



Come rendere un obiettivo specifico in modo SMART per studi professionali

di **Stefano Renzi - Consulente di BDM Associati SRL**

Definire con dovizia di particolari un obiettivo che si intende raggiungere in una realtà aziendale è il presupposto numero uno per mettersi sulla buona strada per ottenerlo. Questo è ancor più vero se si pensa ad una realtà come quella dello Studio Professionale che, come noto, è spesso caratterizzata da un'elevatissima frammentazione del flusso di lavoro che rischia di distogliere ogni addetto dal mantenersi concentrato su ciò che è davvero importante.

Per mettere al sicuro il miglioramento dello Studio, è quindi fondamentale adottare un approccio sistematico di formulazione degli obiettivi che segua una procedura pratica e concreta. In questo articolo esemplificativo, si tratterà di come formulare un obiettivo con il sistema SMART prendendo l'esempio di un processo tal volta critico per lo Studio di consulenza del lavoro: il processo di collocamento.

Cos'è un Obiettivo SMART

SMART è un acronimo che rappresenta una metodologia tramite la quale si caratterizza un obiettivo per i seguenti cinque aspetti: Specifico, Misurabile, Achievable (Raggiungibile), Realistico e Temporalizzato.

1. Specificità

Iniziare trascrivendo una definizione chiara e specifica di cosa si vuole ottenere è il primo step. Ci si rende subito conto, infatti, se si sta discutendo di qualcosa di intangibile oppure no.

Piuttosto che formulare un obiettivo generico come "gestire meglio il processo di collocamento", è preferibile essere ben più specifici, ad esempio, "entro 12 mesi, su questi 10 clienti, recuperare il 15% di redditività nel processo di collocamento tramite l'implementazione di un *form di acquisizione dei dati* da inviare al cliente, il quale dovrà anche esprimere un indice di gradimento della nuova procedura maggiore o uguale a 8 su una scala da 1 a 10".



Si specifica che per form di acquisizione dati si intende un semplice questionario digitale, realizzabile senza alcun tipo di capacità di programmazione, utile a raccogliere tutti i dati di interesse e incasellarli in un file Excel da cui si potrà attingere per l'espletamento della pratica.

A rafforzare questa formulazione così specifica e che non lascia spazio a fraintendimenti, è bene affiancare la domanda: "Perché è importante raggiungere questo obiettivo?"

Questo ci aiuta a tenere motivato il team di lavoro verso il raggiungimento dell'obiettivo e a rifocalizzare l'attenzione sui benefici che si vuole ottenere nei momenti in cui si affronteranno eventuali difficoltà.

Alcuni possibili risposte potrebbero essere per:

- recuperare redditività;
- liberare ore di lavoro;
- evitare di ricevere dati incompleti che ci obbligano a fare più giri di chiamate;
- ridurre la pressione e l'urgenza;
- investire nell'educazione del nostro cliente;
- migliorare la relazione con il cliente;
- mostrare loro che lo Studio investe nella crescita e nell'innovazione.

2. Misurabilità

In questa fase ci si occupa di creare i KPI (*Key Performance Indicators*) che ci permetteranno di controllare i progressi verso il raggiungimento dell'obiettivo e si deciderà ogni quanto controllarli.

Per restare fedeli all'esempio si dovrà rilevare contemporaneamente un aumento della redditività del processo di collocamento del 15% e una soddisfazione del cliente maggiore o uguale a 8 su 10.

Si potrebbero quindi istituire i seguenti KPI:

1. confronto della redditività del processo di collocamento svolto per i clienti selezionati su base trimestrale;
2. ipotizzando di inserire una domanda nel form, a conclusione della raccolta dati (come da cattura schermo a seguire) che richiede un feedback di gradimento, basterebbe calcolare sempre trimestralmente una media delle risposte ottenute.



Come valuti questo nuovo metodo di raccolta dei dati necessari al corretto e più ^{*} tempestivo sviluppo della tua pratica?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Per nulla soddisfatto Estremamente soddisfatto

3. Realizzabilità

Un obiettivo deve essere sì sfidante, ma anche onestamente raggiungibile. Non si può pensare di rovesciare un esito che abbiamo consolidato in anni di servizio nel giro di pochi mesi, ma ciò non deve essere preso a giustificazione per restare immobili.

Questa è quindi la fase in cui il team di lavoro cerca in ogni modo di remare contro al raggiungimento dell'obiettivo, cercando di portare in luce tutte le criticità che si potranno incontrare lungo la strada e, per ognuna di queste, si deve formulare una strategia di contenimento.

Esempio di criticità: l'amministrativo di quel cliente è molto disorganizzato.

Esempio di strategia: Investiamo due ore del nostro tempo, in accordo con il titolare, per andare anche in presenza a formare l'addetto alla compilazione del *form* facendo trasparire quando è di fondamentale importanza per lo Studio l'adozione di questa nuova procedura.

4. Realismo

L'obiettivo deve essere realistico anche in funzione delle risorse disponibili. Se non ci sono collaboratori in grado di dedicare attenzione e tempo a questo progetto o magari il budget è limitato, probabilmente è il caso di rivedere le priorità di azione.

Rendersi conto che probabilmente non ci sono le condizioni migliori per ottenere il successo è comunque un successo, si eviterà l'inutile dispersione delle risorse e preserveremo il morale del team di lavoro per qualcosa di maggiormente produttivo.

5. Temporalità

Ogni obiettivo deve avere una data di scadenza chiara, nell'esempio si è ipotizzato 12 mesi.

Ciò che però più importa in questa fase è che si stabilisca nero su bianco i ruoli e le responsabilità di ognuno oltre che le attività da svolgere dal giorno zero alla data di conclusione.

Per un obiettivo come quello preso ad esempio ci sono sicuramente delle azioni da compiere nel primo periodo al fine di poter valutare dei risultati, ad esempio, elencare tutti i dati che dobbiamo ricevere da parte dei clienti per occuparci adeguatamente delle pratiche di collocamento e, secondariamente, realizzare tecnicamente il *form*. Queste attività vanno calendarizzate e assegnate ad un responsabile.

Anche se è necessario delegare all'esterno dello Studio la realizzazione tecnica del *form* va identificato ugualmente un responsabile che avrà il compito di cercare un consulente esterno e sorvegliare poi lo sviluppo del prodotto.

Conclusioni

Creare obiettivi SMART è un processo che richiede responsabilità, ed è fondamentale per il successo degli Studi Professionali.

Essi forniscono una guida chiara e facilitando la definizione di traguardi realistici, misurabili e raggiungibili.

Incorporare questa metodologia nella pianificazione strategica non solo migliora l'efficacia dell'organizzazione, ma contribuisce anche a costruire un ambiente di lavoro più motivante e orientato ai risultati.

Seminario di specializzazione

**Lavoro nello spettacolo: novità 2023
nella gestione del rapporto di lavoro**

Scopri di più