

## 1. Pretvaranje općih u SMART ciljeve:

### ŽELIM MANJE KORISTITI DRUŠTVENE MREŽE

- ☐ Specific (specifični) – izražavaju točno ono što se želi ostvariti
- ☐ Measurable (mjerljivi) – kako ćemo izmjeriti jesmo li ili nismo ostvarili cilj
- ☐ Attainable (dostižni) – ciljevi trebaju biti izazovni, ali dostižni
- ☐ Relevant (relevantni) – ciljevi se postavljaju za one elemente poslovanja koji su relevantni
- ☐ Time limited (vremenski određeni) – treba odrediti vrijeme u kojemu će ciljevi biti ostvareni

Razradite ovaj opći cilj koristeći komponente metode SMART i napišite SMART cilj:

Specifično – želim smanjiti korištenje društvenih mreža sa 5 sati na 3 sata

Mjerljivo – mjeriti ću to kroz aplikaciju za praćenje vremena, postaviti ću ograničenja i upozorenja

Dostižno – smatram da je to dostižno jer ne uključuje prenapor odricanje od društvenih mreža

Relevantno – ovime ću povećati produktivno, fokus i dobiti ću više slobodnog vremena

Vremenski određeno – unutar idućih 30 dana

Unutar idućih 30 dana smanjiti korištenje društvenih mreža sa 5 sati na 3, praćenjem putem aplikacije, postavljenjem ograničenja a kako bih povećao produktivnost, fokus i dobio više slobodnog vremena.

## ŽELIMO POVEĆATI MOTIVACIJU ZAPOSLENIKA

- ☐ Specific (specifični) – izražavaju točno ono što se želi ostvariti
- ☐ Measurable (mjerljivi) – kako ćemo izmjeriti jesmo li ili nismo ostvarili cilj
- ☐ Attainable (dostižni) – ciljevi trebaju biti izazovni, ali dostižni
- ☐ Relevant (relevantni) – ciljevi se postavljaju za one elemente poslovanja koji su relevantni
- ☐ Time limited (vremenski određeni) – treba odrediti vrijeme u kojemu će ciljevi biti ostvareni

Razradite ovaj opći cilj koristeći komponente metode SMART i napišite SMART cilj:

U 2025 u odnosu na 2024 želimo povećati motivaciju zaposlenih za 20% mjereno upitnikom zadovoljstva zaposlenih a koristeći nemotivacijske poticaje.

U narednoj godini u odnosu na ovu godinu želimo povećati motivaciju zaposlenih mjereno koeficijentom obrtaja radne snage koji treba biti manji za 10% u odnosu na ovu godinu.

## ŽELIM POBOLJŠATI USPIJEH NA FAKULTETU

- ☐ Specific (specifični) – izražavaju točno ono što se želi ostvariti
- ☐ Measurable (mjerljivi) – kako ćemo izmjeriti jesmo li ili nismo ostvarili cilj
- ☐ Attainable (dostižni) – ciljevi trebaju biti izazovni, ali dostižni
- ☐ Relevant (relevantni) – ciljevi se postavljaju za one elemente poslovanja koji su relevantni
- ☐ Time limited (vremenski određeni) – treba odrediti vrijeme u kojemu će ciljevi biti ostvareni

*Pretvorite gore navedeni cilj u SMART cilj.*

Razradite ovaj opći cilj koristeći komponente metode SMART i napišite SMART cilj:

Specifično – poboljšati prosjek ocjena na fakultetu sa 3.5 na 4

Mjerljivo – usporedbom prosjeka sada i na kraju školske godine

Dostižno – to ću postići tako da učim sat vremena duže svaki dan

Relevantno – to mi daje više znanja i bolje ocjene

Vremenski određeno – do kraja školske godine

Do kraja školske godine poboljšati prosjek ocjena sa 3.5. na 4, tako što ću učiti jedan sat više svaki dan i to će mi dati bolje ocjene i više znanja.

*Na temelju navedenih elemenata SMART cilja, oblikuje cilj:*

- ☐ Specific (specifični) – prepraviti ću i pokrenuti web stranicu svoje tvrtke
- ☐ Measurable (mjerljivi) – nova web stranica mora sadržavati sve elemente i funkcionalnosti koje je definirao marketing (njih 20) i biti u skladu s grafičkim standardima
- ☐ Attainable (dostižni) – uz osobni angažman i angažiranje jednog grafičkog dizajnera, ovaj cilj je moguće ostvariti uz dobro planiranje i obavezno pridržavanje plana aktivnosti
- ☐ Relevant (relevantni) – ovaj cilj je važan za organizaciju, jer je web stranica važna za dobivanje novih klijenata
- ☐ Time limited (vremenski određeni) – web stranica mora biti gotova i funkcionalna najkasnije 31.3.2025 godine

*Na temelju navedenih elemenata, SMART cilj glasi:*

Do 31.3.2025 prepraviti ću i pokrenuti web stranicu tvrtke sa 20 funkcionalnosti definiranih od strane marketinga uz osobni angažman i grafičkog dizajnera, kako bi se postigli rezultati i poboljšala organiziranost u firmi.