

O que aprendemos?

- Meta: é aquilo que a gente pretende alcançar, algum objetivo ou finalidade que queremos atingir.
- Métrica: são as estatísticas gerais, mensurando o desempenho através de dados e medidas.
- Micrometas: são pequenas metas que ajudam, de uma forma mais simples, estimular maior produtividade, tendo o objetivo de cumprir a grande meta.

Se a sua meta é ter um grande faturamento, o ideal seria:

- dividi-la os indicadores em micrometas.
- calcular a *taxa de conversão* (qtde. de visitas : qtde. de pedidos).
- calcular quanto x de acessos são necessários para atingir esse objetivo.
- ter menos quebra de faturamento na ideia de captação de cliente.

O ideal é que nada saia do circuito acima, por isso devemos controlar os indicadores:

- quanto entrou na receita,
- qual a projeção da receita,
- quanto a meta foi atingida,
- qual a taxa de conversão,
- qual a taxa de evolução.
- quantos pedidos tiveram.

Não devemos esquecer de avaliar o mercado e observar o crescimento do segmento de produtos, tendo o primeiro item do planejamento: *estabelecer metas*.