

MECANISMOS DE RETROALIMENTACIÓN

El autor Florido (2012), en su artículo *“Comunicación – Feedback y Retroalimentación. Habilidades Directivas y de Gestión para Ingenieros”*, nos dice que

“En el contexto de la comunicación, se entiende por retroalimentación la respuesta que transmite un receptor al emisor, basándose en el mensaje recibido que, de manera eficiente, alimenta la conversación. Dentro del proceso de comunicación, la retroalimentación comunicativa es la cualidad que permite mantener la comunicación activa, y que favorece que el emisor cambie o modifique su mensaje en función de las respuestas recibidas.

Respecto al feedback, durante la comunicación, los roles del emisor y el receptor se intercambian, ahora el receptor es el que produce y envía la información de retroalimentación y el emisor quien la recibe. Por tanto, el receptor debe “saber dar feedback”, y el emisor, “saber recibirlo”. Por ello, es necesario ejercitar las habilidades implicadas en la recepción y emisión de feedback de forma constructiva durante la comunicación”.

En un plan de comunicación llamamos mecanismos de retroalimentación a todos aquellos medios que pone la empresa a disposición para recibir los comentarios del público objetivo, ya sea en la comunicación interna (dentro de la empresa) o externa (fuera de la empresa).

Ejemplos de estos mecanismos son algo tan sencillo como un buzón de sugerencias, muy utilizado hace un par de años atrás. En la actualidad es muy común que las empresas cuenten con un sitio web donde las personas pueden obtener información de la empresa, así como de sus productos y/o servicios, y a la vez ahí mismo pueden dejar sus comentarios.

MECANISMOS DE RETROALIMENTACIÓN

También las empresas cuentan con redes sociales donde al igual que en el sitio web, las personas pueden expresarse de acuerdo con lo ven de la empresa o por sus experiencias de compra, lo cual puede resultar en un gran beneficio, puesto que, si la empresa lleva a cabo buenas prácticas de servicio, atención al cliente, calidad, etc., en su mayoría los comentarios serán positivos, lo cual reditúa en publicidad gratuita.

Una herramienta de retroalimentación muy efectiva es la encuesta aplicada en sus varias formas como lo es online, telefónica o presencial. Hoy en día existen varias formas de obtener retroalimentación que en ocasiones puede ser casi al instante que el cliente o prospecto tuvo un primer acercamiento con la empresa.

REFERENCIA:

Florido, J. (2012). Comunicación – Feedback y Retroalimentación. Habilidades Directivas y de Gestión para Ingenieros.
Recuperado a partir de: <http://jfloridod.blogspot.com/2012/05/comunicacion-feedback-y.html>