

Syv trin til at komme gennem Corona-krisen

Nogle virksomheder har tabt deres eksistensgrundlag på mindre end en måned. Andre står foran udfordringer som kan kræve en ny forretningsmodel. Coronavirus er gået fra at være en kinesisk udfordring, som påvirkede verdens supply chains til at være noget, som rammer den globale økonomi med et kølleslag.

Derfor er der mere end nogensinde før brug for at holde fokus på at skabe værdi. Det vil ejeren, bestyrelsen og toplederen være enige om – men hvad er svarene på denne udfordring. Vi har samlet vores viden fra tidligere kriser og erfaring fra vores tætte kontakt med toppen af dansk erhvervsliv. Her er syv trin til dig som topleder.

1. SAML TEAMET

Ingen er stærk alene, når en krise som denne rammer. Saml derfor en styrende koalition, som hyppigt – helst hver dag – deler hvordan de hver især oplever situationen. Det er vigtigt at have et fælles verdenssyn, når tingene presser på, og der skal træffes store beslutninger med kort varsel og mangelfuldt beslutningsgrundlag.

2. SKAB MENING OG FOKUSÉR PÅ SAGEN

I en krise som denne, er det naturligt, at man bliver overrumplet af omstændighederne. Den organisatoriske omstilling kan ikke følge med corona-chokket. Nogle brancher er hårdere ramt end andre.

Når forudsætningerne ændrer sig på meget kort tid, er det afgørende, at du er meget tydelig om de kortsigtede prioriteter. Hvad er vigtigt nu? Skab en mening og et fokus på kort sigt.

På kort sigt er det vigtigste at skabe en fælles organisatorisk bevidsthed om, at forudsætningerne er ændret, og vi skal reorientere os, i hvert fald for en tid.

3. VÆK MED TVIVL OG USIKKERHED

Træf beslutninger, så den umiddelbare tvivl og usikkerhed ryddes af vejen. Der kan være behov for markante beslutninger. Tvivl og usikkerhed kan oversættes direkte til apati, stilstand og tøven i alle organisationer. Derfor skal tvivlen og usikkerheden fjernes. Det bliver den bedst ved, at der bliver truffet hurtig beslutning om de mest åbenlyse spørgsmål.

4. GÅ FORREST MED DINE SYNSPUNKTER

Kriser har altid et ansigt. Det har svaret på en krise også. Din organisation forventer, at du er ansigtet på løsningen, ved at du går forrest med at træffe de nødvendige beslutninger, og at du og dine synspunkter kan mærkes. Brug alle platforme – e-mails, yammer, Slack, video, Twitter mv. til at komme bedst og bredest ud til virksomhedens medarbejdere.

5. HJÆLP MED AT GIVE PERSPEKTIV

I starten af krisen tænker de fleste meget kortsigtet og er meget handlingsorienterede. På et tidspunkt vil det være et spørgsmål om 'hvad med efter ...' Du skal give dit perspektiv på det lange sigt, før det bliver efterspurgt.

6. BEVAR ROEN OG OVERBLIKKET

Uanset bølgegangen må du bevare roen og overblikket. Først og fremmest for at kunne have de rigtige dialoger, kunne træffe de rigtige beslutninger og kommunikere klart. Det bidrager til troen på virksomheden – også på langt sigt.

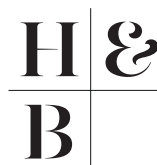
7. SØRG OGSÅ FOR SMILEHULLER

Uanset alvoren af krisen, har vi alle brug for smilehuller – også når der ikke er noget at grine af. Det kan være ganske små ting som fortsatte fejring af fødselsdage og jubilæer, morgensang og fælles morgenmad. Iscenesæt de små ting.

OM H&B

Vi hjælper topledelse i ambitiøse organisationer med at opnå toppræstationer og løse deres vigtigste udfordringer – for mennesker, med mennesker, som mennesker. Gennem værdiskabende rådgivning og robust eksekvering ruster vi vores klienter til fremtiden.

Læs mere på hildebrandtbrandi.com



REAL VALUE. REAL PEOPLE.