

OCTOBRE

Octobre 2009, N° 71



N°71

E-DOSSIER



## Crise : comment préparer la reprise ?

### *Soyez flexibles*

Plus que jamais, la crise nécessite que l'on sorte des schémas habituels. C'est le moment de développer des produits et services différents qui répondront au besoin des consommateurs en temps de crise. Prévoyez la mise en place de produits d'appel moins chers ou plus light que ceux que vous vendez d'habitude. C'est le moment de créer votre produit anti crise...

### *Analysez votre productivité*

Sensibilisez vos équipes à l'importance de développer la productivité.

Identifiez ensemble les points d'effort pour améliorer la productivité et la rentabilité. Les équipes ont souvent des idées aussi étonnantes que pertinentes, ... d'autant plus lorsqu'elles ont conscience des enjeux. Demandez à chacun de mettre en place des indicateurs de temps passé et essayez de trouver des repères par rapport à votre métier. Vous pouvez trouver ce genre d'information dans les organisations professionnelles, par exemple.

### *Réduisez vos charges*

C'est le moment de faire la chasse au gaspi. Prenez l'ensemble de vos charges et regardez les postes qui vous coûtent le plus. Faites ensuite une analyse sur les économies possibles. N'hésitez pas à vous faire aider de votre expert-comptable qui est un conseil déterminant dans ce type d'action.

### *Négociez avec vos fournisseurs*

Allez voir vos principaux fournisseurs et demandez leur ce qu'ils proposent pour aider leurs clients à passer ce mauvais moment. N'hésitez pas à négocier vos contrats ou vos délais de paiement. Si vous êtes un bon client, il y a fort à parier que vous obtiendrez des conditions intéressantes.

### *Gardez le cap*

C'est le moment de clarifier et de rappeler vos objectifs stratégiques. Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ? Qu'est-ce qui est porteur ? Qu'est-ce que vous pouvez abandonner sans crainte ? C'est celui, également, de vous poser et de faire le point sur votre stratégie à court et moyen terme.

### *Motivez les troupes*

Tout le monde a le blues. Rien de tel que des actions positives pour remonter le moral de chacun. Prenez n'importe quel prétexte pour réchauffer l'ambiance. Vous avez gagné un nouveau contrat ? C'est l'occasion d'en parler autour d'un verre en fin de journée. C'est l'anniversaire de l'un de vos collaborateurs ? Organisez un petit déjeuner de l'équipe pour lui fêter. Votre activité est plus calme que d'habitude ? Et si vous en profitez pour offrir une formation à vos salariés.

### *Positivez*

Ceux qui développent une « positive attitude » sont statistiquement plus performants que les autres. Les crises constituent de véritables occasions de faire bouger les choses, de saisir des opportunités, pour ceux qui savent les identifier et en tirer parti. Ce n'est en restant à se morfondre que vous allez bouger vos équipes et les faire aller de l'avant.

Un seul mot d'ordre, positivez et relevez le défi de la réussite.

### *Développez la créativité dans votre entreprise*

La crise remet en cause les schémas traditionnels ? Qu'à cela ne tienne. Profitez-en pour lancer une séance de créativité et pour réinventer ce qui ne fonctionne plus. Poussez vos collaborateurs à être curieux, à regarder ce qui se fait ailleurs et que vous pourriez appliquer. Pensez à stimuler et à récompenser les nouvelles idées efficaces.

Optimisez les compétences de vos collaborateurs  
En temps normal, les équipes n'ont jamais le temps de se former. Profitez d'une éventuelle période d'accalmie pour faire le point sur les compétences actuelles, les compétences qui manquent et celles qu'il vous faudrait développer pour être efficace lorsque la reprise sera là.

### **Communiquez avec vos clients**

C'est plus que jamais le moment de rappeler à vos clients, comme à vos prospects, que vous existez et que vous proposez des produits et services qui leur sont utiles. Occupez le terrain et mettez en place un plan de communication qui vous permettra de maintenir votre chiffre d'affaires.

### **Mettez vos fichiers à jour**

La mise à jour des fichiers est stratégique, mais elle est souvent remise au lendemain, faute de temps. Et si vous profitez de l'accalmie actuelle pour faire le point sur les données dont vous disposez et leur actualisation ?

### **Cherchez des partenaires**

On est plus fort à plusieurs que tout seul. La crise peut être l'occasion de chercher des partenaires. Ces derniers pourront vous aider à réduire vos charges en optimisant des achats. Ils pourront, également, vous apporter des produits ou services complémentaires aux vôtres de façon à rendre votre offre plus attractive.

**À vous de jouer !**