

## DOSAHOVÁNÍ CÍLŮ – přepis úvodního videa k online workshopu

---

Dobrý den,

jste přihlášení na online workshop DOSAHOVÁNÍ CÍLŮ, který pro vás připravila Generali Česká pojišťovna ve spolupráci se mnou.

Jmenuji se **Petra Šimková**,

pracuji jako lektorka a koučka a s GČP spolupracuji několik let na manažerských trénincích a seminářích.



Cílem videa je:

- 1) požádat vás o **přípravu** na online workshop
- 2) vám představit, resp. připomout jednu z technik **nastavování cílů**, abychom se tím na workshopu nemuseli zdržovat.

Každý z vás byste v tuto chvíli měli vědět, jakých cílů budete tento rok dosahovat. Pokud jste **manažeři**, sepište si, prosím, cíle, které máte nastavené pro svůj tým i pro sebe, a pokud manažeři **nejste**, připravte si své cíle pro tento rok.

Pokud náhodou ještě nemáte od GČP definované cíle pro tento rok, nevadí, s největší pravděpodobností víte, čím se budete letos zabývat.

Tato příprava je **důležitá** proto, aby nám to na workshopu odsýpalo a nemuseli se tématem nastavování cílů zdržovat.

Cíle si, prosím, připravte písemně, nemusíte je nikam posílat, ale je potřeba, abyste je na workshopu měli při ruce.

Nyní si připomeňme něco, co už pravděpodobně znáte, nebo jste o tom slyšeli.

Měly by být tzv. SMART. **SMART cíle = dobře nastavené cíle.**

Abychom cílů dosáhli, musíme je mít správně definované. SMART je pět písmen, pod kterými se skrývá **pět kritérií**, která by měly cíle splňovat.

**S** znamená **specifický** – konkrétní.

Jak konkrétně váš cíl bude vypadat? Představte si, jako kdybyste před sebou měli fotku nebo obrázek toho, kam chcete dojít? Čeho konkrétně potřebujete dosáhnout?

**M** znamená **měřitelný**.

Jak můžeme daný cíl změřit? Přemýšlejte nad tím, jestli můžete měřit v nějakých jednotkách, číslech, penězích, procentech, kvalitě. Podle čeho poznáte, že jste daného cíle dosáhli. Je důležité je definovat měrnou jednotku, podle které poznáte, že jste daného cíle dosáhli.

**A** je **akceptovatelný**, někdy se překládá jako **ambiciózní**.

Akceptace se týká člověka, který bude cíl plnit. Jak zjistíte, zda je cíl akceptovatelný. Ptejte se: Čeho cílem dosáhnu? Co se naučím, co získám? Co firma získá, co jí cíl přinese?

O akceptaci nebo ambicióznosti byste měli přemýšlet jako o prostoru, který plněním cíle „zaplníte“. Prostorem je myšleno např. získání nových znalostí, dovedností apod.

## **R** znamená **reálný/realistický**.

Podívejte se na cíl z pohledu vnějších podmínek. Máte dobré podmínky pro plnění cíle? Jak vypadají? Jaká je např. ekonomická situace, situace ve firmě? Máte potřebné vybavení? Máte kolem sebe lidi, kteří vám budou pomáhat?

Pokud zjistíte, že vám něco chybí, popřemýšlejte, čím to můžete nahradit. Je někdo, kdo vám v tom může pomoci? Je něco, co se potřebujete naučit? Něco získat, dozvědět se?

**T** je **termínovaný**. Dokdy je potřeba cíle dosáhnout? Dokdy máte do cílové stanice dojít? Kdy je tzv. deadline, který vám určuje mezník/milník na konci

## **SMART = pět kritérií.**

Každý cíl by měl ideálně těchto pět kritérií splňovat. Pokud by se stalo, že nemůžete definovat všech pět kritérií z nějakého důvodu, nic se neděje.

Někdy se špatně nastavuje měřítko např. rozvoje, vzdělávání, kvality služeb atp. Obecně platí, že **čím více kritérií** máte popsáno, **tím spíše** daného cíle dosáhnete.

Zkuste mít definováno co nejvíce kritérií, které můžete, abyste zvýšili pravděpodobnost, že cíle dosáhnete.

Na online workshopu se budeme zabývat dosahováním cílů, nikoliv nastavováním. Proto připomenutí SMART, abyste věděli, jak cíle nastavovat, abychom mohli řešit jejich dosahování.

Předem vám děkuji, že si na workshop připravíte seznam cílů, které máte pro tento rok definované, a těším se na online workshopu na shledanou 😊.