Piano di gestione della crisi

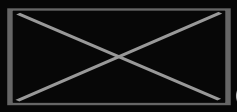
piano-di-gestione-della-crisi-3-3f526dfa

Come organizzarsi o riorganizzarsi dopo l'emergenza coronavirus? *"Indipendentemente da quanto bene sia stata gestita la mia attività fino ad ora, la crisi potrebbe frenare le cose in modo paralizzante"*. Questo è ciò che molte aziende e manager, per i quali svolgo attività di *business coaching*, mi dicono da tre mesi.

Indubbiamente questa situazione che stiamo vivendo è particolarmente complessa, per te che gestisci un locale o un albergo e, indubbiamente e inevitabilmente, sta provocando riduzioni di fatturato e marginalità. Ma non permettere che **intacchi anche la credibilità del tuo Brand**.
Una crisi non gestita bene, nel giro di pochi mesi, può spazzare via decenni di duro lavoro e valore aziendale. Inoltre, controllare la tua emotività e rimanere lucido sul da farsi è un altro aspetto importante da non sottovalutare (vedi articolo di maggio 2020). Se crolli tu, che tu sia un manager o un gestore di un locale o di un albergo, crolla tutto.
Ricorda che durante questo periodo di emergenza abbiamo due strade:
? Continuare a lamentarci criticando il governo e le sue scelte, piangendoci addosso e vivendo di frasi fatte;
? Oppure impegnarci a capire cosa possiamo fare noi per prepararci e trasformare una crisi economica in una opportunità.

Ovviamente se scegli la prima opzione probabilmente sarai in prima fila ad attendere i contributi finanziari da parte del governo e nient'altro, e forse questo articolo non ti servirà a molto. Se invece hai deciso di non fermarti e combattere, ti elenco i punti essenziali che devi tener ben presente per essere più forte di prima dopo la riapertura. Come più volte affermato, durante questo periodo bisognerà che tu "confezioni" un Piano di Gestione della Crisi. Un piano dove le attività di *Brand Management* sono al primo posto. Nel piano bisognerà elencare i "nuovi" obiettivi da raggiungere per la tua attività aziendale, dopo questo periodo di emergenza. Quindi, prima di attivare il piano, sarà necessario definire alcuni parametri standard, per misurare i progressi nel raggiungimento di tali obiettivi. Verifica, poi, di giorno in giorno e di settimana in settimana, se i risultati desiderati sono stati

raggiunti, e apporta delle modifiche alla tua strategia laddove non fosse così. La flessibilità è la chiave di tutto in questa fase, tienilo ben presente.

Chi fosse interessato a contattare l’autore può farlo scrivendo a paola.imparato@rehconsulting.it Sito: **www.ppuntoimparato.it**