

Что делать бизнесу во время коронавируса

Многие компании среднего и малого размера не смогут пережить этот кризис. Но руководителям важно помнить, что лучшая защита во времена неопределенности — это уверенное нападение, которое требует подготовки и ясного мышления. В этой статье мы рассмотрим, как можно настроить важнейшие бизнес-процессы под реалии разгоревшейся эпидемии.



Адаптироваться быстро

Сегодня все малые предприятия должны бросить вызов самим себе — быстро внести коррективы в свой бизнес, чтобы адаптироваться. Владельцу ресторана стоит подумать о том, как сделать свой вариант доставки более привлекательным, например, дарить каждому клиенту купон на следующий заказ. Продолжать работать в секторе услуг можно с помощью онлайн связи, а производителю — искать новых ритейлеров. Затраты скорее всего увеличатся, но это лучше, чем допустить полное высыхание финансов.

Сейчас хорошая возможность выяснить, способна ли ваша бизнес-модель пережить внешние потрясения? С ними еще придется столкнуться и в будущем. “Оцифруйте” свой продукт, если еще этого не сделали. Изучайте психологию клиентов — как они действуют в кризис? Не упустите возможность лучше понимать свою целевую аудиторию.

Также будет полезно подумать, как вы можете поддержать общество в сложившейся ситуации — это улучшит репутацию бизнеса в глазах клиентов сейчас и останется с вами после возврата к нормальной жизни.

Например, некоторые дорогие рестораны в США были вынуждены перестать обслуживать клиентов в заведении. Вместо этого они внедрили в меню новые

позиции — изысканные обеды всего за 5 долларов, которые можно заранее заказать и забрать самому. Этот шаг получил огромную поддержку и распространение в интернете, а также продажи и новых лояльных клиентов.

Вспомнить все расходы

Любой малый или средний бизнес обычно имеет похожие ключевые расходы — зарплату сотрудников, аренду офиса и коммунальные платежи. Дальнейшие расходы варьируются от отрасли к отрасли.

Поговорите с теми, кому вы должны заплатить в ближайшие три месяца (арендодатель и поставщики), и узнайте, готовы ли они пойти вам навстречу. Все понимают сложность ситуации и скорее всего будут открыты к обсуждению условий сотрудничества на ближайшее время. Ведь также в их интересах сохранить ваш бизнес.

Составьте список своих затрат и расположите по приоритету. Убедитесь, что сможете оплачивать самые важные — отложите деньги заранее. Избавьтесь от всего, что не обеспечивает безопасность ключевых бизнес-функций на данный момент. Но не спешите увольнять сотрудников, они могут оказаться невосполнимым для бизнеса активом после окончания кризиса — просто уйдут работать на конкурента. Обсудите с каждым сотрудником способ более гибкой оплаты труда в зависимости от важности его функций, говорите открыто и честно.

Для компаний с положительным балансом появятся значительные возможности для приобретения или инвестирования в компании, которые находятся в худшем положении. Но не пожалейте потратить время на обдумывание, является ли для вас это хорошей возможностью для диверсификации или входа на новый рынок. Вы должны быть уверены, что выйдете из ситуации с коронавирусом в более сильной позиции. Поэтому принимайте решения, думая о возврате инвестиций как в докризисной ситуации на рынке.

Время для улучшения

Пока все течет медленно — это идеальное время для того, чтобы заняться проектами, которые вы до этого откладывали. Подумайте о том, как инвестировать свободное время в улучшение продуктов, услуг и рост эффективности предприятия. У любого бизнеса всегда есть потенциал для роста и если раньше времени на улучшение не хватало, сегодня — лучшее время заняться этим. Так вы выйдете из шторма с более конкурентным продуктом или услугой. Несколько процессов, которые обычно еще можно улучшить: система удаленной работы сотрудников, автоматизация рабочих процессов и использование искусственного интеллекта.

С помощью автоматизации вы можете быстрее реагировать на меняющиеся требования рынка и автоматизировать многие рабочие процессы. Для этого

существует специальное программное обеспечение. Оно собирает данные для обеспечения мониторинга рабочих процессов ваших сотрудников на удаленке. Эти данные могут дать вам представление о производительности и определить возможности для облегчения нагрузки на сотрудников. А также принимать взвешенные решения относительно найма дополнительной рабочей силы и необходимости дополнительного обучения сотрудников, пока они работают на дому.

Обязательно инвестируйте в обучение персонала и повысьте собственную квалификацию в тех областях, которые сделают вашу компанию сильнее. Например, если вы чувствуете, что слабы в маркетинге в социальных сетях, бухгалтерском учете или IT, но уверены, что знания в этих областях сделают предприятие компетентнее на рынке — инвестируйте свое время в это. Обсудите со своими работниками, чем им заняться для улучшения качества их знаний. Сейчас многие обучающие услуги можно купить по большой скидке или вообще получить к ним бесплатный доступ.

Подход к удаленной работе

Многие в первый раз столкнутся с необходимостью организации удаленной работы для своих сотрудников. Составьте письменное соглашение о работе на дому и попросите подписать его. Сформулируйте свои ожидания и внедрите процедуру для еженедельного отчета о выполненной работе, который будет заполняться каждый день, а затем суммироваться по неделям.

Будьте ясны с сотрудниками на счет правил сохранения безопасности для здоровья. Вероятно, будет разумно следовать всем самым строгим рекомендациям правительства. Проявляйте гибкость в отношении больничных отпусков. Забота о безопасности ваших сотрудников и клиентов будут оценены в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Если сотрудникам необходимо быть на работе, разделите их по небольшим группам и разместите в отдельных помещениях. Отмените крупные мероприятия и используйте онлайн-звонки для связи.

При удаленной работе руководителю важно быть легко доступным для сотрудников. Всегда будьте на связи — это поможет вашей команде сохранить мотивацию и ответственный подход к обязанностям. Старайтесь решать возникающие проблемы как можно быстрее, их будет много. Сейчас как никогда важно проявить сильные качества лидера.

Используйте эту ситуацию, чтобы найти наиболее удобный способ организации рабочего процесса на будущее. Доказано, что сотрудник работает лучше из дома — его продуктивность возрастает на 13%. Сейчас вы можете проверить это на практике. Но есть и другие сильные преимущества. Во-первых, работникам больше не надо тратить время на бесполезные совещания, которые происходят в любой

офисной среде. Во-вторых, вы высвободите бюджет на более полезные расходы, который до этого шел на аренду помещения и закупку офисных принадлежностей.

Маркетинг

В то время как потребители проводят больше времени в интернете, они не стремятся принимать важные решения о будущем. Если вы продаете услугу, которая требует от клиентов планирования наперед, то ваши конверсии от рекламы уже должны были упасть. Поэтому не стоит ожидать, что тот же контент, который вел к вам трафик до вспышки пандемии, будет продолжать работать.

Но не все потеряно! Наоборот, используйте эту возможность, чтобы еще больше взаимодействовать с клиентами в социальных сетях через контент или с помощью платной рекламы. Вы можете обнаружить, что конкуренции стало меньше, а это означает, что и платить теперь придется меньше за внимание и клики потенциальных клиентов. Создайте новые офферы, которые дадут чувство стабильности вашей аудитории в этой непростой ситуации.

Убедитесь, что у вас налажено эффективное общение со своими клиентами. Если вы продолжаете вести бизнес, ваши клиенты должны об этом знать и понимать, как взаимодействовать с организацией. Сделайте так, чтобы им было легко приобрести ваш продукт. Если вы до этого не пользовались социальными сетями, то сейчас пришло время начать их вести. Очень важно продолжать общение и не растерять существующих клиентов.

Будьте изобретательны и находите новые возможности для продажи. Это хорошее время, чтобы сосредоточиться на клиентах и обеспечить им лучший сервис. Пусть все ключевые клиенты знают, что ваш бизнес справляется и может быть полезен даже в такое неопределенное время. Но если у вас трудности — честно сообщите о них вашим постоянным клиентам. Если им нравится ваш продукт, они будут заинтересованы, чтобы вы не уходили с рынка.

Об авторе



- Интернет-маркетолог / E-commerce эксперт
- Консультант в ЦРПП при правительстве Санкт-Петербурга
- Внешний эксперт по онлайн программам в АО «Корпорация Развития»
- Преподаватель курсов и индивидуальных программ по онлайн маркетингу
- E-commerce бизнес-тренер в федеральных и международных компаниях
- Опыт работы более 12 лет, 70+ российских и иностранных проектов
- Сертифицированный специалист по многим направлениям
- Автор статей для ведущих бизнес изданий

[Подробнее об авторе](#)

[Портфолио](#)

Закажите бесплатную [консультацию](#)

и узнайте, как продвигать ваш бизнес эффективнее.