



analytics-leadership

عندما لا تروي قوائمك المالية القصة الكاملة

تؤكد قائمة الدخل ما حققته الشركة خلال الفترة لكنها لا تكشف وحدها ما إذا كانت علاقات العملاء والزخم التجاري والقدرة التشغيلية التي صنعت النتيجة تتحسن أم بدأت بالتراجع

الأفكار الرئيسية

- 01 المبيعات والأرباح والهوامش نتائج متأخرة نسبياً فقد يتغير سلوك العملاء أو السداد أو المخزون أو العمليات قبل أسابيع أو أشهر من ظهور الأثر المالي
- 02 لا يكفي قياس حجم النمو، بل يجب فهم مصدره النمو الناتج عن الاحتفاظ بالعملاء وتكرار الشراء يختلف عن نمو تقوده صفقة استثنائية أو خصومات كبيرة أو اعتماد متزايد على عدد محدود من العملاء
- 03 تظهر الإشارات المبكرة في تغيرات مثل انخفاض حجم الطلب، وتباعد المشتريات، وبطء السداد، وضعف الفرص الجديدة، وطول مدة التسليم، وتراجع توفر المنتجات أو ارتفاع المرتجعات
- 04 يجب أن تنطلق مؤشرات الأداء من نموذج العمل المطلوب هو عدد محدود من موجد أو تراكم المقاييس التي تفسر كيفية خلق القيمة، لا قالب مؤشرات يزيد الضوضاء
- 05 الحديثة بيانات المالية والمبيعات والعمليات وخدمة العملاء تترابط والتحصيل حول العميل أو المنتج أو الفرع أو الفترة نفسها، فتجعل محركات النتيجة المالية أكثر وضوحاً

الخلاصة

السؤال الأهم ليس فقط ما إذا كانت الشركة قد حققت نتائج جيدة، بل ما إذا كان العمل الإدارة الذي صنعها أصبح أقوى وتساعد على التمييز بين نجاح يقوم على محركات قابلة للاستمرار ونتيجة جيدة تخفي وراءها

المعنى العملي

ينبغي أن تبقى القوائم المالية أساس التقييم، ولكن ضمن قراءة أوسع. يقرأ نمو المبيعات إلى جانب الاحتفاظ بالعملاء وتكرار الشراء وتركز الإيرادات، ويربط الهامش بالتسعير والخصومات ومزيج

