



E-LEARNING

Niveau 3



Kofinanziert von der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

WA2: Kommunikation und Marketing

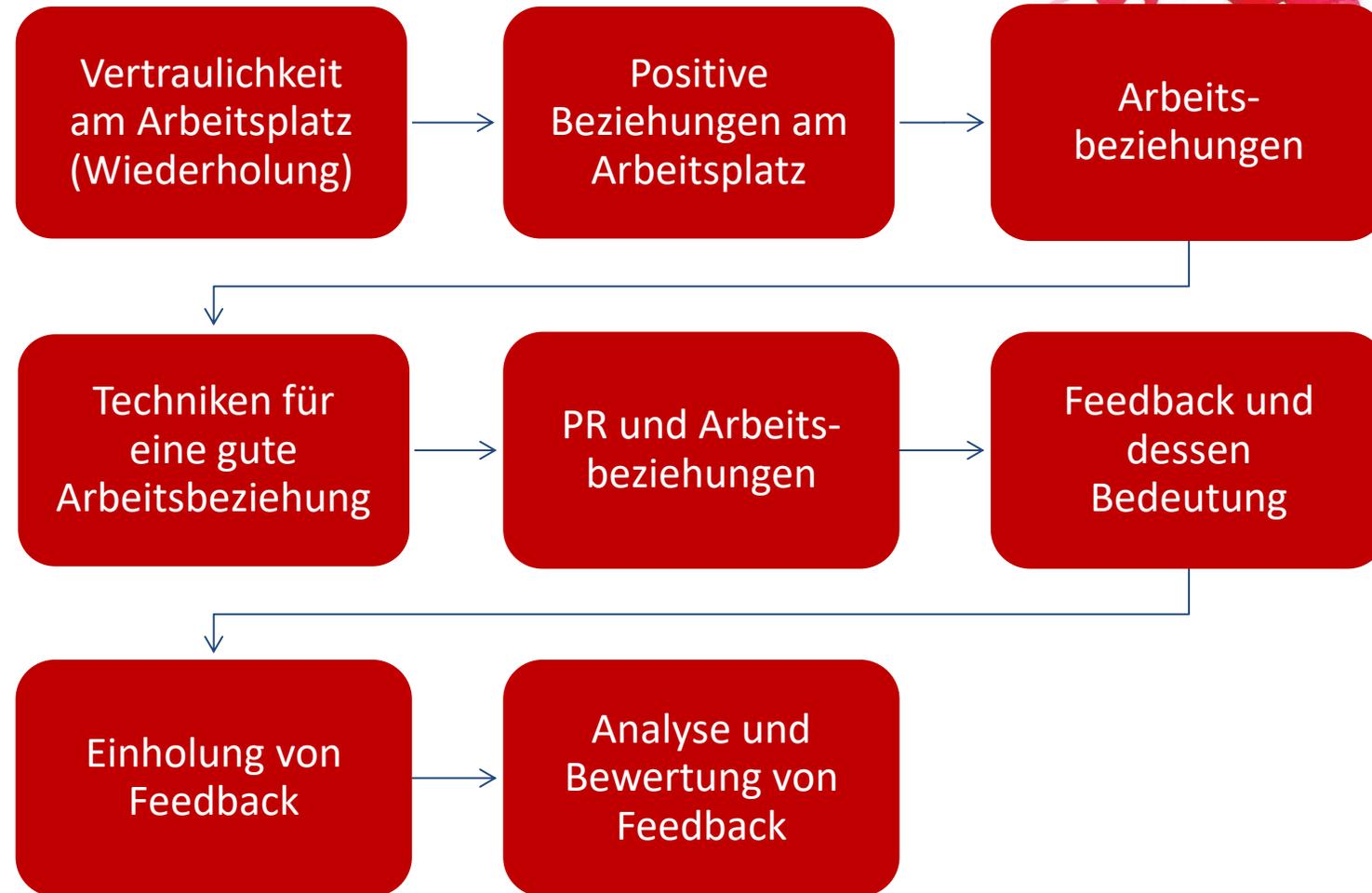
3.3 Beziehungen aufbauen und verbessern: Teil B

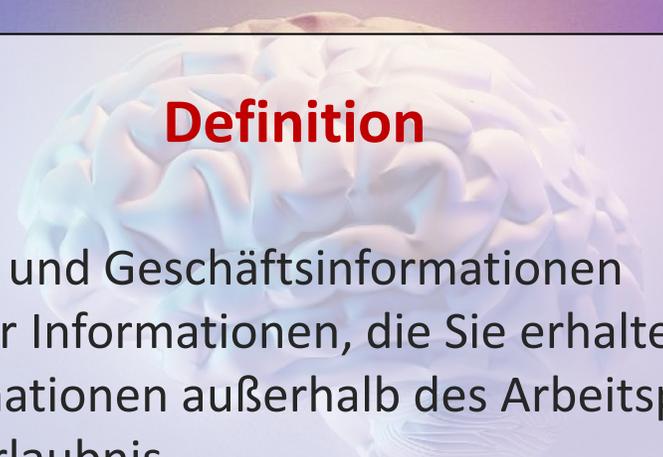
LE3.10 Positive Arbeitsbeziehungen zu Kunden, Lieferanten und anderen externen Stakeholdern sowie zu internen Stakeholdern aufbauen und wichtige Grundsätze guter Arbeitsbeziehungen anwenden

LE3.11 Analyse und Bewertung des Feedbacks von Kunden, Lieferanten und anderen externen Stakeholdern sowie von Mitarbeitenden der Organisation

LE3.12 Bewertung wichtiger Grundsätze für gute Arbeitsbeziehungen innerhalb der Organisation und Empfehlung von Verbesserungen zur Interaktion mit externen Stakeholdern







Definition

- Geheimhaltung von Kunden- und Geschäftsinformationen
- Vertrauliche Behandlung aller Informationen, die Sie erhalten
- keine Weitergabe von Informationen außerhalb des Arbeitsplatzes
- Zugriff auf Dateien nur mit Erlaubnis
- keine Gespräche über geschäftliche Angelegenheiten außerhalb des Arbeitsplatzes

Gegen eine Person oder Organisation, die Kunden- und Geschäftsinformationen preisgibt, können rechtliche Schritte eingeleitet werden.

Bedeutung der Vertraulichkeit



Es gibt **persönliche Informationen**, die nicht weitergegeben werden dürfen, wie etwa zu medizinischen Fragen oder persönlichen Problemen (z. B. Scheidung).

Sowohl das Unternehmen als auch die Mitarbeitenden sollten dies respektieren.

Persönliche Assistenten werden oft mit vertraulichen Informationen konfrontiert:

- bezogen auf den Rest der Mitarbeitenden
- bezogen auf die Führungskraft selbst

Sichern Sie sich ab:

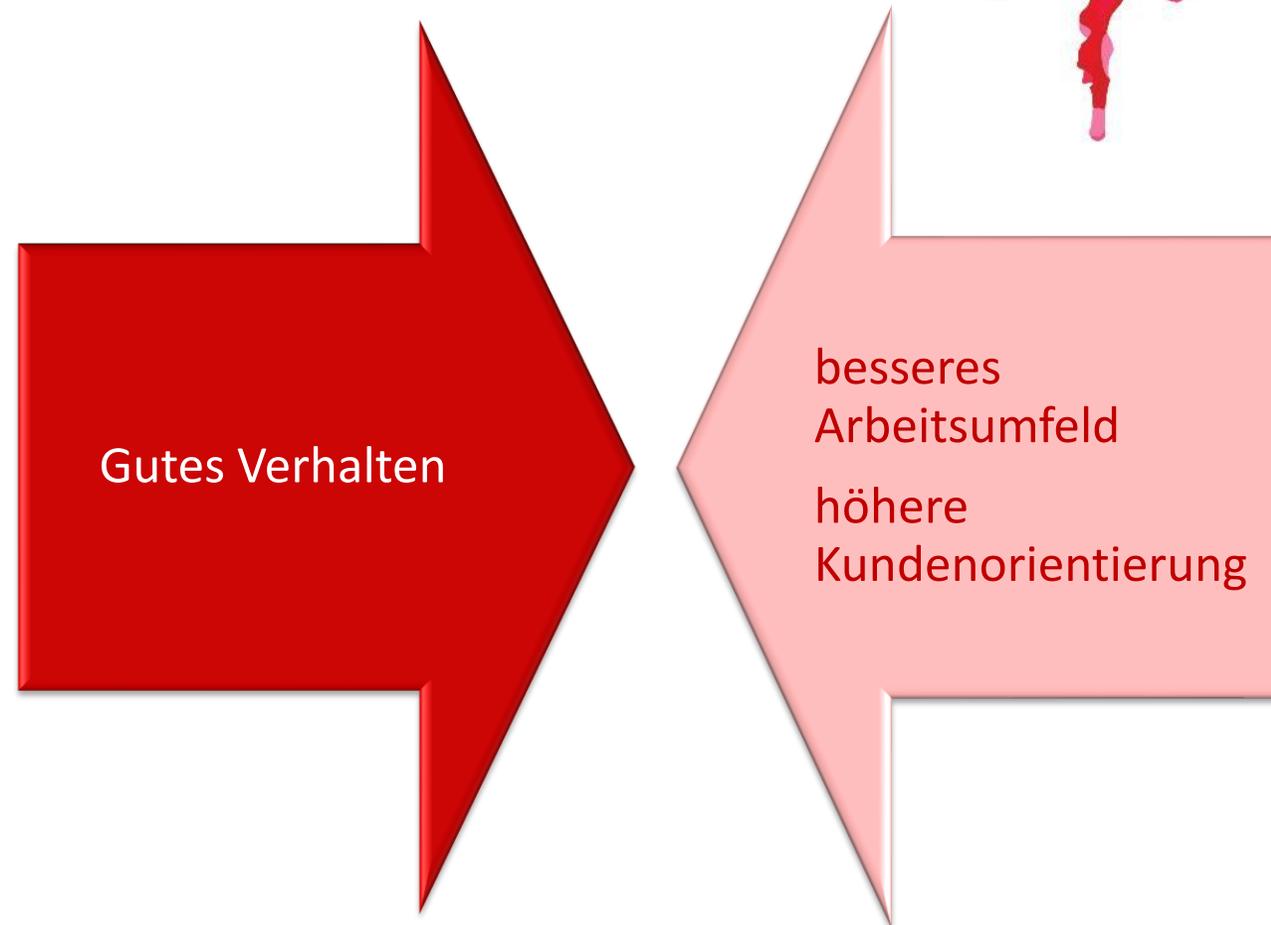
- Sie sollten **NIEMALS** Informationen an andere weitergeben, es sei denn, sie sind für Ihre Arbeit oder die Arbeit der anderen unbedingt erforderlich.
- Wenn Sie sich nicht sicher sind, fragen Sie einfach nach!

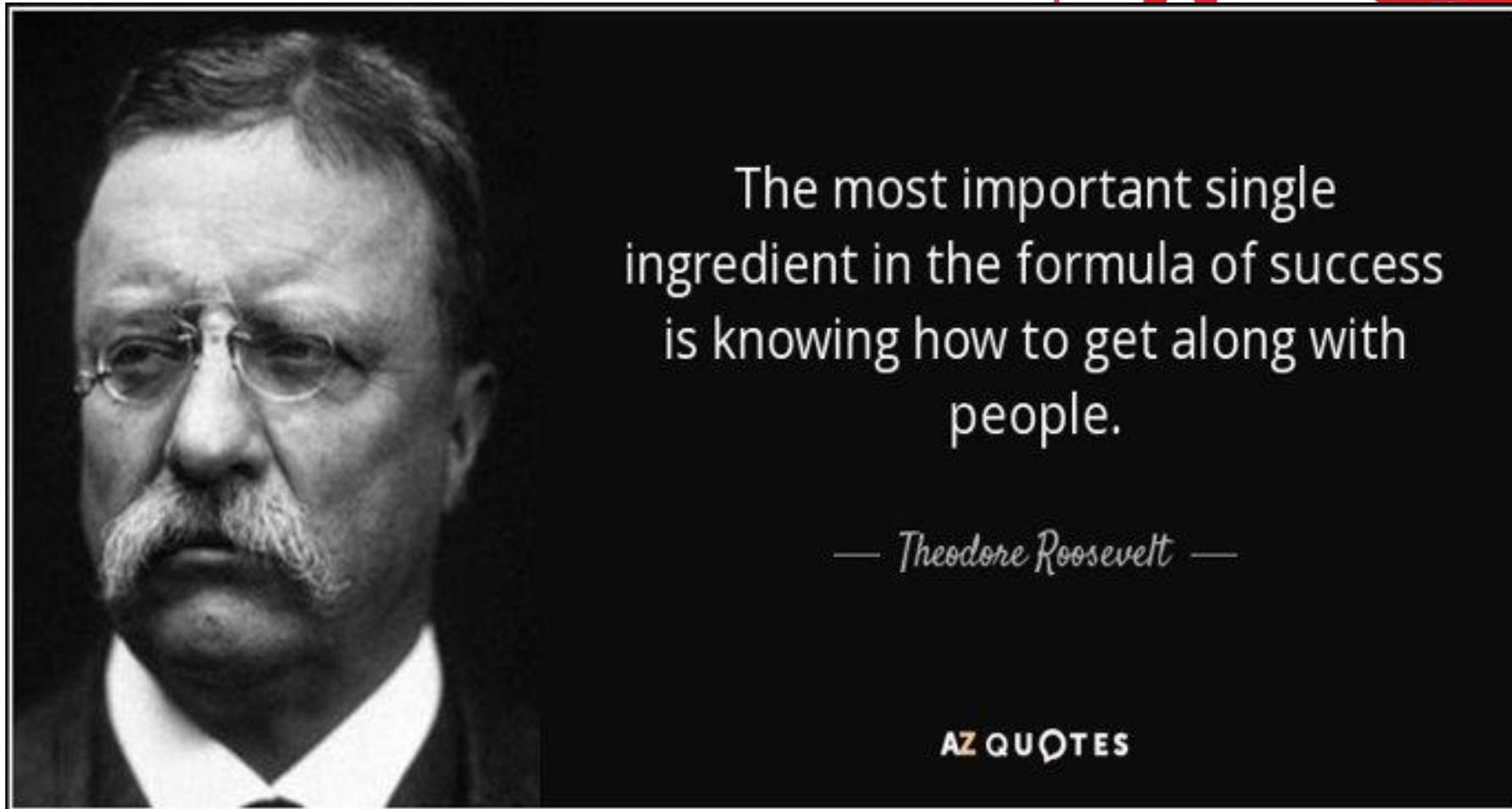
Positive Beziehungen am Arbeitsplatz sind entscheidend für den beruflichen Erfolg.

- Beziehungen können sich positiv oder negativ auf Ihre Zufriedenheit mit der Arbeit, Ihre Aufstiegsmöglichkeiten und die Anerkennung Ihrer Leistungen auswirken.
- Wenn Sie positive Beziehungen aufbauen, fühlen Sie sich **im Umgang mit anderen wohler und weniger eingeschüchtert.**
- Sie fühlen sich den Menschen, mit denen Sie die meiste Zeit Ihrer Arbeitszeit verbringen, enger verbunden.



Positives Beziehungen am Arbeitsplatz





Was ist eine Arbeitsbeziehung?

Es geht um das gute Verhältnis zu:

- Teammitgliedern
- Führungskräften
- allen Mitarbeitenden
- Auftraggebern/Kunden
- Lieferanten



Ein gutes Verhältnis im Team macht unsere Arbeit angenehmer und produktiver.

Das Vorhandensein eines guten Freundes am Arbeitsplatz ist eng mit der Arbeitszufriedenheit verbunden. Ohne einen Freund am Arbeitsplatz sinkt die Arbeitszufriedenheit (Gallup Organisation).



Schaffung von Verbindungen und Netzwerken

Diese können als Referenzen oder Kontakte in der Zukunft dienen.

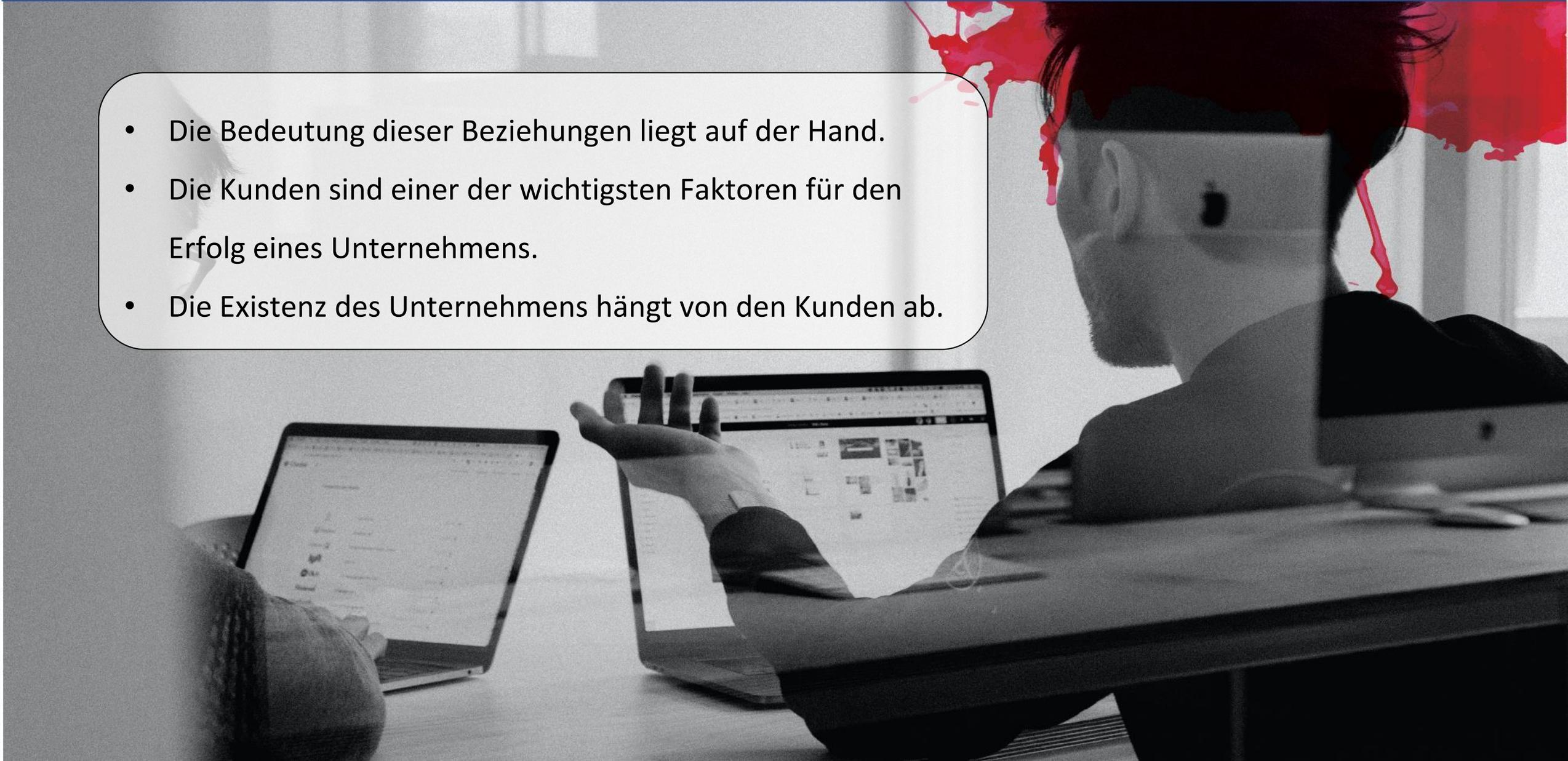




der Mensch als soziales Wesen

Er braucht Freundschaft und soziale Beziehungen.

- Die Bedeutung dieser Beziehungen liegt auf der Hand.
- Die Kunden sind einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg eines Unternehmens.
- Die Existenz des Unternehmens hängt von den Kunden ab.



**Durch den Aufbau positiver
Beziehungen zu Stakeholdern
gewinnen Sie wertvolle
Verbündete für Ihr Unternehmen.**



Reflexion

Haben Sie jemals in einem Unternehmen gearbeitet, das von schlechten Beziehungen geprägt war?

Wie hat sich dies auf Ihre Arbeitsleistung ausgewirkt?



Vertrauen

- Grundlage einer jeden guten Beziehung
- Aufbau durch ehrlichen Umgang miteinander, auch wenn es im Team oder mit Kunden manchmal schwierig ist



Respekt

- Wertschätzung für die Ideen und das Feedback anderer Menschen
- beruht auf Gegenseitigkeit



Mind Full, or Mindful?



Achtsamkeit

- Übernahme von Verantwortung für Worte und Taten
- Vorsicht und Taktgefühl bei Gesprächen
- Bewusstsein über eigene Gefühle und deren Beeinflussung von Mitmenschen

Offenheit für Vielfalt

- Akzeptanz unterschiedlicher Menschen
- Annerkennung verschiedener Meinungen
- Im besten Fall: Willkommenheißen

Offene Kommunikation

- Ehrlicher Austausch
- Ansprechen von Problemen



Wertschätzender Umgang bei Unterschieden

- Kulturelle Unterschiede
- Alter
- Geschlecht
- Religion
- Sexuelle Orientierung

Behandlung der Menschen entsprechend ihrer Bedürfnisse



Menschen in verschiedenen Lebenssituationen haben unterschiedliche Bedürfnisse, z. B.

- aufgrund ihres Alters (Sitzplatz in der U-Bahn)
- aufgrund ihrer Religion (Ernährung)
- aufgrund einer körperlichen Behinderung (Lift für Menschen im Rollstuhl)

Respekt ist der Schlüssel!



Quiz

Den **Quiz-Button** betätigen, um das Quiz zu bearbeiten.



The screenshot shows a quiz interface with a dark blue header containing the 'e-eupo' logo and the text 'Certification for Administration Personnel'. Below the header, the title 'Beziehungen mit Kollegen' is displayed in red. Two numbered instructions are listed: 1. Watch a video (in English) up to 0:50 minutes, with a link to 'Work Scenarios with Coworkers - YouTube'. 2. List six points from the video. A large, empty rectangular box is provided for the user's response.

e-eupo Certification for Administration Personnel

Beziehungen mit Kollegen

1. Sehen Sie sich das folgende Video (auf Englisch) bis zu Minute 0:50 an: [Work Scenarios with Coworkers - YouTube](#)
2. Nennen Sie auf der Grundlage der Informationen dieser Lerneinheit sechs Punkte aus dem Video, die

Arten von PR-Aktivitäten

- Werbung
- Sponsoring
- externe Kommunikation
- interne Kommunikation
- Lobbyarbeit
- Sonderveranstaltungen



"Das Beziehungsmanagement ist ein grundlegendes Ziel der Öffentlichkeitsarbeit, ja es ist wohl das übergeordnete Ziel oder der Zweck von Öffentlichkeitsarbeit"
(Okwuchukwu 2014)

Massenkommunikation erfolgt über verschiedene Kanäle.

**Ansprache der richtigen Menschen mit der
passenden Botschaft**



**Beitrag zu erfolgreichem
Beziehungsmanagement**



Nutzung passender Medien intern

- Rundschreiben
- Hauszeitschriften
- Sitzungen und Briefings
- Bekanntmachungen
- Veranstaltungen



Nutzung passender Medien extern

- Soziale Medien
- Zeitungen
- Fernsehen und Radio
- Direktmails
- Telefonanrufe
- Höflichkeitsbesuche
- Veranstaltungen

Kommunikation muss in beide Richtungen erfolgen:

Mit den neuen Medien können Organisationen ihre Kommunikation mit der Öffentlichkeit interaktiver gestalten, so dass die Öffentlichkeit sie hört und versteht und die Organisationen wiederum die Öffentlichkeit hören und verstehen. Dies ist entscheidend für ein erfolgreiches Beziehungsmanagement (Okwuchukwu 2014).



Kommunikation muss ethisch sein:

Ein PR-Profi muss in allen Situationen ethisch korrekt kommunizieren, wenn er/sie erfolgreich Beziehungen pflegen will.

Denken Sie immer daran:

- Beim Aufbau von Arbeits-beziehungen stets aktives Zuhören und Einfühlungsvermögen zeigen.
- Die unterschiedlichen Bedürfnisse Ihres Gegenübers sind in jeder Beziehung zu respektieren und wertzuschätzen.
- **Kommunikation ist der Schlüssel!**

Definition

"[...] die **hilfreiche Information** oder **Kritik** über frühere **Handlungen** oder **Verhaltensweisen** einer Person, die einer anderen Person (oder einer Gruppe) **mitgeteilt wird**, die diese Information **nutzen** kann, um aktuelle und zukünftige Handlungen und Verhaltensweisen **anzupassen** und **zu verbessern**"

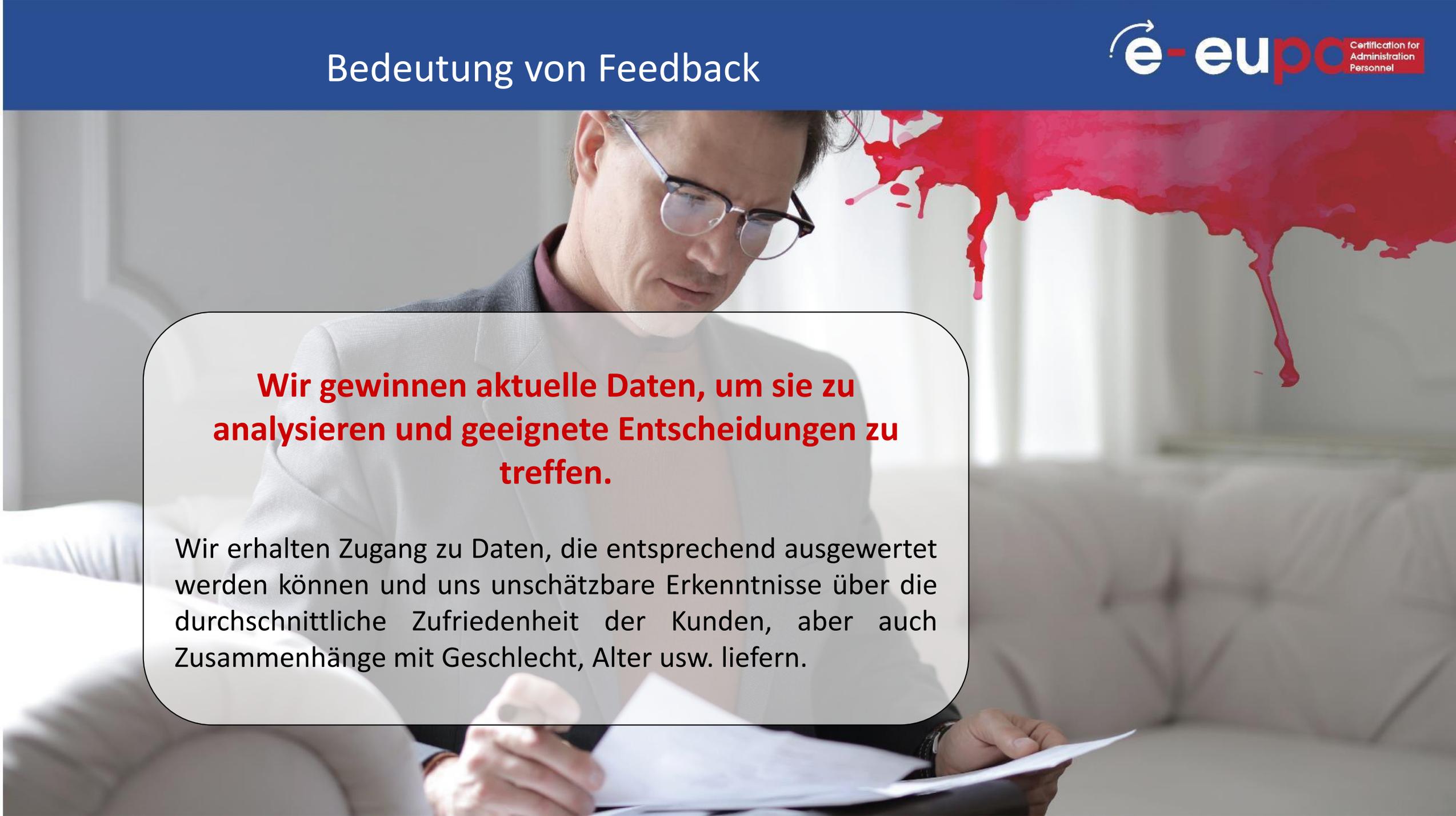
(<https://www.snapsurveys.com/blog/5-reasons-feedback-important/>)



- **Feedback kann zur Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen beitragen:**
Durch Kundenfeedback, egal ob positiv oder negativ, können Stärken und Schwächen von Produkten oder Dienstleistungen ermittelt werden.
- **Feedback hilft, die Kundenzufriedenheit zu messen.**
- **Feedback kann dazu beitragen, das Kundenerlebnis zu verbessern:**
Durch Änderungen an Produkt/Dienstleistung, die sich aus dem erhaltenen Feedback ergeben



Feedback trägt dazu bei, dass Kunden und Kundinnen dauerhaft zu binden indem ihre Ansichten beachtet werden und die Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich verbessert werden.



Wir gewinnen aktuelle Daten, um sie zu analysieren und geeignete Entscheidungen zu treffen.

Wir erhalten Zugang zu Daten, die entsprechend ausgewertet werden können und uns unschätzbare Erkenntnisse über die durchschnittliche Zufriedenheit der Kunden, aber auch Zusammenhänge mit Geschlecht, Alter usw. liefern.

Feedback kann zur Identifizierung von Kundenvertretern (“Customer Advocates”) verwendet werden

Diejenigen, die uns die höchsten Punktzahlen geben, können, wenn sie kontaktiert und mit Anreizen belohnt werden, eine kostengünstige und sehr effektive Art von Werbung für unsere Produkte betreiben.



Satisfied
Customers
Tell Three
Friends,

Angry
Customers
Tell 3,000

E-Mail & Chat

Vorteile

- bequem für den internen Gebrauch
- Feedbackgeben jederzeit möglich
- Auch nachgelagerte Einholung von Feedback möglich, z.B. durch anschließende Mail

Nachteile

- können ablenkend wirken
- keine automatische Zusammenführung von Daten/Erstellung von Analysen
- erfordert zusätzlichen Aufwand zum Herausfiltern des Feedbacks

Meetings (zweimonatliche oder monatliche Feedback-Sitzungen)

Vorteile

- gute Gelegenheit, um Produktaktualisierungen vorzunehmen und über die nächsten Schritte zu berichten
- ermöglichen Folgefragen
- Feedback kann direkt mit denjenigen besprochen werden, die es abgeben

Nachteile

- terminliche Koordination aller Beteiligten und Raumfrage
- Zeitverzögerung und eventueller Datenverlust, da das Feedback nur zu diesen Terminen (z.B. monatlich) abgegeben wird

Feedback-Berichte

Vorteile

- sowohl qualitative als auch quantitative Daten enthalten
- Informationsquelle, auf die zurückgegriffen werden kann

Nachteile

- Erstellung zeitaufwendig und möglicherweise kompliziert
- keine Betrachtung von langfristigen Feedbacktrends

Online-Tools

Es gibt Tools wie Google Forms (kostenlos), Survey Monkey usw., mit denen problemlos Feedback-Formulare für interne und externe Interessengruppen erstellt werden können.

Vorteile

- sowohl qualitative als auch quantitative Daten enthalten
- Informationsquelle, auf die zurückgegriffen werden kann
- automatische Erstellung eines Datenblatts
- einfache Nutzung

Nachteile

- Erstellung des Formulars und Auswertung der Ergebnisse kann zeitaufwendig sein

Soziale Medien

können eine großartige Möglichkeit sein, um Feedback einzuholen und gleichzeitig Werbung für die Organisation zu machen (Mund-zu-Mund-Propaganda).

Review Us
on



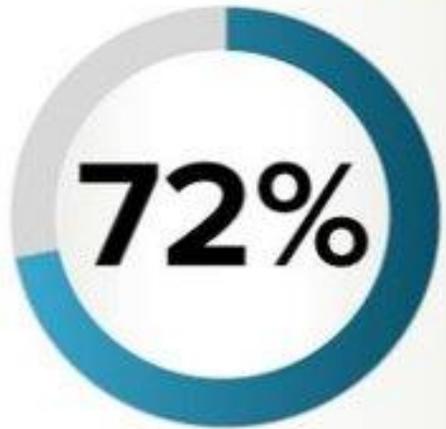
Facebook

ONLINE LOCAL BUSINESS REVIEWS ARE THE DIGITAL VERSION OF WORD-OF-MOUTH ADVERTISING



92%

Of people **trust** recommendations from individuals whom they know



72%

Of consumers **trust** online reviews as much as personal recommendations

Berücksichtigung aller Feedbacks

- Lesen Sie jeden Kommentar!
- Auch wenn einige Kommentare nicht relevant oder sehr detailliert zu sein scheinen, werden sie vielleicht dennoch potenziell wichtige Informationen liefern.

Sortieren und Ordnen

- Kategorisierung von Feedback in verschiedene Kategorien und Unterkategorien
- gute Möglichkeit der Nutzung von Feedback aus Gesprächen und Sitzungen
- qualitativ statt quantitativ

Wert eines jeden Kunden verstehen

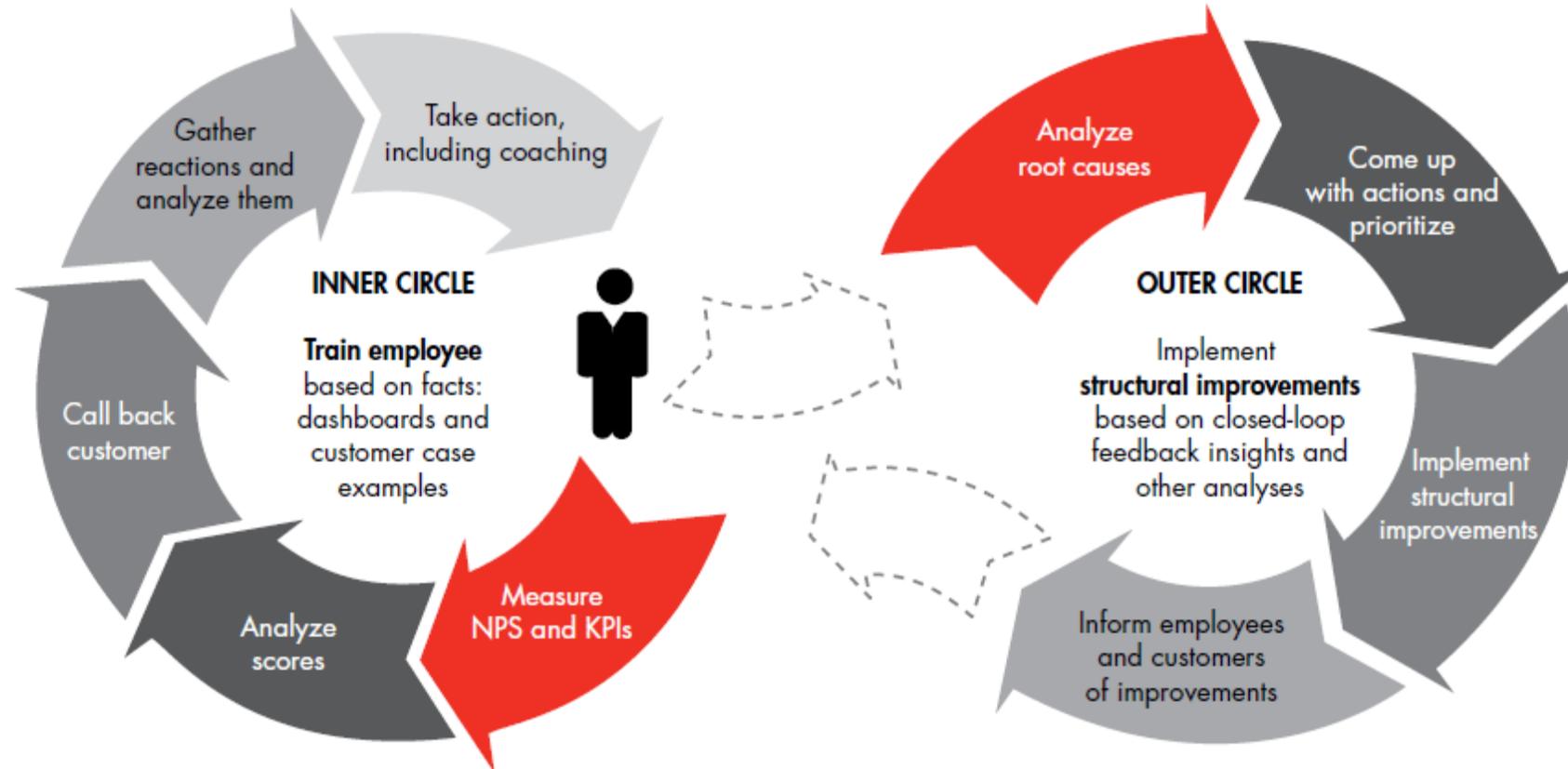
- Alle Kunden sind wichtig, aber einige sind wichtiger als andere.
- Dies ist nicht immer eine allgemeine Bemerkung, manchmal müssen wir die Meinung eines Kunden über ein bestimmtes Produkt/eine bestimmte Dienstleistung höher bewerten.

Wert jedes Kommentars/jeder Bewertung verstehen

Einige Kommentare können nützlicher sein als andere, insbesondere wenn wir qualitatives Feedback auswerten.



Figure 1: Customer insights from both feedback circles inform action at different levels of the organization



Source: Bain & Company

Quiz

Den **Quiz-Button** betätigen, um das Quiz zu bearbeiten.

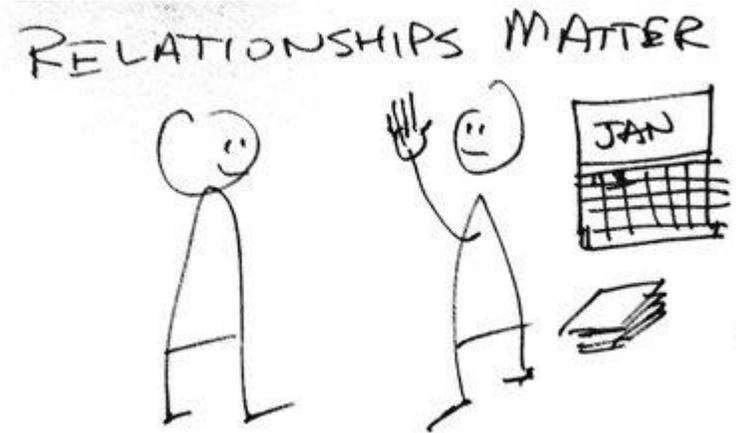
Kundenfeedback analysieren und auswerten

Suchen Sie eine Website, die von Nutzenden erstellte Bewertungen für Produkte oder Dienstleistungen anbietet, z. B. Booking.com, TripAdvisor, eBay oder AliExpress. Wählen Sie ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung zur Analyse aus. Prüfen Sie das Kundenfeedback sorgfältig und führen Sie eine Analyse auf der Grundlage der von den Nutzenden abgegebenen Kommentare durch.

Dokumentieren Sie Ihre Ergebnisse mithilfe der Arbeitsblattvorlage (E-EUPA_LO_3.11_M_001_Att), die Sie unter UNIT 3.3 PART B auf Moodle herunterladen können. Laden Sie Ihr fertiges Arbeitsblatt im selben Bereich hoch.

Sammen von Informationen

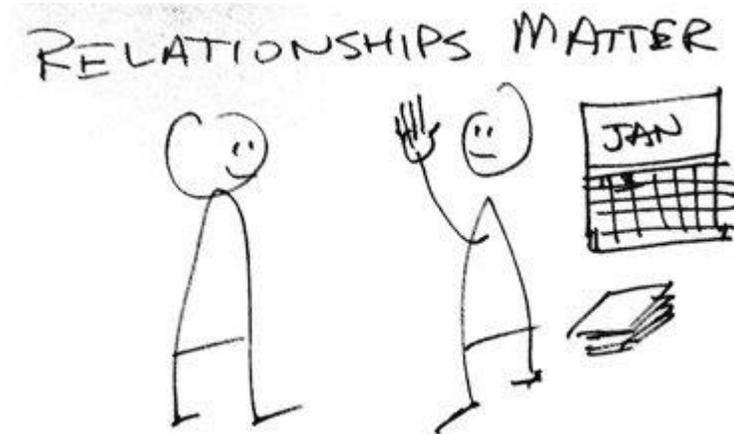
Nachdem Sie das Feedback kategorisiert haben, sammeln Sie alle Informationen, die Sie über Geschäftsbeziehungen, Kundenservice, Höflichkeit usw. haben.



Bewertung

Bewerten Sie die Strategien zu Geschäftsbeziehungen auf der Basis von:

- Feedback
- Feedback-Gebenden
(intern vs. extern etc.)
- aktueller Situation der Kundenbetreuung



Fragen zur Bewertung

1. Erweitern die Geschäftsbeziehungen den Blickwinkel?
2. Halten sie das Unternehmen auf Trab?
3. Machen sie das Unternehmen mutiger?
4. Helfen sie, die vorhandenen Mittel und Ressourcen zu nutzen?
5. Haben sie das Interesse des Unternehmens im Blick?
6. Stärken sie die Bedeutung des Unternehmens, um dessen Erfolg zu sichern?

Glen Llopis, Forbes

- **Effektivität der Zusammenarbeit**
- **Innovation im Vergleich zu bestehenden Beziehung**
- **Feedback von internen und externen Interessengruppen**



1. Hören Sie anderen zu und versuchen Sie zuerst zu verstehen, bevor Sie verstanden werden.
2. Haben Sie Einfühlungsvermögen und denken Sie in Win-Win-Lösungen.
3. Gehen Sie als Projektleitung mit gutem Beispiel voran.
4. Seien Sie ehrlich und offen über den Projektfortschritt und haben Sie den Mut, um Hilfe zu bitten.
5. Seien Sie proaktiv und übernehmen Sie Verantwortung für Ihr Handeln.

Quiz

Den **Quiz-Button** betätigen, um das Quiz zu bearbeiten.

Grundsätze für gute Geschäftsbeziehungen

Lesen Sie die vier folgenden Feedbacks. Ordnen Sie zu, welche Grundsätze für gute Geschäftsbeziehungen in den einzelnen Fällen **nicht** erfüllt wurden.

Optional: Wie würden Sie entsprechende Arbeitsanweisungen für die Mitarbeitenden konkret formulieren, um solche Vorkommnisse in Zukunft zu vermeiden.

Frage 1

Nennen Sie die Gründe, warum positive Beziehungen am Arbeitsplatz wichtig sind.

Frage 2

Was sind die grundlegenden Schritte, die man bei der Analyse und Bewertung von Feedback befolgen sollte?

Frage 3

Was sind die Vor- und Nachteile der Einholung von Feedback per E-Mail und Chat?

Der Aufbau positiver Beziehungen am Arbeitsplatz ist entscheidend für den beruflichen Erfolg.

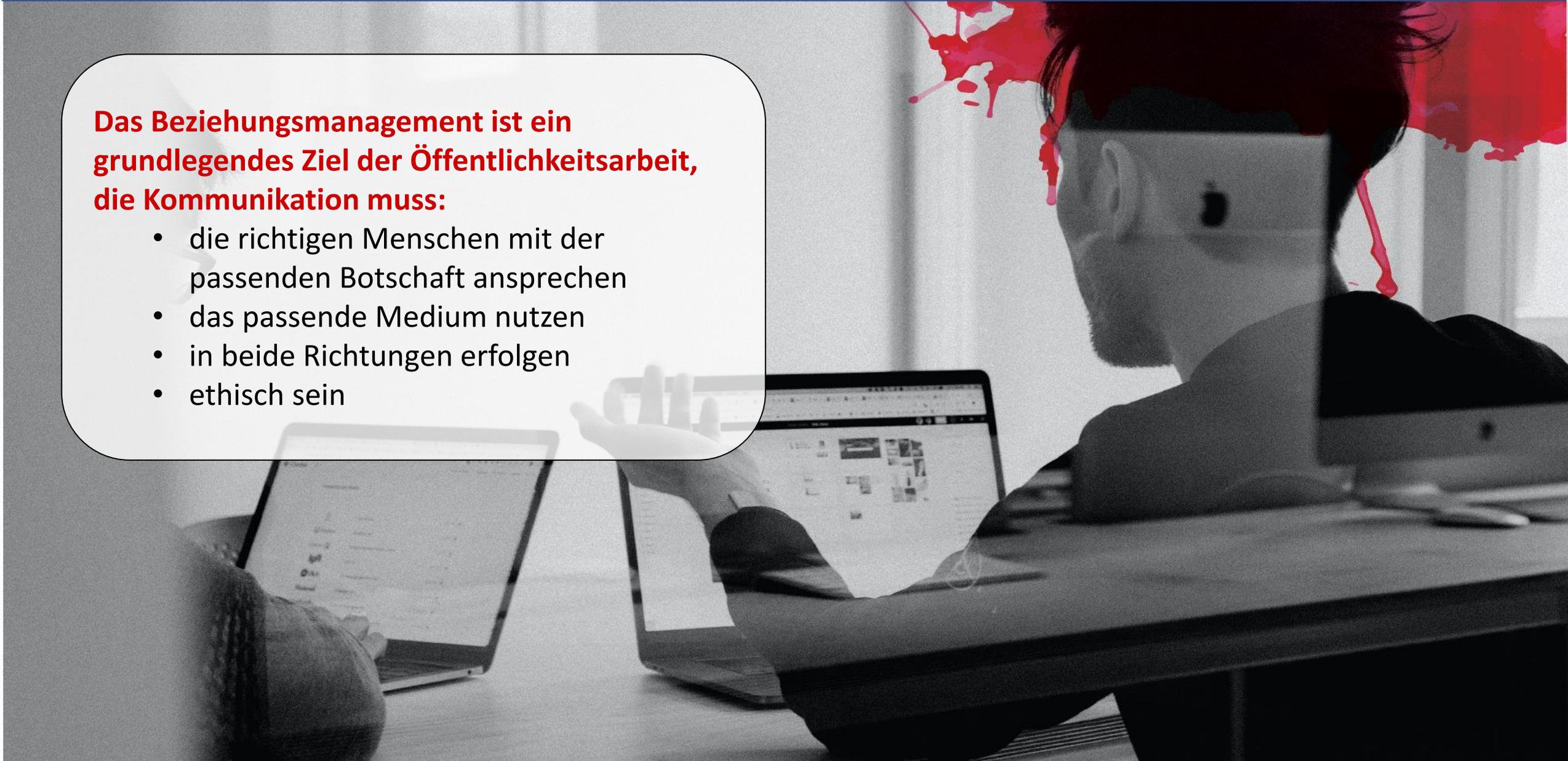
- Die Kunden sind einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg einer Organisation.
- Durch den Aufbau positiver Beziehungen zu Stakeholdern gewinnen Sie wertvolle Verbündete für Ihre Organisation.

Merkmale einer guten Arbeitsbeziehung sind:

- Vertrauen
- Respekt
- Achtsamkeit
- Offenheit für Vielfalt
- Offene Kommunikation

Das Beziehungsmanagement ist ein grundlegendes Ziel der Öffentlichkeitsarbeit, die Kommunikation muss:

- die richtigen Menschen mit der passenden Botschaft ansprechen
- das passende Medium nutzen
- in beide Richtungen erfolgen
- ethisch sein





Gut gemacht!

Lerneinheit 3.3 - Teil B ist abgeschlossen



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

