



Как быстро восстановится ваш бизнес?

Изменение или даже прекращение работы, связанное с коронавирусом - это полбеды.

Дальше экономику РФ ждет рецессия. Как будет чувствовать себя ваш бизнес, насколько сложно ему будет восстановиться и развернуться в рост?

Ответьте на вопросы в таблице и посчитайте, в какой цветовой зоне - "красной", "желтой" или "зеленой" оказалось больше всего ответов.

Характеристика:	Насколько это свойственно вашей компании:			Примеры из "красной зоны"	Примеры из "зеленой зоны"
	ДА, у нас так	Частично	НЕТ, у нас не так		
Ваш продукт по типу потребления:					
полезный, но необязательный предмет для человека, домохозяйства или организации (не является предметом первой необходимости)				Ювелирные изделия, напольные вазы	Базовые продукты питания, автоматизация производственных процессов
достаточно дорогой способ побаловать себя (для человека) или сотрудников (для организации)				СПА-салон, проведение праздников	Недорогие товары по уходу за собой
приобретается человеком или организацией редко и надолго				Оборудование	Расходные материалы для производства
может быть взят в аренду по мере необходимости (вместо покупки у нас)				Автомобиль	Обувь
без проблем может быть приобретен "секонд-хенд", бывшим в употреблении				Детские спортивные товары	Предметы личной гигиены
не решает горячую проблему человека или организации				Косметические средства без явного эффекта	Налоговое консультирование, аварийный ремонт
не помогает человеку или организации увеличивать доход или экономить				Обучение, не связанное с повышением дохода или эффективности работы	Обучение профессии, повышение квалификации
может быть, при необходимости, создан (выполнен) клиентом самостоятельно				Базовый уход за волосами, уборка	Лечение зубов, сложные комплектующие
основной сезон потребления - весна или лето				Речные круизы	Обязательное техническое обслуживание
Ваш продукт по соотношению цена/ контрастные отличия:					
в высоком ценовом сегменте, полезные контрастные отличия не подтверждены (не очевидны)				Некоторые "премиальные" продукты питания	Зубные пасты с доказанным (очевидным) действием
в среднем ценовом сегменте, контрастных отличий нет				Потребительские товары	Стабильно качественное сырье для производства



имеет аналоги, производимые конкурентами в РФ, с минимальным содержанием импортных компонентов				Отделочные материалы	Действующие вещества для мед.препаратов
Ваши клиентские группы:					
иностранцы туристы или граждане, выезжающие за рубеж				Турфирмы, отели	Пластиковые окна
люди или организации, которые существенно потеряют в доходе				Магазин в моно-городе	Сеть мультиформатных магазинов в разных регионах
Зависимость от поставщиков:					
продукт состоит из импортных компонентов, зависящих от курса валюты				Импортное оборудование	Пиломатериалы
продукт "завязан" на поставщиков, которые сейчас испытывают трудности вплоть до закрытия				Продукция со сложным дизайном, под которую сложно было найти производителя комплектующих	Продукция из стандартных комплектующих
продукт производится на импортном оборудовании, стоимость и сервис которого зависят от обменного курса и доступности официальных специалистов поставщика				Отделочные материалы	Действующие вещества для мед.препаратов
Территориальное развитие и экспорт:					
не работаем за пределами своего "домашнего" региона				Все клиенты - только в одном городе, области, крае	Клиенты по всей стране
не работаем в наиболее платежеспособных частях РФ				Клиенты - в регионе с падающей экономикой	Клиенты в Мск и МО, и там, где есть платежеспособный спрос
не ведем экспорт в ближнее зарубежье				Клиенты только в РФ	Клиенты в СНГ
не ведем экспорт в дальнее зарубежье				Клиенты только в РФ	Клиенты в Европе
продукт в принципе не подлежит территориальному масштабированию				Услуги, зависящие от конкретного исполнителя, оказываемые оффлайн	Товары, производимые из российских компонентов
Ваш способ финансирования деятельности:					
высокая кредитная нагрузка				Многие, вне зависимости от отрасли	Сервисные компании без оборудования и запасов
поставщики и подрядчики неохотно предоставляют отсрочки (не принято в отрасли, не считают ценным партнером)				Небольшие компании	Крупные компании (VIP-клиент для поставщиков)



с клиентов практически невозможно получить предоплату (не принято в отрасли, не считают ценным партнером)				Дистрибуторы FMCG	Поставщики дефицитных товаров и услуг
компания не может рассчитывать на программы гос.поддержки				Бизнес в "серой" зоне	Производители
финансовых резервов у компании практически не осталось				Очень многие, вне зависимости от отрасли	Те, кто ведет системное резервирование
Работа в онлайн-формате:					
работа невозможна, нужно чтобы заказчик и исполнитель физически находились в одном месте				Парикмахерская	Консультация логопеда
для продажи товаров и услуг необходимы командировки к заказчику, личные встречи				Сложное оборудование, изготавливаемое под параметры цеха	Стандартные товары
продукт не может продаваться через маркетплейсы или интернет-агрегаторы				Товары под индивидуальные параметры	Стандартные товары
компания еще не освоила цифровые решения для работы с клиентами, управления товарным запасом, проектами, документооборотом					
Персонал:					
в компании велика доля низкоквалифицированного, не лояльного к компании персонала, который не вернется после сокращения				Производство грунтов	Образовательные услуги
в компании велика доля персонала, который может легко перейти на фриланс и начать зарабатывать самостоятельно				Сантехники, дизайнеры, мастера красоты	Медицинские работники
компания зависит от иностранных рабочих, по которым намечается дефицит на рынке				Многие "простые" производства	Сложные узкопрофильные производства
основная часть фонда оплаты труда в компании - постоянная (оклады)				Многие компании, вне зависимости от отрасли	Сервисные компании, где персонал получает в основном "от выручки"
Работа с уровнем сервиса:					
не работаем с уровнем сервиса непосредственно в местах контакта с конечным потребителем (точки продаж)				Хамство или игнорирование покупателей в торговом зале, офисе продаж	Регулярно проводим наблюдения и оценку
не учитываем, не анализируем, не повышаем качество работы организации с внешними клиентами				Недовоз, опоздание, брак случаются регулярно	Все случаи брака или рекламаций разбираются и улаживаются



не учитываем, не анализируем, не повышаем качество работы обеспечивающих подразделений с их внутренними клиентами				Постоянный конфликт между "финансистами" и "нефинансистами"	Все подразделения согласованно работают на общий результат
не собираем и не анализируем данные клиентов для использования в продвижении и продажах				Из клиентской базы не понять тип клиента, и насколько он доволен нашим продуктом	Ведем таргетированную коммуникацию и продвижение на основе данных клиентов
система учета не позволяет в режиме онлайн контролировать выручку в разрезе каналов продаж, географии, типов клиентов и т.п.				Для формирования отчета требуется привлекать программиста/аналитика	Любой срез/отчет можно построить в 3-5 кликов
В какой зоне у вас больше всего ответов?					

Больше всего ответов в "красной" зоне:

Вы в сложной ситуации. Но давайте посмотрим, что можно сделать. Пройдитесь по "красным" ответам. Какие из них вы быстрее всего сможете переместить в "желтую", а затем и в "зеленую" зону? Составьте пошаговый план, чтобы максимально использовать все, что компания имеет и умеет.

Больше всего ответов в "желтой" зоне":

У вашей компании есть шансы пережить рецессию и улучшить свое место на рынке. Но для этого вам нужно проработать сместить "красное" в "желтое", а "желтое" - в "зеленое". Помните, вы на рынке не одни, и за платежеспособный спрос придется бороться.

Больше всего ответов в "зеленой" зоне:

Поздравляем, у вашей компании есть все шансы благополучно пережить кризис и рецессию. Но расслабляться рано. Конкуренцию никто не отменял. Ваша задача - выйти на самых платежеспособных клиентов, и стать для них лучшим, наиболее комфортным поставщиком по сочетанию всех параметров: скорости, качества продукта и сервиса. Поработайте над областями, где у вас "красные" ответы