

Постановка

SMART – целей урока.



Любой бизнес-процесс, как правило, включает в себя несколько этапов, немаловажным из которых является этап планирования. На этой стадии необходимо как следует проработать свою цель.

Существует несколько моделей, которые помогают сформулировать и четко определить желаемый результат. Наиболее популярная и известная из них – **модель S.M.A.R.T.**

Принцип SMART описывает требования к формулировке целей, которые во многом определяют результаты реализации любого плана.



Значение аббревиатуры SMART ?

Specific
(конкретная)

Цель должны быть конкретна.
Работники, вовлеченные в процесс ее достижения, должны понимать, в чем она состоит.

Measurable
(измеримая)

Цель должна быть измерима.
Работники, вовлеченные в процесс ее достижения, должны понимать, достигнута ими цель или нет.
Ваш планируемый результат, должен быть измерим в каких-то цифрах или быть «реально осязаемым»

Achievable
(достижимая)

Цель должна быть достижима.
Работники, вовлеченные в процесс ее достижения, должны обладать соответствующими ресурсами (время, орудия, бюджет и пр.).

Result-oriented
(Realistic, Relevant)
(ориентирована на результат)

Цель должна быть реалистичной и уместной в данной ситуации, должна вписываться в нее и не нарушать баланс с другими целями и приоритетами.

Ориентированная на конкретные результаты.

Time bound
(определена во времени)

Для каждой цели должны быть определены временные рамки.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ SMART:

Представление цели в виде SMART фактически позволяет сформулировать основы плана действий по ее достижению. Допустим, у нас есть проблема — недостаточный уровень доходов компании. Мы можем увеличить доходы, например, за счет увеличения товарооборота. Но формулировка

“Увеличить продажи”

- с точки зрения концепции SMART целью не является. Для начала мы должны сделать цель **конкретной** и **измеримой**. Если мы не сделаем цель **конкретной**, сотрудники компании будут понимать её каждый по-своему, в итоге мы можем получить совсем не то, что ожидалось. Если цель не будет **измеримой**, как мы оценим, достигли мы её или нет? В нашем примере может получиться следующая формулировка:

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ SMART:

Получаем следующую формулировку SMART-цели:

“Увеличить вдвое месячные продажи Продуктовой линии XXX к концу текущего года”

Таким образом,
концепция SMART-целей
помогает в формулировании
практичных и
реализуемых целей.



ПРИМЕРЫ

НЕЦЕЛИ:

- * Работать лучше
- * Повысить производительность труда
- * Работать по плану
- * Продавать больше
- * Качественно обслуживать потребителей
- * Мотивировать персонал



ПОЧТИ ЦЕЛИ:

- * Довести узнаваемость бренда до 25%
- * Повысить удовлетворенность клиентов в течение ближайшего квартала
- * Обеспечить реагирование на заявки клиентов в течение 24 часов от момента поступления заявки
- * Захватить 100% рынка подгузников города к 2012 году

ЦЕЛИ:

- * Довести уровень текучести технического персонала до 10% к началу 2011 года
- * Ввести в действие программу «Тайный покупатель» к 1 ноября текущего года
- * Обеспечить месячный товарооборот по мясному направлению в размере 5 млн. рублей к 1 июня.
- * К 20 декабря сформулировать программу продвижения Нового Года в рамках

*Модель SMART,
несмотря на кажущуюся простоту,
достаточно эффективна и
действительна.*

*Вы можете проверить ее на своих
текущих целях.*

