

Primer Objetivo: “Office Green quiere aumentar el reconocimiento de la marca.”

Primer Objetivo SMART: Office Green quiere aumentar el reconocimiento de marca, aumentando su clientela por lo menos un 15% en los 12 meses siguientes a lanzar el producto Plant Pals, que será promovido por medio de una nueva campaña de mercadotecnia y ventas, un rediseño de la página web incluyendo una página de destino para Plant Pals y un catálogo impreso. El resultado esperado es un aumento a la página web de 15,000 visitas únicas mensuales.

¿Qué hace que este objetivo sea específico? ¿Proporciona suficientes detalles para evitar la ambigüedad?

No hay duda sobre lo que es necesario lograr durante el proyecto, lo cual lo hace específico, mencionando en números el crecimiento esperado, al igual que el tiempo en el que este crecimiento debe ser logrado.

¿Qué hace que este objetivo sea medible? ¿Incluye métricas para medir el éxito?

Este logro lleva varias métricas, todas fácilmente medibles. Primeramente, el aumento de clientes de un 15% en los próximos 12 meses. Segundo, la medición de visitas a la página web, que deberán tener un aumento de 15,000 visitas únicas por mes.

¿Qué hace que este objetivo sea alcanzable? ¿Es realista teniendo en cuenta el tiempo y los recursos disponibles?

El objetivo debe ser completado en los 12 meses después del lanzamiento del proyecto. Será monitoreado constantemente durante los mismos 12 meses, adquiriendo datos y análisis para mejorar. Este Proyecto es realista gracias a los recursos que tenemos disponibles para el mismo.

¿Qué hace que este objetivo sea relevante? ¿Apoya los objetivos del proyecto o del negocio?

El 70% de los clientes que cambiaron a Office Green por algún competidor, mencionaron que lo hicieron por que deseaban más servicios. Después de encuestar a estos clientes, el 85% de ese 70% expresó interés en la propuesta de Plant Pals, lo cual lograría la recaptación de éstos. La recaptación de estos clientes mejorará el reconocimiento de marca, así como llevará a un aumento en ventas.

¿Qué hace que este objetivo tenga un límite de tiempo? ¿Incluye un cronograma o una fecha límite?

La fecha límite es al final del cuarto trimestre del siguiente año. El límite de tiempo es de 12 meses después del lanzamiento. Durante el transcurso del proyecto, se estarán recopilando datos constantemente para evaluar si los objetivos planeados se van cumpliendo, de lo contrario, se harán modificaciones.

Objetivo Dos: “Office Green quiere aumentar la tasa de retención de clientes”.

Objetivo SMART Dos: “Office Green quiere aumentar la tasa de retención de clientes en un 10% y el nivel de satisfacción del cliente a mayor de 90% en los próximos 12 meses por medio de la creación de un nuevo servicio llamado Plant Pals, el cual será apoyado por un plan de entrenamiento para mejorar los estándares de servicio al cliente al igual que la eficiencia de las operaciones.

¿Qué hace que este objetivo sea específico? ¿Proporciona suficientes detalles para evitar la ambigüedad?

El objetivo es específico: Al crear un plan de entrenamiento y operativo, para mejorar los estándares de servicio al cliente y eficiencia de operación la retención de clientes debe mejorar en un 10%, y el índice de satisfacción del cliente será mayor a 90%.

¿Qué hace que este objetivo sea medible? ¿Incluye métricas para medir el éxito?

Las métricas utilizadas para denotar el éxito del objetivo son visibles: Un aumento en la retención de clientes de un 10% y un índice de satisfacción del cliente mayor a 90%.

¿Qué hace que este objetivo sea alcanzable? ¿Es realista teniendo en cuenta el tiempo y los recursos disponibles?

Sin lugar a duda, Plant Pals será una gran parte de la estrategia de retención, debido a que provee un servicio que muchos de los clientes que han dejado a Office Green desean. Al tener 12 meses para completar el Proyecto, con monitoreo constante, el Proyecto debe ser exitoso, ya que cuenta con suficiente tiempo y recursos.

¿Qué hace que este objetivo sea relevante? ¿Apoya los objetivos del proyecto o del negocio?

Las encuestas mencionan que un servicio nuevo, como Plant Pals, retendrá a gran parte de los clientes que han dejado a Office Green por algún competidor. Este Proyecto apoya los objetivos del negocio al mejorar la retención de clientes al rango deseado.

¿Qué hace que este objetivo tenga un límite de tiempo? ¿Incluye un cronograma o una fecha límite?

Hay un límite de tiempo de 12 meses a partir de que se inicie el proyecto, lo cual hace que tenga un límite de tiempo. Al final del Proyecto, debemos tener un 10% de aumento en la retención de clientes y más de 90% en índice de satisfacción del cliente.