

Ondernemers over de crisis

Iedere maand laten we twee ondernemers aan het woord over zijn of haar visie op de crisis. In deze editie leest u de meningen van Jo Hofmans, gedelegeerd bestuur van Data Translations uit Zaventem, en Jean Delbar, site leader bij Procter & Gamble uit Strombeek-Bever.



Jo Hofmans



Jean Delbar

Wat is uw visie op de huidige crisis?

Jo Hofmans: "Een crisis geeft buiten de kommer en kwel voor velen, eveneens een aantal opportuniteiten aan diegenen die ze willen benutten. Het is vooral een moment van bezinning, een periode waar er orde op zaken kan gesteld worden. Er is weer tijd voor nieuwe initiatieven, rekrutering van personeel wordt gemakkelijker, leveranciers weten plots weer wat "service" betekent enz."

Jean Delbar: "Crisissen zijn uitdagingen! Het is een kans om de zaken aan te scherpen en de strategieën en doelstellingen grondig te herbekijken."

Hoe sterk laat de crisis zich voelen in uw sector?

Jo Hofmans: "Afgelopen jaar zagen wij de bui reeds hangen en hebben we hierop geanticipeerd. Gevolg: eerste trimester gestegen met 9,2 % t.o.v. 2008."

Jean Delbar: "Ik meen te kunnen stellen dat er geen enkele sector gevrijwaard is van deze crisis, ook de onze niet. Dit is een logisch gevolg omdat al onze consumenten de gevolgen van de crisis voelen, sommigen minder, anderen meer, maar iedereen voelt een impact. Anderzijds geeft het ons ook de mogelijkheid om ons meer en beter te profileren naar onze consumenten toe. Want in tijden van crisis verlangen mensen naar zekerheid en vaste waarden. Betrouwbare merken die waar voor hun geld

bieden kunnen dan het verschil maken."

Welke maatregelen hebt u al getroffen of gaat u treffen en wanneer?

Jo Hofmans: "We hebben een kleine herstructurering doorgevoerd en een aantal medewerkers vervangen. Voorzichtigheid gebod ons om te wachten met nieuwe aanwervingen. In 2008 zijn we terug massaal beginnen inschrijven op tenders. We hebben het reclamebudget herbekeken en bijkomende initiatieven genomen. Dure en minder interessante publiciteit werd geschrapt. Daarnaast zijn we nog meer gaan focussen op service en kwaliteit naar de klanten toe. De coaching van onze medewerkers hebben we opgevoerd."

Jean Delbar: "We bekijken continu hoe we onze objectieven, doelstellingen en strategieën kunnen optimaliseren in functie van de behoeften en noden van onze consumenten. De crisis heeft deze cycli gewoonweg versneld."

Wat is volgens u de gouden regel om als ondernemer een dergelijke crisis door te komen?

Jo Hofmans: "Zelfonderzoek lijkt mij de beste regel: de sterke en zwakke punten in beeld brengen en bijsturen waar nodig. Voor de rest blijft het hopen dat de opgebouwde reserve voldoende is tot de heropleving zich aandient."

Jean Delbar: "Je moet ervoor zorgen dat je business fundamen-

tals stevig genoeg zijn, als één van de fundamenten van je business model niet werkt moet je daar nu dringend werk van maken om deze crisis door te komen. Bijvoorbeeld als je inventarisbeleid niet werd geoptimaliseerd, dan zit je nu door de dalende verkopen met een logistieke uitdaging die niet van de minste is. In het algemeen zou ik zeggen dat paniek een slechte raadgever is. Gematigd optimisme dat de zaken gaan keren en een realistische en duurzame manier van ondernemen is de sleutel tot succes voor de toekomst."

Heeft u nog een boodschap voor de politiek om ondernemers te helpen in deze moeilijkere tijden?

Jo Hofmans: "Er moet een sense of urgency gehanteerd worden en een realiteitszin aan de dag gelegd worden in plaats van te bakkeleien over details, zowel tussen de politici onderling als met de sociale partners."

Jean Delbar: "De crisis treft onze hele maatschappij. Daarom is solidariteit en gezond vertrouwen meer dan ooit aan de orde. Dit is één van de momenten waar de politiek een luisterend oor moet hebben voor de verzuchtingen van ondernemers en moet kijken hoe we kunnen samenwerken om een gezond ondernemend België te garanderen." ■

Meer info?

Lees op onze website de mening van andere ondernemers uit Halle-Vilvoorde. Zie www.voka.be/halle-vilvoorde/media/publicaties.