

Módulo II

Requisitos Arquiteturais e
Modelagem Arquitetural

Prof. Dr. João Paulo Aramuni

Técnicas para classificação e análise de requisitos



❑ 4.2 – Metas SMART.

Metas SMART

S.M.A.R.T representa uma sigla, em inglês, formada pelas iniciais dos principais pontos que devem ser utilizados na hora de planejar uma meta: Específico, Mensurável, Alcançável, Relevante e Baseado no tempo.

Portanto, é uma ferramenta utilizada para validar qualquer tipo meta.

Metas SMART



Fonte: Friendslab



Metas SMART



A criação de metas é uma forma de estimular os envolvidos em prol de um objetivo. Para as empresas, em um cenário em que o meio digital permite a criação de novos negócios a cada dia, a concorrência cresce bastante.

É preciso buscar, constantemente, novos propósitos, sempre com foco em melhorias contínuas.

Metas SMART



As metas servem como um direcionamento. Você traça um lugar que quer chegar ou algo que deseja conquistar. Então, analisa e considera ações que o levarão até o resultado esperado.

Vários caminhos são possíveis, cada um com as suas dificuldades e as suas oportunidades. Deve-se, então, analisar as melhores práticas e comparar os efeitos.

Metas SMART



S - Específico (Specific)

Significa que sua meta deve ser específica naquilo que você se propõe a fazer, ou seja, deve ter um propósito claro.

Não pode haver subjetividade, por isso, deve ser elaborada de forma bem objetiva, precisa e clara, pois isto irá impactar em muito o resultado.

Metas SMART



S - Específico (Specific)

Exemplo: Se você deseja aumentar as suas vendas, não adianta apenas dizer que quer aumentar, você deve especificar em quanto, nem que seja em 1%.

Tipos de perguntas para te ajudar a especificar sua meta:

- ☐ Como será alcançada?
- ☐ Quem será responsável?
- ☐ O que vou alcançar com essa meta?
- ☐ Por que tenho que realizar?

Metas SMART



M - Mensurável (Measurable)

Você só terá real noção dos resultados, sejam positivos ou negativos, se suas ações forem mensuradas.

É de extrema importância que de forma periódica as ações sejam medidas e analisadas para saber se o objetivo foi alcançado ou não.

Metas SMART

M - Mensurável (Measurable)

Exemplo: se você quer aumentar a visibilidade do seu site, é preciso mensurar quantos novos visitantes você está obtendo à medida que você divulga um novo conteúdo.

Tipos de perguntas para te ajudar a mensurar sua meta:

- ☐ O que devo mensurar?
- ☐ Quando devo medir?
- ☐ Qual resultado devo esperar

Metas SMART



A - Atingível (Achievable)

Significa que sua meta deve ser alcançável e realista, ou seja, coerente com a realidade na qual você se encontra. Sua meta deve ser desafiadora, pois se for muito difícil ou praticamente impossível você ou seus subordinados não terão incentivos para tentar alcançá-la e isso se tornará um motivo para desmotivação.

Caso a meta seja muito fácil, você também pode se sentir frustrado por não demandar muito esforço e não perceberá valor ou sentido em ter que realizar a atividade.

Metas SMART

A - Atingível (Achievable)

Exemplo: Imagine que você queira triplicar o faturamento da sua empresa. Não seria muito coerente caso esse objetivo tivesse que ser atingido em apenas 10 dias, seria muito mais plausível pensar em alcançar esse resultado dentro de 1 ano.

Tipos de perguntas para te ajudar a tornar sua meta mais realista:

- ☐ Como está a situação do meu mercado?
- ☐ Tenho recursos suficientes? (Recursos podem ser financeiros, materiais ou até mesmo humanos)
- ☐ Tenho uma equipe qualificada / sou capaz de fazer sozinho?

Metas SMART



R - Relevante (Relevant)

Ao traçar uma meta você deve ter em mente os benefícios que você obterá caso consiga realiza-la. Ou seja, ela deve ser relevante para você ou sua empresa, deve ser algo que de fato te agregue um tipo de valor.

Para ser relevante você ou sua equipe deve ter o sentimento de dever cumprido e que seus esforços valeram a pena, de modo despertar o potencial e motivação de quem executa.

Metas SMART



R - Relevante (Relevant)

Exemplo: Não seria interessante patrocinar um time de futebol se este não trouxesse reconhecimento da marca e retorno financeiro.

Normalmente metas que tenham a finalidade de reduzir de custos, aumentar base de clientes ou aumentar faturamento são as mais comuns para as empresas.

Metas SMART



R - Relevante (Relevant)

Tipos de perguntas para te ajudar a tornar sua meta mais relevante:

- ☐ Quais os benefícios que essa meta irá trazer?
- ☐ Eu estou disposto a me esforçar para tal?
- ☐ Vale a pena me dedicar?

Metas SMART



T - Temporal (Time-based)

Ao traçar uma meta é de extrema importância que ela possua um prazo para ser cumprida, ela deve ter tempo definido para ser feita.

Sem uma data de entrega marcada não há incentivos para fazê-la, pois ela não se torna uma prioridade e qualquer tarefa rotineira pode ser mais atraente para se fazer.

Exemplo: Aumentar as vendas de um determinado produto em 10% em três meses.

META SMART

"Metas permitem que você controle a direção da mudança em seu favor." Brian Tracy



TIME-BASED/TENHA PRAZO
Determine uma linha de chegada.



REALISTIC/REALISTA
Trace metas que são realizáveis.



ATTAINABLE/ALCANÇÁVEL
Faça com que as coisas sejam possíveis.



MEASURABLE/MENSURÁVEL
Meça seu progresso.



SPECIFIC/ESPECÍFICO
Faça com que seu objetivo seja claro.



Metas SMART



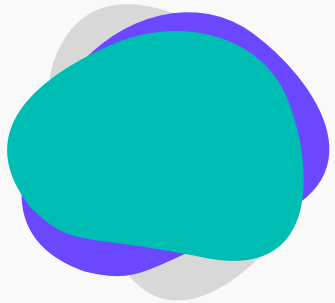
A metodologia de estabelecimento de metas SMART facilita a criação de diretrizes de negócios realistas.

Você deve usar as metas da SMART porque elas ajudam a esclarecer suas prioridades, permitem que você se concentre e fique direcionado para o que é mais relevante.

Metas SMART

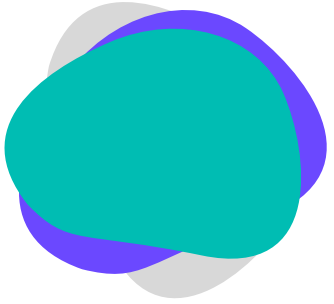

Em vez de objetivos obscuros, sem nenhuma clareza, as métricas SMART são específicas e permitem que você saiba o que precisa fazer, quando e a importância de atingir essas metas em relação aos objetivos estratégicos do negócio. Assim, isso força você a administrar melhor o seu tempo.

Além disso, desfruta de um sentimento de realização quando consegue superar as barreiras e chegar no ponto que planejou.

A decorative abstract shape composed of overlapping teal and purple rounded rectangles is positioned to the left of the text.

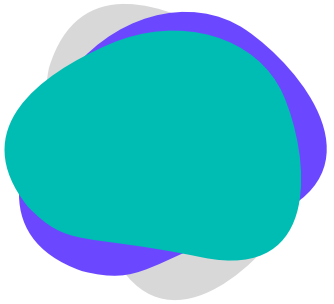
Estabelecer metas e objetivos não é uma tarefa fácil e requer todo um planejamento antes de ser colocada em prática.

É preciso analisar quais são todos os recursos humanos, financeiros, materiais, analisar sua realidade entre outros.

A decorative abstract shape composed of overlapping teal and purple rounded rectangles is positioned to the right of the text.A decorative abstract shape composed of overlapping teal and purple rounded rectangles is positioned to the left of the text.

Além disso, para ser uma meta plausível ela deve ser desafiadora, mas alcançável , deve ter prazo para ser realizada e deve ser específica e relevante.

Gostou das metas SMART? Elas podem ser muito úteis para o processo de Engenharia de Requisitos.

A decorative abstract shape composed of overlapping teal and purple rounded rectangles is positioned to the right of the text.

Referências



- ❑ FriendsLab. Meta SMART: saiba como fazer uma meta inteligente. 2019. Disponível em: <https://www.friendslab.co/o-que-e-meta-smart/>. Acesso em: 20 de setembro de 2020.
- ❑ Siteware. O que é meta SMART: Veja as 5 características mais importantes para definir uma meta que funcione de verdade. 2019 Disponível em <https://www.siteware.com.br/metodologias/o-que-e-meta-smart/>. Acesso em: 20 de setembro de 2020.

Obrigado!

