

## ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΘΕΤΙΚΑ

Του Δρα Κώστα Γ. Κονή \*

Εκείνο πού «πουλά» την περίοδο αυτή, είναι χωρίς αμφιβολία η λέξη κρίση, ή αναμενόμενη δύσκολη οικονομικά χρονιά και γενικά όλα εκείνα τα προβλήματα που αναμένεται να μας ... κτυπήσουν πολύ σύντομα. Δεν είναι πρόθεση μας να αναλύσουμε αλλά ούτε και να αμφισβητήσουμε την παγκόσμια ούτε καν την τοπικά αναμενόμενη, κατά τους ειδικούς, οικονομική κρίση. Δεν είμαι άλλωστε ειδικός επι του θέματος. Μου κάνει όμως εντύπωση το γεγονός ότι ακούγονται τόσα και τόσα αρνητικά ενώ δεν προβάλλονται με ένα σφαιρικό τρόπο και κάποιες άλλες θέσεις έτσι που να μπορεί ο πολίτης και ο επιχειρηματίας να μην ακούει μόνο για επερχόμενη μακρά κρίση και για δεινά αλλά και την οποιαδήποτε αισιόδοξη πτυχή τωνπραγμάτων. Αυτό πραγματικά ενοχλεί, ιδιαίτερα όσους απο εμάς αρέσκονται σε μια πιο αισιόδοξη και θετική αντιμετώπιση τωνπραγμάτων.

Διάβαζα λοιπόν στο διαδύκτιο ότι πολύ πρόσφατα, μόλις πριν δύο εβδομάδες, ο μεγάλος Αμερικάνικος οικονομικός οργανισμός Wells Fargo, ένας κολοσσός με κεφάλαια πάνω απο 600 δισεκατομύρια δολάρια και με μια τράπεζα με την καλύτερη στο κόσμο αξιολόγηση από τους Moodys και Standard & Poor's Ratings Services, με παράδοση σε έγκυρες έρευνες και μελέτες, ανακοίνωσε τις προβλέψεις του για το 2009. Σύμφωνα λοιπόν με τους ειδικούς της Wells Fargo, το τρίτο τέταρτο του 2009 θα είναι πιο καλό απο ότι αναμένεται ενώ στο τέλος του έτους η κρίση θα υποχωρήσει.

Ο Ανώτερος μάλιστα οικονομολόγος της Wells Fargo, Scott Anderson, δήλωσε πως ο ίδιος ο οικιστικός τομέας, που όπως όλοι γνωρίζουμε, συντέινει πολύ στη δημιουργία της κρίσης θα ανακάμψει μέχρι το καλοκαίρι και θα πρωταγωνιστήσει μάλιστα και στην ίδια την έξοδο απο την κρίση.

Όπως πολύ χαρακτηριστικά ανέφεραν οι οικονομολόγοι της Wells Fargo, αυτό που αναμένουν, ύστερα και από τα διάφορα μέτρα που λαμβάνονται, είναι να συμβεί για την οικονομία αυτό που συμβαίνει όταν προσπαθούμε, όπως ανέφεραν, να ανάψουμε τα κάρβουνα. Κάνουμε δηλαδή διάφορες προσπάθειες και ενέργειες και ξαφνικά η φωτιά ανάβει δυνατά και φουντώνει.

Η συνεχής λοιπόν επικέντρωση μόνο σε πιθανές αρνητικές επιπτώσεις και άσχημες και καταστροφικές επερχόμενες ημέρες δημιουργεί ψυχολογικά και όχι μόνο, τέτοια αρνητικά συναισθήματα που εμποδίζουν ουσιαστικά την επιτυχημένη αξιολόγηση και προγραμματισμό. Εμποδίζουν ακόμα την επιβαλλόμενη προσπάθεια να γίνουμε καλύτεροι την νέα χρονιά και να θέσουμε ψηλούς στόχους.

Και όταν ο πύχης μπαίνει χαμηλά δεν είναι δυνατό να επιτύχουμε πράγματα που να μας κάνουν υπερήφανους.

Ας μην ξεχνάμε όμως ότι η οικονομία και η επιτυχημένη επαγγελματική δράση είναι πρώτα θέμα ψυχολογίας. Χωρίς την κατάλληλη ψυχολογία δεν είναι δυνατό να αναμένουμε πρόοδο και επιτυχία. Σκεφτείτε για λίγο μια στρατιωτική επιχείρηση.

Πότε έχουμε καλύτερες προοπτικές να επιτύχουμε το καλύτερο ; Όταν επικεντρώσουμε τη σκέψη και το μυαλό μας σε όλα εκείνα τα πλήγματα που θα μπορούσε να μας επιφέρει ο εχθρός και στο μεγαλείο και τη δύναμη του ή όταν αξιοποιήσουμε με ηρεμία και ψυχραιμία το δικό μας μυαλό, τους δικούς μας σχεδιασμούς, τα δικά μας δυνατά σημεία, τους δικούς μας συμμάχους και όταν αγωνιστούμε για να ανεβάσουμε το δικό μας ηθικό και τη ψυχολογία ; Σίγουρα στη δεύτερη περίπτωση.

Ας σχεδιάσουμε λοιπόν με αισιοδοξία και ας συνεχίσουμε να είμαστε απαιτητικοί και να επιδιώκουμε να προσφέρουμε υψηλού επιπέδου προϊόντα και υπηρεσίες.

Ας θυμόμαστε ότι υπάρχει πολύ μεγάλη πιθανότητα η επιχείρηση μας να απέχει πολύ από τις δυνατότητες και την επικερδότητα που θα μπορούσε να έχει. Υπάρχουν δηλαδή πολλά που θα μπορούσαμε να κάνουμε ανεξάρτητα από το αν βρισκόμαστε ή όχι σε περίοδο κρίσης και ανεξάρτητα από το βάθος και τη διάρκεια της.

Θα μπορούσαμε για παράδειγμα να αρχίσουμε αξιολογώντας το θέμα του πελατολογίου μας.

Καμιά επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει, να έχει κέρδος και να μεγαλώσει χωρίς να αυξάνει τον αριθμό των πελατών της.

Πώς καταφέρνουμε να προσελκύουμε πελάτες;

Περιμένουμε να μας βρουν;

Χρησιμοποιούμε διαφήμιση ; Αν ναι είμαστε σίγουροι ότι αποδίδει ;

Έχουμε ποτέ ελέγξει πόσο αποδοτικά είναι τα κείμενα μας ;

Ξέρουμε πόσοι και ποιοί πελάτες προέκυψαν από κάθε διαφημιστική προσπάθεια ;

Έχουμε εγκατεστημένα και δοκιμασμένα συστήματα παραπομπών (συστάσεων) ; Αν ναι, πόσα;

Πόσους και ποιούς πελάτες είχαμε την προηγούμενη χρονιά και απο ποιές συστάσεις ;

Ευχαριστήσαμε και πώς αυτούς που παρέπεμψαν πελάτες σε μας;

Ποιοί είναι οι φετεινοί μας στόχοι ;

Ποιό είναι το μέσο έσοδο μας από κάθε πελάτη ;

Πώς μπορούμε να καταφέρουμε τους πελάτες μας να μας επισκέπτονται πιο συχνά ;

Πώς μπορούμε να τους προσφέρουμε άλλα συναφή προϊόντα με αυτά που προσφέρουμε αυξάνοντας τα έσοδα και την κερδοφορία μας ;

Με όλα αυτά και πολλά άλλα θα ασχοληθούμε πιο αναλυτικά σε επόμενα άρθρα μας.

Ας χρησιμοποιήσουμε λοιπόν επικδομητικά και δημιουργικά το χρόνο μας με θετική προσέγγιση, με ανεβασμένο ηθικό και αισιοδοξία.

Ας κάνουμε και επαγγελματικά τη νέα χρονιά καλύτερη απο την προηγούμενη.

---

\* [konis@innovageconsulting.com](mailto:konis@innovageconsulting.com)

tel. +357 99697484