

De ce au nevoie liderii si companiile din Romania, de Business Diplomacy?

In urma cu doi ani, Harvard Business Review a publicat un articol care sustinea ca firmele trebuie sa isi dezvolte propria politica comerciala externa pentru a gestiona influenta incertitudinilor geopolitice ale secolului XXI asupra business-ului. De atunci incertitudinile s-au inmultit. Statele Unite au introdus o serie de taxe vamale la produsele importate din China, iar expresii precum "razboi comercial" sunt din ce in ce mai folosite. Toate formele de atacuri cibernetice se intensifica. Tensiunile dintre Rusia si Occident au crescut. Impactul Brexitului asupra Uniunii Europene ramane incert. Politica externa a statelor este pusa in aplicare prin actiuni complexe cu presiuni in zona de business, diplomatia si business-ul influentandu-se reciproc din ce in ce mai mult. Firmele mici si mijlocii nu mai stiu cum sa se integreze in noile lanturi de business generate de corporatii si cauta noi modalitati pentru a crea relatii sustenabile.

Cum poate fi diplomatia aplicata in afaceri – prin intermediul Programului Business Diplomacy, si cum se diferentiaza aceasta de alte abordari pentru gestionarea riscului geopolitic in Afaceri? In acest prim articol ne axam pe scurt pe importanta a doua aspecte centrale ale gestionarii incertitudinilor in business-ul secolului XXI: integrarea managementului riscului geopolitic in strategia de afaceri a companiei si construirea relatiilor de business pe termen lung in conditii de incertitudine.

Alte abordari ale gestionarii riscurilor geopolitice, cum ar fi: lobby-ul, afacerile publice sau responsabilitatea corporatista si sociala (CSR), nu incadreaza riscul geopolitic printre factorii de baza care pot afecta grav activitatea unei companii, ci se bazeaza pe managementul companiei sa mentina business-ul in parametri odata ce au fost agreeate proiectiile financiare anuale (bugetul). Acest gen de abordare nu mai este functional in prezent. In contextual actual, riscul geopolitic este la fel de important pentru performanta unei companii precum conditiile de piata si cele comerciale. Intr-adevar, acesta le influenteaza adesea. O banca spaniola care a luat decizia de a investi in Turcia pe motive de piata, fara a lua in calcul analiza de risc geopolitic, a regretat ulterior aceasta decizie. Analiza si gestionarea riscului geopolitic ar trebui sa se afle in prezent, in centrul procesului de luare a deciziilor strategice ale companiei, mai ales atunci cand este vorba de business international.

In ultimii ani, anumite modele bazate pe pragmatism si mecanisme de piata agresive au determinat managerii sa puna accent din ce in ce mai puternic pe concurenta si pe beneficiile financiare pe termen scurt, acestea fiind prezentate actionarilor ca puncte tari si motive de a investi in continuare in astfel de modele economice. In cautarea reducerii costurilor, furnizorii sunt schimbati frecvent, iar clientii vechi sunt neglijati in cautarea de noi pietee si modele economice sofisticate. Dar in conditii imprezibile de piata, acest lucru poate creste riscul afacerii. In cazul in care deciziile trebuie luate in conditii de incertitudine, avand informatii incomplete sau chiar false, crearea unui sistem – mai specific diplomatilor decat oamenilor de afaceri, de construire a relatiilor pe termen lung cu furnizorii, forta de munca, guvernele si clientii, va spori rezistenta si capacitatea companiei de a gestiona surprizele neplacute.

Brexitul se incadreaza in aceasta categorie. Multe companii si-au dorit sa isi mute sediile din Marea Britanie, iar in acelasi timp numeroase orase europene si-au propus sa atraga companiile britanice. Este un pariu unilateral ca Marea Britanie va suferi, iar UE va prospera in urma Brexitului. Acest lucru este inca incert. Este la fel de posibil ca dupa Brexit, atat Marea Britanie, cat si UE sa sufere, sau, de ce nu, UE va avea de pierdut, iar Marea Britanie de castigat. Atat diplomatii cat si companiile vor avea o influenta semnificativa in aceasta balanta, iar relatia {diplomat} – {om de afaceri} poate fi mutual benefica, si in acelasi timp, poate fi de o importanta cruciala pentru tara care va organiza mai bine astfel de echipe de lucru.

In aceasta stare de nesiguranta care s-a creat, companiile si organizatiile din Romania ar trebui sa colaboreze mai bine cu diplomatii romani & straini precum si cu grupuri de influenta globale in baza unei strategii care sa le permita firmelor formarea unor parteneriate internationale pe termen lung care sa le protejeze impotriva riscurilor si sa le asigure deschiderile potrivite pe diverse pietee externe.

Modalitatile de a face business la sfarsitul secolului XX nu se mai potrivesc secolului XXI.

Programul Business Diplomacy sprijina liderii de business din Romania si din regiune, sa regandeasca strategiile companiilor pe care le reprezinta astfel incat acestea sa poata rezista noilor amenintari dar si sa poata exploata oportunitatile aparute pentru a genera business nou intr-o lume incerta care devine noua normalitate.

[Bursa Romana de Afaceri](#) organizeaza la Bucuresti in data de 15 Noiembrie 2018, in parteneriat cu Centrul de Strategii Aplicare, ce-a de-a treia editie a Diplomacy360 / International Business Diplomacy Conference unde cei 20 de speakeri invitati din tara si strainatate vor prezenta modalitatile prin care liderii interesati sa devina mai competitivi pot imprumuta din tehnicile si metodele specifice diplomatiei.

In cadrul Conferintei de anul acesta va fi abordata si modalitatea de transfer a unor competente din diplomatie catre alte domenii cum ar fi: cultura, media & jurnalism, business, sport, securitate informatica si digitala, clima si administrarea oraselor. Ne propunem sa deschidem calea unui dialog la nivel international intre experti din diplomatie si din alte sectoare si paliere ale societatilor noastre, conectate global.

Inscrieri si detalii suplimentare despre Conferinta Diplomacy360 / International Business Diplomacy pot fi gasite pe site-ul evenimentului: <https://business-diplomacy.ro/conferinta-2018/>

Organizatori: [Bursa Romana de Afaceri](#), [Centrul de Startegii Aplicare](#)

Parteneri principali: [Global Vision](#), [FIRST BANK](#)

Parteneri de promovare & suport: [CCIBRP](#), [RE:START ROMANIA](#), [BCCBR](#), [Hellenic-Romanian Bilateral Chamber of Commerce](#), [Belgian Romanian Chamber of Commerce](#), [ARIES](#), [TraduceriPRO.com](#), [Alpha Cab](#), [WORLD ENERGY COUNCIL – CNR](#), [Jockey Club](#), [Middleeasternet](#), Global Intelligence

Parteneri media: [Agerpres](#), [Ziare.com](#), The Times – Legal Innovation, [Manager Express](#), [Business24](#), [PRbox.ro](#), [DeBizz](#), [Transilvania Business](#), [Intervio](#), [Canal33](#), [CaleaEuropeana.eu](#), [FollowBusiness Albania](#), [Economistul](#), [Club Economic](#), [Romania Durabila](#), [Business Arena](#).

Tot anul acesta, programul de Business Diplomacy trece la urmatorul nivel, Bursa Romana de Afaceri si Centrul de Strategii Aplicare organizand si primul modul de Training in Business Diplomacy din Romania si din regiune, ca urmare a feedback-ului foarte bun primit de la participantii din anii trecuti.

Detalii despre modulele de pregatire in Business Diplomacy aici: <https://business-diplomacy.ro/business-diplomacy-workshop-cursuri-training/>

Autori: Shaun Riordan & Valentin Preda