

KSF, KPI og SMART

De kritiske succesfaktorer beskriver de forhold, der har afgørende betydning for virksomhedens konkurrenceevne og succes i det hele taget. De kritiske succesfaktorer er ofte på brancheniveau, men kan også være specifikke for den enkelte virksomhed. Og de er kendetegnet ved, at det er forhold, virksomheden selv kan gøre noget ved.

Kritiske succesfaktorer (KSF) kunne være:

- Carlsbergs kritiske succesfaktorer er
 1. en stærk positionering
 2. høj leveringsservice
 3. tilstrækkeligt overskud til fortsat vækst
- Legos kritiske succesfaktorer er bl.a. at levere produkter af høj kvalitet til tiden.
- Danish Crown's succesfaktorer er bl.a.
 1. at de har et tæt forhold til deres leverandører
 2. at deres produkter altid lever op til krav om fødevarer sikkerhed.

En KPI udledt af disse tanker kunne være:

- At øge salgsindtægterne med 15% dette år
- At opnå dette mål, vil give vores forretning mulighed for at blive mere rentabel
- Forretningens fremskridt måles i øget omsætning
- Ansætte yderligere salgspersonale
- Marketingchefen er ansvarlig for at opnå det ønskede mål
- Omsætningen er steget med 15% i år
- Målet vil blive revurderet en gang om måneden

Er KPI SMART?

En måde, hvorpå du kan måle relevansen, er ved at benytte SMART-modellen. SMART-modellen tager udgangspunkt i fem grundlæggende kriterier:

- Er dit mål specifikt?
- Kan du måle fremskridt imod det mål der er fremsat?
- Er målet realistisk og opnåeligt?
- Hvor relevant er målet for din virksomhed?
- Hvad er tidsrammen for at opnå målet?