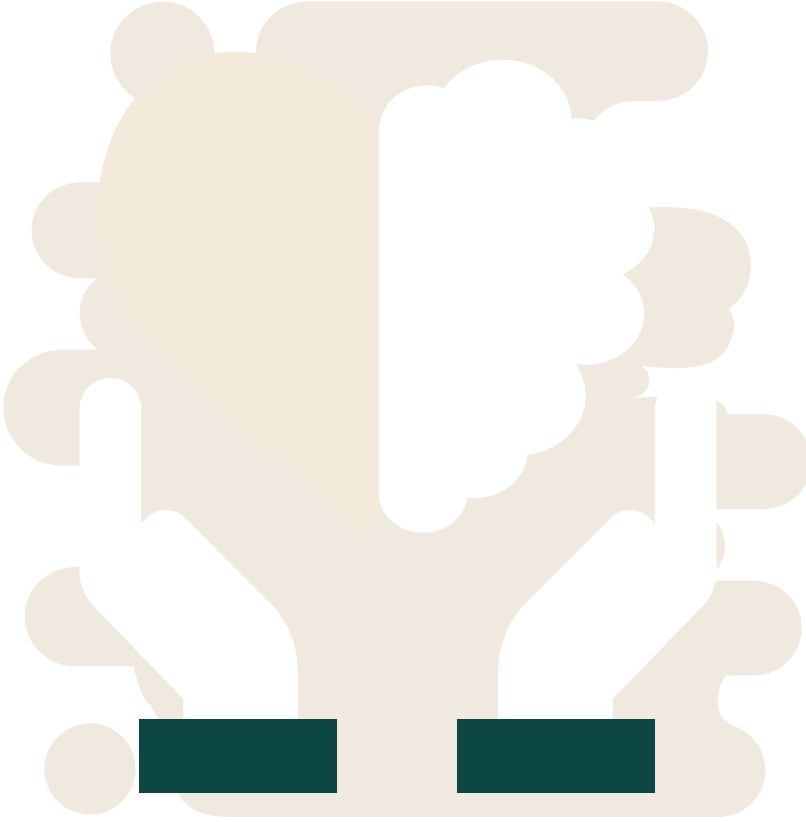


İhracat tarifesi şoku: şimdi ne olacak?

Bir sabah uyanıp ana ihracat ürünlerinize aniden %25 tarife uygulandığını öğrendiğinizi hayal edin. Ürünleriniz hedef pazarınızda bir gecede karşılanamaz hale geldi, rekabet gücünüz çöktü ve ihracat ülkesindeki yerel tedarikçiler aniden büyük bir avantaj elde etti.

Sen ve ekibin başarılı bir şekilde nasıl ilerlersiniz?

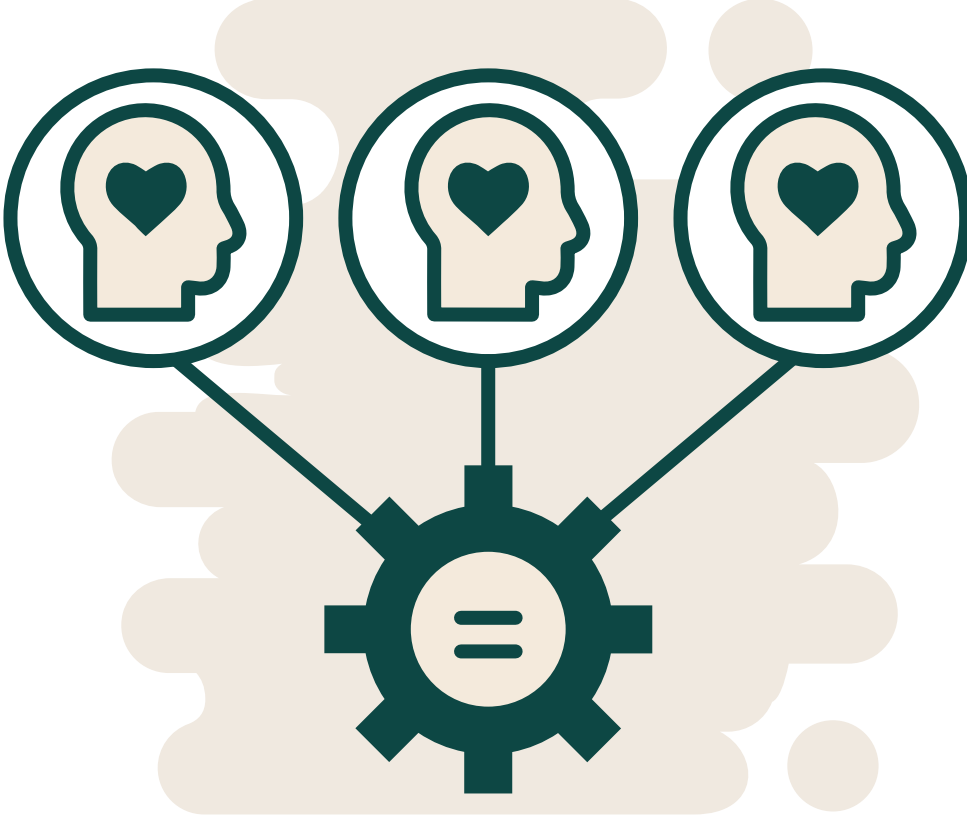


Başarı için Çabala

İlk paniğin ardından, liderlik ekibinle bir kriz toplantısı yaparak şunu netleştirirsin: Bu krizde “başarı” senin için gerçekte ne anlama geliyor? Sadece hayatta kalmak mı? Pazar payını korumak mı? İşleri güvence altına almak mı?

Şirketin her zaman yüksek kaliteli ürünlerle uluslararası pazarlarda başarılı olmaktan gurur duymuştur - bu sizin kimliğinizdir. “Başarı”, bu ihracat gücünü korurken yeni yollar bulmak anlamına gelir. Krizden sadece hayatta kalmak değil, daha güçlü çıkmak istiyorsun.

Bu **senin başarı için çabalamandır.**



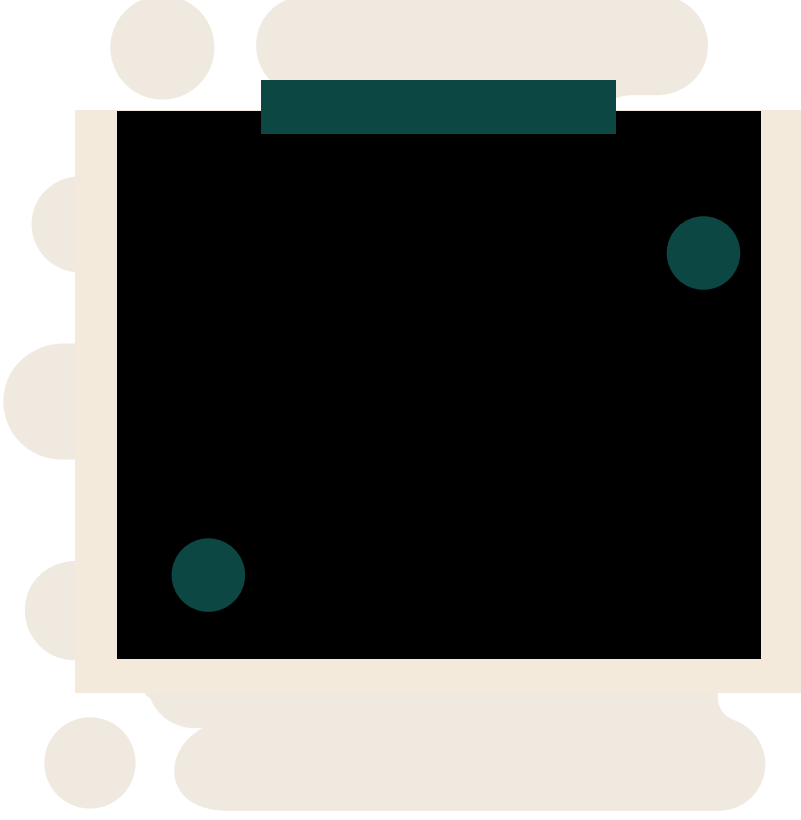
İş Birliğiyle Geliş

Şimdi **tüm** önemli **paydaş** gruplarıyla bir araya geliyorsun.

Hedef pazardaki **müşterilerin** artık ürünlerini karşılayamıyor ve yerel tedarikçilere geçmekle tehdit ediyor. **Çalışanlar** işten çıkarılmaktan korkuyor. Etkilenen ülkedeki satış ortağın çöküşle karşı karşıya. **Sendika** ve **topluluk** veremeyeceğin iş garantileri talep ediyor. **Yönetim** ve **sahipler** hala olumlu sonuçlar istiyor.

Çatışmaları açıkça ele alıyor ve konuşmaya başlıyorsun: *“Birlikte zor zamanlarla karşı karşıyayız. Herkes istediğini alamayacak, ama herkes için işe yarayacak bir yol bulacağız.”*

Bu **ilişkiler yoluyla gelişmektir.**

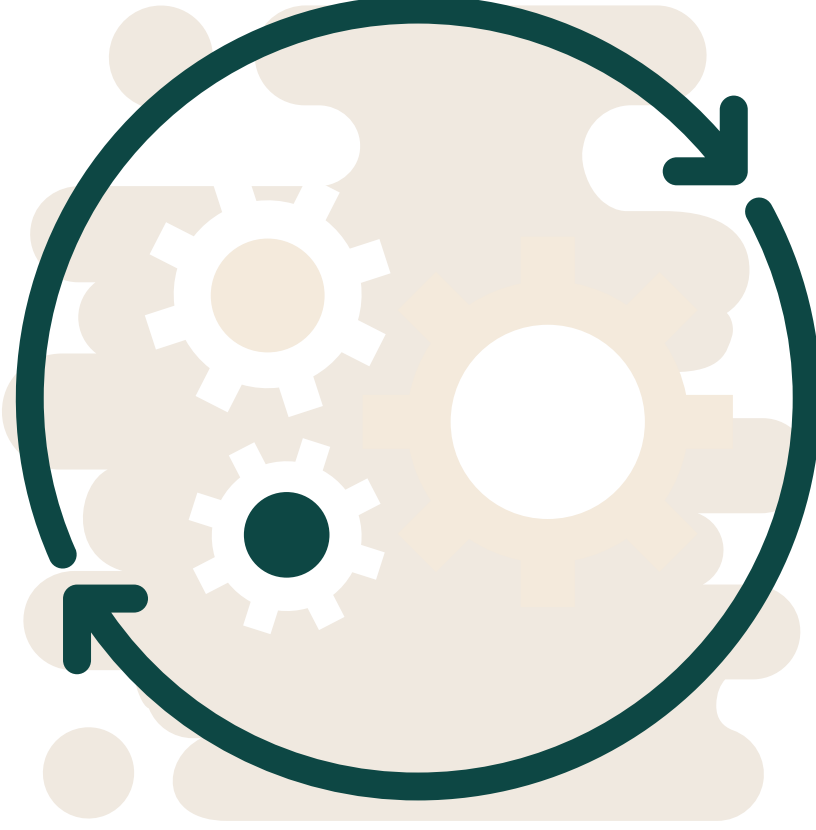


Dengeli Planlamayı Benimse

Sen ve ekibin iki senaryo geliştiriyorsunuz: **Ana plan**, ihracat tarifelerinin 12 ay içinde ticaret müzakereleriyle düşeceğini varsayıyor. **B Planı** ise tarifelerin kalıcı olarak kalacağını varsayıyor.

Her iki **plan da tüm paydaş gruplarını dikkate alıyor**: Müşterilere büyük kayıplar yerine fiyat indirimi sunuyorsun, yeni pazarlara kademeli olarak çeşitlendirme yapıyorsun (hepsini bir anda değil), mümkün olduğunda gönüllü ayrılmalarla personeli azaltıyorsun. Fark şu: A Planı daha yavaş ilerliyor, B Planı daha hızlı ve daha ileri gidiyor.

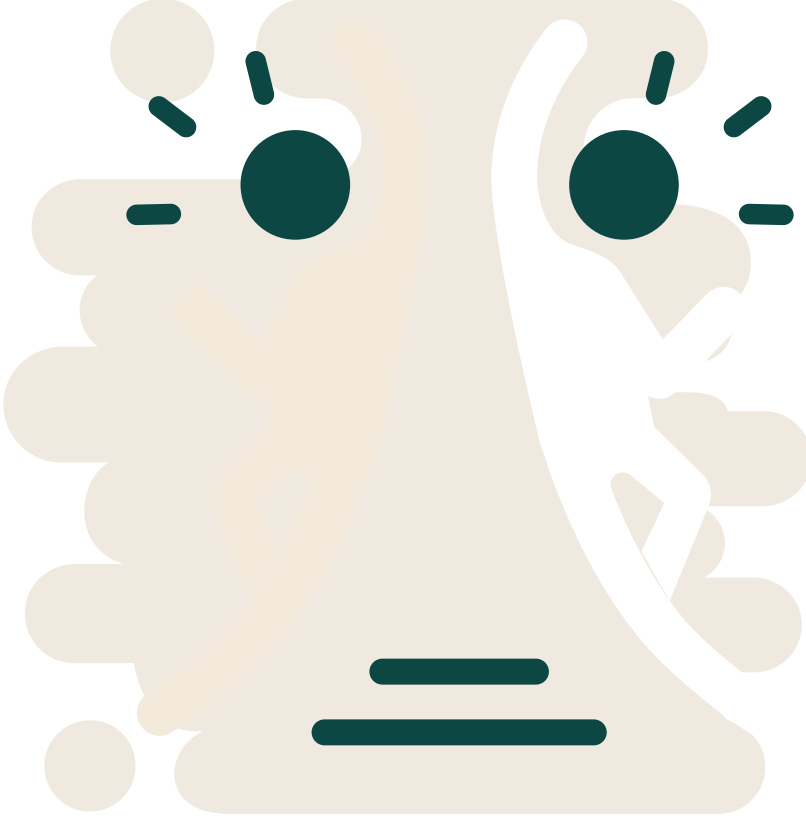
Bu **senin dengeli planlamandır** - her iki yaklaşım da herkesi adil bir şekilde dikkate alıyor, sadece farklı hızlarda. Herkes için zor olacak olsa da.



Planları Uygulamaya Geçir

Şimdi uyguluyorsun: A Planı ile başlıyorsun ve politik gelişmeleri yakından izliyorsun. Satış ekibin yedek olarak yeni pazarları araştırıyor, üretim ekibin her iki senaryo için kapasite değişikliklerini planlıyor. Satış ekibin müşterilerle olası fiyat değişiklikleri hakkında dikkatli konuşmalar yapıyor.

Bu **senin pratik uygulamandır** - senaryoya bağlı olarak **esnek**.



Sürdürülebilir Başarıyı Sağla

Altı ay sonra, **paydaş memnuniyetini ölçüyorsun**: Müşteriler fiyatlandırma çözümlerinden memnun mu? Çalışanlar onlara adil davrandığını düşünüyor mu? Ortak aracılığıyla yeni pazar geliştirme nasıl gidiyor? İş rakamların yönetim için sürdürülebilir mi?

Gerçek şunu gösteriyor: Ticaret müzakereleri başarısız oldu - ihracat tarifeleri kalıcı olacak. Memnuniyet ölçümün sana net sinyaller veriyor: A Planı sana zaman kazandırdı, ama artık yeterli değil. B Planına geçmen ve pazar çeşitlendirmeni büyük ölçüde hızlandırman gerekiyor.

Bir ihracat krizinde bile sürdürülebilir başarıyı nasıl sağladığın bu şekilde. Ve bir sonraki ticaret krizi gelirse, aynı 5 adımı izlersin, ama daha yüksek bir seviyede.

Ama bir şeylerin ters gittiğini hayal et - yeni pazarlara giremiyorsun veya marj kesintileri temelini yiyor. **Doğal olarak ne yapardın?**

Mantıksal olarak geriye giderdin:

- Yeni pazarların geliştirilmesi çok mu yavaştı? (Adım 4)
- Değilse, A ve B Planların belki gerçekçi değil miydi? (Adım 3)
- Ya da müşterilerin ihracat tarifelerine nasıl tepki vereceğini yanlış mı değerlendirdin? (Adım 2)
- Ve tepkileri doğru anladıysan - tarife krizinde kaliteli bir ihracatçı olarak kimliğin konusunda yeterince net miydin? (Adım 1)

Nedeni tespit ederdin - **Adım 5'teki** tüm paydaş gruplarının kapsamlı memnuniyet ölçümü sana net göstergeler verirdi. Sonra **sorunları çözer** ve bir sonraki adıma devam ederdin.