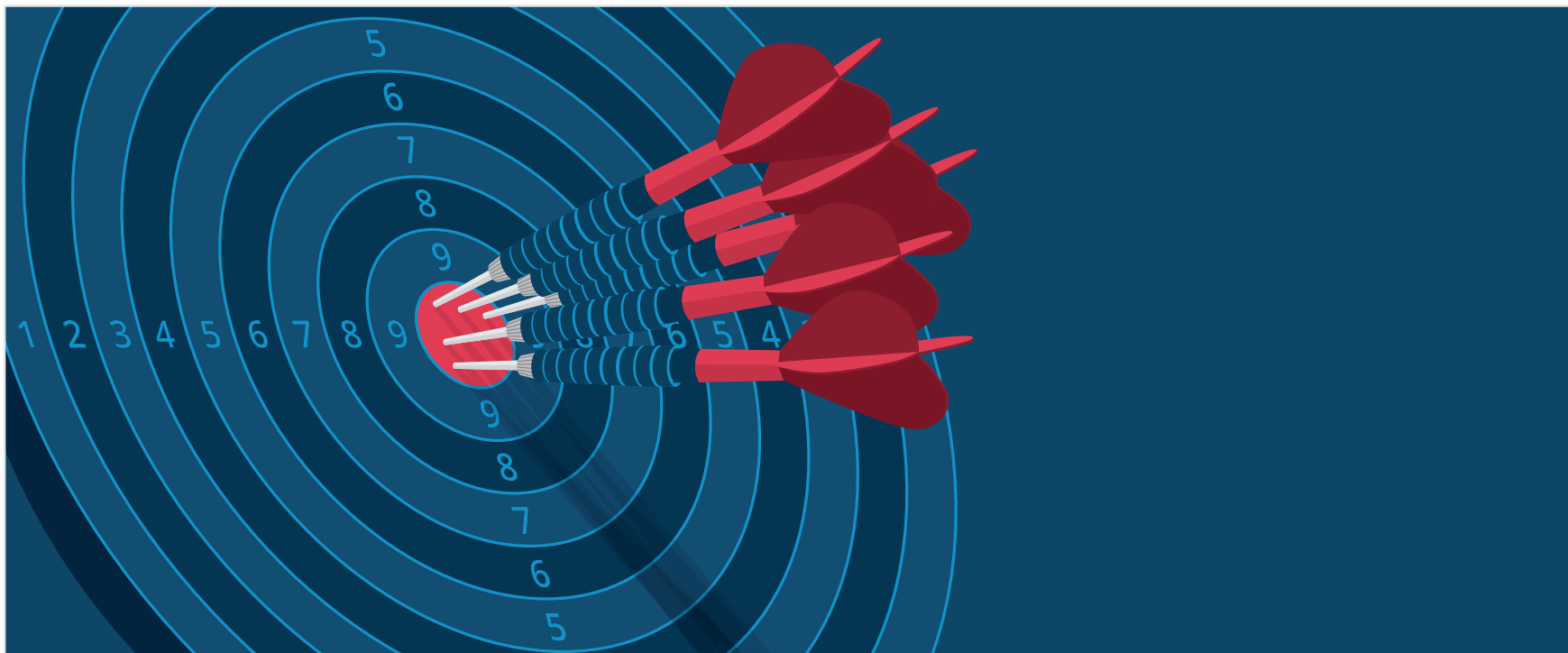


SMART metoden: Målsætninger med mening



RESUMÉ

Når du sætter målsætninger i din virksomhed, skal du være opmærksom på, at de skal være sat SMART. I praksis betyder det, at de skal være specifikke, målbare, opnåelige, relevante og tidsbegrænsede. Brug altid denne metode til at sikre dig, at dit mål er formuleret ordentligt. Dog kan SMART ikke entydigt forudsige, om dit mål er klogt - derfor bør du også følge 5 råd, vi giver dig nederst i artiklen.

Uanset størrelse eller branche kan gode målsætninger være behjælpelige med, eller måske ligefrem altafgørende for din virksomheds succes og fremdrift.

Ikke klart definerede mål betyder ofte, at du og dine medarbejdere ikke arbejder ligeså effektivt, som I kunne gøre, og når du arbejder uden retningsans, vil du få svært ved at realisere vedvarende vækst og virksomhedens strategiske ambitioner. I værste fald kan det betyde, at din virksomhed må dreje nøglen om.

For at undgå dette, handler det dog ikke blot om at sætte mål; du skal have en grundlæggende forståelse for, hvad dine mål nøjagtigt bidrager til, og de skal være formuleret med henblik på at optimere arbejdsgangen i virksomheden. SMART metoden er en af de mest kendte modeller, du kan anvende til at forbedre dine personlige og din virksomheds målsætninger. SMART metoden er efterhånden blevet alment kendt, fordi den adresserer alle de væsentlige aspekter ved effektiv målsætning på en let og overskuelig måde med fem intuitive trin.

En målsætning skal være SMART

Modellen er gennem årene blevet justeret af flere forskellige professorer, men bliver ofte akkrediteret til den prominente økonom, Peter Drucker, som udpenslede de fem vigtige kriterier som SMART metoden tager hånd om. SMART står for

Specific, Measurable, Achievable, Relevant og Time-bound – på dansk oversat til specifik, målbar, opnåelig, relevant og tidsbegrænset. Ved at tilfredsstille disse fem kriterier, har du altså opskriften på en god målsætningsformulering, og med det er du allerede godt på vej til at forbedre din virksomhed.

Dit mål bør være klart og specifikt, fordi det hjælper med at give dig fokus og motivation til at fuldføre det. Det skal være målbart, så du kan få overblik over din fremgang, som giver dig glæden af at vide, hvad du konkret har fået ud af din indsats. Det skal også være realistisk og opnåeligt, så du ikke går død i et mål, du ved, du aldrig kommer at opnå. Så skal det også være relevant i form af, at målsætningen skal betyde noget for dig og din virksomhed, og at det hænger sammen med andre strategiske såvel som operative indsatser, som din virksomhed har eller tiltænker at føre ud i livet. Sidst, men ikke mindst bør det også være tidsbegrænset, således at hverdagens ad-hoc opgaver, der umiddelbart virker mere presserende, ikke overskygger din målsætningsprioritet på dagsordenen¹.

SMART modellen og dens naturlige spørgsmål

Når du begynder at formulere din målsætning, som gerne skal opfylde disse fem kriterier, skal du starte med at stille dig selv nogle spørgsmål inden for hver kategori, som anført i modellen nedenfor:

Specifik

Specifikke målsætninger giver fokus og retning

- › Hvad vil din virksomhed gerne opnå?
- › Hvem er involveret? (hvem i ledelsen, hvilke medarbejdere, hvilke leverandører osv.)
- › Hvor er det? (geografisk, kulturelt eller afdelingsmæssigt)
- › Hvilke ressourcer eller begrænsninger har du?

Measurable

Du skal vide hvordan du når dit mål

- › Hvor meget?
- › Hvor mange?
- › Hvordan ved du, hvornår det er opnået?

Achievable

Dine målsætninger skal være realistiske

- › Hvordan kan du opnå dit valgte mål?
- › Hvor realistisk er målet ud fra begrænsninger så som økonomi, marked osv.

Relevant

Det skal hænge sammen med dine andre mål

- › Er det tiden og pengene værd?
- › Er det det rette tidspunkt at gå efter den valgte målsætning?
- › Stemmer det overens med virksomhedens mission, vision og værdier?

Time-bound

Sæt tidsrammer for målet

- › Hvornår skal målet være nået?
- › Hvor ofte skal du sætte tid af til at nå målet?
- › Delmål

Kilde: Mindtools

Eksempel: Webshoppen der optimerede sit mål ved brug af SMART

En fiktiv dansk webshop ved navn Shopwebben, der sælger tøj, havde sat et mål, som i al sin enkelhed lød på: "at sikre at hjemmesiden altid er up-to-date". Det mål tilfredsstiller højst to af de fem parametre i SMART, da det muligvis både er relevant og opnåeligt, men det er dog hverken tidsbegrænset, målbart eller nævneværdigt specifikt. Inden ejeren af Shopwebben går i gang med at definere sit nye mål ud fra SMART metoden, starter hun med at stille sig selv nogle spørgsmål, der fokuserer på målsætningens indhold:

- › **Hvad betyder "up-to-date"?**
- › **Hvordan kan vi vide, at målet er opfyldt?**
- › **Hvor ofte skal vi arbejde på dette mål?**
- › **Hvem skal arbejde på det?**

Med det in mente får hun formuleret et nyt mål, som opfylder alle fem kriterier fra SMART metoden:

"Første fredag i hver måned skal min IT-ansvarlige danne sig et overblik over alle opdateringer og nyt relevant materiale til hjemmesiden. Dette skal publiceres senest den efterfølgende fredag. Hver gang at der publiceres nyt materiale, skal vi gennemse hjemmesiden for indhold, som er forældet eller på anden måde ikke længere relevant, som så skal slettes eller arkiveres."

Derfor er målet SMART

Det er Specific, fordi målet adresserer, hvad der skal gøres, af hvem og hvornår. Det er Measurable, fordi man kan vurdere om opdateringer og materialer er blevet behandlet og

publiceret rettidigt eller ej. Om målet er Achievable, kan vi ikke vide ud fra målbeskrivelsen alene, men vi antager, at Shopwebben reelt kan sætte tid af til disse opgaver. Målet er Relevant, hvis det hænger i tråd med medarbejderens andre opgaver og med virksomhedens vision og værdier. Deter Time-bound, fordi der er faste dage, som målsætningen skal behandles på. Den behøver ikke at have en egentlig deadline i det her tilfælde, fordi opgaven er kontinuerlig.

Med dette mål kan Shopwebbensteamarbejde mere effektivt og med en bedre forståelse for, hvilken standard deres arbejde skal møde².

SMART betyder ikke nødvendigvis klogt

Selvom SMART er meget brugbart til at kontrollere om din målsætning er formuleret godt, er det ikke en garanti for, at din valgte målsætning er "klog". Man kan sammenligne med det lidt med stavekontrol: du kan sikre at din tekst er fejlfri, men stavekontrollen giver det ikke automatisk bedre indhold. SMART metoden er således en udmærket model til at fastslå om dit mål er defineret ordentligt, men det bør ikke bruges som en metode til at fastslå, hvorvidt målsætningen i sig selv er klogt sat. En væsentlig faldgrube er, at man hurtigt kan hænge sig for meget i A og R delen, hvor man kan komme til at sænke ambitionsniveauet mere end nødvendigt³ - så hvordan kan du sikre dig, at dit mål både er SMART og klogt?

5 faktorer der kvalitetssikrer dit mål

To af de mest kendte akademiske forskere inden for målsætning har offentliggjort en rapport, der baseres på mere end 35 års research. Det har de opsummeret til de fem vigtigste punkter⁴:

Sæt kloge mål

- 1) Ved at sætte specifikke og svære mål, øger du produktiviteten blandt medarbejdere i væsentlig højere grad, end hvis du blot tilskynder, at de skal gøre deres bedste.
- 2) Højt satte mål afføder en bedre medarbejderindsats end lavt satte mål.
- 3) Stramme deadlines gør, at medarbejdere arbejder hurtigere.
- 4) Ved at offentligt annoncere sin forpligtelse til målet øger du chancerne for at målet fuldføres.
- 5) Hvorvidt målet er sat af chefen alene eller i samarbejde med medarbejderne gør ingen relevant forskel i forhold til sandsynligheden for, at målet opnås. til sandsynligheden for, at målet opnås.

Få yderligere inspiration til målsætning

Kobler man SMART metoden op med disse råd, kan du derfor med solid forskning i ryggen være sikker på, at du i højere grad kan sætte en bedre kurs for din virksomhed. En anden kendt metode inden for målsætning hedder OKR. Den læner sig op ad nogle af de samme principper som SMART, men det kan være en god idé også at læse vores artikel om OKR metoden, hvis du gerne vil have yderligere inspiration til målsætning.

Kilder:

1) <https://www.mindtools.com/pages/article/smart-goals.htm>

2) <http://hrweb.mit.edu/performance-development/goal-setting-developmental-planning/smart-goals>

3) <https://hbr.org/2017/01/3-popular-goal-setting-techniques-managers-should-avoid>

4) <http://www-2.rotman.utoronto.ca/facbios/file/09%20-%20Locke%20&%20Latham%202002%20AP.pdf>