

# Jak wyznaczać cele?

W poprzednim artykule pisałem już o konieczności stawiania sobie celów i moim sposobie na dzielenie zadań w procesie ich realizacji, czyli „jedzeniu słonia po kawałku”. Żeby jednak cele realizować, należy je najpierw we właściwy sposób wyznaczyć



**dr Sergiusz Trzeciak**

ekspert personal branding, wizerunku publicznego, public relations i marketingu politycznego. Z sukcesami wspiera i doradza firmom i osobom publicznym w budowaniu marki osobistej. Autor dziewięciu książek, w tym „Coaching marki osobistej, czyli kariera lidera” oraz „Wizerunek publiczny w Internecie”. Więcej informacji na stronach: [www.trzeciak.pl](http://www.trzeciak.pl) oraz [www.trzeciakconsulting.com](http://www.trzeciakconsulting.com)

**W**yznaczanie celów jest elementem budowania swojej długofalowej strategii, ale mnóstwo osób ma z tym duży problem. Jeszcze większe wyzwaniem stanowi sformułowanie swoich celów na piśmie. Większość pewnie zapyta, dlaczego cele należy zapisywać. To swego rodzaju kontrakt z samym sobą, proces, który oddziałuje na naszą podświadomość i zobowiązuje nas do działania zgodnie z zasadą *pacta sunt servanda*, wszak umów należy dotrzymywać, zwłaszcza tych pisemnych. W sytuacji, gdy nie zapiszemy celów, dużo łatwiej jest o nich zapomnieć, przełożyć ich realizację w czasie, zmienić ich brzmienie, a w konsekwencji odpuścić ich realizację.

Kolejnym problemem związanym z wyznaczaniem celów, jaki często obserwuję, jest ich zbyt duża ogólność, która także ostatecznie nie prowadzi do ich realizacji. Co bowiem znaczy cel „schudnąć 10 kilogramów” lub „rzucę palenie”? Kiedy ma

nastąpić realizacja tego celu? Jakimi metodami ma zostać dokonana? W jaki sposób zmierzony będzie stopień jego realizacji? To właśnie doprecyzowanie i konkretne określenie realizacji celu jest najistotniejsze. Dlatego też każdy cel powinien być poddany testowi SMART.

Zgodnie z tą metodą prawidłowo sformułowany cel powinien być: prosty, czyli zrozumiały i jednoznaczny; mierzalny, pozwalający na sprawdzenie, w jakim stopniu został zrealizowany; osiągalny, realny do zrealizowania; istotny, ważny i wartościowy; określony w czasie, czyli z dokładnym wyznaczonym okresem jego realizacji.

Definiując cel, warto także pamiętać o tym, by był on sformułowany w sposób elastyczny i pozytywny. Elastyczny to znaczy, że gdy zajdą zmiany w naszym życiu zawodowym lub osobistym, które mogą wpłynąć na jego realizację, należy cel okresowo weryfikować i redefiniować. A w sytuacji, gdy celu nie uda się zrealizować, doświadczenia zdobyte podczas jego realizacji stanowią bezcenną naukę. Tak samo ważne jest pozytywne określenie celu, czyli sformułowanie go w konstruktywny sposób. Na przykład zamiast mówić: „Nie stracę najważniejszego klienta”, lepiej powiedzieć: „Utrzymam kluczowego klienta”. Ten prosty trik działa na naszą podświadomość, do której nie dociera przeczenie „nie”.

Zgodnie z powyższymi zasadami cel dotyczący, na przykład, pozyskania nowego klienta powinien brzmieć następująco: „Zdobędę nowego klienta w najbliższym kwartale, który przyniesie mi przychody X, a praca dla niego pozwoli mi dalej się rozwijać”. Taka definicja sprawia, że cel jest w pełni zrozumiały i nie ma miejsca na jego dowolną interpretację. Jest mierzalny, ponieważ mówimy o jednym nowym kliencie, i jest osiągalny dzięki odpowiedniej promocji i wykorzystywaniu szans, jakie pojawiają się w prowadzeniu biznesu. Sformułowany w ten sposób cel jest też istotny,

ponieważ dzięki jego osiągnięciu zapewniony zostanie nie tylko określony przychód firmie, lecz także możliwość jej rozwoju, a określony horyzont czasowy na trzy miesiące nie daje możliwości jego dowolnej interpretacji.

Cele warto także odpowiednio systematyzować, dzięki czemu łatwiej jest planować ich realizację. Istnieją trzy systematyki celów. Pierwsza – w systemie czasowym – dzieli cele na długookresowe, które realizowane są w okresie przekraczającym rok (może to być, na przykład, wzrost o 50 proc. przychodów firmy), średniookresowe, realizowane w ciągu 6–12 miesięcy (np. zatrudnienie X nowych pracowników) oraz cele krótkookresowe, gdzie czas ich realizacji wynosi mniej niż sześć miesięcy (np. zakończenie realizowanego projektu). Oczywiście, warto także wyznaczać sobie cele miesięczne, tygodniowe i dniowe, które w przypadku małych projektów są dużo efektywniejsze. Druga systematyka klasyfikuje cele według ich tematyki na cele: osobiste, związane z własnym rozwojem (np. zrobienie licencji pilota), zawodowe (np. awans w firmie), rodzinne (np. spędzenie dwutygodniowego urlopu z rodziną) oraz finansowe (np. powiększenie o 20 proc. swojej poduszki finansowej). Ostatnia, trzecia, systematyzuje cele pod względem priorytetów na cele: o wysokim priorytecie (np. pozyskanie „złotego klienta”), o średnim priorytecie (np. pozyskanie „srebrnego klienta”) oraz o niskim priorytecie (np. pozyskanie „brązowego klienta”). Warto przypomnieć, że złoci klienci to ci najważniejsi, przynoszący największe przychody i gwarantujący prestiż projektów. Na nich należy koncentrować swoją uwagę i starać się dbać o nich w pierwszej kolejności. Srebrni klienci są niżej w hierarchii, jednak o nich także należy dbać i się troszczyć. Brązowi klienci to tacy, w przypadku których koszty obsługi są niewspółmierne do osiąganego zysku.

Dokładne rozpisanie i sklasyfikowanie celów zwiększa prawdopodobieństwo



**Każdy czas jest dobry, by wyznaczyć sobie nowe cele, jednak okresem, kiedy najczęściej do tego przystępujemy, jest początek nowego roku**

ich zrealizowania. I nieważne, czy celów jest pięć, czy pięćdziesiąt pięć. Każdy z nich powinien zostać rozpisany oraz powinno mu się nadać miejsce w hierarchii i priorytet w realizacji, zwłaszcza jeśli celów mamy dużo.

Każdy czas jest dobry, by wyznaczyć sobie nowe cele, jednak okresem, kiedy najczęściej do tego przystępujemy, jest początek nowego roku. Wówczas wszyscy definiują swoje postanowienia noworoczne, ale w wielu przypadkach postanowienia nie są przekształcane w cele, a i życie szybko weryfikuje motywację do ich realizacji. Jednak jeśli podejmiemy do tego tematu inaczej, to postanowienia noworoczne można przekuć na dobrze określone cele i z sukcesem je zrealizować. Przez wiele lat

podchodziłem do tego tematu tak jak większość osób, czyli układałem sobie postanowienia w głowie, czasem definiowałem je werbalnie i opowiadałem o nich swoim najbliższemu, jednak nigdzie ich nie zapisywałem. Skuteczność ich realizacji zwykle była mizerna. Od kilku lat jednak zmieniłem podejście i postanowienia noworoczne od razu szczegółowo definiuję w formie celów, zapisując każdy z nich. Dzięki temu liczba zrealizowanych celów wzrosła kilkakrotnie. Kiedyś założyłem sobie realizację sześciu kluczowych celów, z których cztery udało mi się z sukcesem zrealizować. Tych dwóch, których nie zapisałem na liście jako zrealizowanych, nie traktuję bynajmniej jako porażki, ale jako naukę, jak w przyszłości podchodzić do realizacji podobnych, by uzyskać satysfakcjonujące efekty. Zawsze warto eksperymentować i przede wszystkim weryfikować, dlaczego celu nie udało nam się zrealizować, i wyciągać wnioski na przyszłość.

Stawianie sobie celów na kolejny rok pozwala lepiej zaplanować rozwój i panować nad tym, co dzieje się w naszym życiu. Nie bez przyczyny duże organizacje tworzą plany, w których zapisują swoje cele na określony czas, by móc kontrolować sytuację i przewidywać, co może pojawić się na drodze do ich osiągnięcia, aby w czasie móc reagować. Najważniejsze w nich cele strategiczne, wyznaczone na lata, podzielone są na mniejsze zadania zgodnie z przytoczoną już metodą „jedzenia słonia po kawałku”. Henry Ford mówił: „Żadne zadanie nie jest szczególnie trudne, jeśli podzielisz je na mniejsze podzadania”. Dzięki temu nawet największy, wydawać by się mogło, że niemożliwy do osiągnięcia cel można osiągnąć.

Tak więc warto zapisywać nawet najmniejsze cele i dążyć do ich realizacji. Niech w ich realizacji towarzyszy nam myśl, że cele to nasze marzenia, ale z planem, jak je zrealizować. A każdy z nas przecież ma marzenia. ☺