

Gestionarea feedback-ului



innovation hive



Co-funded by
the European Union

Sprijinul acordat de Comisia Europeană pentru realizarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru orice utilizare care ar putea fi făcută de informațiile conținute în această publicație.



Cuprins

- Introducere
- Obiective de învățare
- Tipuri de feedback de afaceri
- Integrarea feedback-ului
- Gestionarea feedback-ului negativ
- Exemple de succes
- Referințe



Introducere



În cadrul unei întreprinderi mici și mijlocii (IMM), dar și în orice întreprindere, gestionarea feedback-ului este un proces dinamic care este esențial pentru dezvoltarea și îmbunătățirea companiei. Performanța întreprinderii, ofertele de produse și inițiativele operaționale sunt reflectate în feedback, indiferent dacă acesta vine de la clienți, angajați sau alte părți interesate.

Feedback-ul combină, în esență, **complimentele** și **criticile**, oferind o evaluare cuprinzătoare a atuurilor și a domeniilor de dezvoltare ale IMM-urilor. Pentru a gestiona eficient feedback-ul, un IMM trebuie să instituie o cultură care să **prețuiască** contribuțiile, să **încurajeze** comunicarea deschisă și să **vadă critica constructivă ca pe o** modalitate de a progresa, mai degrabă decât ca pe o amenințare la adresa status quo-ului. Un IMM își poate maximiza potențialul de transformare, își poate îmbunătăți serviciile și își poate corecta greșelile prin acceptarea criticilor cu o minte deschisă și cu dorința de a se schimba.

O întreprindere își poate maximiza potențialul de transformare, își poate îmbunătăți ofertele, își poate remedia defectele și, în cele din urmă, își poate spori competitivitatea pe o piață în continuă schimbare. Feedback-ul servește drept busolă pentru călătoria pe termen lung a IMM-urilor către excelență, pe lângă faptul că acționează ca un motor pentru îmbunătățiri imediate.



Obiective de învățare

- ✓ *Îmbunătățirea satisfacției clienților este mai mare prin abordarea și implementarea activă a schimbărilor bazate pe feedback-ul clienților*
- ✓ *Propuneți modalități de îmbunătățire a proceselor interne*
- ✓ *Consolidarea angajamentului angajaților*



Tipuri de feedback de afaceri



Feedback-ul angajaților:

- ✓ Evaluări de performanță: Evaluări ale performanțelor unui angajat de către supraveghetori sau colegi.
- ✓ Sondajele angajaților: Chestionare pentru a colecta informații privind satisfacția la locul de muncă, implicarea și sugestiile de îmbunătățire.

Feedback-ul clienților:

- ✓ Sondaje și chestionare: Formulare structurate cu întrebări predefinite.
- ✓ Recenzii și evaluări: Evaluări și comentarii pe platforme precum Yelp, Google sau social media.
- ✓ Interacțiuni cu serviciul clienți: Feedback-ul furnizat direct în timpul interacțiunilor cu serviciul de asistență clienți.



Tipuri de feedback de afaceri

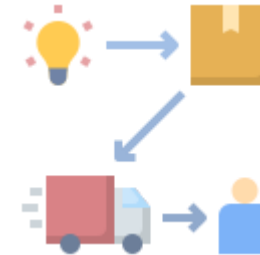


Feedback în social media:

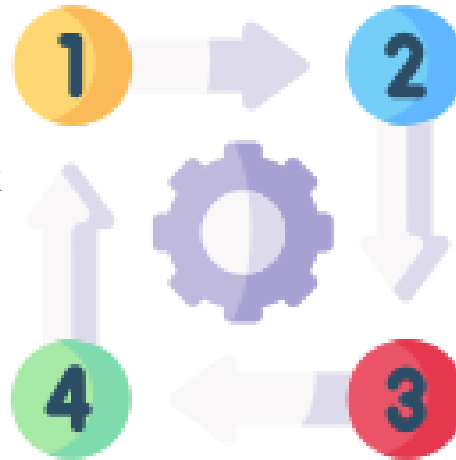
- ✓ Comentarii și mențiuni: Monitorizarea a ceea ce spun clienții despre afacere pe platformele de socializare.
- ✓ Aprecieri și distribuiri: Indicatori ai popularității și acceptării produselor sau serviciilor.

Feedback-ul furnizorului:

- ✓ Evaluări ale furnizorilor: Evaluarea performanțelor și a fiabilității furnizorilor.
- ✓ Feedback privind calitatea produselor: Contribuții privind calitatea și consecvența bunurilor sau serviciilor furnizate.



Integrarea feedback-ului



Stabilirea priorităților pentru feedback

Clasificați feedback-ul în categorii precum probleme urgente, îmbunătățiri pe termen lung sau întăriri pozitive.

Elaborarea unui plan de acțiune

Împărțiți obiectivele mari în sarcini mai mici, ușor de gestionat. Creați un calendar cu etape importante pentru a urmări progresul.

Creați un grup operativ sau o echipă de proiect

Formați un grup responsabil cu supravegherea procesului de punere în aplicare. Definiți în mod clar cine este responsabil pentru fiecare aspect al implementării.

Recunoașterea feedback-ului

Anunțați clienții, angajații sau părțile interesate că feedback-ul lor a fost ascultat și că este luat în considerare.

Gestionarea feedback-ului negativ

Gestionarea feedback-ului negativ este un aspect critic al gestionării eficiente a unei afaceri. Dacă este gestionat corect, feedback-ul negativ poate fi transformat într-o oportunitate de îmbunătățire și de fidelizare a clienților. Iată un ghid detaliat despre cum să gestionați feedback-ul negativ:



Gestionarea feedback-ului negativ

Exprimați empatie:



Empatizați cu clientul: Arătați înțelegere față de experiența clientului și exprimați empatie pentru orice inconvenient sau nemulțumire. Alegeți cuvinte care să vă exprime înțelegerea perspectivei lor.



Asumați-vă responsabilitatea:

Dacă feedback-ul negativ este rezultatul unei greșeli din partea dumneavoastră, asumați-vă responsabilitatea pentru aceasta. Abțineți-vă de la a da vina pe factorii externi și concentrați-vă asupra soluțiilor.



Solicitați detalii specifice:

Cereți detalii specifice despre experiența clientului pentru a înțelege mai bine problema. Solicitați numerele de comandă, datele sau orice alte detalii relevante care pot ajuta la investigarea problemei.

Exemple de succes



Domino's Pizza:

- **Provocare:** La sfârșitul anilor 2000, Domino's Pizza a primit un feedback negativ pe scară largă cu privire la calitatea pizza lor.
- **Răspuns:** Domino's a lansat campania "Pizza Turnaround", recunoscând criticile și promițând să se îmbunătățească. Și-au revizuit rețetele, ingredientele și procesul de gătit.
- **Rezultat:** Campania a fost bine primită, iar Domino's a înregistrat o creștere semnificativă a vânzărilor și a satisfacției clienților.



Referințe

- Schreiner, E., 2014, 5 pași pentru procesul de comunicare la locul de muncă, vizualizat la 07septembrie 2015, de pe <http://smallbusiness.chron.com/5-steps-communicationprocess-workplace-16735.html>
 - Oosthuizen, T.F.J., 2011, "Task of management", în J. Strydom (ed.), Principles of business management, ed. a 2-a, pp. 55-75, Oxford University, Cape Town.
 - Thill, J. & Bovée, C., 2013, Excellence in business communication, ed. a 10-a., Pearson, New York.
-