

OKR / KPI Tree & Measurement Plan

۱. مقدمه KPI: در MetroGo ابزار کنترل است، نه گزارش

در MetroGo ، KPI صرفاً برای «دیدن عدد» یا «گزارش دادن» استفاده نمی‌شود KPI. ابزار اصلی کنترل ریسک، اولویت‌بندی تصمیم‌ها و جلوگیری از هدررفت منابع است.

هر KPI باید به یکی از این سه سؤال پاسخ دهد:

۱. آیا داریم به سمت درآمد پایدار حرکت می‌کنیم؟

۲. آیا کاربران واقعاً از محصول ارزش می‌گیرند؟

۳. آیا پول و زمان را روی مهم‌ترین اهرم‌ها خرج می‌کنیم؟

این سند نشان می‌دهد KPI ها چگونه تعریف می‌شوند، چگونه اندازه‌گیری می‌شوند، در چه داشبوردی دیده می‌شوند و هر عدد دقیقاً چه تصمیمی را فعال می‌کند.

۲. ساختار درختی (KPI Tree Logic)

ساختار KPI در MetroGo به صورت یک درخت تصمیم طراحی شده است:

سطح اول: KPI های کلان شرکت (Company Health)

سطح دوم: KPI های استراتژیک تیم ها

سطح سوم: KPI های عملیاتی و روزمره

اصل کلیدی:

هیچ KPI در سطح تیم تعریف نمی شود مگر اینکه مستقیماً به یک KPI کلان شرکت متصل باشد.

این ساختار باعث می شود:

- تیم ها درگیر فعالیت بی اثر نشوند.
- اختلاف نظر ها با داده حل شوند.
- رشد، کنترل شده و قابل پیش بینی باشد.

۳. KPI های سطح شرکت + داشبورد مربوطه

1 KPI: رشد درآمد پایدار (Sustainable Revenue Growth)

تعریف:

نرخ رشد درآمد حاصل از پرداخت واقعی کاربران، بدون اتکا به تخفیف های مخرب یا تزریق مصنوعی.

فرمول:

(درآمد ماه جاری - درآمد ماه قبل) ÷ درآمد ماه قبل

منبع داده:

داده های تراکنش پرداخت بلیط و شارژ کیف پول

دوره گزارش:

ماهانه (با مانیتورینگ هفتگی)

داشبورد مدیریت درآمد (Revenue Dashboard)

اجزای داشبورد:

- نمودار خطی درآمد ماهانه
- تفکیک درآمد بلیط vs شارژ کیف پول
- تعداد کاربران پرداخت کننده
- میانگین درآمد به ازای هر کاربر (ARPU)

ابزار:

Dashboard داخلی (PostgreSQL + BI Tool)

مرزهای هشدار:

- سبز: رشد مثبت پایدار
- زرد: رشد صفر یا نوسانی
- قرمز: رشد منفی دو ماه متوالی

تصمیم فعال شونده:

در وضعیت قرمز → توقف توسعه فیچر جدید و تمرکز کامل روی بهبود پرداخت و ارزش پیشنهادی

KPI 2: Retention کاربران (User Retention)

تعریف:

درصد کاربرانی که بعد از اولین استفاده، حداقل یک بار دیگر در بازه مشخص از MetroGo استفاده می‌کنند.

فرمول:

تعداد کاربران بازگشتی ÷ کاربران جدید همان cohort

دوره:

Retention ماه اول (M1) و ماه سوم (M3)

داشبورد Retention & Engagement

اجزای داشبورد:

- Cohort Analysis (کاربران ماه به ماه)
- نرخ بازگشت به پرداخت
- تعداد پرداخت‌های تکرار شونده
- Drop-off points در مسیر پرداخت

منبع داده:

لاگ استفاده کاربران + دیتابیس تراکنش

مرزهای هشدار:

- سبز: Retention بالاتر از آستانه هدف
- زرد: افت تدریجی
- قرمز: افت ناگهانی یا زیر حد بحرانی

تصمیم:

تحلیل UX، حذف friction، یا بازتعریف پیام ارزش

KPI 3: سلامت اقتصاد واحد (Unit Economics)

تعریف:

نسبت ارزش طول عمر کاربر به هزینه جذب او.

فرمول:

$$LTV \div CAC$$

داشبورد Unit Economics

اجزای داشبورد:

- CAC به تفکیک کانال جذب
- LTV تخمینی کاربران فعال
- Payback Period
- نسبت LTV/CAC

دوره گزارش:

فصلی (با پایش ماهانه)

مرزهای هشدار:

- سالم: $LTV \geq 3 \times CAC$
- هشدار: $LTV \approx CAC$
- بحرانی: $LTV < CAC$

تصمیم:

توقف رشد و تمرکز بر بهینه‌سازی هزینه یا افزایش ارزش

۴. KPI های سطح تیم محصول + داشبورد

KPI اصلی تیم محصول: نرخ تکمیل مسیر پرداخت

تعریف:

درصد کاربرانی که پس از شروع فرآیند پرداخت، آن را با موفقیت کامل می‌کنند.

فرمول:

پرداخت‌های موفق ÷ شروع پرداخت

داشبورد Product Funnel

اجزای داشبورد:

- Funnel مراحل پرداخت
- زمان متوسط تکمیل پرداخت
- نرخ خطا در هر مرحله
- نرخ لغو پرداخت

مرز هشدار:

کاهش بیش از ۱۰٪ نسبت به میانگین سه‌ماهه

تصمیم:

بازطراحی UX یا حذف مراحل غیرضروری

۵. KPI های تیم فنی + داشبورد

KPI 1: پایداری سیستم (System Uptime)

تعریف:

درصد زمانی که سیستم بدون اختلال در دسترس است.

فرمول:

زمان در دسترس ÷ کل زمان

داشبورد Technical Health

اجزای داشبورد:

- Uptime روزانه و ماهانه
- نرخ خطای API
- Latency پرداخت
- تعداد incident ها

مرز هشدار:

Uptime کمتر از ۹۹٪

تصمیم:

توقف توسعه فیچر و تمرکز بر زیرساخت

۶. KPI های تیم رشد و مارکتینگ + داشبورد

KPI کلیدی: هزینه جذب کاربر فعال

تعریف:

میزان هزینه‌ای که برای جذب یک کاربر واقعاً پرداخت‌کننده صرف شده است.

فرمول:

هزینه بازاریابی ÷ کاربران فعال پرداخت‌کننده

داشبورد Growth Performance

اجزای داشبورد:

CAC به تفکیک کانال

نرخ تبدیل نصب → پرداخت

Retention هر کانال

ROI کمپین‌ها

مرز هشدار:

افزایش CAC بدون بهبود Retention

تصمیم:

قطع کانال کم‌بازده

۷. ریتم گزارش‌دهی و تصمیم‌گیری

- هفتگی: KPI های عملیاتی (تیم‌ها)
 - ماهانه: KPI های کلان (مدیریت)
 - فصلی: تصمیم‌های استراتژیک و بودجه‌ای
- هیچ KPI بدون Owner مشخص گزارش نمی‌شود.

۸. سیستم هشدار و اقدام (Action Triggers)

هر KPI سه سطح دارد:

- سبز: ادامه مسیر
- زرد: تحلیل عمیق
- قرمز: اقدام فوری مشخص

تصمیم‌ها از پیش تعریف شده‌اند تا واکنش احساسی حذف شود.

۹. ریسک‌های سیستم KPI و کنترل آن‌ها

- تمرکز بیش‌ازحد روی عدد به‌جای معنا
 - بازی با KPI به‌جای بهبود واقعی
 - نادیده گرفتن داده کیفی کاربران
- کنترل با بازبینی فصلی KPI Tree انجام می‌شود.

۱۰. جمع‌بندی

این OKR / KPI Tree نشان می‌دهد MetroGo:

می‌داند چه چیزی را اندازه بگیرد.

می‌داند چرا اندازه می‌گیرد.

و می‌داند هر عدد دقیقاً چه تصمیمی را فعال می‌کند.