

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ: ΑΠΕΙΛΗ Ή ΕΥΚΑΙΡΙΑ;

Η χώρα μας αντιμετωπίζει σήμερα μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις της σύγχρονης ιστορίας της. Ενταγμένη «τύποις» στο γκρουπ των ανεπτυγμένων οικονομιών του πλανήτη, ως μέλος της Ευρωζώνης, καλείται να αποδείξει την ανταγωνιστική της επάρκεια. Στο πλαίσιο αυτό, διαμορφώνεται ένα σκληρό ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπου οι πόροι και ικανότητες των επιχειρήσεων δεν επαρκούν για την αντιμετώπισή του. Όμως οι δυνατότητες για τη μετατροπή των απειλών που έχουν διαμορφωθεί σε ευκαιρίες είναι πάντοτε υπαρκτές!

Ως, γνωστόν σε περιόδους κρίσης οι οικονομίες συρρικνώνονται, οι τιμές πέφτουν και τα μερίδια αγοράς επαναπροσδιορίζονται. Η αγορά αδημονεί για νέες προτάσεις, οικονομικότερες και ποιοτικότερες και οι επιχειρήσεις μπορούν στον άξονα αυτό, να επαναπροσδιορίσουν τις συμμαχίες τους, τους πελάτες τους, τους συνεργάτες τους, τους ανταγωνιστές τους, την οικονομική τους διαχείριση, την κερδοφορία τους, τα ίδια τους τα προϊόντα. Σε κάθε περίπτωση μία περίοδος αλλαγών δεν μπορεί να αφορά μόνο το χειρότερο. Οι επιχειρήσεις που θα επιβιώσουν της κρίσης, θα έρθουν αντιμέτωπες με ένα ευνοϊκότερο περιβάλλον, με μεγαλύτερα μερίδια αγοράς, με περισσότερες και ποιοτικότερες ικανότητες, με μία καλύτερη προοπτική.

Η μετατροπή μίας απειλής σε ευκαιρία δεν είναι βέβαια ό,τι πιο εύκολο. Αποτελεί όμως μία πραγματικότητα, ότι τα πράγματα δεν είναι πάντοτε όπως φαίνονται. Είναι όπως τα βλέπουμε και η σημασία της ψυχολογίας στην παρούσα φάση είναι ό,τι πιο σημαντικό. Η ζωή συνεχίζεται και ανάγκες θα συνεχίσουν να υπάρχουν και επιχειρήσεις που θα τις ικανοποιούν επίσης.

Η **Spiral** είναι κοντά στη μικρή και μεσαία επιχείρηση παρέχοντας υπηρεσίες αξίας για την αναστροφή των δυσμενών συνθηκών από την οικονομική κρίση (δείτε περισσότερα στο www.spiral.com.gr).



DIGI RETAIL: ΜΙΑ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ

Εξαιρετική ευκαιρία για την για το εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων του λιανεμπορίου αποτελεί το πρόγραμμα του ΕΣΠΑ "Digi Retail" (περίοδος υποβολής αιτήσεων: 14/1 – 15/2/2011).

Το πρόγραμμα αφορά στην ενίσχυση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο, ανεξάρτητα της νομικής τους μορφής και με τουλάχιστον μία πλήρη 12μηνη διαχειριστική χρήση. Οι δράσεις που θα ενισχυθούν θα πρέπει να αποβλέπουν στη δημιουργία προϋποθέσεων μείωσης του κόστους λειτουργίας των επιχειρήσεων, στην ενίσχυση της εξωστρέφειάς τους και της ανταγωνιστικότητάς τους μέσω της χρήσης τεχνολογιών πληροφορικής. Το ποσοστό ενίσχυσης ανέρχεται από 50 – 60%, ενώ τα επιχειρηματικά σχέδια που θα ενισχυθούν θα πρέπει να ανέρχονται από 5.000 – 500.000€.

Περισσότερες πληροφορίες για όλα τα τρέχοντα προγράμματα επιχειρησιακών ενισχύσεων στην ιστοσελίδα της Spiral στο www.spiral.com.gr/Pliroforisi.htm.



10 ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Το επιχειρηματικό περιβάλλον στη χώρα μας καθίσταται ολοένα και πιο δυσχερές για όλους. Η επιτυχής διαχείριση της τρέχουσας οικονομικής κρίσης που βιώνει η μικρή και μεσαία επιχείρηση βασίζεται στη λήψη και υλοποίηση των κατάλληλων αποφάσεων. Παρακάτω παρατίθενται μερικές συμβουλές ώστε να επαναθεωρήσετε την κατάσταση και να ανανεώσετε τη δυναμική σας:

1. Μην πανικοβάλλεστε. Σίγουρα έχετε δει ή ακούσει για πολλές επιχειρήσεις που μέσα στον πανικό τους πήραν πολύ κακές αποφάσεις. Διατηρείστε την ψυχραιμία σας, αποτιμήστε την κατάσταση και αναλύστε τα γεγονότα, ώστε να πάρετε τις σωστές αποφάσεις και να τις υλοποιήσετε με το σωστό τρόπο. Προσαρμόστε τη στρατηγική σας στα νέα δεδομένα και ετοιμάστε εναλλακτικά σχέδια δράσης για κάθε περίπτωση.
2. Εξοικονομήστε χρήματα. Πάντοτε υπάρχουν τρόποι για να μειώσετε τα κόστη στις μικρές επιχειρήσεις.
 - α). Εξετάστε σε βάθος τα κόστη στις συναλλαγές σας (προμήθειες και επιτόκια τραπεζικών συναλλαγών, πιστωτικών καρτών, δανείων, ηλεκτρονικών συναλλαγών κλπ.). Συνήθως ο τραπεζικός ανταγωνισμός έχει ως συνέπεια να μειώνονται τα κόστη αυτά: 1% μείωση επιτοκίου σε ένα δάνειο 100.000€, σημαίνει 1.000€ στην τσέπη.
 - β). Για να κρατήσετε την επιχείρησή σας σε ισχυρή οικονομική θέση αξιολογήστε τις αγορές που κάνετε. Συγκρίνετε τιμές και προδιαγραφές. Να έχετε πάντοτε ένα ανώτατο όριο πάνω από το οποίο δεν πρόκειται να πληρώσετε. Να είστε πάντα σε εγρήγορση για μία καλή συμφωνία.
 - γ). Μην ξοδεύετε σε λάθος πράγματα. Ρωτήστε τον εαυτό σας, αν αυτή η αγορά θα εξυπηρετήσει ουσιαστικά τη δουλειά σας. Αν η απάντηση είναι όχι, τότε θα πρέπει να σκεφτείτε διπλά προτού την πραγματοποιήσετε.
3. Βελτιώστε την ταμειακή σας ροή. Ξεκινήστε αντιπαραθέτοντας τα ρευστά διαθέσιμα με τις άμεσες υποχρεώσεις σας. Γνωρίζετε πολύ καλά ότι η ταμειακή ροή είναι το μόνο πράγμα που πληρώνει τους λογαριασμούς σας. Έτσι, κάντε ό,τι μπορείτε για να την μεγιστοποιήσετε:
 - α). Εξασφαλίστε τα διαθέσιμά σας: είναι η χειρότερη στιγμή για την έλευση κινδύνων όπως κλοπή, φωτιά, πλημμύρα.
 - β). Εάν πραγματοποιείτε B2B πωλήσεις και δέχεστε επιταγές, τότε ενδέχεται να φαίνεστε ως ένας καλός πιστωτής της αγοράς! Αυτή η εικόνα μπορεί να δημιουργεί περαιτέρω απαιτήσεις για πιστώσεις από τους πελάτες σας. Αν έχετε συμφωνήσει σε πίστωση 1

μήνα, γιατί να περιμένετε 3; Αντιμετωπίστε τέτοιου είδους απαιτήσεις, όσο πιο αυστηρά μπορείτε, διότι θυμηθείτε: έχετε τις δικές σας υποχρεώσεις να εξυπηρετήσετε!

γ). Μπορεί να είστε τυχεροί και να έχετε μία έξτρα περίοδο χάριτος στις οφειλές σας. Ωστόσο, εάν έχετε π.χ. 1 μήνα χάριτος, μην καθυστερήσετε περισσότερο, καθώς ανά πάσα στιγμή μπορείτε να υποστείτε τις συνέπειες της νομοθεσίας. Μην αγνοείτε τέτοιου είδους προβλήματα: το ότι δεν τα «βλέπετε» μπροστά σας, δεν σημαίνει ότι δεν θα συμβούν.

δ). Εξετάστε εναλλακτικές μορφές δανεισμού, όπως δάνεια από ασφαλιστικά συμβόλαια, από πελάτες που βασίζονται στα προϊόντα σας, από προγράμματα του ΤΕΜΠΜΕ, ή άλλες νομοθετικές πρωτοβουλίες.

ε). Διαχειριστείτε πιο επισταμένα τις οφειλές των πελατών σας. Ενδεχομένως να σας συμφέρει μία έκπτωση προκειμένου να εισπράξετε νωρίτερα.

στ). Εξετάστε τρόπους να περάσετε αυξημένα κόστη στους πελάτες σας (π.χ. την αύξηση των καυσίμων).

4. Πουλήστε, πουλήστε, πουλήστε: οι πωλήσεις θεραπεύουν όλες τις αρρώστιες! Αν δεν έχετε ακόμη, δημιουργήστε άμεσα το πλάνο μάρκετινγκ της χρονιάς, ώστε να βρείτε κάθε τρόπο αύξησης των πωλήσεων και πραγματοποιήστε το. Από αυτούς τους τρόπους, αξιολογήστε τους πιο προσοδοφόρους –άσχετα αν αφορούν, νέους πελάτες, νέα προϊόντα, ή νέες αγορές– και κυνηγήστε δυναμικά την επίτευξή τους.



5. Αναλύστε οτιδήποτε είναι σχετικό με τους πελάτες σας. Τακτοποιήστε τους προβληματικούς λογαριασμούς, βρείτε τρόπους να επανασυνδεθείτε με τους ανενεργούς πελάτες σας και αξιοποιήστε ενδεχόμενες ευκαιρίες για βελτίωση των υφιστάμενων λογαριασμών / πελατών. Μπορείτε π.χ. να πάρετε τους 10 καλύτερους πελάτες σας και εξετάζοντας κάθε λεπτομέρεια των συναλλαγών σας, να εντοπίσετε πιθανά προβλήματα ή δυνατότητες. Κάντε στη συνέχεια ένα πλάνο πωλήσεων της νέας χρονιάς για κάθε πελάτη ξεχωριστά και αν είναι δυνατό συναντήστε τους και συζητήστε το μαζί τους. Δώστε τους τη δυνατότητα να εκφράσουν τις θέσεις τους και να

δημιουργηθούν προϋποθέσεις για συμφωνίες με αμοιβαίο όφελος.

6. Μείνετε εστιασμένοι στους ανθρώπους σας και τις ιδέες τους. Σιγουρευτείτε ότι παίρνετε το μάξιμουμ από τους υπαλλήλους σας και ότι και αυτοί παίρνουν το μάξιμουμ από εσάς. Εν όψει του νέου χρόνου, κάντε μία συζήτηση με τους εργαζομένους σας, είτε με τον καθένα ξεχωριστά, είτε με όλους μαζί. Κάντε ό,τι καλύτερο μπορείτε, ώστε να δημιουργήσετε ένα θετικό περιβάλλον για τη συζήτηση, για να μη νιώθουν ανασφαλείς ή απειλούμενοι. Γνωστοποιήστε τους από την αρχή ότι η συνάντηση δεν αφορά την αποδοτικότητά τους. Αν δεν έχετε πολλούς υπαλλήλους, μπορείτε να εντάξετε τη συζήτηση αυτή σε ένα ωραίο γεύμα. Δείτε τι σκέφτονται για το προηγούμενο έτος και μοιραστείτε μαζί τους κάθε τι σχετικό με την επιχείρησή σας, που δεν σας κάνει να αισθάνεστε άσχημα. Ρίξτε στο τραπέζι μερικές ιδέες για το τι πρέπει να γίνει, για το καλό όλων.
7. Φρεσκάρете όλα τα εργαλεία του μάρκετινγκ. Ελέγξτε τα, ώστε να είναι όλα ενημερωμένα (ιστοσελίδες, έντυπα, φόρμες e-mail, newsletters κλπ.). Μπορείτε π.χ. να ζητήσετε από τους δικούς σας ανθρώπους να επισκεφτούν την ιστοσελίδα σας και να ελέγξουν τη λειτουργία της (φόρμες, συναλλαγές κλπ.) και να κάνουν τις παρατηρήσεις τους. Δημιουργήστε νέα εργαλεία: Social Media, δημοσιεύσεις, εκδηλώσεις, προσωπικά γράμματα, συνεργασίες, δώρα κλπ. (δείτε επίσης στο <http://www.spiral.com.gr/PolisiakaTips.pdf>). Επιπλέον, μπορείτε να επισκέπτεστε κλαδικές ή επιχειρησιακές εκδηλώσεις εκμαιεύοντας νέους εν δυνάμει πελάτες ή ακόμη να χρησιμοποιήσετε τα MME για την προβολή σας με δελτία τύπου, ανακοινώσεις ή με κάποιο προσωπικό γράμμα.
8. Ελέγξτε τα αποθέματα προϊόντων σας. Δείτε αν έχετε τις κατάλληλες ποσότητες και ποιότητες προϊόντων στις αποθήκες σας. Δεν είναι ό,τι καλύτερο να πουλήσετε το στοκ της αποθήκης σε χαμηλή τιμή. Στην περίπτωση που έχετε υψηλά αποθέματα προϊόντων, δημιουργήστε μία λίστα από εταιρείες που αγοράζουν αποθέματα αντίστοιχα με τα δικά σας και στείλτε τους σε μηνιαία βάση τη «σπέσιαλ» προσφορά σας. Αυτό μπορεί να είναι πολύ αποτελεσματικό, προσέξτε όμως να επιτύχετε μία τιμή που θα επιλύσει το πρόβλημα. Οι αγοραστές αποθεμάτων μπορεί να αποτελέσουν μία σημαντική βοήθεια, αλλά πάντοτε θέλουν μία τιμή στα μέτρα τους. Αυτή είναι άλλωστε και η φύση της δουλειάς τους.
9. Καθορίστε τις τιμές σας, ώστε η επιχείρησή σας να παραμείνει υγιής. Δεν έχει καμία σημασία να τιμολογήσετε τα προϊόντα σας σε μία πολύ καλή τιμή, αν η τιμή αυτή δεν σας επιτρέπει να βγάλετε χρήματα. Για να καθορίσετε τις τιμές σας, εξετάστε σε βάθος τα περιθώρια κέρδους που διαμορφώνονται. Αν δεν ικανοποιούν τους στόχους κερδοφορίας θα πρέπει να

αυξήσετε τις τιμές σας. Καλύτερα να αυξήσετε λίγο τις τιμές σας σήμερα, παρά περισσότερο αύριο.

10. Κάντε την αυτοκριτική σας. Διαχειρίζεστε το χρόνο σας όπως πρέπει; Τι μπορείτε να κάνετε, ώστε η επαγγελματική και προσωπική σας ζωή να γίνει καλύτερη; Κρατείστε μερικές ήσυχες μέρες για τον εαυτό σας, κλείστε το κινητό σας στο βαθμό που μπορείτε και αποτιμήστε το κατά πόσο η δουλειά σας επηρεάζει τη ζωή σας και αντίθετα. Μπορείτε να βελτιώσετε το συσχετισμό αυτό στο ερχόμενο έτος και να πάρετε ό,τι καλύτερο; Καθώς έχετε γίνει επιχειρηματίας για κάποιο λόγο, σκεφτείτε ότι όλα αυτά συμβαίνουν για να ικανοποιήσουν ένα σκοπό.



Φταίει η κρίση ή μήπως τα αίτια του προβλήματος κρύβονται μέσα στην επιχείρησή μου;

Ιδιαίτερα σημαντική για την αναστροφή μίας αρνητικής κατάστασης είναι η αναγνώριση των πραγματικών αιτιών που καθιστούν μια επιχείρησή ευάλωτη στην τρέχουσα οικονομική κρίση.

Σχετικές έρευνες δείχνουν ότι τα κύρια αίτια μίας προβληματικής κατάστασης είναι κυρίως εσωτερικά:

1. Χαμηλή ικανότητα προσαρμογής της επιχείρησης στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος, είτε αναφορικά με τα προϊόντα της, είτε αναφορικά με το μάρκετινγκ, είτε αναφορικά με τις διαδικασίες της.
2. Απουσία εσωτερικού ελέγχου, κυρίως σε επιχειρήσεις που έχουν αναπτυχθεί γρήγορα.
3. Υπερβολική ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, κυρίως κατά την εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά και χωρίς την κατάλληλη προαπαιτούμενη έρευνα (π.χ. σε επίπεδο προμηθειών, ανταγωνισμού κλπ.).
4. Συνδυασμός των παραπάνω, καθώς ένα πρόβλημα αποτελεί συνήθως και αιτία δημιουργίας ενός άλλου.

Η οικονομική κρίση είναι εδώ και απαιτείται η αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων μιας επιχείρησης για την αντιμετώπισή της. Η ευθύνη του επιχειρηματία καθίσταται περισσότερο από ποτέ καθοριστική και σ' αυτό το πλαίσιο η **Spiral** μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά. Μη διστάζετε να επικοινωνήσετε μαζί μας για να συζητήσουμε κάθε σας προβληματισμό. ☺

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ TIPS

Στρατηγική Ανόρθωση

Η στρατηγική Ανόρθωση ανήκει στην ομάδα των στρατηγικών Διάσωσης / Αναστροφής και χρησιμοποιείται κυρίως από επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν προβλήματα και προσπαθούν να ανατρέψουν την όποια δυσμενή κατάσταση, όπως π.χ. όταν η απόδοση της επιχείρησης βρίσκεται για μεγάλο χρονικό διάστημα κάτω από το ελάχιστο αποδεκτό επίπεδο. Επιπλέον, χρησιμοποιείται εναλλακτικά και από επιχειρήσεις που επιθυμούν να προλάβουν μελλοντικά προβλήματα.


Οι περιπτώσεις αυτές χαρακτηρίζονται:

1. Από έλλειψη πόρων (ταμειακή ροή, μεγάλα δάνεια κλπ.).
2. Από χαμηλό ηθικό των εργαζομένων, οι οποίοι αποχωρούν ή παραμένουν δημιουργώντας προβλήματα.
3. Από την έλλειψη εμπιστοσύνης των κοινών της επιχείρησης (πελάτες, προμηθευτές, συνεργάτες κ.ά.).
4. Από έλλειψη χρόνου ή αδυναμία διαχείρισής του, καθώς οι ανταγωνιστές καιροφυλακτούν να λάβουν θέση σε μερίδια αγοράς.

Για την εφαρμογή αυτής της στρατηγικής είναι απαραίτητη η διάγνωση των αιτιών των προβλημάτων που έχει η επιχείρηση και για αυτό είναι απαραίτητη η κατανόηση του ευρύτερου-μάκρο και του κλαδικού-μίκρο περιβάλλοντος.

Υπάρχουν 3 στάδια μέσω των οποίων η Στρατηγική Ανόρθωσης υλοποιείται:

1. Το στάδιο της συρρίκνωσης / σμίκρυνσης, όπου πρωταρχικός σκοπός είναι η διάσωση της επιχείρησης, η οποία πραγματοποιείται με άμεση συγκράτηση των χρηματικών ροών.
2. Το στάδιο της σταθεροποίησης, όπου η επιχείρηση προσπαθεί να σταθεροποιήσει τις λειτουργίες της, μέσω βελτίωσης περιθωρίων κέρδους, καλύτερο μίγμα προϊόντων, εστίαση σε αποδοτικές αγορές, και νέες δραστηριότητες.
3. Το στάδιο της αναδόμησης, όπου γίνονται τα πρώτα βήματα επέκτασης και ανάπτυξης.

Η χρονική διάρκεια των σταδίων δεν προσδιορίζεται εύκολα, καθώς μπορεί να επηρεάζεται από τις συνθήκες, τη φύση των προβλημάτων, το μέγεθος της επιχείρησης κλπ. Η επιτυχία της Στρατηγικής Ανόρθωσης εξαρτάται κυρίως από τη διοικητική επάρκεια (υπερβολική συρρίκνωση, μη συγχρονισμένες κινήσεις κ.ά.) και από το μέγεθος του. 


ceramic sun

Η γερμανική καινοτομία στη θέρμανση εσωτερικών και εξωτερικών χώρων τώρα και στην Ελλάδα!

ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ SPIRAL CONSULTING GROUP

ΜΕΓΑΛΟ ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΓΙΑ ΤΑ ΦΩΤΟΒΟΛΤΑΪΚΑ

Ιδιαίτερα μεγάλο είναι το ενδιαφέρον των Ελλήνων για την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων, σε τέτοιο βαθμό, ώστε σε πολλούς νομούς να μην είναι δυνατή η απορρόφηση της παραγόμενης ενέργειας. Το γεγονός αυτό επισημάνθηκε από τη ΔΕΗ με επιστολή της στη Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας, όπου ζητάει από την Αρχή να σταματήσει να δέχεται αιτήσεις σε 16 συνολικά νομούς: Βοιωτίας, Καρδίτσας, Φθιώτιδας, Ευρυτανίας, Καστοριάς, Κιλκίς, Κοζάνης, Ξάνθης, Φλώρινας, Αιτωλοακαρνανίας, Άρτας, Πρέβεζας, Μεσσηνίας, Ηλείας, Αρκαδίας, και Λακωνίας.

Η **Spiral** αναλαμβάνει όλες τις απαραίτητες διαδικασίες για την υπαγωγή της πρότασής σας στο σχετικό νόμο, ο οποίος σας παρέχει τη δυνατότητα πώλησης του ρεύματος στη ΔΕΗ σε προνομιακές τιμές (περισσότερα στο www.spiral.com.gr). 

Η Spiral

σας εύχεται

ένα ευτυχισμένο

και επιτυχημένο

2011!



 **SPIRAL**
consulting group

Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΩΝ & ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κίμωνος Βόγα 32-34 & Μαυροκορδάτου
Θεσσαλονίκη

Τ.Θ. 20164, Τ.Κ. 55110

Τηλ. & Fax: 2310.214971

e-mail: spiral@spiral.com.gr

Web: www.spiral.com.gr