

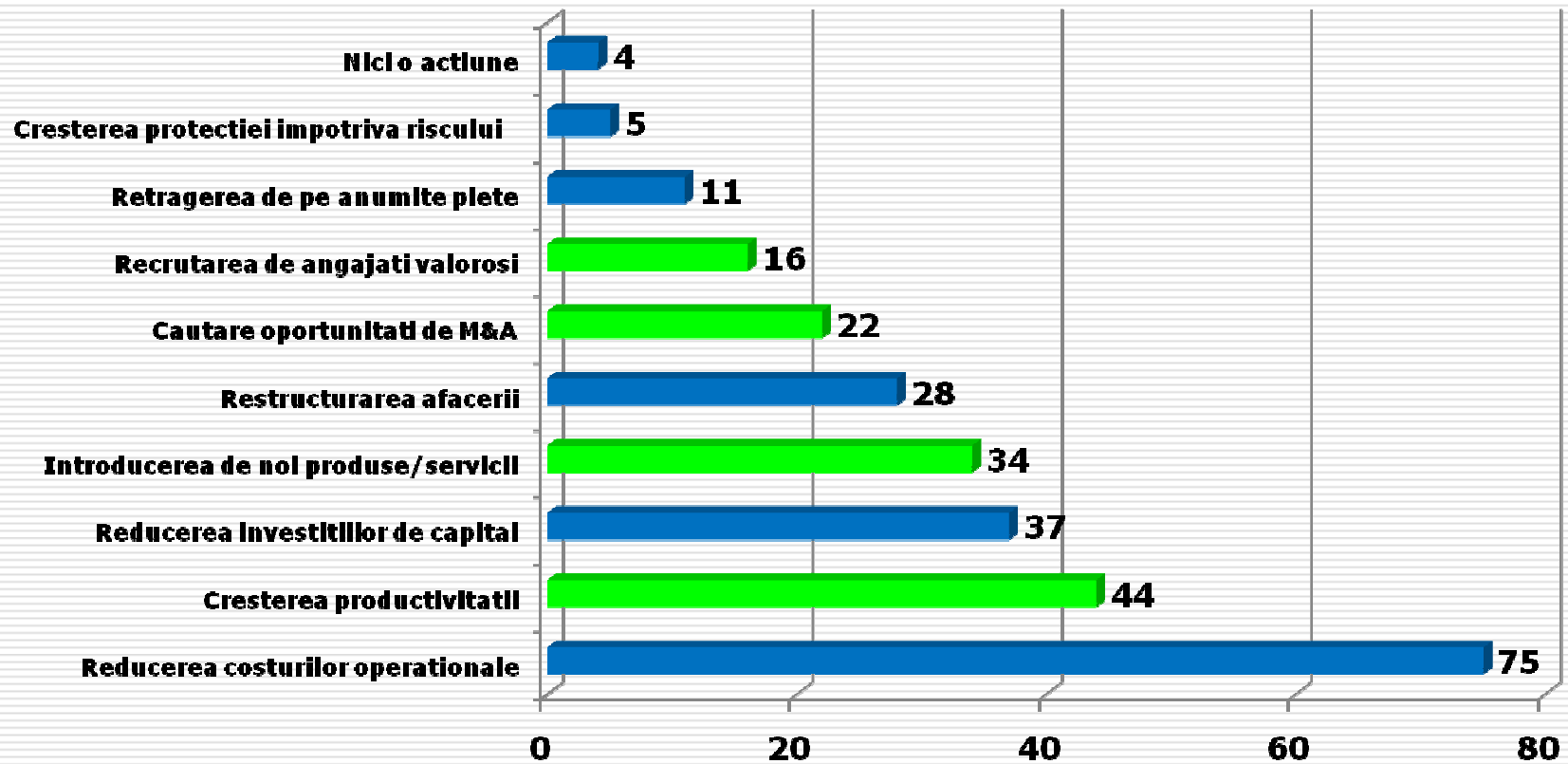
Strategii de criza



- ❑ Tinte interesante pentru fuziuni si achizitii;
- ❑ Active la preturi scazute;
- ❑ Talente disponibile si relativ ieftine;
- ❑ Va creste competitivitatea in industrie si pe piata fortei de munca (vor fi cautati si apreciati specialistii);
- ❑ Dezvoltare de noi produse/servicii si intrarea pe noi piete / segmente de piata;
- ❑ "Oamenii isi regandesc afacerile, e un moment in care isi pot da seama ca pot face lucrurile mai bine, mai eficient" (*Antreprenor local*)



Ce actiuni ati luat / intentionati sa luati, in perioada urmatoare, ca urmare a crizei?



McKinsey Global Survey, Nov 2008 - % din respondenti; n=1424, nivel top management



- Pentru a beneficia de oportunitățile existente, ar trebui să parcurgeți un proces alcătuit din 3 etape. Acest proces are atât o componentă "defensivă", cât și una "ofensivă":
 - Evaluarea afacerii și evidențierea vulnerabilităților;
 - Minimizarea acestor vulnerabilități;
 - Pozitionarea în piață astfel încât să obțineți un avantaj competitiv.



1. Evaluarea afacerii

- ❑ Obiectiv: intelegerea corecta, atat a punctelor tari, cat mai ales a **punctelor slabe** ale afacerii;
- ❑ Considerarea mai multor scenarii
 - Recesiune moderata, cu impact relativ mic asupra afacerii;
 - Recesiune severa, cu impact mediu/ridicat;
 - Recesiune puternica, cu impact semnificativ.
- ❑ Care scenariu e cel mai probabil, tinand cont de **afacerea dvs** si de **industria** in care operati?
- ❑ Evaluati **impactul fiecarui scenariu** asupra afacerii dvs!



- ❑ Obiectiv: identificarea si implementarea de **solutii specifice** care sa adreseze vulnerabilitatile afacerii;
- ❑ Dupa intelegerea si evaluarea corecta a impactului crizei asupra afacerii dvs, va trebui sa elaborati un **Plan de Actiuni** specific, care sa ajute compania dvs sa supravietuiasca si, ulterior, sa beneficieze de oportunitatile crizei.



Directii strategice

Tema	Actiune	Termen
1. Optimizarea si eficientizarea afacerii	<ul style="list-style-type: none"> - profitabilitate, - reducerea capacitatilor, complexitatii si a costurilor fixe - managementul lichiditatilor 	Scurt
2. Gandire in perspectiva	<ul style="list-style-type: none"> - optimizarea portofoliului (afaceri, produse, clienti), concentrare pe core business - focus pe cei mai importanti clienti (KA) 	Mediu
3. Anticiparea transformarilor din industrie	<ul style="list-style-type: none"> - elaborarea de scenarii de transformare a industriei - intelegerea reglementarilor 	
4. Alegerea propriului scenariu strategic	<ul style="list-style-type: none"> - gandirea miscarilor strategice, in functie de evolutia industriei (consolidare, fragmentare etc.) si capabilitatile interne - pastrarea activitatii de R&D si inovatie; utilizarea lor pentru investitii strategice 	
5. Pregatirea pentru asumarea de "riscuri inteligente"	<ul style="list-style-type: none"> - pregatirea afacerii pentru relansare - un nou tip de leadership 	Scurt-mediu



Directii strategice

Tema	Actiune	Solutie SOAR
1. Optimizarea si eficientizarea afacerii	Profitabilitate, managementul lichiditatilor	Diagnoza financiara Model cash-flow Optimizare procese
2. Gandire pe termen mediu si lung	Optimizare portofoliu, core business	Clarificarea strategiei
3. Anticiparea transformarilor din industrie	Intelegerea trendurilor si transformarilor	Analiza contextului extern
4. Alegerea propriului scenariu strategic	Pozitionarea companiei in industrie	Diagnoza afacerii Clarificarea strategiei Evaluare capabilitati
5. Pregatirea pentru asumarea de "riscuri inteligente"	Leadership nou	Executive Coaching



- Cea mai mare tentatie a managementului este sa initieze o **agresiva reducere de costuri** si, eventual, sa instituie o **disciplina financiara** in afacerile lor. A te limita doar la restructurarea financiara inseamna **a gandi pe termen scurt**. Managementul ar trebui sa combine restructurarea financiara cu cea **strategica** si **operationala**, singurul mix care asigura **performanta pe termen lung**.



“O criza nu se termina
pana nu inveti
din ea!”

(Anonim)

