

Do Blog do Factory para ti

Guarda para ler quando quiseres

OKR: um guia para este admirável mundo



Quem por aqui já ouviu falar sobre OKR, mas não faz a mínima ideia como os construir e, acima de tudo, implementar? Por cá, rendemo-nos a esta metodologia de objectivos/resultados e é, sem dúvida, uma excelente forma de acompanharmos a nossa evolução e saber o que temos de ir mudando pelo caminho... Mas já lá vamos.

Antes de mais, comecemos pelo significado...

OKR = Objective and Key Results

Este sistema de definição de objectivos, permite a criação de metas mensuráveis 🏁. E agora deves estar a perguntar-te "qual é a diferença de todos os outros objectivos que já existem?". A principal vantagem é que, por cada objectivo, defines logo 3 ou 4 metas e, melhor ainda, vais reavaliando com alguma frequência, para ajudar à realidade que estás a viver naquele momento.

Por exemplo, aqui no Factory havia OKRs definidos no início do ano 2020 que foram todos reavaliados 2 meses depois (por cá, fazemos sempre um ponto de situação de 2/2 meses) e totalmente reajustados quando a pandemia "estalou", nunca perdendo o rumo do que tínhamos previsto.

Achas complicado? Não é. Esta é uma metodologia simples, que põe toda a equipa "na mesma página". Além de que envolve toda a gente, e por isso cria um sentido de comunidade mais forte.

Vamos a um pouco de história?

O John Doerr é a mente brilhante por trás deste processo tão simples, mas tão eficaz 💡. Os OKR nasceram em Silicon Valley, com a Intel. Sabias que, com a ajuda do John, a Google implementou este formato em 1999? A empresa tinha nessa altura 40 colaboradores, hoje são mais de 60.000.

Mas há mais empresas a usar esta metodologia: Spotify, Twitter, LinkedIn, Airbnb, Walmart, The Guardian, ING Bank, Factory Braga...

Como aplicar esta metodologia?

Os objectives são sempre o que pretendes alcançar e são qualitativos. Não te esqueças de os manter curtos e claros. Os key results são as métricas para lá chegares, quantificáveis e devem ser entre 2 a 5, no máximo.

Então, há uma fórmula super simples, que é a base de todos os OKR:

Eu vou (objectivo), medido por (métricas)

Um exemplo aqui do Factory:

Eu vou aumentar a notoriedade do espaço de Cowork, medido por **X novas entradas, **aumento da facturação em Y%**, recorrendo a **Z campanhas no Google Ads**.**

Ou seja, pensas no que queres concretizar e como o vais fazer. E são certamente estas metas que te ajudam a encontrar o caminho certo, para ti e para a tua equipa.

Esquece aqueles planeamentos anuais, rígidos, inflexíveis. Opta sobretudo por OKR que vão sendo revistos e refeitos trimestralmente.

Por último, algumas dicas...

#1 > definir OKRs simples e transparentes para toda a equipa. O objectivo é, acima de tudo, que a tua empresa tenha os colaboradores "na mesma página".

#2 > se alcançaram 100% das metas, então é porque os teus objectivos são muito fáceis... Desafia-te todos os dias, vai mais além! Arrisca e pensa em algo que te tire da tua zona de conforto.

#3 > não caias no erro de transformar os OKR, por exemplo, numa lista de tarefas, nem faças listas intermináveis de *objectives* e *key results*.

#4 > não caias também no erro de definir os OKR e nunca mais pegar na lista. Lembra-te de ir acompanhando o processo, reavaliar e redefinir, se for preciso.

Espero que chegues ao fim deste artigo com um documento já aberto para começar a traçar o caminho da tua empresa para os próximos meses!

[Inspiração para este artigo.](#)

VER ESPAÇOS PARA ALUGAR

VER CURSOS EM AGENDA

VER MAIS ARTIGOS DE BLOG