

## Fixer et gérer ses objectifs

### 1. Faire le point sur le concept d'objectif

- Un objectif est le chemin à emprunter pour passer d'une situation insatisfaisante actuelle ou future à une situation satisfaisante.
- Un objectif comprend deux éléments :
  - **Le point à atteindre**, clairement descriptible et mesurable (concept de **formulation de l'objectif**)
  - **Les moyens** à mettre en œuvre pour l'atteindre (concept de **spécification de l'objectif**).
- Le management quotidien génère quatre types d'objectifs principaux :
  - **Objectif de situation** : Ex. augmenter le chiffre d'affaires
  - **Objectif d'activité** : Ex. rencontrer 100 prospects au 2<sup>ème</sup> trimestre
  - **Objectif de résultat** : Faire signer 20 contrats au 30 mars
  - **Objectif de performance** : Ramener la sous-traitance à 20 % du CA.

### 2. Formuler l'objectif

- La formulation de l'objectif décrit le résultat concret à produire et la mesure qui va permettre de le vérifier.
- Attention il ne s'agit pas de la description d'une activité mais bien de la description d'un résultat. Il y a danger à utiliser un verbe pour cette formulation.
- La réponse aux trois questions suivantes permet une formulation facilitée de l'objectif :
  - **Concerne qui ?** : Ex. nos 100 clients ciblés
  - **Sur quoi ?** : Ex. recevront un e-mailing sur notre offre actuelle
  - **Pour quand ?** : Avant le 31 décembre.

### 3. Spécifier l'objectif

- La spécification permet :
  - De répertorier et de décrire les moyens d'actions, outils et supports
  - De désigner les responsables
  - De fixer les échéances intermédiaires.
- L'ensemble des informations est regroupé dans le tableau de **spécification de l'objectif**.

Objectif final			
Avant le 31 décembre, nos 100 clients ciblés recevront notre e-mailing promotionnel			
Moyens d'action	Responsables	Méthodes	Echéances
Rédiger le contenu	Directeur Développement	Ecriture du e-mailing à partir de la version précédente	30 septembre
Elaborer la maquette	Responsable Communication	Tester la maquette sur 15 clients requêtés (panel)	15 octobre
Convertir en support numérique	Webmaster	Consulter 3 prestataires	10 novembre
Distribuer	Webmaster	Fichier 100 clients ciblés + intégration e-mailing version définitive	20 décembre

### 4. Valider le caractère **SMART** de l'objectif

- C'est à dire **S**imple, **M**esurable, **A**ceptable, **R**éaliste et **T**emporel.

### 5. L'objectif est-il **S**imple ?

- Le résultat attendu est-il concret, identifiable, compréhensible, cohérent ? Laisse-t-il place à l'interprétation ?

### 6. L'objectif est-il **M**esurable ?

- Intègre-t-il des indicateurs de mesure qui le rende contrôlable ?

### 7. L'objectif est-il **A**ceptable ?

- L'accord de tous ceux qui sont chargés de la réalisation de l'objectif est-il réel ?

### 8. L'objectif est-il **R**éaliste ?

- Les moyens d'actions intermédiaires (phase de spécification) sont-ils suffisamment précis ? Les responsables ont-ils la capacité de les réaliser ? Dans le temps imparti ?

### 9. L'objectif est-il **T**emporel ?

- L'échéance dans le temps est-elle précisée par une date exacte pour l'atteinte finale de l'objectif, ainsi que pour la réalisation de chaque moyen d'action ?

### 10. Suivre et contrôler l'objectif

- Le suivi et le contrôle s'effectuent par deux moyens principaux :
  - La régulation du processus
  - La mesure du résultat.
- La régulation du processus concerne la surveillance de la réalisation des moyens d'actions intermédiaires. Si l'un deux ne se réalise pas, l'objectif ne sera qu'imparfaitement ou pas du tout atteint. (Ex. : Dans le cas de notre campagne e-mailing, la non réalisation d'un des quatre moyens d'actions va bloquer l'objectif final.)
- La mesure du résultat permet d'affirmer que l'objectif a été complètement atteint. Celle-ci dépend du nombre et de la qualité des indicateurs de mesure mis en place.