

SMART

Выполнила: подгруппа
15-гу-8а

Цель

- Цель - это фиксация результата, который должен быть достигнут за определённый период времени. Правильно поставленная цель задает критерии для ее идентификации, то есть дает возможность обоснованно ответить на вопрос – достигнута цель или нет.



Что такое цель?

- Цель – это образ желаемого результата.
- Цель – это мечта, имеющая срок исполнения.



Зачем нужны цели?

- Цель дает направление.
- Цель указывает далеко ли мы продвинулись.
- Цель помогает сделать наше видение достижимым.
- Цель делает роль каждого человека более определенной.
- Цель стимулирует людей добиваться лучших результатов.
- Цель объединяет людей вокруг себя.

План на день

Краткосрочный план

Долгосрочный (на годы) план

Генеральный план достижения цели

Глобальная цель (достойная цель творческого человека)

Главные жизненные ценности (чего человек хочет от жизни)

SMART — это аббревиатура, образованная первыми буквами английских слов:

- конкретный (specific);
- измеримый (measurable);
- достижимый (attainable);
- значимый (relevant);
- соотносимый с конкретным сроком (time-bounded)



SMART

- SMART – это один из акронимов, то есть аббревиатура, которая имеет значение еще и как самостоятельное слово. В переводе с английского языка слово «smart» означает «ловкий, расторопный, находчивый, энергичный, проворный».

Буква	Значение	Пояснение
S	Specific (Конкретный)	Цели должны быть обозначенными в виде четких результатов. Объясняется, что именно необходимо достигнуть. Цель по SMART должна быть конкретной, что увеличивает вероятность ее достижения. Понятие «Конкретный» означает, что при постановке цели точно определен результат, который Вы хотите достичь.
M	Measurable (Измеримый)	Цели должны быть измеримыми в конкретных показателях. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения результата и процесса выполнения цели. Если показатель количественный, то необходимо выявить единицы измерения, если качественный, то необходимо выявить эталон отношения. Например, «увеличить прибыль собственного предприятия на 25 %, относительно чистой прибыли текущего года».

A**Attainable, Achievable(Достижимый)**

Цели должны быть достижимы, так как реалистичность выполнения задачи влияет на мотивацию исполнителя. Если цель не является достижимой — вероятность ее выполнения будет стремиться к 0. Достижимость цели определяется на основе собственного опыта с учетом всех имеющихся ресурсов и ограничений. Ограничениями могут быть: временные ресурсы, инвестиции, трудовые ресурсы, знания и опыт исполнителя, доступ к информации и ресурсам, возможность принимать решения и наличие управленческих рычагов у исполнителя цели. Объясняется, за счёт чего планируется достигнуть цели. И возможно ли её достигнуть вообще? Например, «увеличить прибыль собственного предприятия на 25 %, относительно чистой прибыли текущего года, за счет снижения себестоимости продукции, автоматизации ресурсоемких операций и сокращения штата занятых на исполнении автоматизируемых операций сотрудников на 80 % от текущего количества».

R	Relevant (Актуальный, значимый, реалистичный, приемлемый)	Цели должны быть реалистичными и значимыми, то есть достижимыми конкретными исполнителями. Определение истинности цели. Действительно ли выполнение данной задачи позволит достичь желаемой цели? Необходимо удостовериться, что выполнение данной задачи действительно необходимо. Для определения значимости цели важно понимать, какой вклад решение конкретной задачи внесет в достижение глобальных стратегических задач компании.
T	Time-bound (Ограниченный во времени)	Цель по SMART должна быть ограничена по выполнению во времени, а значит должен быть определен финальный срок, превышение которого говорит о невыполнении цели. Установление временных рамок и границ для выполнения цели позволяет сделать процесс управления контролируемым. При этом временные рамки должны быть определены с учетом возможности достижения цели в установленные сроки.

Алгоритм постановки целей с помощью системы SMART выглядит следующим образом:

- пишется список возможных целей и проводится спецификация результата (точное его описание) (S);
- каждая из целей обосновывается, человек оценивает значимость каждой цели для его деятельности, причем для этого могут быть разработаны отдельные критерии для оценивания важности целей (например, по 10-балльной шкале) (A);
- человек прогнозирует и оценивает степень достижимости целей (R), вплоть до применения числовых оценок вероятности достижения целей, различных коэффициентов достижимости и т.п. (например, также по 10-балльной шкале);
- для каждой из целей выбирается по 35 критериев измерения и контроля достижения (M). Важно, чтобы эти критерии измерения промежуточных результатов были достаточно удобными. Одним из таких распространенных критериев измеримости цели являются финансовые показатели.
- о для выбранных целей указываются точные сроки их достижения, затем пишется план, в котором выделяются промежуточные этапы достижения целей (T).

Этапы

- I этап - отбрасываются цели, которые невозможно преобразовать в конкретный результат;
- II этап - сокращаются незначимые для деятельности человека цели;
- III этап сокращаются «недостижимые» цели (имеющие высокий уровень риска, требующие больших ресурсных затрат и др.);
- IV этап - исключаются цели, выполнимость которых трудно или невозможно контролировать.
- V этап - остается небольшое число «реальных» целей (как правило, 5-7) и происходит своего рода переход от стратегического (долгосрочного) целеполагания к оперативному (краткосрочному) планированию.

Направление задачи	Пример цели по SMART	Комментарии
Увеличение продаж	Увеличить продажи бренда А на территории Украины к концу года на 25%	Конкретность цели определяется указанием % роста, региона продаж и названия бренда. Цель ограничена по времени годовым периодом, может быть измерена с помощью статистики продаж компании. Достижимость цели может быть определена только специалистами компании. Но предположим, что бренд получит необходимый уровень инвестиций для роста продаж. Цель значима, так напрямую связана с эффективностью бизнеса.
Продвижение товара	Достичь уровня знания товара А среди молодой аудитории на уровне 51% через 3 года, после запуска товара на рынок.	Цель конкретна, так как указана целевая аудитория и название бренда. Цель ограничена во времени и может быть измерена с помощью опроса. Достижимость может быть определена только специалистами компании, но предположим, что компания выделит необходимый уровень инвестиций для достижения планового показателя. Цель значима, так как знание товара имеет прямую корреляцию с продажами продукта.
Увеличение дистрибуции	Завести бренд компании в количестве 3 SKU в ТОП-10 ключевых торговых сетей до июля 2014 года.	Конкретность цели подтверждается указанием количества позиций и списка сетей. Цель имеет четкий срок выполнения и может быть явно измерена с помощью проверки отгрузок компании в данные сети. Достижимость цели может оценить только специалист по продажам, но предположим, что компания обеспечит отдел продаж необходимым бюджетом и рекламными материалами для листинга. Цель значима, так как дистрибуция в ключевые сети имеет прямое влияние на рост продаж.

Спасибо за внимание

