14.00 Escape Plans

For 1400

Hybrid Scenarios for Iranian Businesses

{“Could Be” + “What if” + “How to”}

محورهای اصلی و فرعی چه چیزی را نشان می‌دهند؟

محور افقی شرایط محیطی [برون‌سازمانی] و غیرقابل کنترل را نشان می‌دهد که بیانگر «عدم قطعیت و ریسک» است. بر روی این محور، «احتمال وقوع» به سمت راست بیشتر و به سمت چپ کمتر می‌شود.

محور عمودی شرایط درون‌سازمانی و قابل کنترل ما را نشان می‌دهد که بیانگر «میزان دانسته‌های سازمان» است. بر روی این محور، «عدم قطعیت و ریسک» به سمت پایین بیشتر و به سمت بالا کمتر می‌شود.

بنابراین درصدهای بزرگ انگلیسی در هر منطقه، نشان‌دهنده حدود «**احتمال وقوع عدم قطعیت**» است. [۱۰٪، ۲۰٪، ۳۰٪ و ۴۰٪].

در منطقه ۴۰درصدی، که بیشترین عدم‌قطعیت و با بیشترین احتمال وقوع وجود دارد، ما بیشترین نیاز را به «**نقشه‌های فرار**» داریم. به همین دلیل با دومحور دیگر [ثبات / تغییر] و [درون‌سازمانی / برون‌سازمانی] این نقشه‌های پیشنهادی، دسته‌بندی شده‌اند.

[ماتریس عدم قطعیت]
[Uncertainty Matrix]

عبارت «**عدم قطعیت**» «قطعی»ترین ویژگی این روزهاست؛ بهترین ابزار تدوین سناریو در این شرایط «ماتریس عدم قطعیت» است که بر مبنای دو محور «**دانسته‌ها**» و «**نادانسته‌ها**» شکل می‌گیرد و زمین بازی ما در سال پیشِ رو را در **چهار منطقه اصلی** تعیین می‌کند.

Legend

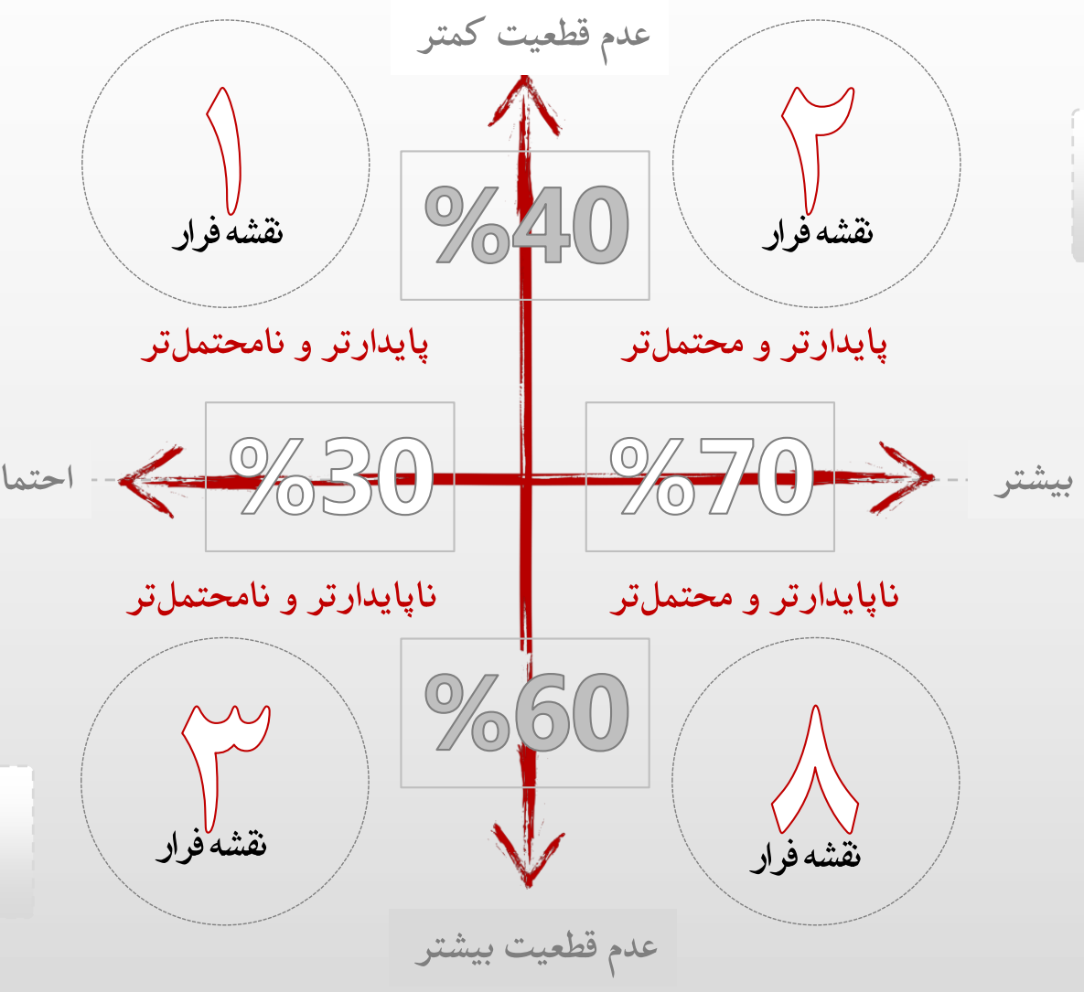
سناریوهای محتمل پیش رو

Scenarios

% احتمال وقوع

۱۴

توصیه‌ها
[نقشه‌های چهارده‌گانه فرار]



Less Possibility

More Possibility

More Scenarios

یک ثبات هسته‌ای ظریف!

چقدر ممکن است به خاطر یک توافق، [که از جزئیاتش هیچ نمی‌دانیم] چنان ثباتی شکل بگیرد که مثلا متوسط دلار را در سال صفر به زیر ۲۰ تومان برساند و تورم را به زیر ۲۰درصد؟! جواب خیلی کم متمایل به صفر!

Unexpected Stability!

کووید ۲۱؛ بحران جدید با یک کرونای دیگر!

شیوع ویروس کرونا یک تغییر بنیادی در شرایط اجتماعی و به تبع آن، اقتصادی، تکنولوژیکی، فرهنگی و حتی سیاسی در کل جهان ایجاد کرد. اما احتمال وقوع چنین بحرانی در سال ۱۴۰۰ بسیار پایین است. در طول تاریخ، احتمال وقوع دو موج سنگین که موجب ایجاد تغییرات بنیادین شود در یک دهه وجود نداشته است.

Doubled Shock!

با همین فرمان خواهیم رفت [نرم نرمک ونزوئلا!]

پایدارترین و محتمل‌ترین سناریوی مرتبط با حوزه کسب و کار، ادامه روند گذشته با اندکی شیب کمتر یا بیشتر است. اگر همچنان اصرار دارید، مانند سال‌ها و دهه‌های قبل، به بهانه و در انتظار یک یا چند «**رویداد بیرونی**» مثل انتخابات، وضعیت برجام و... دست روی دست بگذارید و چشم به راهِ یک تحول یا معجزه در شرایط موجود و به تبع آن در کسب و کار خود باشید، در اشتباه بزرگی هستید...
محتمل‌ترین سناریو، تکرار روند سال گذشته و پایدارترین شاخص، «**تورم ونزوئلایی**» است!

Expected Future

جنگ سردِ اقتصادی سیاست‌زده!

از یک سو کشورها و مناطَقی مانند آمریکا، چین، روسیه، اروپا، خاورمیانه و... و از سوی دیگر «فراز»هایی مانند دشمنان اقتصادی، دشمنان سیاسی، رقبا اقتصادی، رقبای سیاسی، شرکای اقتصادی، شرکای سیاسی، منافع مشترک، تضاد منافع، نفت، آب و... همه عدم‌قطعیت‌هایی است که ترکیب آنها **بسیار محتمل** است و یک **دهها معادله‌ی دهها مجهولی طیفی و کیفی** ایجاد کرده که «**عدم قطعیت**» در آن بیداد می‌کند.

Multi-Unknown Equation

Less Uncertainty & Risk

این یک پیش بینی اقتصادی نیست...!

ما اقتصاددان نیستیم؛ ما یک سازمان حرفه‌ای و خبره مشاور کسب و کارهای بزرگ و متوسط هستیم. چه بسیار بوده و هست پیش‌بینی‌های اقتصادی که توسط اقتصاددانان کشور در قالب بیانیه، مقاله، سخنرانی، سمینار، کپشن و... منتشر شده است.

ما در این اینفوگرافیک، با تلفیق سناریوها و گذرگاه‌های محتمل در سال ۱۴۰۰ که در اینجا «**سال صفر**» نامیدیم، به توصیه‌های عملیاتی برای سازمان‌ها و بیزنس‌های ایرانی رسیدیم. سالی که پر از «**عدم قطعیت**» با «**احتمال وقوع**» بالاست. درواقع با تلفیق سناریوهای What if و Could Be به چهارده نقشه فرار رسیدیم که «چگونگی» [How to] گذر از «**سال صفر**» را با «**موفقیت بیشتر**» یا «**شکست کمتر**» پیشنهاد می‌دهد.

سال صفر است، بترس از خطر نابودی!

چرا سال صفر؟ چرا باید یکسال بیشتر کار کنیم؟ به دلایل زیر:

۱) باید تصور کنیم که اکثر کسب و کارهای ایرانی سال گذشته اصلا کار نکرده‌اند! پس امسال برای جبران آن، باید یکسال بیشتر کار کنیم.

۲) از منظری دیگر می‌توان «**روز از نو روزی از نو**» را در سال جدید متصور شد. یعنی هرچه گذشته است را فراموش کنیم و به بهانه صفر شدن سال، مثل گذشته فکر نکنیم. در این صورت هم باید بیشتر کار کنیم!

۳) اما آنچه می‌تواند تنها فرصت باشد این نشانه سوم است. انگار یکسال «اشانتیون» در عمر خود گرفته ایم! چه فرصتی از این بهتر؟! اکثر سازمانها به بهانه کرونا، امسال را هم مثل پارسال رها کرده‌اند ولی ما تصمیم گرفته‌ایم بیشتر، حرفه‌ای‌تر و بهتر کار کنیم تا از این سال، «**فرار**» کنیم؛ **فرار رو به جلو!**

چرا نقشه فرار؟!

همواره دو پرسش استراتژیک کلان در مواجهه با تهدید وجود دارد: **مقابله** [Fight] یا **فرار** [Flight]؟ وقتی «عدم قطعیت‌ها» زیاد با «احتمال وقوع» بالا باشد، تهدیدها بزرگ و جهانی باشد و ما سالیان سال به دلایل مختلف به یک «**ضعف انباشته**» رسیده باشیم، بهترین گزینه «فرار» [Flight] است. اما فرار، نقشه می‌خواهد...

Accessibility of Data

Uncertainty Around Risks & Assumptions

%10

همه «دانسته»ها را می‌دانیم
«حقایق را به چالش بکشید!»

Known Knowns

Challenge Truths

۱

پای بر جای سفت بگذارید!

همین ۱۰٪ اطلاعات کامل از درون و بیرون، را به عنوان زیرساخت‌های اصلی و قطعی کسب و کار خود قرار دهید و سعی کنید در چیدن دیگر «خشت»های کسب و کار از این چارچوب‌ها کمتر فاصله بگیرید اما...

... پیش از آن «تمام دانسته‌های خود را به چالش بکشید!» فرض کنید خلاف آنها اتفاق می‌افتد، اما و اگرهای آنها را بررسی کنید، با «**شش کلاه تفکر**» آنها را ارزیابی کنید، تا پخته و توسعه‌یافته شوند، روی آنها ایده‌پردازی کنید و از آنها به «**استراتژی‌های خلاق**» برسید.

داشتن **استراتژی خلاق** نخستین نقشه فرار از سال صفر است...

%30

«دانسته»هایی وجود دارد که آنها را نمی‌دانیم
«پس با تلاش و همکاری کنید دانسته‌های خود را کامل کنید»

Unknown Knowns

Collaborate

۵

چه نشسته‌اید؟!
توپ در زمین شماست!

احتمالا اطلاعات زیادی در اطراف شما هست که قابل دسترسی است اما شما از آنها غافل بوده‌اید. به دست آوردن این اطلاعات از طریق مطالعه، پژوهش و... مهمترین اقدام شماست.

برخی از این اطلاعات خریدنی و بسیاری از آنها اطلاعاتی است که بصورت رایگان با کمی جستجو به دست می‌آید اما تاثیر قابل توجهی در تصمیمات و هدفگذاری‌های شما در سال جدید خواهد داشت.

۶

اطلاعات درون‌سازمانی خود را تقویت کنید

در سال صفر، اطلاعات درون سازمانی مهم است، آنها را ساماندهی کنید. استفاده از داده‌های دیجیتالی خود و یکپارچه‌سازی آنها با سایر سیستم‌های سازمان یکی از مهمترین اقداماتی است که بطور قطع «می‌دانید» باید انجام دهید.

در این مورد هیچ «**عدم قطعیتی**» وجود ندارد: توپ در زمین شماست؛ بیرون از سازمان شما، دانسته‌هایی وجود دارد که باید آنها را به دست آورید، زیرا بسیاری از رقبای شما به آنها دسترسی دارند و پیروز میدان کسی است که سریعتر و موثرتر از این اطلاعات «**بهره‌برداری**» کند.

esc
چه بایدد در سال صفر
یک سال بیشتر
کار کنیم؟
کدام جهت
دقیق تر و کدام
جذاب تر است؟
چهارده
فرار از تهدیدهای ایرانی
۱۴۰۰

[نقشه فرار از]
سال‌صفر!

© BANik International Group All Rights Reserved | BANikgroup.com |

بوی «بهبود» زِ اوضاع جهان می‌شنوم...

– حافظ

مگر «بهبود اوضاع» دست ماست؟!

بله دقیقا! سالهاست به بهانه‌های مختلف مثل تحریم، کرونا و بسیاری از «**عوامل بیرونی**» دیگر، دست از برنامه‌ریزی و اقدام، کشیده‌ایم اما تحلیل‌ها و توصیه‌های این مقاله می‌گوید، در سال صفر، بخش عمده‌ای از بهبود اوضاع به عهده ماست یعنی با پرداختن به «**عوامل درونی**» می‌توانیم «**اوضاع**» خود را «**بهبود**» ببخشیم! [چهارده نقشه فرار را بخوانید]

More Possibility

Less Possibility

%20

Known Unknowns

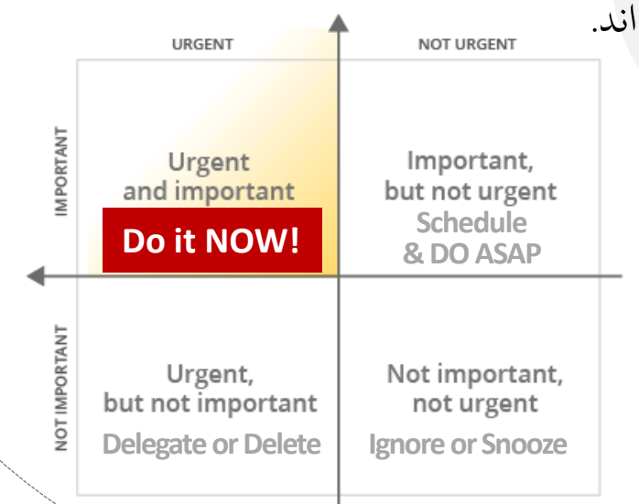
«نادانسته»هایی در مورد آنچه داریم وجود دارد.
«فرضیات موجود را پیدا کنید و آنها را آزمایش کنید»

Find & Test Assumptions

۲

همه چیز را «فوری و مهم» بدانید

فرایندهای تصمیم‌گیری برای انجام هر کار را سریع‌تر، چابک‌تر و بر مبنای الگوریتم‌های مشخص تعریف کنید تا زودبازده شوند. در سال صفر فرض کنید همه اقدامات شما در بخش «**فوری و مهم**» ماتریس آیزنهاور قرار گرفته‌اند.



۳

هدفگذاری کوتاه‌مدت کنید

وقتی می‌دانیم، اطلاعات دقیقی از وضعیت آنچه به عنوان محصول خلق کرده‌ایم، نداریم، درنگ جایز نیست. از هرچه برای ارائه دارید، «**سرویس پکیج**» درست کنید و با در نظر گرفتن حداقل‌های موجود، «**سعی و خطا**» کنید.

به همین دلیل، در سال صفر، هدف‌گذاری بلندمدت، هوشمندانه نیست؛ هدفگذاری «فصلی» به مراتب بهتر، عملیاتی‌تر، دست‌یافتنی‌تر و واقعی‌تر از تعیین اهداف سالانه یا بلندمدت‌تر است. هرچیزی که بتوانید از دور بفروشید، کم‌خطرترین فرضیه‌ای است که می‌توانید «سعی و خطا» را با آن شروع کنید.

%40

Unknown Unknowns

نمی‌دانیم چه «نادانسته»هایی وجود دارد
«با سناریونویسی، وارد بازی جنگ شوید!»
[از نقشه‌های فرار بهره بگیرید!]

Use Scenario and War Gaming

۴

پنجمین فرمان همچنان کار می‌کند!

«**یادگیری سازمانی**»، نوعی انعطاف و رشد همیشگی است که حداقل کارکرد آن، درک و هضم «**شرایط**» است؛ هر نوع شرایطی، حتی بحرانی‌ترین و ناپایدارترین شرایط.

فرهنگ‌سازی و آموزش‌های فردی، تیمی و سازمانی در لایه‌های مختلف به ویژه آموزش مهارت‌های نرم [Soft Skills] در حوزه‌های برتر سال ۲۰۲۱ را فراموش نکنید:

1. Analytical thinking and innovation
2. Active learning and learning strategies
3. Creativity, originality and initiative
4. Technology design and programming
5. Critical thinking and analysis
6. Complex problem solving
7. Leadership and social influence
8. Emotional intelligence
9. Reasoning, problem solving and ideation
10. System analysis and evaluation

More Uncertainty & Risk

۷

پیوسته، هرچند آهسته...

خدا را شکر این یک مورد را همه ما داریم: یک پیچ ولو ضعیف در یک پلتفرم قوی!

حضور در این پلتفرم‌ها را متناسب با ویژگی‌های هویتی و فرهنگ سازمان خود حفظ کنید، حضور در چشم مشتریان را حفظ کنید. استراتژی لاک‌پشتی... Just Keep Going!

۸

حاکمان «ابری» را فراموش نکنید!

امسال، سال «**حاکمیت اطلاعات**» است! داده، اطلاعات، دانش و... هرچند «اَبری» هستند اما **زیربنای** اصلی کسب و کارها به شمار می‌روند. یادتان باشد این روزها، «حاکمان جهان» گوگل‌ها، آمازون‌ها، فیس‌بوک‌ها و... هستند زیرا به «حاکمیت اطلاعات» ایمان آورده‌اند. آنها اطلاعات زیادی از «افراد» دارند، بدون آنکه پرسشنامه پُر کرده باشند!

مدیریت تجربه مشتریان [CXM] و مدیریت تجربه منابع انسانی [HXM] در گروی داشتن اطلاعات جامع از افراد یعنی «آدم‌ها» است.

حتما در سازمان خود اطلاعاتی هرچند اندک از مخاطبان [درونی و بیرونی] دارید. به حفظ، جمع‌آوری، ارتقا و به‌روزرسانی اطلاعات مشتریان و همکاران ادامه دهید.

Extravertive
[اقدامات برون‌سازمانی]

Introvertive
[اقدامات درون‌سازمانی]

Form
[ثبات]

Reform
[تغییر و اصلاح]

Keep Going!

ماندن در وضعیت آخر
اگر یک سازمان با فرهنگ بازاری یا رقابتی بودید سعی کنید در بازار باقی بمانید

More Touchpoints
More Experience

Keep the Ball Rolling!

If You Can’t Go Outside
Go Inside!

۱۴

«اکوسیستم» رشد خلق کنید

بستر رشد خود را فراهم کنید. برای این کار سعی کنید یک اکوسیستم رشد و تعالی خلق کنید. اکوسیستم در درجه اول یک سیستم است که بدون مدیریت مستقیم، تا حد قابل توجهی کار خود را انجام می‌دهد و در درجه دوم تعامل جدی، و منظم با محیط دارد.

برای داشتن اکوسیستم، فقط به پتانسیل‌های درون سازمانی خود اکتفا نکنید، پارتنرهای بیرونی داشته باشید. بر تعاملات B2B بیشتر تمرکز کنید. از برون‌سپاری غافل نشوید و پلتفرم‌های اطلاعاتی، اجتماعی و حرفه‌ای را فراموش نکنید.

۱۳

از افراد «هم‌چرا»ی سازمان استفاده کنید

افرادی که بر مبنای شور و اشتیاق [Passion] با اهداف و مقصود اصلی سازمان ما [Purpose] همراه می‌شوند، در شرایط ناپایدار محیطی، متعهدتر و موثرتر عمل می‌کنند و این احتمال عبور ما از بحران‌ها را بیشتر و بیشتر می‌کند.

جذب یا حفظ و توسعه این سرمایه‌های انسانی، حقیقتا یک سرمایه‌گذاری مطمئن، سودآور و پایدار برای سازمان شماست.

۱۲

«رییس‌بازی» دیگر جواب نمی‌دهد!
«تیم‌سازی» کنید

ساختار سازمانی خود را مُدرن کنید. یکی از زیرساخت‌های مهم سازمان‌های موفق و نوین، ساختار و فرایندهای نوین است. ساختارهای سنتی را کنار بگذارید و «**فرهنگ نوین**» را در سازمان خود جاری کنید. مهمترین و اولین تغییر در نگرش رهبران است که ساختار را از «**سلسله مراتب فرماندهی**» به «**شبکه تیم‌های حرفه‌ای**» متحول کنند.

۹

رهبران بزرگ
به «باور»های سازمان خود «باور» دارند!

ارزش‌ها، شور و اشتیاق و در یک کلام «**چرای**» اصلی سازمان شما اگر در وجود رهبران نباشد، **شما مُرده‌اید!** سازمان شما هرچند به نظر می‌آید جریان خون دارد و نفس می‌کشد، یک جسد بیش نیست زیرا **مرگ مغزی** شده است.

اگر رهبر سازمان هستید، «**چرا**»ی سازمان را بیابید و اگر کارمند یک سازمان هستید، سعی کنید با سازمان خود «**هم‌چرا**» شوید!

در سخت‌ترین شرایط هم به «ارزش‌های برند» خود پایبند باشید!

بحران، ناپایداری اقتصادی، تهدیدها و... هرچه و هرچقدر که باشد نباید ما را از «**خط قرمز**»های سازمان غافل کند. این ارزش‌ها، به نوعی «حصارهای عاشقانه» برند ما هستند؛ محدودیت‌ها و «نه»گفتن‌هایی که ما را نزد مشتریان محبوب‌تر، جذاب‌تر و متمایز از رقبا می‌کند. همین جذابیت، مشتریان را برای ما حتی در شرایط بحرانی نگه می‌دارد و وفادارتر می‌کند و این یکی از بهترین نقشه‌های فرار از تهدیدها و بحران‌ها و رمز بقای بسیاری از کسب و کارها بوده است.

۱۰

«سس مخصوص» سازمان خود را درست کنید: «فَرهنگ برند»

این عبارت «مکنزی» است. سازمان‌ها باهویت و فرهنگ منحصربه فرد، به یک سینرژی در خلق برند در ذهن و قلب مخاطبان دست پیدا می‌کنند که نتیجه آن، سودآوری و ارزش‌آفرینی مضاعف و پایدار [مشهود و نامشهود] برای سهامداران است.

«**فرهنگ برند**» دمیدن یک روح واحد در سازمان شماست که از آن یک موجود زنده می‌سازد. این موجود زنده به مراتب «توانمند»تر از سازمانی است که «موجودیت» دارد اما «جان» ندارد. اگر بیرون، پُر از تهدید است، از درون خود را «توانمند» کنید.

۱۱

یا «ناوشکن» بشوید
یا «تخته‌شنا» بمانید!

سازمان کوچک و متوسط [SME] **باقی نمانید**. در شرایط ناپایدار، بیشترین ضربه را سازمانهای کوچک و متوسط می‌خورند.

در دریای طوفانی یا باید یک «ناو بزرگ» باشید که در طوفان‌های سهمگین دوام بیاورید یا بر روی یک «تخته» خود را نگه دارید تا طوفان تمام شود! اگر یک قایق یا لنج کوچک یا متوسط باشید، در این طوفان در هم کوبیده می‌شوید. نقشه فرار از طوفان همین است!

1400 Escape Plan

[چهارده + صفر]
نقشه فرار از سال‌صفر!

© BANik International Group All Rights Reserved | BANikgroup.com |

BANik © “Business Escape Plan 1400”, White Paper
Sources: Mckinsey, BGC, HBR, Bloomberg, Business Insider, The Economist.

Think **BIG** BANik International Group
Business Total Solution & Branding 360°