



Már vártam rá, hogy történjen valami, ami segít kimozdulni a hétköznapi sémák szürkeségéből. Ilyen volt szombaton **Kosza Aliz** előadása a székelyudvarhelyi RMKT szervezésében, mely kibillentett a saját magunk építette mókuserékből. És még élveztük is a billegést.

Kezdjük azzal, hogy olyan nekem a pénz világa, mint tyúknak a tojás: szaporítani, majd költeni kell. Mi történhetne egy olyan előadáson, amelynek biznisz és mentor szavak szerepelnek a címében, mint hogy karót nyelt emberek ülnek, és elegáns rucikban számokról beszélnek?

Na, pont nem így volt. Kosza Aliz, mintha csak otthonában lett volna, lazán, kissé kócosan bajlódott a számítógéppel a Gondúzó Étterem negyedik emeletén szombat hajnali 10-kor, hogy minden flottul menjen.

Aztán megérkezett **Arros Orsolya**, az RMKT helyi vezetője, aki elmondta a párd McNadrágos hölgyről, hogy kőkemény közgazdász, a Mol Románia, a Fabryo festékgégyártó, az Orkla Foods Románia vezetője volt, míg néhány éve úgy döntött, már elég pénzt keresett, most már ideje visszafordítania a multiknál szerzett tudását a közösségnek. És hogy szerencsés az az ember, aki Kosza Alizt barátjának mondhatja.

Csomagban érkezik a segítség

A multiktól való „szabadulása” után, felépített egy új üzletágot, a business mentorit. Főként helyi kis- és közepes vállalkozások stratégiájának (újra)építésében segédkezik. Nem tréner, nem coach, nem tanácsadó, hanem ezek egyvelege és még valami más: mentor és barát.

Míg a coach a belső erőforrások felismerésében segít, a tréner pedig a tanítással, tanulással foglalkozik, a tanácsadó egy adott problémára keres választ, **a mentor nem zár ki semmiféle fejlődési lehetőséget**, velük együtt dolgozik. Holisztikus, integrált látásmóddal közelíti meg a vállalkozás problémáit, Kosza Aliz szavaival élve, kihívásait, és saját tapasztalataiból, valamint azoknak a vállalkozóknak a tapasztalataiból merít ötleteket, akikkel együtt dolgozott. Átadja a tudását, ötleteit, stratégiaépítő képességét, majd felügyeli az életbe léptetést és a fenntartást.

Kosza Aliz szerint ezt a szakmát nem lehet iskolában megtanulni, ez nem csak egy munka, és nem csak egy tanfolyam, ez a hivatás a tapasztalattal együtt érkezik az ember életébe. A mentor segít abban, hogy a vállalkozó egy lépés távolságból, kívülről és egészében szemlélje a cégét.

De csak olyan cégekkel foglalkozik, amelyek vezetőin látja a fejlődés esélyét, képesek az átalakulásra, nem csak a változásra.

Ezért nem működik ez az ország

Kosza Aliz úgy tekint a vállalkozásra, mint egy élőlényre: van neki története, identitása, értékrendszere, emberek, akik működtetik, célja és értelme, elvárásai, és fejlődési szakaszának egy fokozatán áll. Ezeket az elemeket mind felül kell vizsgálni, ha egy cég megrekedt a fejlődésben.

A 2008-as válság alapjaiban változtatta meg a világról való szemléletmódunkat, a fogyasztási szokások megváltozása a vállalkozók fejében is változást kellett volna, hogy elindítson. Nem lehet mindent külső tényezőkre fogni. A társadalom megváltozott, és ezzel lépést kell tartani. Megfigyelése szerint a gond **legtöbbször a 40 éven felüli, a '90-es években indult vállalkozókkal, vezetőkkel van. Bennük van egy gát, amely nem hagyja fejlődni a céget.**

A kisebb változtatások általában nem járnak hosszú távú eredménnyel, teljes átalakulásra van szükség. Meggyőződése és tapasztalata, hogy ha a folyamatra koncentrálnak, az értékteremtésre, akkor „a számok is jönnek”.

A romániai vállalkozók, akárcsak a politikusok 99 százaléka rövidtávon gondolkodik,

ezért nem működik ez az ország – jelentette ki az előadó. Gyakran azért siklanak el a dolgok, azért lehet kis pénzen felvirágoztatható cégeket felvásárolni, mert a tulajdonosok nincsenek tisztában azzal az értékkel, amelyet teremtenek. Kétségbeesett, szinte depressziós pillanatokban, miután úgy gondolják, hogy mindent kipróbáltak, az igazi értékének töredékéért adnak tovább a cégen.

Az átalakulás az emberekkel kezdődik

Pontosabban a vezetővel, akinek hinnie kell a vállalkozása által teremtett értékben, a vállalat jövőjében. Az emberek lemásolják a vezetőt, és aki nem hisz az átalakulás sikerében, az magától távozik. A hitetlen vezetőt is lemásolják, és nagyon könnyen követik a semmibe.

Miután felméri közösen a cég jelenlegi állapotát, a kulcsemberekkel közösen kialakítanak egy stratégiát. Leggyakrabban az a gond, hogy **a cég nem jól pozicionálja magát a piacon, vagy a legkeresettebb termékén van a legalacsonyabb árás, az általa nyújtott teljesítményhez képest alacsony árakon dolgozik.**

Az alkalmazottakkal a legnagyobb gond, hogy nem azt csinálják, amit kell, és nem feltétlenül a saját hibájukból.

A vállalatban belül nagyon kell vigyázni arra, hogy ne címkézzük az embereket: ez buta, ez okos, amaz lusta, vagy szorgalmas, tehetséges, tehetségtelen stb., hanem próbáljuk megtalálni a számukra megfelelő munkakört. A halra nem mondhatjuk, hogy bunkó, mert nem tud fára mászni. De ha úszni sem tud megfelelően, bocsássuk el. Különösen, ha rokon.

Az arculattal is szoktak gondok lenni:

a vállalkozás imidzse, neve, logója, szlogenje stb. valójában nem azt az üzenetet közvetíti a fogyasztóknak, amivel a cég foglalkozik. A stratégia hosszú távra szól, és magában foglalja a működési rendszer rendbetételét, valamint a cég által képviselt értékek, képességek, stílus és a humánerőforrás közös megbeszélését, fejlesztését.

A legnagyobb eredmény, amikor a jól sikerült közös munka után a vállalkozó azt mondja, hogy mindezt ő találta ki – fogalmazta meg munkája lényegét Kosza.

Az előzőleg felvázoltak gyakorlati megvalósulását esettanulmányok segítségével mutatta be a közgazdász. Aki kíváncsi, hogyan sikerült átalakítani a különféle problémákkal küzdő vállalkozásokat, energiát vinni beléjük, legközelebb ne szalassza el Kosza Aliz előadását.