

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



INFORMACJA ZWROTNA



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MODEL SBI



Cele modułu

- Zdobyć umiejętności udzielania efektywnej komunikacji zwrotnej
- Jak poprawić wydajność innych za pomocą informacji zwrotnych
- Błędy w procesie udzielania informacji zwrotnej
- Informacja zwrotna z perspektywy lidera





Cele sesji szkoleniowej

1. Informacja zwrotna z perspektywy lidera.
2. Efektywna informacja zwrotna
3. Model SBI
4. Inne modele:
 - A. Technika „Kanapki“
 - B. Model COIN
 - C. Technika „MIMO“



Jednym z istotnych celów każdego managera będącego liderem jest porównanie uzyskanych wyników z wyznaczonymi celami.

- Aby zapewnić osiągnięcie celów biznesowych niezwykle cenne są okresowe oceny wyników, które mogą prowadzić do:
- uznania za osiągnięcia postawionego celu.
 - renegotjacji celów, jeśli nie są one realistyczne.
 - wprowadzenia środków naprawczych, aby zapewnić osiągnięcie założonych celów.



Lider na początku powinien:

wskazać jaka jest różnica w wynikach, pokazując fakty,
które potwierdzają jego ocenę

zapytać jakie są przyczyny rozbieżności w wydajności, na
podstawie których pracownik może je zidentyfikować,

zapytać, jakie przeszkody napotkał oraz znaleźć
alternatywne działania, które pozwolą mu je pokonać.



Ważne jest, aby lider uważnie słuchał wypowiedzi partnera i mógł zadawać nowe pytania w celu pogłębienia analizy przyczyn źródłowych luki.

Podczas udzielania informacji zwrotnej ważne jest, aby być asertywnym, koncentrować się na celu i zachować spokój, skupienie. Rozmowę należy podsumować planem działania w celu poprawy przyszłych wyników, jasno i precyzyjnie określając uzgodnienia określające czas wykonania i daty przeglądu w celu oceny postępów.



Udzielanie osobistej opinii na temat elementów, które można by poprawić, jest niewygodne. Postrzegamy tę sytuację jako konfrontację. Z tego powodu wielu wybiera najgorsze rozwiązanie: nie dawać żadnej informacji zwrotnej



Dobra informacja zwrotna to taka, która jest efektywna i konstruktywna

- Jest nie tylko konkretna i widoczna, ale także skuteczna, ponieważ jest dobrze skonstruowana zarówno pod względem treści (treści), jak i formy (sposób prezentacji treści).
- Dobra i konstruktywna informacja zwrotna wymaga przygotowania z Twojej strony. Przygotuj się do rozmowy. Zidentyfikuj negatywne i pozytywne punkty, którymi należy się zająć, a także pożądane zmiany. Zawsze przekazuj opinie na temat znanych Ci faktów i danych.



Skuteczna informacja zwrotna pomaga również wspierać otwartą komunikację, która umożliwia ludziom efektywniejszą współpracę.

Trzystopniowy proces dostarczania skutecznej informacji zwrotnej - model SBI. Model SBI działa, ponieważ jest prosty i bezpośredni. Przekazując informację zwrotną, rejestrujesz SYTUACJĘ (S), opisujesz ZACHOWANIE (B), które zaobserwowałeś, a następnie wyjaśniasz WPŁYW (I), jaki to zachowanie miało na Ciebie.





SITUATION

umieszczamy
kontekst (gdzie i
kiedy) zachowanie
miało miejsce

Pierwszym krokiem w przekazywaniu skutecznej informacji zwrotnej jest uchwycenie i wyjaśnienie konkretnej sytuacji, w której nastąpiło zachowanie. Opisanie miejsca i czasu zachowania tworzy kontekst dla Twoich odbiorców informacji zwrotnych, tak aby mogli przypomnieć sobie szczegóły sytuacji.



BIHAVOUR

Pomaganie osobie w zrozumieniu jej dokładnego zachowania jest najważniejszym krokiem. Często błędem jest charakteryzowanie osoby zamiast jej działań. Na przykład „Byłeś niegrzeczny”. Zamiast: „Mówiłeś w tym samym czasie, gdy mówiła inna osoba”. Unikaj także interpretacji lub osądów. Zamiast tego opisz konkretne zachowanie



Wyjaśnij wpływ zachowania tej osoby na Ciebie i / lub na innych obecnych. Stwierdzenia odnoszące się do wpływu są z Twojej perspektywy, takie jak „Czułem...” lub „Doświadczyłem...”

Potwierdź emocjonalny wpływ zachowania danej osoby na Ciebie. Komunikując osobisty wpływ zachowania, dzielisz się swoim punktem widzenia i prosisz odbiorcę informacji zwrotnej, aby spojrzał na to zachowanie z Twojej perspektywy. Ten rodzaj komunikatu pomaga budować zaufanie, co z kolei może prowadzić do jeszcze skuteczniejszych informacji zwrotnych w miarę doskonalenia umiejętności komunikacyjnych



Technika „kanapki”

- Polega ona na opracowaniu trzech faz, w środku których miałyby być komentarz do aspektów wymagających korekty.

Rozpocznij
rozmowę od
pozytywnych
komentarzy

Omów główny
temat opinii

Zakończ
pozytywnym
komentarzem

Ludzie zmniejszą swój dyskomfort i niepokój, jeśli usłyszą o sobie coś pozytywnego. Ułatwi to przyjmowanie negatywnych komentarzy.



MODEL KONWERSACJI COIN



Context: okoliczności, wydarzenie lub problem, który chcesz omówić.

Observation: szczegółowy opis tego, co się wydarzyło.

Impact: jak wydarzenie lub problem, który omawiasz, wpływa na innych członków Twojego zespołu lub organizacji.

Next steps: wyraźne porozumienie w sprawie zmian lub ulepszeń w zachowaniu lub wydajności, których oczekujesz w przyszłości.

Dobre zastosowanie modelu COIN zachęca do pozytywnej, długotrwałej zmiany. Umożliwia stanowcze, ale uczciwe przekazywanie ludziom opinii na temat tego, co należy poprawić. Pomaga również skupić się na krokach, które członek zespołu musi wykonać, aby osiągnąć te cele. Model COIN jest podobny do innych narzędzi udzielania informacji zwrotnej (np. SBI).



Technika „MIMO”

- Jest to wyrażanie opinii w sposób, który dodaje wartości, pozwala ulepszyć osobę, której ją oferujesz, i coś, co uważam za bardzo ważne, z miłością i troską, co nie stworzy żadnej pozycji obrony ani wrogości wobec tego, co ty mówią mu. Akronim MIMO składa się z czterech podstawowych faz przekazywania informacji zwrotnej: **Maintain (Utrzymuj)**, **Incorporate (Włączaj)**, **Modify (Modyfikuj)**, and **Omit (Pomijaj)**.





M



Maintain

Oferowanie przede wszystkim tego, co wnosi wartość, zasługuje na zachowanie w późniejszych działaniach lub sytuacjach

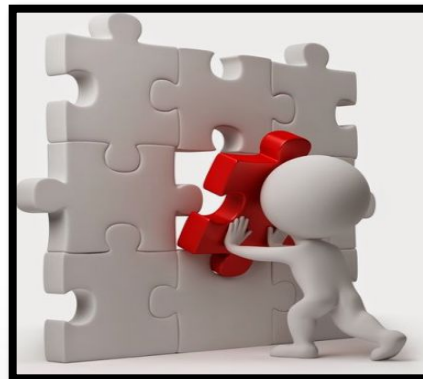
I



Incorporate

Aspekty, które gdyby zostały uwzględnione, miałyby wartość dodaną. Wskazane jest włączenie ich do przyszłych działań

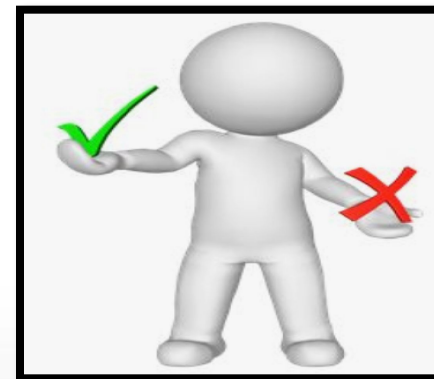
M



Modify

Działania, które były i mogą być wartościowe. Prawdopodobnie zmienią się one pod względem ilości, częstotliwości lub ich jakości.

O



Omit

Zachowania, które były, ale nie dodały wartości do pożądanego rezultatu, dlatego należy je wyeliminować.



BIBLIOGRAFIA:



- <https://hbr.org/2014/01/your-employees-want-the-negative-feedback-you-hate-to-give>
- Losada, Marcial & Heaphy, Emily. (2004). The Role of Positivity and Connectivity in the Performance of Business TeamsA Nonlinear Dynamics Model. American Behavioral Scientist – AMER BEHAV SCI. 47. 740-765.
- <https://www.mindtools.com/>
- <https://learninglegendario.com/como-dar-feedback-constructivo/>

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

