

Pandemie Business Checklist ActionCOACH

maart 2020

- Allereerst, raak niet in paniek. Blijf kalm en houd je hoofd koel; deze checklist zal je helpen. Lees hem eerst helemaal door voordat je tot actie overgaan. Kom daarna in actie, en blijf niet overwegen. In iedere panieksituatie is communiceren iets dat snel moet gebeuren.
- Ga niet in discussie over feiten. Dat er een pandemie is, is een feit. Het is niet iets van horen zeggen. Ja, dit betekent dat andere factoren deze situatie dom of dwaas maken. Feit is het nieuws, de politici, zelfs lokale en mondiale leiders zullen dingen doen die niet logisch zijn, maar toch doen ze wat ze doen, waardoor de zaken waarschijnlijk erger worden, niet beter. De situatie zal veranderen, de regels zullen veranderen. Leer de nieuwe regels en speel het spel van ondernemen op basis van de nieuwe regels.
- Zorg eerst voor jezelf. Zorg ervoor dat je gezond bent; fysiek, mentaal en financieel. Dit is van cruciaal belang omdat jij de kapitein van jouw schip bent. Je kunt anderen niet helpen als jij op deze gebieden wordt uitgedaagd. Dit is veelomvattend en onderschat het belang hiervan niet. Zorg ervoor dat dit wordt gedaan voordat je aan de andere items werkt.
- Begrijp jouw distributieketen. Je hebt een complete toeleveringsketen, van acquisitie tot distributie om te overwegen. Laten we beginnen met distributie.
- Moet jouw distributiemodel worden gewijzigd? Met deze pandemie of andere problemen met de toeleveringsketen moet je mogelijk de manier waarop je distribueert (of verkoopt of levert) veranderen. Moet je het product / de dienst in een andere vorm leveren? Zal jouw klant het product op dezelfde manier kopen? Wacht niet tot de klant alternatieve bronnen vindt. Trouwens, probeer niet in discussie te gaan over de logica van de situatie - als de situatie wereldwijde paniek of wereldwijde recessie is, win je het argument niet, ongeacht de irrationaliteit.
- Jouw product / voorraad verkrijgen. Moet je producten ergens anders vinden dan bij eerdere bronnen? In veel situaties kan de primaire bron voor producten of voorraad niet langer de hoeveelheid of tijdig leveren. Dit kan een kans zijn om een wijziging aan te brengen die al nodig was.
- Wat is operationeel de zwakste schakel? Doe een stap achteruit (en zoom uit tot 10 km hoogte), en kijk dan naar je hele operatie. Waar zit dan het grootste punt van verstoring? Voor sommigen is het verkoop, voor anderen het maken van het product of het leveren van de dienst en voor anderen is het ervoor zorgen dat het team het werk doet. Kan technologie of een andere oplossing dit grootste faalpunt elimineren of minimaliseren?

- Financiële uitdaging of kans? In sommige gevallen heb je de mogelijkheid om schulden tegen lagere kosten te financieren, wat betekent dat deze pandemie zeer nuttig kan zijn. Herfinanciering van schulden tegen lagere kosten is een veel voorkomende kans die een enorm voordeel kan zijn. Een afname van de cashflow als gevolg van trage betalingen (hogere debiteuren) zou een groter gebruik van vreemd vermogen kunnen betekenen. Een ramp / pandemie of een ander soort "noodsituatie" zoals gedefinieerd door lokale of nationale overheden maken grote hoeveelheden contant geld vrij om de economie stabiel te houden. Of het nu gaat om een orkaan, een tornado, overstromingen, branden of een pandemie, kijk naar financiering als een kans die zelden voorkomt, maar een duidelijke kans is als je voorbereid bent.
- Het moraal van jouw team is cruciaal! Gegeven dat de situatie waarschijnlijk 'nijpend' is in de ogen van de nieuwsmedia, wordt het van cruciaal belang dat je jouw zakelijke veranderingen aan het team communiceert. Zonder communicatie slaat de A.O.T. factor toe (angst, onzekerheid en twijfel), wat betekent dat paniek kan escaleren. In dit geval is geen nieuws van de leiding het nieuws - ook geen goed nieuws.
- Je kunt beter blijven verkopen en je kunt beter doorgaan met je marketing. Mensen zullen nog steeds producten en diensten kopen. Er zijn straks weer belastingen verschuldigd, restaurants gaan weer open en men gaat weer reizen zodra de kans zich voordoet. Degenen die beter marketen en verkopen dan hun concurrentie, zullen op lange termijn de winnaar zijn. Dit is een kans om klanten bij de concurrentie vandaan te halen. Mogelijk wil je jouw marketingberichten aanpassen om klanten te helpen zaken met jou te blijven doen. Misschien wil je jouw klanten nu helpen begrijpen dat dit zelfs een geweldige kans is om zaken met jou te doen. Biedt deze situatie kansen waarmee je jouw marketing- en verkoopinspanningen kunt vergroten? Zoek naar de lichtpuntjes - ik vermoed dat er meerdere zijn!

Dit artikel is bedoeld als een eenvoudige checklist om te bekijken en in overweging te nemen in tijden van uitdagingen, met name voor de Covid19-pandemie die de wereldwijde operaties in 2020 beïnvloedt. Het document is niet allesomvattend en veel bedrijfsactiviteiten komen niet aan bod. Er moeten aanvullende discussies plaatsvinden met alle bedrijfsonderdelen, inclusief personeelszaken, over de feitelijke situatie in jouw bedrijf en met jouw team.

Marleen van Dam maakt onderdeel uit van het Internationale ActionCOACH team van business coaches die organisaties helpen groeien in goede en slechte tijden. Voor meer informatie ga naar, ActionCOACH.com, BradSugars.com
Voor Nederlands ga naar marleenvandam.nl of ActionCOACHnl.com