如果要说 OKR 和 KPI 的区别，区别就在于 KPI 只能让驴使劲走，而 OKR 用于保证驴头朝正确的方向。有些驴拼命想往前走，不希望落后于别人，这时候 OKR 用于帮助驴少走曲线。有些驴本来就不想走，这时候就需要 KPI 充当鞭子了。一家公司能不能用 OKR，首先要看有没有正确的驴。

OKR考核：“我要做的事”，KPI考核：“要我做的事”，理解不同，但二者都强调有目标,同时也需要有执行力。OKR的思路是先制定目标，然后明确目标的结果，再对结果进行量化，最后考核完成情况。KPI 的思路也是先确定组织目标，然后对组织目标进行分解直到个人目标，然后对个人目标进行量化。

OKR 和 KPI 两者谁都无法真正的替代对方，因此谁取代谁并不重要，找到适合的绩效评估方法，这才是重要的事情。比如说对于销售来讲，它更在意的是如何保持持续稳定的收入，因此就需要的是更硬性的标准来约束销售人员能够完成任务，所以其需要的是 KPI 而不是 OKR 。而对于营销团队来讲，他们最需要的是如何将影响最大化，而过于刻板的 KPI 就限制了营销团队的灵活性，因此其更适合的是 OKR ，而不是 KPI 。 三、如何实施OKR？

基本的要求：

1. 最多5个O，每个O最多4个KRs。

2. 百分之六十的O最初来源于底层。下面的人的声音应该被听到，这样大家工作会更有动力。

3. 所有人都必须协同，不能出现任何命令形式。  4. 一页写完最好，两页是最大限值了。

5. OKRs并不是绩效评估的工具。对个人来说，它起到很好的回顾作用。能快速明了地让自己看到我做了什么，成绩是怎么样。

6.

分数0.6-0.7是不错的表现，因此0.6-0.7将是你的目标。如果分数低于0.4，你就该思考，那个项目究竟是不是应该继续进行下去。要注意，0.4以下并不意味着失败，而是明确什么东西不重要及发现问题的方式。分数永远不是最重要的，除了是作为一个直接的引导作用。OKR不是绩效考核的武器！每个季度末对关键结果进行考核，完成60-70%就算好，如果100%完成，说明你的目标设定过于简单。

7.

只有在KRs仍然很重要的情况下，才持续为它而努力。

8.

有个联合会组织来保证每个人都向同样的目标行进。（事实上OKRs实施过程中，你能够获得大家的认可和帮助，这是很有趣的事情）

基本的流程：

1、设定目标。（从战略开始确定年度目标，季度目标）

目标务必是具体的、可衡量的，例如不能说笼统地说“我想让我的网站更好”，而是要提出诸如“让网站速度加快30%”或者“融入度提升15%”之类的具体目标；不能说“使gmail达到成功”而是“在9月上线gmail并在11月有100万用户”。

目标要是有野心的，有一些挑战的，有些让你不舒服的。一般来说，1为总分的评分，达到0.6-0.7是较好的了，这样你才会不断为你的目标而奋斗，而不会出现期限不到就完成目标的情况。员工通常每季度会制定4到6个目标，目标太多也会令人焦头烂额。

目标必须达成共识，目标必须是在管理者与员工直接充分沟通后的共识。没有达成共识的目标不能算作目标，目标的设定以达成共识为终点。

实施的关键流程：从上至下，目标的设立顺序应该是公司到部门到组到个人。个人自己想做什么，和管理者想他做什么一般来说是不会完全相同的。那他可以通过先查阅上层的目标，在自己想做的事情范围内找到能对公司目标有利的部分，将他拿出来和自己的管理者进行讨论，做权衡取舍。某种情况下，很有可能这个自己想做的东西，会变成公司今后改变的发展方向。

2、明确每个目标的KRs（从季度目标到“关键结果”的分解）

所谓的KR就是为了完成这个目标我们必须做什么？ KR是必须具备以下特点的行动：

 必须是能直接实现目标的；

 必须具有进取心、敢创新的可以不是常规的；

 必须是以产出或者结果为基础的、可衡量的，设定评分标准；   不能太多，一般每个目标的KR不超过4个；  

必须是和时间相联系的。

目标既要有年度KRs，也有季度KRs：年度KRs统领全年，但并非固定不变，而是可以及时调整，调整要经过批准；季度KRs则是一旦确定就不能改变的。在这里要切记可以调整的是KRs，而不是目标。目标不能调整，措施和方法（KRs）可以不断完善。同样KRs的设定也必须是管理者与员工直接充分沟通后的共识。 3、推进执行（从关键结果到“行动计划“）

当有了关键结果（期望的结果）后，就要围绕这个具体的目标来分解任务了。所以，每项关键结果就会派生出一系列的任务，交给不同的同事负责。关键结果负责人就成了名符其实的项目经理，来组织协调大伙。因此，关键结果的项目经理应当是团队非常重要的成员，他们能够调度和影响企业资源，如果他还不具备这个能力，就把这个权力给他。至少，项目经理和企业决策者之间应当保持绝对通畅的沟通。 3、定期回顾。

每个季度做回顾。到了季度末，员工需要给自己的KRs的完成情况和完成质量打分——这个打分过程只需花费几分钟时间，分数的范围在0到1分之间，而最理想的得分是在0.6到0.7之间。如果达到1分，说明目标定得太低；如果低于0.4分，则说明可能存在问题。 每个员工在每个季度初需要确定自己本季度的 OKR，在一个季度结束后需要根据自己这个季度的工作完成情况给 OKR 打分。每半年公司会进行一次 Performance Review，主要是 review 员工过去半年的绩效，并根据 Performance Review 的结果变更 Job Ladder（业务职级）和薪酬。值得一提的是，所有的个人Performance Review 的成就内容及级别都是全公司共享公开的。这个对于很多公司来说是不可想象的，因为一方面可以做到更为公平和透明，另一方面也给每位同事提供了更好学习和成长自己的样本，激励大家在产品研发中更高质量的挑战和要求自己。 执行的关键：

1.

每个季度和年度都有OKRs，并保持这样一个节奏的。每个季度都打分。年度的OKRs不是一下就敲定了的。比如你在12月设了下季度和年度的OKRs，往后集中精力在实施季度OKRs上，毕竟这是眼前的目标。而过了一段时间，你可以验证年度OKRs是不是正确的，并不断修订它。年度的OKRs是指导性的，并不是约束。

2. 可量化的。O和KR的不同：O要是有挑战性的，如果是板上钉钉的事情就是不够的；KRs能很好的支持O的完成，是要明显可量化的，便于评分的

3.

个人、组、公司层面上均有，个人、组、公司OKRs的不同：个人OKRs是你个人展现你将会做什么；组的OKRs不是个人打包，是组优先做的事情；公司OKRs是高层对整个公司的展望

最后总结下OKR的好处有哪些？

1. 规范思维，核心目标突出；

2. 沟通更精准，让每个人都很清楚什么对他们是最重要的；  3. 建立测量过程的指标，时刻了解我们距离目标还有多远；  4.

使组织的努力更聚焦。