Documento definición de kpi’s

Integrantes: Ignacio Jara. Valentina Silva. Jonathan Navarro.

1. Objetivo del Proyecto

El objetivo del proyecto, con las visualizaciones correspondientes, se centra principalmente en el incremento de las ventas y el marketing, esto se logrará atacando los puntos débiles presentes, por ejemplo, la tienda que tenga un menor flujo de ventas se convertirá en un punto débil el cual se deberá mejorar, invirtiendo en dicha para así aumentar el número de productos totales

1. KPIs

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nombre KPI | Formula | Justificación |
| Porcentaje de monto de órdenes de venta por tienda | (Monto total ordenes por tienda / suma total de órdenes de venta general) \*100 | Este KPI nos sirve ya que podríamos saber en que tiendas hay un mayor y menor flujo de ventas. |
| Porcentaje de monto de ordenes de ventas por vendedor | (Monto total de órdenes de venta por vendedor/ suma total de ordenes de ventas por vendedor) \*100 | Con este KPI podremos saber que vendedor merece una bonificación por ventas realizadas e incentivar a los vendedores que venden menos. |
| Porcentaje de incrementos de ordenes de ventas por año | (Monto total de ordenes de ventas anual/ total anterior de ordenes de ventas anual) \*100 | En este KPI podremos saber las ventas anuales que nos permitirá saber en que año se vendió mas y en que año se vendió menos en comparación de años anteriores. |
| Porcentaje de ordenes de ventas por nro. de tarjeta | (Monto de ordenes de ventas por nro. de tarjeta / monto total de ordenes de ventas) \*100 | Este KPI nos indicara que clientes tienen mayor flujo de transacciones, para que obtengan descuentos y se incentiven a comprar más. |
| Porcentaje monto de ordenes ventas por moneda utilizada | (Monto de ordenes venta por moneda utilizada / monto total de órdenes de ventas) \*100 | Con este KPI podremos dar a conocer en que regiones hay mayor o menor flujo de transacciones y así aplicar estrategias de marketing correspondientes. |