

Data da Criação: 05/08/2021

FEEDBACK - RETORNO DA INFORMAÇÃO:

Em administração, retorno de informação, retorno ou feedback é o procedimento que consiste no provimento de informação a uma pessoa sobre o desempenho, conduta, ou ação executada por esta, objetivando reorientar ou estimular comportamentos futuros mais adequados.

No processo de desenvolvimento da competência interpessoal o feedback é um importante recurso porque permite que se veja como se é visto pelos outros. É ainda, uma atividade executada com a finalidade de maximizar o desempenho de um indivíduo ou de um grupo. Processualmente, é oriundo de uma avaliação de monitoria. É uma importante ação administrativa que facilita a consolidação das ações e seus resultados; ou seja, garante retorno ao desencadeador das ações sobre os seus resultados.

Feedback em poucas palavras é um aproveitamento do que foi realizado para que se possa melhorar aquilo que foi feito. O termo feedback também pode ser utilizado para serviços e produtos, como, por exemplo, uma empresa que decide lançar um software em fase de testes e usa o feedback dos usuários para melhorar o produto e corrigir erros.

Pesquisado em: 05/08/2021 às 19:03

https://pt.wikipedia.org/wiki/Retorno_de_informa%C3%A7%C3%A3o

O FEEDBACK é ótimo quando existe o entendimento do 5W2H.

5W2H = OBJETIVO = 1 / ETAPAS / FASES
Who? (Quem?)
What? (O quê?)
Where? (Onde?)
When? (Quando?)
Why? (Por que?)
How? (Como?)
How Much? (Quanto?)

Pesquisado em: 05/08/2021 às 19:08

<https://pt.wikipedia.org/wiki/5WH>

O FEEDBACK é excelente quando usamos o 5W2H mais OS CINCO TIPOS DAS NEGOCIAÇÕES.

OS CINCO TIPOS DAS NEGOCIAÇÕES	
GANHA-GANHA	OS DOIS LADOS GANHAM = PRESTADOR E TOMADOR
GANHA-PERDE	O PRESTADOR GANHA E O TOMADOR PERDE
PERDE-GANHA	O PRESTADOR PERDE E O TOMADOR GANHA
PERDE-PERDE	OS DOIS LADOS PERDEM = PRESTADOR E TOMADOR
NADA ACONTECE	NADA ACONTECE ENTRE PRESTADOR E TOMADOR

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br



MARKETING DIGITAL

Em geral dentro de uma organização / equipe / time, acontece muito os diversos cenários dos cinco tipos das negociações.

A pessoa se comunica com a outra pelos diversos veículos de comunicação, e-mail, whatsapp, ligação telefônica e celular, ligação voip = voz sobre ip, redes sociais, voz, olhar, crm, sistemas de gerenciamentos dos projetos e diversos outros meios e a comunicação não existe FEEDBACK.

O que pode estar acontecendo?

- Emissor X Receptor não estão se entendendo.
- Há brigas de vaidades.
- O Emissor pode estar sendo invasivo.
- O Emissor pode estar sendo evasivo.
- O Receptor pode estar sendo invasivo.
- O Receptor pode estar sendo evasivo.
- O Receptor pode não estar entendendo nada do que o Emissor está falando.
- O Receptor nunca tem tempo.

Significado de Invasivo

adjetivo

Relativo à invasão, à entrada violenta de algo em algum lugar.

Caracterizado por haver violência ou agressão militar: procedimento invasivo.

Que tende a infringir, desobedecer, ofender ou transgredir: modo de agir invasivo.

Que demonstra hostilidade, agressividade; hostil, agressivo.

Que se pode propagar com facilidade: ervas daninhas invasivas.

[Medicina] Que, com ajuda de um instrumento, penetra ou invade o organismo.

Etimologia (origem da palavra invasivo). Do latim *invasivus* + *ivo*.

<https://www.dicio.com.br/invasivo/>

Significado de Evasivo

adjetivo

Que procura se esquivar de respostas diretas, que se esforça para iludir, utilizando-se de argumentos vagos ou pouco claros.

Que não é categórico ou preciso: resposta evasiva.

Que se vale de subterfúgio: procedimento evasivo.

Dotado de evasiva; artiloso.

Etimologia (origem da palavra evasivo). *Evasão* + *ivo*.

<https://www.dicio.com.br/evasivo/>

Em geral quando NÃO há a comunicação, NADA ACONTECE e a equipe perde.

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: OI 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br

Feedback

O QUE FUNCIONA E O QUE NÃO FUNCIONA



- > Ajudar a desenvolver habilidades ao visar a solução dos problemas.
- > Compreender o colaborador e o motivar para a ação.
- > Estimular a busca por melhorias.
- > Prezar pelo aprendizado e incentivar a cooperação.
- > Aumentar a confiança de quem recebe o feedback.
- > Ressaltar habilidades positivas e explicar onde ocorreu uma falha.



- > Fazer a outra pessoa duvidar da própria capacidade.
- > Desmotivar o colaborador.
- > Apenas reclamar e não esclarecer o problema.
- > Fazer o colaborador sentir que está sem saída.
- > Enfatizar a culpa e criar situações de desconforto.
- > Ressaltar apenas as fraquezas ou erros e ignorar os pontos fortes.

 **SOLIDES**

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br

DAR UM FEEDBACK PERMITE:

- ✓ Apontar pontos de melhoria;
- ✓ Enfatizar pontos fortes;
- ✓ Desenvolver relações de confiança;
- ✓ Aprimorar a sua comunicação.



FEEDBACK

1 Positivo

O objetivo é reforçar um comportamento.

Parabéns pela meta alcançada, percebi seu esforço e fico feliz por tê-lo na equipe.

3 Insignificante

Vago, genérico, não causa efeito positivo.

Você é muito bom, continue assim!

2 Corretivo

O objetivo é modificar um comportamento.

Sempre admiramos seu trabalho, mas o tratamento inadequado dado ao cliente expôs a imagem da empresa. Posso contar com você para que isto não mais ocorra?

4 Ofensivo

Agressivo, desrespeitoso, desmotivador.

Se não seguir as normas, será desligado!

Fernanda Monsores - pilulasderh@outlook.com

Fonte: Preciso saber se estou indo bem, Richard L. Williams, Editora Sextante

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: OI 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br



AUTOCONHECIMENTO

@dayanefariabr

COMO AS PESSOAS ACHAM QUE É:



- Saber **TUDO** sobre você
- Seguir uma blogueira e fazer o que ela faz
- Se comparar com os outros
- Mudar seu comportamento para agradar os outros
- Dar conta de tudo sozinha(o)

COMO REALMENTE É:



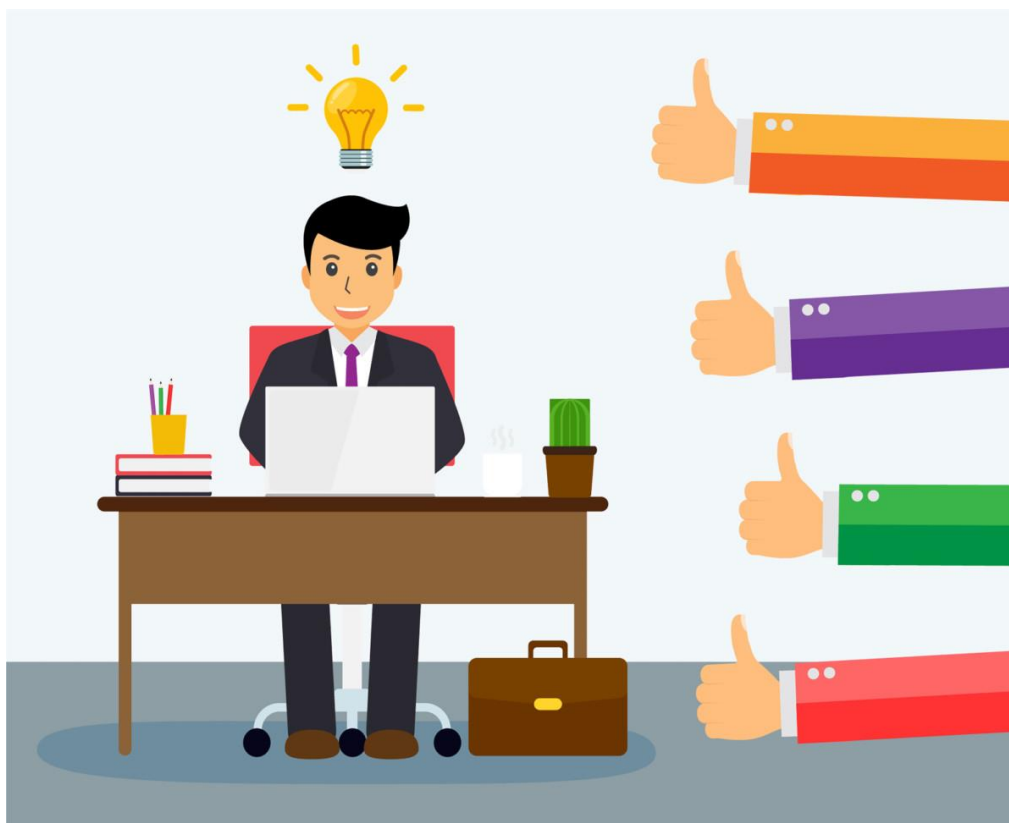
- Observar suas atitudes
- Compreender suas emoções
- Analisar experiências antigas
- Pedir feedback sobre seus comportamentos
- Fazer terapia e cuidar de si

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br





 dreamstime.com

ID 169323223 © Liaarand

Feedback Atkins

É como o feedback sanduíche sem pão, que funciona em ambientes de alta confiança. A concepção é que as pessoas dão valor a opinião uma das outras, e confiam umas nas outras.

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: OI 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br



O que é *Feedback*?

É toda a informação específica referente a um determinado comportamento ou desempenho, que **encoraja** uma pessoa a melhorá-lo, reforçá-lo ou desenvolvê-lo.

Bee (2000)



Necessidade dos três tipos de feedbacks



Reconhecimento

Sentir que valeu a pena!



Orientação

**Acelerar o aprendizado.
Foco no que importa.**



Avaliação

**Saber que posição estamos.
Segurança.**

Fonte: STONE, Douglas; HEEN, Sheila. **Obrigado pelo feedback**. São Paulo: Schwarcz, 2016.

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br

OS CINCO PILARES

- Autoconhecimento

Fundamental para administrar bem os relacionamentos, autoconhecimento implica reconhecer nossos traços de comportamento, o impacto que causamos nos outros e que comportamentos dos outros nos incomodam. Por exemplo: uma pessoa objetiva e dinâmica, que gosta de agir com independência e rapidez para atingir seus objetivos, pode ter conflitos na interação com um colega de perfil mais cauteloso e metódico, que segue regras à risca e tem um ritmo mais lento por se preocupar com detalhes. Porém, se pelo menos um dos dois tiver autoconhecimento, pode utilizar estratégias que minimizam o conflito com o outro

Autoconhecimento

Expectativa

- Autoconhecimento é finito. Não precisa ser trabalhado ao longo da vida.
- É um processo linear
- Nunca mais vai ter dúvidas. Insegurança jamais!
- Só flores e glórias no caminho.

Realidade

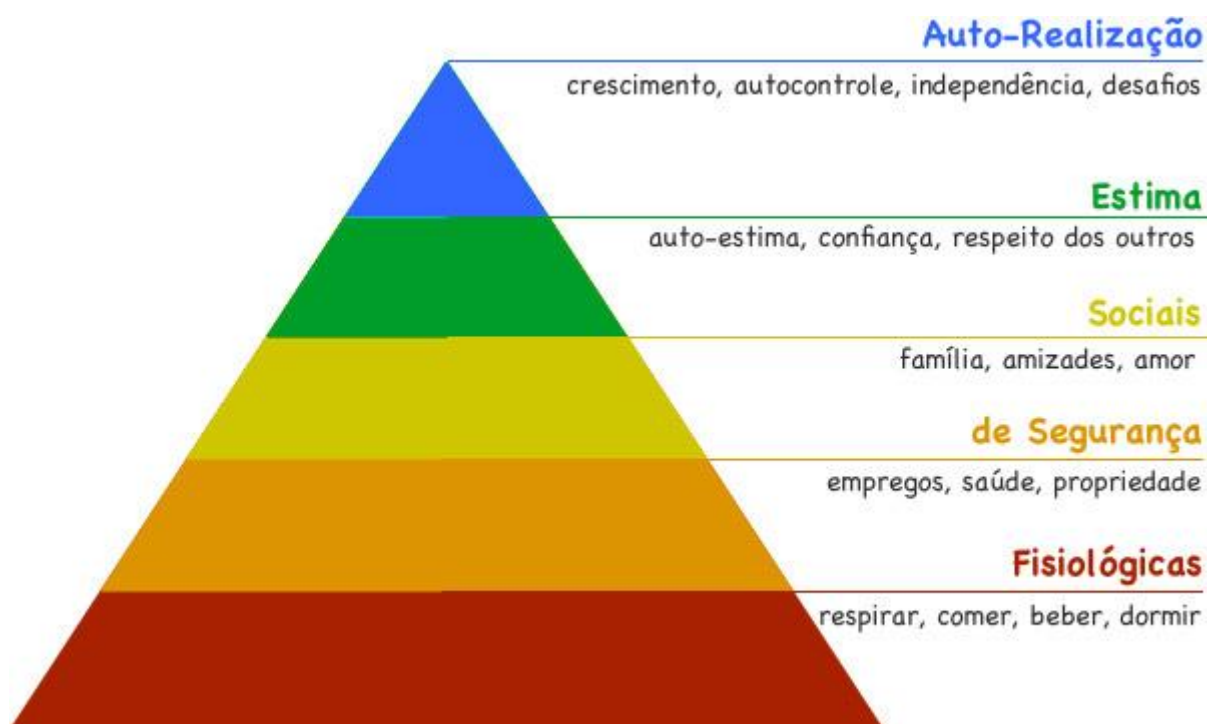
- Um encontro com as suas partes boas e ruins.
- É se assustar consigo mesma, mas entender que você não é perfeita.
- É descobrir para onde você deseja ir, mas que não está isenta dos altos e baixos da vida
- A jornada do autoconhecimento não é igual uma receita de bolo, que todo mundo segue e dá certo. Você constrói seu próprio caminho testando e ficando com o que cada aprendizado contribuiu

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br



A hierarquia de necessidades de Maslow é uma teoria da Psicologia proposta por Abraham Maslow em seu artigo "A teoria da motivação humana", publicado em 1943 na revista Psychological Review[1]. Maslow define cinco categorias de necessidades humanas: fisiológicas, segurança, afeto, estima e as de auto realização. Esta teoria é representada por uma pirâmide onde na base se encontram as necessidades mais básicas pois estas estão diretamente relacionadas com a sobrevivência. Segundo Maslow, um indivíduo só sente o desejo de satisfazer a necessidade de um próximo estágio se a do nível anterior estiver sanada, portanto, a motivação para realizar estes desejos vem de forma gradual.

Pesquisado em: 05/08/2021 às 19:41

https://pt.wikipedia.org/wiki/Hierarquia_de_necessidades_de_Maslow

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br

COMUNICAÇÃO

Compartilha idéias/informações para que as outras pessoas possam compreender uma situação e tomar providências.
Transmite as informações com clareza.

GESTÃO DO CONHECIMENTO

Orienta a atualização permanente do conhecimento e fomenta a aprendizagem individual e coletiva.
Torna acessível as informações.

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS

Delega responsabilidades às pessoas competentes, acompanhando-as/orientando-as.
Reconhece os esforços de desenvolvimento e o progresso das pessoas.

FOCO NO CLIENTE

Prioriza as necessidades e exigências dos clientes ao tomar decisões.
Preocupa-se com a qualidade do seu serviço e a satisfação de seu cliente.

DETERMINAÇÃO

É perseverante diante de obstáculos.
Mantém o otimismo, procura tentar novamente quando as coisas não dão certo.
Possui um alto grau de dinamismo e motivação pessoal.
Procura constantemente aumentar seu próprio conhecimento profissional.
Tem senso de urgência.
Trabalha para melhorar o próprio desempenho.



Janela de Johari

<https://www.youtube.com/watch?v=rsUz3sleF78>

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: 01 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br

Janela de Johari é uma ferramenta conceitual, criada por Joseph Luft e Harrington Ingham em 1955, que tem como objetivo auxiliar no entendimento da comunicação interpessoal e nos relacionamentos com um grupo.

Este conceito pode aplicar-se ao estudo a interação e das relações interpessoais em várias situações, nomeadamente, entre indivíduos, grupos ou organizações.

A palavra Johari tem origem na composição dos prenomes dos seus criadores: Jo (seph) e Hari (Harrington).

O conceito tem um modelo de representação que permite revelar o grau de lucidez nas relações interpessoais, relativamente a um dado ego, classificando os elementos que as dominam, num gráfico de duas entradas (janela): busca de feedback versus autoexposição, subdividido em quatro áreas:

- área livre ou eu aberto ou arena;
- área cega ou eu cego;
- área secreta ou eu secreto;
- área inconsciente ou eu desconhecido.

Para compreender o modelo de representação, imagine uma janela com quatro "vidros" e que cada "vidro" corresponde a uma área anteriormente descrita, sendo a definição de cada uma delas:

área livre ou eu aberto ou arena – zona que integra conhecimento do ego e também dos outros;
área cega ou eu cego – zona de conhecimento apenas detido pelos outros, portanto desconhecido do ego;

área secreta ou eu secreto – zona de conhecimento pertencente ao ego e que não partilha com os outros;

área inconsciente ou eu desconhecido – zona que detêm os elementos de uma relação em que nem o ego, nem os outros têm consciência ou conhecimento.

Para se entender melhor o funcionamento da janela, vejamos o seguinte exemplo:

Numa relação recente, quando dois interlocutores (duas janelas) iniciam o seu primeiro contacto, a interação apresenta áreas livres muito reduzidas, áreas cegas relativamente grandes, áreas secretas igualmente extensas e obviamente áreas inconscientes intactas.

Bibliografia

CARMO, Hermano; FERREIRA, Manuela Malheiro, Metodologia da Investigação, Lisboa, Universidade Aberta, 1998.

LUFT, Joseph; INGHAM, Harrington, The Johari Window, a Graphic Model for Interpersonal Relations, Los Angeles, University of California,(UCLA), Western Training Laboratory for Group Development, 1955.

Pesquisado em 05/08/2021 às 19:49

https://pt.wikipedia.org/wiki/Janela_de_Johari

Site: <https://www.onocomp.com.br>

Rua: Coronel Hélio de Lima Carvalho, N° 43 - Cep: 02553-080 / São Paulo-SP

Celulares: OI 9.6709-3022 / TIM 9.8605-5657

E-mail: carlos.ono@onocomp.com.br