

BIJLAGE 10
25 KPI'S EN
32 STARTUP METRICS



KPI'S

Categorieën	Prio KPI's	Overige KPI's					
A Waardecreatie	Continuïteit	1					
	B Markten/Klanten Producten Diensten	Markt-aandeel	Marktpositie	Relatief marktaandeel	Merkwaarde		
		Kwaliteit Producten Diensten	Beschikbaarheid Producten Diensten				
			Klant-tevredenheid	NPS	Klant-rendement	Klantbehoud	Klantverloop
		Klantpotentie		Cross-selling			
C Processen • Primair • Secundair	Saleskosten Leads Campagnes	5					
	Marketing-ratio's	6					
	Volledige en tijdige levering (DIFOF)	Uptime processen	Six Sigma level	Bezettings-graden (CUR)	% Verspilling in processen	Snelheid voorraad afname (ISR)	% Issues 1x opgelost (FCR)
	Doorlooptijd orderverwerking (OFCT)	Effectiviteit productiemid-delen (OEE)	% Herstelwerk	Procefefficiency en -effectiviteit (STP)	% Probleemloze procesgang ((FPY)	Tijd tot marktintroductie (TTM)	Kwaliteit ketenprocessen
	Kwaliteit samenwerkings-partners en leveranciers	Synergie-benutting					
9							
D HR & Cultuur	Medewerkers-kwaliteit	Medewerkers-aanbevelings score	Teamkwaliteit	Teamtevredenheid	Verzuim	Gezondheids-cultuur	
	10						
E Besturing	Management-kwaliteit	Middenkader-kwaliteit	Management-tevredenheid	Ondersteu-ningskwaliteit	Ondersteunings-tevredenheid		
	11						
	Leiderschaps-pijplijn	12					
Middenkader tevredenheid	13						



Categorieën	Prio KPI's	Overige KPI's					
F Duurzaamheid	Verspilling	Recycling					
	CO2 Footprint	Logistieke footprint (afstanden)					
G Financiële besturing	Ebidta	Operationele winstmarge	Bruto marge	Cashconversie cycles	Ratio's (* III)	Netto winst	
	Buffers	Omzetgroei	Afboekingen	ROI	Closed loop	Bezettingsgraden van assets	
	Flexibiliteit						
H HR	Medewerkers-kwaliteit	Veiligheid	360 graden feedback	Marktaan-trekkelijkheid	Trainings-rendement	Trainingen tevredenheid	
	Goede betrokkenheid	Talentmanage-ment (aantrek-ken, behouden)					
I Digitalisering & ICT	% Gedigitali-seerde proces-stappen	Totale ICT-kosten (TCOW)	Beschikbaar-heid Uptime	% Snelheid oplossen spoedissues	% Benutting ICT budget (pos./neg.)	# incidenten langer dan 15 dagen gestrand	# Business-verstoringen door ICT-issues
J Data & Kennis	# Innovatie uit big data analyse	% Omzetbijdrage datagerelateerde innovatie	% Competenties op orde t.o.v. doel	Betrouwbaar-heid ICT & Data			
K Executie	% Doelbijdrage per initiatief	Projectplan-ningsvariatie (PSV)	Lead time innovaties	Rendement op innovatie-investeringen			
	# Sterke innovatie-componenten t.o.v. doel (IPS)	Projectkosten variatie (PCV)					
	Exploitatie						

(* III) – TSR – D/E – EVA – ROI – CCC – ROCE – WC – OER- CAPEX - PE – ROA



Per doel en KPI is classificatie nodig om te weten waar je mee bezig bent of gaat, wat je kan verwachten en hoe de meetbaarheid zal zijn. Relevante variabelen bij het opzetten van KPI's

Private sector	Strategisch	Output	Run	Type 1: Verbeteren	Hard	Meetbaar	Inbaar	Zeker
(Semi) publieke sector	Tactisch	Input / Throughput	Change	Type 2: Vernieuwen	Zacht	Niet meetbaar	Niet inbaar	Verwacht
Operatief				Type 2: Innoveren			Inzet	

32 startup metrics van Andreessen Horowitz

Zakelijke en financiële parameters

- 1 Orders vs. omzet
- 2 Terugkerende inkomstenstroom vs. totale omzet
- 3 Brutoresultaat
- 4 Totale contractwaarde (TCW) vs. jaarlijkse contractwaarde (JCW)
- 5 Totale waarde levenscyclus (Life Time Value)
- 6 Bruto waarde van de goederen (BWG) vs. omzet
- 7 Niet behaalde of uitgestelde omzet ... en facturering
- 8 Kosten klantenwerving

Product- en betrokkenheid-parameters:

- 9 Actieve gebruikers
- 10 Maand-op-maand groei
- 11 Churn (weglopende abonnees)
- 12 Burn Rate (verbrandingssnelheid)
- 13 Downloads

Presentatie generieke parameters:

- 14 Gecumuleerde grafieken (vs. groei-parameters)
- 15 Grafiekentrucs
- 16 Volgorde van werkzaamheden

Zakelijke en financiële parameters (1):

- 17 Totale potentiële markt
- 18 Jaarlijkse kostenbesparingen
- 19 Gemiddelde omzet per gebruiker
- 20 Brutomarge
- 21 Verkoopratio en voorraadrotatie

Economische en andere bepalende kwaliteiten:

- 22 Netwerkeffecten
- 23 Virale besmetting
- 24 Schaalvoordelen

Andere product- en betrokkenheid-parameters

- 25 Net Promoter Score (NPS)
- 26 Cohortanalyse
- 27 Geregistreerde gebruikers
- 28 Actieve gebruikers
- 29 Traffic-bronnen
- 30 Klantenconcentratierisico

Presentatie generieke parameters:

- 31 Onvolledige Y-as
- 32 Nogmaals gecumuleerde grafieken

Bron: Marc Andreessen en Ben Horowitz