

# Переход от “эффективности” к результативности

Осязаемый результат – самое важное

## Эффективность – что это для ИНТ?

Эффективность – доля времени сотрудника, которое пошло на работу над заказами, объединяет работу по тикетам и совещания по заказам.

Если в течении дня все 8 рабочих часов делали заказ по тикету или были на совещаниях по заказам, то ваша эффективность 100%.

Все рабочее время, которое не удалось потратить на заказы мы называем “утечками”.

# Какова эффективность ИНТ?

Суммарная эффективность ИНТ = 8 ч \* Число сотрудников<sup>1</sup> на работе<sup>2</sup>

1. Сотрудники, которые могут работать над заказами на проектах;
2. Не находятся в отпуске или другом отсутствии.

# 8 часов не всегда равны 8 часам 🐶

Опытный специалист за 8 часов может сделать больше, чем сотрудник на адаптации.

Не всегда часы можно сравнивать напрямую, но это самый понятный вариант.

8ч ≠ 8ч



Опытный программист



Сотрудник на адаптации

## Обучение – улучшение мощности 8 часов

Чтобы работать качественней и лучше использовать своё время на работе, необходимо постоянно обучаться.

До 20% рабочего времени можно тратить на восполнение необходимых по работе знаний.

Используйте проект edu для учёта таких задач.

Направления обучения надо согласовать с наставником или руководителем.

# Результат → переход КНР в КЗР

Необходимо равномерно переводить наработки времени в выпущенный результат доступный инициатору изменений.

КНР – количество незавершенной работы, должно перетекать в КЗР – количество завершённой работы.

Инструмент контроля SLA Meter

<https://kpi.intsite.org/slameter/>



Не “создавайте плотины” 🌊 —  
выпускайте частями 🔄

Приквел МЗР [тут](#)

# Ценность важнее “эффективного” результата

⚠️ Результаты надо превращать в ценность для клиентов.

Не делайте заказы для сайтов такие же бесполезные, как и эти вещи!



Эффективность → Результат → Ценность

# Выстраиваем базис и единое хранилище для аналитики

1. Определяем метрики, за которыми мы смотрим
  - [https://wiki.intsite.org/Метрики продукта и метрики роста](https://wiki.intsite.org/Метрики_продукта_и_метрики_роста)
1. Создаём единое хранилище данных
  - DWH на основе ClickHouse, содержащее необходимые данные
1. Построим графики и таблицы из имеющихся данных

# Измерения и итерации помогут двигаться к ценности

- Goal - Signal - Metric
  - Ориентируясь на цели, определяем сигналы успешности их достижения, определяем метрики.
- Работать по HADI циклам
  - Выдвигаем гипотезу, делаем, анализируем данные, вносим изменения.

## Стратегические заказы по добавлению ценности

- [1082](#) – Продуктовая аналитика Офисмаг для СМБ клиентов
- [1260](#) – Базовая аналитика по дилерским сайтам
- [1242](#) – Увеличение количества строк в корзине на 2 шт. Офисмаг 

# Продуктовый аналитик для ОПТ

Валерий Моренков будет аккумулировать данные по сайтам ОПТ как продуктам, чтобы принимать решения по внедрению функционала и приоритизации заказов.

Вопросы?