

OBXECTIVOS SMART

XEOPARQUE CABO ORTEGAL

Que son os obxectivos SMART?

SMART é un acrónimo que axuda a formular obxectivos dun xeito claro, específico e alcanzable. A metodoloxía garante que cada obxectivo estea ben definido e teña unha forma de medir o seu éxito.

S-M-A-R-T significa:

S

(Specific) - Específico: Que quero conseguir?

M

(Measurable) - Medible: Como saberei que o conseguín?

A

(Achievable) - Alcanzable: É posible conseguilo cos recursos dispoñibles?

R

(Relevant) - Relevante: Contribúe á misión da empresa?

T

(Time-bound) - Limitado no tempo: Cando quero conseguilo?

Por que usar obxectivos SMART na túa empresa?

Os obxectivos SMART nunha empresa serven para:

- Claridade e enfoque: Proporcionan unha dirección clara para que a empresa se concentre no que realmente importa.
- Medición de resultados: Permiten avaliar o progreso e saber se se están a acadar os obxectivos.
- Motivación do equipo: Ao seren alcanzables e relevantes, impulsan o compromiso e a motivación do persoal.
- Priorizar os recursos: Axudan a concentrar os esforzos e os recursos nas tarefas máis importantes.
- Avaliación do desempeño: Facilitan a medición obxectiva do desempeño dos empregados e dos equipos.
- Mellora continua: Permiten axustes periódicos para mellorar os procesos e as estratexias.
- Transparencia e aliñamento: garanten que todos os membros da empresa traballen para acadar os mesmos obxectivos.
- Planificación a longo prazo: axudan a deseñar estratexias futuras e a avaliar o éxito.

Establecer obxectivos SMART é unha ferramenta poderosa para centrar os teus esforzos e medir o teu progreso. Ao establecer obxectivos claros, medibles e alcanzables, podes garantir que tanto o teu equipo como a túa empresa se movan na mesma dirección.



Fórmula SMART para a túa empresa

Escribe o teu obxectivo empregando as preguntas clave para cada letra do acrónimo:

Exemplo:

- Misión: Aumentar a visibilidade e as reservas directas a través da páxina web da casa rural "A Casiña" no concello de Ortigueira.

S	(Specific) - Específico: Incrementar as reservas directas a través da páxina web "A Casiña".
M	(Measurable) - Medible: Aumentar as reservas nun 25 %.
A	(Achievable) - Alcanzable: Empregaremos campañas de Google Ads e optimización SEO.
R	(Relevant) - Relevante: Este obxectivo contribuirá a aumentar a independencia das plataformas externas e a mellorar as marxes.
T	(Time-bound) - Con límite no tempo: Conseguir un aumento do 25 % en 6 meses.

Obxectivo SMART formulado:

- Aumentar as reservas directas a través da páxina web da casa rural "A Casiña" nun 25% nos próximos 6 meses mediante campañas de Google Ads e optimización SEO.

Exemplos prácticos de obxectivos SMART no sector turístico

A. Para un aloxamento rural

Obxectivo SMART:

Aumentar a ocupación anual do aloxamento rural “Casa do Coto” nun 15 % nos próximos 12 meses, mellorando o seu posicionamento en Google e campañas específicas en Instagram.

B. Para unha empresa de actividades turísticas

Obxectivo SMART:

Aumentar o número de participantes en rutas de sendeirismo guiadas no Parque Natural das Fragas do Eume nun 20 % nos próximos 6 meses, mediante promocións a clientes anteriores e campañas de mercadotecnia por correo electrónico.

C. Para un restaurante local

Obxectivo SMART:

Aumentar as reservas do menú degustación nun 30 % durante as fins de semana nos próximos 3 meses, implementando unha estratexia de fidelización e promocións a través de WhatsApp e redes sociais.



Como formular os teus propios obxectivos SMART

Pasos a seguir:

1

Especifica o que queres conseguir.

- Pensa en resultados específicos, non xerais. Por exemplo: non só "aumentar as vendas", senón "aumentar as vendas de menús especiais nun 20 %".

2

Fai que sexa medible.

- Como saberás se o conseguiches? Define un número, unha porcentaxe ou unha cantidade que se poida verificar. Por exemplo: "Aumenta as vendas nun 20 %", non só "aumenta as vendas".

3

Asegúrate de que sexa alcanzable.

- Reflexiona sobre os teus recursos e capacidades para garantir que o obxectivo sexa realista dentro do prazo establecido.

4

Aliña o teu obxectivo coa misión da empresa.

- O obxectivo debe estar relacionado coa túa estratexia xeral e axudar á visión a longo prazo da empresa.

5

Establecer un prazo específico.

- Establece un prazo claro, como "nos próximos 3 meses" ou "a finais de 2025". Un prazo establecido axúdache a manter a concentración.

6

Erros comúns e como evitalos

A

Non ser específico:

- Erro: "Aumentar as vendas de produtos locais".
- Arranxo: Especificar o produto, a porcentaxe e a data. «Aumentar as vendas de queixo artesanal local nun 10 % nos próximos 6 meses».

B

Obxectivos non medibles:

- Erro: "Mellorar a atención ao cliente".
- Arranxo: Define o que significa "mellora". "Conseguir unha puntuación de satisfacción de 4,5 estrelas en todas as reseñas de Google".

C

Non ter un prazo definido:

- Erro: "Aumentar a visibilidade do destino turístico".
- Arranxo: Establecer o prazo. «Aumentar a visibilidade do destino turístico nun 30 % en 6 meses mediante campañas en liña».

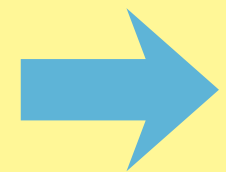
D

Non aliñamento do obxectivo coa misión:

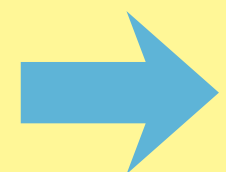
- Erro: "Abrir unha tenda en liña".
- Arranxo: Asegúrate de que o obxectivo estea aliñado coa misión e a visión da túa empresa, como mellorar a experiencia do cliente ou facilitar o acceso a produtos locais.



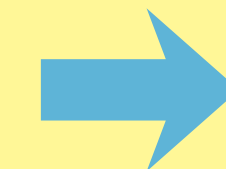
Mantemento e seguimento de obxectivos SMART



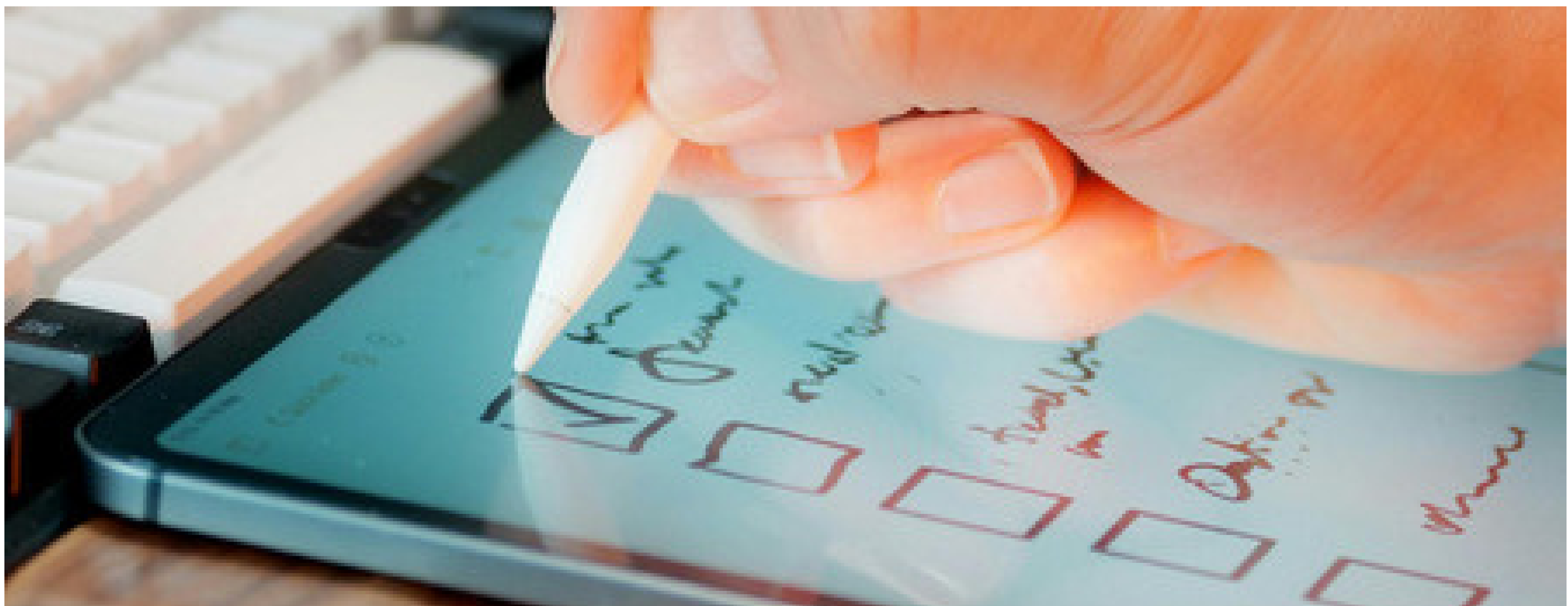
Revisión mensual: analiza o progreso e axusta se é necesario.



Establece puntos de control: divide o obxectivo en subobxectivos máis pequenos para conseguilos progresivamente.



Implica ao equipo: Asegúrate de que todo o equipo saiba cal é o obxectivo e como contribuír ao mesmo.



MODELO PARA FORMULAR OS TEUS OBXECTIVOS SMART

Imprime ou descarga esta páxina para ter unha folla de traballo coa que planificar os teus obxectivos sempre que a necesites.

S	(Specific) - Específico: _____ <i>Que quero conseguir?</i>
M	(Measurable) - Medible: _____ <i>Como saberei que o alcancei?</i>
A	(Achievable) - Alcanzable: _____ <i>É posible conseguilo cos recursos dispoñibles?</i>
R	(Relevant) - Relevante: _____ <i>Contribúe á misión da empresa?</i>
T	(Time-bound) - Limitado no tempo: _____ <i>Cando quero conseguilo?</i>

ESTÁS LISTO PARA MELLORAR A TÚA EMPRESA!