

Бизнес в новых условиях: тренды и уроки пандемии



—
Проект Фонда
Общественное Мнение

Об исследовании

- ✓ апрель 2020 года - настоящее время
- ✓ **60 интервью** с руководителями компаний (владельцы и топ-менеджмент бизнеса)
- ✓ **Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Тюмень** и другие города России
- ✓ **сферы деятельности:** туризм, общепит, розничная торговля, образование, организация мероприятий, доставка и логистика, фитнес-индустрия, бьюти-индустрия, консалтинг, IT, юриспруденция, медицина и другие
- ✓ **фокус:** бизнес-процессы, способы адаптации, корпоративная культура
- ✓ **команда к-Темы «Корпорации и пандемия»:** Елена Петренко, Юлия Кот, Екатерина Никифорова, Екатерина Богомолова



Тренд 1

Тотальное ускорение бизнес-процессов

Татьяна Борzych, курьерская служба «Достависта»:
«Мы научились «открывать» и «раскатывать» новый город за 24 часа. Раньше этот процесс занимал около месяца: требовались доработки в IT-процессах, работа на сайте».

Благодаря тому, что использование онлайн-технологий становится нормой, люди существенно экономят время и успевают больше.

Тренд 2

Рост доли фрилансеров среди занятого населения

Евгений Шаповал, ивент-компания SharovalTeam: «Люди научились работать из дома и поняли преимущества этого формата. А работодатели, в свою очередь, могут набирать специалистов под конкретные задачи. Кроме того, отпадает необходимость возвращать кадры внутри компании».

Срок работы в одной компании сокращается, сотрудники предпочитают работать в нескольких проектах одновременно. Специалисты стремятся не столько к стабильности, сколько к получению разностороннего опыта при свободном графике работы.

Тренд 3

Запрос клиентов на индивидуальный подход

Екатерина Панова, агентство маркетинговых коммуникаций Plan The Best: «Несмотря на повсеместную диджитализацию, клиенту очень важно внимание. Сейчас из-за того, что мы не можем часто встречаться, этого внимания должно быть еще больше. Клиентоориентированность ставится во главу угла».

Роль качества коммуникации с потребителями и ценность человеческого общения возрастают. Индивидуальный подход к клиентам становится новой нормой.

Тренд 4

Рост социального неравенства

Оксана Селендеева, школа программирования для детей Coddy: «Капиталистическая экономика стремится к приумножению олигополий. Крупные компании поглощают маленькие - стартапов практически не остается. Бедные люди не диджитализированы, не имеют каких-то ярких навыков, соответственно, меньше зарабатывают. Между ними и богатыми растет разрыв в доходах».

Пандемия усилила увеличение разрыва между богатыми и бедными. Наиболее благополучные социальные группы обогащаются еще больше, а среди представителей классов ниже среднего происходит обнищание. Еще одна грань тренда - рост неравенства между богатыми и бедными компаниями.

Тренд 5

Ускорение мобилизации и цифровизации компаний

Иван Семчук, IT-компания «Бакка Софт»: «Мы разработали продукт, с помощью которого можно внедрить мобильное использование электронного документооборота в компании всего за две недели. Он позволяет сотрудникам использовать телефон как безопасный и надежный инструмент для работы с документооборотом, включая функцию электронной подписи».

Переход на удаленную работу, разработка и совершенствование онлайн-услуг, рост компьютерной грамотности потребителей способствуют усилению процессов цифровизации компаний.

Тренд 6 Снижение покупательной способности

Ирина Стройнова, сеть ювелирных магазинов WANNA?BE!:
«Как руководитель бизнеса я точно знаю, что те методы, которые мы интуитивно применяли в первую волну, не сработают. Призывы поддержать нас покупками, открытая позиция и переживания, что мы закроемся, - второй раз рассчитывать на помощь лояльных покупателей не придется. Нужно продумывать маркетинг и готовить выгодные ценовые предложения, использовать скидки и бесплатную доставку».

Кто-то лишился части доходов, кто-то начал стремиться обзавестись финансовой подушкой. Все это сказалось на работе компаний.

Тренд 7

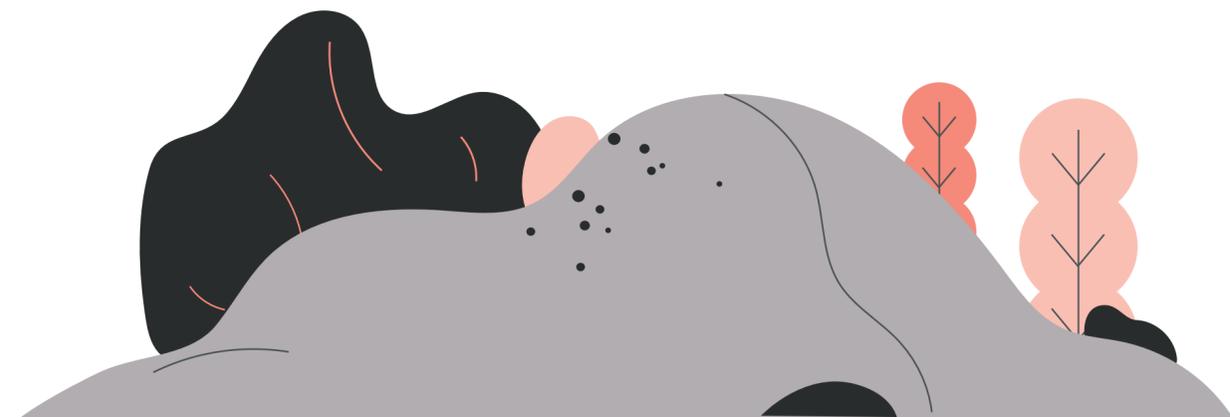
Повышенное внимание клиентов к чистоте

Александра Давыдкина, сеть салонов «Пальчики» в Самаре: «Наша психика нас защищает. Вы же, когда на кнопку в лифте нажимаете, не думаете о том, кто ее трогал до этого, правда? Или, когда приходите в салон, не думаете о том, кого расчесывали этой расческой до вас? Гости приходят к нам расслабиться, выйти с прекрасными ногтями».

Теперь компаниям необходимо не только предоставить качественную услугу, но и показать клиенту, что он находится в безопасном месте.

Уроки пандемии

- 1 В кризис следует применять многовариантное и краткосрочное планирование
- 2 Продолжать действовать, не останавливаясь, учиться новому
- 3 Не переживать по поводу того, чего нельзя изменить
- 4 Повышать уровень корпоративной культуры
- 5 Принимать изменения как стимул к развитию
- 6 Бережно относиться к ресурсам



Спасибо за внимание!



Больше результатов исследования в разделе
к-Тема «Корпорации и пандемия»:

<https://covid19.fom.ru/korporacii-i-pandemiya>

—
Больше информации о Проекте
на сайте fom.ru

