



Waar lekt je winst weg? Ontdek de cruciale getallen in je bedrijf.

We stellen klanten vaak de vraag: Wat wil je weten als je na een maand afwezigheid terug bent op je bedrijf om te zien of het goed gaat?

We doelen hiermee niet op het banksaldo. Of op het resultaat uit de winst & verliesrekening. Dat zijn namelijk de uitkomsten. We zijn op zoek naar resultaatbepalers, dat gaat dus over de inspanningen die je kunt doen om tot een goed resultaat te komen.

Hoe kun je stap voor stap jouw cruciale getallen bepalen? Hiervoor is het van belang om de samenhang tussen de verschillen getallen te beschrijven en analyseren.

1. Voorspellen of terugkijken: Kengetallen die beschrijven hoe je organisatie het in het verleden heeft gedaan of voorspellend kunnen zijn voor de toekomst.
Voorbeeld: Klanttevredenheid (bijvoorbeeld de Net Promotor Score) beschrijft de tevredenheid van klanten en kan voorspellend zijn voor hogere bestedingen van bestaande klanten en/of omzetgroei bij nieuwe klanten.
2. Uitkomst of inspanning: Kengetallen die de uitkomst van processen beschrijven of juist de inspanning die benodigd is voor een proces.
Voorbeeld: Het aantal klantbezoeken meet de inspanning. Zonder deze inspanning zal je nooit tot de gewenste uitkomst komen: het realiseren van omzet.
3. Frequentie: Sommige kengetallen zul je wekelijks willen zien, sommige per maand, kwartaal of per jaar.

Resultaatbepaler

Belangrijk is ook het verdienmodel van je bedrijf, de resultaatbepaler van een bedrijf hangt af van 3 factoren:

- Omzet
- Kosten
- Capaciteit

Heeft je bedrijf een niche gevonden en kan het deze klanten perfect bedienen? Of heeft je bedrijf een samenwerkingsverband waarmee de omzet relatief vast is? Dan kan de beschikbare capaciteit in je bedrijf een belangrijke resultaatbepaler zijn.

Zit je bedrijf in een sterk concurrerende markt? Of produceer je in grote volumes? Dan kan de kostprijs een belangrijke resultaatbepaler zijn.

Zit je in een krimpende markt? Of juist in een groeiende markt? Het vinden van nieuwe klanten kan een uitdaging zijn. Dan zal omzet een resultaatbepaler zijn.

Winst/X

Winst per X staat voor de onderliggende motor van de groei van het bedrijf. Deze komt dus voort uit de belangrijkste resultaatbepaler.

De teller is bijvoorbeeld omzet, brutomarge, winst, kosten brutomarge. De noemer komt voort uit de strategische doelen van het bedrijf, het onderscheidende vermogen, en vormt de groeimotor van het bedrijf.



Voorbeelden:

- Supermarkten werken met omzet/m² winkeloppervlakte
- Horeca werkt met omzet/bestelling
- Call center: omzet/minuut of beter omzet/afpraak
- Een vliegmaatschappij werkt met winst per kilometer, winst per stoel of winst per vliegtuig, afhankelijk van de gekozen strategie
- Accountantskantoor: van declarabele uren naar brutomarge/klant
- Productiebedrijf in krimpende markt: kosten/product

Van cruciaal getal naar kengetallen

Iedere branche heeft zijn eigen kengetallen. Hieronder volgen veel voorbeelden.

Kengetallen algemeen

De volgende kengetallen zullen in de meeste branches zinvol zijn. Het is belangrijk om trendwijzigingen snel te signaleren en analyseren! Benchmarks met vergelijkbare bedrijven kunnen indicaties geven over wat mogelijk is.

- Omzet
- Brutomarge
- Brutomarge als % van omzet
- Brutomarge als % van omzet, per product/marktcombinatie
- Personeelskosten als % van brutomarge (toont efficiency in relatie tot toegevoegde waarde die aan klant geleverd wordt, trend moet dalend zijn, mede vanwege automatisering)
- Gemiddelde brutomarge per medewerker (trend moet stijgend zijn, zie voorgaande)

Kengetallen omzet

Voor ieder bedrijf is omzet belangrijk. De volgende kengetallen kunnen zinvol zijn:

- Aantal gekwalificeerde leads
- Aantal klantgesprekken
- Aantal demo's
- Aantal offertes
- Aantal opdrachten
- Offertescore
- Aantal nieuwe klanten
- Klantenverloop
- Verkooppijplijn
- Orderintake
- Orderportefeuille

Kengetallen productiebedrijven

Productiebedrijven hebben behalve kengetallen over omzet de volgende kengetallen:

- Capaciteit (uren of kg/ton/meter/meter² etc.)
- Productie in kg/ton/meter/meter² etc.
- Afzet in kg/ton/meter/meter² etc.
- Personeelsbezetting (en % t.o.v. capaciteit)



- Machinebezetting (en % t.o.v. capaciteit)
- Stilstand

Kengetallen projectbedrijven

Projectbedrijven hebben behalve kengetallen over omzet de volgende kengetallen:

- Brutomarge per product/marktcombinatie
- Meerwerk
- Orderportefeuille / werkvoorraad
- Capaciteit (beschikbare werkdagen)
- Productiviteit
- Productiviteit per medewerker
- Declarabele uren per medewerker
- Gemiddeld uurtarief
- Projectresultaat uren: Voorcalculatorisch versus werkelijk
- Projectresultaat materialen: Voorcalculatorisch versus werkelijk
- Projectresultaat werk derden: Voorcalculatorisch versus werkelijk

Kengetallen groothandel

Groothandels hebben behalve kengetallen over omzet de volgende kengetallen:

- Voorraadwaarde (en als % van omzet)
- Afboeking incurante voorraad
- Omloopsnelheid voorraad
- Vrachtkosten

Stappenplan

Stap 1: Schrijf voor jouw bedrijf de eerste en tweede belangrijke resultaatbepaler op (omzet, kosten of capaciteit):

Resultaatbepaler 1: _____

Resultaatbepaler 2: _____

Stap 2: Bepaal het cruciale getal voor je bedrijf:

Cruciaal getal _____

Stap 3: Bepaal de Winst/X (dit kan alleen als je de strategie en het droomdoel bepaald hebt: [zie OnePageStrategy](#))

Stap 4: Bepaal de belangrijkste kengetallen voor je bedrijf (maximaal 5).

Stap 5: Bepaal per kengetal: Wie is verantwoordelijk? Wat zijn de mogelijke acties die de verantwoordelijke persoon kan doen op basis van mogelijke uitkomsten?

Stap 6: Richt je dashboards in

Stap 7: Maak de dashboards onderdeel van het dagelijkse werk van medewerkers en periodieke coachgesprekken.