

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Εταιρείες που δεν «ακούν», συνεργάζονται με εταιρείες που δεν έχουν τίποτα να «ΠΟΥΝ»

FORTUNE GREECE

23/03/2023, 11:00

SHARE 

Photo: pixabay.com

Μία επιχείρηση προσανατολισμένη στις ευκαιρίες και εκπαιδευμένη στο σχεδιασμό των προτεραιοτήτων πράγματι «ακούει» την αγορά.

Του Γιώργου Καρλαύτη, Founder/Entrepreneur

Η αποτελεσματική, εμπνευσμένη και συνεπής κατανόηση και διαχείριση των επιχειρηματικών ευκαιριών και προτεραιοτήτων συνιστά την επιτομή της ανάπτυξης. Αποτελεί μία κρίσιμη αναγκαιότητα και απαιτεί τον δικό της χρόνο και ενέργεια πέραν από τις «αμυντικές» νοοτροπίες που αναλώνουν επιχειρηματική ενέργεια στην επίλυση εσωτερικών προβλημάτων οργάνωσης και ευθυγράμμισης.

Μία επιχείρηση προσανατολισμένη στις ευκαιρίες και εκπαιδευμένη στο σχεδιασμό των προτεραιοτήτων πράγματι «ακούει» την αγορά και κινείται σε μία κοινότητα επιχειρήσεων που βρίσκονται στην ίδια συχνότητα, με άλλα λόγια, αφουγκράζονται και αυτές τις επικείμενες και αρχικά «αόρατες» ευκαιρίες που ταιριάζουν στις δραστηριότητες τους.

Οι επιχειρήσεις αυτής της κοινότητας μπορούν να λειτουργούν σφαιρικά είτε ως πελάτες, προμηθευτές ή συνεργάτες, εντούτοις, αυτό που μετράει δεν είναι ο σχετικός ρόλος τους, αλλά ο συντονισμός και το κοινό mindset. Όντας στην ίδια επιχειρηματική συχνότητα αυτά που ανταλλάσσουν οι εταιρείες έχουν νόημα, λειτουργικό περιεχόμενο και ρεαλιστική

επίπεδο εστιάζει στην ποιότητα της αλληλεπίδρασης που καθορίζει και το κοινό μοντέλο, το οποίο αποκαλύπτει και συγκεκριμενοποιεί τις προοπτικές, ενώ υιοθετεί και ακολουθεί ένα μικρό αριθμό ουσιαστικών αρχών.

Η θεμελιώδης αρχή του επιχειρείν πρέπει να εμπεριέχεται στην αξιακή πρόταση στην οποία συμπυκνώνεται και οργανώνεται το δίπτυχο όραμα-αποστολή (vision-mission) και η δυναμική της συνεισφοράς στην αγορά. Με άλλα λόγια, τι σχεδιάζει να προσφέρει, όχι τόσο με την έννοια του προϊόντος-υπηρεσίας, αλλά με βάση την διαμόρφωση της **εταιρικής ταυτότητας** καθ' αυτής απέναντι στην αγορά. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι το προϊόν είτε απόλυτα διαφορετικό ή τουλάχιστον διαφοροποιημένο απέναντι στον ανταγωνισμό ή να συνιστά ένα αναγκαίο συστατικό για την αγορά-στόχο ώστε να δημιουργεί ζήτηση. Ο ανταγωνισμός είναι ουσιαστικό στοιχείο, αν και το πώς πρέπει να λαμβάνεται υπόψη προβάλλει μία πρόσθετη διαφοροποίηση, αποκαλύπτοντας εκείνες τις εταιρείες που «ακούνε» τους διαφορετικούς κραδασμούς και διαστάσεις και το πώς να χρησιμοποιούν όσα αντιλαμβάνονται, ώστε να μετασχηματίζουν τη στρατηγική τους μέσα από αποδοτικές επιχειρηματικές δράσεις.

Η επόμενη σημαντική αρχή αναφέρεται στην διπλή έμφαση για παράλληλη **βιωσιμότητα** και **ανάπτυξη**. Δύο έννοιες οι οποίες αποσκοπούν στη συντήρηση μίας επιχείρησης σε κάθε χρονική φάση, αλλά και τις δυναμικές για αυξανόμενες επιδόσεις και επέκταση στην αγορά χωρίς να βάζει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα, όπως για παράδειγμα με αλόγιστο **δανεισμό** πάνω σε κριτήρια που δεν έχουν σταθμιστεί ορθά, ή επικέντρωση στη μόχλευση ή ακόμα με βάση θετικούς χρηματοοικονομικούς δείκτες και ενός κλίματος ευφορίας που φέρνουν πιθανές θετικές επιδόσεις, χωρίς εντούτοις να υπολογίζονται απρόοπτες μακροοικονομικές ή γεωπολιτικές μεταβολές που μπορεί να συμβούν χωρίς προειδοποίηση. Η πρόσφατη εμπειρία της **πανδημίας** ή η πρόσφατη εισαγωγή νέων κανόνων σχετικά με το **περιβάλλον** και άλλες αντίστοιχες παραμέτρους στο πλαίσιο του Environmental, Social, Governance (**ESG**) που απαιτούν υποχρεωτική συμμόρφωση μεταβάλλοντας το τοπίο με παράλληλη μετάβαση σε νέες ισορροπίες του επιχειρείν.

Η τελευταία αρχή ανάγεται στην ποιότητα της αλληλεπίδρασης αξιακών προτάσεων από διαφορετικές εταιρείες οι οποίες είτε συγκλίνουν είτε αλληλοσυμπληρώνονται. Διαθέτοντας, συνεπώς, σωστά προσανατολισμένες και «ανοικτές» τις επιχειρηματικές τους κεραίες, οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν «διευρυμένο επιχειρηματικό χώρο» με σημαντικές συνθέσεις, ώστε να αναλύονται ουσιαστικές προτάσεις, θεμελιώδη σχόλια και feedback, τα οποία να οδηγούν σε κλιμακούμενα έργα προστιθέμενης αξίας για κάθε πλευρά και βέβαια επιχειρηματικό όφελος.

Όλα τα παραπάνω μάς οδηγούν στο να σχηματοποιήσουμε τα σημεία προς την αντίθετη νοοτροπία, συγκεκριμένα τις εταιρείες που «δεν ακούνε», ενώ διακατέχονται από μία άκαμπτη αδράνεια που προκαλεί η ιδιότυπη αυτή «βαρκοϊα» η οποία άλλοτε με αργούς και άλλοτε με γρήγορους ρυθμούς μπορεί να θέσει σε κίνδυνο όλο το επιχειρηματικό τους εγχείρημα.

Όποια και αν είναι η κουλτούρα της εταιρείας, η στρατηγική είναι θέμα του επιχειρηματία ή των ισότιμων εταίρων αν δεν πρόκειται για ένα μόνο άτομο. Σύμφωνα με προσωπική εκτίμηση, εντοπίσω τρεις βασικές κατηγορίες επιχειρηματιών:

- Οι **πραγματοστές επιχειρηματίες**: ενημερώνονται γρήγορα, συνοπτικά και φροντίζουν να λαμβάνουν αξιόπιστα δεδομένα έχοντας κάθε στιγμή άμεση και αντιπροσωπευτική εικόνα από το σφυγμό της αγοράς
- Οι **οραματοστές επιχειρηματίες**: όντας πραγματιστές, διανύουν συνεχώς το «έξτρα μίλι» κάθε στιγμή, διακρίνοντας και σχεδιάζοντας τα επόμενα βήματα της ανάπτυξης μετασχηματίζοντας αυτή τη δυναμική σε πολλαπλάσια αξία σήμερα και στο κοντινό μέλλον
- Οι **επιχειρηματίες** που λόγω σκληρής δουλειάς και ευνοϊκών συγκυριών **βρίσκονται στο «τιμόνι» μίας εταιρείας**, αλλά πραγματικά δεν νιώθουν την ουσία του ρόλου τους, τον οποίο κατανοούν καθαρά σαν διαχειριστικό

Η καλλιέργεια και κεφαλαιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών και προτεραιοτήτων, όπως ήδη ανέφερα, μπορεί να γίνει με πληρότητα μόνο από τους οραματοστές ή από τους πραγματιστές αν αποκτήσουν όραμα. Συνεπώς, η ανάπτυξη αποκτά θεμέλια



Γιώργος Καρλαούτης, Founder/Entrepreneur

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ:

- Όσα λένε angel investors και VC's... μεταξύ τους