








Quản trị bằng mục tiêu

NỘI DUNG

- 01 : Định nghĩa, nguồn gốc MBO 
- 02 : Quy trình triển khai MBO 
- 03 : Ưu nhược điểm của MBO 
- 04 : Ví dụ về MBO cho phòng ban 
- 05 : So sánh MBO, KPI, SMART, OKR 
- 06 : Nguyên tắc quản trị theo MBO 
- 07 : Công cụ quản lý MBO hiệu quả 
- 08 : Kết luận 

01 Định nghĩa, nguồn gốc MBO

Khái niệm

Quản trị theo mục tiêu (Management By Objective) là một mô hình quản trị chiến lược nhằm cải thiện hiệu suất của một tổ chức bằng cách tập trung vào việc xây dựng mục tiêu rõ ràng, đồng thuận giữa ban lãnh đạo và nhân viên.

Ý tưởng của MBO là:

- Khi nhân viên tham gia đặt mục tiêu và lên kế hoạch, họ sẽ chủ động hơn và có trách nhiệm hơn trong việc đạt được những mục tiêu đó.
- Mục tiêu của các bộ phận và cá nhân sẽ khớp với nhau, giúp công ty đạt được mục tiêu chung.





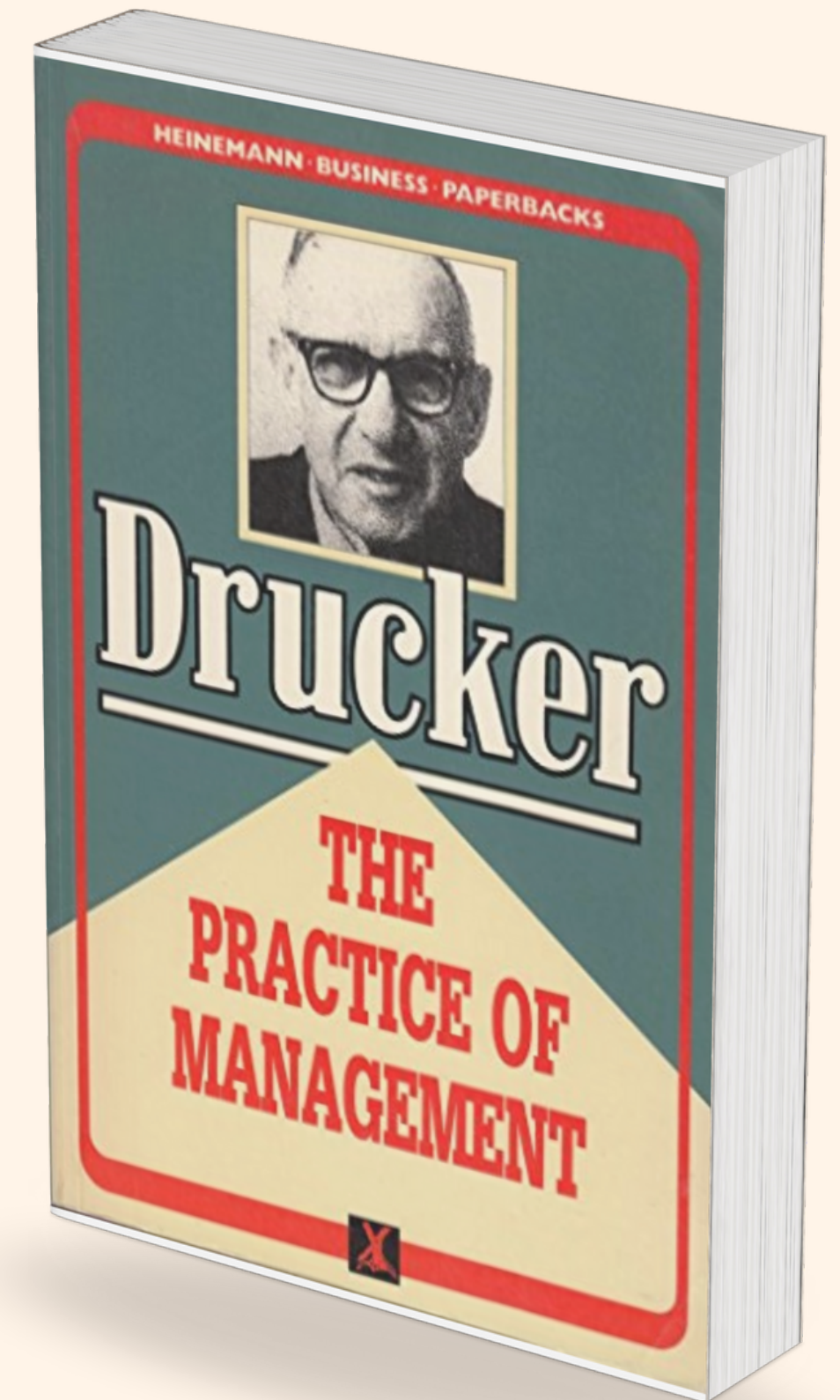
Định nghĩa, nguồn gốc MBO



Nguồn gốc

Quản trị theo mục tiêu (MBO) xuất hiện từ khá sớm, được phổ biến rộng rãi nhờ **Peter Drucker** trong cuốn sách "**Thực hành quản trị - The Practice of Management**" năm 1954.

Sau đó, vào giữa những năm 1960, học trò của Drucker tiếp tục phát triển kỹ thuật này và được nhiều công ty áp dụng, nổi bật là **Hewlett-Packard**.



Quy trình 5 bước triển khai MBO:

1. Thiết lập Mục tiêu Công ty
2. Truyền Tải Mục tiêu Xuống Nhân Viên
3. Theo dõi Tiến Độ
4. Đánh giá Hiệu Suất
5. Thưởng Thành Tích



**Bước 1****Thiết lập Mục tiêu Công ty**

- Xác định tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.
- Phân tích môi trường kinh doanh và đặt ra các mục tiêu chiến lược tổng thể.
- Những mục tiêu này nên SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound).

Bước 2**Truyền Tải Mục tiêu Xuống Nhân Viên**

- Chia nhỏ mục tiêu công ty thành các mục tiêu cụ thể cho từng phòng ban, đội nhóm và cá nhân.
- Tổ chức các buổi thảo luận, họp mặt để nhân viên hiểu rõ mục tiêu, vai trò và đóng góp của mình.
- Khuyến khích nhân viên tham gia vào quá trình thiết lập mục tiêu để tăng động lực và sự cam kết.

Bước 3**Theo dõi Tiến Độ**

- Sử dụng các công cụ và phương pháp phù hợp để theo dõi tiến độ đạt được mục tiêu.
- Cung cấp báo cáo thường xuyên về kết quả đạt được và những khó khăn gặp phải.
- Tạo cơ hội để nhân viên trao đổi về tiến độ và điều chỉnh chiến lược nếu cần thiết.

**Bước 4****Đánh giá Hiệu Suất**

- Sử dụng các tiêu chí đánh giá rõ ràng, công bằng và được thống nhất trước khi thực hiện.
- Đánh giá hiệu quả công việc của nhân viên dựa trên mức độ đạt được mục tiêu cá nhân và đóng góp của họ cho mục tiêu chung.
- Cung cấp phản hồi kịp thời và mang tính xây dựng để giúp nhân viên cải thiện hiệu quả.

Bước 5**Thưởng Thành Tích**

- Tri ân và ghi nhận những đóng góp của nhân viên đã đạt được mục tiêu.
- Xây dựng hệ thống khen thưởng đa dạng, phù hợp với từng cá nhân và thành tích đạt được.
- Việc khen thưởng có thể là vật chất, tinh thần hoặc cơ hội phát triển để thúc đẩy động lực và nâng cao hiệu quả làm việc.



Ưu điểm

- **Nhân viên tự hào về công việc:** Họ được giao những mục tiêu phù hợp với sở trường, kỹ năng và kinh nghiệm, giúp họ cảm thấy được tin tưởng và có động lực phấn đấu.
- **Động lực tăng cao:** Cảm giác được giao phó nhiệm vụ quan trọng khiến nhân viên hăng say hơn, dẫn đến hiệu quả làm việc và lòng trung thành với công ty tăng lên.
- **Giao tiếp cải thiện:** Quá trình thiết lập mục tiêu và đánh giá kết quả giúp tăng cường trao đổi thông tin giữa quản lý và nhân viên.
- **Mục tiêu rõ ràng:** Quản lý dễ dàng xây dựng những mục tiêu cụ thể dẫn đến thành công của công ty.

Nhược điểm

- **Quá tập trung mục tiêu:** MBO chỉ chú ý đến mục tiêu và chỉ tiêu, đôi khi bỏ qua các yếu tố quan trọng khác như văn hóa doanh nghiệp, môi trường làm việc lành mạnh và cơ hội đóng góp của nhân viên.
- **Áp lực cao:** Việc phải hoàn thành mục tiêu trong thời gian nhất định có thể gây áp lực cho nhân viên.
- **Chất lượng bị ảnh hưởng:** Áp lực đạt mục tiêu có thể khiến nhân viên tìm cách "lách luật", dẫn đến chất lượng công việc giảm sút.
- **Không phù hợp mọi lĩnh vực:** Nếu chỉ dựa vào MBO cho mọi hoạt động quản lý, những lĩnh vực không phù hợp với phương pháp này sẽ gặp khó khăn

04

Ví dụ về MBO cho phòng ban



Công ty

Hiệu suất tài chính và bán hàng

- Duy trì dòng tiền 500,000 đô la Mỹ mỗi tháng.
- Giảm chi phí hoạt động (OPEX) 5%.
- Tăng doanh số bán hàng outbound 10% trong năm nay
- Tăng lợi nhuận gộp lên 10% trong năm nay
- Tăng tỷ lệ tài sản trên nợ lên 15% trong năm nay

Dịch vụ khách hàng

- Đạt thời gian hoàn vốn của sản phẩm mới là 1,5 năm.
- Tăng tỷ lệ chốt đơn hàng lên 10%.
- Đạt mục tiêu đặt hàng mới là 50 đơn mỗi tháng.
- Đạt tỷ lệ chốt đơn hàng là 20%.
- Đạt giá trị trung bình của một hợp đồng là \$150,000

Thị phần

- Trở thành thành viên của Fortune 500
- Nâng cao nhận diện thương hiệu lên 25%.
- Trở thành công ty dẫn đầu thị trường trong năm nay

Rising Social Consciousness

- Tăng mức độ hài lòng của khách hàng (CSAT) lên 90%.
- Tăng tỷ lệ giữ chân khách hàng lên 92,5%.

**MBO cho toàn
công ty**

04

Ví dụ về MBO cho phòng ban



Marketing

MBO cho Marketing

Tạo lead và tăng (ROI)

- Tạo 1.000 khách hàng tiềm năng chất lượng (MQL) mỗi tháng
- Mang lại 40% tổng doanh thu công ty từ các hoạt động marketing
- Tăng số người đăng ký sản phẩm hàng năm lên 35%
- Tăng ROI marketing lên 7,5%

Hiệu suất web và mạng xã hội

- Tăng gấp 3 số người theo dõi trên mạng xã hội
- Tăng gấp đôi số người đăng ký nhận bản tin
- Tăng gấp đôi lưu lượng truy cập web độc đáo
- Tăng 45% số lượng khách truy cập website thường xuyên mỗi tuần
- Tăng tỷ lệ chuyển đổi trang đích lên 30%

PR và xây dựng liên kết

- Có được 10 bài đăng trên các phương tiện truyền thông
- Tăng nhận thức thương hiệu được khảo sát lên 25%

Hoạt động

- Thực hiện thử nghiệm A/B liên tục trên các trang đích
- Hợp tác với bộ phận bán hàng để xây dựng định nghĩa khách hàng tiềm năng chất lượng

04

Ví dụ về MBO cho phòng ban



Tài chính

Hiệu suất

- Huy động thêm 1 triệu đô la Mỹ thông qua việc chuẩn bị đầu tư.
- Tăng tỷ lệ thu nợ lên 25%.
- Tăng tự động hóa tài chính lên 5%.
- Tăng tỷ lệ tài sản/nợ lên 2,5%.
- Góp phần tăng giá trị cổ đông theo quý lên 2,5%.

Hoạt động

- Phát triển quy trình hàng năm cho việc quản lý tiền mặt và lập ngân sách.
- Giải quyết 50% các xung đột hợp đồng chưa giải quyết.
- Phát triển ngân sách hoạt động hàng năm.
- Duy trì tuân thủ tài chính theo quy định.
- Nghiên cứu, nộp đơn và giải quyết các vấn đề về bằng sáng chế.

Lập kế hoạch và kiểm toán

- Hoàn thành kiểm toán tài chính độc lập.
- Hoàn thành việc xem xét và phê duyệt các thỏa thuận bồi thường.
- Hoàn thành kế hoạch tài chính và dự báo doanh thu.
- Nghiên cứu và phê duyệt việc sử dụng một số loại tiền điện tử.

MBO cho Tài chính

04

Ví dụ về MBO cho phòng ban



Nhân sự



Chỉ số hài lòng của nhân viên

- Chỉ số hài lòng nhân viên đạt 90%.
- Giữ chân 95% nhân viên mỗi quý.
- Tăng mức độ gắn bó nhân viên lên 80%.



Chính sách nhân sự

- Mức lương cao hơn mức trung bình ngành 10%.
- Tổ chức 2 sự kiện toàn công ty mỗi quý.
- Áp dụng hệ thống đánh giá 1-1 tự động trong quý 2.

MBO cho Nhân sự



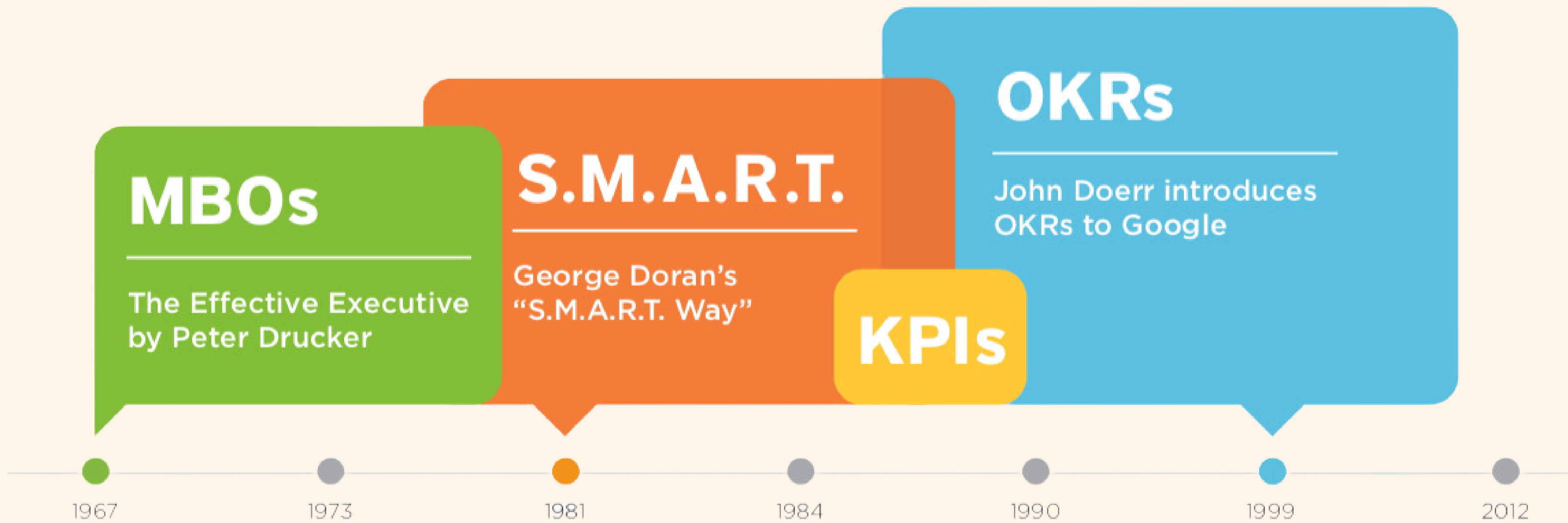
Tuyển dụng

- Xác định nhu cầu tuyển dụng với phòng kinh doanh.
- Phỏng vấn ít nhất 3 ứng viên cho mỗi vị trí.
- Đảm bảo 80% ứng viên mới đáp ứng thời hạn nhận việc.
- Tuyển 15% nhân viên mới dựa trên giới thiệu từ nhân viên cũ.
- 1/3 vị trí quản lý dành cho ứng viên nội bộ



Đào tạo

- Triển khai chương trình đào tạo lãnh đạo.
- Thuê công ty đào tạo cho phòng kinh doanh.



Timeline phát triển 4 kỹ thuật quản lý bằng mục tiêu

Phương pháp	Ý nghĩa	Ưu điểm	Nhược điểm
MBO	<ul style="list-style-type: none"> Ra đời sớm, phổ biến nhờ Peter Drucker (1954). Cả lãnh đạo và nhân viên cùng đặt mục tiêu, thống nhất kế hoạch hành động từng bước. 	Giúp mọi người rõ ràng trách nhiệm và theo dõi hiệu quả.	Có thể cứng nhắc, đánh giá thiên về số lượng hơn chất lượng
SMART	Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound (Cụ thể, Đo lường được, Khả thi, Liên quan, Giới hạn thời gian)	Mục tiêu rõ ràng, dễ theo dõi và thực hiện.	Có thể hạn chế tư duy sáng tạo và đột phá
KPI	Key Performance Indicator (Chỉ số đánh giá hiệu suất). Đây là các giá trị định lượng đo lường thành công của doanh nghiệp hoặc hiệu quả của nhân viên.	Giúp theo dõi tiến độ và đánh giá kết quả dễ dàng.	Chỉ phản ánh một phần thành công, có thể dẫn đến chạy theo số lượng.
OKR	<ul style="list-style-type: none"> Objective and Key Results (Mục tiêu và Kết quả then chốt) Bao gồm Mục tiêu (Objectives) và Kết quả then chốt (Key Results). Mục tiêu tham vọng, Kết quả then chốt cụ thể và đo lường được. 	Giúp thúc đẩy sáng tạo, đột phá, tăng tính linh hoạt.	Phải thường xuyên theo dõi và điều chỉnh, không phù hợp với mục tiêu dài hạn.

1. Thiết lập mục tiêu

Xác định mục tiêu rõ ràng, cụ thể và có thể đo lường được cho toàn tổ chức, từng phòng ban và cá nhân. Mục tiêu này phải khả thi, phù hợp với định hướng chung và mang tính thách thức để thúc đẩy nhân viên phấn đấu đạt được.

2. Quản lý tham gia

MBO là một cách thức hợp tác đòi hỏi sự tham gia của cả quản lý và cấp dưới trong quá trình đặt mục tiêu. Điều này thúc đẩy sự tham gia và quyền sở hữu của nhân viên, đồng thời giúp họ có động lực đạt được mục tiêu. Sự tham gia của nhân viên cũng cung cấp cho quản lý những đầu vào và phản hồi có giá trị, nhờ đó cải thiện quá trình đặt mục tiêu.

3. Mục tiêu rõ ràng

MBO yêu cầu các mục tiêu được xác định rõ ràng, không còn mơ hồ, đảm bảo sự minh bạch về kỳ vọng đối với nhân viên. Mục tiêu phải cụ thể, có thể đo lường được và có thể đạt được. Điều này giúp giảm thiểu sự nhập nhằng và thúc đẩy trách nhiệm.

4. Tập trung vào kết quả

MBO là một cách tiếp cận quản lý hướng tới kết quả, tập trung vào việc đạt được những thành quả mong muốn. Quản lý nên ưu tiên việc đạt được mục tiêu và tập trung vào kết quả thay vì chỉ hoàn thành các nhiệm vụ. Cách tiếp cận này giúp đảm bảo tổ chức đang tiến tới các mục tiêu đã đề ra.

5. Đánh giá hiệu quả

MBO đòi hỏi phải đánh giá hiệu quả của nhân viên, phòng ban và toàn tổ chức. Đánh giá này dựa trên việc đạt được mục tiêu và kết quả mong muốn. Việc đánh giá này rất quan trọng để xác định tiến độ đạt mục tiêu và tìm ra những lĩnh vực cần cải thiện. Đồng thời, nó cũng cung cấp cho nhân viên phản hồi về hiệu quả công việc của họ, giúp họ cải thiện tốt hơn.

6. Phản hồi liên tục

MBO nhấn mạnh việc phản hồi liên tục, giúp các nhà quản lý điều chỉnh mục tiêu và mục đích của họ. Phản hồi liên tục cũng giúp nhân viên xác định điểm mạnh, điểm yếu của mình và cải thiện chúng. Cách tiếp cận này thúc đẩy văn hóa cải tiến liên tục và khuyến khích nhân viên chủ động cải thiện hiệu suất của mình.

7. Kết Nối Mục Tiêu

MBO yêu cầu các mục tiêu phải phù hợp với các mục tiêu tổng thể của tổ chức. Mục tiêu nên nhất quán với sứ mệnh và tầm nhìn của tổ chức. Cách tiếp cận này giúp đảm bảo rằng mọi người đều đang nỗ lực hướng tới cùng một mục tiêu và tổ chức đang đi đúng hướng.

8. Nhân Viên Tham Gia

MBO yêu cầu sự tham gia của nhân viên trong quá trình thiết lập mục tiêu. Nhân viên nên được tham khảo ý kiến và góp ý của họ nên được cân nhắc khi đặt mục tiêu. Cách tiếp cận này tạo ra cảm giác sở hữu giữa nhân viên và thúc đẩy họ đạt được mục tiêu của mình. Nó cũng cung cấp cho các nhà quản lý những thông tin và phản hồi có giá trị, giúp cải thiện quá trình thiết lập mục tiêu.

9. Mục Tiêu Thích Hợp

MBO nhấn mạnh rằng mục tiêu phải vừa thách thức vừa có thể đạt được. Mục tiêu quá dễ hoặc quá khó có thể dẫn đến giảm động lực. Cách tiếp cận này giúp thúc đẩy nhân viên nỗ lực đạt được mục tiêu, mục đích của họ và tự hào về công việc của mình.

10. Rõ Ràng Về Kỳ Vọng

MBO yêu cầu các kỳ vọng phải rõ ràng và nhân viên hiểu họ cần phải làm gì. Cách tiếp cận này giảm thiểu sự nhầm lẫn và thúc đẩy trách nhiệm. Nó cũng giúp đảm bảo rằng nhân viên đang hướng tới cùng một mục tiêu và mục đích.

11. Cải Tiến Hiệu Suất

MBO là một quá trình cải tiến liên tục, đòi hỏi người quản lý phải đánh giá hiệu suất và điều chỉnh khi cần thiết. Phương pháp này giúp xác định các lĩnh vực cần cải thiện và thực hiện những thay đổi cần thiết. Nó cũng cung cấp cho nhân viên phản hồi về hiệu suất của họ, từ đó thúc đẩy họ cải thiện.

12. Linh Hoạt

MBO uyển chuyển thích nghi với mọi tình huống. Mục tiêu có thể thay đổi tùy thời cuộc, giúp bạn linh hoạt, nhanh nhạy trước những biến động trong kinh doanh

13. Phát Triển Nhân Viên

MBO nhấn mạnh vào việc phát triển nhân viên. Bằng cách cho nhân viên tham gia vào quá trình thiết lập mục tiêu và cung cấp cho họ phản hồi và hỗ trợ, MBO có thể giúp nhân viên phát triển các kỹ năng mới và cải thiện hiệu suất của họ. Phương pháp này cũng có thể giúp thúc đẩy sự gắn bó và hài lòng với công việc của nhân viên.

14. Động Lực

MBO là một phương pháp thúc đẩy tập trung vào việc đạt được kết quả. Phương pháp này bao gồm việc đặt ra các mục tiêu rõ ràng và đầy thách thức, cung cấp phản hồi liên tục và công nhận và khen thưởng những thành tích đạt được. Phương pháp này có thể giúp thúc đẩy nhân viên làm việc để đạt được mục tiêu của họ và tự hào về công việc của họ.

15. Trách Nhiệm

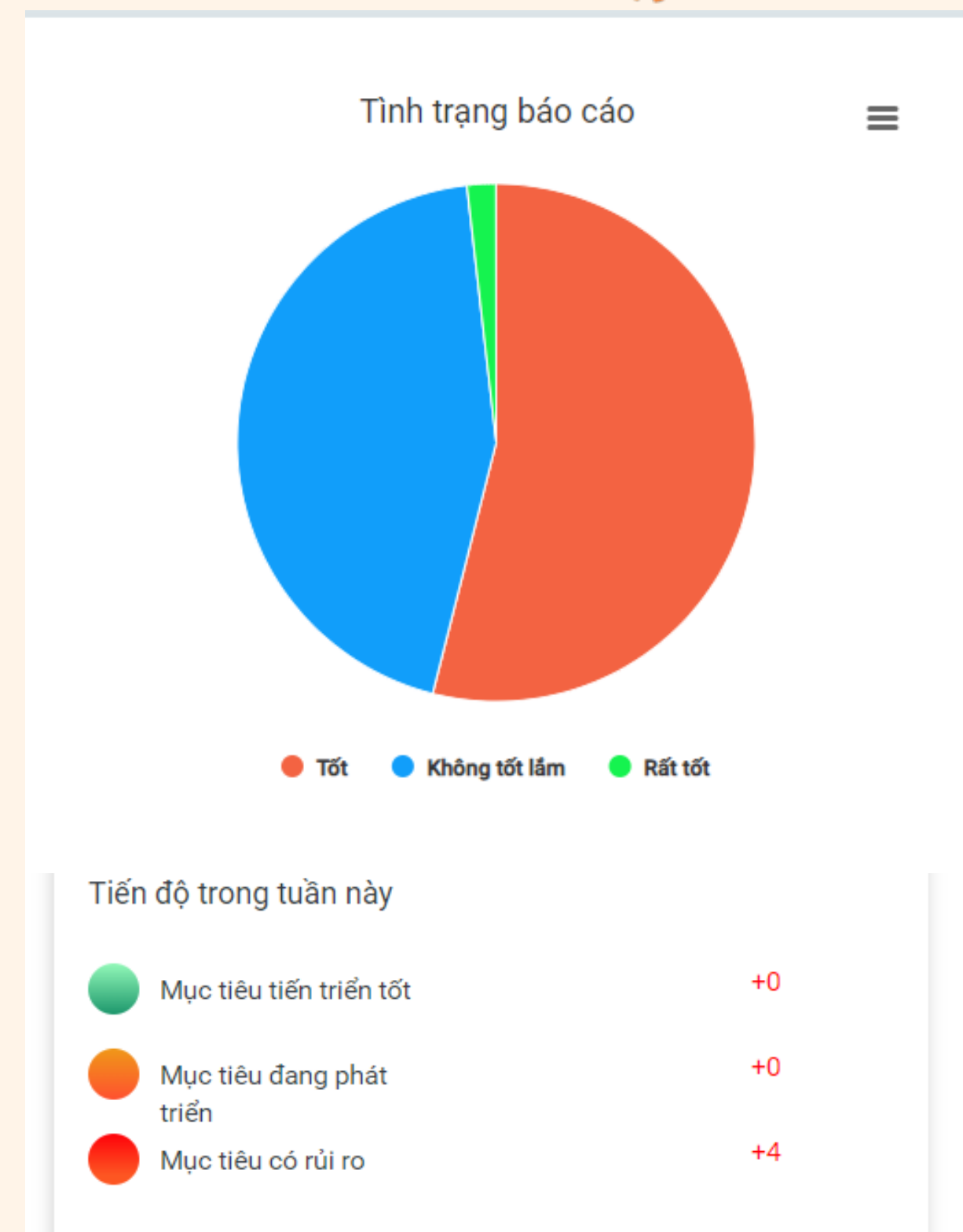
MBO thúc đẩy trách nhiệm ở mọi cấp độ trong tổ chức. Bằng cách đặt ra các mục tiêu rõ ràng và đo lường hiệu suất dựa trên những mục tiêu đó, MBO giúp đảm bảo mọi người đều chịu trách nhiệm về hiệu suất của họ. Phương pháp này có thể giúp thúc đẩy văn hóa trách nhiệm và quyền sở hữu, đồng thời cũng có thể giúp xác định các lĩnh vực cần cải thiện.

07

Công cụ quản lý mục tiêu hiệu quả

SlimCRM là phần mềm quản lý doanh nghiệp toàn diện được thiết kế để giúp doanh nghiệp tăng hiệu quả trong việc quản trị theo mục tiêu. Quy trình thiết lập và quản lý mục tiêu với SlimCRM:

- Thiết lập mục tiêu:** Cho phép bạn thiết lập mục tiêu cho cá nhân, nhóm và doanh nghiệp, đồng thời xác định các chỉ số đo lường hiệu quả để theo dõi tiến độ.
- Theo dõi và giám sát tiến độ thực hiện mục tiêu theo thời gian thực.** Trên cơ sở đó để đánh giá và điều chỉnh phù hợp.
- Quản lý công việc:** quản lý các công việc liên quan đến mục tiêu, theo dõi/báo cáo tiến độ và đảm bảo hoàn thành đúng thời hạn.
- Báo cáo và phân tích:** Cung cấp các báo cáo và phân tích chi tiết về hiệu quả thực hiện mục tiêu, giúp bạn xác định những lĩnh vực cần cải thiện.
- Hợp tác:** cung cấp không gian làm việc số, kết nối tất cả phòng ban nhằm đạt được mục tiêu chung.



Thiết lập và theo dõi mục tiêu trong SlimCRM

[+ Thêm mới mục tiêu](#)



Chu kỳ

Quý 1 năm 2024 (01/01/2024 - 31/03/2024)

Mục tiêu

Không có mục nào được chọn

Danh sách nhân viên

Không có mục nào được chọn

Kiểu

Không có mục nào được chọn

Danh mục









Không có mục nào được chọn

Phòng ban

Không có mục nào được chọn

! Mục tiêu cần theo nguyên tắc SMART (Specific – cụ thể; Measurable – đo lường được; Achievable – có khả năng đạt được; Realistics – thực tế; Timebound – có thời hạn)

Mở rộng (+) Thu gọn (-)

Mục tiêu	Mục tiêu phụ	Thay đổi	Tiến độ	Danh mục	Kiểu	Phòng ban	Tình trạng	Tùy chọn
▶  Sòng sót giai đoạn đầu năm	2 Kết quả	+1	0%	Tài chính	Thương hiệu		CHƯA HOÀN THÀNH	  
▶  Doanh thu SlimCRM duy trì 8 tỷ	2 Kết quả	+0	0%	Khách hàng	Phòng ban	Phòng dịch vụ SLIM	CHƯA HOÀN THÀNH	  
▶  Doanh thu Vtranet duy trì 12 tỷ	1 Kết quả	+0	0%	Khách hàng	Phòng ban	Phòng kinh doanh	CHƯA HOÀN THÀNH	  
▶  Tăng hiệu suất lập trình viên	2 Kết quả	+0	0%	Học hỏi & phát triển	Phòng ban	Phòng kỹ thuật	CHƯA HOÀN THÀNH	  



Chia sẻ mục tiêu cho toàn bộ phòng ban

SlimCRM

 Tìm kiếm... 🔍 🔗 📌 18 🕒 🔔 👤

+ Thêm nhanh
?
Quý 2 - 2021 (01/06/2021 - 31/06/2021)
Không có mục nào được chọn
Không có mục nào được chọn

Loại	Nhóm	Phòng ban																					
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>Tăng trưởng bất chấp bối cảnh thị trường lao dốc</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Kết quả chính</th> <th>Mục tiêu</th> <th>Tiến triển</th> <th>Mức độ tự tin</th> <th>Kế hoạch</th> <th>Kết quả thực tế</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Doanh thu tối thiểu</td> <td>10,500 Triệu</td> <td style="text-align: center;">77%</td> <td style="text-align: center;">Tốt</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Số lượng khách hàng mới</td> <td>1.000 Khách hàng</td> <td style="text-align: center;">92%</td> <td style="text-align: center;">Tốt</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div>						Kết quả chính	Mục tiêu	Tiến triển	Mức độ tự tin	Kế hoạch	Kết quả thực tế	Doanh thu tối thiểu	10,500 Triệu	77%	Tốt			Số lượng khách hàng mới	1.000 Khách hàng	92%	Tốt		
Kết quả chính	Mục tiêu	Tiến triển	Mức độ tự tin	Kế hoạch	Kết quả thực tế																		
Doanh thu tối thiểu	10,500 Triệu	77%	Tốt																				
Số lượng khách hàng mới	1.000 Khách hàng	92%	Tốt																				
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div> <p>▼ Tăng trưởng ngay trong đại dịch</p> <p>2 Kết quả +1 84.63%</p> </div> <div style="text-align: right;"> <p>Công ty</p> <p>CHƯA HOÀN THÀNH</p> </div> </div>																							
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div> <p>▼ Xây dựng kênh marketing mang lại lượng cơ hội ổn định</p> <p>2 Kết quả +1 48.71%</p> </div> <div style="text-align: right;"> <p>Phòng ban Marketing</p> <p>CHƯA HOÀN THÀNH</p> </div> </div>																							
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div> <p>▼ Xây dựng kênh marketing mang lại lượng cơ hội ổn định</p> <p>2 Kết quả +4 46.25%</p> </div> <div style="text-align: right;"> <p>Khách hàng Cá nhân</p> <p>CHƯA HOÀN THÀNH</p> </div> </div>																							

MỞ RỘNG

Xây dựng và đánh giá mục tiêu cá nhân

☰ SlimCRM

 Tìm kiếm... 🔍
🔗
✔️ 18
🕒
🔔
👤

Checkin
Công việc
Lịch sử

📌 Checkin là cuộc họp nhanh 15-20 phút, nơi nhóm làm việc báo cáo tiến độ OKR và đặt ra ưu tiên cho tuần sắp tới. Mục đích là đảm bảo rằng OKRs tiến triển

Mục tiêu: **Tim ra long mạch tăng doanh thu bán hàng**

Ngày Checkin: 06/06/2021

Thay đổi: 3

Tiến triển

43%

Giữ "Shift + Mouse scroll" để cuộn ngang màn hình

Kết quả then chốt	Mục tiêu	Đã đạt được	Tiến triển	Mức độ tự tin	Câu hỏi checkin 1	Câu hỏi checkin 2
Doanh thu <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 5px;"> Kế hoạch Kết quả </div>	4.500 Triệu	450 Triệu	100%	<input type="radio"/> Tốt <input checked="" type="radio"/> Không tốt lắm <input type="radio"/> Rất tốt	Kết quả công việc hiện tại? Tương tác chăm sóc khách cũ ít sử dụng: 6/30 Tăng tỷ lệ, rút ngắn thời gian chốt đơn	Công việc nào đang hoặc sẽ thực hiện? Marketing, Share bài, Live stream Sự kiện offline Chạy 3/6 chiến dịch email Marketing

📞

Đo lường và đánh giá hiệu suất thực thi

Tại sao chọn SlimCRM?

- Đơn giản, dễ sử dụng và thấy hiệu quả ngay (đã được kiểm chứng bởi trên 500 doanh nghiệp)
- Chi phí cực thấp, nhiều tính năng
- Đào tạo online/offline miễn phí 1:1 bởi chuyên gia về quản trị, bàn giao và phối hợp giám sát quy trình thực thi cùng khách hàng
- Sản phẩm được thiết kế theo mô hình chuẩn quốc tế, có thể mở rộng theo quy mô doanh nghiệp

Tại sao lại là bây giờ?

- Nền kinh tế VUCA (bất ổn, bất định, phức tạp, mơ hồ).
- Doanh nghiệp nhỏ và vừa thường bỏ qua chiến lược mà đi thẳng vào hành động => dẫn đến thiếu tập trung, khó điều chỉnh, không truyền tải được tầm nhìn và tạo sự đồng thuận.
- Công nghệ là điều kiện cần, không phải là điều kiện đủ để giúp doanh nghiệp thành công!

[Đăng ký dùng thử miễn phí tại đây!](#)

Tóm lại, Với MBO, bạn cần nắm rõ những điểm chính sau:

- Quản lý và nhân viên cùng đặt mục tiêu và kế hoạch cụ thể.
- Mục đích: Tăng sự tham gia và gắn bó của nhân viên, đồng nhất mục tiêu trong công ty.
- 5 bước: Đặt mục tiêu, chia sẻ, khuyến khích tham gia, theo dõi tiến độ, đánh giá và khen thưởng.
- Nhược điểm: Có thể dẫn đến hành vi cạnh tranh không lành mạnh để đạt mục tiêu và phải trả giá bằng chi phí hoạt động của công ty!

Dù quản trị theo phương pháp nào hay sử dụng công cụ nào thì vấn đề quan trọng nhất là phải **cài đặt được mindset của lãnh đạo** vào văn hóa làm việc của toàn bộ công ty. Bởi lãnh đạo là người **định hướng văn hóa doanh nghiệp, truyền cảm hứng và dẫn dắt sự thay đổi của công ty.**

Nếu như Elon Musk của Tesla quan niệm “có tất cả hoặc không có gì”, đặt mục tiêu cao không tưởng, đề cao hiệu quả công việc và năng suất => Dẫn đến văn hóa công ty: Làm việc với cường độ cao, hướng đến mục tiêu và kết quả - Khuyến khích tinh thần trách nhiệm và kỷ luật trong công việc - Đánh giá và khen thưởng dựa trên hiệu quả công việc.

Thì Jeff Bezos (Amazon) lại luôn đặt khách hàng lên hàng đầu, lấy sự hài lòng của khách hàng làm thước đo cho mọi quyết định. => Văn hóa doanh nghiệp: Tập trung vào trải nghiệm khách hàng, đề cao dịch vụ chăm sóc khách hàng - Thúc đẩy tinh thần sáng tạo và đổi mới để đáp ứng nhu cầu khách hàng - Khuyến khích nhân viên lắng nghe và thấu hiểu khách hàng.

Nói như vậy để khẳng định rằng, Mindset của lãnh đạo đóng vai trò quan trọng trong việc định hình văn hóa doanh nghiệp. Và khi đó, việc áp dụng **MBO, OKRs hay KPI...** mới thực sự có ý nghĩa và hiệu quả!

Tài liệu tham khảo

1. Yvanovich, R. (2019, December 26). **A Brief History of Goal Management: From MBO to SMART, KPI, and OKR.** TRG Blog. Retrieved February 21, 2024, from <https://blog.trginternational.com/a-brief-history-of-goal-management>
2. Drucker, P. (2022, March 18). **What Is MBO? Management by Objectives | Adobe Workfront.** Adobe Experience Cloud. Retrieved February 21, 2024, from <https://business.adobe.com/blog/basics/mbo#mbo-best-practices>
3. Rathburn, P. (n.d.). **Management by Objectives (MBO): Learn Its 5 Steps, Pros and Cons.** Investopedia. Retrieved February 21, 2024, from <https://www.investopedia.com/terms/m/management-by-objectives.asp>

Thông tin liên hệ SlimCRM



0899.172.899 - 096.262.9444



<https://slimcrm.vn/>



Số 14, The Manor Central Park, HN



info@slimcrm.vn