



# Критерии SMART в проекте

# SMART

- ▶ **Цель** – это понимание конечного результата Ваших действий. И чем подробнее Вы представляете этот результат, тем лучше и легче сможете достичь цель. В постановке цели как раз и может быть использована технология SMART

**SMART** – это метод описания цели, включающий в себя: конкретность, измеримость, достижимость, важность и определённость по срокам.



# Примеры постановки целей по модели SMART



Неправильно	Правильно (цель по SMART)
Открыть новый магазин	Открыть новый магазин по адресу: Красногвардейский бульвар, к августу 2020 г. не превышая бюджет в 1 млн. руб.
Написать книгу	Выпустить книгу на тему “Миграция Хомячков” объёмом не меньше 300 страниц, к декабрю 2021 г.
Увеличить продажи	Увеличить годовой объём продаж на 10 % к декабрю 2020 г. за счёт увеличения среднего чека
Увеличить количество сделок	За 6 месяцев увеличить количество заключаемых договоров на 20% от новых клиентов через внедрение CRM-системы

# SMART КРИТЕРИИ

## Критерий 1. S – Specific

**В переводе:** Конкретность и ясность

Цель по системе SMART должна быть ясной, учитывать специфику, актуальной и имеющей отношение к делу, бизнесу.

**Вопросы:** что именно мы хотим достичь/улучшить/изменить? Наша ли это цель?

**Пример:** “Увеличить количество продаж”, “Выйти на новый рынок”, “Реанимировать клиентскую базу”.

## Критерий 2. M – Measurable

**В переводе:** Измеримость

Здесь нужно обозначить число. Числовое определение, количество в абсолютном или процентном виде.

**Вопросы:** Какие результаты покажут завершение цели? Сколько и чего мы хотим приобрести? Какие факты подтвердят, что цель по SMART оказалась достигнута?

**Пример:** “250 миллионов рублей”, “5 семинаров в месяц”, “15 % конверсии”.

# SMART КРИТЕРИИ

## Критерий 3. A – Achievable

**В переводе:** **Достижимость**

Заявленные в подходе SMART цели должны быть одновременно и достижимы, и амбициозны. Даже несколько на грани возможностей. И не забывайте про имеющиеся ресурсы, а то их может попросту не хватить на Ваши амбиции

**Вопросы:** Сможем ли мы достичь эту цель по SMART? Не слишком ли она сложная или лёгкая? Что может помешать, а что помочь?

**Пример:** “Наши конкуренты имеют 15% доли рынка, мы, обладая лучшими ресурсами, можем занять все 20%”.

## Критерий 4. R – Relevant

**В переводе:** **Согласованность, важность**

Цель должна быть согласована с основными целями компании и планами. Действия цели по методу SMART должны помогать выполнению главной миссии предприятия.

**Вопросы:** Для чего нам нужен этот результат? Мы это делаем для того, чтобы что? Соответствует ли эта цель стратегическим целям и миссии? Не противоречит ли эта цель другим задачам?

**Пример:** “Именно отдел сопровождения договоров способен помочь исследовать клиентов, чтобы повысить вторичные обращения в отдел продаж”.

# SMART КРИТЕРИИ

## Критерий 5. A – Time bound

**В переводе:** Определённость по срокам

Должен быть установлен конечный срок для промежуточных и для конечных итогов, по истечению которого будет ясно, насколько мы близки к запланированному

**Вопросы:** Сколько времени нам нужно для того, чтобы прийти к успеху? Когда должен быть получен запланированный результат?

**Пример:** “К 31 декабря 2019 года”, “к дате экзамена”, “за 4 месяца”, “за 1 год”.



# Примеры цели, составленной по критериям SMART

## Пример 1.

SMART формулировка для бизнес-тренера: “Записать два вебинара на тему “Постановка целей по системе SMART” до 31 марта 2022 г. для привлечения новых клиентов.”

Проверяем:

1. S (конкретность) – цель адекватная для бизнес-тренера;
2. M (измеримость) – два вебинара в две недели;
3. A (достижимость) – цель достижимая, есть наработки и аудитория;
4. R (важность) – для привлечения новых клиентов;
5. T (срок) – это будет до конца марта.

# Примеры цели, составленной по критериям SMART

## Пример 2.

Для студента формат постановки такой: “Купить квартиру не дороже 2 млн.руб. в районе своего вуза к концу 4 курса, чтобы переехать от родителей.”

Проверяем:

1. S (конкретность) – покупка квартиры для молодого человека;
2. M (измеримость) – договор купли-продажи подтвердит достижение цели;
3. A (достижимость) – на 3 курсе можно найти работу(подработку) для оплаты ипотеки;
4. R (важность) – для построения личной жизни;
5. T (срок) – конкретный срок есть.



# Примеры цели, составленной по критериям SMART

## Пример 3.

Глобальная цель предприятия по продаже чая в формате SMART: “По истечении 5 лет занимать 40% доли рынка г. Ростов-на-Дону по продаже чая”

Проверяем:

1. S (конкретность) – увеличение доли рынка до конкретной цифры;
2. M (измеримость) – известна доля рынка текущая, известна цель;
3. A (достижимость) – ресурсы есть, компания развивается, открываются новые филиалы;
4. R (важность) – реализация миссии предприятия;
5. T (срок) – срок пять лет.

# НЕПРАВИЛЬНЫЕ ПРИМЕРЫ

Список целей, формулирование которых является неправильным:

1. Ознакомиться с материалами по статье;
2. Обеспечить конкурентных преимуществ на рынке;
3. Повысить эффективность подразделений к Новому Году;
4. Максимизировать присутствие компании на рынке;
5. Сделать сайт по продаже продукции;
7. Улучшить качество нашего обслуживания клиентов.

Эти формулировки цели не отвечают ни одному из критериев SMART

# ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ

## Шаг 1. Что нужно улучшить?

Первым делом для постановки цели, тщательно проанализируйте текущую ситуацию: что Вы имеете на данный момент? Какой именно аспект Вашей деятельности Вас не устраивает по имеющимся результатам?

## Шаг 2. Для чего Вам нужно?

Задумайтесь, а для чего это Вам нужно? Лично Вам или для компании, для каких-то сотрудников, посторонних лиц? Чтобы поднять свой доход (тоже – для чего?), чтобы усилить репутацию компании, чтобы “удержаться на плаву”. Это – Relevant, согласованность.

## Шаг 3. Сколько Вам нужно?

Теперь попробуем определить в цифрах, сколько Вам нужно того, чего Вы хотите. Это одновременно будет и Измеримость (Measurable), и Достижимость (Achievable), потому что тут вопросы будут чередоваться.

## Шаг 4. Есть ли необходимые ресурсы?

Так заодно выйдем и на понимание достижения цели в рамках составляющей буквы R (Relevant), то есть согласованность по ресурсам. Что у нас есть сейчас, и что нам может понадобиться ещё.

## Шаг 5. В какой срок?

Теперь нужно поставить разумные сроки. Это могут быть долгосрочные цели на несколько лет или те, которые будут выполнены уже к концу текущего месяца. Главное, чтобы дедлайн был установлен.

# Задание

- Составить цель вашего проекта в соответствии с критерием SMART.
- Научные публикации, что были найдены Вами для занятия проанализировать и составить обзорную работу (публикацию) на 1,5-2 страницы. Придерживаясь плана:
- Введение (где вы должны раскрыть проблему и актуальность, а также представить составленную Вами цель проекта по критериям SMART)
- Основная часть (в данном разделе опишите, самую важную информацию из публикаций, найденных Вами, также можете описать, что делаете вы, каких результатов добились)
- Выводы (кратко обобщить имеющуюся информацию)