



LevensLOT

Life & Strategy Coaching
Theo en Ellen Drummen-Nijssen
Domaine de Montsalvy
46340 Dégagnac, Frankrijk
www.levenslot.com
info@levenslot.com
0033-(0)565415157

Overlevingsstrategie bedrijven m.b.t. Corona-epidemie

Het is inmiddels overduidelijk dat De Corona-epidemie een enorme impact op bedrijven heeft, gaat krijgen en -nog niet bekend hoe lang- zal houden...

Zaak voor jou als ondernemer om snel na te gaan hoe de ergste dreiging, binnen je bedrijf én **binnen je eigen invloedsbereik**, zo snel mogelijk kan worden afgewend.....

Theo Drummen,

Dégagnac, 2 april 2020

Bij het beheersen van de ergste bedreigingen voor het bedrijfsleven gelden m.i. ruwweg de volgende hoofdpunten:

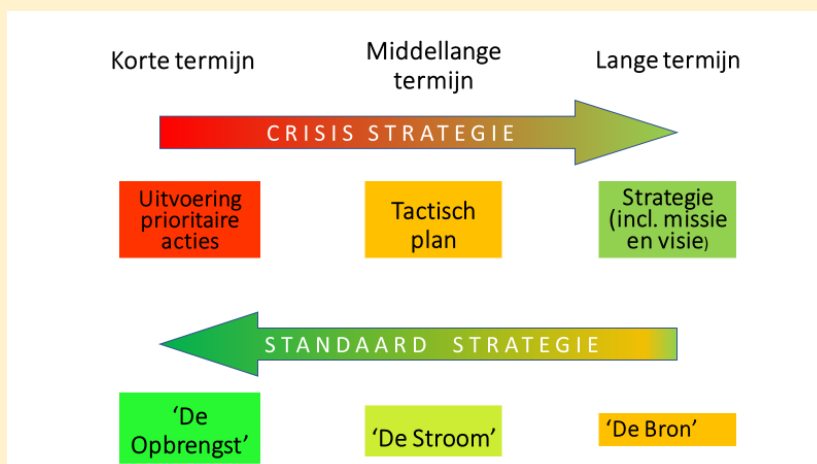
- Hoe ernstig ook, altijd proberen het hoofd koel te houden, alleen dan kun je creatief (laten) kijken hoe de situatie zo snel en goed mogelijk verbeterd kan worden:



- Zoals op de beginpagina al (vetgedrukt) was aangegeven: richt je energie, aandacht en middelen op de dingen die jezelf kunt beïnvloeden; de rest is ballast, als je het niet kunt beïnvloeden: geen tijd, energie, angst laten kosten of andere onbalans laten veroorzaken!
- Denk OUT OF THE BOX: 'Om buitengewone resultaten te bereiken moet je buitengewone maatregelen nemen.'
- Blijf in contact met je klanten, denk met hen mee in ook een voor hen bizarre periode en laat weten waar je mee bezig bent en wat je ook nu voor hen kunt betekenen!

In normale situaties is het zaak om eerst lange termijn strategie uit te werken, op middellange termijn een operationeel plan en op korte termijn een concreet uitvoeringsplan te hebben.

Deze Corona-epidemie is echter geen normale situatie, maar een die juist vraagt om de omgekeerde aanpak: d.w.z. op korte termijn **snelle effectieve acties** om kosten te besparen, innovatieve acties te ondernemen om zodoende te overleven; vervolgens voor de middellange termijn een plan te ontwikkelen om het bedrijf te verstevigen en daarna zo gauw als dat kan toe te werken naar een nieuwe bedrijfsstrategie die de toekomst van het bedrijf op langere termijn dient veilig te stellen:



- **Korte termijn:** Welke acties zijn aan te zetten om de grootste bedreigingen en risico's af te wenden?
 - Kijk welke debiteuren en crediteuren als eerste aandacht verdienen en handel daarnaar
 - Verzoek banken en andere instanties om uitstel van betaling
 - Minimaliseer kosten en vraag zo snel mogelijk steunfondsen aan
 - Probeer grondstoffen veilig te stellen; zijn die er niet, maak dan van de nood een deugd en probeer zo goed als mogelijk te innoveren door gebruik te maken van alternatieven. Communiceer geregeld met afnemers of klanten en peil welke bijstellingen geaccepteerd of mogelijk juist extra gewaardeerd worden
 - Als de buikriem binnen het bedrijf aangehaald moet worden, communiceer dat intern collectief en helder en appeleer aan eenieders solidariteit
 - Juist nu kun je niet alles zelf; waardeer eigen initiatief van medewerkers (en waardeer dat zeker nog zodra de crisis over is) en haal (betaalbare en waardevolle) hulp binnen voor die dingen die je het minst beheerst
 - Brainstorm om innovatieve acties in gang te zetten die vervangende omzet kunnen genereren.

Eerst die acties die de minste tijd, energie en geld kosten, vervolgens zo verder naar de volgende gewenste acties.

- **Middellange termijn:** Welke acties kwam je nog niet aan toe, maar versterken juist wel je imago, marktpositie en crisisbestendigheid op de middellange termijn?
 - Samenwerking met welke branchegenoten en partners is mogelijk (Pool van personeel, gemeenschappelijke inkoop, marktcombi, etc.), nieuwe product/marktcombinatie, welke mogelijkheid tot toevoeging van waarde (financieel, ecologisch, imago-technisch, etc.)?



- Hoe kun je je inspirerend leiderschap naar je medewerkers verhogen? Die vervolgens des te loyaler en creatiever zullen zijn en extra waarde aan product en dus aan bedrijf toevoegen?
- Zijn je de kerncompetenties van het bedrijf eigenlijk wel expliciet bekend, zo niet, benoem ze en richt vervolgens je bedrijfsstrategie er mede op in; zo ja, bouw ze uit en communiceer ze binnen (duidelijke koers) en buiten het bedrijf (herkenbaar imago)

- **Imago = Product x Presentatie;** Een top product met slechte marketing is een gemiste kans; top marketing voor 'lege hulzen' is ook doelloos, want dat kost je je geloofwaardigheid. Goed imago staat of valt dus met een goed uitgebalanceerde combinatie van zowel een goed product alsook een goede presentatie.

Ga vervolgens zo gauw als dat het kan aan de slag met de lange termijn ontwikkeling voor je bedrijf.

- **Lange termijn:** Hoe kun je je bedrijf crisisbestendiger en succesvoller maken en houden?
 - **Holistisch denken:**
 - **Ken je kernwaarden van bedrijf, zo ja benoem ze expliciet, versterk ze en verpak ze ook in je marketing; zo niet, zet een plan van aanpak op om ze te achterhalen**
 - **Ken je je eigen persoonlijke kernwaarden en competenties en liggen die in lijn met die van het bedrijf?** PS: Zo niet, kijk voor het achterhalen van je kernwaarden dan naar het document dat binnenkort volgt : **'Persoonlijke transitie (mede n.a.v. Corona-epidemie)'**
 - **Ga na hoe je de kerncompetenties van je bedrijf kunt matchen met cruciale behoeftes in de maatschappij.** Anticipeer daarbij op nieuwe trends (ecologie, respectvolle samenwerking, diervriendelijke en recycleerbare producten, etc.), nieuwe technologie, nieuwe toetreders (verdere internationalisering)
 - We leven in een wereld waarin we steeds meer voorbeelden zien van hoe we te weinig respectvol met het milieu, mens en dier omgaan. Het is niet zozeer de vraag óf, maar wanneer zich dat (opnieuw) tegen ons gaat keren. Niet voor niets dat sommigen daar nu al de Corona-epidemie aan wijten. Dus kijk goed hoe je juist maatschappelijk verantwoord kunt ondernemen, met respect voor natuur & milieu, medewerkers en klanten; kortom de samenleving!
 - **'Go with the Flow'**, vaker iets geprobeerd wat maar niet wilde lukken, zelfs niet na talloze pogingen? Misschien goed om je dan af te vragen of het misschien wel gewoon niet bij jou en je bedrijf past(e) en dat je je moet richten op die dingen waarbij je makkelijker de wind in de zeilen krijgt!
 - Visualisatie is in de Westerse wereld nog altijd het meest onderschatte middel om je doel te bereiken; door de allerbeste topsporters ter wereld al heel vaak met uiterst veel succes toegepast. Als je wilt uitblinken in je eigen tak van sport, visualiseer dan waar je naar toe wilt! Daarmee stel je je impliciet een doel en mobiliseer je je onderbewustzijn om het doel vervolgens ook te bereiken. Je pikt dan ook gemakkelijker signalen op in je omgeving die in lijn liggen met het beoogde doel.
 - Ontwikkel of sluit je aan bij een netwerk van gelijkgestemde ondernemers waar je een 'click' mee hebt om ideeën uit te wisselen, daar waar mogelijk samenwerkingen aan te gaan en inspirerende inzichten op te doen die vervolgens ook de bedrijfsstrategie mede kunnen bijstellen en versterken

- Betrek je medewerkers bij de strategische ontwikkelingen; niet alleen meer denkkraft mobiliserend, maar automatisch meer commitment en bevoegenheid tot stand brengend
- Maak de bedrijfsstrategie expliciet, communiceer die breed binnen de organisatie en stem daar alle interne bedrijfsprocessen en je marketing op af.

Ondersteuningsmogelijkheden bedrijfstraject

Voor een bedrijf dat een traject wil starten, kunnen we steun bij de volgende trajectfases bieden:

- 1) Intakegesprek (in eerste instantie telefonisch, Skype, Facetime, zolang reisbeperkingen m.b.t. Corona virus van kracht zijn) afspreken en peilen welke behoefte er is
- 2) Invullen en evalueren van een vragenlijst over knelpunten
- 3) Het daaruit samen destilleren van knelpunten en hun prioriteiten
- 4) Benoemen van actiepunten
- 5) Opvolgen van voortgang
- 6) Ondersteuning Middellange termijn plan
- 7) Ondersteuning Lange Termijnplan
- 8) Voor zover van toepassing en/of gewenst, bepaling
 - a. Kernwaarden ondernemer
 - b. Kernwaarden bedrijf
 - c. Analyse in hoeverre beide in balans zijn liggen en of evt. acties nodig zijn
 - d. Voorstel ter verbetering, incl. actieplan
- 9) Beknopte rapportage op hoofdlijnen:
 PS: Inclusief 'miniposter' ter grootte van een creditcard, met daarop de kernwaarden van het bedrijf, zodat je die niet alleen figuurlijk maar ook letterlijk altijd op zak draagt. En je hopelijk met je bedrijf snel de 'credits' krijgt van de moedige stap die je met je bedrijf hebt durven zetten.

Kosten en tijdsbeslag

- ad 1) Gratis
- ad 2) Eigen tijdsbesteding
- ad 3) Traject-kosten € 295,- onder het mom: 'No cure , no Pay'; dus heb je het idee dat het je te weinig heeft opgebracht en er onvoldoende basis is om door te gaan dan ben je ons niets verschuldigd. Indien naar volle tevredenheid, dan kijken we samen hoe het beste door kan worden gegaan.
- ad 4 t/m 9) Op basis van jouw persoonlijke situatie, behoefte en gewenste diepgang zetten we samen een op maat gesneden traject op en brengen daarbij helder in kaart wat jouw tijdsbeslag en de kosten zullen zijn.

PS: In deze exceptionele tijd met zware financiële druk kan betaling in goed overleg opgeschort worden tot het moment dat de financiële druk weer wat is afgenomen.

Met of zonder onze hulp, twijfel nooit aan het succes en de potentie van je bedrijf, hooguit aan tijdelijke omstandigheden! Hou vertrouwen in hoe je zaken weer meer naar je eigen hand kunt zetten. Daarmee kom je niet alleen dichterbij het ideaalbeeld van jouw bedrijf, maar ben je ook een (nog) inspirerend(er) ondernemer voor andere ondernemers, op die manier een bijdrage leverend aan de revitalisering van onze bedrijfscultuur en samenleving.