مراجعة الأداء الفصلية · يوليو – سبتمبر

الربع الثالث: نمو بنسبة ١٥٪ وخللٌ واحد تسبب إصلاحه

الإيراد الشهري المتكرر ارتفع إلى ٦٤٧ ألف دولار، والانسحاب تراجع إلى ١٫٤٪ — بينما لا يزال أول رد للدعم يستغرق ٩ ساعات.

مُعدّ للعرض على
فريق القيادة التنفيذية

تاريخ العرض
١٧ نوفمبر ٢٠٢٦

المصدر
بيانات الربع الثالث الداخلية

خطة العرض

خمس محطات: أين وصلنا، وما الذي يعوقنا، وما سنفعله في الربع الرابع

٠١ لوحة المؤشرات الأربعة

العملاء، الإيراد المتكرر، الانسحاب، كلفة الاستقطاب.

٠٢ إبقاء العملاء الجدد

انخفاض أغسطس وتفسيره الموسمي.

٠٣ محرّكا النمو

الفوترة التلقائية والإحالات.

٠٤ عقبتان صريحتان

زمن استجابة الدعم وسقف الشركات المتوسطة.

٠٥ أولويات الربع الرابع

ثلاث مبادرات وهدف ٧٣٠ ألف دولار.

كل الأرقام في هذا العرض تقارن الربع الثالث (يوليو–سبتمبر) بالربع الثاني (أبريل–يونيو)، وجميع المبالغ بالدولار الأمريكي.

٠١ · لوحة المؤشرات

المؤشرات الأربعة تحسّنت جميعها في الربع الثالث

العملاء المدفوعون

٤٨٥٠

↑ +٦٥٠ عميلًا

الربع الثاني: ٤٢٠٠

الإيراد الشهري المتكرر

٦٤٧ ألف

↑ +١٥٪ عن الربع السابق

الربع الثاني: ٥٦٠ ألف دولار

الانسحاب الشهري

١,٤٪

↓ -٠,٤ نقطة مئوية

الربع الثاني: ١,٨٪

كلفة استقطاب العميل

$٣٤٠

↓ -٧٠ دولارًا

الربع الثاني: ٤١٠ دولارات

القراءة المجتمعة: نكسب عملاء أكثر بكلفة أقل ونفقد منهم أقل — أي أن النمو هذا الربع جاء من جودة المنتج والقناة، لا من زيادة الإنفاق.

٠١ · الإيراد الشهري المتكرر

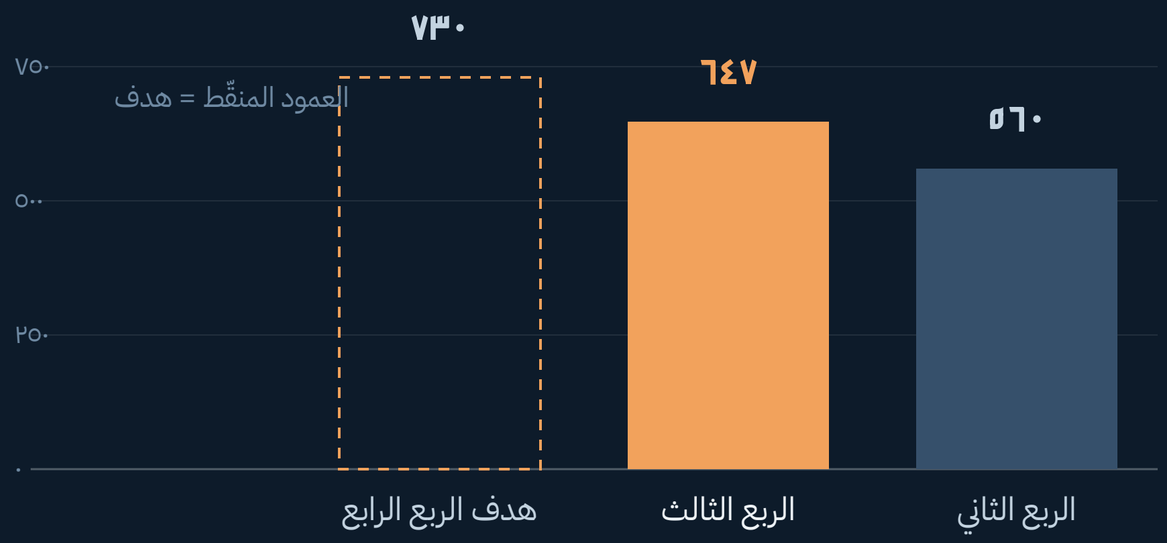
٨٧ ألف دولار أُضيفت إلى الإيراد الشهري في ثلاثة أشهر

+١٥٪

نمو ربعي في الإيراد المتكرر

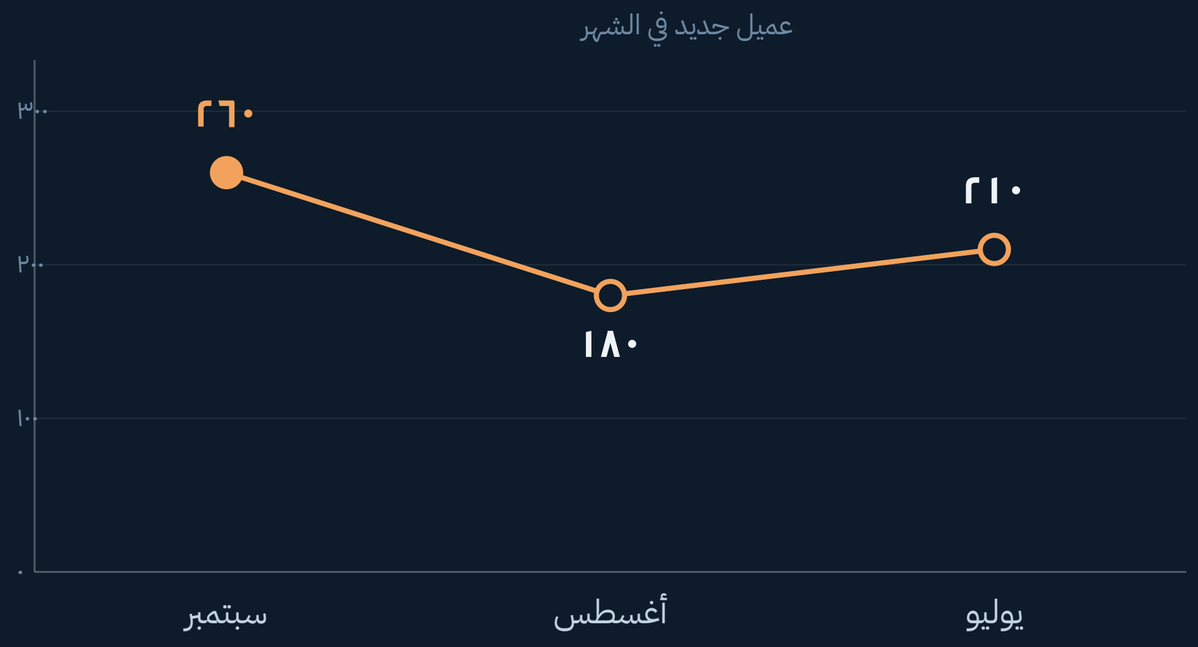
٥٦٠ ألف دولار في الربع الثاني ← ٦٤٧ ألف دولار في الربع الثالث. لو حافظنا على هذا الإيقاع، هدف ٧٣٠ ألف دولار في الربع الرابع يقع داخل المدى الممكن.

مسار الإيراد الشهري المتكرر · بآلاف الدولارات



٠٢ · إيقاع الاستقطاب

انخفاض أغسطس كان موسميًا: سبتمبر عاد بأقوى شهر في الربع



القراءة

٦٥٠ عميلًا جديدًا في الربع كاملًا. أغسطس تراجع إلى ١٨٠ بسبب العطلة الصيفية، لا بسبب ضعف في القناة.

الدليل

سبتمبر عاد فورًا إلى ٢٦٠ عميلًا، أي أعلى من يوليو بـ٥٠ عميلًا — فالطلب لم يتبدّد، بل تأجّل.

الأثر على التخطيط

نتعامل مع أغسطس كشهر منخفض متوقع في كل سنة، ونثبّت خطط التوظيف والحملات على معدّل الربع لا على الشهر.

٠٣ · محرّكا النمو

الفوترة التلقائية والإحالات معًا خفّضا كلفة الاستقطاب

الفوترة التلقائية

٦٢٪

من العملاء المدفوعين
يستخدمون الميزة بشكل فعلي



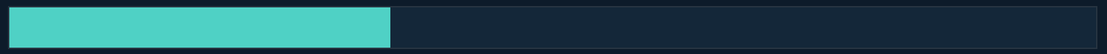
مستخدِم للميزة ٦٢٪ — لم يفعّلها بعد ٣٨٪

ميزة واحدة يستخدمها أكثر من نصف قاعدتنا هي أقوى سبب للبقاء لدينا — وهي التفسير الأرجح لهبوط الانسحاب من ١٫٨٪ إلى ١٫٤٪.

الإحالات

٣٥٪

من العملاء الجدد وصلوا عبر
توصية عميل حالي



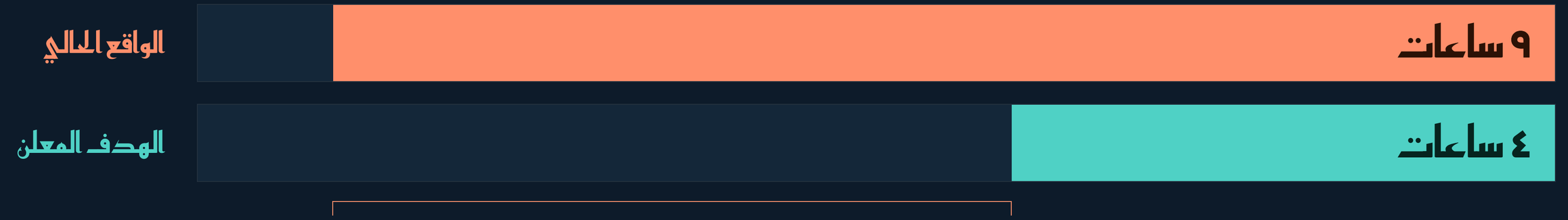
إحالة ٣٥٪ — قنوات أخرى ٦٥٪

ثلث النمو لا يُشترى بإنفاق تسويقي، وهذا هو السبب المباشر في نزول كلفة استقطاب العميل من ٤١٠ إلى ٣٤٠ دولارًا.

الخلاصة: المنتج يُبقي العملاء، والعملاء يجلبون عملاء. أي استثمار يُضعف أحد هذين المسارين استثمار خاطئ.

أول رد من الدعم يستغرق ٩ ساعات – أي أكثر من ضعف هدفنا

زمن أول استجابة · بالساعات



لماذا يهم الآن

قاعدتنا كبرت من ٤٢٠٠ إلى ٤٨٥٠ عميلًا، والدعم لم يكبر معها.

ما يهدده

الانسحاب عند ١٫٤٪ والإحالات عند ٣٥٪ يعتمدان كلاهما على رضا العميل.

القرار المطلوب

تعيين ثلاثة موظفي دعم في الربع الرابع للوصول إلى هدف الأربع ساعات.

الشركات المتوسطة عالقة عند ١٢٪ من العملاء

المؤشر	الربع الثاني	الربع الثالث
العملاء المدفوعون	٤٢٠٠	٤٨٥٠
الإيراد الشهري المتكرر	٥٦٠ ألف $	٦٤٧ ألف $
الانسحاب الشهري	١,٨٪	١,٤٪
كلفة استقطاب العميل	٤١٠$	٣٤٠$
حصة الشركات المتوسطة ١٠٠ موظف أو أكثر	غير متوفر	١٢٪
زمن أول رد من الدعم	غير متوفر	٩ ساعات

«غير متوفر» تعني أن المؤشر لم يُقَس في الربع الثاني، لا أنه كان صفرًا.

تركيب قاعدة العملاء في الربع الثالث

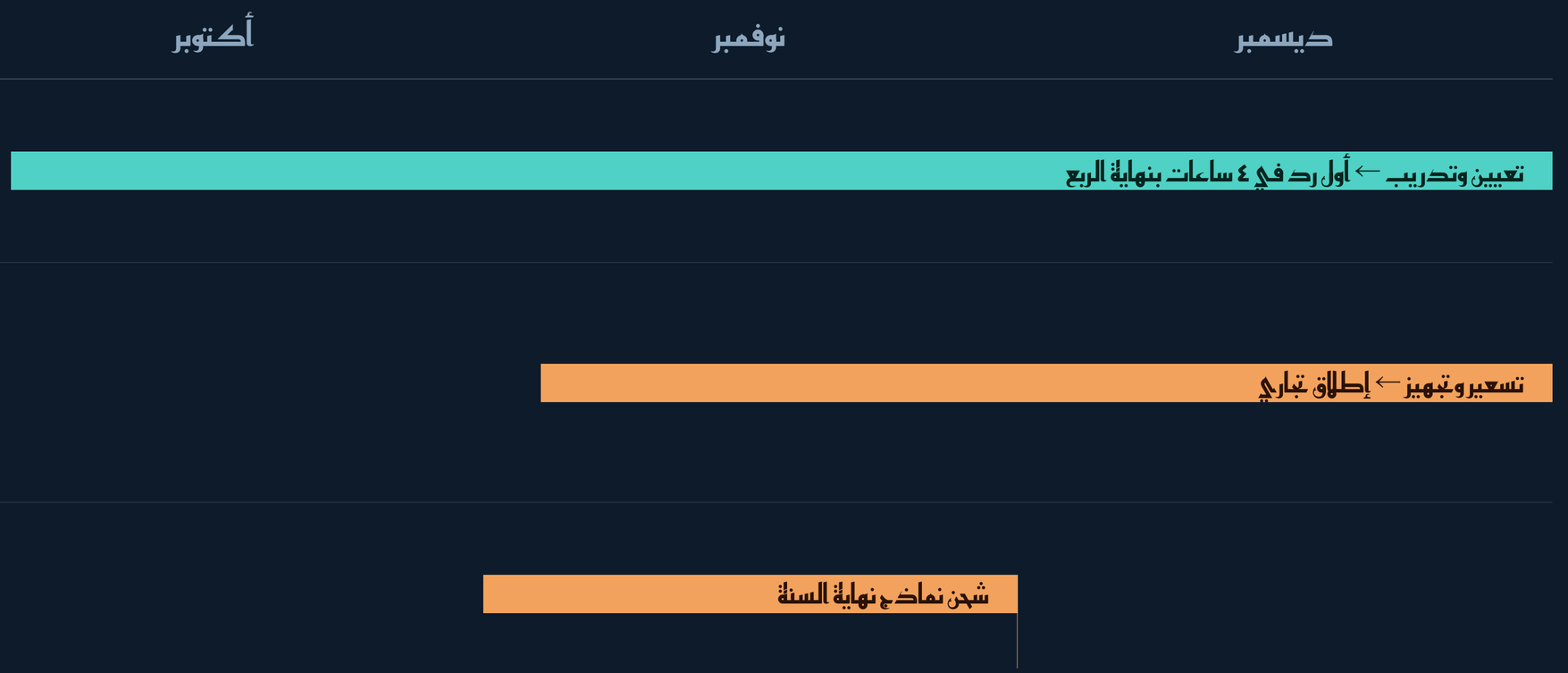


- شركات متوسطة — ١٠٠ موظف أو أكثر · ١٢٪
- شركات صغيرة ومتناهية الصغر · ٨٨٪

قاعدتنا نمت ١٥٥٪ في الإيراد... داخل فئة واحدة. ما دامت حصة المتوسطة ثابتة، فسقف الإيراد لكل عميل ثابت أيضًا — ولهذا نطلق خطة المؤسسات المتوسطة في الربع الرابع.

٠٥ · خطة الربع الرابع

ثلاث مبادرات تعالج العقبتين وتفتح طلبًا جديدًا



توظيف ٣ موظفي دعم

يعالج: فجوة الـ٩ ساعات

إطلاق خطة الشركات المتوسطة

يعالج: سقف الـ١٢٪

نماذج الضرائب السنوية

الشحن في نوفمبر

المبادرة الأولى تحمي النمو الحالي، والثانية والثالثة تصنعان الإيراد الإضافي البالغ ٨٣ ألف دولار المطلوب للوصول إلى الهدف.

٧٣٠ ألف $

هدف الإيراد الشهري المتكرر

الخلاصة

ثلاث جمل تتصدر الربع الثالث

١ • نمونا ١٥٪ بكلفة أقل لكل عميل.

٦٤٧ ألف دولار إيرادًا شهريًا متكررًا، و٤٨٥٠ عميلًا مدفوعًا، وكلفة استقطاب نزلت إلى ٣٤٠ دولارًا، وانسحاب شهري عند ١٫٤٪.

٢ • المنتج والعملاء هما قناة النمو، لا الإنفاق.

الفوترة التلقائية يستخدمها ٦٢٪ من العملاء، والإحالات تصنع ٣٥٪ من العملاء الجدد — وهذا ما جعل أغسطس المنخفض حادثًا موسميًا لا انعطافًا.

٣ • عقبتان تتصدّان الربع الرابع، ولكل منهما إجراء.

دعم يستغرق ٩ ساعات مقابل هدف ٤ ساعات ← ثلاثة موظفين جدد. شركات متوسطة عند ١٢٪ ← خطة مخصصة لها، إلى جانب نماذج الضرائب في نوفمبر.

الهدف المعلن للربع الرابع: ٧٣٠ ألف دولار إيرادًا شهريًا متكررًا، وأول رد من الدعم في أربع ساعات.

ما نطلبه من القيادة اليوم

ثلاثة قرارات تُقفل خطة الربع الرابع

١

إقرار توظيف ٣ موظفي دعم

الشرط الوحيد للوصول إلى أول رد في ٤ ساعات.

٢

اعتماد تسعير خطة الشركات المتوسطة

لتحريك حصة الـ١٢٪ العالقة في الربع الرابع.

٣

تثبيت نوفمبر لنماذج الضرائب

موعد نهاية السنة لا يقبل التأجيل إلى ديسمبر.