

Click to verify



metas são os objetivos que uma pessoa, organização ou instituição humana estabelece direção do futuro, ou seja, o que se deseja realizar ou os passos que se pretende dar no futuro. Esses objetivos são, fundamentalmente, as projeções que fazemos de quem queremos ser, o que queremos fazer ou onde queremos estar no futuro, de modo que tenhamos governar os passos que tomamos para tornar esses desejos realidade. Este tipo de planejamento é conhecido como plano de vida. Veja também: Objetivos ou metas pessoais

Dependendo de qual ponto estamos de atingi-los ou, em outras palavras, quão distantes no tempo estão os objetivos que estamos estabelecendo, podemos falar de:

Metas de curto prazo. Aquelas que estão mais próximas do presente, cuja realização exige menos espera e, portanto, podem (ou devem) ser realizadas primeiro. Normalmente, considera-se "curto prazo" os dias ou semanas que estão por vir. Por exemplo: escrever um bom poema, redigir um currículo atraente. Metas de médio prazo. Aquelas cuja realização exigirá um pouco mais de espera. Também pode ser considerado "médio prazo" o mês seguinte ao atual. Exemplo: ganhar um prêmio de melhor escritor.

Metas de longo prazo. Aquelas cuja realização é distante no tempo e que geralmente dependem do cumprimento sustentado de metas de curto e médio prazo durante um período de anos. Costumam ser consideradas o ponto final de um empreendimento humano. Por exemplo: economizar para comprar uma casa, parar de fumar. Esta classificação, no entanto, dependerá dos prazos e perspectivas específicas da empresa ou do indivíduo, de modo que os mesmos critérios não podem ser aplicados para discernir todas as metas de curto, médio e longo prazo para cada caso. Acordar algumas horas mais cedo em um dia para fazer uma determinada atividade. Ir ao mercado e comprar o que você precisa para a semana. Fazer uma venda específica para uma empresa com um cliente específico. Limpar bem o apartamento. Contratar uma nova secretária. Vencer uma partida de futebol contra um adversário difícil. Projetar, programar e lançar um site para uma empresa que está entrando no mercado. Não fumar mais do que cinco cigarros por dia. Escrever um bom poema. Matricular-se em uma universidade. Avaliar projetos do ministério e priorizar os vitais. Deter um traficante de drogas em um bairro. Escolher roupas que não usaremos mais e doá-las para caridade. Escolher um nome e criar um logotipo para um partido político. Comprar uma garrafa portátil de um litro de água. Comprar tinta, pincéis e rolos. Escrever um currículo atraente. Alugar um espaço adequado em um shopping center. Decidir fazer uma caminhada no parque. Não comer aquele chocolate que você ganhou de presente. Começar a se levantar mais cedo do que o habitual, às 8 horas em vez de 9 horas, por exemplo. Controlar o que é gasto no mercado todos os meses para economizar mensalmente. Aumentar o número de vendas realizadas pela empresa em um mesmo mês. Fazer uma limpeza profunda no apartamento a cada quinze dias e tentar manter limpo. Iniciar uma organização de arquivos no escritório. Verificar o torneio de futebol local. Iniciar um mercado de vendas on-line com uma start-up. Controlar o consumo de energia elétrica em casa.

A primeira meta, comprar uma casa própria, pode ser entendida como de curto prazo, afinal, em apenas alguns meses, você será capaz de se organizar financeiramente para realizar essa compra. Já a viagem internacional, geralmente, exige mais esforço financeiro, de tempo e planejamento, logo, podemos dizer que é uma meta de médio prazo. Por último, mas não menos importante, a compra de uma casa própria é ainda mais complexa, exigindo que você se prepare em múltiplos aspectos para dar esse passo e cumprir essa meta, o que não se costuma fazer em poucos meses. E precisamos alguns anos, várias etapas, mais capital e planos a longo prazo. Nem sempre conseguimos organizar todos os objetivos na vida pessoal... O mesmo ocorre com a vida das empresas. Existem metas de curto, médio e longo prazo, que exigem diferentes níveis de esforços para serem alcançadas. Se não aprendemos o que são e como definir metas de curto, médio e longo prazo, podemos ficar sem alcançar nossos objetivos, andando em círculos e pulando etapas. ResumoAs metas são referências que ajudam a medir o progresso do trabalho para conquistar um objetivo. Elas podem ser de curto, médio e longo prazo, dependendo do tempo, dos recursos e do esforço empenhado. Para definir metas de curto, médio e longo prazo, os passos são: faça o planejamento estratégico, avalie o mercado e a empresa via matriz SWOT, use os métodos SMART e 5W2H e, por fim, monitore os resultados. O software de atendimento ao cliente pode ser seu aliado. Há funcionalidades para análise, monitoramento e definição de ações com base nas demandas, além de recursos de inteligência artificial para otimizar os resultados. Conteúdos relacionados Neste artigo, você aprenderá a seguir, apresentamos o que são metas de curto, médio e longo prazo, logo após você vai entender como organizar seu planejamento e seus objetivos, considerando metas e prazos. As metas a curto prazo são as que podem ser realizadas dentro de 3 a 6 meses. Geralmente, são metas mais simples de serem realizadas, por exemplo, a implementação de um software para atendimento ao cliente. Essa meta tem impacto direto nos resultados finais dos objetivos do planejamento estratégico da empresa, inclusive em metas de médio e longo prazo. Entretanto, são mais simples de serem executadas. Uma meta de curto prazo também pode ser algo medido em números, por exemplo, reduzir o tempo médio de atendimento ao cliente em 15% dentro de seis meses. Essa meta de atendimento de curto prazo depende da atividade de implementação de um software de atendimento e do treinamento de colaboradores, por exemplo. Metas de vendas também podem ser de curto prazo, por exemplo, quando falamos sobre metas que precisam ser batidas mensalmente pela equipe, ou metas de médio prazo, quando temos um objetivo de aumento de faturamento de um ano para o outro. Metas a médio prazo giram em torno de objetivos que devem ser conquistados entre 1 a 3 anos. Um exemplo de meta a médio prazo dentro das empresas pode ser: aumentar as vendas do produto X em 20% nos próximos 12 meses. Aumentar as vendas exige uma série de mudanças dentro da empresa podendo incluir: implementação de tecnologia, contratação de pessoas, mudanças nos processos comercial, novas estratégias de marketing e mais. Como dissemos acima, é possível que para uma meta de médio prazo possam ser criadas para construir o caminho até o resultado esperado. A meta a longo prazo, geralmente, tem o prazo de 5 anos ou mais. Entre as metas de longo prazo mais comuns estão: expansão territorial, percentual de participação no mercado, aumento de faturamento, entre outras. Ao defini-las, essas metas podem ser, inclusive, menos detalhadas do que as metas de curto e médio prazo. Também é fundamental que sejam revisitas de tempos em tempos e que a empresa meça o quanto perto está de alcançá-las. As metas de longo prazo também são fundamentais como ponto de partida para as metas de curto e médio prazo, afinal, representam a visão da empresa e onde ela deseja chegar. Mas, afinal, como definir metas de curto, médio e longo prazo? Algumas boas práticas são importantes, observeO planejamento estratégico da sua empresa funciona como um mapa que vai guiar a organização rumo aos objetivos de longo prazo. A partir desse plano macro é que surgem as metas a curto e médio prazo que devem ser traçadas com foco de contribuir para que os objetivos a longo prazo, mais envolvidos com a visão do negócio, se concretizem. Por exemplo, imagine que um dos focos do planejamento seja otimizar o atendimento ao cliente, com chatbots de inteligência artificial (IA). Pense no que é preciso fazer para viabilizar a proposta e considere os próximos passos para colocar em prática.A análise SWOT avalia as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa e contribui para a análise de concorrentes, de mercado e também para a avaliação interna. O objetivo é identificar o que pode impedir que as metas a curto, médio e longo prazo se concretizem. O método é simples e muito eficaz para uma visão completa da situação do negócio e das metas que podem contribuir para a superação de obstáculos, por exemplo. Um planejamento com metas SMART vai tornar o processo de definição e mensuração de resultados muito mais objetivo e assertivo. Seguindo a metodologia, as metas a curto, médio e longo prazo da sua empresa deverão ser: S - Specific (específico)M - Measurable (mensurável)A - Attainable (atingível)R - Relevant (relevante)T - Time based (temporal)Em conjunto com as demais metodologias que apresentamos, o modelo 5W2H vai te ajudar a responder a sete importantes perguntas:What (o que vamos fazer)?Who (quem vai fazer)?When (quando vamos fazer)?Where (onde será feito)?Why (por que será feito)?How (como fazer)?How much (quanto vai custar)?Todo planejamento de metas a curto, médio e longo prazo precisa de acompanhamento de resultados, para isso os indicadores definidos na construção dessas metas e as métricas coletadas em cada setor vão contribuir para identificar o quão próxima ou distante de alcançar o sucesso a sua empresa está. Isso permite flexibilidade para ajustar os pontos ao longo do caminho e não apenas ao final dele. Acessar dados sobre cada área tem um papel-chave no acompanhamento de metas, logo, considere investir na contratação de sistemas como CRM de vendas e software de atendimento ao cliente. Estamos falando de áreas estratégicas para a organização e que impactam os resultados dos demais setores. O sistema de CRM para equipe de vendas da Zendesk pode ser usado antes e após a conclusão de um negócio. O software contribui para otimizar os processos e etapas de vendas e analisar dados para melhoria e otimização das suas estratégias. Já o software de atendimento ao cliente oferece funcionalidades para análise, monitoramento e definição de ações com base nas necessidades de seus clientes, além de dezenas de outros recursos de IA para otimizar os resultados do setor. Entre em contato com a Zendesk, faça um teste gratuito das nossas soluções que facilitam sua gestão de metas a curto, médio e longo prazo. Descubra o que podemos fazer para te ajudar a melhorar o desempenho da empresa.

Definir metas a curto, médio e longo prazo é uma das formas de fazer sua empresa crescer continuamente e alcançar os objetivos definidos no planejamento estratégico. Além, o gerenciamento de metas permite que você organize as atividades e direcione o esforço da empresa, bem como meça os resultados alcançados. De fato, alguns objetivos são mais difíceis de serem conquistados e exigem mais preparação e controle, enquanto outros são mais simples e estão ao alcance de serem realizados quase imediatamente. A vida pessoal também funciona assim. Por exemplo, suponhamos que você tenha três objetivos: comprar uma calça jeans, fazer uma viagem internacional e ter uma casa própria. A primeira meta, comprar uma calça jeans, pode ser entendida como de curto prazo, afinal, em apenas alguns meses, você será capaz de se organizar financeiramente para realizar essa compra. Já a viagem internacional, geralmente, exige mais esforço financeiro, de tempo e planejamento, logo, podemos dizer que é uma meta de médio prazo. Por último, mas não menos importante, a compra de uma casa própria é ainda mais complexa, exigindo que você se prepare em múltiplos aspectos para dar esse passo e cumprir essa meta, o que não se costuma fazer em poucos meses. E precisamos alguns anos, várias etapas, mais capital e planos a longo prazo. Nem sempre conseguimos organizar todos os objetivos na vida pessoal... O mesmo ocorre com a vida das empresas. Existem metas a curto, médio e longo prazo, que exigem diferentes níveis de esforços para serem alcançadas. Se não aprendemos o que são e como definir metas de curto, médio e longo prazo, podemos ficar sem alcançar nossos objetivos, andando em círculos e pulando etapas. ResumoAs metas são referências que ajudam a medir o progresso do trabalho para conquistar um objetivo. Elas podem ser de curto, médio e longo prazo, dependendo do tempo, dos recursos e do esforço empenhado. Para definir metas de curto, médio e longo prazo, os passos são: faça o planejamento estratégico, avalie o mercado e a empresa via matriz SWOT, use os métodos SMART e 5W2H e, por fim, monitore os resultados. O software de atendimento ao cliente pode ser seu aliado. Há funcionalidades para análise, monitoramento e definição de ações com base nas demandas, além de recursos de inteligência artificial para otimizar os resultados. Conteúdos relacionados Neste artigo, você aprenderá a seguir, apresentamos o que são metas de curto, médio e longo prazo, logo após você vai entender como organizar seu planejamento e seus objetivos, considerando metas e prazos. As metas a curto prazo são as que podem ser realizadas dentro de 3 a 6 meses. Geralmente, são metas mais simples de serem realizadas, por exemplo, a implementação de um software para atendimento ao cliente. Essa meta tem impacto direto nos resultados finais dos objetivos do planejamento estratégico da empresa, inclusive em metas de médio e longo prazo. Entretanto, são mais simples de serem executadas. Uma meta de curto prazo também pode ser algo medido em números, por exemplo, reduzir o tempo médio de atendimento ao cliente em 15% dentro de seis meses. Essa meta de atendimento de curto prazo depende da atividade de implementação de um software de atendimento e do treinamento de colaboradores, por exemplo. Metas de vendas também podem ser de curto prazo, por exemplo, quando falamos sobre metas que precisam ser batidas mensalmente pela equipe, ou metas de médio prazo, quando temos um objetivo de aumento de faturamento de um ano para o outro. Metas a médio prazo giram em torno de objetivos que devem ser conquistados entre 1 a 3 anos. Um exemplo de meta a médio prazo dentro das empresas pode ser: aumentar as vendas do produto X em 20% nos próximos 12 meses. Aumentar as vendas exige uma série de mudanças dentro da empresa podendo incluir: implementação de tecnologia, contratação de pessoas, mudanças nos processos comercial, novas estratégias de marketing e mais. Como dissemos acima, é possível que para uma meta de médio prazo possam ser criadas para construir o caminho até o resultado esperado. A meta a longo prazo, geralmente, tem o prazo de 5 anos ou mais. Entre as metas de longo prazo mais comuns estão: expansão territorial, percentual de participação no mercado, aumento de faturamento, entre outras. Ao defini-las, essas metas podem ser, inclusive, menos detalhadas do que as metas de curto e médio prazo. Também é fundamental que sejam revisitas de tempos em tempos e que a empresa meça o quanto perto está de alcançá-las. As metas de longo prazo também são fundamentais como ponto de partida para as metas de curto e médio prazo, afinal, representam a visão da empresa e onde ela deseja chegar. Mas, afinal, como definir metas de curto, médio e longo prazo? Algumas boas práticas são importantes, observeO planejamento estratégico da sua empresa funciona como um mapa que vai guiar a organização rumo aos objetivos de longo prazo. A partir desse plano macro é que surgem as metas a curto e médio prazo que devem ser traçadas com foco de contribuir para que os objetivos a longo prazo, mais envolvidos com a visão do negócio, se concretizem. Por exemplo, imagine que um dos focos do planejamento seja otimizar o atendimento ao cliente, com chatbots de inteligência artificial (IA). Pense no que é preciso fazer para viabilizar a proposta e considere os próximos passos para colocar em prática.A análise SWOT avalia as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa e contribui para a análise de concorrentes, de mercado e também para a avaliação interna. O objetivo é identificar o que pode impedir que as metas a curto, médio e longo prazo se concretizem. O método é simples e muito eficaz para uma visão completa da situação do negócio e das metas que podem contribuir para a superação de obstáculos, por exemplo. Um planejamento com metas SMART vai tornar o processo de definição e mensuração de resultados muito mais objetivo e assertivo. Seguindo a metodologia, as metas a curto, médio e longo prazo da sua empresa deverão ser: S - Specific (específico)M - Measurable (mensurável)A - Attainable (atingível)R - Relevant (relevante)T - Time based (temporal)Em conjunto com as demais metodologias que apresentamos, o modelo 5W2H vai te ajudar a responder a sete importantes perguntas:What (o que vamos fazer)?Who (quem vai fazer)?When (quando vamos fazer)?Where (onde será feito)?Why (por que será feito)?How (como fazer)?How much (quanto vai custar)?Todo planejamento de metas a curto, médio e longo prazo precisa de acompanhamento de resultados, para isso os indicadores definidos na construção dessas metas e as métricas coletadas em cada setor vão contribuir para identificar o quão próxima ou distante de alcançar o sucesso a sua empresa está. Isso permite flexibilidade para ajustar os pontos ao longo do caminho e não apenas ao final dele. Acessar dados sobre cada área tem um papel-chave no acompanhamento de metas, logo, considere investir na contratação de sistemas como CRM de vendas e software de atendimento ao cliente. Estamos falando de áreas estratégicas para a organização e que impactam os resultados dos demais setores. O sistema de CRM para equipe de vendas da Zendesk pode ser usado antes e após a conclusão de um negócio. O software contribui para otimizar os processos e etapas de vendas e analisar dados para melhoria e otimização das suas estratégias. Já o software de atendimento ao cliente oferece funcionalidades para análise, monitoramento e definição de ações com base nas necessidades de seus clientes, além de dezenas de outros recursos de IA para otimizar os resultados do setor. Entre em contato com a Zendesk, faça um teste gratuito das nossas soluções que facilitam sua gestão de metas a curto, médio e longo prazo. Descubra o que podemos fazer para te ajudar a melhorar o desempenho da empresa.