

Pandemie biedt bedrijf ook kans zich te onderscheiden

Van onze verslaggevers
NUNSPEET - Een groot-schalige uitbraak van de Mexicaanse griep hoeft helemaal geen ellende bij organisaties te veroorzaken. Integendeel, bedrijven kunnen ook de kansen grijpen die in tijden van nood voor het oprapen liggen.

Dat stelt Louise Knegtel, directeur van de BCM Academy. Haar bedrijf is gespecialiseerd in crisismanagement en geeft speciale opleidingen in pandemieplanning. Ze begeleidt organisaties bij de totstandkoming van hun pandemieplan. Want om goede zaken te kunnen doen in tijden van crises is het van groot belang dat de bedrijven goed zijn voorbereid. „Een goede voorbereiding bestaat uit drie stappen”, legt Knegtel uit. „Ten eerste moet je nagaan wat de prioriteiten in



• Je hoeft niet alleen mondkapjes te produceren om te 'profiteren' van de pandemie. FOTO: REUTERS

je eigen bedrijf zijn. Wat moet te allen tijde doorgaan, welke processen kunnen worden stopgezet of afgeschaald en wat moet worden opgeschaald? Het kan immers zo zijn dat je producten of diensten juist heel erg nodig zullen zijn tijdens een crisis. Is dat zo, dan zul je die diensten moeten uitbreiden.”

Voorts is het belangrijk dat een bedrijf weet waarvan het afhankelijk is: wie zijn de sleutelfiguren binnen de organisatie en welke leveranciers moeten hun zaken absoluut blijven leveren zodat het bedrijf zelf ook kan blijven draaien?

„Op basis van de prioriteiten en de afhankelijkheden is het handig om een stappenplan op te zetten en maatregelen te nemen. Iedere organisatie moet daarover nadenken en keuzes maken.”

Tevredenheid

Die keuzes zorgen voor indirecte en directe kansen. „Op het moment dat jouw dienstverlening kan doorgaan, loop je voor op de concurrentie. En als je je personeel nu al instructies geeft over wat te doen tijdens een pandemie, creëer je bij je medewerkers een gevoel van tevredenheid wat weer ten goede komt aan de organisatie”, noemt Knegtel de indirecte kansen op.

Kansen kunnen ook directer zijn. „Bijvoorbeeld door in te spelen op een veranderende behoefte. Je zou als retailer er voor kunnen zorgen dat je bedrijf heel goed wordt geboend. De pinautomaten kunnen na ieder gebruik worden schoongemaakt. Er kunnen lijnen in de wachtrij worden gemaakt zodat iedereen op een bepaalde afstand van elkaar blijft om besmetting tegen te gaan. Of bezorg je producten in plaats van dat mensen ze moeten ko-

men halen in de winkel.”

Knegtel vat samen: „Waar het op neer komt is dat je als bedrijf voorziet in veiligheid tijdens een heel onzekere situatie. De bedrijven die dat goed kunnen, kunnen heel goed uit de pandemie komen.”

Sommige bedrijven hebben de kansen van de pandemie al gegrepen. Bijvoorbeeld 3M, dat onder meer mondkapjes produceert. Ziekenhuizen en bedrijven, maar ook veel burgers kopen uit voorzorg een kapje, aldus het bedrijf. „Onze fabriek draait op volle toeren, 24 uur per dag, zeven dagen per week”, vertelde een woordvoerder.

Ook Ter Heuven & Partners, dat gespecialiseerd is in het schoonmaken van werkplekken, krijgt door de pandemie een duwtje in de rug. „Steeds meer bedrijven beginnen nu de noodzaak in te zien van schone apparatuur op de werkplek”, weet verkoopdirecteur Erwin Verhaaf. „De ramen worden regelmatig gelapt, de toiletten worden heel vaak schoongemaakt, maar de toetsenborden niet. Bedrijven zien in dat ook deze apparatuur een bron van verspreiding van het virus kan zijn. Zeker bij bedrijven die met flexplekken werken, waardoor er verschillende mensen op dezelfde plek komen te zitten.”