



SÃO
PAULO
TECH
SCHOOL

Pesquisa e inovação

4º Semestre – ADS

OKR

INTEL CORPORATION
3065 Bowers Avenue
Santa Clara, California 95051
(408) 987-8080

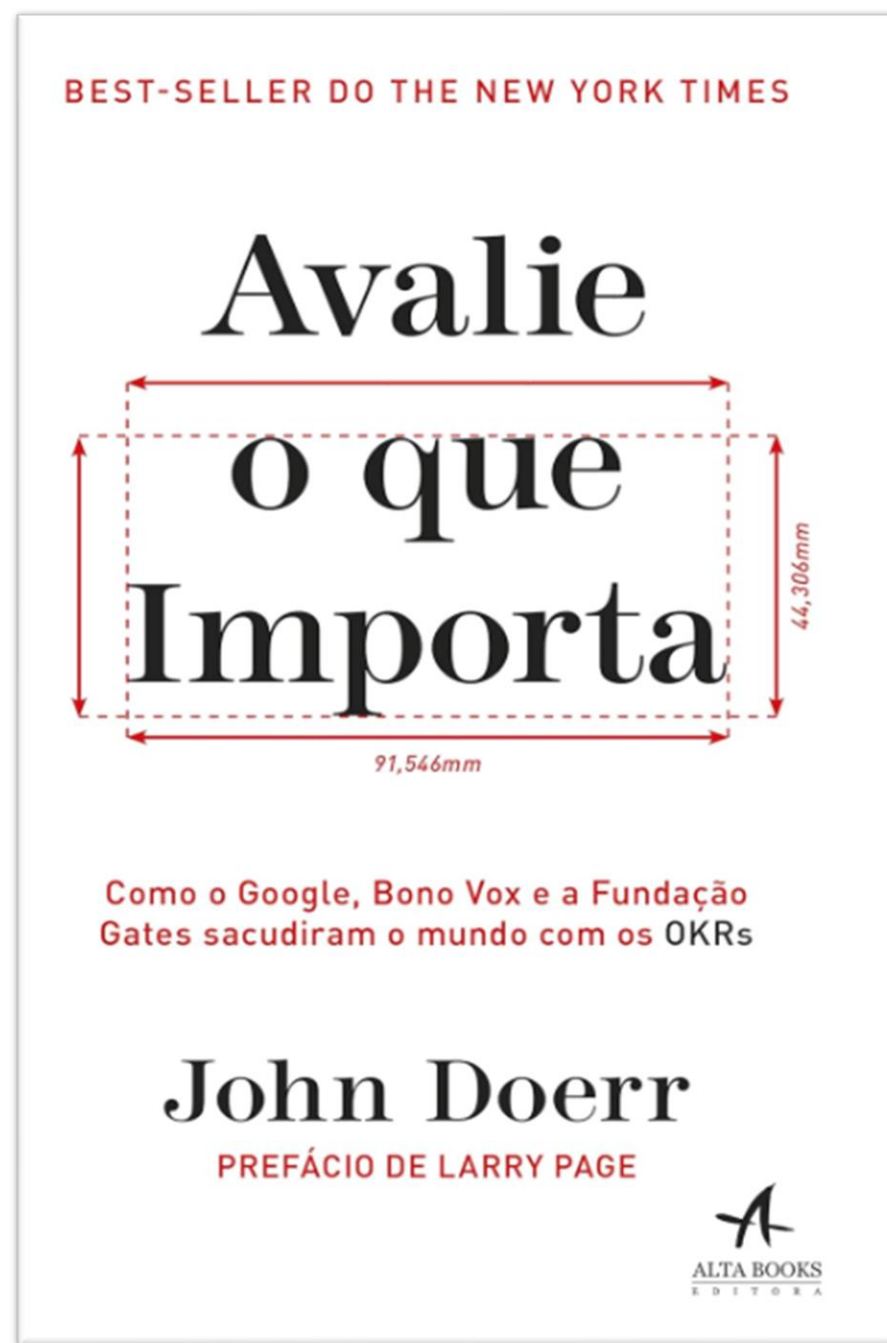
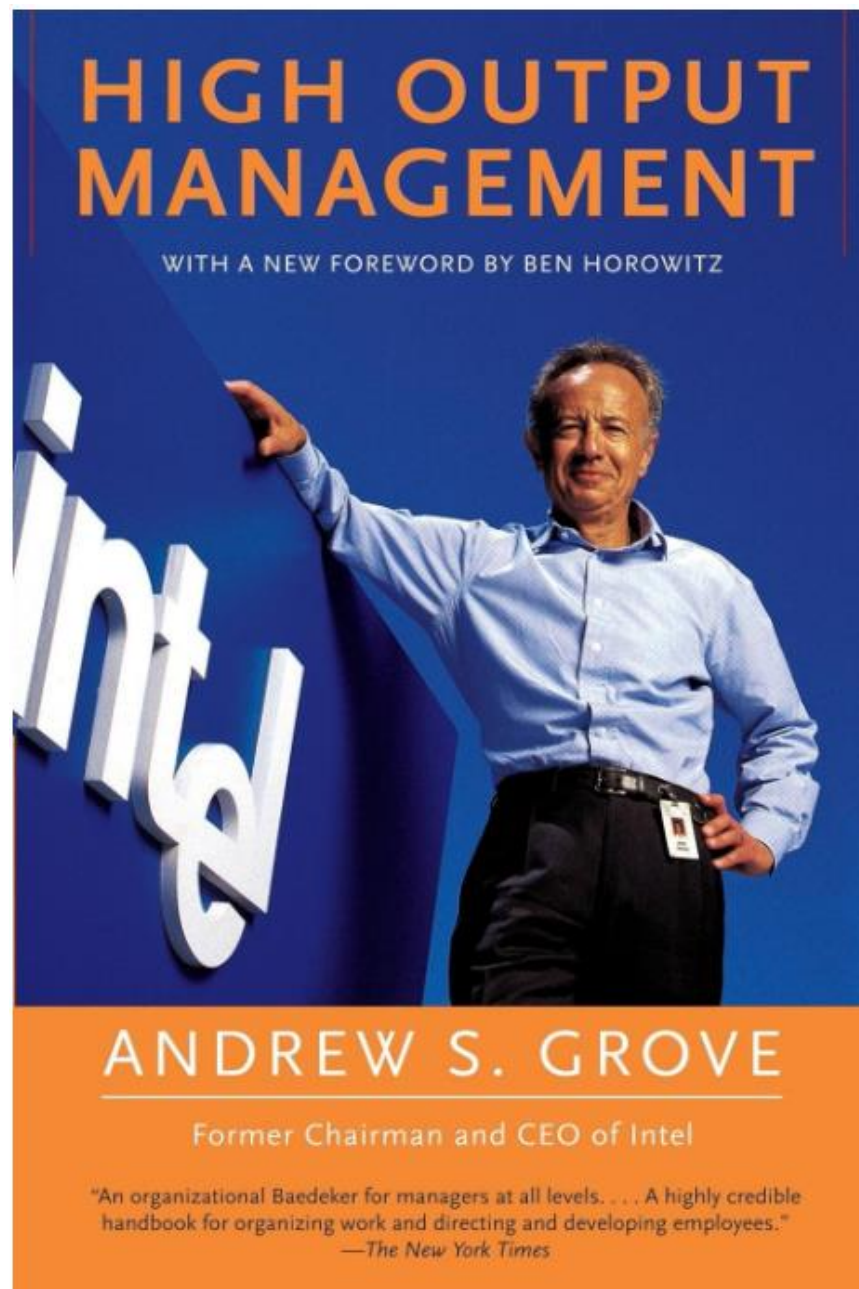
intel

TO: All Intel Field Sales Engineers
From: Andy Grove *Andy*
Subject: OPERATION CRUSH

OPERATION CRUSH is the largest and most important marketing offensive we have ever undertaken. It is large in terms of our commitment--it is the corporation's number one key result; it is large in terms of the manpower we have devoted to it--more than 50 man-years of CRUSH effort in the next six months alone; and it is large in terms of its impact on Intel's revenue--over \$100 million in revenue over the next three years.

The importance of OPERATION CRUSH does not come from its size and business impact alone though. Strategically the success of this campaign will highlight a significant evolution that has taken place--and will continue to take place--in our business. We intend to establish ourselves as offering complete computer system solutions--in VLSI form. The 4 CPU's, 15 peripheral devices, 25 software products, and 12 system level products we will be announcing over the next 18 months are the most viable and meaningful testimonials to the reality of this effort. OPERATION CRUSH represents the articulation of this effort.

As an Engineer you will play a major role in making success. We are counting on your efforts in the microcomputer solution. Use the notebook and follow on material to the need for a complete and solution including both than just a set of current plans.





OKR

OBJECTIVE KEY RESULTS

Foco no resultado e não no trabalho

Pensar de forma estratégica

Objective – é até Mágico e Audacioso

- **Key Results 1** – ser Mensuráveis (Quantitativo)
- **Key Results 2** – deve também ser pareado com critério de qualidade (Qualitativo)
- De conhecimento de Todos



OKR

Exemplos

OBJECTIVE – Ativar os clientes experimentais na Plataforma e manter os inscritos

- **KR 1** – 80% dos clientes subscritores permanecem após o período experimental.
- **KR 2** – 90% dos novos clientes pagantes ainda permanecerem após 90 dias.

OBJECTIVE – Ativar regras do motor de indicações na plataforma

- **KR 1** – Conversão de 80% dos amigos e familiares dos assinantes que forem diretamente indicados.

Exemplo de OKR

OBJETIVOS

Melhorar a satisfação dos clientes.

Alcançar métricas recorde em todas as áreas do marketing.

Definir e promover a cultura e os valores da empresa.

RESULTADOS CHAVE

Conseguir 200 respostas de pesquisa de satisfação.

Apresentar um plano de ação de 10 melhorias para o próximo semestre.

500 mil visitantes no site.

30 mil leads por mês.

Desenvolver pesquisa para avaliar 100% dos colaboradores sobre os valores da empresa.

Realizar 3 sessões de brainstorm para redefinir a cultura da empresa.

KPI e OKR: Diferenças principais

Natureza:

KPIs são **métricas usadas para avaliar o desempenho** em relação a um objetivo específico
OKRs são um **conjunto de objetivos e métricas que ajudam a guiar** a organização ou indivíduo em direção a suas metas.

Aplicação:

- KPIs são geralmente usados em uma variedade de contextos e podem ser aplicados a qualquer objetivo ou iniciativa.
- OKRs são mais frequentemente usados em planejamento estratégico e definição de metas.

Estrutura:

- KPI é uma métrica única
- OKR inclui um objetivo geral e vários resultados-chave associados a esse objetivo.



Agradeço a sua atenção!

Alexander Barreira

alex.barreira@sptech.school

SÃO
PAULO
TECH
SCHOOL