



команда роста на аутсорсе  
для системного улучшения ключевых метрик

## Фреймворк 'Дерево метрик' для каскадирования OKR и отслеживания роста

Визуальный инструмент для синхронизации целей, прозрачности и отслеживания вклада каждого в общий рост компании.

### Что такое Дерево Метрик и зачем оно нужно?

Дерево метрик — это фреймворк, который наглядно показывает взаимосвязь между метриками компании (Kaiten). Это декомпозированная цель компании (Habr), которая помогает сфокусироваться на ключевых показателях и понять, как они влияют на общий результат. Оно подсвечивает зоны роста и наглядно показывает, на каких показателях важнее сфокусироваться и какие задачи приоритетнее, упрощая принятие бизнес-решений (Kaiten).

Представьте, что главная задача компании — поднять выручку до конца года. Без дерева метрик сложно понять, за что хвататься. Дерево позволяет:

- Быстрее спланировать сосредоточенную стратегию (Kaiten).
- Разложить общую цель на понятные показатели, чтобы команда видела, какие метрики важны и как они связаны (Podbiratel.com).
- Построить прогнозные модели по влиянию метрик друг на друга (Kaiten).
- Сформировать бэклог продукта, который будет направлен на изменения нужных метрик (Kaiten).
- Определить точки роста и приоритеты развития (Кокос.com).
- Повысить прозрачность деятельности бизнеса и обеспечить единый обзор текущего состояния (Кокос.com).

### Пример Дерева Метрик для SaaS-компании

Уровень	Метрика	Пример для SaaS-компании	Владелец (пример)
Уровень 1: North Star Metric	Главная метрика, отражающая основную ценность продукта	Ежемесячная активная аудитория (MAU)	CEO / Продакт-менеджер
Уровень 2: Ключевые метрики продукта	Основные факторы, влияющие на NSM	Удержание (Retention), Активация, Привлечение (Acquisition)	Вице-президент по продукту / Руководители направлений
Уровень 3: Метрики отделов	Детализация ключевых метрик для конкретных отделов	Для 'Привлечения': Количество лидов, Стоимость лида (CAC), Конверсия в регистрацию	Руководитель отдела маркетинга / Руководитель отдела продаж

Уровень	Метрика	Пример для SaaS-компании	Владелец (пример)
Уровень 4: Метрики команды/сотрудников	Операционные метрики, влияющие на метрики отделов	Для 'Конверсии в регистрацию': Скорость обработки запросов, Качество презентации продукта, Процент прохождения онбординга	Менеджер по продажам / Специалист по онбордингу

## Шаблон для построения вашего Дерева Метрик

**Уровень 1: North Star Metric (NSM)**

\_\_\_\_\_

**Уровень 2: Ключевые метрики продукта (2-4 метрики)**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

**Уровень 3: Метрики отделов (для каждой метрики Уровня 2)**

Для метрики 1: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_

Для метрики 2: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_

Для метрики 3: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_

Для метрики 4: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_

**Уровень 4: Метрики команды/сотрудников (для каждой метрики Уровня 3)**

Для метрики 3.1: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_

Для метрики 3.2: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_

(и так далее, углубляясь до операционных показателей)

## Пошаговая инструкция по построению

### 1. Определите фокусную метрику (North Star Metric)

Это корень вашего дерева. Начните с главной цели компании, например, 'увеличить месячный доход' или 'поднять число активных пользователей' (PodbirateL.com). Желательно, чтобы она была связана с ключевой ценностью продукта, например, 'количество забронированных ночей' для Airbnb (PodbirateL.com).

### 2. Разложите NSM на прокси-метрики первого уровня

Определите ключевые метрики продукта, которые 'бьют' в NSM. Например, выручка может быть разложена на 'количество клиентов' и 'средний чек' (Kaiten, Habr). Не перепрыгивайте уровни сразу на подметрики (PodbirateL.com).

### 3. Детализируйте каждый уровень

Последовательно определяйте, на что раскладывается предыдущая метрика и как ее можно рассчитать. Продолжайте до тех пор, пока разветвлять будет некуда (Kaiten). Например, 'число активных пользователей' можно разложить на '% пользователей, прошедших онбординг' и 'Retention 1, 7 или 30 дня' (Habr).

### 4. Внесите реальные цифры и состояние метрик

Как только дерево готово, подпишите текущие значения каждой метрики и их конверсии (Habr, PodbirateL.com). Это поможет увидеть, над каким шагом или метрикой стоит поработать в первую очередь (Habr).

### 5. Найдите западающие метрики и точки роста

Определите метрики, которые ниже средних показателей компании. Именно над ними нужно работать, чтобы прийти к цели (Kaiten). Попробуйте прибавить к метрике +1% и посмотреть, как это повлияет на вашу цель (Habr).

### 6. Назначьте владельцев метрик

Добавьте ответственного к каждой ветви и листу дерева. Основные метрики поделите между командами, чтобы общими усилиями быстрее прийти к результату (Kaiten, PodbirateL.com).

### 7. Не делайте слишком много уровней

Если дерево слишком громоздкое, вы запутаетесь. Фокусируйтесь на метриках, которые реально влияют на результат (Podbiratel.com).

## ❑ 8. Периодически пересматривайте дерево

Цели могут меняться, и метрики тоже. Важно поддерживать дерево в актуальном состоянии (Podbiratel.com, Kokoc.com).

## Связь с OKR

Дерево метрик и OKR (Objectives and Key Results) — это мощная комбинация для синхронизации команды и достижения стратегических целей. OKR помогает связать цели компании (Objectives) с конкретными, измеримыми результатами каждого отдела и сотрудника (Key Results).

Как использовать Дерево Метрик для каскадирования OKR:

1. Objective (Цель): Ваша North Star Metric или ключевая метрика первого уровня из дерева метрик может стать вашей главной целью на квартал/год. Например, «Увеличить ежемесячную активную аудиторию (MAU) до 100 000 пользователей».

2. Key Results (Ключевые результаты): Метрики второго и третьего уровней из дерева метрик становятся вашими ключевыми результатами. Они должны быть конкретными, измеримыми и амбициозными. Например:

\* KR1: Увеличить Retention Rate (удержание) на 7-й день с 30% до 40%.

\* KR2: Снизить Cost Per Acquisition (стоимость привлечения) до 500 рублей.

\* KR3: Увеличить конверсию в активацию с 60% до 75%.

3. Каскадирование на отделы: Метрики нижних уровней дерева становятся основой для OKR отдельных отделов и команд. Например, для отдела маркетинга, который отвечает за «Стоимость лида»:

\* Objective: «Оптимизировать каналы привлечения для снижения стоимости лида».

\* KR1: Снизить среднюю стоимость лида из VK Рекламы с 150 до 100 рублей.

\* KR2: Увеличить конверсию лендинга с 3% до 5%.

Таким образом, дерево метрик обеспечивает визуальную структуру, а OKR — методологию постановки и отслеживания целей, гарантируя, что вклад каждого сотрудника напрямую влияет на достижение стратегических показателей компании.

## Инструменты для отслеживания

### ❑ MindMeister, Mind42, Miro

Удобны для визуализации и построения дерева метрик в формате MindMap (Навр). Позволяют совместно работать над структурой.

### ❑ Google Sheets / Excel

Для сбора, хранения и базовой визуализации данных. Позволяют строить простые дашборды и отслеживать динамику метрик.

### ❑ BI-системы (Tableau, Power BI, Google Data Studio)

Для создания интерактивных дашбордов и глубокого анализа данных. Позволяют объединять данные из разных источников и визуализировать их в реальном времени.

### ❑ CRM-системы (Битрикс24, AmoCRM)

Помогают автоматизировать сбор данных по продажам, клиентам и коммуникациям, что является основой для многих метрик (RocketLab).

### ❑ ERP-системы

Для управления всеми ресурсами компании, включая финансы, производство, персонал. Позволяют получать комплексные данные для метрик верхнего уровня (RocketLab).

❑ **Сервисы веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика)**

Для отслеживания поведения пользователей на сайте/в приложении, конверсий, источников трафика. Критически важны для продуктовых метрик.

❑ **Системы A/B тестирования (Optimizely, VWO)**

Для проверки гипотез и оценки влияния изменений на ключевые метрики, что позволяет целенаправленно улучшать показатели дерева.

# Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

