# Key Performance Indicator

Az egy felhasználóra jutó rendelések összértékének és az egy felhasználóra jutó aktív interakciók számának súlyozott kombinációja a platformon.

## Definíció

Ez a KPI egy olyan kombinált mérőszám, amely két fő faktort vesz figyelembe:

* **Kosárérték:** Az egy felhasználóra jutó átlagos rendelési érték (Average Order Value, AOV), azaz a rendelést leadó felhasználók átlagosan mekkora összeget költenének a platformon.
* **Aktív interakciók:** Az egy felhasználóra jutó releváns platformtevékenységek (pl. kosárba helyezés, termékmegtekintés, rendelés) száma, amely a felhasználói elköteleződést mutatja.

## Mérhetőség

Ez a KPI az alábbiak szerint mérhető:

* **Kosárérték:** Az összes leadott rendelési érték osztva a rendelést leadó felhasználók számával, majd megszorozva a rendelést leadó felhasználók számának négyzetgyökével. Ezzel biztosítható, hogy egyetlen felhasználó kevés legyen a cél eléréséhez, és hogy a KPI értéke kontrolláltabban nőjön a felhasználók számának növekedésével.
* **Aktív interakciók száma:** Az aktív interakciók összértéke (termékmegtekintések, kosárba helyezések, rendelés stb.) osztva az aktív felhasználók számával.
* **Kombinált érték:** A két faktor együttesen mutatja, hogy egy felhasználó mennyire aktív és hajlandó költeni a platformon.

**Súlyok:**

Két súlyérték: a kosárértékre és az aktív interakciókra. A KPI-ben mindkét faktor súlyozva van, így előnyben részesíthetjük a kosárértéket (például 0,7-es súllyal), amely közvetlenebben jelzi a potenciális bevételt, miközben az aktivitást is értékeli.

## Képlet:

A KPI kiszámításához használt súlyozott képlet a következő:

* : kosárérték súlya (például 0.7)
* : aktív interakciók súlya (például 0.3)

Magyarázat:

* **Összes rendelési érték:** Az összes, a platformon leadott rendelés összértéke.
* **Rendelést leadó felhasználók száma (RLFSZ):** Azoknak a felhasználóknak a száma, akik rendelést adtak le.
* **Aktív interakciók száma:** Az összes platformon végzett aktivitás (rendelés, kosárba helyezés, termékmegtekintés stb.) összesítve.
* **Aktív felhasználók száma:** Azoknak a felhasználóknak a száma, akik aktívan interakcióba léptek a platformmal (rendelést adtak le vagy terméket böngésztek).

## Indoklás:

Ez a KPI figyelembe veszi mind a kosárérték, mind az általános aktivitás fontosságát. A kosárérték nagyobb súlyt kap, mivel közvetlenül kapcsolódik a potenciális bevételhez. Az aktivitási faktor szerepe, hogy felmérje, mennyire elkötelezettek a felhasználók, ami szintén fontos, mivel egy magasan elkötelezett felhasználói bázis a későbbiekben nagyobb bevételt generálhat.

## Cél elérésének fontossága:

A súlyozott kombinált KPI elérése világos képet ad arról, hogy a platform mennyire működik jól az első hetekben, mind a vásárlási hajlandóság (kosárérték) szempontjából, mind pedig a felhasználói elkötelezettség (interakciók) alapján. Ha a kosárérték magas, az azt mutatja, hogy a felhasználók hajlandóak költeni. Ha pedig a felhasználók aktívak, az a felhasználói élmény hatékonyságát mutatja. Így mindkét faktor értéke magas teljesítményt jelez.

## Kitűzött cél: *KPI ≥ 25*

#### Hogyan értelmezhető a célérték?

Ez az érték azt jelzi, hogy:

1. **Kosárérték**: Az egy felhasználóra jutó átlagos rendelési érték (a **kosárérték**) magas, tehát a felhasználók nemcsak érdeklődnek a platform iránt, hanem hajlandóak jelentős összeget költeni.
2. **Interakciós aktivitás**: A felhasználók aktív elkötelezettsége magas, azaz nemcsak rendelnek, de más aktivitásokat is végeznek a platformon, például termékeket tekintenek meg, többször visszatérnek, és kosárba helyezéseket végeznek.

#### 

#### **Példa a kitűzött cél eléréséhez szükséges feltételekre:**

Ha például a következő tényezők állnak fenn:

* **Összes rendelési érték**: 70 euró
* **Rendelést leadó felhasználók száma**: 5
* **Aktív interakciók száma**: 40
* **Aktív felhasználók száma**: 10
* **Súlyok**: és

Akkor a számítások a következők:

1. **Kosárérték része**:

1. **Aktív interakciók része**:

**KPI**:

Az elérni kívánt **25-ös érték** így egy kihívást jelentő, ám elérhető cél, amely a platform használói számára valódi elkötelezettséget és jelentős vásárlási hajlandóságot jelez.