

التميز في ظل الضعف الاقتصادي

شركة ماكدونلذ نموذجاً

واجهت المجتمعات العديد من التحديات الاقتصادية و التي أدت إلى تغيير أنماط الاستهلاك، فقد أصبح المستهلكون اليوم يشتركون ما يحتاجونه و ليس ما يرغبون به. و في الوقت الذي كانت فيه العديد من الشركات تصارع من أجل البقاء خلال الأزمة المالية 2008 لاحظنا أن هناك شركات انفردت بأدائها المتميز.

من أبرز هذه الشركات شركة ماكدونلذ، فقد أوردت FORTUNE MAGAZINE عام 2009 شركة ماك ضمن المرتبة السادسة عشر لأكثر الشركات تفضيلاً في العالم ضمن معايير الإدارة و الأداء، حيث زادت إيراداتها من 22.7 بليون دولار في العام 2007 لتصل إلى 23.5 بليون دولار في العام 2008؛ و تعتبر شركة ماكدونلذ من الشركات العالمية المعروفة و التي أحدثت تغييراً استراتيجياً و قامت بإدارته بالشكل الصحيح استجابة لضغوط الأزمة العالمية.

و في الوقت الذي أغلقت فيه الكثير من المطاعم أبوابها استطاعت ماك أن تفتح ما يقارب 650 منفذاً جديداً في عام 2009، و أن تخدم 60 مليون مستهلك في نفس العام بزيادة مليوني مستهلك عن العام الذي يسبقه.



استطاعت ماكدونلذ الحفاظ على مستويات الأداء و تحقيق التقدم من خلال افتتاح 650 منفذ جديد في 2009، خلال الأزمة المالية التي تعثرت فيها الكثير من الشركات العالمية.

ثلثي إيرادات ماك من خارج الولايات المتحدة، ويوجد في الولايات المتحدة 14000 منفذاً، و 18000 خارجها، و تخدم الشركة 58 مليون زبون يومياً، و في الربع الأول من عام 2009 حققت زيادة في الأرباح بنسبة 4٪، و ارتفعت المبيعات بنسبة 4.3٪ حول العالم، كما ارتفعت المبيعات في الربع الثاني من نفس السنة لتصل الى 4.8٪.

و يرجع هذا الأمر إلى التخطيط الجيد لاستراتيجيتها، حيث استطاعت أن تجذب الملايين من المستهلكين من خلال قائمة الطعام الكبيرة و الأسعار الرخيصة، و خدمة أولئك الذين لا يفضلون الجلوس في صالات الطعام. كما تقوم بـ 80٪ من عملياتها من خلال الامتياز أو من خلال الشركات التابعة لها، و قد أنفقت في العام 2009 ما يقارب 2.9 بليون دولار من أجل إعادة تصميم 32000 من مطاعمها و بناء مطاعم جديدة بوتيرة أسرع مما كانت عليه في السنوات الأخيرة، كما تبذل جهود مستمرة في تحسين قائمة الطعام لديها و إضافة الوجبات الخفيفة، و تعزيز المبيعات من المشروبات الساخنة، و تحسين كفاءة المبيعات من الشباك، و إعادة ترتيب الصالات، و تمديد ساعات العمل؛ و قد تجنبت الشركة تخفيض الأسعار في قائمة الطعام الخاصة بها و توجهت إلى خفض الكلفة في الجوانب الأخرى مثل استخدام السيارات الموفر للطاقة بدلاً عن السيارات التي تعمل بالبنزين، و خفض تكاليف الإعلان، و وقف بناء منافذ جديدة في الأماكن التي تشهد تطوراً ضعيفاً.

و ركزت على القيام بتحليل عميق لبيئتها الداخلية و الخارجية، و من الأمور التي استرعت اهتمامها و تركيزها داخلياً هيكلها التنظيمي، و الجوانب المالية، الجوانب الأخلاقية، بالإضافة الى أنها اعتبرت المسؤولية الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من خطتها الاستراتيجية لتحقيق

تحرص ماك على أن يكون كل ما تفعله ذو أثر إيجابي على المدى الطويل، و على مدار السنوات اعتبرت خطتها الاستراتيجية (خطة فوز).

النجاح و ليكونوا الأفضل و ليس الأكبر، حيث أن من أهم قيم الشركة "WE GIVE BACK TO OUR COMMUNITY" و عكس هذه القيمة بالفعل على المجتمع من خلال صرف الملايين على مبادرات مثل دعم الاطفال ليكونوا فاعلين في المجتمع.