamento estratégico e na garantia da excelência operacional.



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

Existem diversas formas para promover as melhorias de processos internos e que levam a redução de custos, melhoria de produtividade e qualidade, muitas delas de fácil implantação, mas saber quais são as mais adequadas ainda requer por parte das empresas um melhor entendimento para poder explorá-las adequadamente.

Vale lembrar que algumas destas formas já foram apresentadas no artigo publicado em nosso blog <https://b2i.network/melhoria-de-processos-industriais/>

Os KPIs ajudam a responsabilizar os funcionários. Em vez de confiar em sentimentos ou emoções, os KPIs são suportados estatisticamente e não devem discriminar os funcionários. Quando usados adequadamente, os KPIs podem ajudar a encorajar os funcionários, pois eles percebem que seus números estão sendo monitorados de perto.

Os KPIs também são a ponte que conecta as operações e metas comerciais reais. Uma empresa pode definir metas, mas sem a capacidade de acompanhar o progresso em direção a essas metas, há pouco ou nenhum propósito nesses planos. Em vez disso, os KPIs permitem que as empresas definam objetivos e monitorem o progresso em direção a esses objetivos.

Limitações dos KPIs

Existem algumas desvantagens a serem consideradas ao trabalhar com KPIs. Pode haver um longo período de tempo necessário para que os KPIs forneçam dados significativos. Por exemplo, uma empresa pode precisar coletar dados anuais de funcionários por anos para entender melhor as tendências nas taxas de satisfação por longos períodos de tempo.

Os KPIs exigem monitoramento constante e acompanhamento próximo para serem úteis. Um relatório de KPI preparado, mas nunca analisado, não serve para nada. Além disso, os KPIs que não são continuamente monitorados quanto à precisão e razoabilidade não incentivam a tomada de decisões benéficas.

Os KPIs abrem a possibilidade de os gerentes “jogarem” com os KPIs. Em vez de se concentrar na melhoria real dos processos ou resultados, os gerentes podem se sentir incentivados a se concentrar na melhoria dos KPIs vinculados aos bônus de desempenho. Além disso, a qualidade pode diminuir se os gerentes estiverem hiperfocados nos KPIs de produtividade, e os funcionários podem se sentir pressionados demais para atender a medições específicas de KPI que podem simplesmente não ser razoáveis.



O que são Indicadores e como utilizá-los na Gestão Empresarial?

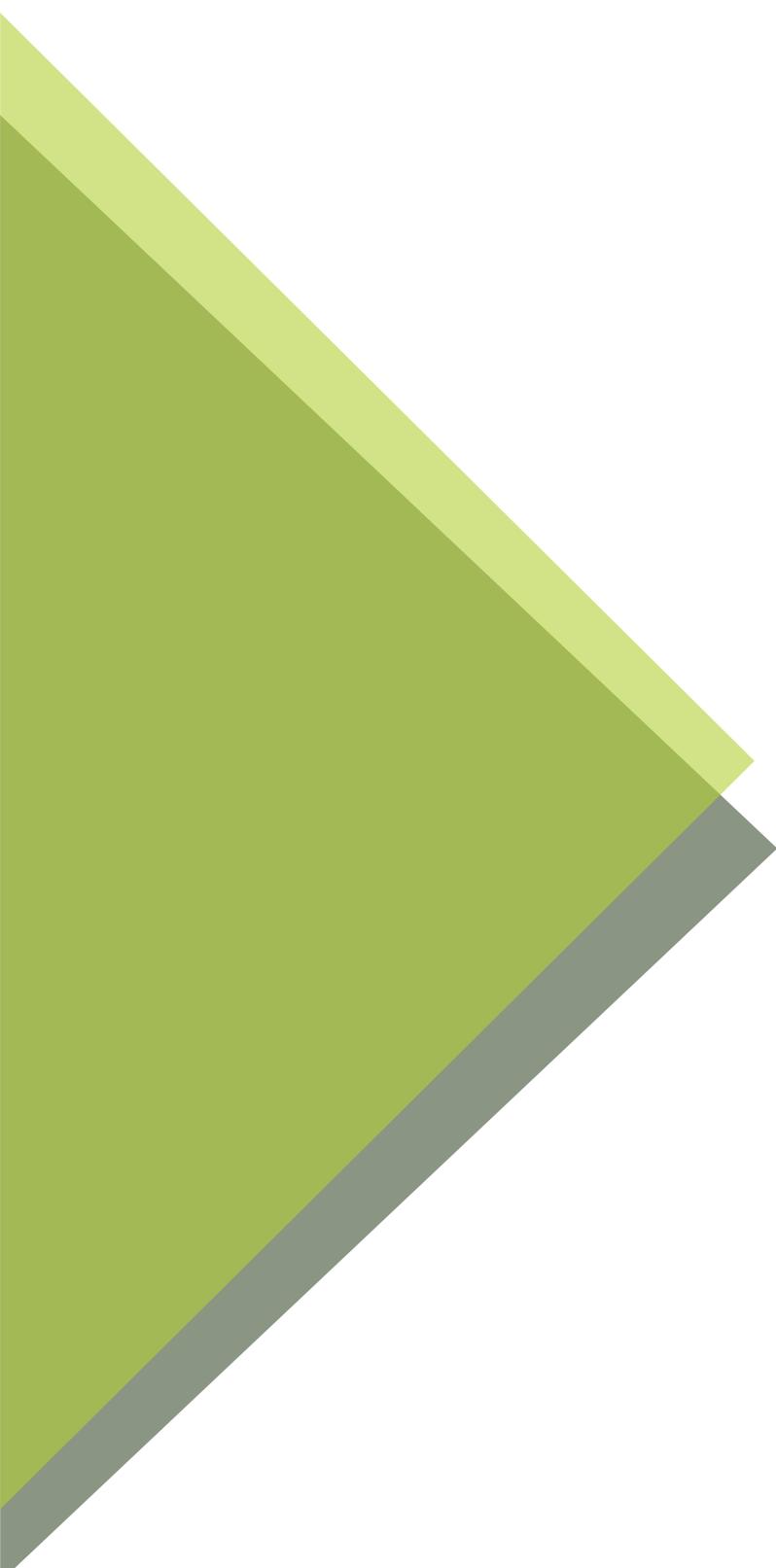
Conclusão

Os KPIs oferecem uma maneira eficaz de medir e acompanhar o desempenho de uma empresa em uma variedade de métricas diferentes. Ao entender exatamente o que são os KPIs e como implementá-los adequadamente, os gerentes são mais capazes de otimizar os negócios para o sucesso a longo prazo.

Mesmo se você optar em aprimorar os seus processos de maneira mais informal, mas de forma determinada ainda assim poderá perceber melhorias drásticas na sua empresa.

A chave é fazer alguma coisa.

Boa sorte na sua jornada.



Como Definir os Indicadores de Processos



Como Definir os Indicadores de Processos

Daniela Harumi Hotta

Indicadores de Processos

Os Indicadores de Processos são medidas quantitativas ou qualitativas usadas para avaliar o desempenho e a eficácia de um processo específico em uma organização. Eles fornecem informações objetivas e mensuráveis sobre o desempenho atual do processo, permitindo que os gestores identifiquem áreas de melhoria e tomem decisões informadas para otimizar os resultados.

Quais são os passos para definir os Indicadores de Processos?

A definição dos indicadores de Processos geralmente envolvem os seguintes passos:

Identifique o objetivo do processo: Comece por entender o propósito e o objetivo do processo que você deseja avaliar. O que você espera alcançar com esse processo? Quais são os resultados desejados?

Identifique as principais métricas: Determine as métricas que estão diretamente relacionadas ao objetivo do processo. Por exemplo, se o objetivo é reduzir o tempo de entrega, uma métrica relevante pode ser o tempo médio de processamento.

Estabeleça critérios de medição: Defina como você irá medir cada métrica escolhida. Determine as unidades de medida, os métodos de coleta de dados e os intervalos de tempo relevantes para cada indicador.

Defina metas e benchmarks: Defina metas realistas para cada indicador de processo, com base em seus objetivos e benchmarks da indústria. Essas metas devem representar um desempenho desejado e mensurável.

Estabeleça um sistema de coleta de dados: Crie um sistema para coletar e registrar os dados necessários para calcular os indicadores de processo. Isso pode envolver a implementação de ferramentas de coleta de dados, como sistemas de informação, formulários eletrônicos ou registros manuais.

Analise e interprete os resultados: Analise os dados coletados regularmente e interprete os resultados dos indicadores de processo. Identifique tendências, variações e áreas de oportunidade. Essa análise ajudará a identificar possíveis problemas e a tomar medidas corretivas, se necessário.

Ajuste e refine os indicadores: À medida que você ganha experiência com a medição e análise dos Indicadores de Processos, pode ser necessário ajustar ou refinar as métricas escolhidas. Se os indicadores não estiverem fornecendo informações úteis ou relevantes, considere substituí-los por outros mais adequados.

Lembre-se de que os Indicadores de Processo devem ser relevantes, mensuráveis, alcançáveis, relacionados aos objetivos do processo e adequados para a tomada de decisões. Ao definir e acompanhar os indicadores de processo, você poderá monitorar o desempenho, identificar oportunidades de melhoria e alcançar resultados melhores ao longo do tempo.

O que é possível obter ao utilizar os Indicadores de Desempenho na Gestão de Processos?

A Gestão de Processos é uma abordagem sistemática para identificar, mapear, analisar, melhorar e controlar os processos organizacionais. A Gestão de Processos tem como objetivo otimizar a eficiência, a eficácia e a qualidade dos processos, garantindo que eles estejam alinhados com os objetivos estratégicos da organização.

Os Indicadores de Desempenho, também conhecidos como KPIs (Key Performance Indicators), são ferramentas essenciais na gestão de processos. Eles são medidas quantitativas ou qualitativas que ajudam a monitorar, avaliar e comunicar o desempenho de um processo em relação aos objetivos estabelecidos.

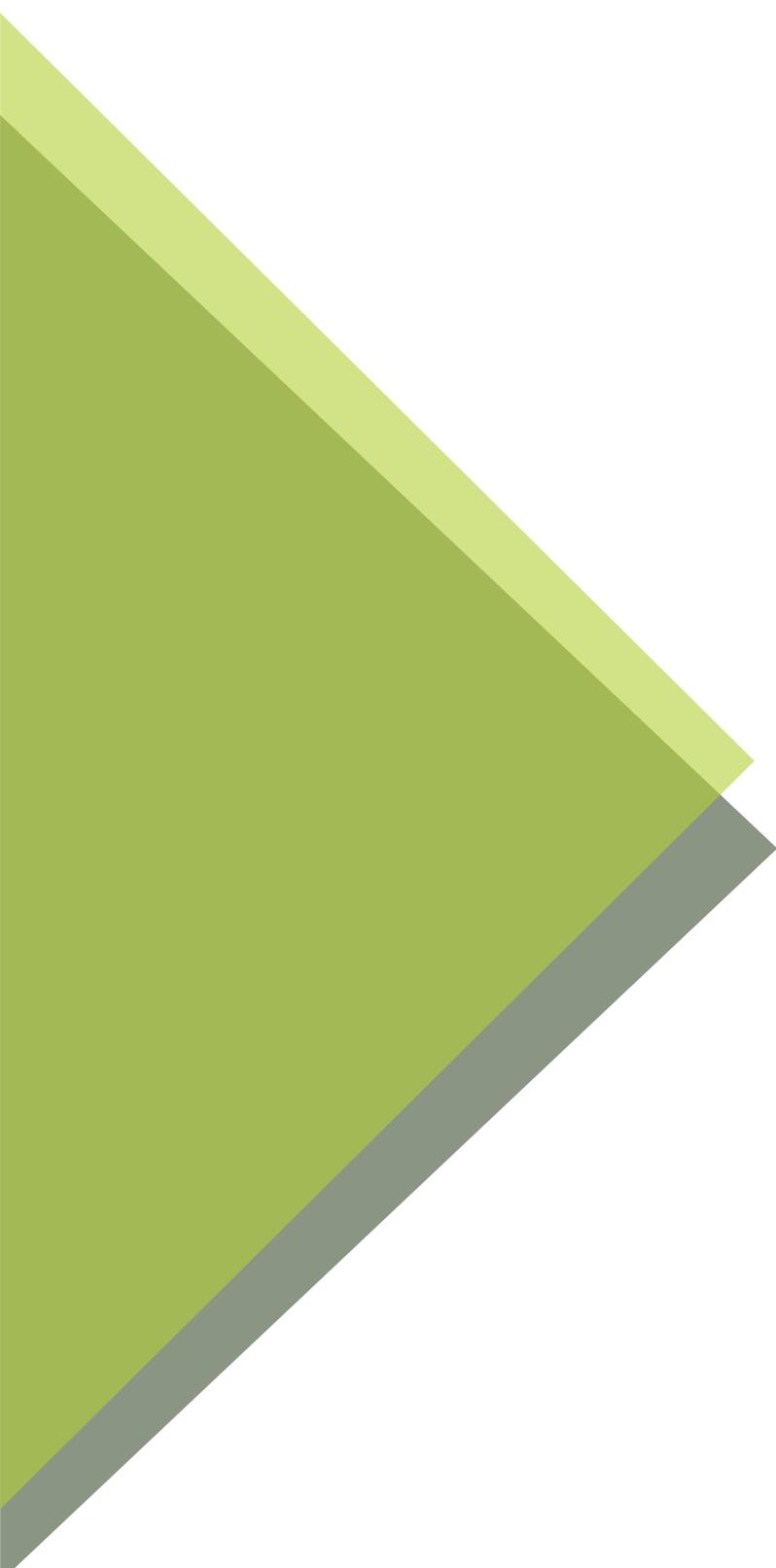
Ao utilizar Indicadores de Desempenho na Gestão de Processos, é possível obter uma avaliação do desempenho atual: Os Indicadores de Desempenho fornecem dados objetivos e mensuráveis sobre como um processo está funcionando atualmente. Eles podem medir aspectos como tempo, custo, qualidade, produtividade, satisfação do cliente, entre outros.

Identificar áreas de melhoria: Ao analisar os indicadores de desempenho, é possível identificar pontos fracos e gargalos nos processos. Eles ajudam a identificar áreas que precisam de melhorias e a priorizar esforços para otimizar o desempenho geral.

Estabelecer metas e objetivos: Os indicadores de desempenho permitem definir metas claras e mensuráveis para cada processo. Eles fornecem um referencial para avaliar o progresso e o alcance dos objetivos estabelecidos.

Tomar decisões embasadas em dados: Os indicadores de desempenho fornecem informações objetivas para embasar as decisões gerenciais. Eles ajudam a identificar tendências, desvios e padrões, facilitando a identificação de problemas e a implementação de ações corretivas.

Monitorar a eficácia das melhorias: Após a implementação de melhorias nos processos, os indicadores de desempenho permitem monitorar se as mudanças tiveram o impacto desejado. Eles ajudam a avaliar se as ações corretivas foram eficazes e se os resultados melhoraram.



Exemplos de Indicadores Gerenciais



Exemplos de Indicadores Gerenciais

Daniela Harumi Hotta

Indicadores Gerenciais

Antes de mencionarmos exemplos de Indicadores Gerenciais, é importante ressaltar que esses indicadores devem ser mensuráveis, relevantes, consistentes, realistas e orientados para os resultados da empresa. Eles devem refletir os objetivos do Planejamento Estratégico da organização e serem acompanhados regularmente para permitir a avaliação contínua do desempenho e a adoção de ações corretivas, se necessário.

O que são Indicadores Gerenciais?

Os Indicadores Gerenciais são medidas quantitativas ou qualitativas que utilizamos para avaliar o desempenho de uma organização, projeto ou processo. Eles são definidos para fornecer informações relevantes e úteis aos gestores e tomadores de decisão, permitindo que eles monitorem, controlem e melhorem o desempenho das atividades em busca dos objetivos estabelecidos.

Os Indicadores Gerenciais são selecionados com base nos objetivos do planejamento estratégico da organização e podem abranger diferentes áreas, como financeira, operacional, qualidade, produtividade, satisfação do cliente, recursos humanos, entre outras. Eles são essenciais para medir o progresso, identificar tendências, identificar desvios e apoiar a tomada de decisões informadas.

Exemplos de Indicadores Gerenciais

Alguns Exemplos de Indicadores Gerenciais mais comuns:

Receita: indicador financeiro que mede o montante de dinheiro que entra na organização por meio das vendas de produtos ou serviços.

Vendas: indicador comercial que mede o total de vendas realizadas, sendo em valores em reais, ou em quantidade de produtos e serviços.

Custo de produção: indicador operacional que mede o custo envolvido na produção de um produto ou serviço.

Produtividade Operacional (O.E.E): indicador operacional que mede o desempenho de máquinas e equipamentos de produção da empresa.

Taxa de rotatividade de funcionários: indicador de recursos humanos que mede a taxa de contratação e demissão de funcionários.

Nível de satisfação do cliente: indicador de qualidade que mede o grau de satisfação dos clientes em relação aos produtos, serviços ou atendimento.

Tempo de entrega: indicador logístico que mede o tempo necessário para entregar um produto ou serviço ao cliente.

No artigo “O que são Indicadores Gerenciais e Operacionais” podemos levantar mais alguns exemplos de Indicadores Gerenciais que podem ser utilizados na organização.

Como identificarmos os Indicadores Gerenciais que devemos utilizar na empresa?

A Identificação dos Indicadores Gerenciais que devem ser utilizados em uma empresa envolve um processo de análise e compreensão dos objetivos, metas e necessidades específicas da organização e atrelados ao Planejamento Estratégico. Aqui estão alguns

passos que podem ajudar nesse processo:

Defina os objetivos da empresa: Comece identificando os principais objetivos e metas estratégicas da empresa. Esses objetivos podem incluir aumento da receita, redução de custos, melhoria da satisfação do cliente, aumento da produtividade, entre outros.

Identifique as áreas-chave: Determine as áreas-chave da empresa que são críticas para alcançar os objetivos definidos. Essas áreas podem incluir vendas, marketing, operações, atendimento ao cliente, recursos humanos, entre outras.

Realize uma análise das necessidades: Avalie as necessidades específicas de cada área-chave. Identifique quais informações são essenciais para monitorar o desempenho e o progresso em direção aos objetivos estabelecidos. Considere as métricas financeiras, operacionais, de qualidade, de satisfação do cliente, entre outras.

Defina metas e metas intermediárias: Defina metas claras e mensuráveis para cada indicador. Essas metas devem ser realistas e alinhadas aos objetivos estratégicos da empresa. Também é útil estabelecer metas intermediárias para acompanhar o progresso ao longo do tempo.

Escolha os Indicadores Apropriados: Com base nas análises anteriores, selecione os indicadores que melhor representam o desempenho e o progresso em cada área-chave. Esses indicadores podem incluir métricas como receita total, margem de lucro, taxa de conversão de vendas, custo por lead, taxa de rotatividade de funcionários, entre outros.

Analise a disponibilidade de dados: Verifique se a empresa possui os dados necessários para calcular os indicadores escolhidos. Certifique-se de que os sistemas e processos adequados estejam em vigor para coletar, armazenar e analisar os dados relevantes.

Defina uma estrutura de relatórios: Crie uma estrutura clara para relatar e monitorar regularmente os indicadores gerenciais. Isso pode envolver a criação de painéis de controle, relatórios periódicos ou reuniões de revisão de desempenho.

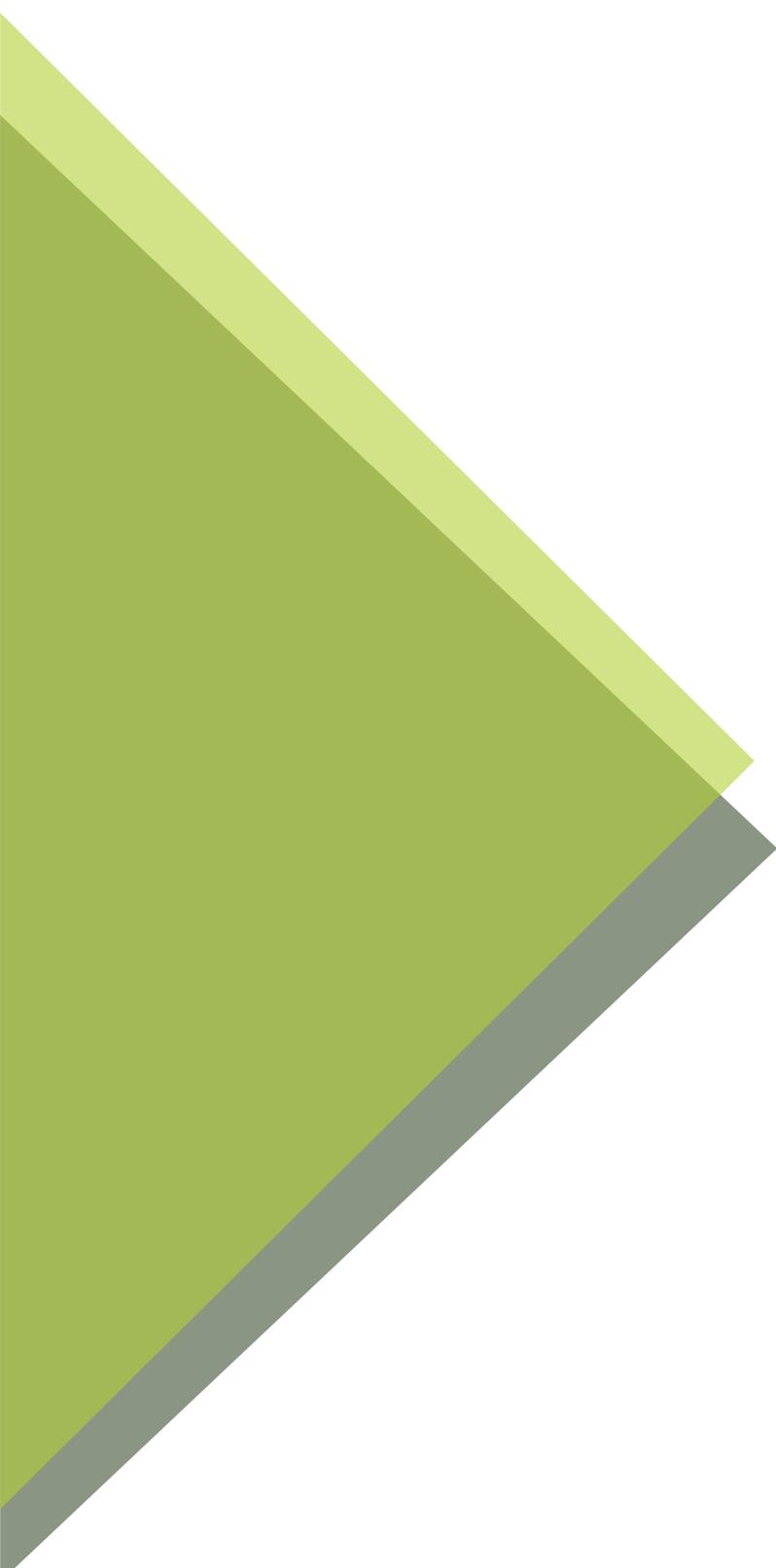
Acompanhe e ajuste: Monitore regularmente os indicadores gerenciais e compare os resultados reais com as metas estabelecidas. Analise as tendências e faça ajustes nos indicadores ou metas, se necessário, para melhorar o desempenho.

Lembrando que a definição de cada Indicador Gerencial pode variar de acordo com o



Exemplos de Indicadores Gerenciais

tipo de negócio, setor de atuação e objetivos específicos da empresa. É importante adaptar essas etapas ao contexto da organização e buscar a expertise de profissionais especializados, se necessário, para garantir uma seleção adequada dos indicadores que mais representam os objetivos da empresa.



Qual a finalidade dos Indicadores Operacionais



Qual a finalidade dos Indicadores Operacionais

Daniela Harumi Hotta

Indicadores Operacionais

Os Indicadores Operacionais, também conhecidos como Indicadores de Desempenho Operacional, tem a finalidade de medir e acompanhar o desempenho das atividades diárias e processos-chave de uma organização. Eles auxiliam na tomada de decisão diária da operação, pois acompanham os resultados em frequência menor, podendo ser diário, por período ou por hora, e os Indicadores Gerenciais que geralmente são mensais.

Qual a diferença entre Indicadores Operacionais e Gerenciais?

Os indicadores operacionais e gerenciais são importantes para a gestão eficaz, e eles têm finalidades diferentes e são utilizados em níveis diferentes da organização.

Indicadores Operacionais, são voltados para o monitoramento e controle das atividades operacionais e visam fornecer informações detalhadas sobre o desempenho em áreas



Qual a finalidade dos Indicadores Operacionais

específicas. Esses indicadores são geralmente mensuráveis, quantitativos e orientados para resultados. Alguns exemplos de indicadores operacionais incluem tempo de ciclo de produção, taxa de defeitos, produtividade por funcionário, taxa de atendimento de pedidos, entre outros.

Já os Indicadores Gerenciais, também conhecidos como Indicadores Estratégicos, são usados para auxiliar a tomada de decisões estratégicas e o acompanhamento do desempenho geral da organização. Eles são projetados para fornecer informações mais amplas e abrangentes sobre o progresso em relação aos objetivos estratégicos e às metas de longo prazo. Os indicadores gerenciais são mais voltados para a análise e interpretação dos resultados, fornecendo uma visão mais ampla e estratégica. Alguns exemplos de indicadores gerenciais incluem retorno sobre o investimento, participação de mercado, satisfação do cliente, lucratividade, entre outros.

Portanto os Indicadores Operacionais são utilizados para monitorar e controlar o desempenho das atividades diárias e processos operacionais, enquanto os Indicadores Gerenciais são utilizados para avaliar o desempenho estratégico da organização e apoiar a tomada de decisões. Ambos os tipos de indicadores são importantes para a gestão eficaz, e sua seleção e utilização dependem dos objetivos e das necessidades específicas de cada organização.

Exemplos de Indicadores Operacionais

Os Indicadores Operacionais podem abranger uma ampla gama de áreas operacionais, dependendo do tipo de organização e de seus objetivos específicos. Alguns exemplos comuns de Indicadores Operacionais incluem:

Produtividade: mede a eficiência com a qual os recursos são utilizados para produzir bens ou serviços. Pode incluir indicadores como unidades produzidas por hora, taxa de utilização da capacidade ou tempo médio de produção.

Qualidade: avalia a conformidade dos produtos ou serviços com os padrões estabelecidos. Pode incluir indicadores como taxa de defeitos, índice de retrabalho ou satisfação do cliente.

Tempo: mede o tempo necessário para executar determinadas atividades ou processos. Pode incluir indicadores como tempo médio de ciclo, tempo de entrega ou tempo de resposta ao cliente.

Custo: avalia os custos associados às operações. Pode incluir indicadores como custo



Qual a finalidade dos Indicadores Operacionais

por unidade produzida, custo de mão de obra ou custo de manutenção.

Segurança: monitora a segurança das operações e a prevenção de acidentes. Pode incluir indicadores como taxa de acidentes de trabalho, número de incidentes relatados ou horas trabalhadas sem acidentes.

No artigo O que são Indicadores Gerenciais e Operacionais podemos ler um pouco mais sobre exemplos de indicadores.

O que são Indicadores de Erros Operacionais?

Indicadores de Erros Operacionais são métricas ou medidas utilizadas para acompanhar e avaliar a ocorrência de erros em processos operacionais dentro de uma organização. Esses indicadores fornecem informações sobre a eficiência e a eficácia dos processos, permitindo que as empresas identifiquem áreas problemáticas, tomem medidas corretivas e melhorem a qualidade de suas operações.

Os Indicadores de Erros Operacionais podem variar dependendo do setor e das atividades específicas de uma organização, mas geralmente incluem métricas relacionadas a:

Taxa de erro: Essa métrica mede a frequência ou a proporção de erros em relação ao total de operações ou transações executadas. Pode ser expressa como um número absoluto de erros ou como uma porcentagem do total de operações.

Tempo médio para corrigir erros: Essa métrica indica quanto tempo leva para identificar e corrigir um erro operacional. Um tempo mais curto geralmente indica uma capacidade eficiente de resposta a erros.

Custo dos erros: Essa métrica avalia o impacto financeiro dos erros operacionais. Pode incluir custos diretos, como perdas financeiras, retrabalho ou despesas com reparos, bem como custos indiretos, como a perda de clientes ou danos à reputação.

Taxa de retrabalho: Essa métrica mede a proporção de tarefas que precisam ser refeitas devido a erros ou falhas. Uma alta taxa de retrabalho indica uma baixa qualidade ou eficiência nos processos operacionais.

Satisfação do cliente: Embora não seja um indicador direto de erros operacionais, a satisfação do cliente pode refletir a ocorrência de erros. Uma queda na satisfação do cliente pode indicar a presença de erros recorrentes ou problemas operacionais.



Qual a finalidade dos Indicadores Operacionais

Esses indicadores podem ser monitorados regularmente por meio de sistemas de monitoramento e relatórios internos. Ao acompanhar essas métricas, as organizações podem identificar tendências, tomar medidas corretivas e implementar melhorias contínuas nos processos operacionais, com o objetivo de reduzir erros e aumentar a eficiência e a qualidade das operações.



Os 05 principais Indicadores de Recursos Humanos



Os 05 principais Indicadores de Recursos Humanos

Vanderlei Silva

Indicadores de RH

Os indicadores estratégicos de desempenho de recursos humanos ou simplesmente indicadores de recursos humanos KPI são métricas usadas para avaliar o desempenho de um determinado processo, atividade ou pessoas.

Os principais indicadores de desempenho de recursos humanos são usados como referência para atingir determinados objetivos da empresa. Em suma, os indicadores importantes de recursos humanos são usados como referência para medir o desempenho dos funcionários e da empresa.

Os indicadores de desempenho de recursos humanos que você define para medir o desempenho da sua empresa devem ser concretos, mensuráveis, alcançáveis e relevantes, o que significa que devem ser sólidos, servir a um propósito específico, podem ser medidos, devem ser realistas, o que determinará seu sucesso e também contribuirá para o sucesso geral da sua empresa.

Mas afinal, quais são os indicadores importantes de recursos humanos?

Feito um balanço cheguei à conclusão de que mesmo os indicadores básicos de recursos humanos são suficientes para se fazer gestão de pessoas.

Pode parecer exagero, mas para fazer gestão de pessoas tem que gostar de pessoas, tem que se importar de verdade com o bem-estar e o desenvolvimento delas.

Obviamente, que se conseguirmos acompanhar alguns indicadores de gestão e em particular os principais indicadores de recursos humanos pode-se definir ações para eventuais correções de rota.

Neste sentido, segue abaixo alguns exemplos de indicadores de RH que temos recomendado para os nossos clientes:

1. Produtividade do colaborador

Diferentes empresas medem a produtividade dos funcionários de maneira diferente. Como regra geral, se o funcionário está no escritório das 9 às 18 horas por exemplo, esse não deve ser o KPI para medir seu sucesso.

O que importa é o que ele conseguiu realizar enquanto trabalhava no escritório, na produção ou em casa durante todo o dia e esse é o KPI mais importante para medir o produto do colaborador e requer uma análise cuidadosa.

Os funcionários são o maior patrimônio de uma empresa. São eles que ajudam a impulsionar seu sucesso. Faz sentido que eles recebam as ferramentas e o suporte de que precisam para realizar o trabalho com eficiência. Em outras palavras, eles devem ser capazes de realizar suas tarefas em um nível superior. E é exatamente isso que as melhores empresas estão fazendo.

2. Taxa de Retenção

Este é um dos indicadores de gestão mais importantes que é usado para medir o sucesso de uma empresa. Este KPI indica claramente a estabilidade do emprego da empresa.

E para manter sua equipe, você deve manter um alto nível de retenção. Para conseguir isso, você deve ser capaz de calcular e entender sua taxa de retenção de funcionários



Os 05 principais Indicadores de Recursos Humanos

Uma taxa de retenção de funcionários analisa a retenção de seus funcionários em um determinado período de tempo. Ele complementa sua métrica de taxa de rotatividade, fornecendo uma imagem mais abrangente da transferência de funcionários do que qualquer métrica isolada.

Quando você pode aumentar e manter sua taxa de retenção, você pode se concentrar nos aspectos mais importantes do seu negócio em vez de ter que continuamente procurar, contratar e educar novos funcionários.

As taxas de retenção de funcionários são as porcentagens de colaboradores que permanecem, enquanto as taxas de rotatividade são as porcentagens de funcionários que saem.

A primeira etapa para determinar uma taxa de retenção de funcionários é determinar qual período de tempo você deseja usar para calcular a retenção. Algumas empresas calculam sua taxa de retenção anualmente.

Divida o número de funcionários que permaneceram na sua empresa durante o período de tempo integral pelo número de funcionários com os quais você começou no primeiro dia para calcular a taxa de retenção. Em seguida, multiplique esse valor por 100 para calcular sua taxa de retenção de funcionários.

Suponha que você queira saber a taxa de retenção de funcionários no último mês. Você tinha 30 funcionários no primeiro dia do mês e 28 funcionários no último dia do mês, pois dois membros da equipe deixaram sua empresa para explorar outras possibilidades. Nesse caso, sua taxa de retenção de funcionários seria $(28/30)$ multiplicada por 100, ou 93.33%.

Taxas de retenção de funcionários de 90% ou mais são geralmente consideradas boas. Isso implica que uma corporação deve se esforçar para uma taxa média de rotatividade de funcionários de 10% ou menos.

Manter um ambiente e condições de trabalho adequados, remuneração de acordo com mercado, plano de desenvolvimento, liderança e equipe comprometida e participativa, respeito a diversidade e ao meio ambiente são questões a serem observadas pelas organizações para conseguir pessoas felizes e motivadas.

3. Eficiência do Treinamento

Medir a eficiência do treinamento também é um indicador de recursos humanos importante para avaliar o desempenho da empresa. Medir a eficácia do treinamento não é tão simples assim. Você precisa definir claramente algumas metas e determinar se os funcionários atingiram essas metas.

Quando o treinamento terminar e os funcionários atingirem as metas, isso significa que o treinamento oferecido foi eficaz e certamente os ajudará a ter um melhor desempenho em seu trabalho dentro da empresa.

4. Taxa de ausência ou absenteísmo

Medir uma taxa de ausência é outro KPI muito importante para o RH. Este KPI mostra basicamente as ausências de funcionários, licenças médicas, não programadas e inesperadas.

A taxa de ausência normal é de 1 a 2%. A taxa de ausência mais alta deteriora o nível de trabalho na empresa, o que resulta em aumento do nível de estresse. A taxa de ausência varia mês a mês.

Os custos da taxa de ausência podem ser medidos facilmente com base no valor da hora trabalhada.

Cabe a supervisão, gerenciar os níveis de absenteísmo das áreas sob sua responsabilidade para mitigar os riscos.

Vale lembrar que condições ou postos de trabalho inadequados, remuneração abaixo de mercado, falta de um plano de desenvolvimento e de avaliação, falta de feedback e de diálogo, liderança autoritária e pouco participativa são aspectos que comprometem a motivação e conseqüente o absenteísmo.

5. Taxa de Acidentes

A medição de acidentes no local de trabalho é outro KPI importante a ser anotado, o que o ajudará a evitar problemas futuros.

Cabe a supervisão manter altos níveis de segurança em suas áreas de responsabilidade, orientar e desenvolver suas equipes sobre a importância de se observar e eliminar os menores riscos e/ou atos inseguros pois o que difere o pequeno ou grande acidente é simplesmente a sorte.



Os 05 principais Indicadores de Recursos Humanos

Portanto...

Como gestor, sua presença no trabalho deve ser percebida de forma positiva, como alguém que agrega valor, que apoia a equipe, que dá autonomia, mas decide quando tem que decidir. Os aspectos comportamentais da liderança soft skills já foram tratados em outro artigo.

Então, defina metas, estabeleça indicadores de desempenho da área de RH e um sistema eficiente de cobrança além de desenvolver equipes de melhoria na fábrica ou no escritório que possam ajudar na implantação das ações. Utilize a tecnologia sempre que possível sem esquecer que:

Liderança é a habilidade de influenciar e inspirar pessoas, servindo-as com amor, caráter e integridade, para que vivam com equilíbrio e trabalhem com entusiasmo em direção a objetivos e resultados legítimos.

Marco Fabossi

Boa sorte em sua jornada.



Indicadores de Desempenho da Produção Industrial



Indicadores de Desempenho da Produção Industrial

Vanderlei Silva

Indicadores Industriais

Quer melhorar a produtividade da sua fábrica? Então você precisa conhecer os 12 indicadores de desempenho da produção industrial. Neste artigo, vamos mostrar como esses indicadores podem ajudar a identificar gargalos, otimizar processos e impulsionar a eficiência da sua operação. Não perca tempo e comece a transformar sua fábrica hoje mesmo!

Mas afinal o que são os indicadores de desempenho da produção industrial?

Os indicadores de desempenho da produção industrial são medidas quantificáveis do desempenho da produção. Eles ajudam os fabricantes a entender o que precisam fazer para melhorar.

Os principais indicadores de desempenho da produção industrial (KPIs) acompanham medições importantes para ajudar as empresas a tomar decisões críticas. Os KPIs

devem estar relacionados aos seus objetivos de negócios e ajudá-lo(a) a entender como alcançá-los.

Os KPIs também são métricas, mas nem todas as métricas são indicadores-chave de desempenho. As métricas medem como o negócio está indo em uma área específica.

Os KPIs são as métricas mais essenciais para o seu negócio e os mais comuns utilizados são o crescimento da receita e as margens de lucro, mas os principais indicadores de desempenho da produção industrial ajudam a garantir a otimização nessa área.

O que define um bom indicador de desempenho da produção industrial?

1. Está alinhado com os objetivos da empresa

Todas as organizações têm objetivos pelos quais estão lutando. Os indicadores de desempenho industrial devem estar alinhados com os objetivos da sua empresa para ajudar a medir seu sucesso em relação a esses objetivos.

2. É específico e mensurável

Com qualquer KPI, ele deve definir e medir algo tangível para que você possa ver se está no caminho certo para atingir seus objetivos. Os KPIs devem ser o mais específicos possíveis para serem úteis.

3. Fornece valor alcançável

Um KPI deve ser algo alcançável para fornecer valor verdadeiro. Tem que ser acionável, o que significa que os dados que fornece são usados para fazer melhorias conforme necessário.

Você pode implantar um programa de melhoria contínua através do pensamento enxuto Lean por exemplo utilizando equipes de melhoria de processos como evidenciamos no artigo [melhoria_de_processos_industriais.docx](#) para obter estes benefícios.

Por que os fabricantes devem utilizar indicadores de desempenho da produção industrial?

Os KPIs para produção ajudam os fabricantes a descobrir oportunidades para aumentar a satisfação do cliente, melhorar a competitividade e reduzir custos. Ao

revisar os KPIs regularmente, os fabricantes podem verificar como estão medindo métricas importantes e fazer os ajustes necessários.

Quais são os 12 principais KPIs da manufatura e como calculá-los?

Existem muitas métricas de fabricação que podem ser usadas como KPIs. Então, quais são os KPIs essenciais para usar na fabricação? E como você mede os KPIs na fabricação? A seguir estão os KPIs que descobrimos serem mais usados por nossos clientes. Os KPIs importantes para sua empresa dependerão de sua estratégia de negócios.

1. Entrega no prazo

Se os fabricantes querem manter os clientes satisfeitos, eles precisam garantir entregas no prazo. Idealmente, você deseja uma taxa de sucesso de 100%. Se as entregas não estiverem sendo feitas no prazo, pode haver vários motivos. Suprimentos atrasados, um cronograma de produção irreal ou mau funcionamento das máquinas são alguns exemplos. Ter uma alta taxa de sucesso de entrega é importante para manter os clientes atuais e atrair novos.

Cálculo: $\text{Unidades entregues no prazo} \times \text{Total de unidades entregues}$

2. Cumprimento do Cronograma de Produção

Isso ajuda os fabricantes a ver se a produção foi bem planejada e se os parâmetros de referência estão sendo atendidos pelos trabalhadores. Ele permite que os fabricantes determinem se há problemas de desempenho que afetam as entregas. Não basta saber se as entregas estão sendo feitas no prazo. Você também deve determinar quais fatores estão afetando a produção para que possam ser ajustados para melhorar o desempenho da entrega.

Cálculo: $(\text{Saída real} \times \text{Saída planejada}) \times 100$

3. Tempo Total de Ciclo

Este KPI mede quanto tempo leva para que um pedido do cliente seja concluído, desde o início da produção até o embarque. Não inclui pausas ou tempo de espera, apenas o tempo real de fabricação do produto. O tempo total do ciclo considera todos os fatores da produção, desde as matérias-primas até os produtos acabados. Ele calcula a média dos tempos de ciclo de todos os pedidos. Incluído nessa métrica está o tempo de ciclo

da máquina, que mostra o desempenho da máquina e deve ser comparado ao tempo de ciclo ideal da máquina.

Cálculo: Tempo de Produção Líquido x Número de Unidades Produzidas

4. Taxa de transferência

Este permite que você veja o quão bem suas máquinas estão produzindo. Esse KPI é revisado em tempo real para resolver quaisquer problemas antes que eles se tornem um problema maior. A taxa de transferência é tanto melhor quando os funcionários estão capacitados a operar as máquinas sob sua responsabilidade. Além disso, o rendimento é pleno quando as máquinas são mantidas em boas condições de funcionamento e há pontos de contato ou etapas mínimas que requerem a atenção do operador para fabricar o produto.

Cálculo: Número de Unidades Produzidas x Tempo Total de Produção

5. Utilização da capacidade

Essa métrica ajuda a determinar se uma máquina está produzindo em sua capacidade máxima. Idealmente, você deseja que a máquina esteja sempre em boas condições de funcionamento, sem tempo de inatividade. Como o maquinário de produção é caro, você não quer que ele fique ocioso. É importante que as máquinas funcionem com capacidade máxima para aumentar a eficiência e reduzir os custos.

Cálculo: $(\text{Produção Real} \times \text{Produção Potencial}) \times 100$

6. Tempo de Mudança

Isso rastreia o tempo necessário para fazer tudo para uma execução de produção. Atividades como descarregar/carregar, reequipar, calibrar e programar para o próximo trabalho. Ter essas informações ajuda os fabricantes a ver as áreas de melhoria. Talvez as atividades possam ficar melhor organizadas para a configuração, ou talvez seja necessário mais treinamento da equipe no maquinário. Quanto mais rápido o tempo de troca, menor o custo de produção.

Cálculo: Tempo para produzir o primeiro item de qualidade em um conjunto de produtos
– Tempo para produzir o último item de qualidade em um conjunto de produtos

7. Rendimento



O KPI de rendimento também é conhecido como First Time Through (FTT). Ele mede quantos produtos foram fabricados sem erros com base no número total produzido. Portanto, se você tivesse 10 produtos, mas 1 fosse defeituoso, você teria $(10 - 1) = 9$ $10 = 0,90$ ou 90% de rendimento do produto sem defeitos.

Cálculo: $(\text{Total de Itens Produzidos} - \text{Itens Defeituosos}) / \text{Itens Produzidos}$

8. Refugo

Normalmente, o material que não atende aos padrões de qualidade é considerado refugo. No entanto, alguns fabricantes contabilizam como refugo qualquer matéria-prima que não foi utilizada na produção. Manter o controle do refugo ajudará a manter os custos baixos e a produzir produtos de melhor qualidade.

Cálculo: $\text{Sucata Total} / \text{Produção Total do Produto}$

9. Manutenção planejada

Ao determinar o KPI de manutenção planejada, é importante considerar todas as manutenções de emergência como parte da manutenção total. Deve haver menos de 15% da manutenção planejada que é considerada ordem de serviço de emergência. A manutenção de emergência é muito mais cara do que a manutenção planejada, pois envolve horas extras, peças apressadas, produção sucateada, etc. Deve ser evitada o máximo possível para não reduzir os lucros ou causar dores de cabeça, como tempo de inatividade e frustração dos funcionários.

Cálculo: $(\text{Tempo de manutenção planejada} / \text{Tempo total de manutenção}) \times 100$

10. Disponibilidade

A disponibilidade é a medida do tempo de atividade e do tempo de inatividade da máquina. É importante entender quanto tempo de inatividade sua empresa tem, pois é caro e a maior perda enfrentada pela maioria dos fabricantes. Ao calcular a disponibilidade, é essencial que o tempo de inatividade planejado e não planejado seja considerado na equação. Também é importante acompanhar os motivos do tempo de inatividade. Esses registros podem então ser estudados para identificar áreas de melhoria.

Cálculo: $\text{Uptime} / (\text{Uptime} + \text{Downtime})$

11. Taxa de Devolução do Cliente

Este KPI é simples, mas importante. Quantas mercadorias os clientes estão rejeitando? É vital ficar de olho neste KPI porque as devoluções não apenas fazem com que uma empresa perca dinheiro por ter que retrabalhar as mercadorias, mas também podem prejudicar sua reputação e taxa de retenção de clientes. Quando as mercadorias são devolvidas, é fundamental descobrir o motivo e fazer as correções imediatamente.

Cálculo: Mercadorias Rejeitadas x Número Total de Mercadorias Entregues

12. Eficácia geral do equipamento

Esse KPI crítico mede a capacidade de um equipamento produzir como um agregado de disponibilidade, desempenho e qualidade, mas não leva em consideração quando as máquinas param de funcionar ou quando a manutenção é realizada. Portanto, lembre-se de que esse KPI não mostra a imagem inteira. Você pode ver uma alta taxa de eficácia, mas considere quaisquer problemas subjacentes que possam influenciar.

Cálculo: Disponibilidade x Desempenho x Qualidade

Como os fabricantes tornam seus KPIs acionáveis?

Não faz sentido medir algo se você não planeja usar as informações. É essencial pegar os KPIs mais importantes para aumentar o sucesso do seu negócio e usá-los para torná-lo melhor.

As principais partes interessadas devem receber informações de medição de KPI. Use o feedback das partes interessadas para fazer melhorias em seus KPIs. Os KPIs devem ajudá-lo a ver onde você está indo bem e onde poderia melhorar, para que possa fazer alterações. Se seus KPIs estiverem vinculados à sua estratégia de negócios, eles podem gerar ações que o levarão a um caminho positivo.

Como encontrar os melhores KPIs para a manufatura?

Esses não são os únicos KPIs de fabricação, mas são alguns dos mais usados no setor. Cada negócio precisa usar KPIs que funcionem com sua própria estratégia. E lembre-se de usar as informações obtidas para melhorar a lucratividade, a competitividade e a satisfação do cliente.

Quais são os diferentes KPIs na manufatura enxuta?

Os KPIs importantes para a manufatura enxuta são aqueles que se concentram na redução do desperdício ou no aumento da produtividade. Cumprimento do cronograma de produção, tempo total do ciclo e refugo são alguns exemplos. Os KPIs de manufatura enxuta também avaliam o progresso das iniciativas de melhoria enxuta e de processos ou Kaizen.

ERP de fabricação moderna pode rastrear facilmente seus KPIs

À medida que uma empresa de manufatura cresce, torna-se difícil rastrear os KPIs. Também é desafiador se manter competitivo sem as ferramentas certas. O ERP de manufatura inteligente fornece automação e os módulos de que você precisa para operar com eficiência. Ele fornece painéis que mostram métricas e KPIs em tempo real para obter insights de negócios. O ERP moderno possui funcionalidade avançada que permite identificar e capitalizar maneiras de aumentar a produtividade e a receita.

Ao usar um sistema ERP de manufatura, ele possui KPIs predefinidos que podem ser usados como estão ou ajustados para se adequar ao seu negócio. O ERP moderno possui inteligência de negócios que permite analisar informações para saber mais sobre um KPI ou definir mais medições para uma determinada situação.

KPIs devem ser usados para ajudar a tomar decisões de negócios importantes. Aqueles que usam KPIs devem se apropriar de suas métricas de fabricação específicas e mantê-las sob controle para fazer melhorias conforme necessário. Os KPIs devem mudar conforme necessário – por exemplo, para monitorar uma situação específica. Os KPIs devem rastrear apenas problemas críticos de gerenciamento. O número de KPIs para um negócio deve ser em torno de 10, pois muitos podem se tornar incontroláveis e ineficazes.

Interessado em saber mais sobre KPIs de fabricação ou indicadores de desempenho da produção industrial pode ajudá-lo a obter uma visão mais ampla das necessidades de seus negócios? Contate-nos.

A chave é fazer alguma coisa. Boa sorte na sua jornada!



O que são Indicadores de Produtividade?



O que são Indicadores de Produtividade?

Vanderlei Silva

Indicadores de Produtividade

Vamos falar sobre um assunto que pode parecer um pouco técnico, mas é essencial para qualquer empresa que queira melhorar seus resultados: os indicadores de produtividade. Se você já ouviu falar sobre esse tema, mas ainda não sabe exatamente o que é, ou se nunca ouviu falar, este post é para você. Vamos explicar de forma simples e direta o que são indicadores de produtividade e como eles podem contribuir para avaliar a eficiência das equipes e do negócio e ajudar a sua empresa a crescer.

Mas afinal o que são indicadores de produtividade?

Os Indicadores de produtividade ou de desempenho são métricas muito relevantes para medir o nível de trabalho do seu negócio e como isso está afetando os resultados – positiva ou negativamente.

Os indicadores de produtividade medem a performance do negócio em diversas áreas.



O que são Indicadores de Produtividade?

Em inglês, são chamados de KPIs – Key Performance Indicator –, que, em português, pode ser traduzido como “Indicador-chave de Desempenho”.

Esses indicadores de produtividade são utilizados para avaliar o desempenho de processos, equipes, áreas de negócios e os resultados gerais da organização, tanto de maneira quantitativa, quanto qualitativa.

A base inicial dessa avaliação é o que está sendo feito hoje em dia. Assim, é possível medir de forma comparativa, para entender se houve crescimento ou não.

Em um contexto econômico tão competitivo e que exige das organizações práticas cada vez melhores, conseguir fazer mais com menos recursos e em menor tempo é indispensável.

Como funcionam os indicadores de produtividade?

De maneira geral, os indicadores de produtividade medem o desempenho da empresa, de uma equipe, de um funcionário, de uma campanha ou de uma estratégia (entre outras ações) para sair do ponto A e ir até o ponto B.

Para conseguir avaliar a performance do negócio, aqui vão os passos básicos para quem deseja fazer uso dos KPIs:

Entenda o momento atual da empresa: antes de qualquer coisa, é necessário entender onde sua empresa está. Quanto ela produz por ano? Qual foi o resultado do último balanço? Como está a carteira de clientes? Qual a posição da sua marca no mercado? Etc.

Defina objetivos: agora que você já sabe onde está, é preciso definir onde deseja chegar. Portanto, defina objetivos de curto, médio e longo prazo.

Encontre indicadores que traduzam as metas: dentro dos objetivos, deve-se definir quais indicadores serão capazes de medir e comprovar o avanço estratégico (mais exemplos à frente).

Defina objetivos para cada indicador: cada indicador deve ter metas específicas, que, quando somadas, representam o todo da sua estratégia de negócio.

Envolva a equipe: todo o time da empresa deve participar ativamente da estratégia



O que são Indicadores de Produtividade?

para, então, se sentir parte do todo e, claro, dos resultados alcançados!

O aumento dos indicadores de produtividade versus o aumento da produção
Muitas empresas podem confundir o aumento dos indicadores de produtividade com o aumento da produção. É importante destacar que esses conceitos não são a mesma coisa.

O aumento da produção diz respeito à obtenção de mais produtos, por meio da contratação de mais funcionários, aquisição de mais equipamentos e matéria-prima, além de horas extras e dinâmica dos turnos.

Já o aumento dos indicadores de produtividade refere-se à melhoria dos processos internos, seja na indústria, seja em empresas de diferentes ramos. Essa melhoria se dá por meio de treinamentos, automatização de procedimentos e otimização de recursos e atividades.

Compreender a diferença entre os conceitos é fundamental para definir indicadores de produtividade. Afinal, estamos falando de mudanças na cultura organizacional, que podem, inclusive, garantir aumento na produção.

Existem diversas formas para promover a melhoria dos indicadores de produtividade, mas saber quais são as mais adequadas ainda requer por parte das empresas um melhor entendimento para poder explorá-las adequadamente.

Vale lembrar que algumas destas formas já foram apresentadas no artigo publicado em nosso blog <https://b2i.network/melhoria-de-processos-industriais/>

Qual a importância dos indicadores de produtividade?

Empresas de pequeno, médio e grande porte se beneficiam das estratégias com os indicadores de produtividade.

O acompanhamento de métricas de desempenho é fortemente baseado em análise de dados – o que garante mais assertividade na tomada de decisões.

Os indicadores de produtividade vão medir os sucessos e os fracassos do negócio. Essenciais na avaliação da estratégia, esses índices não são fixos. Eles podem ser alterados de acordo com a variação do mercado e as novas necessidades da empresa.

Eles servem como um guia para trilhar o caminho correto rumo ao sucesso e,



O que são Indicadores de Produtividade?

justamente por isso, devem ser revisados periodicamente.

Um exemplo simples: o planejamento de janeiro de 2020 precisou ser bastante alterado dois meses depois, quando empresas ao redor do mundo tiveram sua rotina completamente transformada em função da pandemia.

E isso vale não apenas para grandes acontecimentos, mas, também, para outros pontos, como mudanças no comportamento do consumidor e novos posicionamentos de mercado. Destacamos, ainda, outras vantagens dos indicadores:

- Compreender com clareza o status da empresa em relação às metas almejadas;
- Atualizar a estratégia em tempo real e se destacar entre os concorrentes;
- Melhorar a percepção sobre as equipes e, ainda, a forma como os funcionários estão enxergando a estratégia;
- Engajar os funcionários com metas reais e facilmente compreendidas;
- Detectar gargalos e possibilidades de melhorias nos processos;
- Aumentar os resultados e incrementar os lucros.

Quais são os principais indicadores?

Se você ainda está em dúvida sobre como medir o desempenho da empresa, listamos a seguir os principais indicadores de produtividade que podem ser utilizados em diferentes negócios.

Indicadores de qualidade

Medem se o resultado final atende às expectativas previstas no início do projeto. Elas podem medir a quantidade de produtos vendidos ou a satisfação do cliente com a empresa, por exemplo.

Indicadores estratégicos

Permitem analisar se as metas estão sendo, de fato, alcançadas. Nesse caso, avalia-se os percentuais alcançados em um determinado período. Se o número não for satisfatório, será preciso rever as estratégias.



O que são Indicadores de Produtividade?

Indicadores de lucratividade

Analisa se um projeto é de fato lucrativo para que a empresa decida se vale a pena mantê-lo em seu escopo de ações. Um bom índice para medir é o ROI – Retorno Sobre Investimento, que calcula quanto você tem de lucro para cada real investido.

Indicadores de capacidade

Medem quanto uma pessoa ou uma equipe consegue produzir em um determinado período com determinados recursos. Dessa forma, é possível delimitar prazos mais realistas de entrega.

Como a tecnologia pode ser usada para aumentar a produtividade?

Ter uma boa plataforma de Softwares de Gerenciamento de Processos é um diferencial importante para medir os indicadores de desempenho.

Essa ferramenta permite monitorar uma série de informações, incluindo o tempo médio de execução de tarefas e a capacidade produtiva por setor, o que contribui para medir os índices de produtividade e traçar novas rotas.

Com esta plataforma também é possível monitorar os processos para identificar possíveis gargalos, acompanhar métricas de uma área (como um orçamento previsto), identificar etapas que podem ser realizadas de forma automática. A tecnologia fornecerá uma base concreta para a tomada de decisões mais assertivas e, com isso, uma melhor entrega de resultados.

Como exemplo, pode ser muito útil para a área de recursos humanos para medir absenteísmo (faltas) dos funcionários, clima organizacional, rotatividade, retenção de talentos, entre outros.

Quando falamos em vendas, com uma ferramenta de processos integrada a uma ferramenta CRM (gestão de clientes), podemos medir taxas como índice de conversão de clientes e ticket médio.

Diferentes sistemas corporativos integrados, possibilitam modelar e automatizar processos de forma a otimizar as rotinas de trabalho e garantir dados confiáveis para a avaliação de desempenho. Tudo isso com dashboards visuais e customizáveis.



O que são Indicadores de Produtividade?

Mesmo se você optar em utilizar os indicadores de desempenho dos seus processos de maneira mais informal e menos automatizada, mas se de forma determinada avaliar regularmente as tendências e eventuais desvios em relação as metas estabelecendo ações preventivas e corretivas poderá perceber melhorias drásticas nos resultados da sua empresa.

A chave é fazer alguma coisa.

Boa sorte na sua jornada.



O que são Indicadores de Qualidade?



O que são Indicadores de Qualidade?



O que são Indicadores de Qualidade?

Vanderlei Silva

Indicadores de Qualidade

E aí, pessoal! Vocês já ouviram falar sobre o que são indicadores de qualidade? Sabe aquelas ferramentas que nos ajudam a medir e avaliar o desempenho das organizações? Pois é, eles são superimportantes para garantir que tudo esteja funcionando da melhor forma possível. Neste post, vamos desvendar o que são esses indicadores de qualidade e por que eles são tão essenciais para o sucesso das empresas.

Vale lembrar que como diziam Robert Kaplan e David Norton, criadores da metodologia BSC (Balanced Scorecard): “O que não é medido não é gerenciado”.

Então, prepara-se para mergulhar nesse assunto e descobrir como eles podem fazer a diferença no seu negócio. Vamos lá!

Mas afinal o que são indicadores de qualidade?



O que são Indicadores de Qualidade?

Indicadores de qualidade são ferramentas utilizadas para medir e avaliar a qualidade de um produto, serviço ou processo. Eles fornecem informações objetivas e quantificáveis sobre o desempenho e a eficácia de um determinado aspecto, permitindo que as empresas identifiquem áreas de melhoria e tomem medidas para alcançar um nível de qualidade superior.

Os indicadores de qualidade podem ser usados em diversos setores e áreas, desde a indústria manufatureira até a área da saúde. Eles podem medir diferentes aspectos da qualidade, como eficiência, confiabilidade, precisão, satisfação do cliente, entre outros.

Os indicadores de qualidade, também conhecidos como KPIs (Key Performance Indicators, ou Key Performance Indicators) fornecem dados e informações que ajudam as empresas a tomar decisões e a implementar melhorias contínuas em seus processos e produtos.

Não podemos deixar de mencionar que os indicadores de qualidade são essenciais para um sistema de qualidade, cuja implantação traz benefícios como:

- Redução de custos operacionais;
- Maior satisfação do cliente;
- Padronização e garantia de maior eficiência dos processos;
- Organização da empresa.

Vale lembrar que falamos do tema redução de custos no artigo publicado anteriormente [idéias_para_redução_de_custos_na_indústria.docx](#)

Indicadores de qualidade como fazer e como eles funcionam?

Os indicadores de qualidade funcionam através da coleta de dados relevantes e sua análise para determinar o nível de qualidade em um determinado aspecto. Esses dados podem ser obtidos por meio de pesquisas, avaliações, testes, medições, entre outros métodos. Uma vez coletados, os dados são comparados com padrões predefinidos ou metas estabelecidas para determinar se a qualidade está dentro dos parâmetros desejados.

Por exemplo, em uma indústria manufatureira, um indicador de qualidade pode ser a taxa de produtos defeituosos em relação ao total produzido. Se a taxa de produtos



O que são Indicadores de Qualidade?

defeituosos exceder um determinado limite, isso indica que a qualidade do processo de produção está abaixo do esperado e requer ações corretivas.

Qual a importância dos indicadores de qualidade?

Os indicadores de qualidade são de extrema importância para as empresas, pois fornecem informações valiosas sobre o desempenho e a eficácia de seus produtos, serviços e processos. Eles permitem que as empresas identifiquem problemas e áreas de melhoria, além de monitorarem o progresso de suas iniciativas de melhoria contínua.

Além disso, os indicadores de qualidade também são úteis para a tomada de decisões estratégicas. Eles ajudam as empresas a identificar oportunidades de crescimento, alocar recursos de forma eficiente e melhorar a satisfação do cliente. Ao monitorar e medir a qualidade, as empresas podem garantir que estão atendendo às expectativas dos clientes e mantendo a competitividade no mercado.

Quer conhecer alguns exemplos de Indicadores de qualidade?

Existem diversos exemplos de indicadores de qualidade que podem ser utilizados em diferentes áreas e setores. Alguns exemplos comuns incluem:

- 1. Taxa de satisfação do cliente:** mede o nível de satisfação dos clientes em relação a um produto ou serviço.
- 2. Taxa de defeitos:** mede a quantidade de produtos com defeitos em relação ao total produzido.
- 3. Tempo de resposta:** mede o tempo necessário para responder a uma solicitação ou reclamação do cliente.
- 4. Taxa de retrabalho:** mede a quantidade de trabalho que precisa ser refeito devido a erros ou falhas.
- 5. Taxa de entrega no prazo:** mede a porcentagem de pedidos entregues dentro do prazo acordado.
- 6. Indicador de Eficiência**

Dentre os indicadores de qualidade, este analisa a produtividade por meio de softwares de gestão da produção, por exemplo, com módulos de compra, custo, prazo de entrega,



O que são Indicadores de Qualidade?

etc.

É importante saber quantas vezes algo precisou ou precisa ser refeito, ou o recurso que foi utilizado naquele processo. Com esse diagnóstico é possível identificar os problemas, desperdícios que devem ser evitados e, por fim, permitir maior produtividade.

7. Indicador de Serviço (Reclamações de Clientes)

Dos indicadores de qualidade, este entende que: quanto mais feliz seu cliente estiver com a empresa, mais fiel ele será. É importante é ficar atento a esse índice, principalmente para monitorar se o contato com o cliente (incluindo o pós-venda) está fluindo corretamente.

8. Indicador de eficácia

Este visa a importância de estar sempre atento às novidades da sua área de atuação e dos concorrentes. Se você quer saber se o seu produto ou serviço realmente funciona, dos indicadores de qualidade discutidos até aqui, esse é o que te ajuda a entender o que você oferece aos seus clientes.

9. Indicador de Segurança (Qualidade)

São esses indicadores de qualidade que demonstram de forma concreta o desempenho do processo, produto ou serviço, para verificar se a saúde ou integridade física do cliente ou colaboradores pode ser comprometida.

Por meio de indicadores de segurança, os gestores verificam medidas de segurança, requisitos de certificação e normas nacionais e internacionais.

Como você pode ver, os indicadores de qualidade aqui discutidos permitem a observação de certos aspectos da realidade, pois medem, observam e analisam a realidade de acordo com um determinado ponto de vista.

Esses são apenas alguns exemplos de indicadores de qualidade específicos de acordo com suas necessidades e objetivos. O importante é escolher indicadores que sejam relevantes, mensuráveis e que forneçam informações úteis para a melhoria contínua da qualidade.

Como utilizar os indicadores de qualidade nas organizações e como isso pode ajudar a impulsionar os resultados?



O que são Indicadores de Qualidade?

Os indicadores de qualidade ajudam na eficácia dos seus processos de negócios. Com base nos resultados da análise de indicadores, os gestores podem ter uma melhor visão se é necessário mudar sua estratégia ou se a estratégia atual deve ser mantida.

Os indicadores de qualidade incluem tudo o que está relacionado com a eficácia, eficiência e efetividade dos processos de uma empresa e dos serviços oferecidos ao cliente. Eles avaliam o desempenho do negócio em vários aspectos, incluindo fatores como lucratividade, competitividade de mercado, vendas e taxas de rotatividade.

É aí que entra a grande importância dos indicadores de qualidade pois eles permitirão que o gestor tenha essa visão crítica sobre qualidade, serviço e produto e principalmente como criar melhorias, apontando falhas e também acertos.

Você pode implantar um programa de melhoria contínua através do pensamento enxuto Lean utilizando por exemplo equipes de melhoria de processos como evidenciamos no artigo [melhoria_de_processos_industriais.docx](#) ,

Em resumo

Acompanhe sempre os indicadores de qualidade. Tenha um plano de ação caso os dados registrados apontem algum desvio do padrão de qualidade desejado. Além disso, não se esqueça de definir colaboradores responsáveis por esta atividade, definindo também a sequência de acompanhamento.

Mas cuidado: não exagere na quantidade ou na complexidade dos indicadores. Devem dialogar com as demandas de seus clientes e com os critérios definidos para o sistema de qualidade.

Boa sorte na sua jornada.



Como os indicadores de logística impactam na tomada de decisão



Como os indicadores de logística impactam na tomada de decisão

Vanderlei Silva

Indicadores de Logística

Saiba tudo o que você precisa saber sobre os principais indicadores de desempenho de logística. Este artigo fornece uma lista de KPIs essenciais por categoria, para que sua empresa possa perceber qual a importância dos indicadores de desempenho para a logística.

Vale lembrar que logística é o processo de aquisição e entrega de bens, serviços e informações. A logística abrange tudo, desde a compra até o armazenamento, o atendimento, o transporte e a entrega, e como os recursos são gerenciados em cada uma dessas etapas. Esses recursos podem incluir pessoas, matérias-primas, produtos e equipamentos. Por exemplo, você pode medir KPIs vinculados ao gerenciamento de pedidos, suprimentos, estoque, distribuição e gerenciamento de transporte para encontrar maneiras de melhorar o desempenho. Você pode utilizar indicadores de desempenho na logística vinculados ao gerenciamento de pedidos, suprimentos, estoque, distribuição e gerenciamento de transporte para encontrar maneiras de

melhorar o desempenho.

Qual a importância dos indicadores de desempenho para a logística?

Para avaliar a importância dos indicadores de desempenho para a logística é necessário entender que a gestão logística controla a aquisição, movimentação e armazenamento de mercadorias. O processo começa na origem do produto e termina com o consumidor. A gestão logística também inclui atendimento de pedidos e se integra as outras funções de negócios.

Os indicadores de performance logística (kpis) são uma maneira de as empresas compararem seu próprio desempenho com os benchmarks do setor. Ao rastrear KPIs, as empresas têm dados importantes que lhes permitem melhorar as operações. Esses dados mostram os erros e como resolvê-los, reduzindo custos.

As empresas usam indicadores de gestão de logística para identificar estágios no fluxo de mercadorias que precisam ser melhorados. A importância relativa dos indicadores de desempenho de logística varia de acordo com a indústria. Determine a posição do seu negócio em seu setor e escolha KPIs que sejam representativos dele.

Desta maneira, "quebre" os indicadores no processo de logística por seu estágio dentro da cadeia de suprimentos. Escolha alguns indicadores de produtividade logística em cada estágio que visem a posição da sua empresa no setor e o potencial de melhoria. É importante levar em consideração o Planejamento Estratégico que você definiu na empresa para determinar as metas dos indicadores de desempenho da logística. Caso tenha dúvidas em como realizar um Planejamento Estratégico, você pode ler um pouco mais sobre o assunto no artigo O que Significa Planejamento Estratégico Industrial.

Quais são os principais indicadores de desempenho para a logística?

Ao organizar seus KPIs de logística por estágio, os estágios podem se sobrepor um pouco, mas suas atividades e KPIs não. As métricas de logística abaixo são distintas e revelam o quão bem o negócio está funcionando em cada área.

1- KPIs de gerenciamento de pedidos

Estes indicadores de gestão da logística se concentram no processamento de pedidos e devoluções, que são cruciais para a logística reversa. Essas métricas começam quando os clientes fazem um pedido.



Como os indicadores de logística impactam na tomada de decisão

Tempo de envio ou de embarque: É o tempo que leva para as empresas enviarem um pedido na ou antes da data solicitada. Este indicador de logística é vital para a satisfação do cliente. As organizações geralmente a associam ao KPI de entrega no prazo.

Precisão ou acuracidade do pedido: É a medida do inventário na mão ou indicador de acuracidade de estoque e da precisão da escolha do pedido. Sem alta precisão de pedidos, as empresas podem sofrer desacelerações na produção ou nas vendas, custando tempo e dinheiro.

Ordem perfeita: A ordem perfeita, igualmente conhecida como a taxa perfeita da ordem do cliente, é um KPI que mede quantas ordens foram enviadas sem problemas (dano, atrasos ou imprecisões). Essa métrica é outro KPI que visa a satisfação do cliente.

Entrega no prazo: Representa quantas remessas são entregues de acordo com a quantidade e o cronograma especificados quando foram encomendadas. Isso geralmente é considerado como uma métrica centrada no cliente, pois mede a frequência com que um cliente recebe o que pediu, no momento em que foi solicitado.

Número de remessas: O número de remessas é quantas cargas sua empresa enviou em um determinado período. Analisar as médias desse KPI ajuda as empresas a otimizar seus recursos e atingir suas metas financeiras.

2- KPIs de fornecimento

Os KPIs de fornecimento são indicadores de desempenho logístico que se concentram em quão bem os produtos acabados estão se movendo pela cadeia de suprimentos. Use essas medições para ajudar a melhorar a eficiência de suas operações e expandir seus negócios. Eles também são úteis para desenvolver práticas e relacionamentos adequados com outros parceiros da cadeia de suprimentos.

Prazo de execução ou tempo de entrega ou Lead-time: O Lead-time, igualmente conhecido como o tempo de ciclo da ordem, é uma medida do tempo entre quando um cliente coloca uma ordem e quando a recebe. Essa métrica é vital para identificar possíveis gargalos ou desperdícios. Na visão do “Lean Thinking” é o indicador de produtividade mais importante.

Utilização da capacidade: A utilização da capacidade é a quantidade de um recurso que uma empresa está usando. Este recurso pode ser a produção de bens ou serviços profissionais. Este indicador de gestão é essencial para a gestão da manutenção e o

acompanhamento de recursos.

Produtividade: A produtividade é uma medida de quão bem as máquinas, departamentos e/ou pessoas de uma empresa estão funcionando. Medir e entender a produtividade ajuda as empresas a garantir que possam cumprir suas promessas.

3- KPIs de estoque

Os KPIs de inventário ou indicadores de estoque podem ajudar a medir a eficácia dos processos de compra, da produção e também podem se concentrar no fluxo de caixa e na produtividade.

Taxa de pedidos pendentes do cliente: a taxa de pedidos pendentes do cliente é a frequência com que uma empresa não pode atender um pedido. Essa métrica contribui diretamente para a satisfação do cliente.

Acuracidade do estoque: O indicador de acuracidade do estoque mede o quão perto seus registros de estoque refletem o que está realmente no armazenamento. Essa métrica é vital para saber o que sua empresa tem em estoque e prever compras.

Giro de Estoque: O indicador giro de estoque, é a medida de quantas vezes em um período uma empresa vende todo o seu estoque de um determinado produto. A rotatividade de estoque é importante para o sucesso do varejo e para manter a empresa competitiva.

Relação Estoque para Vendas: A relação estoque para vendas ou indicador de cobertura de estoque mede a quantidade de estoque versus o número de vendas realizadas. Como o inventário é muitas vezes a maior despesa de uma empresa, as empresas que podem manter seus estoques baixos/adequados em relação às suas vendas economizam dinheiro em geral.

4- KPIs de distribuição

A logística de distribuição se concentra no sistema que gerencia o fluxo de produtos, levando um produto diretamente aos clientes ou distribuidores.

Taxa de utilização do transporte: A logística do transporte mede o quão bem as empresas estão carregando seus meios de transporte. Essa taxa reflete o planejamento de carga de uma empresa e se ela está minimizando os custos o máximo possível.

Custos de armazenamento: Os custos de armazenamento são um grupo de métricas que cobrem as despesas específicas do seu armazém. Estes podem incluir qualquer equipamento, energia, mão de obra, entrega e custos de transporte que recebem mercadorias dentro e fora do armazém. Use esse KPI para medir a eficiência de suas operações de armazém.

Tempo médio de permanência: O tempo médio de permanência, também conhecido como tempo de espera é o tempo que uma transportadora fica aguardando antes de processar para coleta e entrega. Essa métrica indica quão bem uma instalação funciona.

5- KPIs de Gestão de Transportes

Os KPIs de gerenciamento de transporte gerenciam o transporte de mercadorias e podem ajudar a melhorar as operações. Estas métricas diferem com base na entidade que necessita da informação.

Tempo de entrega: O tempo de entrega, também chamado de entrega no prazo, mede a rapidez com que um pedido chega na íntegra. O tempo é para todo o pedido, não apenas partes. Essa métrica afeta a satisfação e a fidelidade do cliente.

Média de dias de atraso: Média de dias de atraso é o número de dias entre a data de vencimento da entrega e quando o cliente recebe o pedido. Essa métrica fornece informações sobre o processo de entrega e afeta diretamente a satisfação e a fidelidade do cliente.

Giro do caminhão: O giro do caminhão, também conhecido como taxa de retorno do caminhão, é o tempo entre quando um caminhão de entrega entra em uma instalação para coletar ou entregar mercadorias e quando sai. Quanto menores as taxas de giro do caminhão, mais tempo o caminhão fica na estrada. Essa taxa mostra quão bem uma empresa lida com o carregamento e o descarregamento.

Acuracidade do pagamento do frete, também chamada de precisão da conta de frete, é o número de contas de frete sem erros em comparação com o número total de contas de frete em um período.

Custos de transporte: Os custos de transporte são o grupo de métricas que rastreiam o preço de um pedido do começo ao fim. Essa métrica inclui processamento de pedidos, administração, custos de transporte de estoque, armazenamento e custos de transporte. Use esses custos servem para avaliar se suas operações de trânsito são eficientes.

A green arrow graphic pointing to the right, located on the left side of the page.

Como os indicadores de logística impactam na tomada de decisão

Em resumo, esses indicadores logísticos podem ajudar sua empresa a gerenciar custos e melhorar a satisfação do cliente. Estes custos referem-se ao transporte, distribuição, transporte, armazenamento e desempenho logístico. Use esses KPIs para identificar problemas e otimizar seus processos.

Defina as metas e comece a analisar os principais desvios, onde tem o maior potencial de melhoria com base nos seus objetivos estabelecidos. Utilize a ferramenta do Pareto para identificar e priorizar os maiores desvios a serem analisados primeiramente.

Uma boa gestão dos custos auxilia em uma gestão eficaz da sua empresa.

Boa sorte em sua jornada.



A importância dos indicadores de gestão de manutenção



A importância dos indicadores de gestão de manutenção

Vanderlei Silva

Indicadores de Manutenção

Neste artigo, falaremos sobre quais indicadores de desempenho de manutenção são mais frequentemente utilizados e como o desempenho da manutenção por ser um fator crítico afeta a produtividade e a lucratividade geral de uma empresa de manufatura. Práticas de manutenção eficazes podem melhorar a eficácia geral do equipamento (OEE), o retorno sobre os ativos (ROA), a confiabilidade do equipamento, a qualidade do produto e o tempo de atividade da produção.

Os indicadores-chave de desempenho de manutenção ou simplesmente indicadores de manutenção kpi variam de acordo com a empresa, seus objetivos, estratégias e planos de ação. No entanto, há um conjunto de indicadores da manutenção que são mais considerados e utilizados, com mais frequência conforme apresentaremos a seguir.

Se você é um gestor de manutenção ou da área industrial que ainda está decidindo como esses indicadores podem ser, utilize uma estrutura SMART: Específica,



A importância dos indicadores de gestão de manutenção

Mensurável, Atingível, Realista e Oportuna para estruturá-los.

Em outras palavras, seus indicadores de gestão devem ser:

- Específicos, o que significa que irá priorizar KPIs simples, mas eficazes, e que podem evitar erros que você cometeu no passado;
- Mensuráveis, para que você possa aplicar métodos quantitativos para confrontar as realizações contra o plano;
- Atingíveis, porque definir metas acima da capacidade da sua equipe não faz sentido; Realista, tendo em conta as condições atuais e não apenas as desejáveis;
- Oportuna, o que exige um prazo razoável.

Quais são os melhores indicadores de manutenção?

Mesmo que os indicadores da manutenção estejam intimamente relacionados ao nível de desempenho que você deseja alcançar, não os utilize na sua totalidade para metas. Não se esqueça que um indicador é apenas uma métrica, usada como um método quantitativo para determinar o desempenho de uma determinada atividade de manutenção, ativo ou departamento.

Além disso, os indicadores de gestão da manutenção podem ser divididos em duas categorias: primeiro, aqueles que mostram o impacto da gestão de manutenção adequada no desempenho geral do negócio; e segundo, aqueles que dizem respeito à confiabilidade e disponibilidade de ativos. Assim, podemos destacar os seguintes indicadores do setor de manutenção que devem ser gerenciados: tempo de inatividade, backlog, MTBF, MTTR, OEE, PMP e atendimento a programação.

Vamos agora passar por cima de seus respectivos usos e benefícios:

Tempo de inatividade

Esse indicador de manutenção rastreia, monitora e avalia a confiabilidade do ativo.

O tempo de inatividade rastreia o tempo total do equipamento indisponível ou offline, o que significa que um evento indesejado ocorreu e exigirá algum tipo de intervenção. Você pode usar esse KPI se já houver um plano de manutenção em vigor para esse ativo ou não. É também uma variação da Porcentagem de Manutenção Planejada, que

abordaremos abaixo.

Seu objetivo para este indicador de indicadores de desempenho manutenção industrial deve ser de 10%. Isso significa que o ativo deve estar totalmente operacional em torno de 90% do tempo para que a produção não seja interrompida. A falta de infraestrutura, monitoramento e planejamento geralmente são o que ocasionam maiores tempos de inatividade.

Este indicador pode ajudá-lo a estabelecer uma estratégia de manutenção preventiva com o objetivo de manter o tempo de inatividade abaixo da média, bem como minimizar o efeito de desligamentos não planejados. Lembre-se de que quando um ativo não está funcionando, não há saída – o que acaba levando a perdas.

Backlog de manutenção

O backlog ou “carteira de atividades” é um indicador de tempo que significa “atrasos de manutenção”. Consiste na definição de atividades pendentes e planejadas, independentemente de já estar em andamento.

Em outras palavras, o backlog é o tempo necessário para executar uma ordem de trabalho reativa, preventiva ou preditiva; controle de qualidade; melhorias ou qualquer outra atividade que promova o desempenho desejável do ativo. Para calcular essa métrica, você precisa levar em conta todo o fluxo de trabalho no planejamento e controle de manutenção.

O valor é igual à soma dos valores de horas-homens para ordens de trabalho planejadas, pendentes e concluídas, divididos pelo total de horas-homens disponíveis. Considere apenas o tempo produtivo de cada técnico, pois eles não estão realizando ordens de trabalho 100% do tempo!

Por medir o tempo, o resultado deve ser apresentado em horas, dias, semanas ou meses, por exemplo.

A vantagem deste indicador de atividade é avaliar a produtividade da equipe, bem como determinar as causas por trás deles (se estão acontecendo). A partir daí, recomendamos que você aplique estratégias para otimizar a produção.

As metas de manutenção devem estar de acordo com o Planejamento Estratégico que você definiu na empresa. Caso tenha dúvidas em como realizar um Planejamento Estratégico, você pode ler um pouco mais sobre o assunto no artigo O que Significa

Planejamento Estratégico Industrial.

MTBF – Tempo médio entre falhas

Outro indicador de performance manutenção bem reconhecido é o indicador de manutenção mtbf, que mede a confiabilidade.

Ele leva em conta falhas aleatórias (não planejadas), incluindo aquelas decorrentes de falhas de software e defeitos de fabricação. Falhas que não colocam o ativo fora de serviço não são levadas em consideração.

Como o resultado considera o tempo decorrido entre cada falha, ele também é medido no tempo (horas, dias, semanas ou meses). Vale lembrar que a relação dos indicadores de manutenção mtrr e mtbf, que quanto mais longo o MTBF, mais confiável o ativo – ao contrário do MTTR, que deve ser o menor possível.

Para calcular o MTBF, você precisa subtrair o tempo total de quebra do tempo total de trabalho; e depois dividi-lo pelo número de quebras.

O tempo total de trabalho pode ser de 24 horas ou o período durante o qual o equipamento está operando. O tempo total de quebra inclui todo o tempo perdido até que esteja funcionando novamente.

Neste caso, a média global varia de acordo com o tipo de equipamento ou negócio. No entanto, deve ser o mais elevado possível. À medida que o tempo passa, compare-o com os resultados anteriores para ver se aumenta.

Nos processos operacionais podemos ter diversas perdas de produtividade que aumentam os custos do produto ou serviço oferecido. Atividades repetitivas ou retrabalhos, falhas na produção, geração de refugo, ou tempos longos da operação ou de manutenção são alguns tipos de perda de processos que podemos ter, tornando o seu produto ou serviço mais caro com maior custo. Podemos ler um pouco mais sobre os tipos de perdas de processo no artigo Como Melhorar a Produtividade Industrial.

MTTR – Tempo médio do reparo

O MTTR, que significa tempo médio de reparo, pode ser aplicado a um ativo, uma máquina, um único componente ou um sistema inteiro. O MTTR considera o tempo que leva para sua equipe intervir ou realizar a manutenção corretiva após uma falha.

Ao contrário do MTBF, você deve obter o menor MTTR possível.

Para calcular o MTTR, você precisará levar em consideração a quantidade total de tempo gasto em reparos após cada falha durante um determinado intervalo de tempo. Depois de ter a resposta, divida-a pela quantidade de falhas relatadas durante o mesmo intervalo de tempo.

Dessa forma, você pode estimar a quantidade de tempo (novamente, em horas, dias, semanas ou meses) que um determinado equipamento ficou inativo – bem como estabelecer o que você deve fazer para evitar que isso aconteça novamente.

Como o MTBF, não há um padrão global que se adapte a todas as indústrias e a todos os tipos de equipamentos. No entanto, você deve trabalhar para diminuir o máximo possível.

OEE – Eficácia geral do equipamento

O indicador de manutenção oee é um dos KPIs mais importantes na manutenção. Ele mede a eficácia geral da empresa, o que permite determinar se os processos que você implementou são eficientes ou não. Como regra geral, busque um OEE superior a 77%.

Um dos muitos benefícios do cálculo do OEE é descobrir com que frequência os ativos estão disponíveis para trabalhar. Você vai se tornar ciente de quão rápido é o processo de fabricação e, por último, mas não menos importante, quantos produtos (ou serviços) são fabricados (ou executados) sem qualquer tipo de falha.

A fórmula é bem simples. Para calcular o OEE, multiplique a disponibilidade, o desempenho e a qualidade. Determinamos a disponibilidade de acordo com o tempo de inatividade e o tempo de atividade, conforme cobrimos. O desempenho é calculado comparando a produção atual com as projeções. Finalmente, a qualidade vem da produção total menos a produção defeituosa em uma determinada amostra.

Embora a média global seja de 77%, as empresas de classe mundial ficam entre 85% e 99%.

PMP – Porcentagem de Manutenção Planeada

A porcentagem de manutenção planejada considera o tempo gasto em atividades planejadas (manutenção, reparos ou substituições) em um ativo. Este KPI de manutenção está diretamente ligado ao plano de manutenção preventiva da empresa.



A importância dos indicadores de gestão de manutenção

Levamos em conta a eficácia, o cumprimento e a forma como cada atividade foi realizada, bem como o tempo necessário para concluí-la. Depois, basta dividir o total de horas de manutenção planejadas pelo total de horas de manutenção. Multiplique o resultado por 100 para obter a percentagem.

Este resultado mostra o nível de eficácia da empresa, bem como o seu desempenho e sucesso dentro do seu setor. Para corresponder aos valores medianos globais, o PMP deve estar em torno de 85% ou acima.

Atendimento ao cronograma da manutenção planejada

Este KPI não poderia faltar em uma lista com os indicadores-chave de desempenho mais importantes na manutenção. Em suma, analisa a conformidade com o plano que você estabeleceu.

Ou, melhor ainda, a eficácia e o comprometimento que os técnicos e gestores demonstraram em suas tarefas planejadas. O KPI de manutenção mede o desempenho de toda a equipe, desde os tomadores de decisão até as pessoas que cumprem o plano diariamente.

Quantas atividades foram realizadas de acordo com as diretrizes estabelecidas?

Geralmente, os gerentes avaliam a data, o tempo necessário para concluir uma tarefa e a eficiência. A conformidade deve ser de 90% ou mais.

Usar esse indicador e garantir que ele esteja dentro da média (ou acima) significa que a produtividade é alta, com riscos e perdas mínimos de falha.

Qual a importância dos Indicadores de manutenção para uma melhor tomada de decisão?

Indiscutivelmente, a maior vantagem em calcular e aplicar indicadores de desempenho da manutenção é o profundo conhecimento que você obterá sobre processos e atividades internas. Assim, você pode entender o que realmente está funcionando (ou não), e onde há espaço para melhorias.

Estabelecer, cumprir e medir seus objetivos por meio de KPIs de manutenção não é apenas garantir que a empresa seja produtiva, mas também desempenha um papel significativo na motivação e no crescimento da equipe.

A large, light green arrow pointing to the right, with a darker green outline, is positioned to the left of the section header.

A importância dos indicadores de gestão de manutenção

A empresa também melhorará sua reputação, já que a confiabilidade tende a aumentar com a redução de riscos e tempo de inatividade.

Finalmente, você pode evitar reclamações de clientes, o que impede que o atendimento ao cliente se torne sobrecarregado.

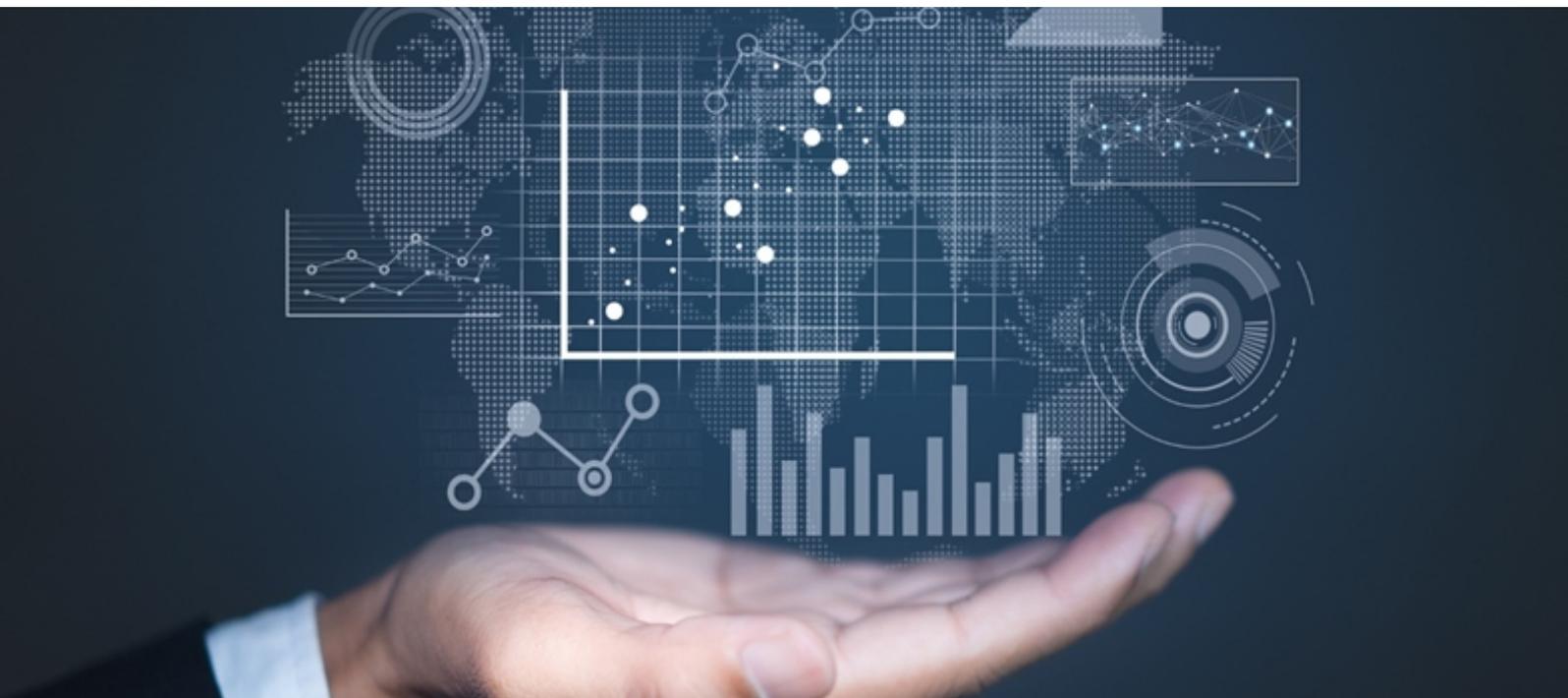
Defina as metas e comece a analisar pelas principais desvios e oportunidades para estabelecer um plano de ação de melhorias. Utilize a ferramenta do Pareto para priorizar estas oportunidades a serem analisadas primeiramente.

Uma boa gestão dos indicadores da manutenção auxilia em uma gestão eficaz da sua empresa.

Mãos à obra....



A melhor dica sobre indicadores de desempenho comercial



A melhor dica sobre indicadores de desempenho comercial

Henrique Morbi

Indicadores Comerciais

Na dinâmica competitiva dos negócios, medir e avaliar o desempenho comercial é crucial para o sucesso de qualquer empresa.

Os indicadores de desempenho comercial, também conhecidos como KPIs (Key Performance Indicators), oferecem insights valiosos sobre o negócio. Eles retratam a saúde financeira, a eficácia das estratégias de vendas e o alcance de metas, por exemplo.

Neste texto, exploraremos a melhor dica para utilizar indicadores de desempenho comercial de forma eficiente e estratégica. Dessa forma, sua empresa poderá alcançar resultados excepcionais.

Conheça a importância dos indicadores de desempenho comercial



A melhor dica sobre indicadores de desempenho comercial

Os indicadores de desempenho comercial são métricas quantificáveis que avaliam o progresso e o sucesso das atividades de vendas de uma empresa.

Muito mais do que apenas números em relatórios, os indicadores de performance são a voz dos dados, contando a história das atividades de vendas e dos resultados alcançados.

Eles fornecem informações detalhadas sobre diversos aspectos do processo comercial, desde a geração de leads até o fechamento de negócios. Dentre outros fatores, os KPIs permitem:

- Quantificar e qualificar o desempenho das vendas
- Monitorar a performance da equipe
- Medir o progresso em relação a metas
- Identificar tendências e padrões
- Localizar oportunidades de ajustes e melhorias
- Além disso, a utilização de indicadores proporciona vantagens como decisões baseadas em evidências, ajustes em tempo real, alinhamento organizacional e monitoramento eficaz de estratégias.

Escolhendo os indicadores certos para cada negócio

A primeira etapa para utilizar os indicadores de desempenho comercial de forma eficaz é escolher as métricas certas para o seu negócio.

Cada empresa possui objetivos únicos, e os indicadores selecionados devem estar alinhados com esses objetivos.

Aqui estão algumas dicas para escolher os indicadores mais relevantes.

Defina metas claras

Antes de selecionar os indicadores, é essencial definir metas claras para o desempenho comercial. Essas metas podem incluir aumentar as vendas em uma determinada porcentagem, melhorar a taxa de conversão de leads ou atingir um valor específico em receita.

Lembre-se de utilizar a técnica SMART para definir as metas. Elas devem ser específicas, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e temporais. Além disso, considere dividi-las em partes menores e certifique-se de comunicá-las com clareza e tenha certeza de que elas foram compreendidas por todas as partes envolvidas.

Com metas claras em mente, você poderá escolher os indicadores que melhor avaliam o progresso em direção a esses objetivos.

Conheça seu funil de vendas

Cada estágio do funil de vendas requer indicadores específicos. Se sua empresa está focada em atrair leads, indicadores como taxa de conversão de visitantes em leads e taxa de geração de leads qualificados são relevantes.

Por outro lado, se você está concentrado no fechamento de negócios, indicadores como taxa de fechamento e valor médio do negócio se tornam mais importantes.

Entender seu funil de vendas é fundamental para escolher os indicadores certos em cada fase.

Monitoramento consistente e análise profunda

Selecionar os indicadores adequados é apenas o começo. O verdadeiro valor dos indicadores de desempenho comercial surge quando você os monitora consistentemente e realiza análises profundas das informações coletadas.

Frequência de monitoramento

A frequência de monitoramento dos indicadores depende da natureza do seu negócio e da velocidade das mudanças no mercado.

Alguns indicadores podem ser acompanhados diariamente, enquanto outros são mais apropriados para monitoramento semanal ou mensal. A chave é manter a regularidade para identificar tendências ao longo do tempo.

Análise causa-raiz

Quando os indicadores mostram variações nos resultados, é crucial realizar uma análise causa-raiz para compreender as razões por trás dessas mudanças.

Por exemplo, se a taxa de conversão de leads diminuir, investigue se houve mudanças nas estratégias de marketing, na abordagem de vendas ou em outros fatores que possam ter contribuído para essa queda. A análise causa-raiz ajuda a tomar medidas corretivas eficazes.

Adaptação e melhoria contínua

Os indicadores de desempenho comercial não são estáticos. Eles devem evoluir à medida que sua empresa cresce e as condições do mercado mudam.

Isso permite que as organizações não apenas se adaptem às mudanças, mas também proativamente as antecipem, resultando em um ciclo de melhoria contínua que impulsiona um crescimento sustentável.

A capacidade de adaptação e melhoria contínua é fundamental para o sucesso a longo prazo.

Ajuste de estratégias

Com base nas análises dos indicadores, esteja disposto a ajustar suas estratégias de vendas. Se um indicador mostrar que determinada abordagem não está gerando resultados, é hora de considerar alternativas.

Quando os indicadores mostram variações nos resultados, as empresas devem identificar rapidamente quais estratégias estão funcionando e quais precisam ser reformuladas.

A flexibilidade é uma característica-chave para enfrentar desafios e aproveitar oportunidades, aumentando as chances de sucesso no mercado competitivo.

Integração de tecnologia

A tecnologia desempenha um papel vital na coleta, análise e visualização de indicadores de desempenho comercial.

Investir em sistemas de CRM (Customer Relationship Management) e ferramentas de análise de dados pode facilitar o processo de monitoramento e permitir insights mais profundos.



A melhor dica sobre indicadores de desempenho comercial

As tecnologias contemporâneas apresentam todos os dados de forma altamente visual. Relatórios e painéis podem auxiliam os gestores na análise dos indicadores, tornando a detecção de tendências e insights muito mais acessível e intuitiva.

Acelere seu sucesso com os indicadores de desempenho comercial certos para seu negócio!

Se você está buscando alavancar seu desempenho comercial e impulsionar seu crescimento, os indicadores de desempenho são a chave para o sucesso.

Na B2i estamos prontos para ajudar sua empresa a escolher, implementar e aproveitar ao máximo os indicadores que impulsionarão seus resultados ao sucesso.

Entre em contato conosco para solicitar uma consulta personalizada e descubra como podemos trabalhar juntos para alcançar seus objetivos comerciais.



Como analisar os principais KPIs de marketing e vender mais



Como analisar os principais KPIs de marketing e vender mais

Henrique Morbi

Indicadores de Marketing

O sucesso de qualquer estratégia de marketing está diretamente relacionado à capacidade de medir e analisar os resultados. É nesse contexto que entram os KPIs (Key Performance Indicators) ou Indicadores-chave de Desempenho.

Os principais KPIs de marketing são ferramentas essenciais para entender o desempenho das campanhas e tomar decisões embasadas.

Neste artigo, vamos explorar o que são os principais KPIs de marketing e como usá-los para impulsionar suas vendas.

O que são os principais KPIs de marketing?

KPIs de marketing são métricas específicas que ajudam a avaliar o desempenho das atividades de marketing. Eles fornecem insights sobre o que está funcionando bem e o

que precisa ser ajustado.

Os principais KPIs de marketing variam de acordo com os objetivos da sua empresa, mas aqui estão alguns dos mais comuns:

1. Taxa de Conversão (Conversion Rate)

A taxa de conversão mede quantos visitantes do seu site ou leads se transformam em clientes. É uma métrica fundamental para avaliar o sucesso das suas campanhas. Quanto maior for essa taxa, mais efetivas estão sendo as suas ações e estratégias.

2. Custo de Aquisição de Cliente (CAC – Customer Acquisition Cost)

O CAC indica quanto custa para adquirir um novo cliente. É importante para garantir que o custo de aquisição seja menor do que o valor que o cliente traz ao longo do tempo (CLTV – Customer Lifetime Value).

3. Retorno sobre Investimento (ROI – Return on Investment)

O ROI avalia o retorno financeiro das suas campanhas de marketing. Ele é calculado comparando o lucro obtido com o investimento realizado.

Um ROI positivo indica que suas campanhas estão gerando lucro. Já um ROI negativo significa que você está gastando mais do que está ganhando.

4. Taxa de Abertura de E-mail (Email Open Rate)

Se você utiliza o e-mail marketing, a taxa de abertura de e-mail é um KPI importante. Ela indica quantos destinatários abriram o seu e-mail. É importante analisar o conteúdo e o título dos e-mails com maiores taxas de abertura para entender o que atrai os destinatários.

5. Taxa de Cliques (Click-Through Rate – CTR)

O CTR mede quantas pessoas clicaram em um link específico, como um anúncio ou um link em um e-mail. Avalie o desempenho de diferentes chamadas de ação (CTAs) e tipos de conteúdo para otimizar suas campanhas.

6. Engajamento nas Redes Sociais

Nas redes sociais, você pode acompanhar o engajamento por meio de curtidas, compartilhamentos, comentários e seguidores.

Aqui vale sempre monitorar aumentos ou quedas ao longo do tempo, quais conteúdos engajam mais e como vem sendo a interação com sua audiência.

7. Tempo no Site (Time on Site)

O tempo que os visitantes passam no seu site é um indicador de quão envolvente é o seu conteúdo. Nesse caso, vale a pena checar se o tempo vem aumentando ou diminuindo, periodicamente. Veja também quais páginas tem maior tempo de permanência.

8. Taxa de Rejeição (Bounce Rate)

A taxa de rejeição indica quantas pessoas saem do seu site sem interagir com ele. Uma taxa de rejeição alta pode ser um sinal de que algo não está certo, como problemas de usabilidade ou conteúdo irrelevante. Identifique páginas específicas com altas taxas de rejeição e otimize-as.

Como analisar os principais KPIs de Marketing

Agora que você conhece alguns dos principais KPIs de marketing, é hora de aprender como analisá-los eficazmente para melhorar suas estratégias de vendas.

1. Estabeleça metas claras

Antes de começar a analisar os KPIs, é crucial estabelecer metas específicas. O que você deseja alcançar com suas campanhas de marketing? Ter metas claras ajudará a determinar quais KPIs são os mais relevantes para medir o sucesso.

2. Utilize ferramentas analíticas

Ferramentas como o Google Analytics, o Google Ads, o Facebook Insights e outras plataformas de análise de dados podem fornecer informações valiosas sobre os seus KPIs. Configure essas ferramentas corretamente para coletar dados precisos.

3. Monitore regularmente

A análise de KPIs deve ser um processo contínuo. Monitore regularmente o

desempenho das suas campanhas e compare os resultados com suas metas estabelecidas.

Monitorar regularmente os KPIs ajuda a identificar tendências ao longo do tempo. Você pode detectar sazonalidades, variações sazonais e entender como diferentes eventos afetam o desempenho das suas campanhas.

4. Identifique tendências e padrões

Além de observar os números brutos, procure por tendências e padrões. Por exemplo, você pode perceber que certos tipos de conteúdo geram mais engajamento nas redes sociais ou que campanhas sazonais têm um impacto significativo nas vendas.

5. Faça ajustes estratégicos

Com base na análise dos KPIs, faça ajustes na sua estratégia de marketing. Se um KPI não está atingindo as metas, identifique as áreas que precisam de melhorias e faça as mudanças necessárias.

6. Aprenda com a concorrência

Analise também os KPIs da concorrência. Esse benchmark pode fornecer insights valiosos sobre o que está funcionando no seu setor.

Lembre-se de que aprender com a concorrência não significa simplesmente copiar o que eles fazem. Em vez disso, trata-se de analisar o que funciona para eles e adaptar essas lições ao seu próprio contexto e estratégia.

Agora que você entende a importância dos principais KPIs de marketing, está pronto para otimizar suas estratégias e impulsionar suas vendas. No entanto, se você ainda se sente perdido ou deseja orientação especializada, estamos aqui para ajudar.

A B2i é uma empresa especializada em assessoria empresarial em marketing e vendas. Nossos especialistas podem ajudar a identificar os KPIs mais relevantes para o seu negócio. Bem como, configuram as ferramentas de análise e criam estratégias eficazes para alcançar seus objetivos.

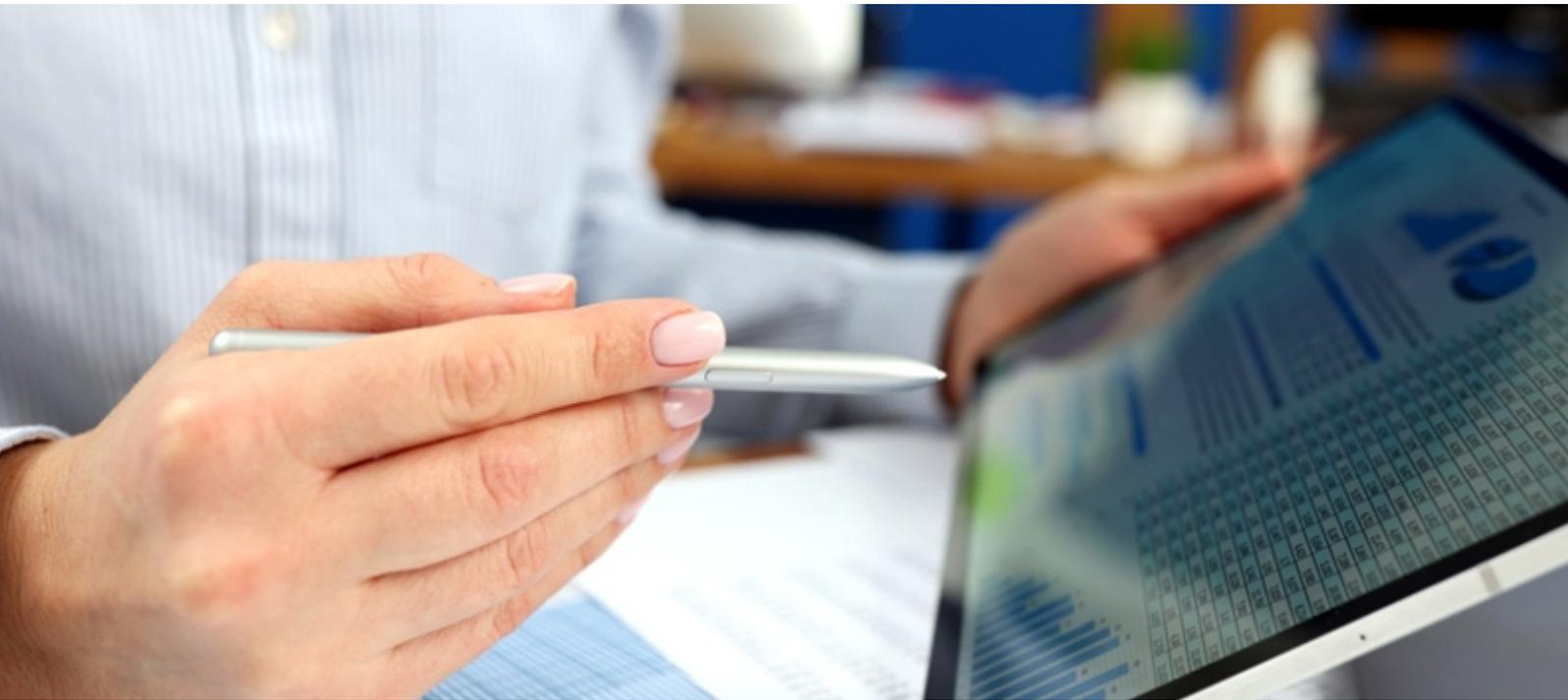
Entre em contato conosco hoje mesmo e descubra como podemos trabalhar juntos para levar o seu marketing e vendas a um novo patamar de sucesso. Estamos ansiosos para colaborar com você!



**Por que os indicadores
de vendas são
importantes?
Entenda!**



Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!



Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!

Henrique Morbi

Indicadores de Vendas

Os indicadores de vendas desempenham um papel fundamental na gestão de qualquer negócio. Eles fornecem insights valiosos sobre o desempenho das equipes de vendas e ajudam a empresa a tomar decisões estratégicas com base em dados.

Neste artigo, vamos explorar a importância dos indicadores de vendas. Iremos entender, também, como eles podem beneficiar sua empresa e discutir quais são os principais indicadores que você deve acompanhar.

Se você deseja melhorar a eficácia das suas estratégias de vendas e impulsionar os resultados, continue lendo!

Por que os indicadores de vendas são cruciais?

Os indicadores de vendas são métricas quantitativas que permitem avaliar o



Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!

desempenho das equipes de vendas. Eles também permitem a identificação de tendências e oportunidades, bem como a avaliação do progresso em direção aos objetivos comerciais.

Aqui estão algumas razões convincentes pelas quais esses indicadores desempenham um papel vital nos negócios.

1. Tomada de decisão com base em dados

Ao monitorar indicadores de vendas, os gestores e tomadores de decisão têm acesso a dados que ajudam a identificar o que está funcionando e o que não está. Isso permite que eles tomem decisões informadas sobre onde alocar recursos, ajustar estratégias e estabelecer metas realistas.

2. Melhoria do desempenho da equipe

Os indicadores comerciais permitem que os gestores identifiquem áreas de melhoria no desempenho da equipe. Assim, eles podem incluir treinamento adicional, coaching individual ou promoverem ajustes nas metas de vendas.

3. Monitoramento do ciclo de vendas

Ao acompanhar os indicadores de vendas, você pode entender quanto tempo leva para um lead se transformar em cliente e identificar gargalos no ciclo de vendas. Isso é crucial para otimizar o processo de vendas e acelerar o fechamento de negócios.

4. Avaliação do ROI

Estes indicadores também ajudam a calcular o retorno sobre o investimento (ROI) em suas estratégias de vendas e campanhas de marketing. Esse fator é essencial para determinar quais iniciativas estão gerando os melhores resultados e onde você deve alocar seu orçamento.

5. Identificação de tendências de mercado

Através da análise de indicadores de vendas, é possível identificar tendências de mercado e ajustar sua abordagem de acordo. Dessa forma, sua empresa estará mais alinhada com as necessidades e preferências dos clientes.

Principais indicadores de vendas



Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!

Agora que entendemos por que os indicadores de vendas são cruciais, é importante conhecer os principais indicadores que você deve acompanhar. Aqui estão alguns dos mais importantes:

1. Taxa de conversão

A taxa de conversão mede quantos leads ou prospects se transformam em clientes. Ela é fundamental para avaliar a eficácia das estratégias de vendas e marketing.

2. Ticket médio

O ticket médio representa o valor médio de cada venda. Aumentar o ticket médio é uma maneira eficaz de aumentar a receita sem adquirir novos clientes.

3. Ciclo de vendas

O ciclo de vendas é o tempo médio que leva desde o primeiro contato com o cliente até o fechamento do negócio. Reduzir o ciclo de vendas pode aumentar a eficiência e a receita.

4. Taxa de rejeição

A taxa de rejeição mede quantos leads não se convertem em clientes e é uma métrica importante para identificar problemas em seu funil de vendas.

5. Churn rate

O churn rate, ou taxa de cancelamento, avalia quantos clientes deixam de fazer negócios com sua empresa em um determinado período. Reduzir o churn rate é essencial para manter a base de clientes saudável.

6. Número de leads

A geração de leads é o ponto de partida do processo de vendas. Acompanhar o número de leads gerados ajuda a determinar a eficácia das estratégias de marketing.

7. Taxa de fechamento

A taxa de fechamento mede quantos leads se tornam clientes. É uma métrica fundamental para entender o desempenho das equipes de vendas.



Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!

Como otimizar o uso de indicadores de vendas?

Agora que sabemos por que os indicadores de vendas são importantes e quais são os principais indicadores a serem acompanhados, é hora de discutir como otimizar o uso dessas métricas para impulsionar o sucesso de sua empresa. Aqui estão algumas dicas:

1. Defina metas claras

Antes de começar a acompanhar os indicadores de vendas, é fundamental definir metas claras e realistas. Isso ajudará a direcionar seus esforços e medir seu progresso de maneira significativa.

2. Utilize ferramentas de análise de dados

O uso de ferramentas de análise de dados pode simplificar o acompanhamento e a interpretação de indicadores comerciais. Muitas soluções de CRM (Customer Relationship Management) oferecem recursos avançados de análise.

3. Treine sua equipe

Certifique-se de que sua equipe de vendas compreenda a importância dos indicadores e saiba como usá-los para melhorar seu desempenho. O treinamento é essencial para o sucesso nesse aspecto.

4. Faça revisões regulares

Realize revisões periódicas dos indicadores de vendas e ajuste suas estratégias com base nos insights obtidos. A adaptação contínua é fundamental para o sucesso a longo prazo.

5. Integre indicadores de vendas com outras áreas

Os indicadores de vendas não devem ser isolados. Eles devem ser integrados com métricas de outras áreas, como marketing, atendimento ao cliente e financeiro, para obter uma visão completa do desempenho da empresa.

Em resumo, os indicadores das vendas desempenham um papel crucial na gestão e no crescimento de qualquer empresa. Eles fornecem informações valiosas que podem ser



Por que os indicadores de vendas são importantes? Entenda!

usadas para tomar decisões embasadas, melhorar a performance da equipe de vendas e otimizar o processo de vendas.

Ao acompanhar e analisar os indicadores de vendas certos, você estará no caminho certo para alcançar o sucesso nos negócios.

Vamos impulsionar suas vendas juntos?

Se você deseja aproveitar ao máximo os indicadores de vendas e impulsionar o crescimento de sua empresa, não hesite em entrar em contato conosco.

A equipe da B2i consultores está pronta para ajudá-lo a implementar estratégias eficazes de medição de desempenho e aperfeiçoar suas operações de vendas. Não perca a oportunidade de alcançar o sucesso. Entre em contato hoje mesmo!



B2i - Business to Improvement Consultores Associados
MAIS INFORMAÇÕES: 11 98257-8515
ou contato@b2i.network

www.b2i.network

Siga-nos!     