Warszawa,20.03.2020r.

Informacja Prasowa

**Epidemia koronawirusa – test przywództwa**

**Jakich liderów potrzebujemy w kryzysie?**

**Wybuch epidemii koronawirusa i jego konsekwencje w turystyce, transporcie, gastronomii i wielu innych branżach skutkuje nie tylko kryzysem ekonomicznym, ale nasila również poczucie strachu.
Z końcem lutego 2020r. ARC Rynek i Opinia podało, że 75 % Polaków przewiduje wpływ koronawirusa na polską gospodarkę, a 87% na gospodarkę światową. Specjalistom trudno przewidzieć realny wpływ na ekonomię. W zależności od źródła, między 30%, a 100 % przedsiębiorstw w Polsce odczuło już negatywne skutki kryzysu i mierzy się z rosnącą obawą
o jutro.**

**„Nie zatrzymasz fal, ale możesz nauczyć się surfować” - Jon Kabat-Zinn**

*- Brak informacji wzmaga stres i nasila chęć redukcji niepewności. Nietolerancja wobec niepewności jest jednym z kluczowych czynników wywołujących depresję i lęk. Sposób, w jaki musimy zaakceptować ją lub coś nieznanego może doprowadzić do załamania naszego stanu emocjonalnego.* – komentuje sytuację Katarzyna Richter, międzynarodowy specjalista w zakresie HR i psychologii międzykulturowej.

Zdaniem socjologów nieprzewidywalne, globalne i radykalne skutki przemian, zachodzące
we wszystkich obszarach życia człowieka, powodują permanentny stan niepokoju, niepewności
i zagrożenia. Tolerancja niepewności jest często opisywana jako ważna umiejętność liderów (Cohen
i March 1986, Huber 2003).

**Jakich liderów potrzebujemy w kryzysie?**

*- Osoby, które posiadają dobrze rozwiniętą tolerancję niepewności zachowają spokój i będą lepiej funkcjonować w trudnych warunkach. Zatem, co wpływa na jej poziom? Między innymi takie czynniki, jak: przewidywanie skutków, branie odpowiedzialności za własne działania, umiejętność szybkiego dostosowania się do zmieniających się warunków (takich, jak cyfryzacja czy umiejętność pracy zdalnej), umiejętność zachowania zimnej krwi przy jednoczesnej szybkiej zmianie perspektywy, umiejętność radzenia sobie z pojawiającymi się przeszkodami, odporność psychiczna. –* wyjaśnia Katarzyna Richter.

Czy polskie firmy są przygotowane na kryzys? Mogłoby się wydawać, że tak. Większość wdrożyła procedury antykryzysowe, szybko dostosowując się do zmian rynkowych. Jaki jest jednak stan faktyczny? Aktualna sytuacja to prawdziwy test, który zweryfikuje, czy firmy faktycznie były przygotowane na kryzys i jak sobie z nim poradzą.

**Świadomy lider**

*- Obecna sytuacja to przede wszystkim test przywództwa. Pokazuje nasze przygotowanie, myślenie długoterminowe i przewidywanie, a także posiadaną elastyczność działania, gotowość uczenia się
i wychodzenia poza schemat. Aktualnie potrzebujemy liderów, którzy dostrzegają w trudnej sytuacji możliwości, są otwarci na wyzwania, posiadają samodyscyplinę i dobre nawyki. Tacy liderzy będą lepiej radzić sobie w tych i każdych innych okolicznościach.* – mówi Katarzyna Richter oraz dodaje:

*- Przykładem szybkiego działania i przystosowania się do sytuacji kryzysu epidemiologicznego może być LVMH, która wstrzymała produkcję perfum Dior i Givenchy i zaczęła produkować żel antybakteryjny, podobnie jak Verdant Spirits, szkocki producent ginu, który przestawił linię produkcyjną i rozpoczął produkcję żelu do dezynfekcji rąk, czy AskHenry, która oferuje usługi konsjerża i wprowadza do swojej oferty wykonywanie zakupów spożywczych dla swoich klientów.*

Świadomy lider to osoba, która potrafi zarządzać sobą i innymi. Potrafi zapanować nad emocjami
i podejmować decyzje z głową wolną od piętrzących się myśli. Rola uważności i wellbeingu odgrywa
w sytuacjach kryzysowych zasadniczą rolę. Świadomy lider przejdzie do działania według procedur antykryzysowych, a jeśli w firmie nie ma planu działania kryzysowego, to skupi się na szybkim jego stworzeniu. Ważne przy działaniu jest spojrzenie na sytuację z perspektywy pracownika, jak wpłynie to na jego stan psychofizyczny. Zastanowienie się, jak pracownicy radzą sobie z tolerancją sytuacji niepewnej. O czym myślą? Co ich stresuje? Najczęściej jest to martwienie się o ciągłość pracy, zapewnienie opieki nad dzieckiem, stabilność finansowa.

**Rola komunikacji w sytuacji kryzysowej jest nie do przecenienia**

Autentyczność, transparentność i czas przekazania informacji pracownikom jest kluczowa, wpływa
na to, jak pracownicy odpowiedzą na sytuację kryzysową.

- *Rozpoczęcie komunikacji z pracownikami leży po stronie lidera. Rozmowa może zredukować stres
i pomóc w zrozumieniu sytuacji, ponieważ uzyskają oni wiedzę o tym, jak obecny kryzys wpływa na ich pozycję i co pracodawca będzie robić, aby ich wesprzeć. Cisza i brak komunikacji z pracownikami jest najgorszą opcją, jaką można wybrać, gdyż powoduje rozprzestrzenianie się negatywnych emocji takich, jak strach i niepokój oraz szerzenie plotek i utratę zaufania. –* podkreśla Katarzyna Richter oraz dodaje:

*- Ważne jest, aby liderzy pozostali jak najlepiej poinformowani i czerpali wiedzę z wiarygodnych źródeł. Przy konstruowaniu komunikatów do pracowników warto wziąć pod uwagę ich perspektywę, sprawić, aby komunikat odnosił się do ich uczuć i obaw oraz był spójny z wartościami organizacji, którą reprezentują.*

Sytuacja pandemii to lekcja pokory dla nas wszystkich, w której kluczową rolę odegrają spokój, tolerancja niepewności oraz umiejętność szybkiego dostosowywania się do dynamicznie zmieniających się warunków.

Więcej informacji:

Biuro Prasowe Katarzyny Richter
Maria Antoszewska

+48 666 059 526
m.antoszewska@lensomai.com

…………………………

**Katarzyna Richter –** międzynarodowy specjalista w zakresie HR i psychologii międzykulturowej z ponad z 10-letnim stażem. Pracowała z przedstawicielami ponad 100 narodowości, doradzając w zakresie komunikacji międzykulturowej oraz rekrutacji. W swojej karierze zrekrutowała blisko 1000 specjalistów. Doświadczenie w zakresie najwyższych standardów obsługi klienta, rekrutacji i employer brandingu zdobywała pracując dla światowych potentatów lotniczych takich jak: Emirates, Etihad czy Qatar Airways. Autorka przewodnika kariery "Life After Flying". Katarzyna Richter doradza również w sektorze MSP, pomagając im w budowaniu silnej pozycji poprzez employer branding. Wspiera ich swoim wieloletnim doświadczeniem oraz organizuje międzynarodowe wyjazdy z cyfrowym detoksem dla kadr zarządzających. Jest również wykładowcą i autorką licznych publikacji o tematyce podróży, HR i komunikacji międzykulturowej w biznesie, a także założycielką firmy szkoleniowo – doradczej Deal with Culture.