



16-10-2009, ostatnia aktualizacja: 28-10-2009

Konstruktywne informacje zwrotne a zwykła krytyka sprzedawcy

Autor: Maria Mycielska, Trener AchieveGlobal

Nawet najlepszy sprzedawca nie zawsze robi wszystko tak, jak tego oczekuje manager. Może to dotyczyć tak wyników, jak i zwykłych codziennych zachowań. Wszyscy potrzebujemy informacji zwrotnej, jak nasze działania i zachowania odbierają inni. Dzięki konstruktywnej informacji zwrotnej nasza efektywność może wzrosnąć, a sami mamy szanse na rozwój i doskonalenie swoich umiejętności i wyników.



Czym jest jednak konstruktywna, rozwijająca informacja zwrotna w odróżnieniu od demotywującej krytyki? Jak przekazać sprzedawcy, że nie spełnia oczekiwań w sposób, który z jednej strony sprawi, że sprzedawca będzie miał pełną świadomość, co powinien zmienić i jak, a z drugiej będzie chciał to zmienić?

Nie ma nic bardziej niszczącego samoocenę człowieka niż krytyka, zwłaszcza jeżeli dotyczy osoby, a nie jej zachowania czy działania. Jeżeli powiemy: „jesteś niepunktualny” pracownik poczuje, że brak punktualności to jego cecha jako człowieka. Oczywistym będzie odruch zaprzeczenia, niezgody i wewnętrznego sprzeciwu, albo - co gorsze - przyjęcie tego wyroku jako nieodwołalnego i dostosowanie do niego swoich działań. Zupełnie inną informacją będzie stwierdzenie: „spóźniłeś się wczoraj na dwa spotkania z klientami”.

Jaka wobec tego powinna być informacja zwrotna, aby z jednej strony wskazywała kierunek zmiany, a z drugiej motywowała do konkretnych kroków w stronę poprawy? Przyjmuje się kilka różnych sposobów konstruktywnego przekazywania informacji zwrotnej. W przypadku sprzedawcy najlepszym sposobem będzie informacja zwrotna, która daje możliwość samodzielnego rozwiązywania problemu. Ma ona w sobie element coachingu pracownika.

Najpierw sprawdź

Nigdy nie oceniaj pochopnie. Zastanów się, czy działanie, wynik czy zachowanie, na które

chcesz zwrócić uwagę, rzeczywiście miało miejsce, jakie miało konsekwencje oraz na ile twoje oczekiwania z tym związane były zakomunikowane. Przyjrzyj się źródłu informacji, poznaj inne punkty widzenia, a wreszcie dopytaj pracownika i sprawdź, czy dobrze rozumiesz.

Wskaż to, co jest dobre

Najpierw powiedz, o czym chcesz rozmawiać. Mając jasny obraz sytuacji, możesz wskazać aspekty pozytywne. Wskazanie pracownikowi co robi dobrze, pomoże mu widzieć problem bardziej konstruktywnie. Pokazuje również, co cenisz, wzmacnia pozytywnie oceniane działanie i daje poczucie, że menedżer potrafi oceniać w sposób wyważony, a nie tylko krytykować. Ważne, abyś był w tym szczerzy i konkretny. Nie wystarczy powiedzieć: „jesteś świetnym pracownikiem”. Powiedz konkretnie, co cenisz i dlaczego.

Wskaż co powinien zmienić

Powiąz aspekt pozytywny z negatywnym. Tak pozytywna informacja, jak i negatywna powinny dotyczyć tej samej sprawy. W przeciwnym razie pozytywna informacja może być postrzegana jako nieszczerzy komplement. Powiedz na przykład: „ twoja prezentacja zawierała dużo ważnych informacji, była też dobrze przygotowana i świetnie przeprowadzona. Ważne jest również, aby trzymać się ustalonego czasu, a przekroczyłeś go dwukrotnie”.

Pozwól pracownikowi rozwiązać problem

Nie rozwiązuj problemu za pracownika. Zadawaj pytania: „ co możesz z tym zrobić?”, „jak chcesz to rozwiązać?”, „co zrobisz w przyszłości?”. Prowadź inspirującą dyskusję. Pozwól, aby sam znalazł rozwiązanie. Będzie wtedy znacznie bardziej do niego przekonany i weźmie odpowiedzialność za jego realizację.

Uzgodnij następne kroki

Zakończ rozmowę konkretnymi zobowiązaniami ze strony pracownika i być może też z twojej strony.
