



E-LEARNING

Livello 3



Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

WA3: Comunicazione e marketing

3.3 Costruire e migliorare le relazioni: Parte A

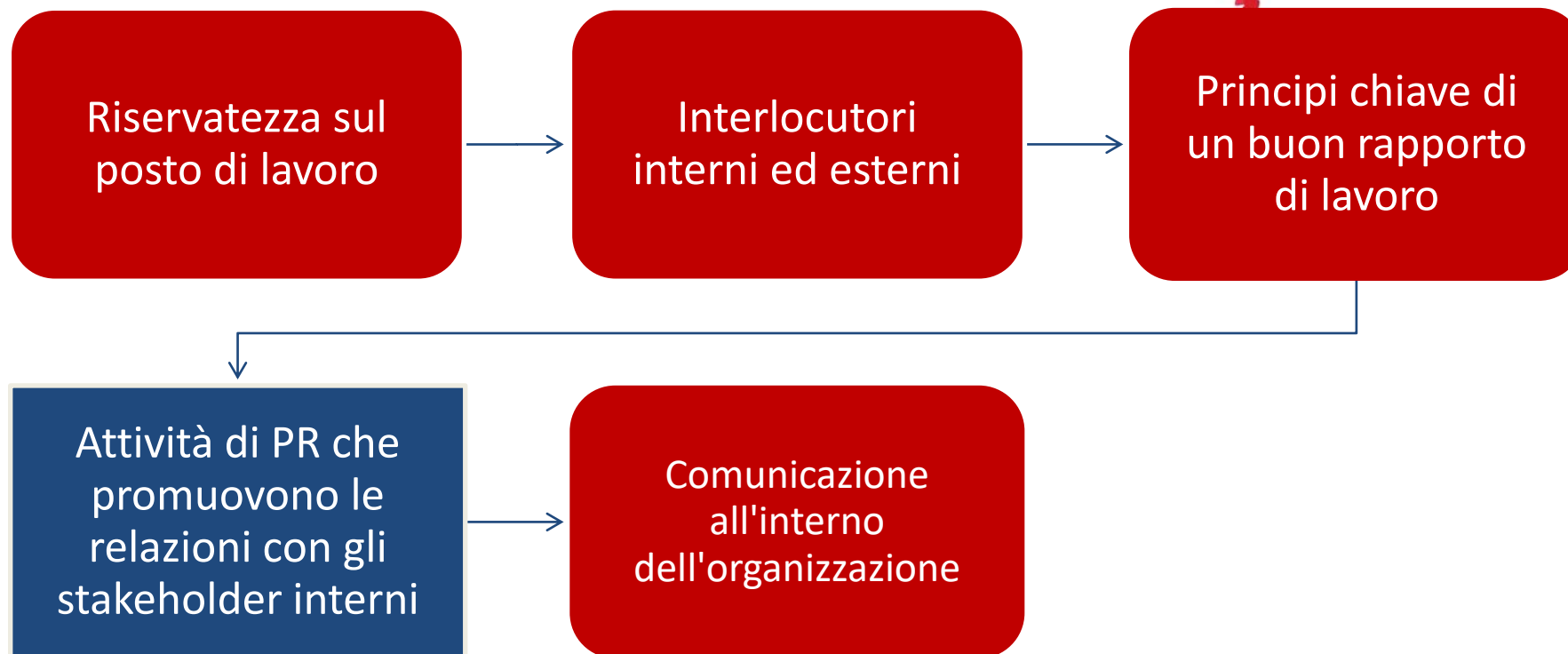
LO3.7 Dimostrare la capacità di ricordare i principi chiave della protezione, della sicurezza e della riservatezza dei dati all'interno del luogo di lavoro e dell'ambiente aziendale e di applicare questi principi in modo efficace ed efficiente.

LO3.8: Dimostrare la capacità di ricordare i principi chiave delle buone relazioni con i clienti e gli altri interlocutori esterni, dimostrare competenza nell'applicare questi principi in modo chiaro ed efficace. Essere in grado di svolgere attività di pubbliche relazioni per migliorare le relazioni sul posto di lavoro, ad esempio riconoscendo compleanni, onomastici e altre occasioni speciali.

LO3.9: Dimostrare la capacità di ricordare i principi chiave delle buone relazioni di lavoro all'interno dell'organizzazione e dimostrare competenza nell'applicare questi principi in modo chiaro ed efficace all'interno dell'organizzazione. Essere in grado di svolgere attività di pubbliche relazioni per migliorare i rapporti sul posto di lavoro, ad esempio per riconoscere compleanni, onomastici e altre occasioni speciali.



Mappa del percorso



Definizione

- Mantenere la riservatezza delle informazioni sui clienti e sull'azienda
- Trattare tutte le informazioni che si incontrano come confidenziali.
- Ciò che si vede e si sente sul posto di lavoro rimane sul posto di lavoro. Nessuna informazione può essere comunicata a persone esterne al luogo di lavoro.
- Accedere ai file solo se autorizzati. Nessun materiale o file riservato può uscire da un'azienda.
- Non discutere di affari al di fuori del luogo di lavoro.

È possibile intraprendere azioni legali nei confronti di una persona o di un'organizzazione che riveli informazioni sui clienti e sull'azienda.

Riservatezza sul posto di lavoro

- Registri sanitari
- Informazioni sulla privacy
- La privacy

La riservatezza sul posto di lavoro

A man visits your office and asks for a woman who no longer works for your company. You inform him that she no longer works for this company. The man tells you that he is an old friend from abroad and he wants to surprise her. He is asking for her address.

How do you deal with this matter?

- You write down your ex-worker's address. After all she will be so pleased to see an old friend. She was not in the best mood recently.
- You deny giving the address. Instead, you give him her phone number, suggesting him to contact her directly.
- You deny giving the address. Instead, you ask him to give you his phone number. You need to ask the woman for permission in order to disclose such information.

Quindi...

Perché è importante la riservatezza?

Perché ci sono **informazioni personali** che non devono essere condivise, come questioni mediche o personali (ad esempio, il divorzio) che causano disagio quando vengono discusse. **Il datore di lavoro e i colleghi devono rispettarlo.**

L'assistente personale si imbatte spesso in informazioni riservate

- In relazione al resto dei dipendenti
- Relativo al manager stesso

Per essere sicuri

- Non dovete MAI rivelare alcuna informazione a nessuno, a meno che non sia assolutamente necessario per il vostro o il loro lavoro.
- Se non siete sicuri, chiedete pure!

Principi generali

- Assicurarsi che le informazioni riservate siano efficacemente protette contro la divulgazione impropria quando vengono smaltite, archiviate, trasmesse o ricevute.
- Se si divulgano informazioni riservate, si devono rilasciare solo le informazioni necessarie allo scopo.
- Dovete assicurarvi che le altre persone a cui comunicate le informazioni capiscano che vengono date loro in via confidenziale e che devono rispettarle.



E-EUPA_LO_3.7_002

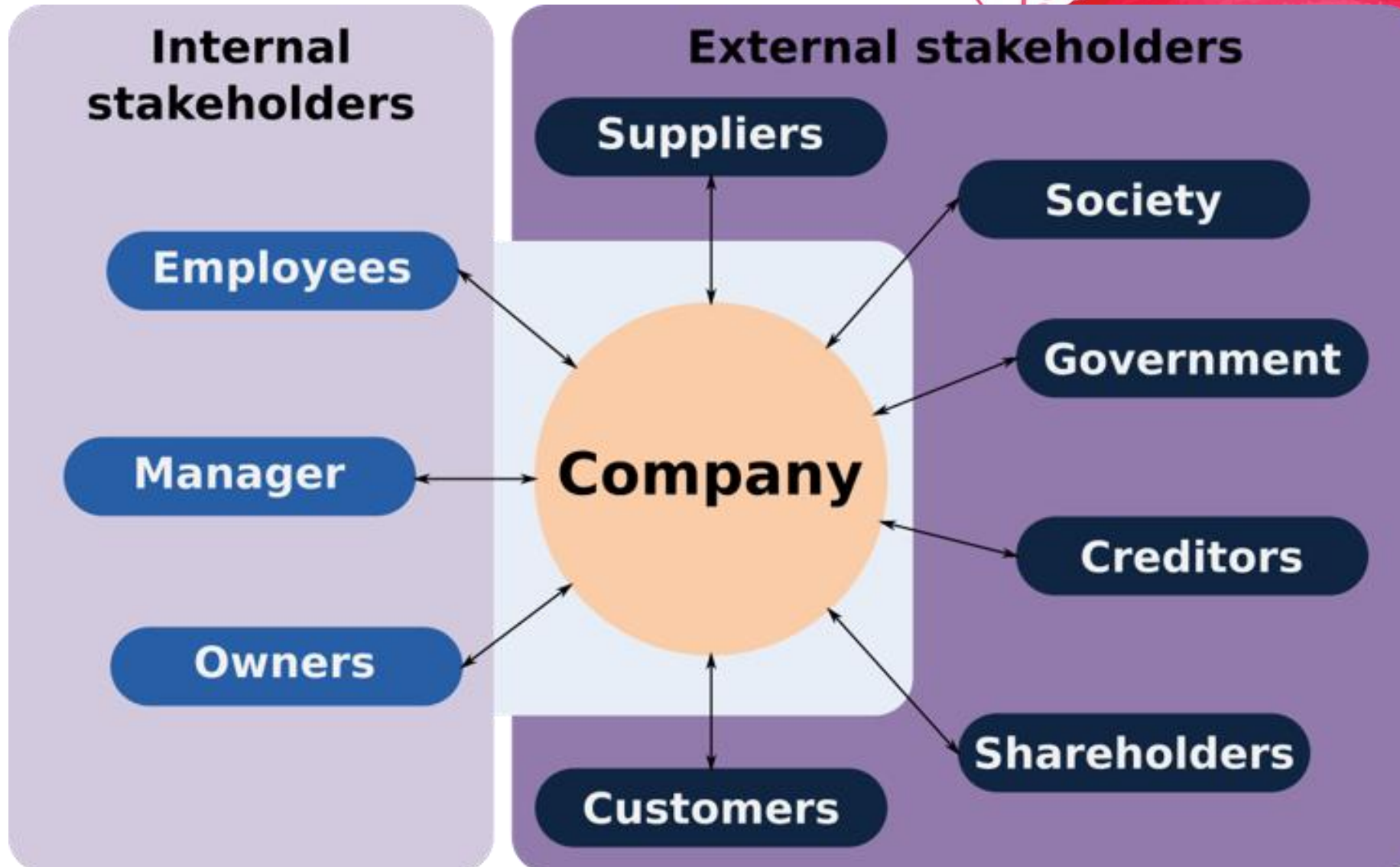
Violazione della riservatezza



Gli stakeholder

Sono persone che hanno un interesse personale nell'azienda.





Interlocutori interni ed esterni



Stakeholder interni: dipendenti, manager, proprietari/azionisti. → Tutti sono interessati ai salari e alla stabilità del posto di lavoro, oltre che ad altri benefici. I manager possono ricevere dei bonus, quindi vogliono che l'azienda abbia successo. I proprietari/azionisti vogliono il meglio per l'azienda, in modo da guadagnare di più.

Interlocutori interni ed esterni

Stakeholder esterni: clienti, fornitori, governo.

Coinvolti nell'azienda, ma non direttamente impiegati dall'azienda. I clienti sono interessati ai prezzi e alla qualità del prodotto. I fornitori sono interessati al successo e alla stabilità dell'azienda, in modo da potersi assicurare clienti anche in futuro. Il governo è interessato perché le aziende pagano le tasse e devono rispettare la legge quando assumono personale.

Identificare tre importanti clienti - stakeholder


- "Ciao Sheila! Puoi prenotarmi un biglietto aereo per Parigi questo sabato mattina"?
- "Signor Duchovny, il suo credito è scaduto".
- **Mary, possiamo mandare dei fiori oggi a tutte le persone che si chiamano Andrew in ufficio?**

Agente di viaggio

Banchiere

Fiorista

Importanza e benefici delle relazioni positive

- 
- Miglioramento del lavoro di squadra
 - Miglioramento del morale dei dipendenti
 - Mantenimento
 - Aumento della produttività

Accettazione

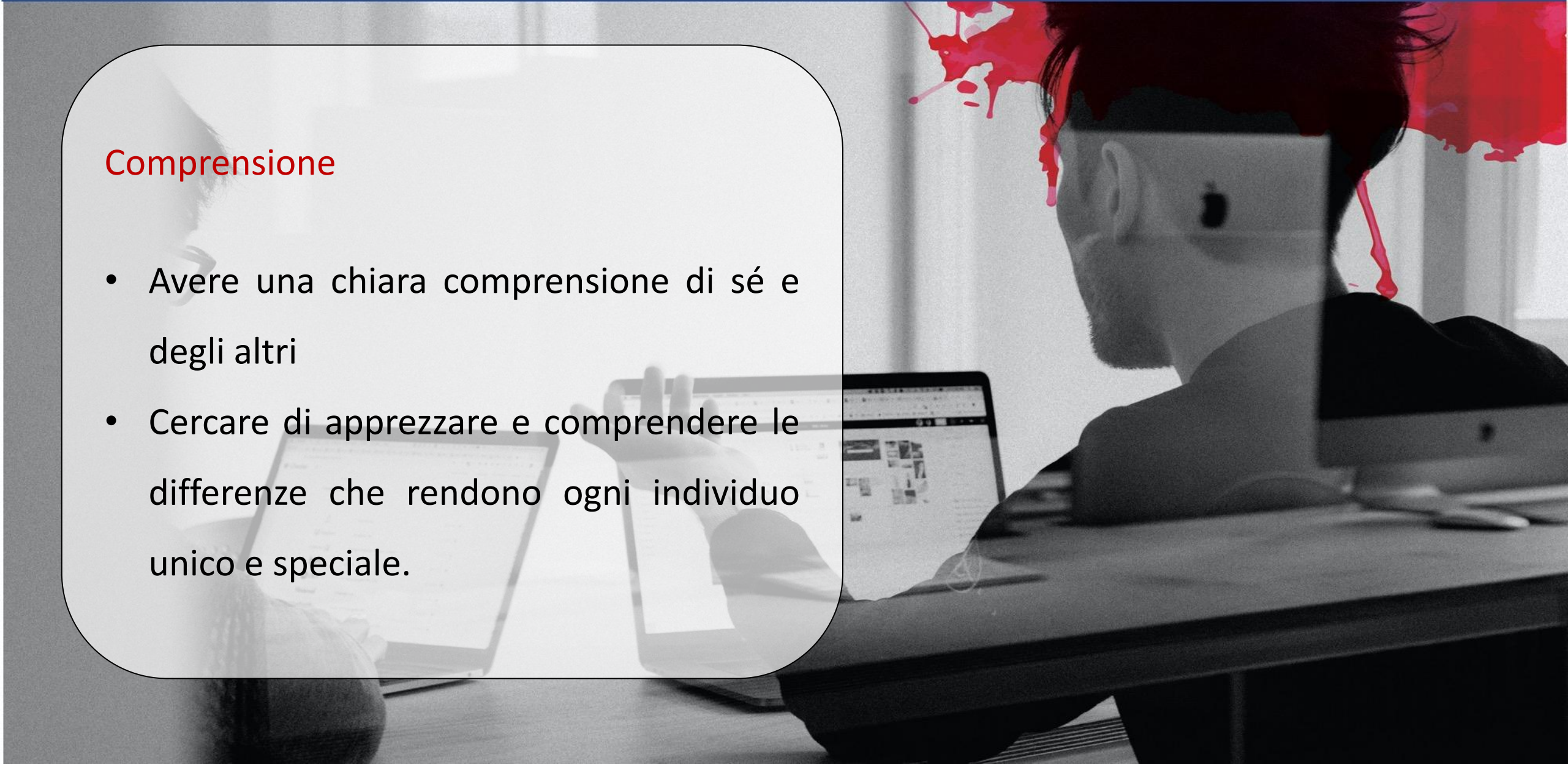
- Accettare le persone per quello che sono
- Tutte le persone sono uniche e questo è un bene.

Il rispetto

- Trattare tutte le persone con rispetto
- Non manipolare gli altri
- Rispettare il diritto degli altri di essere chi e cosa sono e non cercare di cambiarli.

Comprensione

- Avere una chiara comprensione di sé e degli altri
- Cercare di apprezzare e comprendere le differenze che rendono ogni individuo unico e speciale.



Trasparenza

- Essere aperti e onesti
- Consentire e incoraggiare gli altri ad essere se stessi
- Promuovere un senso di apertura
- Non permettete che predisposizioni, pregiudizi o preconcetti ostacolino relazioni aperte e armoniose.



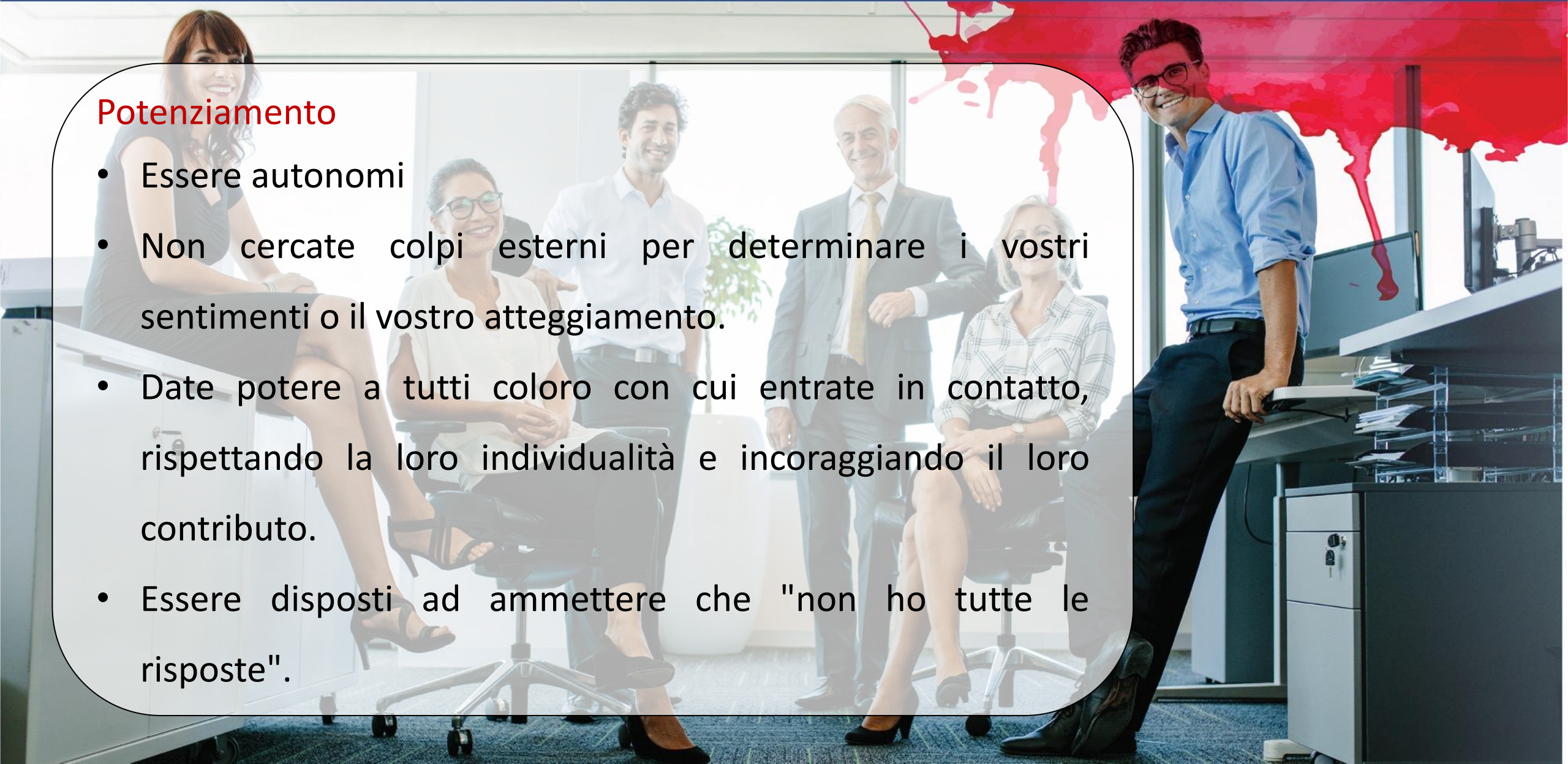
Non giudizio

- Non giudicare
- Accettare e praticare la convinzione che siamo tutti diversi e unici.
- Avvicinarsi agli altri con l'atteggiamento di chi sa che in una determinata situazione ci sono più dimensioni del semplice "giusto" o "sbagliato".
- Aspettatevi e accogliete queste differenze di percezione come opportunità di apprendimento.



Potenziamento

- Essere autonomi
- Non cercate colpi esterni per determinare i vostri sentimenti o il vostro atteggiamento.
- Date potere a tutti coloro con cui entrate in contatto, rispettando la loro individualità e incoraggiando il loro contributo.
- Essere disposti ad ammettere che "non ho tutte le risposte".



Fiducia

- Operare su una base fondamentale di onestà
- Essere onesti con gli altri
- Promuovere in modo proattivo un ambiente che invita alla discussione aperta e a punti di vista diversi.
- Mantenere la riservatezza quando gli altri si confidano con noi

Comprendere le relazioni con i clienti e gli altri stakeholder interni.

- **Avere un'immagine amichevole e buone relazioni sul lavoro è stata la risposta a una delle dodici domande chiave che predicevano la soddisfazione lavorativa.**
 - **Attività di PR**
 - Ricordare i compleanni, gli onomastici, ecc.
 - **Incontrare personalmente i colleghi al di fuori del lavoro**
 - **Rimanere in contatto**
 - **Siate amichevoli**
 - **Mostrate un interesse sincero (ad esempio, sapete che il figlio di un vostro collega è malato - chiedete informazioni sulla sua salute), ma siate discreti.**

Come mantenere le relazioni con i principali stakeholder



Comportamento del dipendente: reazione di un dipendente a una particolare situazione sul posto di lavoro.

I dipendenti devono comportarsi in modo sensato sul posto di lavoro per:

- Ottenere apprezzamento e rispetto dagli altri
- Mantenere una cultura del lavoro sana
- Non gridare mai sui compagni di lavoro
- Diffondere voci
- Criticare il proprio capo
- Siate gentili e parlate a bassa voce
- Ricordate che non siete gli unici a lavorare

Relazioni positive sul posto di lavoro: vitali per il successo della carriera.

Le relazioni possono influenzare positivamente o negativamente la soddisfazione per il lavoro, la capacità di progredire e il riconoscimento dei risultati ottenuti.

- Quando si costruiscono relazioni positive, ci si sente più **a proprio agio nelle interazioni e meno intimiditi dagli altri**. Si sente un legame più stretto con le persone con cui si trascorre la maggior parte del tempo di lavoro.

Necessità di relazioni di lavoro positive

- Più produttivo
- Psicologia migliore
- Più orientato al cliente





Buon comportamento  **migliore ambiente di lavoro
 maggiore orientamento al cliente**

Cosa ne pensano i dipendenti?

Michael:

È meglio non iniziare a festeggiare il compleanno. Il mio capo ha ragione. Se vuole riconoscere il loro lavoro o il loro contributo, può farlo dando loro un bonus alla fine dell'anno.

Peter.

Penso che sia una cosa positiva. Ti fa sentire importante e parte della squadra. Il mio manager ci porta sempre un biglietto e un piccolo regalo (di solito un cioccolatino). Penso che sia una cosa bella e che mi faccia sentire apprezzata.



The scenario is as follows:

Pegasus Corporation is a mid-sized firm in the AI domain, with a workforce of over 200 employees. Despite its success in product innovation, employees' morale is declining. Lack of communication among members led to decreased collaboration, higher turnover rates, and disengagement among employees.

As the Head of the HR Department, describe what initiatives you would take to improve workplace relations.

Please provide your answer briefly on the next slide.

A volte sono necessarie scuse scritte

Soprattutto nel caso di:

- Reclamo del cliente
- Disaccordo con un fornitore

Tutti i metodi di comunicazione sono possibili

Anche se,

- La comunicazione scritta è considerata più formale di quella verbale.
 - Ma un'e-mail è meno formale di una lettera aziendale, ecc.

È richiesto un linguaggio formale

- Lo slang non è accettabile
- Attenzione al plurale e al singolare

Caro signor Stevenson.

Vorrei scusarmi sinceramente per aver pubblicato alcuni falsi annunci Lego che hanno suscitato una serie di ansie e disgusti su Internet. Non mi ero reso conto che gli annunci che avevo ricevuto via e-mail erano spam.

Mi scuso con il rispettato marchio Lego.

Cordiali saluti.
Tate Philips

Quanto siete efficaci nell'applicare tutti questi elementi?

Cercate di ottenere un feedback dai clienti interni ed esterni in merito alle vostre attività di PR. Si sono divertiti alla festa (*vi renderete conto che non si sono divertiti se non verranno l'anno prossimo*).

Cercate di migliorare continuamente la qualità del vostro lavoro quotidiano.

Attività di PR che promuovono le relazioni con gli stakeholder interni

- Uscite
- Parti
- Invitare le loro famiglie
- Eventi
- Pranzi
- Cene
- Sport di squadra

Attività di PR che promuovono le relazioni con gli stakeholder esterni, punto 1: pianificazione

- Definire il pubblico: Elencare le principali parti interessate
- Definire i requisiti: "Cosa vogliono sapere?"
- Costruire un programma di comunicazione: Flessibile ma coerente
- Definire il mezzo di comunicazione È necessario scegliere un mezzo di comunicazione appropriato per garantire che le informazioni vengano trasmesse con successo.
- Preparare il contenuto



Ricerca PR

- Sondaggi
 - telefono
 - e-mail
 - colloqui faccia a faccia
- Gruppi di discussione
- Feedback
- Forum online
- Analisi del database



**ABBIAMO BISOGNO DI CAPIRE
I LORO BISOGNI PRIMA DI TUTTO!**

- **Posta diretta o online**
- **Attività sociali**
 - Ad esempio, uscite, feste, cene/pranzi, eventi.
 - Biglietti di Natale, auguri di compleanno/natale, ecc.
- **Newsletter**
- **Carità/Responsabilità sociale d'impresa**



Quiz

1. What is the first step in preparing PR activities for promoting relationships with external stakeholders?

A) Implementation

B) Planning

C) Feedback

D) Analysis

Comunicazione all'interno dell'organizzazione

- **Comunicazione orale**
 - Telefono
 - Parlare direttamente a un dipendente
- **Comunicazione faccia a faccia**
 - Visita dell'ufficio su appuntamento (risparmio di tempo)
 - Briefing di squadra
 - Riunioni
 - Presentazioni.



- **Comunicazione online**

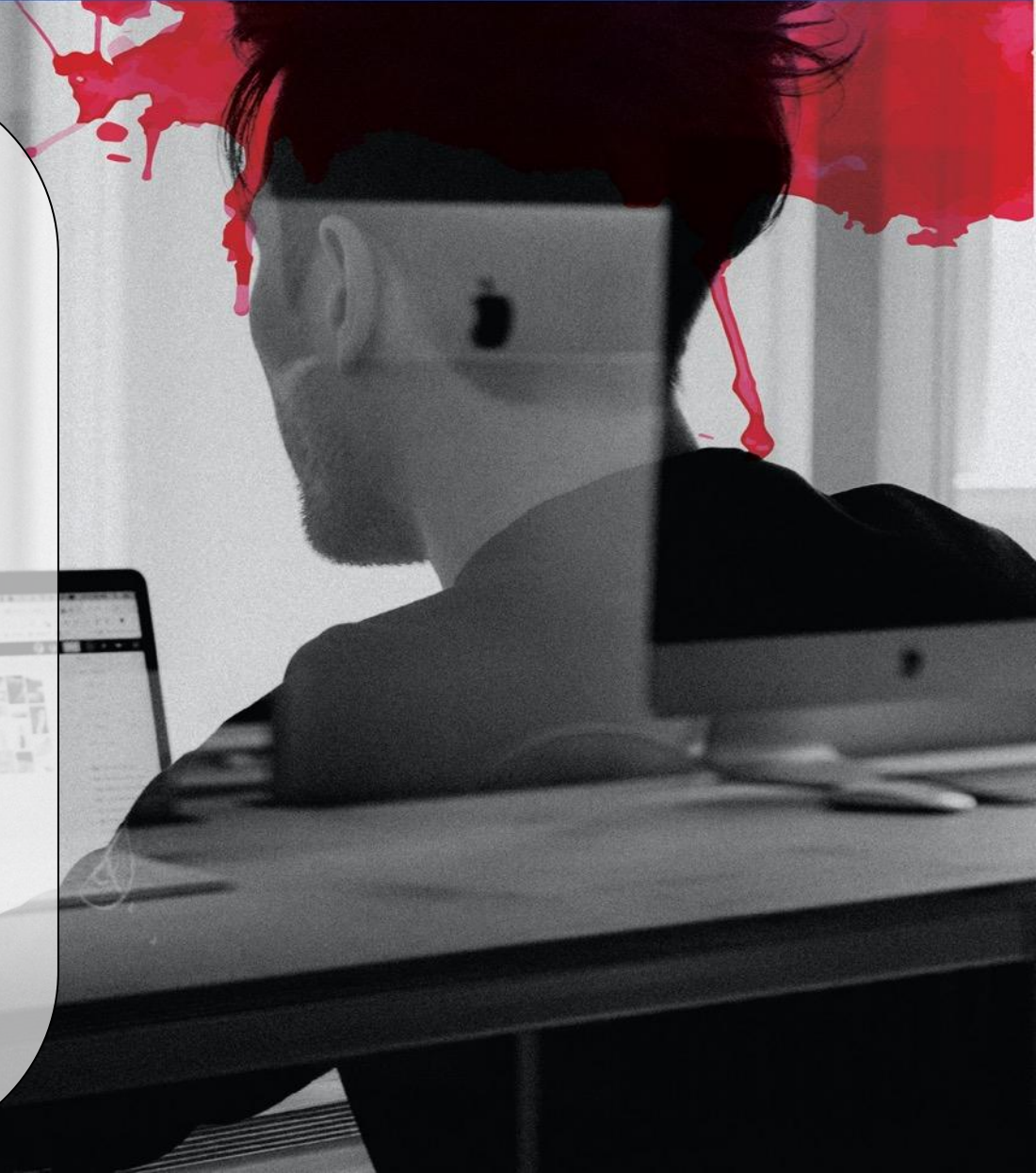
- e-mail interne
- Chat interna
- Chiamate interne online

Un mezzo di comunicazione economico, rapido ed efficiente.

- **Comunicazioni scritte**

- Memorie interne, riviste per il personale, avvisi o manifesti nelle bacheche del personale.

Non è un mezzo di comunicazione molto comune oggi



- Elencare esempi in cui i principi di riservatezza devono essere presi in considerazione.
- Perché è importante la riservatezza? Identificare gli stakeholder esterni di un'organizzazione.
- Descrivere come trattare gli altri in modo da rispettare le loro capacità, il loro background, i loro valori, i loro costumi e le loro credenze.
- Quali sono i principi chiave che seguite per costruire buone relazioni di lavoro all'interno dell'organizzazione?
- Elencate diverse attività di PR. Come possono promuovere relazioni efficaci all'interno dell'organizzazione?

Riservatezza

- Mantenere la riservatezza delle informazioni sui clienti e sull'azienda
- Trattare tutte le informazioni che si incontrano come confidenziali.
- Ciò che si vede e si sente sul posto di lavoro rimane sul posto di lavoro. Nessuna informazione può essere comunicata a persone esterne al luogo di lavoro.
- Accedere ai file solo se autorizzati. Nessun materiale o file riservato può uscire da un'azienda.
- Non discutere di affari al di fuori del luogo di lavoro.

Principio chiave di un buon rapporto di lavoro

- Accettazione
- Il rispetto
- Comprensione
- Trasparenza
- Non giudizio
- Potenziamento
- Fiducia



BEN FATTO

Avete completato l'Unità 3.3 - Parte A



**Cofinanziato
dall'Unione europea**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

