



E-LEARNING

Nivel 3



Cofinanciado por la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

WA3: Comunicación y Marketing

3.3 Construir y mejorar las relaciones laborales: Parte B

LO3.10 Demostrar capacidad para construir relaciones laborales positivas con clientes, proveedores y otras partes interesadas, así como dentro de la organización, utilizando los principios clave de las buenas relaciones laborales.

LO3.11 Analizar y evaluar la retroalimentación de los clientes, proveedores y otras partes interesadas, así como de los empleados de la organización.

LO3.12 Evaluar los principios clave de las buenas relaciones laborales acordados y aplicados dentro de la organización y recomendar mejoras que mejoren la interacción entre la organización y su entorno externo.



Mapa de ruta



Confidencialidad en el lugar de trabajo

Definición

- Mantener la privacidad de la información de los clientes y de la empresa • Tratar toda la información que conozca como confidencial • Lo que ve y escucha en el lugar de trabajo se queda en el trabajo. No se puede compartir ninguna información con nadie fuera del lugar de trabajo
- Acceder a los archivos solo si se cuenta con permiso. Ningún material o archivo confidencial puede salir de la empresa. • No hablar de negocios fuera del lugar de trabajo.

Se podrán emprender acciones legales contra una persona u organización que revele información comercial y de clientes.

Importancia de la confidencialidad



Hay **información personal** que no debe ser compartidos, como problemas médicos, problemas personales (por ejemplo, divorcio) que causan malestar. Cuando se discuta este tema, **tanto el empleador como los compañeros de trabajo deben respetar este principio en todo momento.**

Importancia de la confidencialidad en nuestro trabajo



El asistente personal a menudo se encontrará con información confidencial •

Relacionada con el resto de empleados •

Relacionada con el propio gerente

Para estar seguro • NUNCA

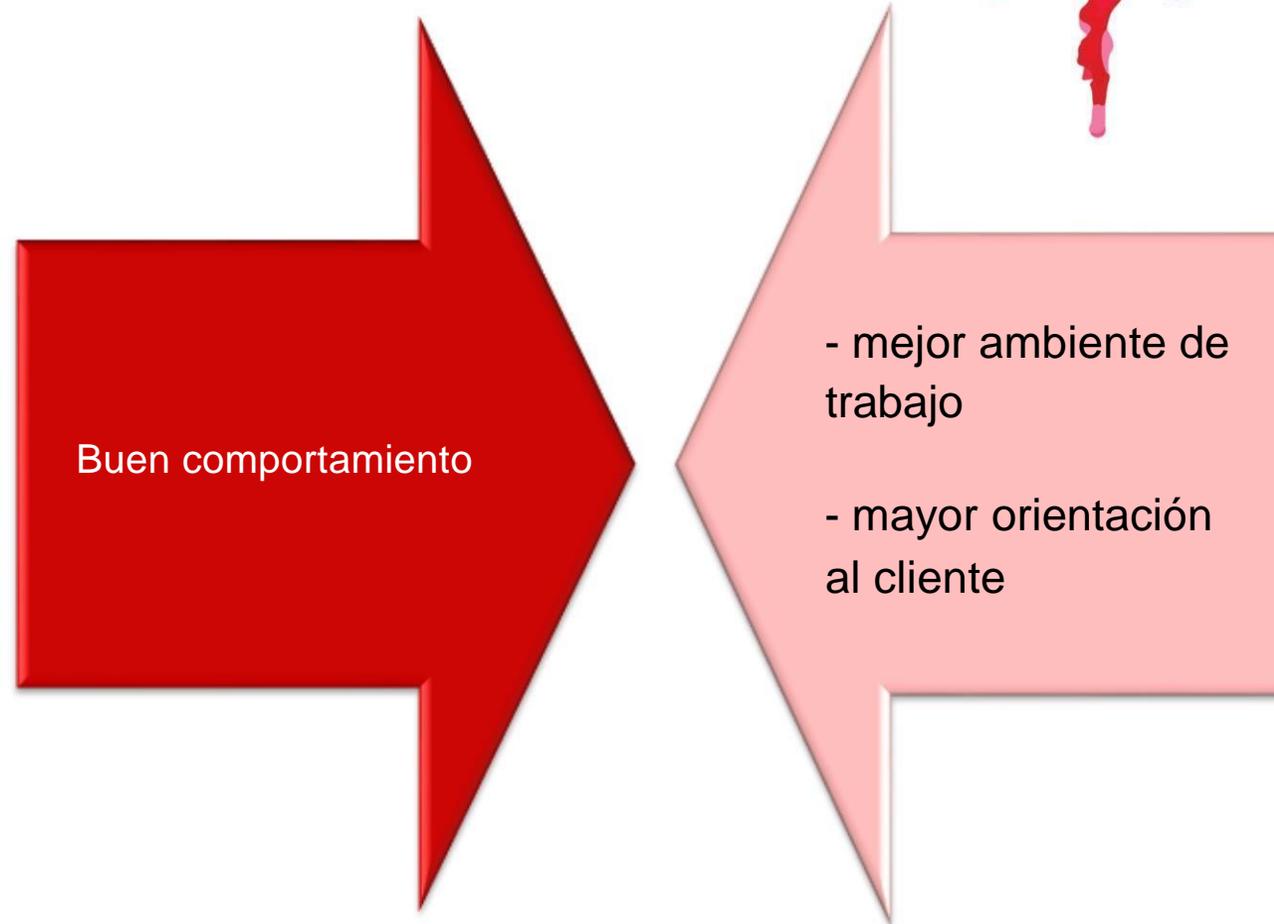
debe revelar información a nadie a menos que sea absolutamente necesario para su trabajo o el de ellos.

• Si no está seguro, ¡PREGUNTE!

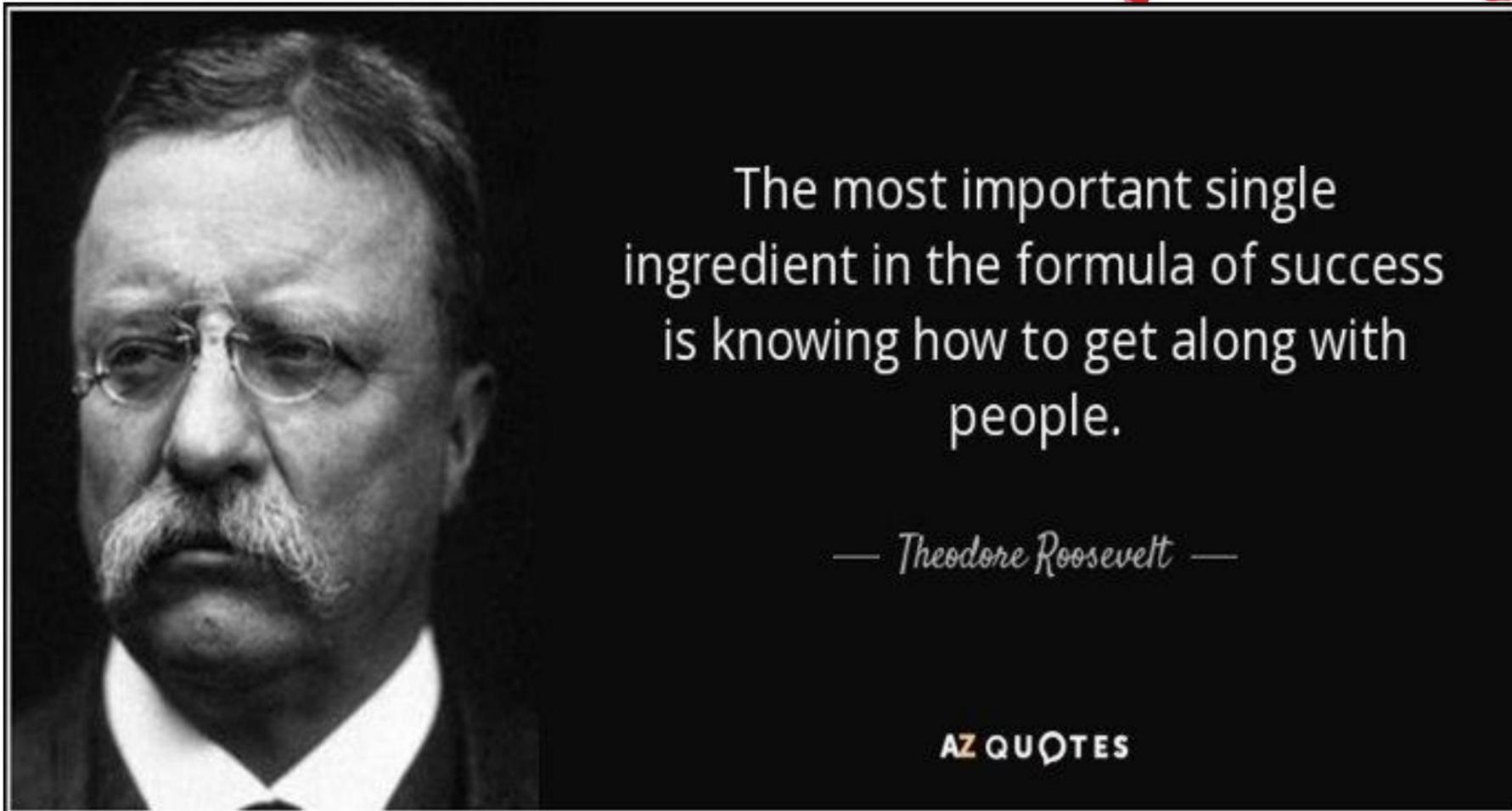
- Establecer relaciones positivas en el lugar de trabajo es vital para el éxito profesional.
- Las relaciones pueden afectar positiva o negativamente su satisfacción con el trabajo. Tu capacidad para progresar y obtener reconocimiento por tus logros.
- Cuando construyes relaciones positivas, te sientes más cómodo con tus interacciones y menos intimidado por los demás. Sientes un vínculo más estrecho con las personas con las que pasas la mayor parte de tu tiempo de trabajo.



Comportamiento organizacional positivo en el trabajo



Relaciones laborales



Relaciones laborales

¿Qué es una relación de trabajo?

Una relación con: •

Colegas •

Gerentes •

Empleados •

Clientes/consumidores

• Proveedores



Relaciones con los compañeros: su importancia

Hacen que nuestro trabajo sea más agradable y productivo.

- La presencia de un mejor amigo en el trabajo está fuertemente asociada con la satisfacción laboral. Sin un amigo en el trabajo, la satisfacción laboral se deteriora (organización Gallup)



Relaciones con los compañeros: su importancia

Creamos conexiones y redes

Estos pueden servir como referencias o contactos en el futuro.

Relaciones con los compañeros: su importancia

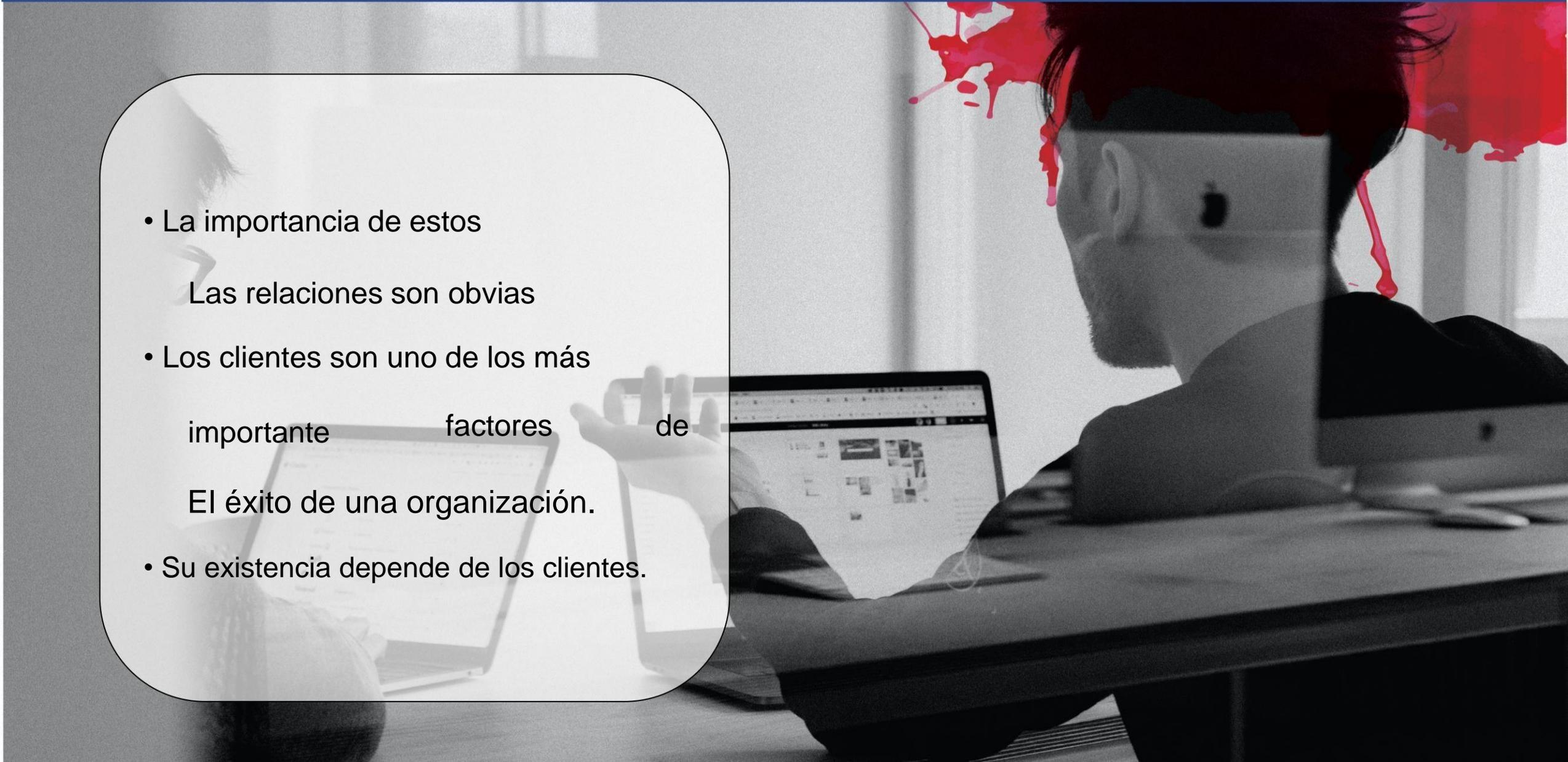


Los seres humanos somos criaturas sociales

Necesitan amistad y socialización.

Relaciones con los clientes: su importancia

- La importancia de estos
Las relaciones son obvias
- Los clientes son uno de los más
importante factores de
El éxito de una organización.
- Su existencia depende de los clientes.



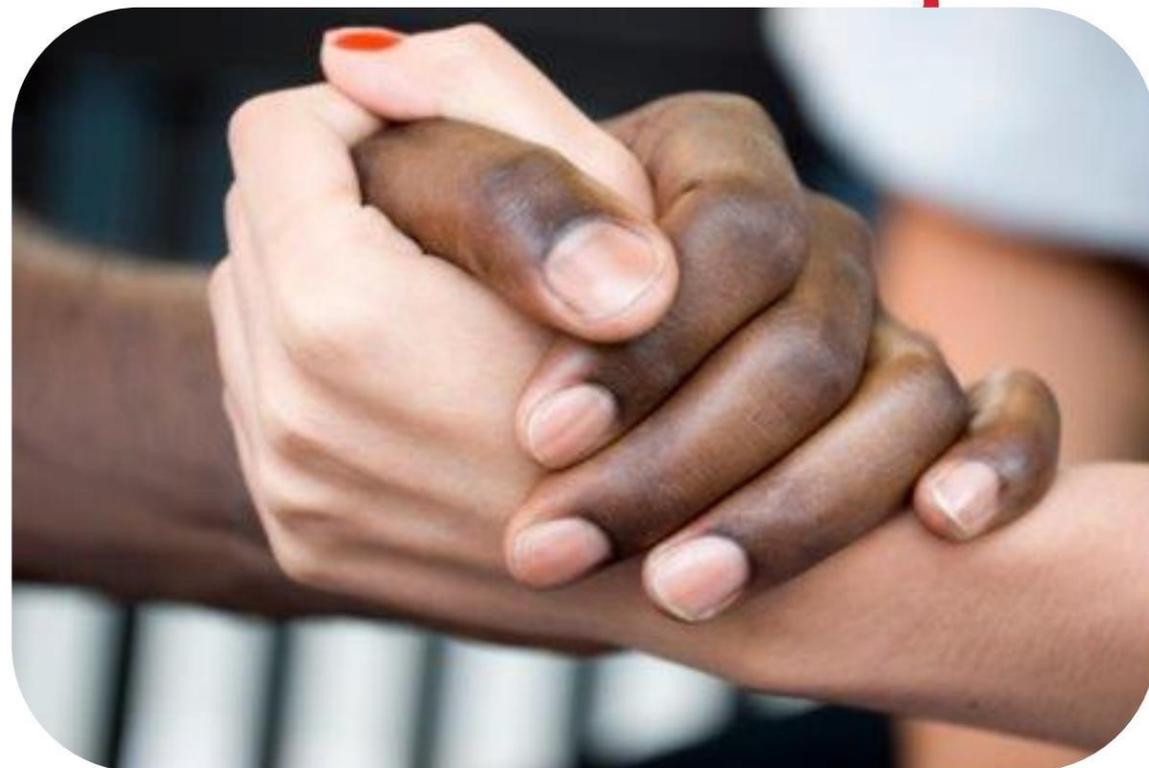
Relaciones con otras partes interesadas: su importancia

Al lograr relaciones positivas

Con las partes interesadas, adquieres

valioso aliados para

Su organización



Discusión en el foro de Moodle



¿Ha trabajado alguna vez en una organización caracterizada por malas relaciones? ¿Cómo afectó esto a su desempeño laboral?

CONFIANZA

La base de cualquier bien relación

- Construyalo diciéndole a la
La verdad, incluso cuando es
difícil en su
transacciones con
entre clientes y
ambos colegas.



RESPECTO MUTUO •

Valora las ideas y los comentarios de otras personas

- Cuando tratas a las personas con respeto, ellas te tratarán con respeto.



Mind Full, or Mindful?



ATENCIÓN PLENA •

Asume la responsabilidad de tus palabras y acciones.

- Ten cuidado y presta atención a lo que dices
- No dejes que tus propias emociones negativas influyan
La gente que te rodea.

Técnicas para una buena relación laboral

DANDO LA BIENVENIDA A LA DIVERSIDAD

Las personas con buenas relaciones no sólo aceptan personas y opiniones diversas, sino que les dan la bienvenida.

Técnicas para una buena relación laboral

COMUNICACIÓN ABIERTA

- Cuanto mejor y más eficazmente
Te comunicas con aquellos
alrededor más rico tú, el
tus relaciones serán.
- Comunicación abierta y honesta.



Al construir una relación, respete:

- Diferencias culturales
- Edad
- Género •
- Religión •
- Orientación sexual
- Etc.

Tratar a las personas según sus necesidades



Tratar a las personas según sus necesidades

Cada persona tiene necesidades diferentes, por ejemplo:

- Edad (lugares para sentarse en el metro)
- Religión, ayuno, festividades y oración
- Discapacidad (pensemos en un empleado con silla de ruedas que intenta alcanzar un estante alto)

Tratar a las personas según sus necesidades

EL RESPETO ES CLAVE



Herramienta metodológica I



E-EUPA_LO_3.10_M_001

Escenario de trabajo con compañeros de trabajo

- Publicidad •

Filantropía corporativa • Patrocinio corporativo • Comunicaciones externas • Comunicaciones internas •

Lobby • Promoción

- Publicidad •

Relaciones públicas Investigación: puede ser formal o informal, primaria o secundaria, cualitativa o cuantitativa, etc.

- Gestión de eventos especiales

Relaciones públicas y relaciones

- "la gestión de las relaciones es un objetivo fundamental de las relaciones públicas; de hecho, podría decirse que es el fin o propósito general de las relaciones públicas" (Okwuchukwu 2014).
- Comunicación masiva a través de diversos canales.

Relaciones públicas y relaciones

La comunicación debe dirigirse a las personas adecuadas con el mensaje adecuado



- El profesional de relaciones públicas está en el camino correcto hacia una gestión exitosa de las relaciones.

La comunicación debe utilizar el medio adecuado

• INTERNO:

- circulares •

diarios internos •

reuniones y sesiones informativas

- avisos

- eventos



Relaciones públicas y relaciones

La comunicación debe utilizar el medio adecuado

- EXTERNO

- Redes sociales

- periódicos •

- televisión y radio comunitarias • correos directos • llamadas

- telefónicas • visitas

- de cortesía • eventos

Relaciones públicas y relaciones

La comunicación debe ser bidireccional

- Con los nuevos medios, las organizaciones pueden conducir mejor su comunicación con sus públicos de una manera interactiva tal que el público escuche y Entenderlos, y ellos a su vez oyen y comprender al público. Esto es crucial. Para una gestión de relaciones exitosa (Okwuchukwu 2014).



La comunicación debe ser ética

- El experto en relaciones públicas, si desea gestionar con éxito las relaciones, tendrá que comunicarse éticamente en todas las situaciones.

Relaciones laborales

Recuerde siempre:

- Al construir relaciones,
Practica siempre la escucha activa
¡y empatía!
- Respetar y valorar las diferencias
necesidades de cada contraparte en
Cada relación
- LA COMUNICACIÓN ES CLAVE –
¡¡¡RECUERDA QUÉ TÚ
HABER APRENDIDO!!!



Definición de retroalimentación

“[...] la información útil o crítica sobre acciones o comportamientos anteriores de un individuo, comunicada a otro individuo (o grupo) que puede usar esa información para ajustar y mejorar acciones y comportamientos actuales y futuros” (<https://www.snapsurveys.com/blog/5-reasons-feedback-important/>)



La importancia de la retroalimentación

- Puede ayudar a mejorar nuestros productos o servicios.
 - Por los comentarios de los clientes, positivos o negativos, Podemos identificar las fortalezas y las deficiencias de nuestro producto/servicio
- Nos ayuda a medir la satisfacción del cliente.
- Puede ayudar a desarrollar una mejor Experiencia del cliente
 - A través de cambios en el producto/servicio dictados por la retroalimentación recibida a nuestro

La importancia de la retroalimentación



**Ayuda a que nuestros clientes
regresen**

Tomando en cuenta sus opiniones y haciéndonos
cada vez mejores .

La importancia de la retroalimentación

Ganamos en **actual** **datos**
análisis y tomamos **llevar**
decisiones adecuadas

Obtenemos acceso a datos que pueden ser analizados adecuadamente y nos darán información invaluable
Perspectivas sobre la satisfacción media de clientes, correlaciones con género, edad, etc.

La importancia de la retroalimentación

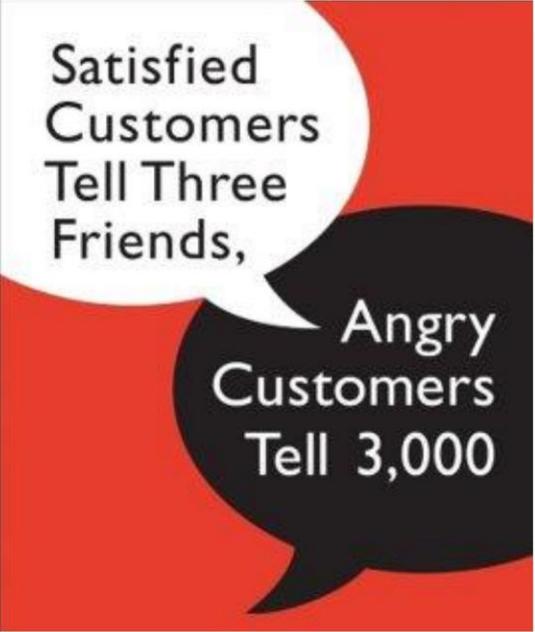
poder utilizarse a

Identifica a los defensores del cliente

Aquellos que nos den la puntuación más alta, si se les contacta y provistos de incentivos pueden convertirse en

El tipo más barato y uno de los más efectivos.

Publicitando nuestros productos



Satisfied
Customers
Tell Three
Friends,

Angry
Customers
Tell 3,000

Recopilación de comentarios de las partes interesadas internas

Correo electrónico y chat

• VENTAJAS:

- Fácil de usar internamente.
- Los comentarios se pueden compartir prácticamente en cualquier momento.
- Puede buscar comentarios más tarde.

• CONTRAS:

- El chat y el correo electrónico pueden distraer.
- No agregan datos ni brindan análisis.
- Requieren trabajo manual adicional para extraer la retroalimentación.

Reunión

- reuniones de retroalimentación bimensuales o mensuales • **VENTAJAS:** •

Oportunidad

de brindar actualizaciones de productos/compartir lo que viene a continuación en su Hoja de ruta. • Permite hacer preguntas de seguimiento. • Puedes aclarar los comentarios con quienes los han compartido. • **CONTRAS:**

han compartido. • **CONTRAS:**

- Conseguir que todos estén en la sala al mismo tiempo puede ser difícil y inconveniente.
- Puede generar confusión si tienen que conservar los comentarios durante un mes. Antes de retransmitirlo.

Informes de retroalimentación

• VENTAJAS:

- Contiene datos tanto cualitativos como cuantitativos.
- Es un recurso al que puede recurrir para obtener información cuando la necesite.

• CONTRAS: •

- Requiere mucho tiempo y es posible que su producción sea incómoda.
- No analiza las tendencias de retroalimentación a largo plazo.

Herramientas en línea

Existen herramientas como Google Forms (gratis), survey monkey, etc. en las que puedes
Puede crear fácilmente formularios de comentarios para clientes internos y externos.

• VENTAJAS:

- Contiene datos tanto cualitativos como cuantitativos.
- Es un recurso al que puedes recurrir para obtener información cuando la necesites.
- Genera automáticamente una hoja de cálculo con los datos.
- Es fácil de usar

• CONTRAS

- Puede llevar mucho tiempo para la(s) persona(s) que desarrollen el formulario.
y analizar los resultados

Redes sociales

Pueden ser una excelente manera de reunirse.

publicidad de retroalimentación

organización (boca a boca)

Review Us
on



Facebook

Recopilación de comentarios de partes interesadas externas



Análisis y evaluación de la retroalimentación

Incluya todos los comentarios en su análisis

- ¡Lea todos los comentarios! •

Aunque algunos comentarios puedan parecer irrelevantes o muy detallados, algunos proporcionarán información potencialmente vital.

Resolverlo

- Clasifique la retroalimentación en diferentes categorías y subcategorías
- Esta es una buena manera de utilizar la retroalimentación recopilada a través de conversaciones, reuniones, etc. en lugar de formularios
- Cualitativa en lugar de cuantitativa

Análisis y evaluación de la retroalimentación

Entender el valor de cada cliente

- Todos los clientes son importantes, pero algunos son más importantes que otros.
- Esto no siempre es una observación general, a veces tenemos que valorar más la opinión de un cliente sobre un producto/servicio específico.

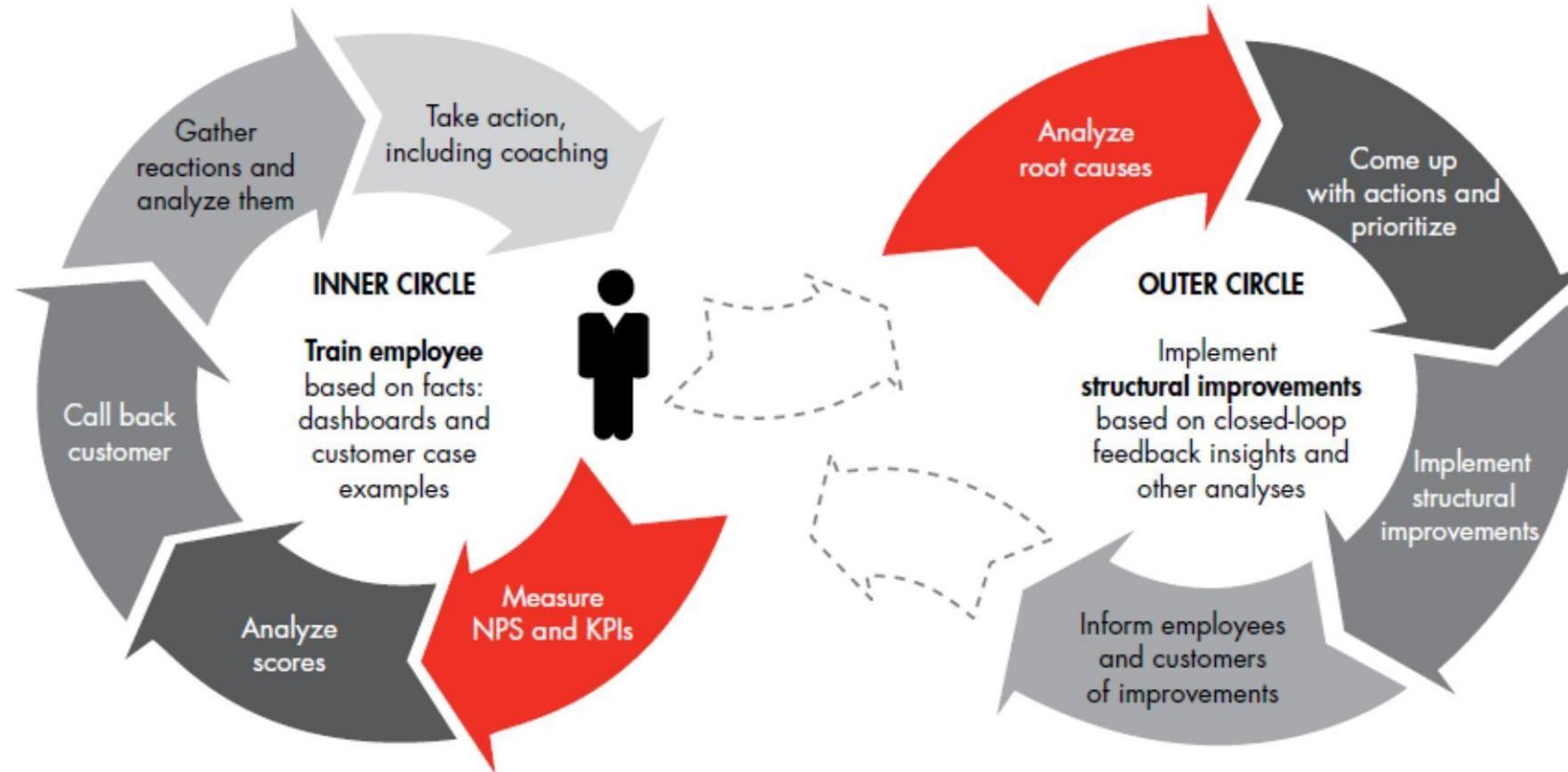
Comprenda el valor de cada comentario/puntuación

- Algunos comentarios pueden ser más útiles que otros, especialmente cuando evaluamos la retroalimentación cualitativa.



Evaluación de la retroalimentación

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



Source: Bain & Company

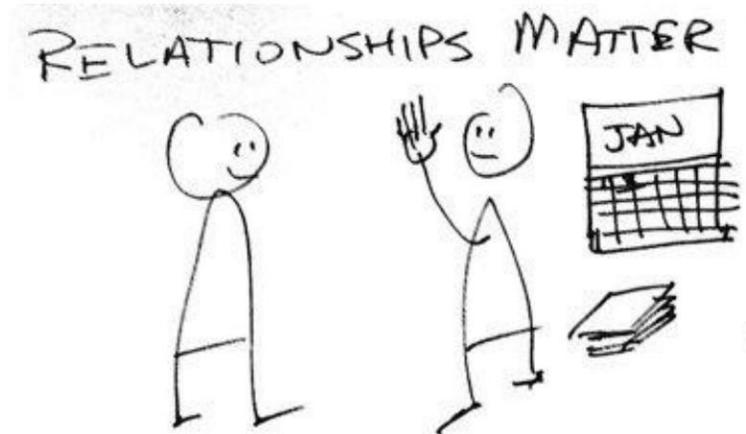
Herramienta metodológica II



E-EUPA_LO_3.11_M_001
Analizar y evaluar comentarios

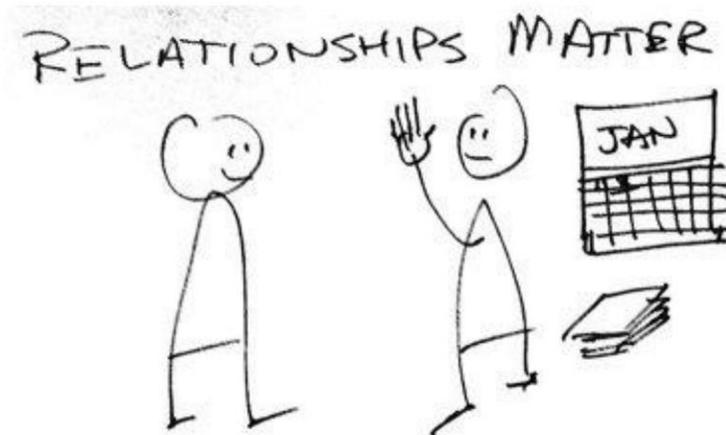
Utilizar la retroalimentación para evaluar las relaciones

Después de haber categorizado los comentarios, reúna toda la información que tenga sobre las relaciones, el servicio al cliente, la cortesía, etc.



Evaluar las políticas de relación basadas en en:

- la retroalimentación recibida
- El proveedor de retroalimentación (interno vs. externo, etc.)
- La situación actual de la atención al cliente



Evaluación de las relaciones comerciales

1. ¿Amplían tus perspectivas? 2. ¿Te mantienen alerta? 3. ¿Te hacen más valiente? 4. ¿Te ayudan a aprovechar los activos y recursos existentes?

5. ¿Tienen en cuenta sus mejores intereses en el momento?
¿Vanguardia?

6. ¿Fortalecen tu importancia para sustentar?
¿Tu éxito?

Glen Llopis, Forbes

• Eficacia

- Si no es así, debería reconsiderarlo.
- Verifique si hay fallas en la retroalimentación.
recibes •

Innovación •

Retroalimentación

- Este es un criterio importante •
Retroalimentación de ambos externo
y las partes interesadas internas



Ejemplo de principios clave para unas buenas relaciones

1. Escucha a los demás y busca primero comprender antes de ser Entendido
2. Tener empatía y pensar en soluciones donde todos ganan
3. Dar un buen ejemplo como director de proyectos
4. Sea honesto y abierto sobre el progreso del proyecto y tenga la coraje para pedir ayuda
5. Sea proactivo y asuma la responsabilidad de sus acciones.



E-EUPA_LO_3.12_M_001
Analizar y evaluar los principios clave
para unas buenas relaciones

Preguntas de repaso

Pregunta 1

Enumere las razones por las que son importantes las relaciones positivas en el trabajo

Pregunta 2

¿Cuáles son los pasos básicos que se deben seguir al analizar y evaluar la retroalimentación?

Pregunta 3

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de recopilar comentarios a través de correos electrónicos y chat?

Puntos clave del módulo

Las relaciones positivas en el lugar de trabajo son vital
Construyendo el éxito

profesional. • Los clientes son uno de los factores más importantes
El éxito de una organización.

• Al lograr relaciones positivas con las partes interesadas, usted adquiere
Aliados valiosos para tu organización

Características de una buena relación de trabajo • CONFIANZA • RESPETO MUTUO

• ATENCIÓN

• ACOGIDA A LA DIVERSIDAD

• COMUNICACIÓN ABIERTA

Puntos clave del módulo

La gestión de las relaciones es un objetivo fundamental de Public Relaciones:

- debe dirigirse a las personas adecuadas con el mensaje correcto
- debe utilizar el medio adecuado
- debe ser bidireccional
- debe ser ético

¡BIEN HECHO!



Has completado la Unidad 3.3 - Parte B



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

