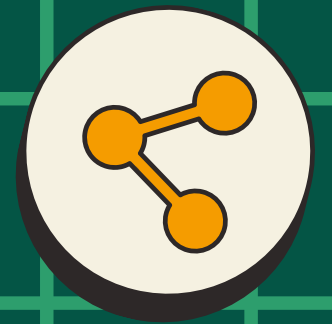


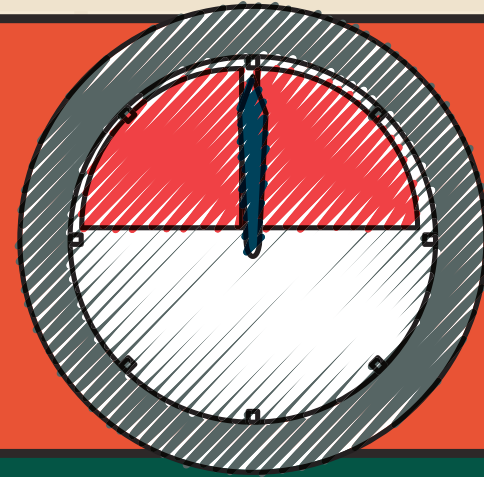


Kaitan antara KPI dengan tujuan bisnis dan pemasaran



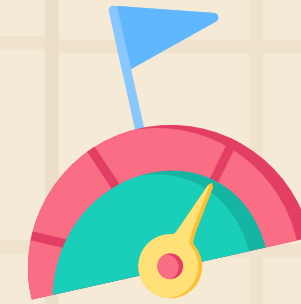
**MSIB BATCH 6
BY ONE INDONESIA**

KPI



Apa itu KPI (Key Performance Indikator)?

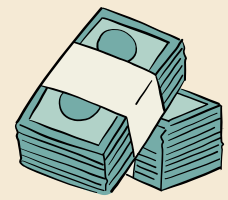
KPI merupakan ukuran atau metrik yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja suatu organisasi, tim, atau individu terhadap tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. KPI juga membantu organisasi mengukur kemajuan mereka dalam mencapai tujuan bisnis atau operasional dan memberikan kerangka kerja untuk mengevaluasi kinerja secara teratur dan membuat keputusan yang bijak.



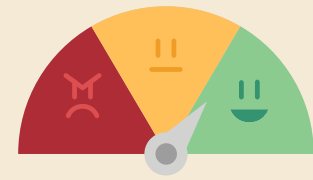
Secara garis besar KPI berperan sebagai pembatas SDM sebuah perusahaan agar dapat berkontribusi sesuai visi dan misi perusahaan nya

Dua Tujuan yang mendukung Tercapainya Visi Sebuah Perusahaan

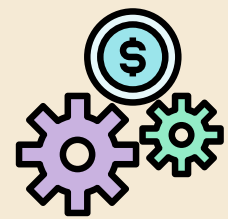
Tujuan Bisnis



Pertumbuhan
Pendapatan



Kepuasan Para
Pelanggan



Efisiensi dalam
Operasional

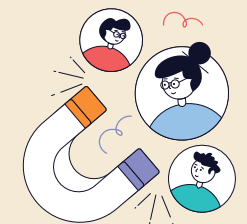


Menaikan
Profitabilitas

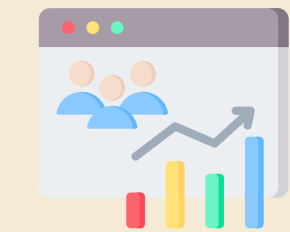
Tujuan Pemasaran



Awarenes terhadap
merek



Menangkap retensi
Pelanggan



Traffic Web Social
Media



Mengolah retensi
Web





Kaitan KPI dengan Tujuan Bisnis

Penjualan Bersih (Net Sales):

Memantau penjualan bersih dengan beberapa KPI atau standarisasi tertentu pastinya dapat membantu organisasi untuk memastikan bahwa mereka mencapai target pendapatan dan pertumbuhan yang diinginkan.

Retensi Pelanggan (Customer Retention)

Menjaga tingkat retensi pelanggan Sesuai dengan indikator tertentu akan menjamin profitabilitas inggi dan dapat membantu membangun fondasi pasar pelanggan tetap

Penghematan Biaya (Cost Savings):

Penghematan biaya sesuai dengan penghitungan dan KPI yang matang dapat membantu mengarahkan serta meningkatkan profitabilitas dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Hal ini agar meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi overhead.



KPI



Kaitan KPI dengan Tujuan Pemasaran

Meningkatkan Kesadaran Merek

Dengan memantau KPI kesadaran merek, perusahaan dapat menilai efektivitas kampanye branding dan memastikan bahwa merek mereka mendapat perhatian yang cukup di pasaran.

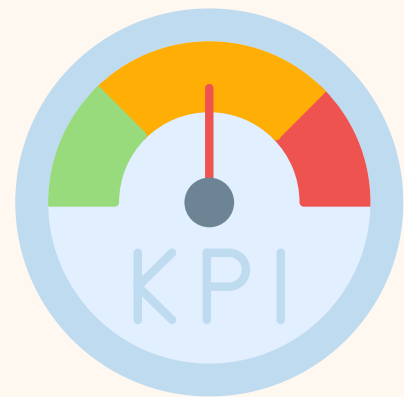
Peningkatan Lalu Lintas Situs Web

Dengan terus memantau peningkatan arus retensi situs perusahaan ini dapat meningkatkan visibilitas merek, meningkatkan kesempatan konversi, dan mendapatkan wawasan lebih dalam tentang minat dan perilaku pengunjung.

Menjaga Tingkat Kepuasan Pelanggan

Dengan memantau skor kepuasan pelanggan dengan berkaca kepada KPI yang tepat, maka perusahaan dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan dan meningkatkan retensi pelanggan.



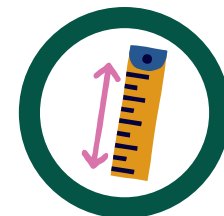


Cara Menentukan KPI yang Tepat



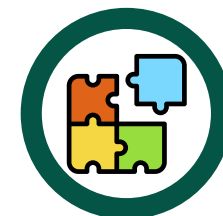
Spesifik

KPI harus secara jelas menentukan apa yang ingin diukur dan diukur dengan tepat. Mereka harus fokus pada satu aspek tertentu dari kinerja organisasi.



Terukur

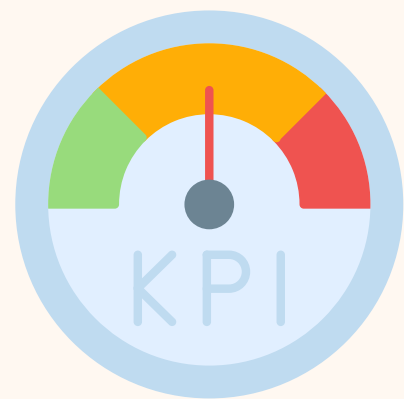
KPI harus dapat diukur dengan data yang jelas dan terukur. Ini memungkinkan untuk melacak kemajuan dan mengevaluasi kinerja dengan akurat.



Relevan

KPI haruslah relevan dengan tujuan bisnis dan pemasaran yang telah ditetapkan. Mereka harus memiliki dampak langsung atau kontribusi terhadap pencapaian tujuan-tujuan tersebut.





Cara Menentukan KPI yang Tepat



Dapat Dicapai

KPI haruslah realistis dan dapat dicapai dengan sumber daya yang tersedia. Mereka harus mempertimbangkan kondisi pasar, sumber daya perusahaan, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan.



Batas Waktu

KPI harus memiliki batas waktu yang jelas untuk mencapai atau mengevaluasi kemajuan. Ini membantu untuk mengukur kinerja dalam periode waktu tertentu dan mengidentifikasi perubahan yang diperlukan.



Tinjauan

KPI harus diperbarui secara berkala untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan efektif dalam mengukur kinerja organisasi. Proses tinjauan dan penyesuaian ini harus dilakukan secara teratur berdasarkan perubahan dalam kondisi pasar dan kebutuhan bisnis.





Terima Kasih

