

INSIGHTS · BUSINESS INTELLIGENCE

Um KPI sem contexto é só um número — aqui está como evitar isso.

Desliza →

O problema

Dashboards cheios de gráficos, decisões por intuição. Em 3 auditorias, 60–70% dos KPIs não tinham responsável nem acção associada.

Alinhar à decisão

Comece por perguntar que decisão quer melhorar. O KPI deve ligar-se directamente a essa decisão — não ser uma sensação de controlo.

Medir o que importa

Escolha métricas com correlação plausível com o resultado final. Para reduzir churn, por exemplo, acompanhe sucesso no onboarding e sessões nos primeiros 30 dias.

Definições claras

Use um template mínimo: nome, fórmula, fonte, frescura, tolerância de erro, responsável e playbook. Nas nossas implementações, isto cortou 70% das dúvidas iniciais.

Instrumentar para agir

Defina responsáveis, níveis de alerta e tempos máximos de resposta. Com responsáveis definidos, a latência para acção caiu de semanas para 48–72h.

Combinar leading e lagging

Um painel robusto tem 2–3 KPIs lagging e 3–5 leading. Ex.: churn (lagging) + NPS, duração média de sessão e percentagem com configuração completa (leading).

Mini-caso com números

Numa PME de e-commerce: desconto médio
–3pp, custo logístico –11%, devoluções –1,5pp;
margem bruta subiu 3,5pp — +420k€
anualizados em 12M€ de receita.

CONTINUA NO BLOG

Por que tantos KPIs falham em influenciar decisões?

www.bconcepts.pt/insights