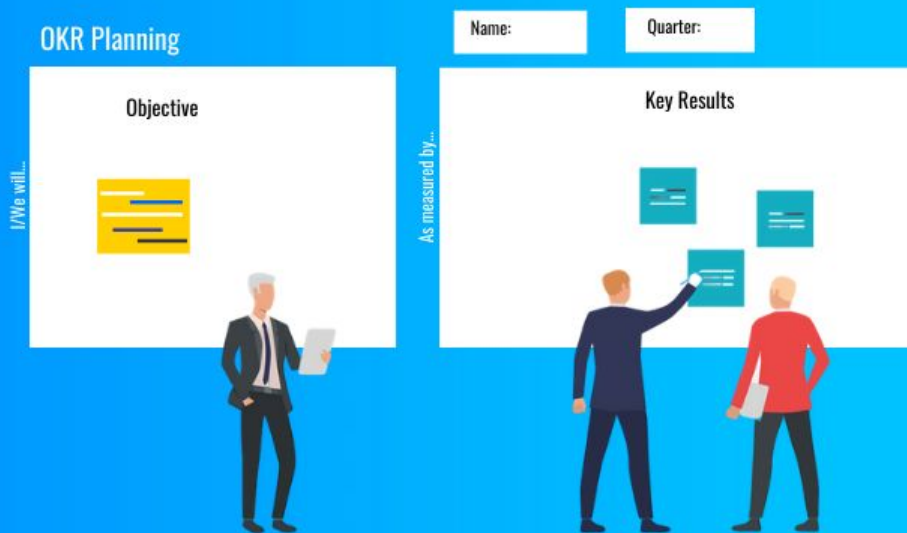
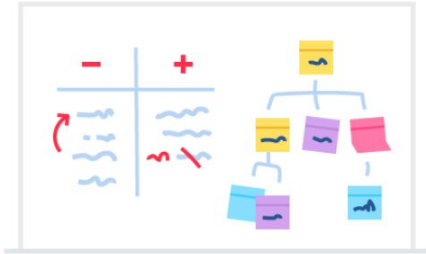


# [Google guide] Hướng dẫn thiết lập mục tiêu với OKR

- Tài liệu chính thức từ Google
- Những hướng dẫn và mẫu excel
- Có thể áp dụng cho SME và Startup



# Nội dung



1. Tìm hiểu nhanh về OKRs
2. OKRs bắt nguồn từ đâu ?
3. OKRs và Mở rộng mục tiêu
4. Đưa OKRs vào tổ chức
5. Thiết lập mục tiêu & Phát triển kết quả then chốt
6. Lỗi cần tránh khi thiết lập OKRs
7. Phát triển đội nhóm OKRs
8. Công cụ chấm điểm OKRs
9. Cập nhật OKRs thường xuyên

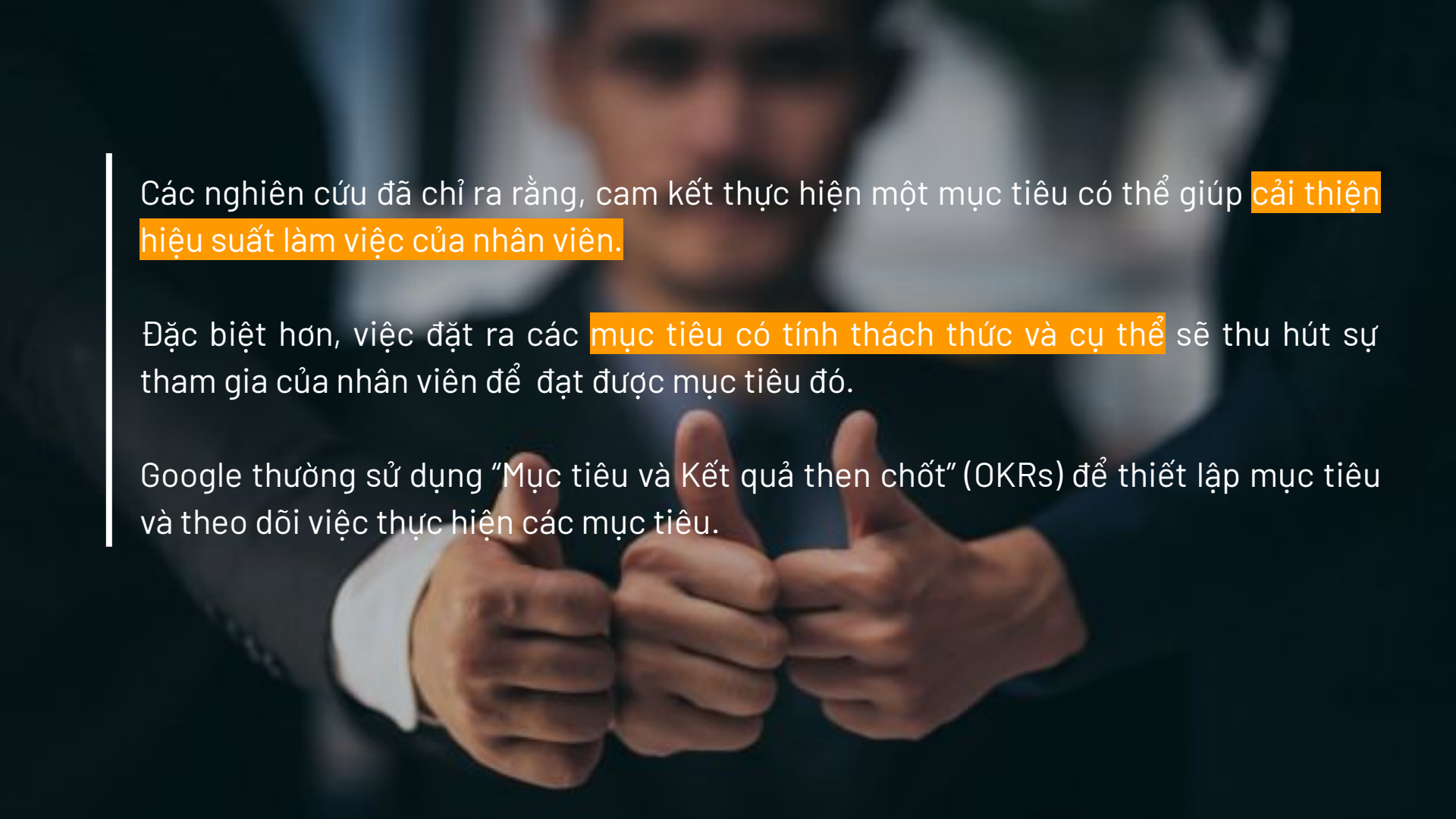
Nguồn: <https://rework.withgoogle.com>



1

# Tìm hiểu nhanh về OKRs





Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, cam kết thực hiện một mục tiêu có thể giúp **cải thiện hiệu suất làm việc của nhân viên.**

Đặc biệt hơn, việc đặt ra các **mục tiêu có tính thách thức và cụ thể** sẽ thu hút sự tham gia của nhân viên để đạt được mục tiêu đó.

Google thường sử dụng “Mục tiêu và Kết quả then chốt” (OKRs) để thiết lập mục tiêu và theo dõi việc thực hiện các mục tiêu.

## Tìm hiểu nhanh về OKRs:

- **Objective** (Mục tiêu) là tham vọng cần đạt được và thường cao hơn ngưỡng năng lực. Có 2 loại Objective: Objective cam kết (hoàn thành 100%) và Objective cảm hứng (đạt được 60-70%)
- **Key Result** (Kết quả then chốt) có thể đo lường được và được chấm điểm bằng các con số (Google sử dụng thang điểm 0 - 1.0)
- OKRs cần được công khai để mọi người trong tổ chức có thể thấy những gì người khác đang làm
- "Điểm tốt nhất" để chấm điểm OKR là từ 60% - 70%; nếu ai đó hoàn toàn đạt được các mục tiêu thì OKR đó không đủ tham vọng và họ cần phải đặt mục tiêu lớn hơn.
- Điểm thấp nên được xem là dữ liệu để giúp tinh chỉnh các OKR tiếp theo
- OKR không đồng nghĩa với đánh giá nhân viên
- OKR cũng không phải là chia sẻ danh sách các công việc cần làm

Trong thực tế, sử dụng OKRs khác với các kỹ thuật thiết lập mục tiêu khác vì mục đích để đặt ra các mục tiêu **mang tính tham vọng**. OKR cho phép các đội nhóm **tập trung vào các vụ đặt cược lớn** và hoàn thành nhiều hơn trong khả năng, ngay cả khi họ không hoàn toàn đạt được mục tiêu đã đặt ra; sẽ giúp đội nhóm và cá nhân **vượt ra khỏi vùng an toàn** chính mình, ưu tiên công việc và học hỏi từ cả thành công và thất bại.



2

**OKRs bắt nguồn từ đâu ?**



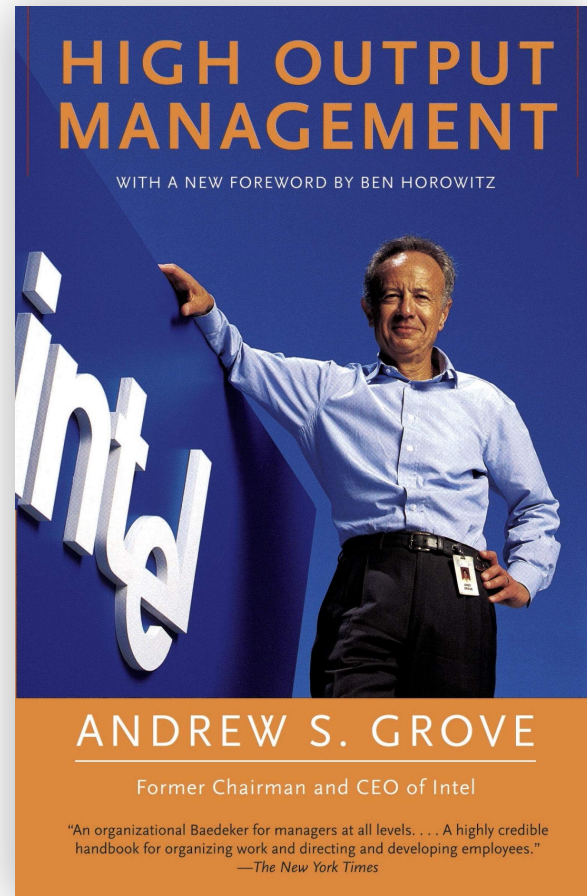
## OKRs bắt nguồn từ đâu ?

Cựu Giám đốc điều hành Intel, Andy Grove từng chia sẻ trong cuốn sách "High Output Management" (tạm dịch: Quản lý hiệu quả cao) của ông, có hai câu hỏi cần trả lời để thiết lập thành công hệ thống các mục tiêu, như OKRs:

- **Tôi muốn đi đâu?** Câu trả lời cho Mục tiêu (Objective)
- **Tôi sẽ tự kiểm tra tốc độ của mình như thế nào để xem liệu tôi có đến được đó không?** Câu trả lời này cung cấp các mốc quan trọng hoặc kết quả then chốt (Key Result)

John Doerr, một trong những nhà đầu tư ban đầu của Google và là thành viên Hội đồng quản trị hiện tại, đã tìm hiểu về OKRs từ Andy Grove khi làm việc tại Intel. Grove và nhóm quản lý cần phương pháp để giúp nhân viên tập trung vào một loạt các ưu tiên để thực hiện chuyển đổi thành công.

OKR đã giúp họ thực hiện những ưu tiên đó, duy trì sự liên kết và thực hiện chuyển đổi.



## OKRs bắt nguồn từ đâu ?

How  
**John Doerr**  
setup  
OKRs at  
Google?



Vào đầu năm 2000, Doerr đã giới thiệu OKRs cho ban lãnh đạo của Google - những người đã nhìn thấy giá trị và bắt đầu thử nghiệm chúng trong vài quý tiếp theo.

Hiện tại, Google đặt OKR hàng năm và hàng quý, đồng thời tổ chức các cuộc họp toàn công ty hàng quý để chia sẻ và chấm điểm OKR.

OKR còn được các tổ chức ở Silicon Valley sử dụng. Sears Holding Company, một công ty nằm trong danh sách Fortune 100, đã triển khai OKRs cho 20.000 nhân viên và cho biết OKR đã tác động tích cực đến doanh thu lợi nhuận và hiệu suất cá nhân.





3

## OKRs và mở rộng mục tiêu



## OKRs và Stretch goals

Google thường đặt ra các mục tiêu vượt quá ngưỡng có thể, hay còn gọi là **"mở rộng mục tiêu"**. Việc đặt ra những mục tiêu không thể đạt được là một việc khó khăn vì nó có thể được coi là đang thiết lập một đội thất bại.

Tuy nhiên, những mục tiêu như vậy thường có xu hướng **thu hút những người giỏi nhất và tạo ra môi trường làm việc thú vị nhất**. Hơn nữa, khi đặt mục tiêu cao, ngay cả những mục tiêu đó thất bại cũng sẽ đạt được những kết quả nhất định.

Chìa khóa là truyền đạt rõ ràng bản chất của các mở rộng mục tiêu và mức thành công là gì. Google thiết lập các OKR để đạt thành công, nghĩa là đạt được 70% mục tiêu, trong khi nếu hoàn thành trọn vẹn các mục tiêu đó được coi là hiệu suất phi thường.

Những mục tiêu mở rộng như vậy là nền tảng cho những kết quả tuyệt vời trong dài hạn, hay còn gọi là "moonshots" (*tham vọng lớn, đột phá cao*)



4

## Đưa OKR vào tổ chức



## Đưa OKR vào tổ chức

Một phần quan trọng trong OKRs là **tính minh bạch**. Khi đưa OKR vào một tổ chức, phương pháp này có thể hữu ích nếu bạn hiểu rõ chúng là gì, tại sao hữu ích và được sử dụng như thế nào. Nghiên cứu cho thấy rằng hiệu suất sẽ cao hơn khi mọi người cam kết mục tiêu, vì vậy điều quan trọng là phải thu hút mọi người tham gia.

Một vài mẹo khi giới thiệu về OKR:

- ✓ **OKRs là gì?** *Chúng bao gồm những điều cơ bản nào và cách thức hoạt động*
- ✓ **Tại sao sử dụng OKRs?** *Xem xét cách tổ chức hiện đang tiếp cận việc thiết lập các mục tiêu và bất kỳ giới hạn hoặc vấn đề nào với cách tiếp cận đó.*
- ✓ **OKRs hoạt động như thế nào?** *Giải thích về dòng thời gian, kỳ vọng của mỗi người, các mốc quan trọng là gì và mọi người sẽ chịu trách nhiệm như thế nào.*

Nếu vẫn còn hoài nghi về OKRs? Hãy dành thêm thời gian cho các câu hỏi, và rút ra điều gì từ những câu hỏi hoài nghi đó.



# Một vài mẹo khi giới thiệu về OKRs



## Sự liên kết

Khi một doanh nghiệp biết tập trung vào điều gì và đo lường thành công như thế nào, thì việc kết nối các dự án của nhân viên với các mục tiêu của doanh nghiệp sẽ trở nên dễ dàng hơn.

-----



## Kỷ luật và ưu tiên

Rất khó với bất kỳ đội nhóm nào trong công ty khi nói lời từ chối một ý tưởng hay, một dự án đột phá hay một cải tiến cần thiết. Một khi tất cả mọi người đều đồng ý những mục tiêu quan trọng nhất, thì việc từ chối những ý tưởng kém quan trọng hơn sẽ trở nên dễ dàng hơn. Việc nói không, không phải là một cuộc tranh luận mang tính chính trị hay riêng tư mà là một phản ứng đối với cam kết mà toàn bộ tổ chức đã thực hiện.

-----



## Truyền đạt

OKR phải được công khai trong tổ chức để mọi nhân viên biết các mục tiêu và thước đo thành công của tổ chức.



Trong một cuộc phỏng vấn, **Dick Costolo, cựu Googler và cựu CEO của Twitter** khi được hỏi "Bạn đã học được gì từ Google để áp dụng cho Twitter?" ông nói:

*"Điều mà tôi thấy ở Google và quyết định áp dụng tại Twitter chính là OKR - Mục tiêu và Kết quả then chốt. Đây là một cách tuyệt vời giúp mọi người trong công ty hiểu điều gì là quan trọng và cách đo lường điều đó.*

*Về cơ bản, đó là một cách tuyệt vời để truyền đạt chiến lược và cách bạn sẽ đo lường chiến lược. Và đây là điều chúng tôi cố gắng áp dụng. Khi bạn phát triển một công ty, điều khó nhất để mở rộng quy mô là truyền đạt. Nó rất khó. OKR là một cách tuyệt vời để đảm bảo mọi người hiểu cách bạn sẽ đo lường thành công và chiến lược ấy."*



# 5

## Thiết lập mục tiêu OKRs & phát triển kết quả then chốt



Khi thiết lập mục tiêu, Google thường bắt đầu OKR của tổ chức và sắp xếp các mức độ ưu tiên bằng cách sử dụng ba đến năm mục tiêu, mỗi mục tiêu có ba kết quả then chốt.

OKRs thành công thường đến từ sự kết hợp của các đề xuất từ trên xuống và từ dưới lên, cho phép các cá nhân trong tổ chức được bày tỏ những điều họ tin là xứng đáng với thời gian của họ và cách họ có thể áp dụng nỗ lực của mình một cách tốt nhất.





## Mẹo thiết lập mục tiêu

- ✓ Chỉ chọn từ ba đến năm mục tiêu - nhiều mục tiêu hơn có thể dẫn đến việc mở rộng nhóm quá mức.
- ✓ Tránh những cách diễn đạt không thúc đẩy đi đến kết quả, ví dụ: "tiếp tục tuyển dụng", "duy trì vị thế trên thị trường", "tiếp tục làm X."
- ✓ Sử dụng các cụm từ truyền đạt điểm cuối và trạng thái, ví dụ: "chốt 5 hợp đồng", "tính năng Y."
- ✓ Sử dụng các thuật ngữ hữu hình, khách quan và rõ ràng. Người quan sát phải thấy rõ mục tiêu đã đạt được hay chưa. Các mục tiêu cụ thể sẽ mang lại hiệu suất cao hơn và khả năng đạt được mục tiêu.

## Mẹo phát triển kết quả then chốt

- ✓ Xác định khoảng ba kết quả then chốt cho mỗi mục tiêu.
- ✓ Kết quả then chốt thể hiện các mốc quan trọng có thể đo lường được, nếu đạt được, sẽ trực tiếp thúc đẩy mục tiêu.
- ✓ Kết quả then chốt nên mô tả kết quả chứ không phải hoạt động.  
  
*Ví dụ: "công bố mức độ hài lòng về dịch vụ của khách hàng trước ngày 7 tháng 3" thay vì "đánh giá mức độ hài lòng về dịch vụ của khách hàng".*
- ✓ Các mốc quan trọng có thể đo lường cần có bằng chứng cho kết quả đã hoàn thành, bằng chứng này phải có giá trị, tin cậy.



# 6

## Lỗi cần tránh khi viết OKRs



- ✓ Cần đặt mục tiêu rõ ràng, được đo lường bằng kết quả đã thống nhất, có thể thúc đẩy các nhóm đạt được những điều tuyệt vời và giữ cho một tổ chức luôn tập trung vào công việc ưu tiên quan trọng nhất.
- ✓ Viết OKR kém có thể tạo ra chiến lược khó hiểu, làm xói mòn các chỉ số nội bộ và khiến các nhóm tập trung vào việc duy trì hiện trạng.





## 4 lỗi cần tránh khi viết OKR

### Thông tin sai về mục tiêu vượt ngưỡng OKRs

Việc thiết lập các mục tiêu vượt ngưỡng đòi hỏi sự giao tiếp cẩn thận trong các nhóm thực hiện mục tiêu cũng như các nhóm khác được giao công việc như là một phần thực hiện mục tiêu vượt ngưỡng OKRs. Nếu dự án của bạn phụ thuộc vào mục tiêu của nhóm khác, hãy đảm bảo rằng bạn hiểu triết lý thiết lập mục tiêu của họ. Nếu họ đang sử dụng các mục tiêu vượt ngưỡng, bạn nên hy vọng họ thực hiện khoảng 70% OKRs đã đặt ra.

### OKRs kinh doanh thông thường

OKR thường được đặt ra dựa trên những gì nhóm tin rằng có thể đạt được mà không thay đổi bất kỳ điều gì đang làm, hoặc trái ngược với những gì nhóm hoặc khách hàng thực sự muốn. Để kiểm tra điều này, hãy xếp hạng công việc hiện tại của nhóm cũng như các dự án mới được yêu cầu theo giá trị so với nỗ lực cần thiết.

Nếu OKRs chỉ bao gồm những nỗ lực hàng đầu thì chúng chỉ là OKRs thông thường của doanh nghiệp. Cần loại bỏ các nỗ lực có mức độ ưu tiên thấp và phân bổ lại tài nguyên cho các OKRs hàng đầu. Có một số mục tiêu sẽ giữ nguyên theo từng quý, như “Đảm bảo mức độ hài lòng của khách hàng trên XX%” và điều này là tốt nếu mục tiêu đó luôn được ưu tiên cao. Tuy nhiên, kết quả then chốt cần được cải thiện để thúc đẩy nhóm tiếp tục đổi mới và trở nên hiệu quả hơn.



## 4 lỗi cần tránh khi viết OKR

### Mục tiêu không đủ thách thức

Các nhóm có thể đáp ứng tất cả các OKRs đưa ra mà không cần sử dụng hết kỹ năng họ có, điều này sẽ không thúc đẩy được đội nhóm.

OKR phải thể hiện giá trị kinh doanh rõ ràng, nếu không, không có lý do gì để tiêu tốn nguồn lực để thực hiện. “Các mục tiêu có giá trị thấp”, ngay cả khi hoàn thành tất cả, sẽ không tạo ra nhiều khác biệt cho tổ chức. Hãy thiết lập lại OKRs để tập trung vào lợi ích cụ thể.

### Thiếu kết quả then chốt cho mục tiêu

Nếu các kết quả then chốt cho một mục tiêu không đại diện cho tất cả những gì cần thiết để đạt được mục tiêu đó, thì việc bỏ sót OKRs dù không muốn cũng có thể xảy ra.

Điều này có thể gây ra sự chậm trễ trong việc phát hiện ra các yêu cầu về nguồn lực và mục tiêu sẽ không được hoàn thành đúng tiến độ.



7

# Phát triển đội ngũ OKR



Mặc dù cách tiếp cận khác nhau, điều này trở nên hữu ích nếu cam kết mục tiêu của tổ chức đầu tiên, để các nhóm và mỗi cá nhân có thể đặt ra mục tiêu của riêng họ nhằm phục vụ các mục tiêu lớn hơn.

Điều này có thể giúp tạo ra sự liên kết trong toàn bộ tổ chức. Quyết định tiếp theo là có bao nhiêu cấp độ OKRs của "nhóm" làm việc cho tổ chức - mỗi bộ phận, chức năng và các nhóm phụ có cần tới OKRs không ?

Đối với các mục tiêu cấp nhóm, nhớ rằng không phải mọi OKR của tổ chức đều được phản ánh trong OKR của mọi nhóm. Có thể OKR của một nhóm sẽ chỉ tập trung vào một trong các OKR của tổ chức. Nhưng cần có sự kết nối giữa OKR của nhóm với ít nhất một trong các OKR của tổ chức.

Một cách để thiết lập các OKR cho nhóm là yêu cầu tất cả các trưởng nhóm họp để thiết lập mục tiêu. Tại Google, các trưởng nhóm đôi khi liệt kê các ưu tiên cho quý sắp tới trong bối cảnh OKRs của công ty. Khi đặt ra các ưu tiên này, nó sẽ hữu ích nếu chú ý đến các OKR của tổ chức và kiểm tra các câu hỏi:

- *Các ưu tiên của nhóm có kết nối với bất kỳ kết quả then chốt nào của tổ chức không?*
- *Các ưu tiên của nhóm có làm cho tổ chức đạt được OKR thành công không?*
- *Có điều gì còn thiếu mà mọi người nghĩ rằng nhóm này nên làm việc phải không?*
- *Có nhiều hơn ba ưu tiên phải không ?*



OKRs không phải là một danh sách kiểm tra hay danh sách nhiệm vụ tổng thể các công việc mà nhóm sẽ thực hiện trong một quý. Nếu một nhóm coi đây là một danh sách công việc cần chia sẻ để thực hiện sẽ dẫn đến kết quả tạo ra những quy định quá cao về những gì đội nhóm muốn hơn là điều họ muốn đạt được.

Sử dụng OKRs để xác định mức ảnh hưởng mà nhóm muốn thấy và giúp các nhóm đưa ra phương pháp làm thế nào để đạt được những tác động ấy. Dưới đây là một số OKR mẫu mà một nhóm hoặc cá nhân có thể đặt ra để hỗ trợ mục tiêu của tổ chức là "đạt được xx% thị phần trong ngành".

**Mục tiêu:** *Đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng doanh thu [sản phẩm]*

**Kết quả then chốt:**

- Ra mắt tính năng xx cho tất cả người dùng
- Triển khai sáng kiến xx để tăng doanh thu trên mỗi người dùng lên xx%
- Khởi chạy ba thử nghiệm theo doanh thu cụ thể để tìm hiểu điều gì thúc đẩy tăng trưởng doanh thu
- Đảm bảo hỗ trợ công nghệ để xây dựng tính năng xx trong Q1

**Mục tiêu:** *Nâng cao uy tín của [sản phẩm]*

**Kết quả then chốt:**

- Thiết lập lại vai trò hàng đầu của [sản phẩm] bằng cách phát biểu tại ba sự kiện trong ngành
- Xác định và tiếp cận cá nhân với những người dùng xx hàng đầu
- Rút ngắn thời gian phản hồi các lỗi do người dùng gây ra xx%





# 8

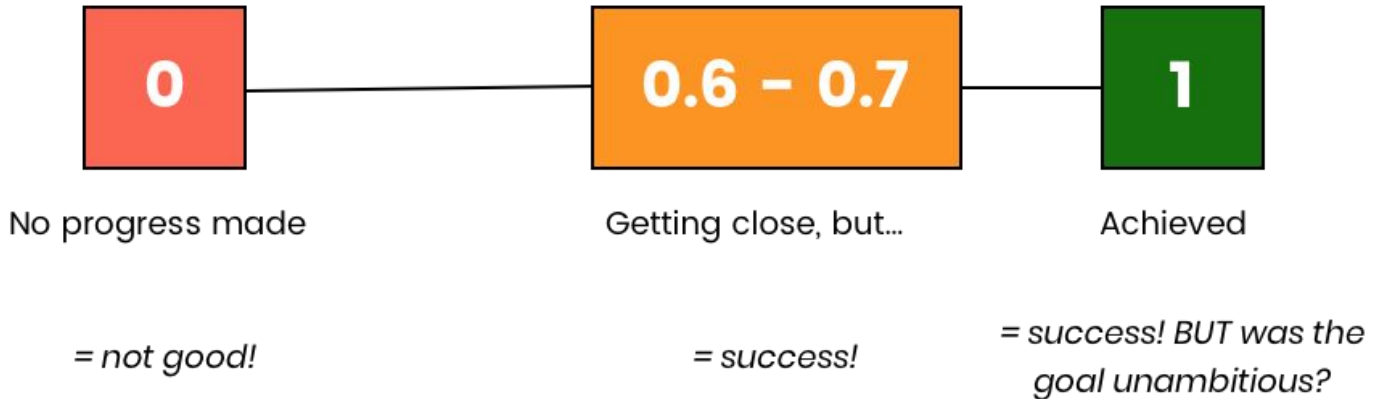
## Công cụ chấm điểm OKRs



Tại Google, OKR thường được chấm điểm trên thang điểm từ 0,0 đến 1,0, nghĩa là đã đạt được mục tiêu hoàn toàn.

Kết quả then chốt của mỗi cá nhân được chấm điểm và sau đó sử dụng giá trị trung bình, mục tiêu tương ứng được chấm điểm. Điều này được mô tả là "rough average" vì đôi khi có một số trọng số của các kết quả then chốt khác nhau. Đôi khi kết quả then chốt là 0 hoặc 1 - nếu kết quả then chốt là "*Chạy chiến dịch tiếp thị tiện ích mới*" thì kết quả cuối cùng có thể là chiến dịch đó đã được khởi chạy hoặc là không.

Ví dụ khác, nếu kết quả then chốt là "*Ra mắt 6 tính năng mới*" và chỉ có ba tính năng mới được ra mắt thì OKR có thể được chấm điểm với 0,5. Đây không phải là khoa học nhưng điều quan trọng là phải trung thực và hơn bất cứ điều gì, nhất quán với quy trình chấm điểm.



## 4 điều cần nhắc khi chấm điểm OKRs

**Điểm tốt nhất của OKRs nằm trong phạm vi 60-70%.** Chấm điểm thấp hơn nghĩa là tổ chức không đạt được điều mong muốn. Chấm điểm cao hơn nghĩa là các mục tiêu mong muốn chưa được đặt đủ cao. Với thang điểm 0,0 - 1,0 của Google, mức trung bình đạt được là từ 0,6 đến 0,7 cho tất cả các OKR.

**OKRs không đồng nghĩa với đánh giá hiệu suất.** OKR không phải là một phương tiện toàn diện để đánh giá một cá nhân (hoặc một tổ chức) mà được sử dụng như một bản tóm tắt về những gì một cá nhân đã làm việc trong khoảng thời gian vừa qua, cho thấy những đóng góp và tác động đến OKR của tổ chức như thế nào.

**Công khai chấm điểm OKRs trong tổ chức.** Tại Google, các OKRs thường được chia sẻ và chấm điểm hàng năm và hàng quý. Vào đầu năm, tổ chức một cuộc họp toàn công ty để chia sẻ và chấm điểm các OKRs trước đó và các OKRs mới cho cả năm và quý sắp tới. Sau đó, công ty họp hàng quý để đánh giá lại điểm và thiết lập các OKRs mới. Trong các cuộc họp này, người đưa ra OKRs (thường là lãnh đạo nhóm) sẽ giải thích về điểm hay sự điều chỉnh nào trong quý tới.

**Kiểm tra trong suốt quý.** Trước khi ấn định điểm tổng kết, sẽ tốt hơn nếu giữa các quý bạn kiểm tra các cấp độ OKRs để giúp từng cá nhân và nhóm biết được vị trí của họ. Thời gian đăng ký cuối quý có thể được sử dụng để chuẩn bị trước khi chấm điểm cuối cùng.

# Công cụ chấm điểm OKRs

## ✓ Thẻ điểm OKRs (Mục tiêu và Kết quả then chốt)

Sử dụng và điều chỉnh tài liệu này để ghi lại và cho điểm các Mục tiêu và Kết quả then chốt (OKR)

>>> Tải tại đây: <https://bit.ly/2STiHqY>

## ✓ Bảng tính OKRs (Mục tiêu và Kết quả then chốt)

Sử dụng và điều chỉnh bảng tính này để tính điểm Mục tiêu và Kết quả then chốt (OKR) và tính điểm tổng thể.

>>> Tải tại đây: <https://bit.ly/2H2AQA8>

OKRs Scorecard reiWork

OKR grading scale: 0 (no progress made) | 0.6-0.7 (on target) | 1 (fully achieved)

**Objective**

Objective #1

Overall score

**Key Results**

Enter score KR #1

Enter score KR #2

Enter score KR #3

OKRs Scorecard

OKR grading scale: 0 (no progress made) | 0.6-0.7 (on target) | 1 (fully achieved)

**Objective**

Overall score

**Key Results:**

# 9

## Cập nhật OKRs thường xuyên



OKR đã giúp Google thiết lập chiến lược cho toàn tổ chức - một số mục tiêu công ty đang cố gắng hoàn thành. Để đạt được điều đó, một số đội nhận thấy nên xem lại OKR một vài lần mỗi quý. OKRs đóng vai trò như một công cụ hiệu chuẩn, mang đến cho mọi người cơ hội để điều chỉnh thông tin mới, từ bỏ các mục tiêu không khả thi và tập trung hơn vào các mục tiêu đem lại hiệu suất.

Tần suất kiểm tra của một nhóm sẽ phụ thuộc vào thực tế kinh doanh, mức độ tiếp cận của đội ngũ và đã tốt như thế nào trong việc dự đoán kết quả dựa trên khả năng thực hiện của mình.





# Thuật ngữ OKRs



## THUẬT NGỮ

## GIẢI THÍCH

### Objective/Mục tiêu

Là tham vọng cần đạt được và thường cao hơn ngưỡng năng lực. Có 2 loại Objective: Objective cam kết (hoàn thành 100%) và Objective cảm hứng (đạt được 60-70%)

### Key Result / Kết quả then chốt

Có thể đo lường được và được thể hiện bằng các con số

### Aligning / Sự liên kết

OKR của đội nhóm phải gắn liền với mục tiêu của công ty để thực hiện theo cùng một hướng.

### Transparency / Tính minh bạch

Tất cả thành viên trong tổ chức đều có thể theo dõi OKR của nhau.

### Ambitiou / Tính tham vọng

Objective luôn được thiết lập cao hơn ngưỡng năng lực

### Initiative / Sáng kiến

Đưa ra ý tưởng mới để thực hiện tốt được các nhiệm vụ được giao

### Measurable / Đo lường được

Key Result được gắn với các mốc có thể đo lường được thông qua các con số cụ thể

### Time-bound

Thời hạn thực hiện OKR (bắt đầu, kết thúc)

### Confidence level /Mức độ tự tin

Là chỉ báo thể hiện người lãnh đạo OKR có tin rằng có thể đạt được OKR hay không. OKR được coi là đạt khi bạn đạt được ít nhất 70% tiến độ.

### Check-in / Kiểm tra

Cuộc trao đổi giữa nhà quản lý và nhân viên về tiến độ công việc, mục tiêu họ đã thực hiện và ưu tiên tiếp theo

### Cycle OKRs / Chu kỳ của OKR

Toàn bộ thời gian thực hiện OKR, tại mỗi bước chúng ta cần làm gì

### Strategic OKR/Chiến lược OKR

Là những điều mà doanh nghiệp mong muốn có thể đạt được, thường được set trong khoảng thời gian là 1 năm

### CFR/ Quản lý hiệu suất liên tục

Conversations (Trao đổi): Cuộc nói chuyện, trao đổi trực tiếp giữa quản lý và nhân viên. Feedback (Phản hồi): Trao đổi hai chiều giữa nhân viên và quản lý, hoặc giữa nhân viên với nhau, để đánh giá tiến triển OKRs. Recognition (Công nhận): Hành động mang tính tán dương, động viên cho những cá nhân hoàn thành công việc tốt.



# Mời Dùng Thử Tính Năng OKRs

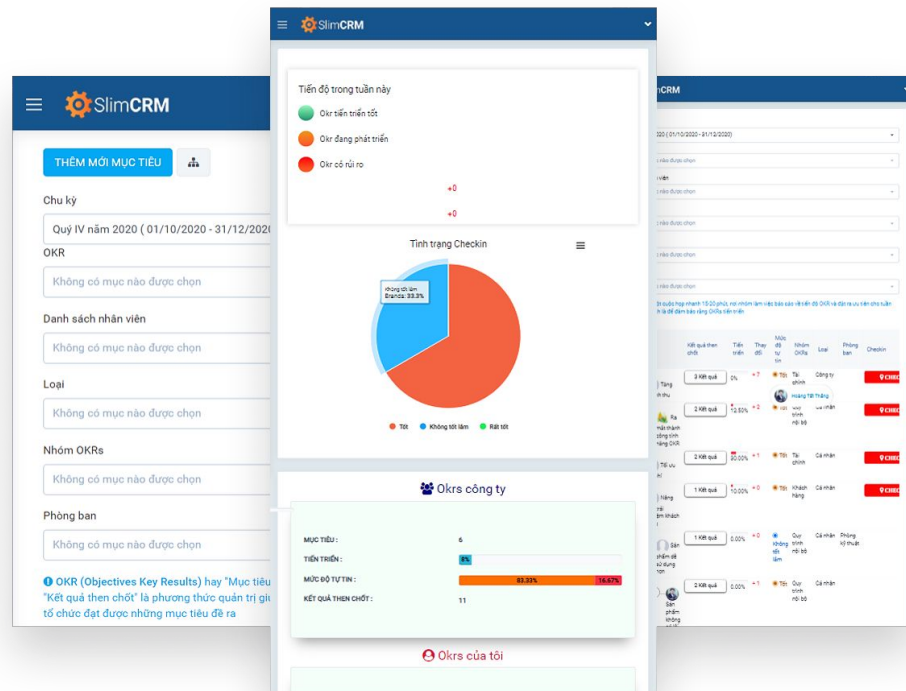
OKRs là một trong những tính năng mở rộng nằm trong nền tảng quản trị doanh nghiệp tổng thể SlimCRM.

Tính năng được thiết kế theo quy trình bài bản chuẩn mực nhất từ Google giúp doanh nghiệp quản trị mục tiêu dễ dàng mà không đòi hỏi người sử dụng phải hiểu biết trọn vẹn về OKR.

OKRs trong SlimCRM nổi bật với đặc điểm cho phép thiết lập và tạo chu kỳ mục tiêu chiến lược phù hợp, quản lý mục tiêu cá nhân, doanh nghiệp và liên kết chặt chẽ đồng thời đánh giá & thúc đẩy hiệu suất từng cá nhân, phòng ban, công ty

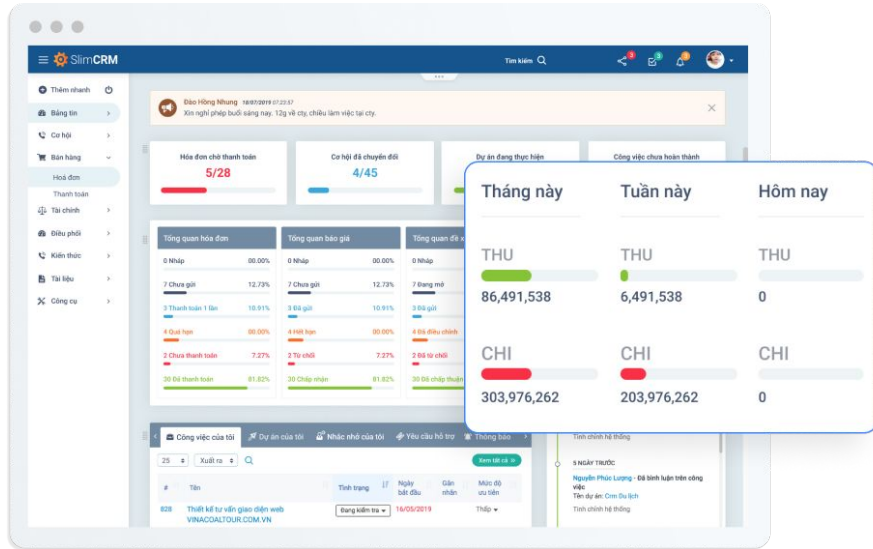
## Dùng thử miễn phí ?

Truy cập ngay: <https://SlimCRM.vn>



# Giới thiệu SlimCRM.vn

## Nền Tảng Quản Trị Số Cho Doanh Nghiệp Nhỏ



### ✔ SlimCRM là gì ?

SlimCRM là phần mềm quản lý tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ, chất lượng ưu điểm của các phần mềm trong và ngoài nước với tính năng hiện đại nhưng vừa đủ đơn giản.

### ✔ SlimCRM làm được gì ?

Môi trường làm việc số online toàn diện nhất  
Tăng hiệu suất làm việc nhóm và cá nhân  
Kiểm soát và thúc đẩy dòng tiền theo thời gian thực  
Cải thiện tự động hóa doanh nghiệp

### ✔ Dùng thử miễn phí ?

Truy cập trang web: <https://SlimCRM.vn>



**SlimCRM.vn**

Dùng Thử Phần Mềm OKR



# Nền tảng quản trị số cho doanh nghiệp nhỏ



<https://SlimCRM.vn>



0899.172.899



**TRẢI NGHIỆM NGAY**