

Про статистики

Причина создания: в компании было неочевидно, какой сотрудник на самом деле продуктивен, а какой нет. Была необходима единая система оценки результатов.

Задача: добиться того, чтобы каждый сотрудник понимал важность статистик, понимал, какая ключевая статистика его поста и своевременно заполнял ее.

Из всех прочитанных статей вы уже поняли, что единственное, что позволяет вам зарабатывать деньги в компании — это производить свой продукт хорошо и в большом количестве. Ваш карьерный рост тоже зависит от того, насколько хорошо вы производите свой продукт, лояльность компании, забота о вас или увольнение тоже зависят от произведенного вами конечного продукта.

Во многих организациях руководители любят и ценят тех сотрудников, которые им больше других улыбаются, носят «конфетки», подлизываются, выслуживаются. Но их руководители не знают, что они не производят конечный продукт, а просто создают имитацию бурной деятельности.

Они начисляют премии, если сотрудник допоздна сидит в офисе и пыхтит. Но они не знают, что он сидит допоздна потому, что весь месяц не делал предписываемые ему действия хорошо, а балбесничал, поэтому сейчас вынужден сидеть и напрягаться.

В нашей компании не так. Единственное, на что мы смотрим — это ваш конечный продукт. Каждый руководитель знает, что если он будет производить свой продукт, то организация будет о нем заботиться. Конечно важно быть приветливым, важно быть вежливым и относиться ко всем хорошо. Но это не важнее конечного продукта.

Как понять, сколько человек сделал конечного продукта? Для этого у нас в компании внедрены статистики. Статистики — это графическое изображение результатов деятельности сотрудника, отдела,

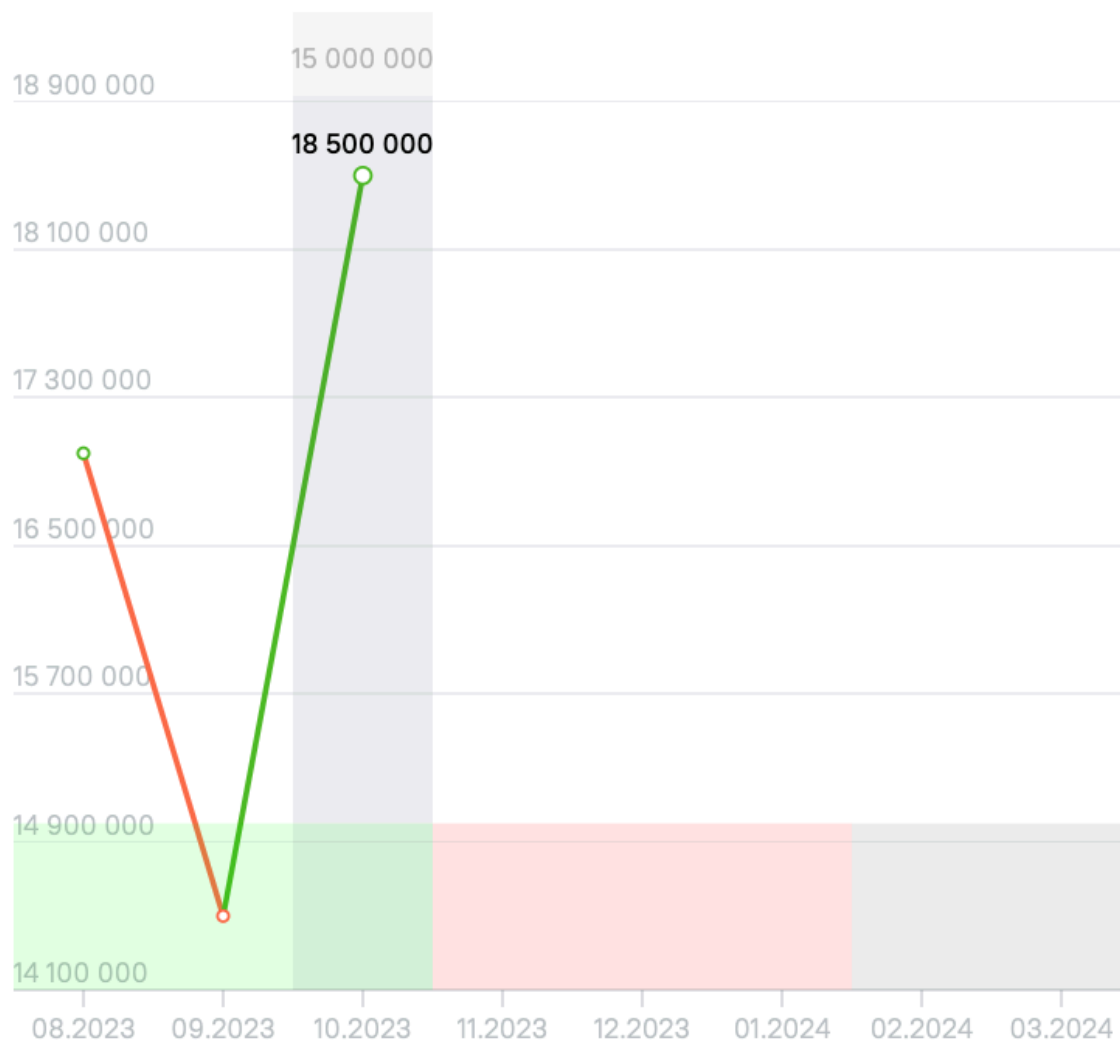
департамента. Они показывают реальное положение дел в компании или в работе сотрудника. Если статистики растут — значит все хорошо. Если падают — нет. Статистика отображает количество произведенного продукта за период (за день, за неделю, за месяц, за год).

Все статистики собираются в разделе "Рабочий стол". Это создает правильную мотивацию, прозрачность и конкурентную среду. Это поможет вовремя предотвратить катастрофу. Например, если в отделе рекламы в один период резко упадут статистики количества входящих обращений от новых потенциальных клиентов, если с этим ничего долго не делать, гарантированно, следом за ними упадут статистики отдела продаж, потому что они зависят от потока новых заявок, а за ними и деньги организации).

Важно!!! Очень внимательно относиться к своим статистикам, вовремя заполнять их обязательно проверять актуальность данных, которые вы вносите!

Давайте рассмотрим, как правильно заполнять статистики.

Например, у нас в компании есть статистика прихода денежных средств. Она показывает, сколько денег поступило в нашу компанию за период от всех клиентов. За сбор денежных средств от клиентов у нас отвечает финансовый департамент (3-й), а делает это — бухгалтер. Его график статистики за один из периодов приведен ниже.



На графике на картинке ниже вы видите деления по горизонтальной оси. Каждая «засечка» — это конкретная дата. Датой для засечек мы выбрали пятницы. Каждую пятницу у нас в компании проходит Совет, где руководители подразделений снимают статистику со своего отдела, а по понедельникам в 09:30 проходит утренняя планерка, на которой мы изучаем статистику прошлой недели, делаем выводы и пишем «Боевые планы» — что дальше делать в этой области, чтобы статистики еще улучшились. Задача руководителей и сотрудников четко выполнить свой боевой план, так как он напрямую влияет на рост статистики.

По вертикальной оси тоже есть «засечки». Каждая из которых отображает какое-то количество произведенного продукта.

Задача человека, ответственного за статистику (а за статистику может быть только один ответственный), по итогу недели посчитать, сколько конечного продукта он произвел. Нужна общая сумма от пятницы до пятницы.

Как только сумма посчитана, на пересечении даты (пятница) по горизонтальной оси и суммы продукта по вертикальной оси ставится точка и подписывается, сколько продукта было произведено.

Так делается и в следующую неделю. **Важно:** если по итогу второй недели будет произведено «0» конечного продукта, то точка будет поставлена на пересечении новой даты и «нуля». Мы **не** суммируем несколько недель. Точку ставим только по сумме продукта от пятницы до пятницы. После данные обнуляются и все начинается сначала.

Как только мы получили на графике 2 точки за 2 недели мы соединяем их линией. Если линия идет вверх (растет) — мы рисуем ее. Если падает или не меняется (на том же уровне «стагнирует») — то .

Если вы произвели какое-то количество продукта — то мы не можем сказать, хорошо это или плохо. Чтобы наша организация росла — надо чтобы каждый сотрудник в следующий период производил чуть больше продукта, чем в предыдущий. То есть, задача каждого сотрудника не произвести одним разом много продукта — а потом «провалиться» в статистиках, а постоянно, непрерывно производить чуть больше, больше, больше, заставляя график расти. Эти изменения вверх или вниз мы называем трендом. Надо, чтобы у вас **всегда** был растущий тренд.

Поэтому, для анализа положения дел у вас нам нужно минимум 2 точки на графике за 2 периода. Тогда мы сможем определить тренд и понять — вы улучшаете свою область или убиваете ее. **всегда** улучшайте статистику. Не позволяйте ей падать или оставаться без изменения.

Если по поводу падения всем, думаю, понятно, почему это плохо. Давайте проясним, почему же сохранение статистики на прошлом уровне тоже плохо? Почему делать 1 млн рублей каждую неделю постоянно, не увеличивая эту цифру ужасно?

Наша вселенная расширяется, экономика растет, правительства каждый день печатают новые деньги и они постоянно обесцениваются. Каждый день покупательская способность денег падает. Вспомните, что вы могли купить на 1.000 рублей 5 лет назад? А 10 лет? А что вы можете купить на них сейчас?

Поэтому, если мы не будем увеличивать свои статистики каждый день, то их ценность каждый день будет падать, в итоге вы попадете в беду.

Рисунки графиков статистик могут быть разных типов. В зависимости от характера рисунка: растет или падает, остается без изменений, вообще отсутствует, вышел в самый верх и там держится — зависит, какой характер действий вам нужно предпринять, чтобы улучшить положение дел.

Правила заполнения статистик:

1. Ежедневные метрики заполнять в конце рабочего дня, чтобы утром их проверить проверяющий
2. Недельные метрики вносить в пятницу вечером (или воскресенье, если это рабочий день), чтобы в понедельник проверяющий видел корректные данные
3. Ежемесячные метрики заполнять в последний рабочий день месяца
4. Внимательно проверять данные, которые вы вносите, быть уверенным, что данные корректны

Идеальная картина: Сотрудник умеет читать и понимать статистики, знает свою ключевую статистику, график его статистики висит на информационном центре организации и всегда своевременно и корректно заполнен.

Неправильно: Забить на свою статистику, не заполнять ее, заполнять «криво».