

DESPRE OBIECTIVE SMART.....



Detalierea obiectivelor într-un plan de afaceri, pentru a avea succes la depunerea unui proiect

Regulile pentru stabilirea unor obiective potrivite pentru proiecte sunt:

- ❑ Obiectivele trebuie să aducă un beneficiu personal, oamenilor, comunității
- ❑ Obiectivele proiectului trebuie să furnizeze criterii necesare pentru evaluarea succesului în realizarea proiectului.
- ❑ Obiectivele evidențiază misiunea și scopul inițierii proiectului.
- ❑ Obiectivele trebuie să întrunească de o manieră cumulativă o serie de caracteristici și anume să fie **SMART**:
 - **S**PECIFICE
 - **M**ĂSURABILE
 - **A**CCESIBILE
 - **R**EALISTE - **R**ELEVANTE
 - Încadrate în **T**IMP
- ❑ Nu în ultimul rând obiectivele trebuie să se dovedească motivante



Asociația Valori Dobrogene

"Nu merge pe unde te duce drumul, mergi pe unde nu există drum și lasă o urmă"

Un **OBIECTIV** este „ca un far ce strălucește în depărtare, ghidându-l pe navigator și ajutându-l să nu se rătăcească”.

FUNȚIILE OBIECTIVELOR:

- ❑ Funcția de reglare – direcționează acțiunea
- ❑ Funcția de stimulare – impulsionează spre acțiune
- ❑ Funcția de selecție – stabilirea și reținerea unui obiectiv înseamnă implicit renunțarea și eliminarea altora
- ❑ Funcția de anticipare – prezența în minte a rezultatului înainte de obținerea lui efectivă, cu rol de susținere energetică
- ❑ Funcția de evaluare – se poate măsura distanța între ceea ce s-a fixat și ceea ce a obținut

Obiective



Obiective

SPECIFICE – furnizează informații despre caracteristicile specifice unui anumit obiectiv. Obiectivul indică exact ceea ce se dorește să se obțină și nu lasă loc de interpretări.

Pentru a verifica dacă un obiectiv este sau nu Specific, utilizați întrebări precum:

- Cine este implicat?
- Ce anume dorim să obținem?
- Când trebuie făcut?
- Unde este realizat?
- Care sunt cerințele și limitările?
- De ce este nevoie să facem asta?

Nu este obligatoriu ca un obiectiv să răspundă la toate întrebările de mai sus în același timp.

EXEMPLU:

Obiectiv 1: Creșterea cifrei de afaceri a firmei.

Obiectiv 2: Creșterea cu 10% a cifrei de afaceri pe piața locală într-un termen de 5 luni.



Asociația Valori Dobrogene

"Nu merge pe unde te duce drumul, mergi pe unde nu există drum și lasă o urmă"

Obiective

MĂSURABIL – prezintă aspecte cantitative și calitative ale unui obiectiv care pot fi măsurate cu unitățile de măsură cunoscute. Un obiectiv care nu are o modalitate de măsurare este ca un meci de fotbal în care nimeni nu ține scorul: toată lumea aleargă dar nimeni nu știe cine a câștigat.

Cifrele sunt o parte esențială din afacere, iar atașând cifre concrete obiectivelor aveți posibilitatea să monitorizați progresul atingerii lor. Pentru a verifica dacă un obiectiv este sau nu Măsurabil, utilizați întrebări precum:

- Cât de mult(a)?
- Cât de mulți(e)?
- Când voi ști că a fost îndeplinit?

EXEMPLU:

Obiectiv 1: „Realizarea unor sesiuni de instruire pentru agenții de vânzări”

Obiectiv 2: „Realizarea unor sesiuni de instruire privind Managementul timpului, Managementul stresului și Vânzări eficiente pentru 60 de agenți de vânzări”



Asociația Valori Dobrogene

„Nu merge pe unde te duce drumul, mergi pe unde nu există drum și lasă o urmă”

Obiective

ACCESIBILE - înseamnă că un obiectiv poate fi într-adevăr atins cu capacitatea și resursele disponibile. De multe ori, mai ales în cazul micilor afaceri, întreprinzătorii se lasă cuprinși de entuziasm și își propun obiective nerealizabile, fie din rațiuni de cost, de timp sau de capacitate managerială. Riscul stabilirii unor astfel de obiective, dincolo de impactul negativ asupra unui potențial investitor, este acela de a demotiva întreaga echipă implicată în afacere.

EXEMPLU:

Obiectiv 1: Publicarea unui număr de trei cărți pe săptămână.

Obiectiv 2: Publicarea unei cărți noi la un interval de trei săptămâni.

Obiective

RELEVANTE – înseamnă că realizarea obiectivului contribuie la impactul vizat de afacere.

Realizarea unui obiectiv trebuie să contribuie în mod esențial la atingerea unui obiectiv mai mare, mai general. Relevanța obiectivului se evaluează în raport cu acest obiectiv mai general. În acest sens, el trebuie să vizeze un anumit impact.

EXEMPLU

Dacă vă propuneți să participați la 3 târguri internaționale de mobilă în decurs de un an, dar nu aveți resursele și capacitatea de a exporta mobila, s-ar putea să se dovedească un obiectiv nerelevant și costisitor.

În contextul dat, un obiectiv relevant ar viza participarea la doua târguri de mobilă naționale pe an.



Asociația Valori Dobrogene

“Nu merge pe unde te duce drumul, mergi pe unde nu există drum și lasă o urmă”

Obiective

ÎNCADRATE ÎN TIMP – face referire la un anumit interval de timp, bine precizat, privind stadiul atingerii obiectivului.

Indiferent că vă propuneți să vă creșteți afacerea cu 25% sau să adăugați în portofoliu încă 5 clienți, este imperativ necesar să vă stabiliți un interval de timp.

Pentru a verifica dacă un obiectiv este sau nu încadrat în Timp, utilizați întrebări precum:

- Când?
- Până când?

EXEMPLU:

„Realizarea unei sesiuni de instruire pentru membrii departamentului de Marketing în perioada 10-14 iunie 2012 ”



Asociația Valori Dobrogene

“Nu merge pe unde te duce drumul, mergi pe unde nu există drum și lasă o urmă”



*Obiectivele nu trebuie să fie prea multe și trebuie corespunzător ierarhizate.
Dimensiunea proiectului se referă la complexitatea și anvergura/extinderea proiectului*