

Αντιμετώπιση της ανατροφοδότησης



Co-funded by
the European Union



Περιεχόμενα

- Εισαγωγή
- Μαθησιακοί στόχοι
- Τύποι επιχειρηματικής ανατροφοδότησης
- Ενσωμάτωση της ανατροφοδότησης
- Αντιμετώπιση της αρνητικής ανατροφοδότησης
- Επιτυχημένα παραδείγματα
- Αναφορές



Εισαγωγή



Σε μια Μικρομεσαία Επιχείρηση (ΜΜΕ), αλλά και σε κάθε επιχείρηση, ο χειρισμός της ανατροφοδότησης είναι μια δυναμική διαδικασία που είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη και τη βελτίωση της επιχείρησης.

Οι επιδόσεις της επιχείρησης, οι προσφορές προϊόντων και οι επιχειρησιακές πρωτοβουλίες αντικατοπτρίζονται στα σχόλια, είτε αυτά προέρχονται από πελάτες, είτε από εργαζόμενους, είτε από άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.

Η ανατροφοδότηση ουσιαστικά συνδυάζει **τα κομπλιμέντα** και την **κριτική**, παρέχοντας μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων και των τομέων ανάπτυξης της ΜΜΕ. Για να διαχειριστεί αποτελεσματικά την ανατροφοδότηση, μια ΜΜΕ πρέπει να καθιερώσει μια κουλτούρα που **εκτιμά τις** εισροές, **ενθαρρύνει την** ανοιχτή επικοινωνία και **βλέπει την εποικοδομητική κριτική** ως έναν τρόπο προόδου και όχι ως απειλή για το status quo. Μια ΜΜΕ μπορεί να μεγιστοποιήσει το μετασχηματιστικό της δυναμικό, να βελτιώσει τις υπηρεσίες της και να διορθώσει τα λάθη της, αποδεχόμενη την κριτική με ανοιχτό μυαλό και διάθεση για αλλαγή.

Μια επιχείρηση μπορεί να μεγιστοποιήσει το μετασχηματιστικό δυναμικό της, να βελτιώσει τις προσφορές της, να αντιμετωπίσει τις αδυναμίες της και τελικά να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της σε μια ταχέως εξελισσόμενη αγορά. Η ανατροφοδότηση χρησιμεύει ως πυξίδα για το μακροπρόθεσμο ταξίδι της ΜΜΕ προς την αριστεία, εκτός από το να λειτουργεί ως κινητήριο μοχλός για άμεσες βελτιώσεις.



Μαθησιακοί στόχοι

- ✓ Βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών με την ενεργή αντιμετώπιση και εφαρμογή αλλαγών με βάση την ανατροφοδότηση των πελατών.
- ✓ Προτείνετε τρόπους βελτίωσης των εσωτερικών διαδικασιών
- ✓ Ενίσχυση της δέσμευσης των εργαζομένων



Τύποι επιχειρηματικής ανατροφοδότησης



Ανατροφοδότηση εργαζομένων:

- ✓ Αξιολογήσεις απόδοσης: Αξιολογήσεις της απόδοσης ενός εργαζομένου από προϊσταμένους ή συναδέλφους.
- ✓ Έρευνες εργαζομένων: Ερωτηματολόγια για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με την ικανοποίηση από τον χώρο εργασίας, τη δέσμευση και τις προτάσεις βελτίωσης.

Ανατροφοδότηση πελατών:

- ✓ Έρευνες και ερωτηματολόγια: Δομημένες φόρμες με προκαθορισμένες ερωτήσεις.
- ✓ Κριτικές και αξιολογήσεις: Αξιολογήσεις και σχόλια σε πλατφόρμες όπως το Yelp, το Google ή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- ✓ Αλληλεπιδράσεις εξυπηρέτησης πελατών: Ανατροφοδότηση που παρέχεται άμεσα κατά τη διάρκεια αλληλεπιδράσεων με την υποστήριξη πελατών.



Τύποι επιχειρηματικής ανατροφοδότησης

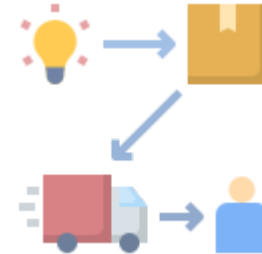


Ανατροφοδότηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- ✓ Σχόλια και αναφορές: Παρακολούθηση του τι λένε οι πελάτες για την επιχείρηση στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.
- ✓ Μου αρέσει και μοιράζομαι: Δείκτες της δημοτικότητας και της αποδοχής προϊόντων ή υπηρεσιών.

Ανατροφοδότηση προμηθευτών:

- ✓ Αξιολογήσεις προμηθευτών: Αξιολόγηση της απόδοσης και της αξιοπιστίας των προμηθευτών.
- ✓ Ανατροφοδότηση σχετικά με την ποιότητα του προϊόντος: Εισροές σχετικά με την ποιότητα και τη συνέπεια των παρεχόμενων αγαθών ή υπηρεσιών.



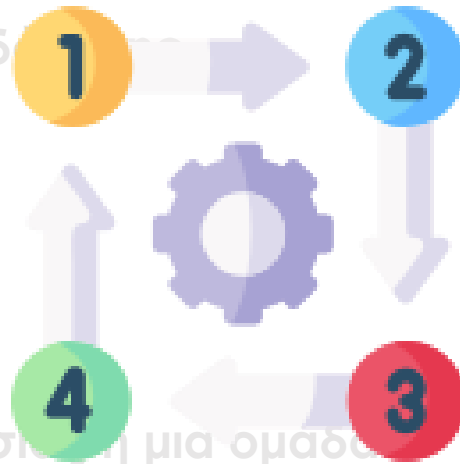
Ενσωμάτωση της ανατροφοδότησης

Ιεράρχηση της ανατροφοδότησης

Ταξινομήστε την ανατροφοδότηση σε κατηγορίες όπως επείγοντα ζητήματα, μακροπρόθεσμες βελτιώσεις ή θετική ενίσχυση.

Δημιουργήστε μια ομάδα εργασίας ή μια ομάδα έργου

Σχηματίστε μια ομάδα υπεύθυνη για την επίβλεψη της διαδικασίας υλοποίησης. Καθορίστε με σαφήνεια ποιος είναι υπεύθυνος για κάθε πτυχή της εφαρμογής.



Ανάπτυξη σχεδίου δράσης

Χωρίστε τους μεγαλύτερους στόχους σε μικρότερα, διαχειρίσιμα καθήκοντα. Δημιουργήστε ένα χρονοδιάγραμμα με ορόσημα για την παρακολούθηση της προόδου.

Αναγνώριση ανατροφοδότησης

Ενημερώστε τους πελάτες, τους υπαλλήλους ή τους ενδιαφερόμενους φορείς ότι τα σχόλιά τους έχουν εισακουστεί και αντιμετωπίζονται.

Αντιμετώπιση της αρνητικής ανατροφοδότησης

Η αντιμετώπιση των αρνητικών σχολίων είναι μια κρίσιμη πτυχή της αποτελεσματικής διαχείρισης μιας επιχείρησης. Η αρνητική ανατροφοδότηση, εάν αντιμετωπιστεί σωστά, μπορεί να μετατραπεί σε ευκαιρία για βελτίωση και αφοσίωση των πελατών. Ακολουθεί ένας λεπτομερής οδηγός σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης των αρνητικών σχολίων.



Αντιμετώπιση της αρνητικής ανατροφοδότησης

Εκφράστε ενσυναίσθηση:



Συμπάσχετε με τον πελάτη: Δείξτε κατανόηση της εμπειρίας του πελάτη και εκφράστε ενσυναίσθηση για οποιαδήποτε ενόχληση ή δυσαρέσκεια. Επιλέξτε λέξεις που μεταδίδουν την κατανόηση της οπτικής τους γωνίας.



Αναλάβετε την ευθύνη:

Εάν τα αρνητικά σχόλια είναι αποτέλεσμα λάθους εκ μέρους σας, αναλάβετε την ευθύνη. Αποφύγετε την επίρριψη ευθυνών σε εξωτερικούς παράγοντες και επικεντρωθείτε στις λύσεις.



Ζητήστε συγκεκριμένες λεπτομέρειες:

Ζητήστε συγκεκριμένες λεπτομέρειες σχετικά με την εμπειρία του πελάτη για να κατανοήσετε καλύτερα το πρόβλημα. Ζητήστε αριθμούς παραγγελιών, ημερομηνίες ή οποιαδήποτε άλλη σχετική λεπτομέρεια που μπορεί να βοηθήσει στη διερεύνηση του προβλήματος.

Επιτυχημένα παραδείγματα



Domino's Pizza:

- **Πρόκληση:** Στα τέλη της δεκαετίας του 2000, η Domino's Pizza έλαβε εκτεταμένα αρνητικά σχόλια σχετικά με την ποιότητα της πίτσας της.
- **Απάντηση:** Η Domino's ξεκίνησε την εκστρατεία "Pizza Turnaround", αναγνωρίζοντας την κριτική και υποσχόμενη βελτίωση. Ανανέωσαν τις συνταγές, τα συστατικά και τη διαδικασία μαγειρέματος.
- **Αποτελέσματα:** Η καμπάνια έτυχε καλής υποδοχής και η Domino's σημείωσε σημαντική αύξηση των πωλήσεων και της ικανοποίησης των πελατών της.



Πηγές

- Schreiner, E., 2014, 5 Steps to the communication process in the workplace (5 βήματα για την επικοινωνιακή διαδικασία στον εργασιακό χώρο), αναρτημένο στις 07 Σεπτεμβρίου 2015, από <http://smallbusiness.chron.com/5-steps-communicationprocess-workplace-16735.html>.
 - Oosthuizen, T.F.J., 2011, "Task of management", στο J. Strydom (επιμ.), Principles of business management, 2η έκδοση, σ. 55-75, Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης, Κέιπ Τάουν.
 - Thill, J. & Bovée, C., 2013, Excellence in business communication, 10th edn., Pearson, New York.
-