

NE BESZÁLLÍTÓ, PARTNER LEGYÉL!

## Válságkezelés közben a jövőre készülve

Proaktív stratégiai gondolkodás, stratégiai partneri viszony az ügyfelekkel és transzparens kommunikáció – ezek lehetnek a válságból való kilábalás legfontosabb követelményei, mondja Cseresnyés Dóra, aki pontosan a vészhelyzet kellős közepén, április elején foglalta el az AutSoft vezérigazgatói posztját.

**– Sokfelől hallani, hogy a válság jó alkalmat teremt arra a vállalkozásoknak, hogy megújuljanak, megerősítsék, megújítsák stratégiájukat. De hogyan lehet előre tekinteni, amikor számos vállalat a pusztta túlélésért küzd?**

– Szerintem a kettő egyáltalán nem zárja ki egymást. Túlélő üzemmódban is a stratégia alapjaihoz kell visszanyúlni, és ha jól kezeljük a különleges helyzetet, azzal a stratégiát is erősítjük. A különbség inkább csak annyi, hogy a reagálásunk reaktív vagy proaktív. Ha reaktív, akkor csak a közvetlen nehézségekre reagálunk, rövid távú megoldásokat keresünk. De ha a válságkezelésünk proaktív, akkor már a jövőre készülünk fel. Fontos megjegyezni, hogy ez az erősödés nem azt jelenti, hogy már a válsághelyzet során is növeljük a bevételeinket. Az viszont már igaz, hogy az időleges megtorpanást jól kihasználva fel tudunk készülni a későbbi időkre, meg tudunk ágyazni a válság utáni növekedésnek. Különösen fontos lenne ez az informatikai vállalkozások esetében, ahol más szektorokhoz képest egy kicsit elcsúsztatva jöhet a mélypont.

**– Ilyen időszakokban inkább a belső működésre kell összpontosítani vagy inkább az ügyféligények alakulását kell követni?**

– Nyilván más eszközei, módszerei vannak a belső működés megszervezésének és az ügyfélkapcsolatok kezelésének, de az alapnak ugyanannak kell lennie. Ha van a cégnek integritása, akkor befelé és kifelé is ugyanazokat az értékeket képviseli.

**– Milyen módszerekkel lehet megóvni vagy akár fejleszteni a meglévő ügyfélkapcsolatokat?**

– Az ügyfelekkel érzékeltetni kell, hogy többek vagyunk egyszerűen beszállítónál. A célunk az, hogy partnerként segítsük őket üzleti



CSERESNYÉS DÓRA,  
AUTSOFT

FOTÓ: AUTSOFT

céljaik elérésében és stratégiájuk megvalósításában. Ha az ügyfél is komolyan gondolkodik, és visszanyúl a saját stratégiájához, akkor nagyra értékeli, ha valaki segít neki, együtt dolgozik vele a válságból való kilábaláson.

Ezt az utat követtük mi is. A válságkezelés első három hete azzal telt, hogy félretettük az új ügyfelek megszerzését, és csak arra fókuszáltunk, hogy megerősítsük, szorosabbra fűzzük a kapcsolatunkat kiemelt partnereinkkel. Még többet, még intenzívebben beszélgettünk velük, igyekeztünk megérteni, milyen helyzetbe kerültek, és arra adtunk nekik új válaszokat, vagyis proaktívak maradtunk. Így további üzleti lehetőségek is nyíltak számunkra. Szerencsére több ügyfelünk is úgy gondolkodik, mint mi, vagyis, hogy most nem szabad leállítani a fejlesztéseket, mert ezek fognak később versenyelőnyt jelenteni neki.

### Ha a válságkezelés proaktív, akkor a jövőre is felkészít

**– Milyen vállalati kultúra, gondolkodásmód kell ahhoz, hogy mindez működni tudjon?**

– Ilyen helyzetben a nyílt kommunikáció, a transzparencia és a bizalom válnak a legfontosabb értékekké. Nyíltan kell beszélni a dolgozókkal, mert megértik a helyzetet, azonosulni tudnak a céggel, növekszik a lojalitásuk, és kitartanak a nehézségek közepette is. És megint csak ugyanez vonatkozik az ügyfelekkel folytatott kommunikációra is. Az is beletartozik a transzparenciába és a bizalomba, hogy velük is megosztjuk, ha nehézségekkel nézünk szembe. Stratégiai partnerek vagyunk, ők is beavatnak minket az üzleti gondjaikba, hát mi is beszélhetünk ezekről. Szerencsére ilyen problémákról nekünk még nem kellett tárgyalnunk az ügyfeleinkkel. ■