

Objectif : Réussite.

Votre GPS pour transformer
l'intention en action.

Le guide pour définir des objectifs
clairs et atteindre vos ambitions
professionnelles.



« Où est-ce qu'on va, au juste ? »

Le piège des objectifs flous.

Améliorer la qualité

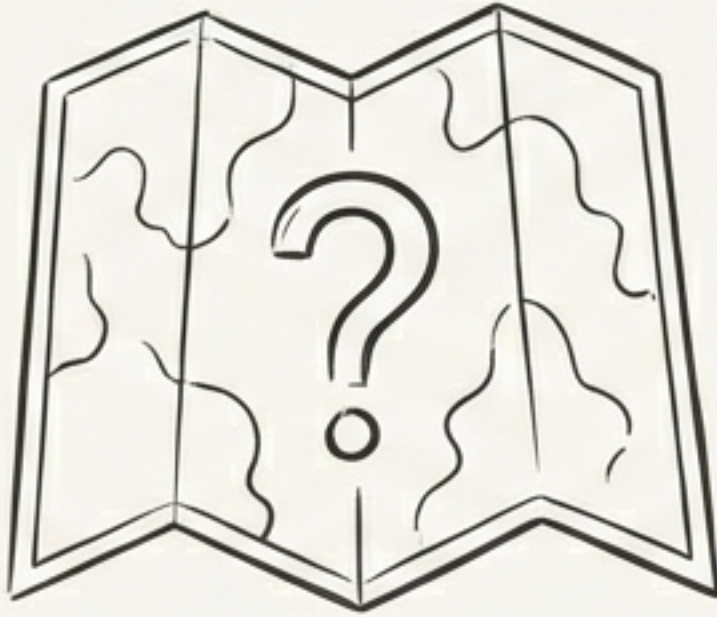
Augmenter les ventes

Être plus productif



La solution : Programmer votre GPS professionnel.

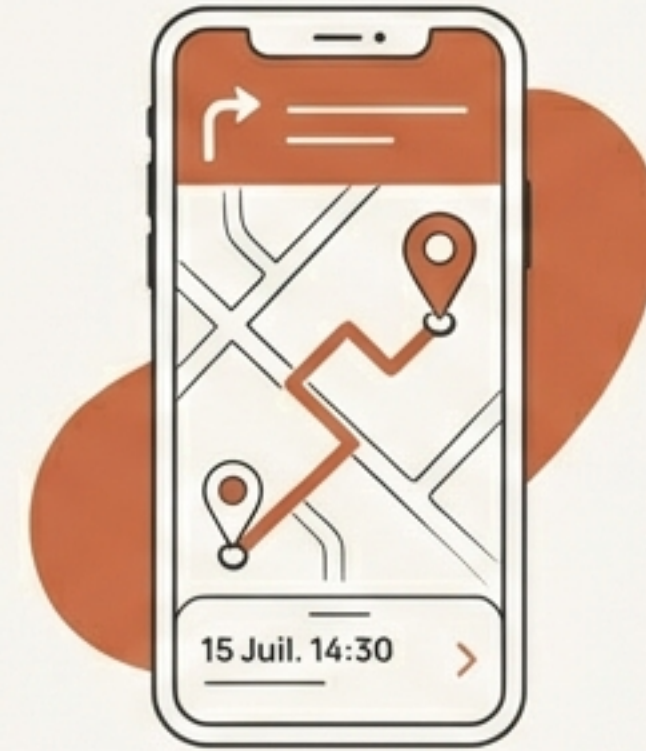
Sans GPS (Intention floue)



« Je veux partir en vacances. »

→ Résultat : On ne sait pas où aller,
ni comment s'y rendre.

Avec GPS (Objectif clair)



« Je veux être à Paris, le 15 juillet, en
voiture, avec un budget de X€. »

→ Résultat : Le chemin est tracé, les
étapes sont claires.

Les 5 coordonnées du succès : La méthode S.M.A.R.T.



Décryptage : Les 5 composantes d'un objectif en béton.



S - Spécifique

(Quelle est la destination exacte ?)

L'objectif doit être **clair, précis et sans ambiguïté.**
(Ex: Pas "le sud", mais "Nice, Place Masséna").



M - Mesurable

(Comment suivre notre progression ?)

L'objectif doit être **quantifiable. On doit pouvoir mesurer si on l'a atteint.**
(Ex: Les kilomètres parcourus, le pourcentage du trajet effectué).



A - Atteignable

(Avons-nous les moyens du voyage ?)

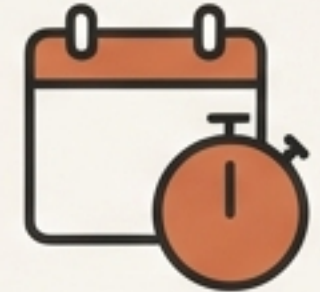
L'objectif doit être **ambitieux mais réaliste au vu des ressources disponibles.**
(Ex: Le plein d'essence est-il fait ? La voiture est-elle fiable ?).



R - Réaliste (Relevant)

(Ce voyage est-il pertinent ?)

L'objectif doit avoir du **sens** et s'inscrire dans **une stratégie plus large.** (Ex: Ce voyage à Nice sert-il notre projet global de vacances ?).



T - Temporel

(Quelle est l'heure d'arrivée ?)

L'objectif doit avoir **une date de début et une date de fin.**
C'est l'échéance qui crée l'urgence.

La transformation : du flou à l'action

Intention Vague

Augmenter les ventes

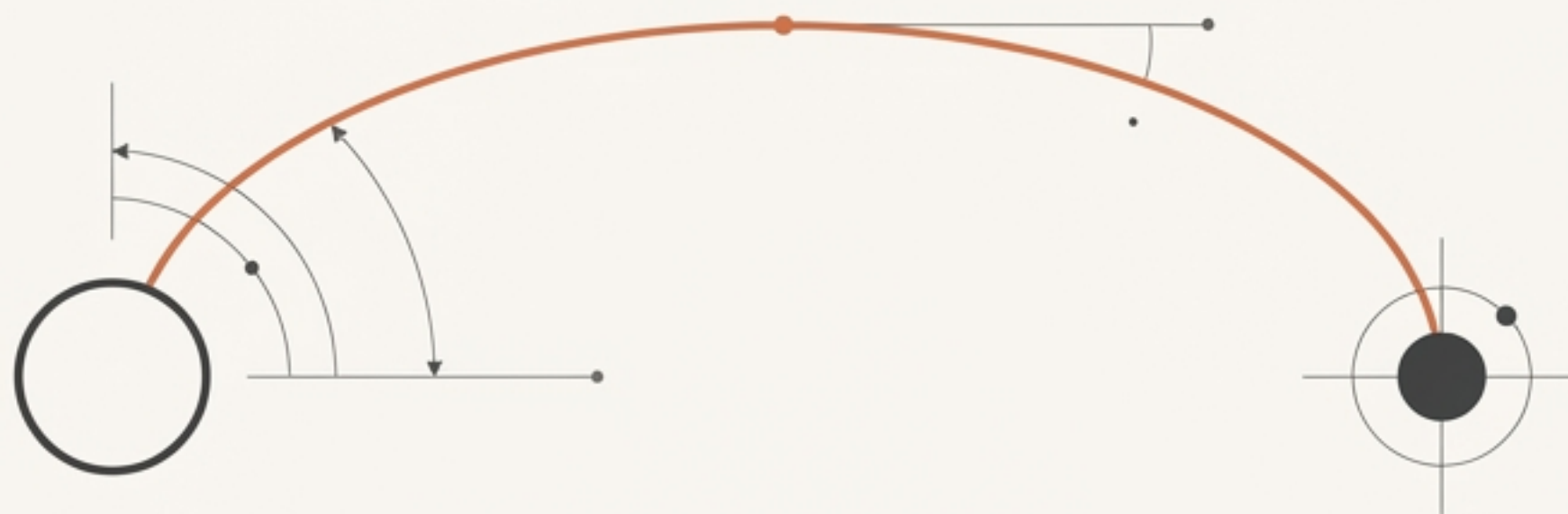


Cible Actionnable

Augmenter le Chiffre d'Affaires de 10% sur le segment des PME d'ici le 30 juin, en mobilisant 2 commerciaux dédiés.



Un petit pas pour l'Homme, un objectif SMART pour l'Humanité.

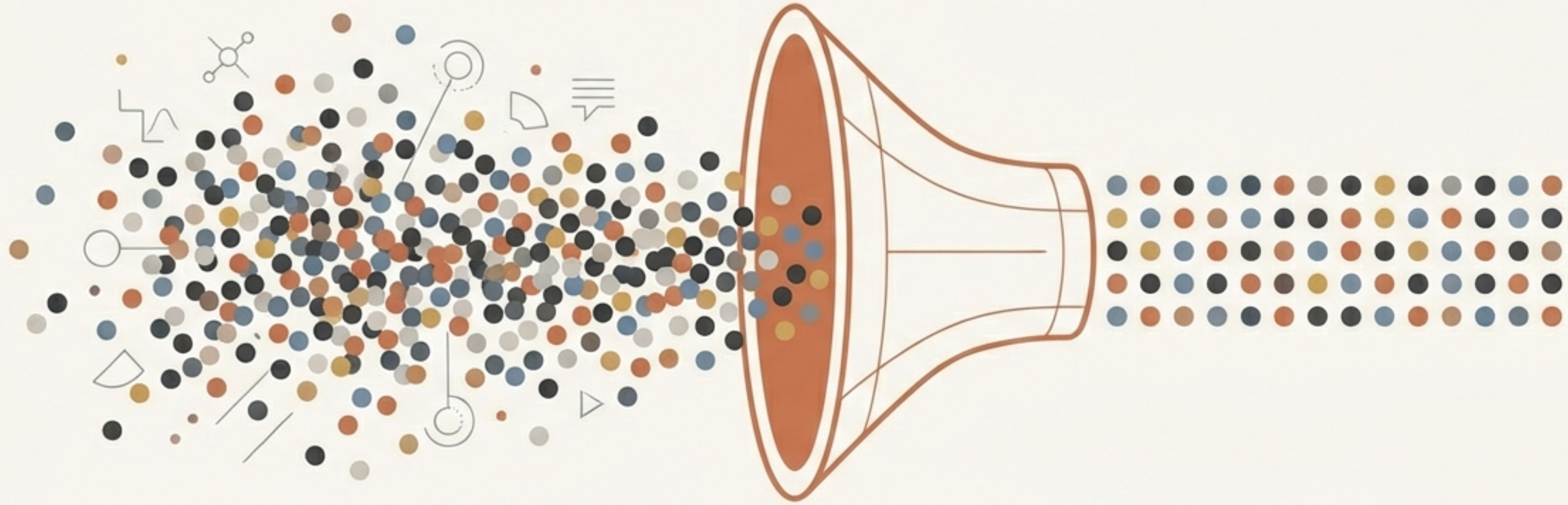


« ...avant la fin de cette décennie, faire atterrir un homme sur la Lune et le ramener sain et sauf sur Terre. »

John F. Kennedy, 1961

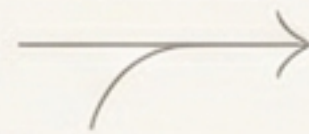
- **S** : Un homme sur la Lune, retour sain et sauf.
- **M** : Accomplissement binaire : oui ou non.
- **A** : Audacieux mais jugé atteignable avec des ressources massives.
- **R** : Pertinent dans le contexte de la course à l'espace.
- **T** : Avant la fin de la décennie (1969).

Organiser l'information mondiale : quand l'ambition rencontre la méthode.



Vision Large (Mission)

Fournir l'information mondiale en un clic.



Cible SMART (Déclinaison)

Réduire le temps de chargement des pages de résultats de recherche de X à Y secondes avant la fin du trimestre.

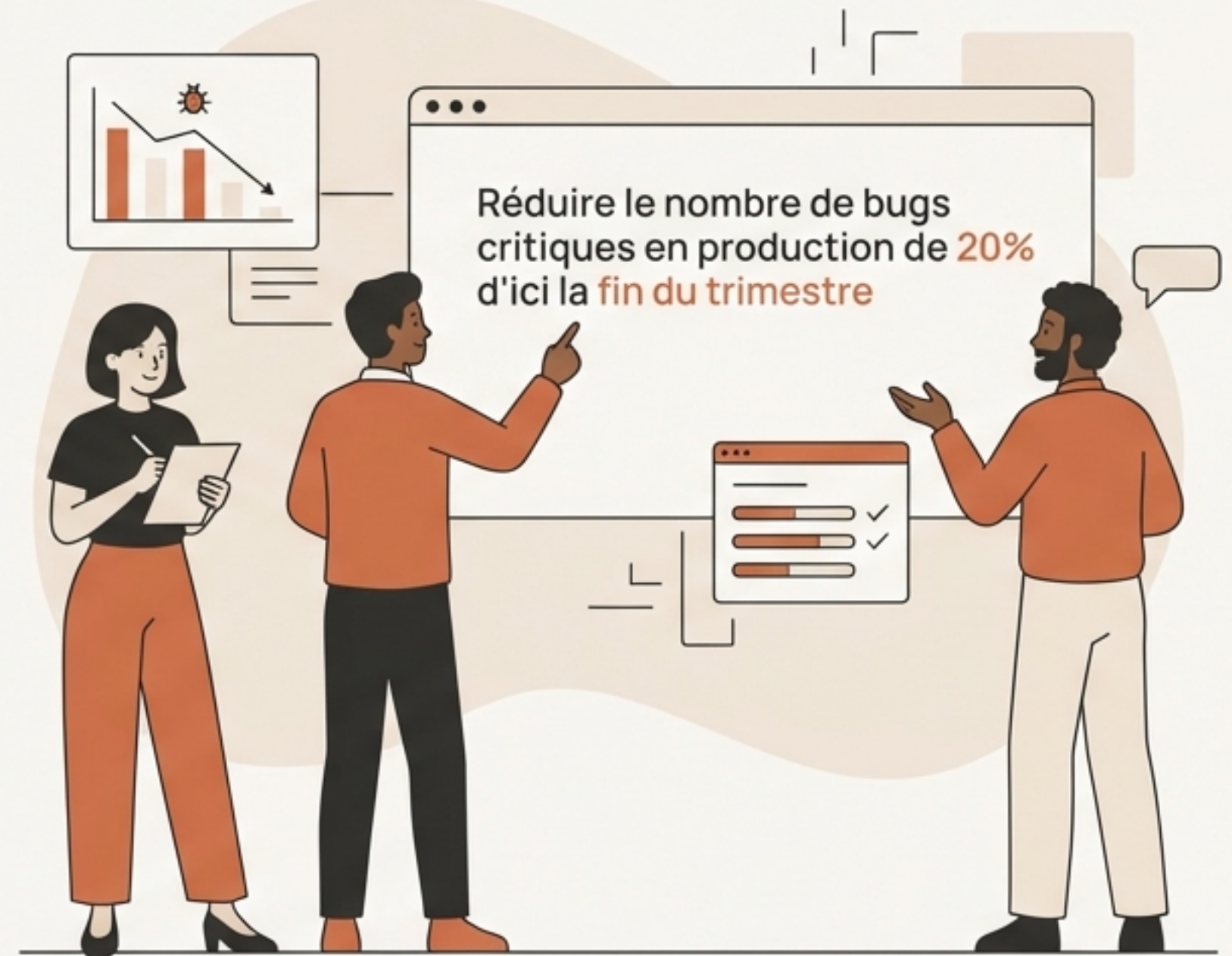
Demain, en réunion de projet... ce sera votre outil.

Situation : Un chef de projet s'adresse à son équipe de développeurs.

Objectif SMART

Objectif SMART : Réduire le nombre de bugs critiques en production de 20% d'ici la fin du trimestre, en s'appuyant sur l'amélioration des tests unitaires et l'intégration continue.

Cet objectif guide l'action et permet de mesurer le succès.





Même pour une petite entreprise, le cap est essentiel.

- **Contexte:** Une petite entreprise artisanale de pâtisserie.
- **Objectif SMART:** Augmenter sa clientèle locale de 15% au cours des six prochains mois, en proposant un programme de fidélité et en participant à un marché hebdomadaire de producteurs.
- **Leçon:** La méthode apporte structure et focus, peu importe la taille du projet.

Votre nouvelle compétence clé : Transformer le flou en plan d'action



Un objectif SMART combine
précision (S), **mesurabilité (M)**,
faisabilité (A), **pertinence (R)**
et **échéance (T)**.



La route est à vous.



Ce n'est pas juste une méthode, c'est un état d'esprit.
Celui de ceux qui savent où ils vont.
Vous avez maintenant le GPS en main.
La route vers la réussite professionnelle vous attend.

Pour aller plus loin.



- La méthode SMART s'intègre parfaitement dans les réflexions sur la **motivation des équipes** et la **délégation**.



- Elle fait le lien avec la **théorie des organisations** et les **styles de leadership**.



- Vous retrouverez ces notions dans le chapitre “Le management des organisations” de votre référentiel CEJM.