

اشاره:

همایشی مواجبه با بحران تأمین و فروش با نگرش اقتصاد مقاومتی با حضور ریاست سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور، مدیران، کارشناسان و بازار یابان واحدهای تولیدی، خدماتی و صنعتی در سالن همایش‌های بین‌المللی مجموعه ورزشی انقلاب برگزار شد. در این همایش، نخستین مرکز تخصصی آموزش فنی و حرفه‌ای بازاریابی (آموزشگاه بازارسازان) با مدیریت دکتر پرویز درگی نیز فعالیت رسمی خود را اعلام نمود.

گزارش

فرصت‌های ارزشمند در بطن بحران

گزارشی از برگزاری همایش مواجبه با بحران تأمین و فروش با نگرش اقتصاد مقاومتی

و کلامی، افزایش امید به آینده و کم کردن فضای تجملی و کاهش تفاوت‌های ظاهری را در مورد نیروی انسانی مجموعه خود پیاده‌سازی کنید.

به‌گفته این فعال بازاریابی، در بطن بحران، فرصت‌های نهفته ارزشمندی وجود دارند که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- تسویه با نیروهای نا کارآمد

۲- انجام فعالیت‌ها در حالت فشرده با بهره‌وری بیشتر

۳- کاهش امتیازات ناعادلانه فروش

۴- چابک‌تر شدن مدیران و سازمان

۵- استخدام نیروهای متخصص سایر سازمان‌ها

حیدری؛ اثرات مستقیم و غیرمستقیم بروز مشکلات در حوزه تولید و تأمین محصول را افزایش تنش داخلی بین تولید و فروش، افزایش تنش داخلی بین بخش‌های مختلف فروش و ایجاد حس رقابت منفی و حسادت ...، نارضایتی مشتریان،

لطمه شدیدی به اعتبار و توانایی برند، امکان ظهور رقبا جدید و از دست دادن بازار فعلی که برگشت آن دشوار خواهد بود؛ دانست و راه‌حلی‌هایی نیز مذكر شد.

اولویت بندی خریداران بر مبنای اهمیت فعلی و پتانسیل (خرید نقدی، میزان خرید، آینده خرید، اثر بخشی و اعتبار مانند هایپر استار)

بودجه‌بندی تولید محصول بر مبنای مرحله قبل و تقسیم بین واحدهای فروش بر مبنای سوابق فروش و همچنین صلاح و صرفه شرکت.

عدم تقسیم بر مبنای نفوذ اشخاص، هوچیگری و ...

مشارکت مدیران و سرپرستان در تقسیم

افزایش سهمیه فروش و یا تغییر آن بر مبنای عملکرد صحیح (وصول، سبد محصول فروختن، سبد مشتری فروختن...)

قدیمی

۷- کاهش فروش و تخفیف

۸- دور شدن از مشتریان

۹- کاهش هزینه آموزش

۱۰- کاهش ارتباط با تأمین کنندگان مواد اولیه

۱۱- تحمیل فشار به توزیع کنندگان

۱۲- کل سازمان را درگیر برنامه‌های سخت کمیت مداری (نظامی‌گری) نمودن

۱۳- فراموش نمودن ارزش‌های محوری شرکت (تنزل استانداردها)

۱۴- برقراری سانسور (فیلتر اخبار ناگوار)

۱۵- تقویت سلسله مراتب به جای فضای همفکری و مشارکت

۱۶- توقف پروژه‌های توسعه محصول

۱۷- کاهش فرایند حمایتی از تمام ذینفعان

وی در بخش دیگر مطالب خود به مشکلات پیش روی سازمان‌ها اشاره کرد که مواردی مانند شرایط سخت معیشتی برای پرسنل، عدم تأمین محصول، افزایش قیمت محصول و خدمات، بی‌ثباتی و تغییرات متمادی سیاست‌های فروش و اجبار به کاهش دوره وصول (بحران نقدینگی) را در برمی‌گیرد.

حیدری به بیان راه‌حلی‌هایی در مورد رفع مشکلات مذکور پرداخت و گفت: حالا زمان برخلاف رود شنا کردن است. وی خطاب به مدیران حاضر در همایش ابراز داشت: سیاست

افزایش پرداخت‌های مستقیم و غیر مستقیم نقدی (بن خرید، اضافه‌کار، نهاری، ایاب و ذهاب) را مدنظر قرار دهید و این پرداخت‌ها را به اصل حقوق، اضافه نکنید.

وی افزود: انجام هر نوع فعالیتی که فضای کاری را تلطیف می‌نماید مانند برگزاری یک جشن کوچک، هم‌نوایی عملی

در ابتدای همایش، دکتر کوروش پرند - رئیس سازمان

آموزش فنی و حرفه‌ای کشور - به اهداف و برنامه‌های

جدید آموزش فنی و حرفه‌ای کشور اشاره کرد و نقشه راه

کلیه دستگاه‌های مهارتی را نظام ملی مهارت دانست.

دکتر پرند، ضمن تشکر از برگزارکنندگان این همایش،

خواستار تداوم برنامه‌های آموزشی و کاربردی برای ایجاد

اشتغال جوانان و ارتقاء سطح علمی بازار یابان و تولید کنندگان

شد.

وی با اشاره به نام‌گذاری سال ۲۰۱۲ توسط یونسکو به عنوان

آموزش برای همه جوانان، مهارت‌ها و رابطه آموزش مهارت

جهانی بازار کار به نقش و اهمیت توانمندسازی نیروی انسانی

پرداخت.

در ادامه احد حیدری - مدیر آموزشگاه بازارسازان - به

ارائه مطالبی در مورد تکنیک‌های مواجبه با بحران تأمین و

فروش پرداخت.

وی عنوان داشت: آن‌چه بیشتر از بحران به سازمان‌ها صدمه

می‌زند، عملکرد اشتباه مدیران می‌باشد زیرا مدیریت حرفه‌ای

بحران، موجب کاهش خسارت و صدمات می‌شود.

حیدری با بیان این مطلب که مدیر بدون نقشه مخصوص

بحران مانند شهر بدون مرکز آتش نشانی است؛ به بیان

و اکشن‌های رایج مدیریتی مدیران در مواجبه با بحران

فروش و بازاریابی پرداخت که این موارد شامل:

۱- انکار

۲- ترس و اضطراب

۳- تعطیل و یا کاهش شدید فعالیت‌های تحقیق و توسعه

۴- تعدیل سریع نیرو انسانی

۵- انتصاب مدیران کاهنده هزینه

۶- انقباض سریع نقدینگی با به خطر انداختن متحدان



وی چالش‌های افزایش قیمت محصول را کاهش فروش و زنی و عددی (شاید افزایش ریالی)، کاهش مصرف و حذف از سبد خرید مصرف کنندگان، صرف انرژی پرسنل فروش به تفهیم و جانداختن قیمت‌های جدید و نارضایتی مشتریان دانست و راه حل را تفهیم تیم فروش با تشکیل جلسات منظم و توجیه همه آنها با اعلام مثال‌های عینی، آموزش نحوه انتقال گرانی به خریداران با کمترین نقش و حتی گرفتن امتیاز توصیف کرد.

مدیرآموزشگاه بازاریابان با بیان این نکته که در گران نمودن لیدر نباشید و در سایه دیگران حرکت کنید؛ به حاضرین گوشزد کرد که بسیار دیر هم افزایش قیمت ندهید، از روش افزایش‌های مرحله‌ای استفاده نمایند (شکستن حساسیت خریداران و...)

وی پس از لرندهای افزایش نامنظم و متمادی قیمت محصول و خدمات را شامل موارد زیر دانست:

- افزایش استرس بین سازمان و مشتری.
- کم شدن تسلط پرسنل به قیمت‌ها و شرایط فروش.
- کاهش اعتماد به برند و سازمان ما.
- از دست دادن بازار با نفوذ رقبا
- خریدار به صورت احساسی از خرید امتناع ورزد.
- بروز مشکلات با سازمان‌های نظارتی
- اصلاح قیمت‌ها در سیستم مالی بر روی محصول
- بروز مشکل در محصولات با قیمت قدیم و موجود در انبار
- بروز مشکل با آن دسته از خریدارانی که برای اصلاح قیمت روی کالا سیستم پیچیده ای دارند. (شهروند و سازمانها و...)
- بروز مشکل با خریدارانی که بودجه محدود برای تامین کالا دارند.

به گفته وی راه حل مشکلات مذکور شامل حضور جدی در جلسات مدیران سازمان‌های نظارتی، توجیه واحد امور مالی، برگزاری جلسات توجیهی با مدیران سازمان‌های خریدار، تهیه محصول با قیمت جدید ولی در بسته‌بندی‌های کوچکتر مانند ماکارونی ۴۰۰ گرمی، شیر ۶۰۰ گرمی و ... می‌باشد.

وی همچنین اذعان داشت: عواقب و مشکلات اجبار به کاهش دوره وصول به افزایش تنش بین فروشنده، بازار و صرف شدن انرژی مضاعف برای اصلاح عادت خریداران برای تسویه، افزایش نارضایتی شدید مشتریان، کاهش فروش ریالی، زنی (تعداد فرصت خرید)، کاهش تعداد مشتریان و به خطر افتادن منابع فروشنده در نقدی فروشی منتهی خواهد شد. راه‌حل‌های خروج از این مشکلات به این شرح است:

- کم کم آب را گرم کنید.
- برای کاهش دوره وصول، پورسانت جدا تعریف شود.
- برای خریدارهای نقدی و یا کاهش تاریخ پرداخت،

تخفیف جداگانه اعمال شود.
- آموزش و تفهیم نیروی اجرایی جهت کاستن تنش حاصل از اعمال سیاست‌های جدید.

- بر مبنای کشش هر بازار سیاست معقول تنظیم شود. (خرده فروش، عمده فروش، زنجیره‌های سازمان‌ها و...)
بخش دیگر سخنرانی مدیرآموزشگاه بازاریابان به بیان تکنیک‌های برتر ۵۰۰ شرکت موفق جهان اختصاص داشت:

- رهبری قدرتمند
- تمرکز بر اموری که در آن بهترین هستند.
- برخورداری از ثبات فکری و رفتاری
- تمرکز بر مشتریان ارتباطی
- اصرار بر تداوم و یا انجام آموزش‌های متناسب
- افزایش ارتباطات مدیریتی و مذاکراتی با تمام ذی‌نفعان
- طبقه بندی تامین کنندگان
- باور این نکته که هر راهبردی مدت عمر مفید محدودی دارد.

- تعبیه سیستم اعلام خطر در همه سطوح سازمان
- تداوم نوآوری
- حفظ و پرورش پرسنل آگاه و برانگیخته
- کاستن هزینه از طریق تمرکز بر بازار سودمند
- قبل از تعدیل نیروی انسانی به راه‌حل‌های دیگر بیندیشید زیرا جبران نیرو بسیار گران تمام می‌شود اما اگر مجبور شدید بر اموری مانند افزایش کیفیت سرمایه گذاری نمایید و نگرانی و اضطراب سازمان را کنترل نمایید. (انتقال نگرش مثبت)

وی توصیه‌هایی نیز برای حفظ سلامتی مدیران در مواجهه با مسائل و مشکلات کاری عنوان کرد و یادآور شد: فرسودگی مدیران تبعات متعددی همچون از کنترل خارج شدن رفتار فردی، ابتلا به بیماری‌های جسمانی خطرناک (سکته، زخم معده، چربی خون، دیابت و ...)، کاهش مجدد فروش و افزایش بحران به علت عدم اتخاذ تصمیمات مناسب، تسری مشکلات سازمانی به محیط شخصی و خانوادگی به علت افزایش معضلات و خدشه دار شدن برند فردی مدیر به علت عدم توانایی حل بحران در پی دارد لذا مدیران باید به بازیابی انرژی مصرف شده و انجام فعالیت‌های ورزشی مانند شنا، کوه، پیاده‌روی، دوچرخه سواری، ایروبیک و ... بپردازند. همچنین مواردی مانند دوش گرفتن و ماساژ، خواب منظم، تغذیه سر ساعت، افزایش سهم میوه و سبزیجات و غلات در سبد تغذیه روزانه، افزایش ماهی و لبنیات و گوشت مرغ، مصرف مکمل‌های غذایی، برقراری میان وعده‌های کم‌کالری برای تنظیم قند خون، نوشیدن ۸ لیوان آب در طی ساعات شبانه روز به ویژه پس از بیدار شده از خواب و نوشیدن دم‌کردنی‌های سنتی و گیاهی در کاهش فرسودگی مدیران بسیار موثر هستند.

