

Umgang mit Feedback



Co-funded by
the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Inhalt

- Einführung
- Lernziele
- Arten von Unternehmensfeedback
- Integration von Feedback
- Umgang mit negativem Feedback
- Erfolgsbeispiele
- Referenzen



Einführung



In einem kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), aber auch in jedem anderen Unternehmen, ist der Umgang mit Feedback ein dynamischer Prozess, der für die Entwicklung und Verbesserung des Unternehmens entscheidend ist.

*Die Leistung des Unternehmens, die Produktangebote und die betrieblichen Initiativen spiegeln sich im Feedback wider, egal ob es von Kund:innen, Mitarbeiter:innen oder anderen Interessengruppen kommt. Feedback ist im Wesentlichen eine Kombination aus **Lob** und **Kritik**, was eine umfassende Bewertung der Stärken und Entwicklungsbereiche des KMU ermöglicht. Um Feedback effizient zu handhaben, muss ein KMU eine Kultur etablieren, die Input **schätzt**, offene Kommunikation **fördert** und **konstruktive Kritik** nicht als Bedrohung des Status quo, sondern als Möglichkeit zur Weiterentwicklung ansieht. Ein KMU kann sein Transformationspotenzial maximieren, seine Dienstleistungen verbessern und Fehler korrigieren, wenn es Kritik aufgeschlossen entgegennimmt und bereit ist, sich zu verändern.*

Ein Unternehmen kann sein Transformationspotenzial maximieren, sein Angebot verbessern, Schwachstellen beseitigen und letztlich seine Wettbewerbsfähigkeit auf einem sich schnell verändernden Markt steigern. Das Feedback dient als Kompass für die langfristige Reise des KMU in Richtung Exzellenz, aber auch als Antrieb für unmittelbare Verbesserungen.



Lernziele

- ✓ *Steigerung der Kund:innenzufriedenheit durch aktives Ansprechen und Umsetzen von Änderungen auf der Grundlage des Kund:innenfeedbacks*
- ✓ *Verbesserungsvorschläge für interne Abläufe*
- ✓ *Stärkung des Mitarbeiter:innenengagements*



Arten von Unternehmensfeedback



Mitarbeiter:innen-Feedback:

- ✓ Leistungsbeurteilungen: Beurteilungen der Leistung eines:einer Mitarbeiter:in durch Vorgesetzte oder Kolleg:innen.
- ✓ Mitarbeiter:innenbefragungen: Fragebögen, um Erkenntnisse über die Zufriedenheit und das Engagement am Arbeitsplatz sowie Verbesserungsvorschläge zu sammeln.

Kund:innen-Feedback:

- ✓ Umfragen und Fragebögen: Strukturierte Formulare mit vordefinierten Fragen.
- ✓ Rezensionen und Bewertungen: Bewertungen und Kommentare auf Plattformen wie Yelp, Google oder sozialen Medien.
- ✓ Interaktionen mit dem Kund:innendienst: Rückmeldungen, die direkt während der Interaktionen mit dem Kund:innensupport gegeben werden.



Arten von Unternehmensfeedback

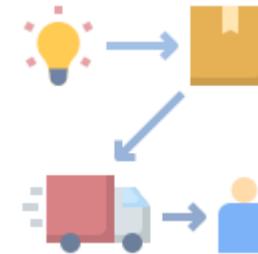


Feedback in den sozialen Medien:

- ✓ Kommentare und Erwähnungen: Beobachten Sie, was Kund:innen auf Social-Media-Plattformen über Ihr Unternehmen sagen.
- ✓ Likes und Shares: Indikatoren für die Beliebtheit und Akzeptanz von Produkten oder Dienstleistungen.

Lieferant:innen-Feedback:

- ✓ Bewertung von Lieferant:innen: Bewertung der Leistung und Zuverlässigkeit von Lieferant:innen.
- ✓ Feedback zur Produktqualität: Feedback zur Qualität und Konsistenz der gelieferten Waren oder Dienstleistungen.



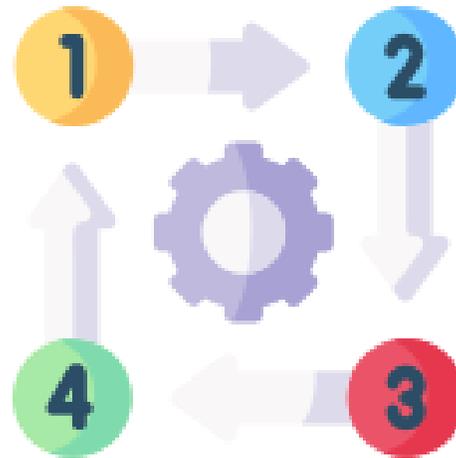
Integration von Feedback

Priorisierung von Feedback

Klassifizieren Sie das Feedback in Kategorien wie dringende Probleme, langfristige Verbesserungen oder positive Verstärkung.

Bildung einer Task Force oder eines Projektteams

Bilden Sie eine Gruppe, die für die Überwachung des Umsetzungsprozesses verantwortlich ist. Legen Sie klar fest, wer für die einzelnen Aspekte der Umsetzung verantwortlich ist.



Erarbeitung eines Aktionsplans

Unterteilen Sie größere Ziele in kleinere, überschaubare Aufgaben. Erstellen Sie einen Zeitplan mit Meilensteinen, um den Fortschritt zu verfolgen.

Rückmeldungen anerkennen

Lassen Sie Kund:innen, Mitarbeiter:innen oder Interessengruppen wissen, dass ihr Feedback gehört wurde und berücksichtigt wird.

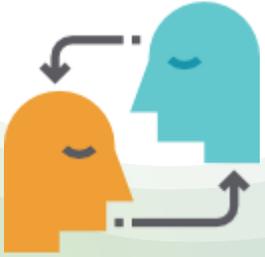
Umgang mit negativem Feedback

Der Umgang mit negativem Feedback ist ein entscheidender Aspekt der effektiven Führung eines Unternehmens. Richtig gehandhabt, kann negatives Feedback in eine Chance zur Verbesserung und Kund:innenbindung umgewandelt werden. Hier finden Sie einen detaillierten Leitfaden für den Umgang mit negativem Feedback:



Umgang mit negativem Feedback

Empathie ausdrücken:



Empathie für die Kund:innen: Zeigen Sie Verständnis für die Erfahrungen der Kund:innen und drücken Sie Ihr Mitgefühl für etwaige Unannehmlichkeiten oder Unzufriedenheit aus. Wählen Sie Worte, die Ihr Verständnis für die Perspektive der Kund:innen zum Ausdruck bringen.



Verantwortung übernehmen:

Wenn das negative Feedback auf einen Fehler Ihrerseits zurückzuführen ist, übernehmen Sie die Verantwortung dafür. Geben Sie nicht externen Faktoren die Schuld, sondern konzentrieren Sie sich auf Lösungen.



Spezifische Details anfordern:

Fragen Sie nach spezifischen Details über die Erfahrungen der Kund:innen, um das Problem besser zu verstehen. Fragen Sie nach Bestellnummern, Daten oder anderen relevanten Details, die bei der Untersuchung des Problems helfen können.

Erfolgsbeispiele



Domino's Pizza:

- **Herausforderung:** In den späten 2000er Jahren erhielt Domino's Pizza viele negative Rückmeldungen über die Qualität der Pizzen.
- **Reaktion:** Domino's startete die Kampagne "Pizza Turnaround", räumte die Kritik ein und versprach, sich zu verbessern. Sie überarbeiteten ihre Rezepte, die Zutaten und den Zubereitungsprozess.
- **Ergebnis:** Die Kampagne kam gut an und Domino's verzeichnete einen deutlichen Anstieg der Verkaufszahlen und der Kund:innenzufriedenheit.



Referenzen

- Schreiner, E., 2014, 5 Steps to the communication process in the workplace, viewed 07September 2015, from <http://smallbusiness.chron.com/5-steps-communicationprocess-workplace-16735.html>
 - Oosthuizen, T.F.J., 2011, 'Task of management', in J. Strydom (ed.), Principles of business management, 2nd edn., pp. 55–75, Oxford University, Cape Town
 - Thill, J. & Bovée, C., 2013, Excellence in business communication, 10th edn., Pearson, New York.
-