

7 TIPS OM STRATEGISCH OM TE GAAN MET EEN CRISIS

29 maart 2022

Het loopt moeilijk in de wereld. Er is altijd wel ergens een crisis, maar de crisissen met wereldwijde impact volgen elkaar sinds enkele jaren op. Crisis is geen aangenaam woord, maar we moeten een kat een kat noemen. Crisis door de wereldwijde pandemie, crisis door oorlog. Het is wat het is. Betekent dit dan dat het kalf verdronken is? Dat je enkel en alleen kan afwachten en zien wat er op je afkomt? Helemaal niet. Winston Churchill wist het al te zeggen net na de Tweede Wereldoorlog. "Never let a good crisis go to waste." Laat een goede crisis nooit verloren gaan. Doe er iets mee. Zie tussen alle negatieve berichtgeving door ook kansen. En stem je bedrijfsvoering hierop af. Lees hier 7 tips om strategisch om te gaan met een crisis.

1. **Stimuleer medewerkers om creatief en probleemoplossend te denken.**

Je voelt je als bedrijfsleider verantwoordelijk om de nakende crisis het hoofd te bieden. Maar dit is niet de juiste insteek. Integendeel. Luister naar je medewerkers. Vanuit hun ervaring zijn ze goed geplaatst om interessante oplossingen te vinden. Maak ook duidelijk aan hen dat je hun input wil horen. Laat de creatieve ideeën niet in de wandelgangen rondhangen. Zorg dat ze tot bij jou geraken. Weet ook dat de ideeën die van je medewerkers komen een groter draagvlak hebben. Het is niet iets wat hen opgelegd wordt. Het is iets waar ze zelf volledig achter staan.

2. **Blijf rustig en besluitvaardig.**

Crisis en onzekerheid zorgen voor stress. Zeker bij jou als zaakvoerder. Toch ben je de steunpilaar van je bedrijf. Toon die stress niet aan je medewerkers. Dit brengt alleen maar de onrust bij hen naar boven. Toon dat je kalm blijft onder de situatie. Wees degene die alles op een rijtje zet. En die besluitvaardig uit de hoek komt.

3. **Tijd om plannen die bleven hangen terug op de voorgrond te brengen.**

Iedere ondernemer barst van de ideeën. Ook jij. Haal plannen die ooit eens opborrelden uit de kast. Het is zeker niet de bedoeling om halsoverkop het roer om te gooien. Het is wel de bedoeling om de plannen terug op tafel te leggen. En om de kansen die je erin ziet uit te werken. Tijdens een crisis wacht je niet zomaar af. Anders loopt het fout af. Je zoekt, je overweegt en je handelt.

4. **Volg je cijfers meer dan ooit nauwgezet op.**

In een crisissituatie maak je extra tijd vrij om je financiële toestand op te volgen. Niet per kwartaal, maar wekelijks. Hoeveel gaat er buiten? Hoeveel komt er binnen? Hoe evolueert je winstmarge? Zo speel je kort op de bal. Zie je drastische prijsstijgingen bij je leveranciers? Pas dan ook snel in de mate van het mogelijke je prijzen aan. Volg ook je vaste kosten goed op. Zo weet je heel goed wat er zeker moet binnen komen om te blijven draaien.

5. Hou je focus op de behoefte van de klant.

Tijdens een crisis schakelt ook de klant snel om. Elk huishouden en elk bedrijf gaat rekenen, tellen en de uitgaven aanpassen. Behoeftes veranderen. Denk maar aan de drukte in de bouwwereld tijdens de coronagolven. Reizen was nagenoeg onmogelijk. De eigen thuis nog gezelliger maken kwam plots op de eerste plaats. Verplaats je in je klant en bedenk hoe je op deze veranderende behoeftes kan inspelen.

6. Stel je wendbaar op.

Wendbaar of flexibel denken en handelen zijn altijd belangrijke eigenschappen voor een strategisch sterke onderneming. Maar in crisistijden des te meer. Snelle veranderingen vragen snelle aanpassingen. Wat vandaag nog zus is, kan morgen zo zijn. Hier weerstand tegen bieden heeft geen enkele zin. Want je hebt er zelf geen controle over. Je hebt enkel controle over hoe je zelf met deze veranderingen omgaat.

7. Blijf positief.

Een crisis is een tegenslag. Dat is zo. Dat hoeft je ook niet onder stoelen of banken te steken. Maar blijf als ondernemer vooral tonen dat er ook kansen zijn. Dat je er alles zal aan doen om er een positieve wending aan te geven. En dat de inzet van je medewerkers hierbij onmisbaar is. Vertel aan je medewerkers een eerlijk maar positief verhaal.



Over de schrijver

Eric Debacker

Eric Debacker is de drijvende kracht achter gedreven.be. Met een MBA als achtergrond heeft hij een jarenlange internationale business én KMO ervaring. Het promoten van strategisch ondernemen voor ondernemers is zijn ultieme doelstelling.