

Da li jesen blistava donosi zlatno proljeće?

Piše: mr. Sead Bašić, InStore uvodničar



Kroz historiju ljudskog društva jesen je uvijek bila period u godini kada se ubiru plodovi rada. Sijalo se u rano proljeće još dok je bilo hladno i mokra zemlja jer je snijeg tek okopnio. Zatim se tokom preostalog dijela proljeća i ljeta okopavalo, plijevalo, navodnjavalo i čuvalo od štetočina, da bi se u jesen brali plodovi mukotrpnog rada. Ako je bila dobra godina sa radošću bi se punili hambari žitom i kukuruzom, od povrća bi se pripremala zimnica, sušilo bi se voće... Priroda bi sve to uljepšavala nevjerojatnim koloritom. Idilična slika jeseni. Sa druge strane, ako je godina bila sušna, sa zebljom se iščekivala duga zima... Za menadžere u današnjem svijetu jesenji mjeseci imaju nešto drugačiju simboliku. U većini biznisa jesen predstavlja posljednji kvartal u godini i do tada je već manje više svima jasno kakva će ta godina biti. Ako su rezultati u skladu sa planiranim ili bolji od toga možemo reći da je bila "rodna" godina, a ako su rezultati ispod planiranog za menadžere je to "sušna" godina i sa zebljom dočekuju njen kraj. Većina njih već uveliko sprema listu opravdanja i izgovora zbog čega nije ostvaren planirani rezultat. Tri kvartala koja su iza nas su odredila trend i teško je u jednom kvartalu to značajnije popraviti. Pokvariti je još uvijek moguće, ali se ni to ne dešava prečesto. Međutim, ono što je značajnije za menadžere je proces planiranja za narednu godinu. Prvi preliminarni procesi planiranja su već počeli u drugoj polovini augusta kada je većina potrošača uživala u svojim odmorima. Za razliku od njih, većina menadžera koji ozbiljno shvataju svoj posao, pred sobom je već imala prve verzije planova za narednu godinu. U drugoj polovini augusta su već predstavljeni novi proizvodi koji se planiraju lansirati u na-

rednoj godini, napravljene su procjene rezultata za tekuću godinu (kako to volimo u žargonu reći LBE - last best estimate). U meni je kraj augusta uvijek budio podijeljene osjećaje. Sa jedne strane još uvijek je ljeto, a sa druge strane ste mentalno već u narednoj godini i želite da što detaljnije isplanirate dobar početak godine. U toj fazi uvijek postoji tenzija između odjela marketinga, koji najčešće pravi prvu verziju plana, jer je najupućeniji u sve novitete koji se očekuju u narednoj godini i prodaje koja je sa druge strane uvijek "prepadnuta" očekivanjima za narednu godinu. U tom periodu od kraja augusta do sredine oktobra traje "ubjeđivanje" između marketinga i prodaje oko visine plana za narednu godinu. Iz mog iskustva ti sastanci znaju biti vrlo intenzivni i napeti. Osnovni razlog je u tome što prodaja ima percepciju da se sve isplanira bez uvažavanja argumenata koje ona daje. Ovo je najčešće tačno, jer se u većini slučajeva planovi grade odozgo prema dolje, što će reći da viši nivoi unutar organizacije postavljaju planirane stope rasta, a onda je na "pješadiji" da to ostvari. Iako je "pješadija" na dnu "prehrambenog lanca" zbog prirode posla koji obavlja, ona je najbolje upućena u sve teškoće koje stoje na putu da se realizuje zacrtano. Također se zna da će u slučaju da se ne ostvare zacrtani ciljevi, "pješadija" biti vjerovatno prva na "vjetrometini". Zbog toga prodaja i pokušava proces planiranja učiniti što realnijim. Međutim, vrlo često očekivanja viših nivoa menadžmenta su znatno veća od realnih mogućnosti. Ali, šta da se radi. Naprosto takav je život u biznisu, a pogotovo u prodajnom dijelu.

Jesen je stigla, za menadžere to znači da je proces planiranja za narednu godinu gotov. Pred njima je zadatak da počnu sa aktivnostima i pripremnim radnjama koje su neophodne da bi se naredna godina dočekala potpuno spremna. Svaki menadžer sanja o dobrom startu godine i ostvarivanju rezultata iznad plana kako bi ostatak godine protekao u opuštenijoj atmosferi. Ako je start godine loš onda je mnogo teže ostvariti zacrtane ciljeve jer konstantno trčimo za njima cijelu godinu. Blistava jesen polako, ali sigurno prolazi i pred nama se već naziru obrisi iduće poslovne godine. Njen početak će pokazati da li je blistava jesen osigurala zlatno proljeće odnosno da li smo tokom ljeta i jeseni bili "raspjevani cvrčci" koji sviraju i pjevaju ne misleći o budućnosti ili "vrijedni mravi" koji su marljivo pripremali novu poslovnu godinu.