

Quantas vezes você já definiu metas depois de fazer o seu Planejamento mas as mesmas não foram alcançadas? Para você não jogar o seu Planejamento no lixo é necessário construir suas metas de forma inteligente. Para isso você pode utilizar o método de construção de metas SMART.

Você pode conferir a versão em vídeo desse post, assistindo o vídeo abaixo!

O que são Metas SMART?

Metas SMART são metas construídas de forma a se considerar 5 atributos: **S** (Específico), **M** (Mensurável), **A** (Atingível), **R** (Relevante) e **T** (Temporal).



Vamos explicar cada um desses atributos abaixo:

S (Específico)

O primeiro elemento para a construção de uma boa meta é considerar que ela deve ser específica. Fuja de más interpretações, tanto da sua parte como da parte da sua equipe e especifique o máximo possível a sua meta. Vamos analisar o seguinte exemplo:

Meta: Vender mais

Essa meta é não específica pois pode significar muitas coisas diferentes dependendo de quem interpretá-la. Para fugir desse erro, na hora de construir sua meta, tente responder as seguintes perguntas:

- O que eu quero com essa meta?
- Quem é responsável por ela?
- Onde ela deve ser realizada?
- Como ela será batida?

- Por que ela existe?

Assim, já podemos deixar nossa meta de uma maneira bem mais específica do que era anteriormente.

Meta Específica: Minha equipe de Marketing irá Aumentar as Vendas Online no Nosso Site porque Queremos Aumentar nossa Presença Online.

- O que eu quero com essa meta? Aumentar as Vendas Online
- Quem é responsável por ela? Minha Equipe de Marketing
- Onde ela deve ser realizada? Online
- Como ela será batida? no Nosso Site
- Por que ela existe? Queremos Aumentar nossa Presença Online

M (Mensurável)

Já dizia Peter Drucker, um dos gurus da Administração Moderna, que o que não pode ser medido não pode ser gerenciado. Portanto, depois de especificar nossa meta devemos ser capazes de mensurá-la. Para fazer suas metas SMART você deve responder as seguintes perguntas:

- Quanto é o resultado esperado da minha meta?
- Quanto tempo será necessário para realizá-la?

Continuando a construir a nossa meta do exemplo anterior, teremos um resultado mais ou menos assim:

Meta Mensurável: Minha equipe de Marketing irá Aumentar as Vendas Online em 200% no Nosso Site no primeiro trimestre de 2016 porque Queremos Aumentar nossa Presença Online.

- Quanto é o resultado esperado da minha meta? Aumento de 200%
- Quanto tempo será necessário para realizá-la? 3 meses (Primeiro Trimestre de 2016)



A (Atingível)

De nada adianta construir uma meta que é impossível de ser atingida. Os efeitos dessa meta serão devastadores para você e para a sua equipe, que ficarão desmotivados em correr atrás de batê-la. Portanto, quando construir suas metas SMART, é extremamente importante deixar a meta mensurável mas de forma que os números dela possam ser atingíveis.

A nossa meta de exemplo - Minha equipe de Marketing irá Aumentar as Vendas Online em 200% no Nosso Site no primeiro trimestre de 2016 porque Queremos Aumentar nossa Presença Online - É extremamente difícil de ser batida se levarmos em consideração que é necessário um crescimento de quase 67% ao mês em apenas 3 meses para bater essa meta.

Para construir uma meta atingível você deve:

- Analisar o seu histórico e dizer se a meta é atingível
- Conversar com a equipe/pessoa responsável e verificar se a meta é factível

Digamos que no nosso exemplo, ao analisar o histórico, vimos que seria impossível chegar nesse número de 200% ainda mais no primeiro trimestre. Então refazemos a meta para ela ficar assim:

Meta Atingível: Minha equipe de Marketing irá Aumentar as Vendas Online em 20% no Nosso Site no primeiro semestre de 2016 porque Queremos Aumentar nossa Presença Online

R (Relevante)

Uma meta, para ser relevante, deve impactar diretamente o seu negócio de modo que você consiga provar facilmente que ela trouxe algum tipo de resultado. Alguns exemplos são:

- Aumento de Faturamento
- Aumento do Número de Clientes
- Diminuição de Custos

Portanto, olhe para os números importantes do seu negócio e tente vincular uma meta a algum desses números. Tome cuidado com metas que não são relevantes e não levam a lugar nenhum. Toda meta a ser batida deve ser justificada com algum número importante para a operação da empresa. Logo, não se esqueça: Metas SMART devem ser relevantes e impactarem o seu negócio.

No nosso exemplo podemos vincular facilmente a nossa meta aos objetivos da empresa como: Aumento de Faturamento e Aumento do Número de Clientes.

T (Temporal)

Uma meta sem prazo é uma meta que nunca será batida, portanto sempre associe uma meta a um período de tempo que ela deve ser realizada. Se você seguiu os passos corretamente, na própria etapa de definir a meta como mensurável você já deve ter definido um espaço de tempo para realizá-la.

De qualquer modo, revise a meta com a equipe/pessoa a cumpri-la e verifique se o prazo está condizente com a realidade. E nunca se esqueça: Por mais que a meta tenha um número fixo a ser batido como, por exemplo, vender R\$100.000 de um determinado produto, sempre deixa registrado um prazo.

No nosso exemplo - Minha equipe de Marketing irá Aumentar as Vendas Online em 20% no Nosso Site no primeiro semestre de 2016 porque Queremos Aumentar nossa Presença Online - o prazo está bem definido e a meta deve ser batida até o fim do primeiro semestre.

Que esse post possa te ajudar a construir melhores metas para o próximo ano. Não fez seu Planejamento Estratégico ainda? Então [clique aqui](#) e adquira agora a nossa Planilha de Planejamento Estratégico!



 **PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO 2016**
PLANILHA + REVISÃO DO PLANO + MODELO PPT

De R\$150
Por R\$120

VEJA MAIS