LES OBJECTIFS SMART

S — Spécifique

L'objectif doit être clair, simple & précis.
Exemple : *développer les ventes de la nouvelle gamme de shampooing.*

M — Mesurable

Il faut s'assurer que l'objectif soit quantifiable. C'est grâce à cet indicateur que l'on verra si l'objectif est atteint.
Exemple : *accroître les ventes de 10%.*

A — Atteignable

Il faut vérifier que l'objectif soit atteignable. Pour ce faire, il faut fixer différentes étapes.
Exemple : *+7% les 6 premiers mois, +3% les 6 mois d'après.*

R — Réaliste

L'objectif doit être réalisable. Il faut donc prendre en compte son environnement pour fixer l'objectif.
Exemple : *la nouvelle gamme représente 2% du marché des shampooings qui gagne 4% par an.*

T — Temporel

Il faut fixer l'objectif dans le temps en donnant une échéance à l'objectif final.
Exemple : *l'objectif de +15% des ventes doit être atteint sur 1 an.*