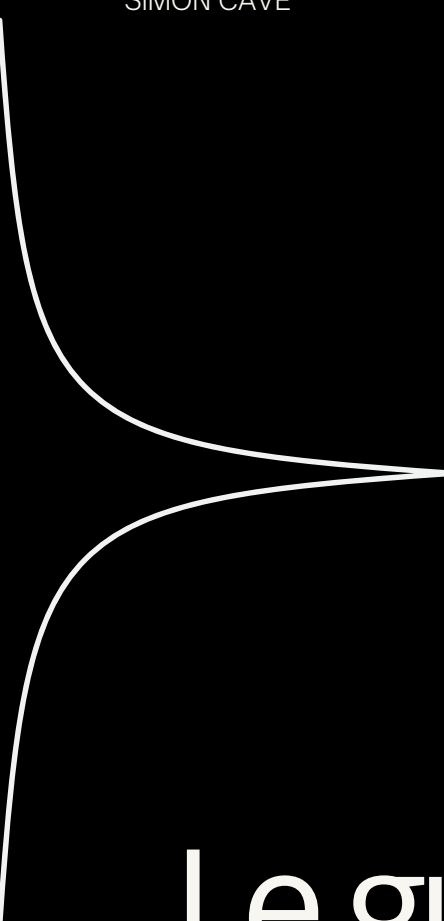
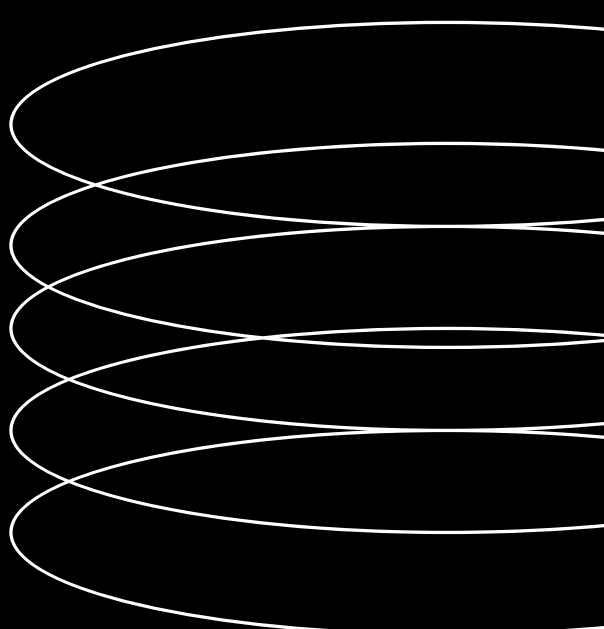




Le guide pratique de la méthode OKR



Indiquez ci-dessous vos objectifs et résultats clés.

DATE :	
OBJECTIF	RÉSULTATS CLÉS
	Résultat clé :
	Résultat clé :
	Résultat clé :

DATE :	
OBJECTIF	RÉSULTATS CLÉS
	Résultat clé :
	Résultat clé :
	Résultat clé :

DATE :	
OBJECTIF	RÉSULTATS CLÉS
	Résultat clé :
	Résultat clé :
	Résultat clé :

INTRODUCTION

La méthode OKR (Objectives and Key Results) est une méthodologie qui permet de mieux définir et mesurer nos objectifs, d'améliorer notre gestion du temps, de rester plus concentré et de repousser nos limites.

Cette méthode a gagné en popularité à partir des années 2000s au moment où Google a commencé à l'utiliser alors que l'entreprise ne comptait encore que 40 employés. Depuis, les OKR ont fait de nombreux adeptes parmi lesquels : Disney, Amazon, Microsoft, Netflix, Dropbox, Spotify et bien d'autres.

On s'imagine souvent que les OKR ne s'adressent qu'aux entreprises, mais elles sont aussi utiles pour optimiser notre propre efficacité personnelle.

Dans ce guide on va donc voir comment les entreprises peuvent appliquer la méthode OKR mais comment nous aussi nous pouvons nous l'approprier pour accomplir plus. Vous découvrirez aussi comment mettre en place cette méthode avec Trello, Todoist ou tout autre gestionnaire de tâches.

DÉFINITION DES OKR

La méthode OKR a été inventée dans les années 80 par Andy Grove, l'auteur du livre High Output Management. John Doerr, qui à l'époque était commercial chez Intel, participa à un cours de Grove sur les OKR. Séduit par cette méthode, il s'empessa de l'appliquer chez Intel. Quelques années plus tard, il l'introduisit aussi chez Google alors qu'il travaillait chez Kleiner Perkins, une entreprise de capital risque qui avait investi dans la start up.

Larry Page, co-fondateur de Google, attribue aujourd'hui une grande part du succès de son entreprise à la méthode OKR :

Les OKR nous ont aidés à multiplier notre croissance par 10. Ils nous ont aidés à rendre notre mission ambitieuse d'organiser l'information mondiale plus atteignable. Ils nous ont aidés, moi et le reste de l'entreprise à respecter les deadlines et à mesurer ce qui importait le plus. - LARRY PAGE

Face au succès de Google, de nombreuses entreprises adoptèrent la méthode OKR par la suite.

Alors qu'est-ce que la méthodologie OKR exactement ?

OKR est une abréviation où le O fait référence aux objectifs (Objectives) et KR aux résultats clés (Key Results). Pour faire simple les objectifs définissent où on va, les résultats clés comment on y va.

Dans son livre Measure What Matters (aff), John Doerr explique que les objectifs et les résultats clés sont le Yin et le Yang de l'efficacité. Un objectif sans résultats clés ne reste qu'un désir. Et des résultats clés sans objectif ne sont que des listes de tâches sans but. On a besoin des 2 pour être efficace.

6 EXEMPLES D'OKR

EXEMPLES D'OKR PERSONNEL

Objectif : Écrire un roman avant la fin de l'année

1. Résultat clé : Écrire 1000 mots chaque jour
2. Résultat clé : Trouver un éditeur

Objectif : Élargir mon réseau professionnel

1. Résultat clé : Participer à au moins deux événements de réseautage par mois.
2. Résultat clé : Établir des liens avec 5 nouveaux contacts influents dans mon secteur ce trimestre.
3. Résultat clé : Organiser un déjeuner ou une réunion avec un mentor potentiel.

EXEMPLES D'OKR MARKETING

Objectif : Optimiser le référencement de chaque article de blog

1. Résultat clé : Inclure au moins 7 liens internes par article de blog
2. Résultat clé : Atteindre un score SEO de 80 à 100 par article de blog
3. Résultat clé : Inclure un texte alternatif descriptif pour chaque image statique

Objectif : Renforcer la relation client

1. Résultat clé : Mettre en place un programme de fidélité et atteindre un taux de participation de 30 % parmi les clients existants.
2. Résultat clé : Améliorer la satisfaction client, mesurée par un score Net Promoter Score (NPS), de 15 points d'ici la fin de l'année.

EXEMPLES D'OKR EN DÉVELOPPEMENT WEB

Objectif : Mettre en œuvre une gestion Agile

1. Résultat clé : Piloter un projet de test au cours des 4 premiers mois pour obtenir des retours individuels
2. Résultat clé : Implémenter un reporting automatisé des performances par trimestre et année
3. Résultat clé : Lancer un tableau de bord de communication pour tous les problèmes et risques d'ici la fin d'année

Objectif : Améliorer le taux de réponse aux bugs critiques en phase de test

1. Résultat clé : Recruter 7 ingénieurs d'ici 6 mois
2. Résultat clé : Réduire le temps de réponse de 20 à 10 minutes
3. Résultat clé : Auditer les réunions toutes les 2 semaines pour déterminer leur nécessité

LES DIFFÉRENTS NIVEAUX D'OKR

Dans une entreprise, les résultats clés des uns peuvent correspondre aux objectifs des autres et inversement.

Admettons que la direction fixe l'OKR suivant :

Objectif : Augmenter le chiffre d'affaires de 30% d'ici 6 mois

1. Résultat clé : Lancer des campagnes de prospection
2. Résultat clé : Relancer les prospects non contactés depuis 3 mois
3. Résultat clé : Relancer les clients satisfaits en leur proposant des produits complémentaires

Ici chaque résultat clé peut constituer un objectif pour le département marketing. Et pour chaque objectif, celui-ci devra lui se fixer des résultats clés :

Objectif : Lancer des campagnes de prospection

1. Résultat clé : Définir la cible des campagnes
2. Résultat clé : Définir les mots clés
3. Résultat clé : Créer les campagnes dans Google ads

Les OKR peuvent donc être imbriqués les uns dans les autres sur plusieurs niveaux.

LES BÉNÉFICES DES OKR

MESURE

Les OKR rendent nos progrès mesurables :

- On peut mesurer les résultats clés en utilisant une échelle de 0 à 100%. Par exemple 40% des prospects ont été relancés ou 70% du projet a été accompli.
- On peut utiliser un indicateur numérique tel que le chiffre d'affaires généré, le taux de conversion ou encore le NPS pour mesurer la satisfaction client.
- Et si le résultat clé en question n'est pas mesurable, on indiquera un 0 pour non accompli et un 1 pour accompli. Par exemple "Trouver un éditeur n'est pas mesurable", on mettra donc 1 si on est parvenu à en trouver un et 0 si on a échoué.

En mesurant chacun de nos résultats clés, on a ainsi une meilleure idée de notre niveau de progression et on peut faire les ajustements nécessaires pour atteindre nos objectifs.

ALIGNEMENT

Quand on applique la méthode OKR, chaque tâche quotidienne que l'on réalise contribue à la réalisation de nos objectifs. Comme nos tâches sont connectées à nos résultats clés, qui eux même sont connectés à nos objectifs, notre travail est plus stratégique et intentionnel. On perd ainsi moins de temps et d'énergie sur des choses qui ne servent aucun but.

FOCUS

La méthode OKR nous aide à rester focus. Quand on l'applique, on définit en amont les tâches clés sur lesquelles on doit se concentrer pour atteindre nos objectifs. Ce sont nos priorités, tout le reste passe en second plan.

D'ailleurs les entreprises qui appliquent strictement la méthode autorisent leurs salariés à dire non à tout ce qui ne contribue pas directement à l'accomplissement de leurs objectifs. Cela les aide à rester concentrés sur ce qui est important et à canaliser plus facilement les distractions (sollicitations, emails, messages...).

Les points de suivi régulier, dont on parlera un peu plus tard, permettent également de rester focus dans la durée. La méthode encourage en effet tous les 1 à 3 mois à passer en revue ce qui a été accompli pour mesurer nos progressions et s'assurer que l'on ne perd pas de vue nos objectifs.

RESPONSABILITÉ

Les OKR sont aussi bénéfiques parce qu'ils nous responsabilisent. Nos objectifs et nos résultats clés précisent clairement ce qui doit être fait, comment cela doit être fait et pour quand cela doit être fait. Il n'y a donc aucune place à l'ambiguïté. On ne peut pas se cacher derrière des excuses ou jouer sur les mots. Soit on a accompli notre travail, soit on ne l'a pas accompli.

Le fait que les OKR soient aussi factuels nous encourage à nous responsabiliser, mais aussi à rester transparent sur notre travail, notre progression et nos résultats.

AMBITION

Les OKR nous poussent à sortir de notre zone de confort, car la méthodologie nous incite à définir des objectifs ambitieux. En mettant la barre haute, on est forcé d'être plus créatif et de trouver des solutions que l'on ne trouverait pas habituellement.

COMMENT METTRE EN PLACE LA MÉTHODE OKR ?

DÉFINIR DES OBJECTIFS AMBITIEUX

"Il faut toujours viser la lune, car même en cas d'échec on atterrit dans les étoiles." - OSCAR WILDE

La première étape pour appliquer la méthode OKR est de se fixer des objectifs ambitieux, c'est-à-dire des objectifs qui nous challengent et nous poussent à nous dépasser.

Paradoxalement, l'intérêt des OKR n'est pas nécessairement d'atteindre nos objectifs mais plutôt de se fixer des objectifs presque impossibles à réaliser pour prendre de la hauteur et dépasser nos barrières mentales.

Atteindre 100% de nos objectifs quand on applique la méthode OKR, n'est pas signe de réussite, cela prouve plutôt que l'on s'est montré trop conservateur. La philosophie des OKR est de se dire qu'il vaut mieux atteindre 60% d'objectifs ambitieux, plutôt que 100% d'objectifs réalistes.

Ainsi quand on définit nos objectifs, on doit chercher à ce qu'ils soient ambitieux, quitte à ce que l'on ne les réussisse pas tous. Google par exemple ne cherche pas à atteindre 100% de ses objectifs, l'entreprise est satisfaite quand elle atteint un taux de succès de 60 – 70%.

AJOUTER ENTRE 3 ET 5 RÉSULTATS CLÉS PAR OBJECTIF

Chaque objectif que l'on se fixe doit comprendre entre 3 et 5 résultats clés au maximum. Autrement dit, on doit travailler sur 3 à 5 grands axes stratégiques pour réaliser un objectif donné. Au-delà de ce chiffre, on commence à se disperser et on perd tout l'intérêt des OKR qui, je le rappelle, est d'être focus.

Pour chaque résultat clé, en revanche, on peut ajouter autant de tâches qu'on le souhaite. Voici un exemple :

Objectif : Augmenter nos ventes de 50% d'ici les 3 prochains mois.

Résultat clé : Lancer des campagnes d'acquisition marketing

- définir les mots clés à cibler
- créer 3 landing pages
- créer des campagnes sur Google ads
- optimiser les campagnes tous les 2 jours

Résultat clé : Contacter les clients et leur proposer d'autres produits

- extraire les 30% de clients les plus engagés de notre base de données
- préparer une séquence de 3 emails avec un lien vers nos produits
- envoyer les séquences

Résultat clé : Offrir une réduction de 10% sur tous nos produits

- préparer une séquence de 3 e-mails offrant un coupon de réduction
- envoyer la séquence à toute notre base de prospect

COMBINER LA QUANTITÉ ET LA QUALITÉ

Dans les années 60, Ford s'était fixé un objectif ambitieux :

Produire une voiture de 900 kilos pour un prix inférieur à 2000 euros d'ici 1970

Les employés avaient peu de temps pour le réaliser. Pour aller vite et être dans les temps, ces derniers négligèrent les tests de sécurité et designèrent un moteur dont le réservoir était vulnérable aux explosions. À la suite de sa commercialisation, 50 personnes perdirent la vie à cause de sa mauvaise conception.

Quand on se fixe des objectifs ambitieux et qu'on ne se base que sur la quantité pour mesurer notre succès, on peut parfois être tenté de prendre des raccourcis, de précipiter les choses voire même de ne pas agir éthiquement. C'est pourquoi il est important d'ajouter aussi des indicateurs de qualités.

Les indicateurs de qualité précisent les conditions dans lesquelles on doit atteindre nos objectifs ambitieux. Par exemple :

- Produire une voiture de 900 kilos pour un prix inférieur à 2000 euros d'ici 1970 tout en garantissant le maximum de sécurité à ses usagers.
- Multiplier par 2 notre chiffre d'affaires d'ici 6 mois sans spammer notre base de données d'emails.
- Courir un marathon à la fin de l'année sans recourir à une quelconque drogue pour booster nos performances physiques.

Incorporer des éléments qualitatifs à nos objectifs, nous permet d'éviter les dérives. Cela nous force aussi à penser aux répercussions de nos actions.

MESURER LES OKR TOUS LES 1 À 3 MOIS

Pour tirer un maximum bénéfice des OKR, on doit passer en revue nos progressions tous les 1 à 3 mois. C'est-à-dire que l'on doit regarder les objectifs et résultats clés accomplis et ajuster si nécessaire.

La fréquence des 1 à 3 mois est idéale. Elle est assez courte pour créer un sentiment d'urgence mais elle n'est pas non plus trop longue ce qui permet de se projeter facilement.

Pendant ces points de suivi, on reprend un à un nos objectifs et résultats clés et on indique à côté de chacun d'entre eux notre progression. Pour cela on peut utiliser un pourcentage, un chiffre d'affaire, un taux de conversion, un nombre de clients... Et si l'élément n'est pas quantitatif, on peut mettre un 0 pour non-accompli et un 1 pour accompli.

Voici un exemple :

🏆 Objectif : Augmenter nos ventes de 50% d'ici les 3 prochains mois
(Progression : 30% des ventes ont augmenté après 2 mois)

1. Résultat clé : Lancer des campagnes d'acquisition marketing (Progression : les campagnes nous ont permis d'augmenter de 10% les ventes)
2. Résultat clé : Contacter les clients et leur proposer d'autres produits (Progression : 80% de la base clients a été contactée)
3. Résultat clé : Offrir une réduction de 10% sur tous nos produits (Progression : 0 ce résultat clé n'a pas été accompli)

Mesurer régulièrement chaque objectif et résultat clé permet de mettre en lumière le travail accompli. On sait ainsi si on est en bonne voie pour accomplir nos objectifs et quels ajustements doivent être fait.

RESTER FLEXIBLE

Quand on applique la méthode OKR, on ne doit pas hésiter à rester flexible. On doit pouvoir changer nos objectifs et résultats clés en cours de route si nécessaire.

Si on remarque que notre approche ne fonctionne pas, que les circonstances ont changé ou que nos objectifs sont trop réalistes, on a le droit de les modifier à tout moment. Rien ne sert d'avancer sur une route qui nous emmène droit dans le mur. Notre environnement change souvent beaucoup et on doit savoir changer avec lui.

APPLIQUER LA MÉTHODE OKR AVEC TRELLO

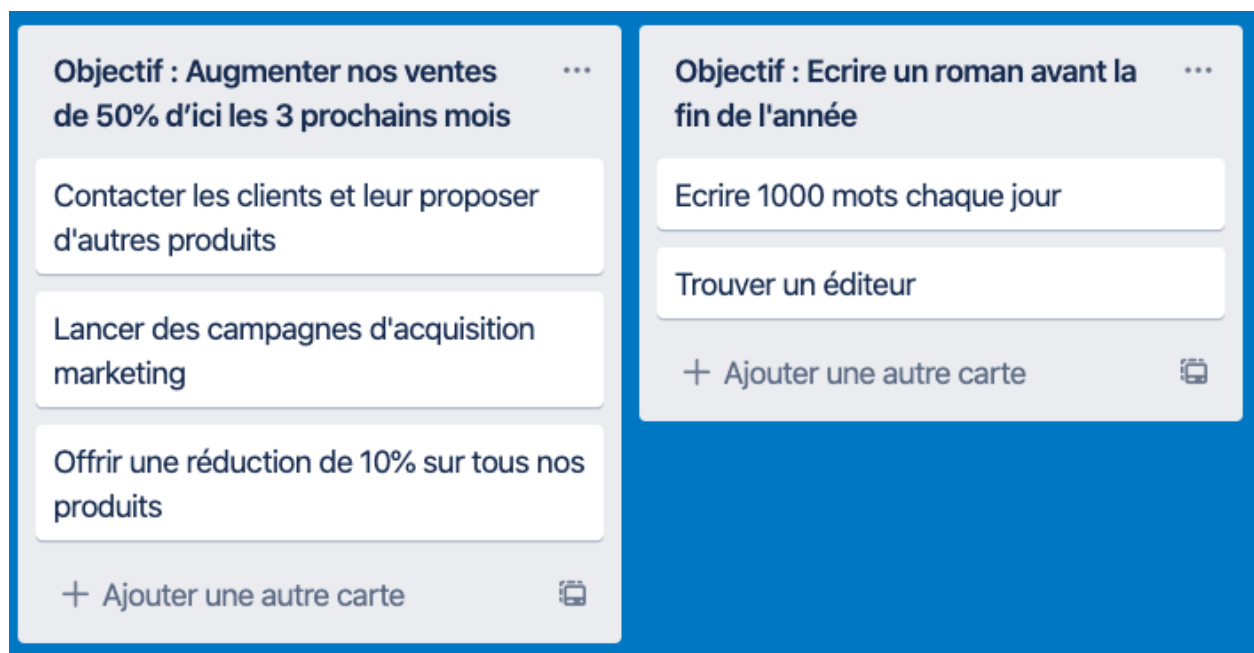
Note : La méthode suivante fonctionne avec Trello mais aussi avec toutes les applications qui se présentent sous forme de tableau telles que Notion, Click Up, Asana, Airtable,.

Pour organiser son tableau Trello selon la méthode OKR, il suffit de le structurer de la façon suivante.

Un objectif correspond à une liste



Un résultat clé à une carte



Chaque carte donne une description de ce qu'est l'OKR et détaille la liste de tâches à réaliser pour atteindre le résultat clé.

Lancer des campagnes d'acquisition marketing

Dans la liste Objectif : Augmenter nos ventes de 50% d'ici les 3 prochains mois

Description

Modifier

Il s'agit ici de créer plusieurs campagnes sur Google ads dans le but d'augmenter nos ventes de 50% d'ici à 3 mois

To-do pour ce résultat clé

Supprimer

0%

définir les mots clés à cibler

créer 3 landing pages

créer les campagnes dans Google ads

Optimiser les campagnes tous les 2 jours

Ajouter un élément

Activité

Afficher les détails

Écrivez un commentaire...

AJOUTER À LA CARTE

Membres

Étiquettes

Checklist

Date limite

Pièce jointe

Image de couvertu...

POWER-UPS

Obtenir des Power-ups

ACTIONS

Déplacer

Copier

Créer un modèle

Suivre

Les étiquettes sont utilisées pour définir le statut du résultat (planifier, en cours, fait)

Objectif : Augmenter nos ventes de 50% d'ici les 3 prochains mois

...

En cours

Contactar les clients et leur proposer d'autres produits

Planifié

Lancer des campagnes d'acquisition marketing

Fait

Offrir une réduction de 10% sur tous nos produits

+ Ajouter une autre carte

Objectif : Ecrire un roman avant la fin de l'année

...

En cours

Ecrire 1000 mots chaque jour

Fait

Trouver un éditeur

+ Ajouter une autre carte

Copyright Everlaab

Aussi pour se rappeler de faire des points réguliers sur l'avancement de nos OKR, on peut ajouter une carte de rappel en indiquant la date à laquelle on veut être rappeler de faire le suivi.



Cette simple configuration nous permet d'avoir une vue d'ensemble de ce qui doit être fait pour atteindre chaque objectif.

Ce n'est bien sûr pas la seule façon d'appliquer la méthode OKR avec Trello. Il existe certainement d'autres manières. Libre à vous maintenant de l'adapter comme bon vous semble. Le plus important est que cela fonctionne pour vous et que vous puissiez vous y retrouver facilement.

Pour aller plus loin : [Tout savoir sur les OKRs: comment les créer, les atteindre et les accompagner sur Trello](#)

APPLIQUER LA MÉTHODE OKR AVEC TODOIST

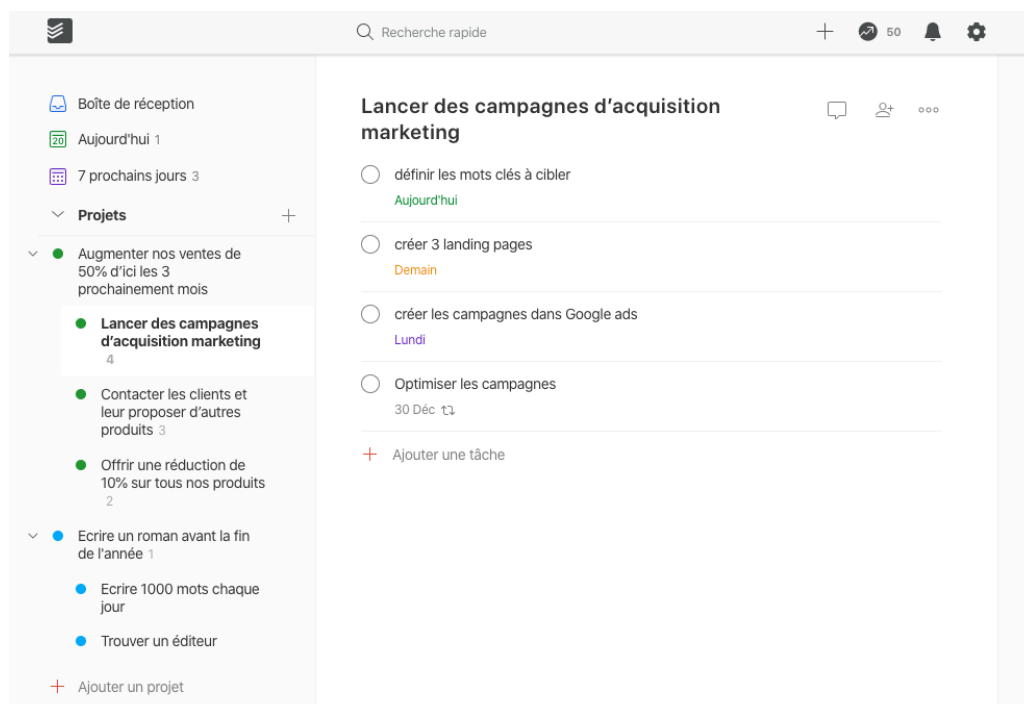
Note : La méthode suivante fonctionne avec Todoist mais aussi avec toutes les applications qui se présentent sous forme de liste à savoir : Google Tasks, TickTick, Any.do.

Pour appliquer la méthode OKR avec Todoist, il faut garder en tête que :

- Un projet = un objectif
- Un sous-projet = un résultat clé



Au sein de chacun des sous-projets, on retrouve les tâches à accomplir pour réaliser le résultat clé en question avec la date à laquelle celles-ci sont dues. Voici à quoi cela ressemble concrètement :



Personnellement j'utilise Todoist et tous les matins quand je consulte mes tâches à faire pour la journée, je sais que chacune d'entre elles est au service de mes objectifs. Cela me motive à les accomplir car je sais que je les fais dans un but précis.

CONCLUSION

La méthode OKR est une approche simple qui permet de connecter chacune de nos actions à nos objectifs.

Pour rappel, voici les différents conseils à retenir pour appliquer la méthode :

- Se fixer des objectifs ambitieux
- Se limiter à 3 – 5 résultats clés
- Garder en tête la notion de quantité mais aussi de qualité
- Faire des points tous les 1 à 3 mois
- Rester flexible