

Metas SMART são metas construídas de forma a se considerar 5 atributos:

S (Específica), M (Mensurável), A (Atingível), R (Relevante) e T (Temporal).

S (Específica)

O primeiro elemento para a construção de uma boa meta é considerar que ela deve ser específica. Fuja de más interpretações e especifique o máximo possível a sua meta. Por exemplo: em vez "Vender mais", especifique "Treinar equipe de marketing para aumentar as vendas online porque desejamos que o site seja um canal de vendas mais relevante".

M (Mensurável)

O que não pode ser medido não pode ser gerenciado, já dizia Peter Drucker, um dos gurus da Administração. Em vez de "Vender mais", especifique "Vamos aumentar as vendas em 200%".

A (Atingível)

Existem dois tipos de meta: aquela que desperta o desafio e aquela que parece tão impossível que já é deixada de lado antes mesmo de começar. Existe uma linha tênue entre as duas, e saber como alcançar o limite do potencial é importante. No exemplo anterior falamos "Vamos aumentar as vendas em 200%", porém esse resultado é realmente atingível? Tenha em mente o histórico da meta e faça uma autocrítica realista (ou conte com a impressão da sua equipe) para chegar em número plausíveis. Se aumentar as vendas em 200% é atingível, vá sem medo atrás da sua meta. Se aumentar as vendas em 60% já é agressivo, defina este como o valor da meta.

R (Relevante)

Para ser relevante, uma meta deve impactar diretamente a sua vida ou seu negócio de modo que você consiga provar facilmente que ela trouxe algum tipo de resultado. Por exemplo, cortar o açúcar da sua dieta é benéfico, porém não é relevante o suficiente para uma reeducação alimentar completa. Falando em negócios, aumentar o número de clientes ou o faturamento são metas relevantes, por exemplo. Portanto, não se esqueça: a meta só importa se ela é realmente relevante.

T (Temporal)

Uma meta sem prazo é uma meta que provavelmente nunca será atingida. Além disso, prazos dão ritmo ao atingimento da meta - quanto mais próximo do prazo estabelecido, maior o foco em determinada meta. Tenha sempre em mente prazos condizentes com o seu objetivo. Por exemplo, aprender uma nova língua em 3 meses pode ser muito difícil, mas 1 ano pode ser mais razoável, dependendo do quanto você se dedicar. Estabelecer prazos atingíveis em tempo é tão importante quanto o tamanho da meta em si.

Exemplo de meta SMART:

Treinar a equipe de marketing para aumentar as vendas online em 60% no primeiro semestre porque desejamos que o site seja um canal de vendas mais relevante.

ESPECÍFICA	MENSURÁVEL	ATINGÍVEL	RELEVANTE	TEMPORAL