

OKR.

GUIDA PRATICA





INDICE

- [01 Cosa significa OKR?](#)
- [02 Consigli per scrivere OKRs](#)
- [3. Esempio](#)
- [4. Errori comuni](#)
- [5. Benefici di usare OKR](#)
- [06 OKRs Cheat Sheet](#)
- [07 Scopri di più](#)



Cosa significa OKR?

OKR sta per "**Objectives and Key Results**". Google e altre aziende utilizzano il sistema OKR per definire gli obiettivi. Si tratta di una strategia semplice per incoraggiare il coinvolgimento e l'allineamento su obiettivi impegnativi ma misurabili.

Gli OKR sono efficaci per la creazione di obiettivi a diversi livelli aziendali, che si tratti di gestione dell'ufficio, ingegneria del software, ONG o altro. Possono essere utilizzati per raggiungere obiettivi personali e anche da singoli individui per svolgere compiti in contesti in cui la leadership non li impiega.

L'idea iniziale dell'OKR è nata in Intel ed è stata adottata da altre aziende della Silicon Valley. Nel suo primo anno di vita, il 1999, Google ha adottato l'OKR. Ha aiutato Google ad espandersi da 40 persone a oltre 60.000 oggi. L'OKR è utilizzato anche da aziende diverse da Google, come Spotify, Twitter, LinkedIn e Airbnb. Tuttavia, l'OKR non è solo per le aziende digitali. Oltre a queste aziende, l'OKR è utilizzato da Walmart, Target, The Guardian, Dun & Bradstreet e ING Bank.

Uno dei venture capitalist di maggior successo della storia è John Doerr. Ha iniziato la sua carriera in Intel e in seguito ha investito in aziende come Google e Amazon. Doerr, che ha introdotto l'OKR in Google, ha un metodo per stabilire gli obiettivi.

La Formula di Doerr

I will (Objective) as measured by (this set of Key Results).

Raggiungerò (Obiettivo) misurato da (set di Key Results).

Come suggerisce il nome, l'OKR si compone di due parti: l'obiettivo e i risultati chiave.

Objectives: Gli obiettivi sono descrizioni memorabili e qualitative di ciò che si spera di ottenere. Gli obiettivi devono essere chiari, motivanti e interessanti. Il team deve essere motivato e stimolato dall'obiettivo.

Key Results: Una serie di misure, che tracciano il modo in cui si sta operando in relazione all'obiettivo. Dovreste avere una raccolta di 2-5 Key Results per ogni obiettivo. Se fanno qualcosa di più, nessuno li ricorderà.

Ogni singolo Key Result deve essere quantificabile e misurabile.

Secondo Marissa Mayer, ex vice presidente di Google:

"Se non possiede un numero, non è un Key Result"



Consigli per scrivere OKRs

Obiettivi:

- ◆ Innanzitutto, gli obiettivi devono essere diretti, concisi e semplici da memorizzare. Se dovete fare una pausa per riprendere fiato, state leggendo male il vostro obiettivo.
- ◆ In secondo luogo, gli obiettivi non devono essere noiosi. Possono essere informali e divertenti e adattarsi al comportamento dell'organizzazione. Slang, battute interne...

Key Results:

- ◆ Cosa deve accadere per raggiungere con successo l'obiettivo?.
- ◆ Impostatene solo alcuni, in genere da 2 a 5 per obiettivo.

ESEMPIO:

La vostra azienda ha problemi di guadagno. Dopo aver esaminato le statistiche, vi rendete conto che il problema è la mancanza di contatti. Decidete di sperimentare nuovi concetti e strategie pubblicitarie. Decidete che le campagne e-mail sono l'opzione migliore per cercare di raggiungere i seguenti obiettivi:

Objective: Implementare una nuova campagna email outbound.

Key Results:

KR1: Scrivi il test della mail da inviare ai potenziali lead.

KR2: Ottieni una lista di leads.

KR3: Scrivi a tutte le persone della lista.

Sfortunatamente, questo verrebbe visto come un progetto con un elenco di attività piuttosto che come un OKR. Non ci sono numeri nei Risultati chiave. Tenete presente che i risultati chiave sono una misurazione quantificabile dell'obiettivo, mentre gli obiettivi sono ampie aspirazioni.

L'OKR dovrebbe essere riscritto come segue:

Objective: Implementare una nuova campagna email outbound.

Key Results:

KR1: Aumenta i tassi di apertura delle mail da 15% a 25%.

KR2: Aumenta le iscrizioni alla mail da 200 al mese a 300 al mese

KR3: Aumenta la lista di mail da 30,000 mail a 40,000 mail.

L'OKR è notevolmente migliorato ora. I risultati chiave sono ora misurabili e l'obiettivo è motivante. Il team può quindi pensare a come utilizzare il proprio lavoro per promuovere i risultati chiave.

Per esempio, potrebbero aumentare le iscrizioni migliorando la call to action, oppure potrebbero incrementare la dimensione della lista di e-mail con una campagna pubblicitaria o con uno scambio di contenuti.

Errori comuni

A partire da quelli più elementari, ecco gli errori più tipici che abbiamo riscontrato nell'adozione di Obiettivi e Risultati Chiave e come affrontarli.

1: Ci sono troppi obiettivi per trimestre:

Provate a utilizzare un'unica impostazione. Scegliete un OKR in modo che tutti in azienda possano comprenderlo. La maggior parte delle aziende trae vantaggio dall'aver un unico, deciso OKR che funga da direzione, mentre ci sono alcuni casi anomali che devono avere diversi obiettivi a causa delle loro esigenze di mercato.

2: Definire OKRs per settimana o per mese:

Se può essere completato in così poco tempo, probabilmente è solo un compito piuttosto che un obiettivo grande e ambizioso..

3: Definire un obiettivo quantitativo:

I numeri sono essenziali, ma non per creare un obiettivo. Per far sì che le persone siano entusiaste di un nuovo giorno e di una nuova sfida, deve essere qualcosa che le faccia alzare dal letto la mattina.

4. Definire un Key Result qualitativo:

Quando si stabiliscono gli obiettivi, è allora che si utilizzano le tecniche motivazionali e l'ispirazione per ispirare gli altri. Ma quando si iniziano a stabilire i Risultati Chiave, si parla di fatti concreti e freddi; i numeri sono al centro della scena.

5. Non riconoscere e celebrare i piccoli traguardi:

Fare passi in avanti e mettersi in gioco è importante, ma occorre anche celebrare i piccoli traguardi. I livelli di fiducia dei dipendenti aumenteranno grazie alla fase di valutazione e al riconoscimento di vittorie modeste, e non vedranno l'ora di spingere se stessi per raggiungere il proprio potenziale. Ciò deriva dal riconoscimento dei successi modesti.

Quali sono i benefici di usare gli OKR?

Gli OKR offrono una serie di vantaggi, come la chiarezza, il miglioramento della comunicazione e una strategia organizzativa completa e trasparente. I F.A.C.T.S sono un tema costante nelle spiegazioni di John Doerr sui vantaggi degli OKRs. F.A.C.T.S. sta per:

UNO

Focus:

Gli OKR consentono a un team di riunirsi attorno a un numero gestibile di priorità ben selezionate.

DUE

Alignment (Allineamento):

Utilizzando gli OKR, un'intera organizzazione può allineare tutti i suoi obiettivi con gli obiettivi generali e le priorità chiave.

TRE

Commitment (Impegno):

Affinché le OKR abbiano successo, tutti i partecipanti devono impegnarsi allo stesso modo nella selezione e nel mantenimento dei compiti prioritari.

QUATTRO

Tracking (Tracciamento):

Utilizzando gli OKR, un team o un'organizzazione può tenere sotto controllo i propri progressi verso un obiettivo e determinare se cambiare approccio in anticipo.

CINQUE

Stretching:

Gli OKR danno ai team il potere di definire obiettivi che vanno oltre il "business as usual".

OKRs Cheat Sheet

Ecco alcune cose da tenere a mente quando si creano gli OKRs.

- ◆ Stabilite OKR trimestrali e un grande OKR che funga da punto di riferimento dell'organizzazione.
- ◆ Gli obiettivi sono ammirevoli e motivanti, quindi ci sono solo parole.
- ◆ I risultati chiave sono reali e misurabili, quindi solo numeri.
- ◆ Discutete gli OKR dell'organizzazione e poi quelli del team durante un check-in settimanale.
- ◆ Utilizzate gli OKR, ma senza esagerare: non tutto deve essere scritto in essi.
- ◆ Siate stimolanti il lunedì e gioiosi il venerdì.
- ◆ Quando si utilizzano gli OKR, utilizzare sia l'approccio top-down che quello bottom-up.
- ◆ Manteneteli accessibili a tutti all'interno dell'azienda.

Obiettivi	Stimolanti	Raggiungibili	Fattibili	Gestibili	Qualitativi

Key Results	Quantitativi	Ambizioso	Specifico	Basato sul progresso	Indicativo



Prenota una call con noi per iniziare con gli OKR e aumentare la produttività del tuo team



[Clicca qui](#)