

= ADICIONAR PONTOS DE MELHORIA, LACUNAS E SUGESTÕES =

cenario

- agencia de marketing, tentando entender a performance da sua agencia em horas cobráveis do cliente
- onde o tempo está sendo gasto, quem está trabalhando em quê, o quanto disso é faturável vs não faturável

pontos específicos a entender:

- tempo gasto na agência em:
 - tempo cobrável em projetos dos clientes
 - tempo não-cobrável gerando novas oportunidades de trabalho
 - tempo não-cobrável trabalhando em projetos internos da agência
 - tempo não-cobrável trabalhando em administração interna da agência
- entender como cada departamento está performando
- entender se um departamento custa mais do que seu potencial faturamento e quanto a mais você poderia estar ganhando caso aquele departamento performasse melhor
- entender baixa utilização de departamentos

-
- fees: trabalho cobrável, que pode ser convertido em receita
 - potential: receita adicional que poderia ser gerada caso batesse as metas de faturamento
 - new biz + opportunity: tempo gasto tentando fechar novos clientes. Custo agora, receita futura
 - internal projects: Taxa de dinheiro (tempo não cobrável, de empregados) gasto em projetos internos (melhorias, processos, reuniões, ...)
 - FTE Overstaffed: o quão "pesado" o time tá, quantas pessoas a mais tem em um time

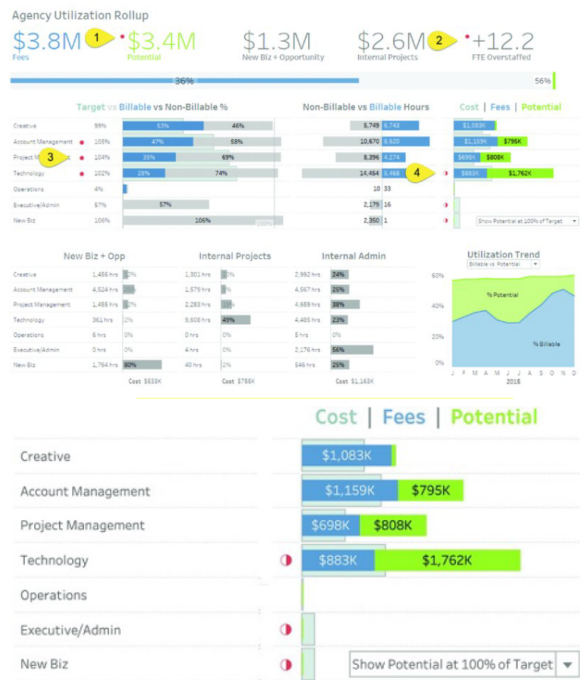
o que voce precisa fazer

- monitorar como o tempo dos colaboradores é distribuído entre horas faturáveis, não faturáveis de novos negócios, projetos internos e administração. Para que líderes compreendam o gap entre desempenho atual e potencial de receita.

graficos

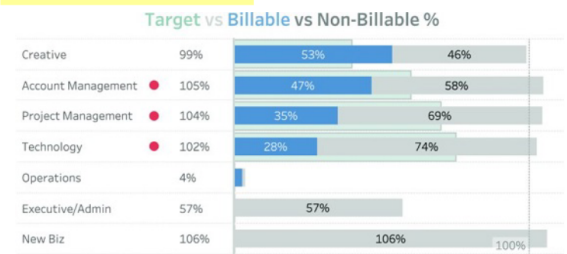
Problem Areas

The dashboard shows 50 different measures, but the KPI dots make it easy to focus on the areas that are performing poorly. (See [Figure 25.10.](#))



Bars Allow Easy Comparison

There's a lot of information encoded in [Figure 25.13](#). Notice that we stack the blue and gray bars to see, overall, which departments are above or below the 100 percent mark, with account management being the highest at 105 percent and operations being the lowest at 4 percent.



By arranging the bars intelligently and using color and a reference line, we can answer four questions in one compact chart:

1. Which department is working the most hours? (Account Management at 105 percent.)
2. Which department has the highest percentage of billable hours? (Creative with 53 percent.)
3. Which department is comfortably above target? (Creative.)
4. Which departments are considerably below target? (Project Management, which is at around 50 percent of target, and Technology, which is about one-third of the way to hitting its target).

What's Being Left on the Table

The stacked bar chart and what-if drop-down menu really drive home just how much money is being left on the table when the organization isn't hitting its targets. (See [Figure 25.15](#).)



comentarios dos autores

steve

- falou que tem varios cenarios diferentes do livro
jeff
- falou que o uso de cores ta muito bem feito e minimalista
minha percepção
- Potential é um magic number, dado pelo time de finanças, acho que deveria ser deixado mais claro, mostrando que isso não é um número concreto e provavelmente uma aproximação. Hoje em dia um valor desse seria dado por algum modelo de machine learning, onde seria interessante representar com uma estrelinha "✨"
- compara a empresa apenas por suas próprias expectativas, mas não traz uma média do mercado para fins de comparação