



AT3: Gestión de la comunicación verbal y telefónica, código de conducta, igualdad de oportunidades y relación con los otros.

### 3.5 Crear y mejorar las relaciones de trabajo.

**RA47** Demostrar capacidad para construir relaciones de trabajo positivas con clientes, proveedores y otros agentes, al igual que dentro de la organización utilizando los principios básicos de buenas relaciones de trabajo acordadas.

**RA48** Analizar y evaluar las respuestas de los clients, proveedores y otras partes interesadas, así como de los empleados de la organización.

**RA49** Evaluar los principios básicos de buenas relaciones de trabajo acordados y aplicados dentro de la organización y recomendar mejoras que incrementen la interacción entre la organización y su entorno externo.



# Detalles del Módulo



<b>Código Área de Trabajo:</b>	3
<b>Título del Área de Trabajo:</b>	Gestión de la comunicación verbal y telefónica, código de conducta, igualdad de oportunidades y relación con los otros.
<b>Código de la Unidad:</b>	3.5
<b>Título de la Unidad:</b>	Crear y mejorar las relaciones de trabajo.
<b>Cód. Resultados Aprendizaje:</b>	RA047, RA048, RA049
<b>Resultados de Aprendizaje:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- RA047 Demostrar capacidad para construir relaciones de trabajo positivas con clientes, proveedores y otros agentes, al igual que dentro de la organización utilizando los principios básicos de buenas relaciones de trabajo acordadas</li><li>- RA048 Analizar y evaluar las respuestas de los clients, proveedores y otras partes interesadas, así como de los empleados de la organización.</li><li>- RA049 Evaluar los principios básicos de buenas relaciones de trabajo acordados y aplicados dentro de la organización y recomendar mejoras que incrementen la interacción entre la organización y su entorno externo.</li></ul>
<b>Duración recomendada:</b>	3 horas
<b>Formador:</b>	



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Confidencialidad en el lugar de trabajo



- **Definición**

- Mantener la privacidad de la información del cliente y de la empresa.
- Tratar toda la información de forma confidencial.
- Todo lo que se ve y escucha en el lugar de trabajo se queda en el trabajo. No se puede dar información a nadie fuera del lugar del trabajo.
- El acceso a archivos solo será posible si se tiene permiso. Ningún material o archivo confidencial puede salir de la empresa.
- No hablar de asuntos de la empresa fuera del lugar de trabajo.

- **Se podrían tomar acciones legales contra la persona u organización que revele información del cliente o de la empresa.**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Importancia de la confidencialidad



La confidencialidad es de suma importancia en el lugar de trabajo porque hay **información personal** que no se debe compartir como puede ser historiales medicos, asuntos personales (por ejemplo un divorcio) que causan molestias cuando se tratan. **Tanto el jefe como los compañeros de trabajo deben respetar este principio en todo momento.**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Importancia de la confidencialidad en nuestro trabajo



- El/La asistente personal a menudo se encontrará con información confidencial.
  - Relacionado con el resto de los empleados.
  - Relacionado con el/la gerente mismo/a
- Para estar seguros
  - NUNCA debes divulgar información a nadie a menos que sea absolutamente necesario para tu trabajo o el trabajo de los demás.
  - Si no estás seguro/a, ¡PREGUNTA!



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Comportamiento positivo en el trabajo



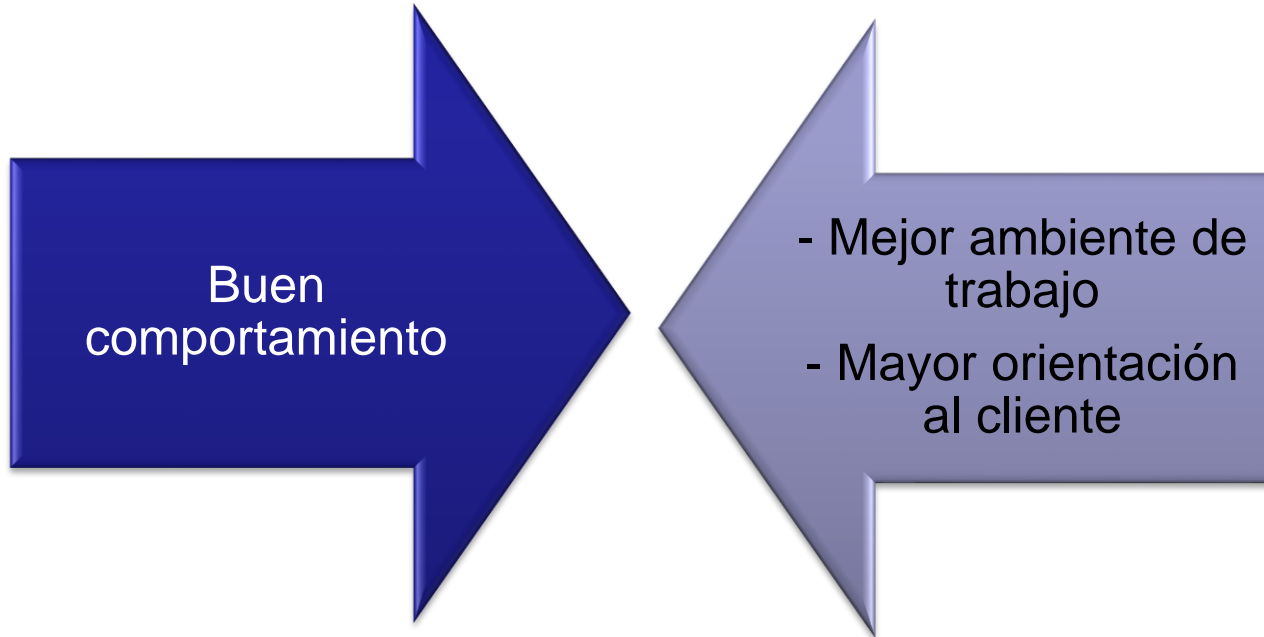
- Crear relaciones laborales positivas es vital para el éxito profesional.
- Las relaciones pueden afectar positive o negativamente tu satisfacción con el trabajo, tu capacidad para avanzar y obtener reconocimiento por tus logros.
  - Cuando construyes relaciones positivas, te sientes más **cómodo con tus interacciones y menos intimidado por los demás**. Sientes un vínculo más cercano con las personas con las que pasas la mayor parte de tu tiempo de trabajo.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

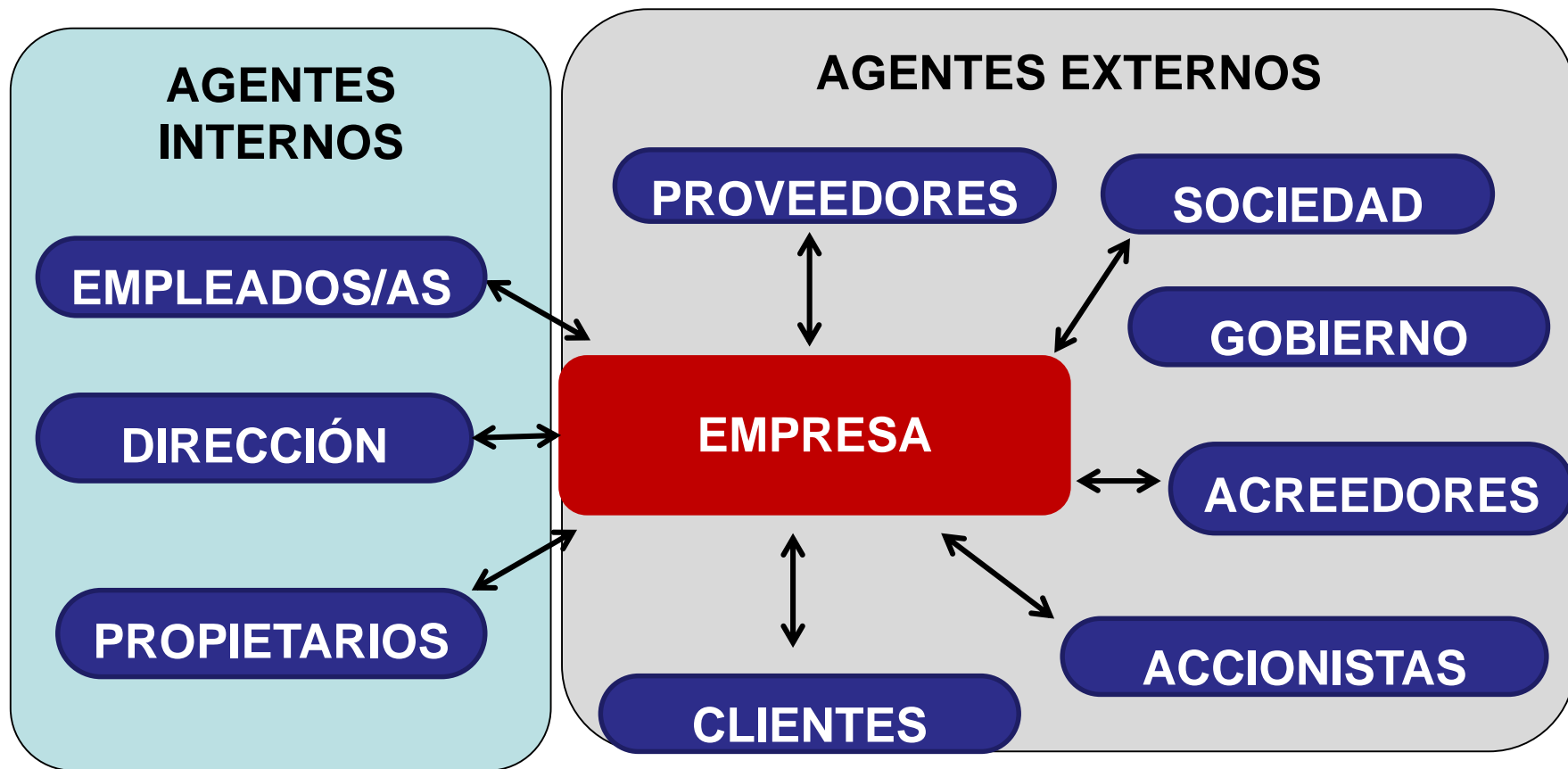
# Comportamiento positivo en el trabajo




Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Agentes internos y externos







En la fórmula del éxito, el ingrediente más importante es saber cómo llevarse bien con las personas.

— Theodore Roosevelt —

AZ QUOTES



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Una relación de trabajo se define como una relación con:

- Colegas
- Gerentes
- Empleados
- Clientes
- Proveedores



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Relaciones con los/las compañeros/as – su importancia



- Ellos hacen que nuestro trabajo sea más agradable y productivo.
  - La presencia de un buen amigo en el trabajo está fuertemente asociado con la satisfacción laboral. Sin un amigo en el trabajo, la satisfacción laboral se deteriora (Organización Gallup)



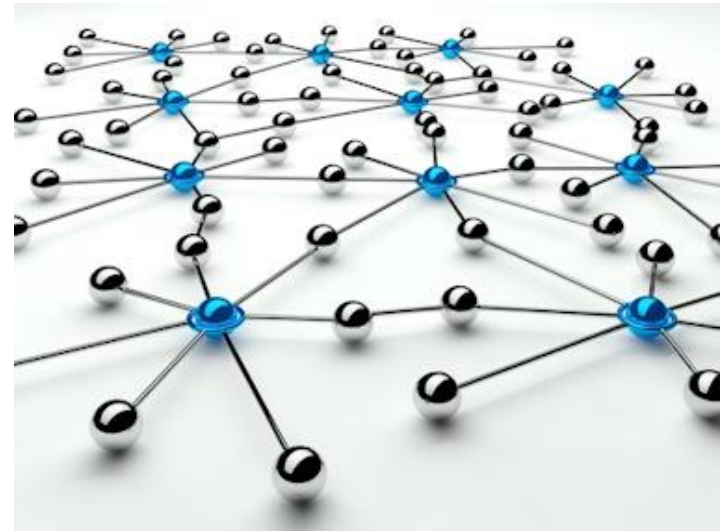
Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Relaciones con los/las compañeros/as – su importancia



- Nosotros creamos conexiones y redes
  - Pueden servirnos como referencias o contactos en el futuro.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Relaciones con los/las compañeros/as – su importancia



- Los seres humanos son seres sociales
  - Necesitan y anhelan la amistad y socialización



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

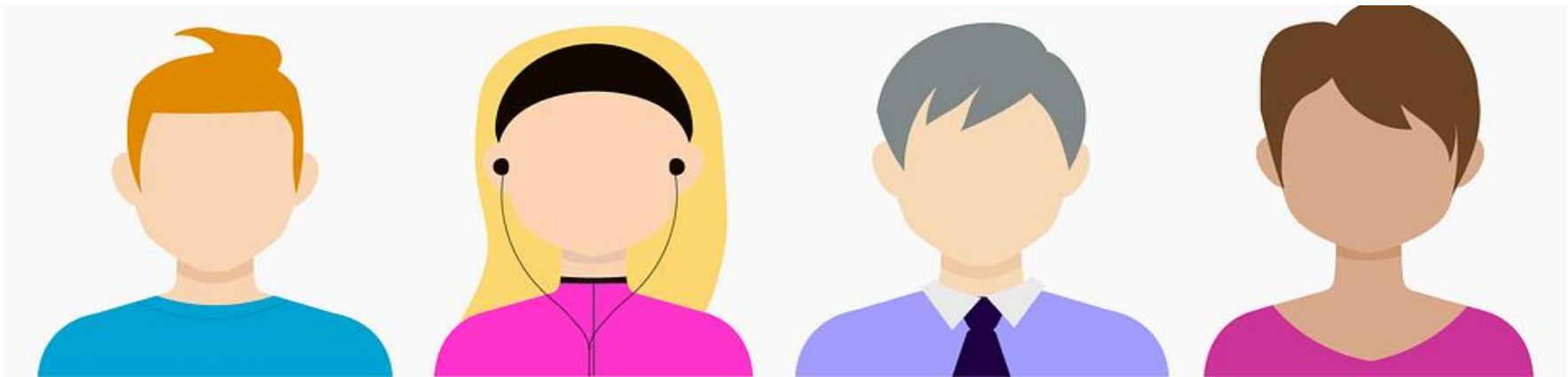
This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Relaciones con los/las clientes – su importancia



- La importancia de estas relaciones es obvia.
- Los clientes son uno de los factores más importantes del éxito de una organización.
- La existencia de la empresa depende de los clientes.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Relaciones con otros agentes – su importancia



Al lograr relaciones positivas con otros agentes, adquieres valiosos aliados para tu organización



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- ¿Alguna vez has trabajado en una organización caracterizada por las malas relaciones? ¿Cómo impactó en tu rendimiento laboral?



# Grupo de debate

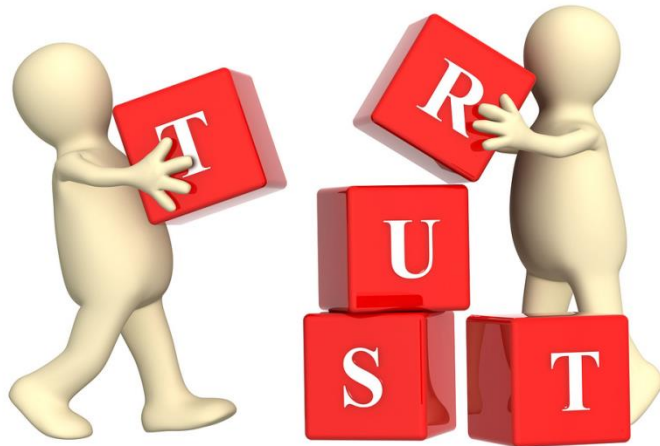


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Técnicas para una buena relación laboral\*

## 1. CONFIANZA



- **La base de cualquier buena relación**
- Se construye diciendo la verdad, incluso cuando sea difícil en las transacciones con clientes y compañeros.



# Técnicas para una buena relación laboral



## 2. RESPETO MUTUO

- Valora las ideas y respuestas de otras personas.
- Cuando tratas a las personas con respeto, te tratarán con respeto.

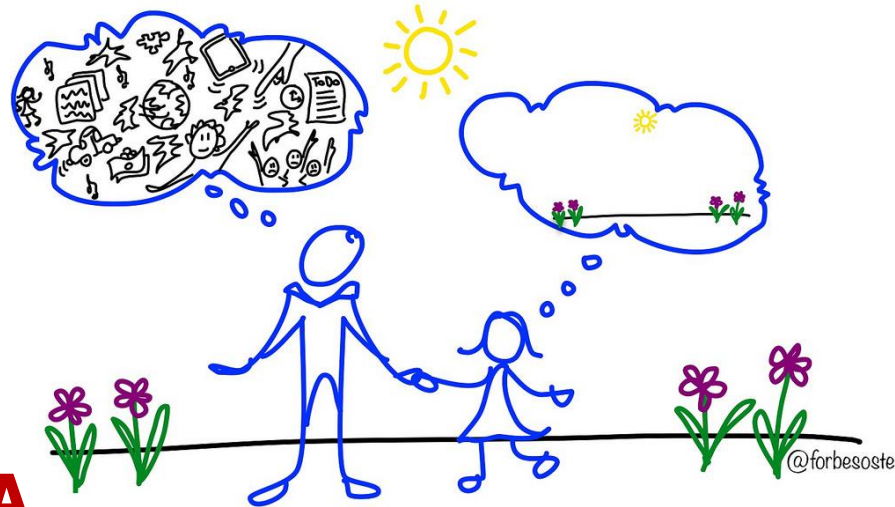


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Técnicas para una buena relación laboral

## Mind Full, or Mindful?



### 3. ATENCIÓN PLENA

- Asume la responsabilidad de lo que digas y hagas.
- Ten cuidado y presta atención a lo que dices.
- No dejes que tus emociones negativas afecten a las personas que te rodean.

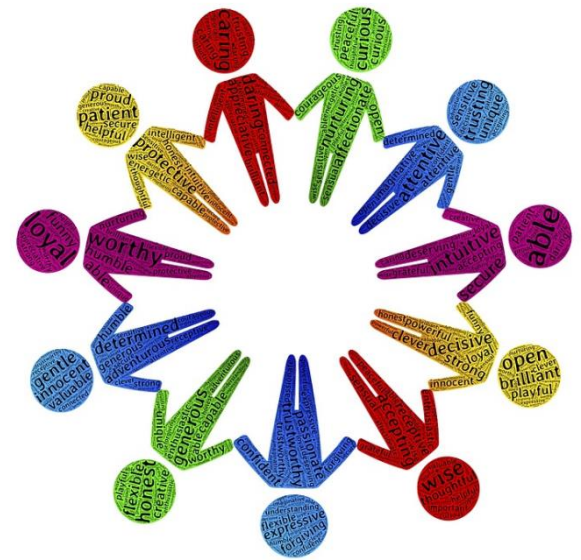




# Técnicas para una buena relación laboral

## 4. ACEPTACIÓN DE 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



## 5. COMUNICACIÓN ABIERTA

- Cuanto mejor y más efectivas seas en tus comunicaciones con quienes que te rodean, más intensas serán tus relaciones.
- Comunicación abierta y honesta.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Técnicas para una buena relación laboral



## 6. Al crear una relación, respeta:

- Diferencias culturales
- Años
- Sexo
- Religión
- Orientación Sexual
- Etc.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Tratar a las personas de acuerdo a sus necesidades



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Tratar a las personas de acuerdo a sus necesidades



Diferentes personas tienen diferentes necesidades, por ejemplo:

- Edad (asientos reservados en el metro)
- Religión, ayuno, vacaciones y oración
- Discapacidad (piensa en un empleado con una silla de ruedas que intenta llegar a un estante elevado)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Treating people according to their needs



EL RESPETO ES  
LA CLAVE



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# HERRAMIENTA METODOLÓGICA



**EUPA\_LO\_047\_M\_001**

**PASEO CON SHERPA**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





- Publicidad
- Filantropía corporativa
- Patrocinio corporativo
- Comunciaciones externas
- Comunicaciones internas
- Lobby - presionar
- Promoción
- Publicidad
- Investigación de Relaciones Públicas- puede ser formal o informal, primaria o secundaria, cualitativa o cuantitativa, etc.
- Gestión de eventos especiales



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- “ La gestión de la comunicación es un objetivo fundamental de las relaciones públicas; de hecho, es discutible el fin o el propósito general de las Relaciones Públicas” (Okwuchukwu 2014).
- Comunicación masiva a través de varios canales





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

- Al identificar a la audiencia adecuada y dirigirse con el mensaje correcto, el profesional de Relaciones Públicas está en el camino correcto hacia una gestión exitosa de la relación.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



La comunicación debe usar el Medio Correcto

- **INTERNAS:**

- Circulares
- Revista interna
- Reuniones y sesiones informativas
- Avisos
- Eventos



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

La comunicación debe usar el Medio Correcto

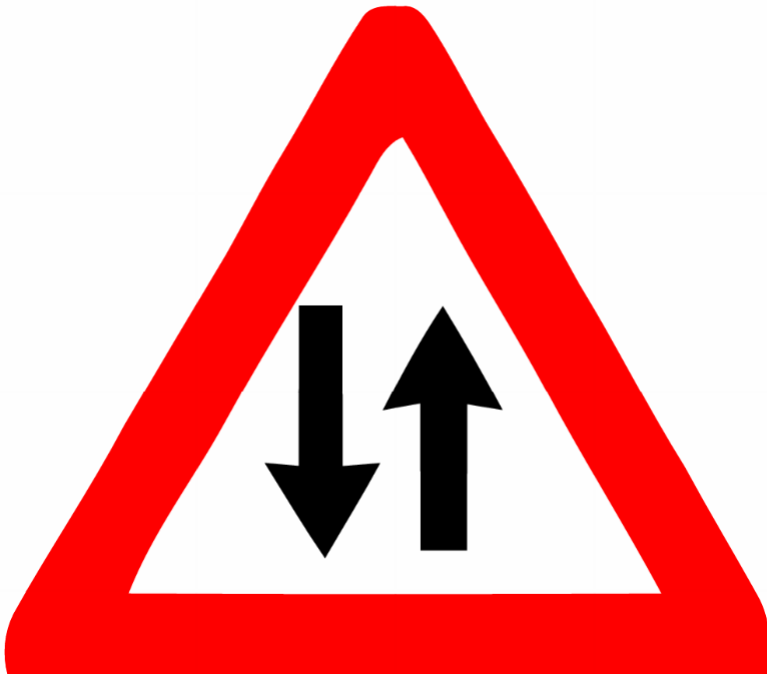
- EXTERNOS
  - Redes sociales
  - Periódicos
  - Televisión y radio locales
  - Correos directos
  - Llamadas telefónicas
  - Visitas de cortesía
  - Eventos



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





## La comunicación debe ser bidireccional

- Con los nuevos medios, las organizaciones pueden dirigir mejor su comunicación con su público de una manera interactiva, de modo que el público la escuche y la entienda, y ellos a su vez escuchen y entiendan al público. Esto es clave para una gestión exitosa de la comunicación (Okwuchukwu 2014).







## La comunicación debe ser ética

- Si el/la experto/a en RR.PP. debe manejar con éxito la comunicación, deberá comunicarse éticamente en todas las situaciones.
- La comunicación no ética puede en principio parecer conveniente, pero a la larga, podría, en un abrir y cerrar de ojos, destruir una relación que se ha construido a lo largo de los años.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- **Por último, siempre recuerda:**
  - ¡Al crear relaciones, siempre practica la escucha activa y la empatía!
  - Respeta y valora las diferentes necesidades de cada parte en cada interacción.
  - **LA COMUNICACIÓN ES LA CLAVE**
    - ¡¡¡ RECUERDA LO QUE HAS APRENDIDO!!!



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Feedback establecido



- “El término ‘**feedback**’ se utiliza para describir **información útil o crítica** sobre la **acción o comportamiento previo** de una persona, y que es **comunciada** a otra persona (o grupo) quienes pueden **utilizar** esa información para **ajustar y mejorar** las acciones y comportamientos actuales y futuros”  
(<https://www.snapsurveys.com/blog/5-reasons-feedback-important/>)



# La importancia del feedback



- Puede ayudar a mejorar nuestros productos o servicios
  - Con el feedback positivo o negativo de los clientes, Podemos identificar las fortalezas o deficiencias de nuestro producto/servicio
- Nos ayuda a medir la satisfacción del cliente
- Puede ayudar a que el cliente tenga una mejor experiencia
  - Mediante cambios en nuestro producto/servicio gracias a los comentarios-feedback recibidos.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# La importancia del feedback



- Ayuda a que nuestros clientes vuelvan a repetir
  - Al tomar en cuenta sus opiniones y hacernos mejores y mejores



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# La importancia del feedback



- **Obtenemos datos reales para analizar y tomar decisiones apropiadas**
  - Obtenemos acceso a los datos que se pueden analizar de forma adecuada, y nos brinda información valiosa sobre la satisfacción media de los clientes, la relación según el sexo, la edad, etc.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# La importancia del feedback



- Se puede usar para identificar a los defensores de los clientes
  - Quienes nos otorgan los puntajes más altos, si contactamos y les proporcionamos incentivos, podemos convertirlos en uno de los tipos de publicidad más efectivos y más económicos para nuestros productos.

Cientes Satisfechos se lo Cuentan a Tres Amigos

Cientes Insatisfechos lo Cuentan a 3000



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Recopilando feedback de los agentes internos\*



## 1. Email y Chat

- **PROS:**
  - Conveniente para uso interno.
  - El feedback se pueden compartir virtualmente en cualquier momento.
  - El feedback se puede recibir con posterioridad
- **CONTRAS:**
  - Email y chat pueden distraer.
  - No agrega datos ni proporciona análisis.
  - Requiere trabajo manual adicional para extraer los comentarios.



\* <http://community.uservice.com/blog/5-smart-channels-for-gathering-feedback-from-internal-stakeholders/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Recopilando feedback de los agentes internos \*



## 2. Reuniones

- Reuniones de feedback bimensuales o mensuales
- PROS:
  - Oportunidad para proporcionar actualizaciones de productos/compartir cuál será la siguiente hoja de ruta.
  - Permite hacer preguntas de seguimiento.
  - Se pueden clarificar las aportaciones con aquellos/as que lo han compartido.
- CONTRAS:
  - Conseguir que todos/as estén en la misma sala y al mismo tiempo puede ser difícil e inconveniente .
  - Puede generar confusión si tienen que retener la información durante un mes antes de transmitirla.



\* <http://community.uservice.com/blog/5-smart-channels-for-gathering-feedback-from-internal-stakeholders/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Recopilando feedback de los agentes internos \*



## 3. Informes de Feedback

- **PROS:**
  - Contiene datos cualitativos y cuantitativos.
  - Es un recurso que se puede consultar para obtener información cuando se necesite.
- **CONTRAS:**
  - Exige mucho tiempo y posiblemente sea un inconveniente.
  - No tiene en cuenta las tendencias de retroalimentación a largo plazo.

\* <http://community.uservice.com/blog/5-smart-channels-for-gathering-feedback-from-internal-stakeholders/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Recopilando feedback de los agentes internos



## 4. Herramientas online

Existen herramientas como Google Formularios (gratis), Survey Monkey, etc, en las que se puede crear fácilmente formularios de feedback tanto para clientes internos como externos.

- **PROS:**

- Contiene datos cualitativos y cuantitativos.
- Es un recurso que se puede consultar para obtener información cuando se necesite.
- Genera automáticamente una hoja de cálculo con los datos obtenidos.
- Es fácil de usar.

- **CONTRAS**

- Puede exigir mucho tiempo para la(s) persona(s) que crean el formulario y analizan los resultados.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

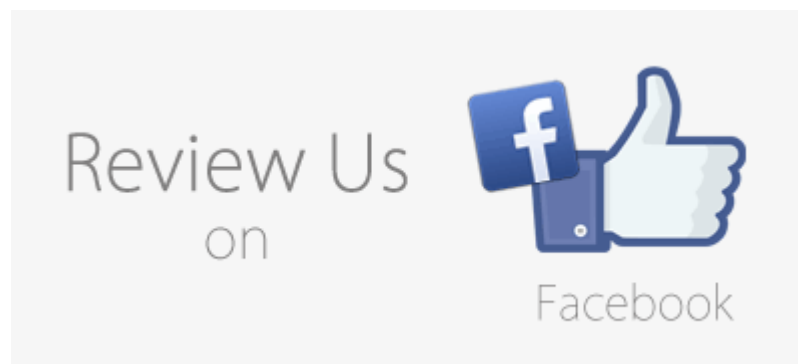
This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Recopilando feedback de los agentes externos



## 1. Medios de comunicación social

A medida que las redes sociales se convierten en un canal muy importante de comunicación, puede ser una excelente forma para recopilar feedback Y publicitar la empresa (de boca en boca)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Recopilando feedback de los agentes externos



## LOS COMENTARIOS DE NEGOCIOS LOCALES SON LA VERSIÓN DIGITAL DE LA PUBLICIDAD DE BOCA EN BOCA



De personas confían en las recomendaciones de quienes conocen



De los consumidores confían tanto en los comentarios online como en las recomendaciones personales



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Recopilando feedback de los agentes externos



## 2. Herramientas Online

Para crear un formulario sencillo en Google Formularios, debes tener una cuenta de Gmail

Instrucciones paso a paso:

<https://gsuite.google.com/learning-center/products/forms/get-started/#section-1-1>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Analizar y evaluar el feedback\*



## 1. Incluye todos los feedback en tu análisis

- ¡Lee todos los comentarios!
- Aunque algunos comentarios puedan parecer poco relevantes o muy detallados, algunos proporcionarán información potencialmente vital.



\* <https://mopinion.com/10-tips-to-improve-effective-customer-feedback-analysis-and-drive-online-sales/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Analizar y evaluar el feedback



## 2. Ordenar

- Clasificar los comentarios en diferentes categorías y subcategorías.
- Buen método para utilizarlo con los comentarios recopilados a través de conversaciones, reuniones, etc. en lugar de formularios.
- Cualitativo en vez de cuantitativo.

\* <https://mopinion.com/10-tips-to-improve-effective-customer-feedback-analysis-and-drive-online-sales/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Analizar y evaluar el feedback



## 3. Comprender el valor de cada cliente

- Todos los clients son importante, pero algunos son más importantes que otros.
- No siempre es válido a nivel general, pero a veces tenemos que valorar más la opinion de un cliente sobre un producto/servicio específico



\* <https://mopinion.com/10-tips-to-improve-effective-customer-feedback-analysis-and-drive-online-sales/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Analizar y evaluar el feedback



## 4. Comprender el valor de cada comentario/nota

- Algunos comentarios pueden ser más útiles que otros, especialmente cuando evaluamos comentarios cualitativos.



\* <https://mopinion.com/10-tips-to-improve-effective-customer-feedback-analysis-and-drive-online-sales/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



## 5. Tendencias, tendencias, tendencias

- Las tendencias suelen ser las más reveladoras.
- Además sería conveniente observar las tendencias según el sexo, la edad, etc.



\* <https://mopinion.com/10-tips-to-improve-effective-customer-feedback-analysis-and-drive-online-sales/>

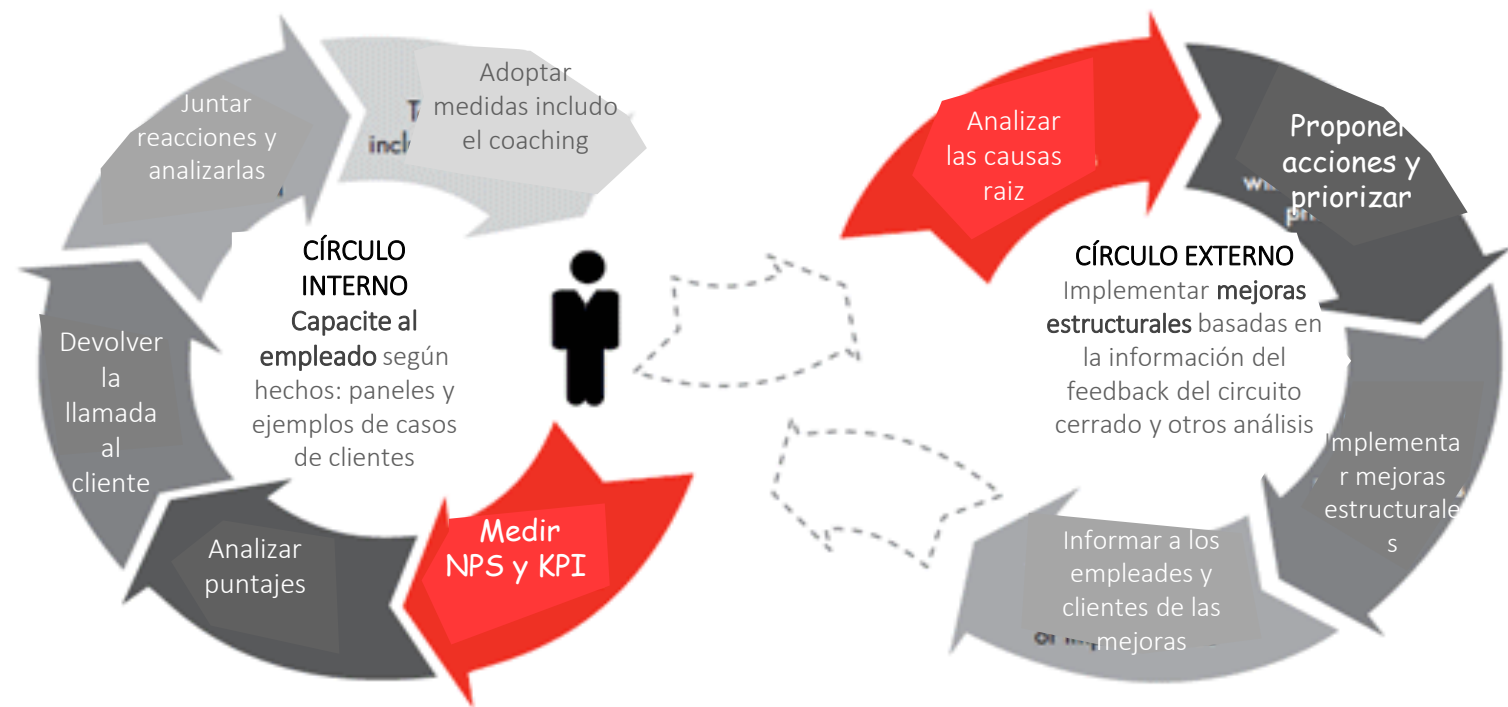


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Perspectivas del cliente: acciones en diferentes niveles de la organización representados en estos dos círculos de feedback

Figure 7: Customer insights from both feedback circles inform action at different levels of the organization



Source: Bain & Company



# HERRAMIENTA METODOLÓGICA

**EUPA\_LO\_048\_M\_001**

**Analizar y Evaluar el feedback**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Utilizar el feedback para evaluar la relación con el cliente



- Después de categorizar los comentarios del feedback, reúne toda la información que tengas sobre la relación con el cliente, el servicio al cliente, la cortesía, etc.

LA RELACIÓN CON EL  
CLIENTE IMPORTA



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Utilizar el feedback para evaluar la relación con el cliente



- Evaluar las políticas de relación con el cliente basadas en:
  - El feedback recibido
  - El proveedor del feedback (interno vs. externo, etc.)
  - La situación actual del servicio al cliente.

LA RELACIÓN CON EL  
CLIENTE IMPORTA



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Evaluar las relaciones comerciales



1. ¿Amplían tus perspectivas?
2. ¿Te mantienen alerta?
3. ¿Te hacen más valiente?
4. ¿Ayudan a aprovechar los activos y recursos existentes?
5. ¿Mantienen tu interés vivo?
6. ¿Fortalecen la importancia para mantener el éxito?



*Glen Llopis, Forbes*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Criteria for evaluating the key principles of the relationship with the client



- Eficacia
  - Si no, se debería reconsiderar.
  - Revisar los defectos en el feedback que recibes.
- Innovación
- Feedback
  - Es un criterio importante
  - Feedback tanto de los agentes internos como externos



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Ejemplo de principios clave para mantener buenas relaciones



1. *Escucha a los demás e intenta comprender antes de ser entendido*
2. *Ten empatía y piensa en soluciones ganar/ganar*
3. *Da buen ejemplo como jefe de proyecto*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Ejemplo de principios clave para mantener buenas relaciones



4. *Sé honesto/a y abierto/a sobre el progreso del proyecto y ten la valentía de pedir ayuda*
5. *Sé proactivo/a y asume la responsabilidad de tus acciones*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# HERRAMIENTA METODOLÓGICA

## EUPA\_LO\_049\_M\_001

Analizar y evaluar principios clave para  
mantener buenas relaciones



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Preguntas / Actividades de repaso del Módulo



- **Repaso Pregunta 1**
  - Enumera las razones por las que las relaciones positivas en el trabajo son importantes
- **Repaso Pregunta 2**
  - ¿Cuáles son los pasos básicos que se deberían seguir al analizar y evaluar el feedback?
- **Repaso Pregunta 3**
  - Cuáles son los pros y contras al recopilar feedback a través del correo electrónico y del chat



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- **Crear relaciones laborales positivas es vital para el éxito profesional.**

- Los clients son uno de los factores más importantes del éxito de una empresa.
- Al lograr relaciones positivas con todos los agentes, adquieres valiosos aliados para tu empresa.

- **Características de una buena relación de trabajo**

- **CONFIANZA**
- **RESPECTO MUTUO**
- **ATENCIÓN PLENA**
- **ACEPTACIÓN DE LA DIVERSIDAD**
- **COMUNICACIÓN ABIERTA**

- **La gestión de la relación es un objetivo fundamental de las Relaciones Públicas:**

- **Debe Dirigirse a las Personas Adecuadas con el Mensaje Correcto**
- **Debe usar el Medio Correcto**
- **Debe ser Bidireccional**
- **Debe ser Ético**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Union. This [project] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





# ¡Sensacional!



# Has completado esta unidad