

Source The Business Standard le 8 novembre 2022

How to navigate a recession

Comment naviguer en période de récession

[Salekeen Ibrahim](#)

A recession is a substantial decline in overall economic activity, lasting more than a few months, typically visible in real gross domestic product, actual income, employment, industrial production, and wholesale-retail sales.

In maximum recessions, economic productivity and employment decline simultaneously. Ultimately, higher unemployment leads to lower consumer spending and that creates a vicious cycle.

Since Bangladesh's economy is currently in the graduation stage, a recession will have a significant adverse impact on economic growth. The economy will receive a blow if we are not serious in the precaution stage.

Recessions are bad news for small businesses. For small businesses with little cash reserves, the general economic belt-tightening and expense mounting can make it harder for sales growth, procurement at fair prices, and the overall cash flow system of any enterprise.

However, it might not be all bad news, though with the right preparation in place. We may come out better than most if we act properly with adequate groundwork during and before a recession.

To start with, we have to remember when a recession hits, clients take a little longer to pay up, and we have to be aware of the probability that some may not be able to pay at all.

Cash flow is the biggest issue concerning small businesses. Without handsome cash reserves to fall back on, we can get stuck relying on clients' prompt payments. Monitoring and follow-up for collection need special focus.

When people are tightening their purse strings, we need to tighten our business belts as well. Cutting on unnecessary spending and renegotiating vendor agreements with more favourable terms might be the area of application during a recession.

During a recession, it is important to do whatever we can to stay top-of-mind for customers. Despite the financial hardships we may be experiencing, be sure to budget funds for marketing with a cost to create a strong online presence and do our best to stay in front of your customer's minds.

Happy customers increase business. Repeat and referral business is exceedingly important in a recession. Ensuring that our end-users are happy is vital in any economy, especially in a recession. When money gets tight, everyone looks for ways to cut expenses.

In a stable business, we allow our employees to pursue various types of activities--some profitable, some may not. Getting into a recession is the best time to perform an audit of our employees' activities and get a very clear understanding of what is profitable.

This might not be a good time when we should be investing heavily in completely new business ventures. Rather, it is worth testing out some creative ideas with our existing products and offerings. During tough times, we probably won't be thriving unless we are really lucky. More than anything we should be in maintenance mode.

Traditionally, we should focus on debt repayments ahead of a recession. In some ways, it makes sense to get that major burden out of the way. Sometimes it's smarter to continue making minimum payments on existing debts during recessions.

Recessions can be scary for a small business owner but oftentimes they can help us find places to optimise our business. When we go through a hostile situation, we are able to build confidence in our abilities. Buckle down and focus on what we can control. The right moves will set you up for success in the coming days.

Comment naviguer en période de récession

Une récession est une baisse substantielle de l'activité économique globale, qui dure plus de quelques mois et qui est généralement visible dans le produit intérieur brut réel, le revenu réel, l'emploi, la production industrielle et les ventes en gros et au détail.

Dans les récessions maximales, la productivité économique et l'emploi diminuent simultanément. En fin de compte, un chômage plus élevé entraîne une baisse des dépenses de consommation, ce qui crée un cercle vicieux.

L'économie du Bangladesh étant actuellement en phase de graduation, une récession aura un impact négatif important sur la croissance économique. L'économie recevra un coup dur si nous ne sommes pas sérieux au stade de la précaution.

Les récessions sont une mauvaise nouvelle pour les petites entreprises. Pour les petites entreprises disposant de peu de réserves de liquidités, le resserrement général de la ceinture économique et l'augmentation des dépenses peuvent rendre plus difficile la croissance des ventes, l'approvisionnement à des prix équitables et le système global de flux de trésorerie de toute entreprise.

Cependant, les nouvelles ne sont pas toutes mauvaises, à condition de bien se préparer. Nous pourrions nous en sortir mieux que la plupart des entreprises si nous agissons correctement et si nous préparons le terrain pendant et avant une récession.

Pour commencer, nous devons nous rappeler que lorsqu'une récession frappe, les clients prennent un peu plus de temps pour payer, et nous devons être conscients de la probabilité que certains ne soient pas en mesure de payer du tout.

La trésorerie est le principal problème des petites entreprises. Sans de belles réserves de liquidités sur lesquelles s'appuyer, nous pouvons nous retrouver coincés à compter sur les paiements rapides des clients. La surveillance et le suivi du recouvrement doivent faire l'objet d'une attention particulière.

Lorsque les gens se serrent les cordons de la bourse, nous devons également nous serrer la ceinture. La réduction des dépenses inutiles et la renégociation des accords avec les fournisseurs à des conditions plus favorables peuvent être le domaine d'application en période de récession.

En période de récession, il est important de faire tout ce qui est en notre pouvoir pour rester dans le collimateur des clients. Malgré les difficultés financières que nous pouvons rencontrer, assurez-vous de budgétiser des fonds pour le marketing, avec un coût pour créer une forte présence en ligne et faire de notre mieux pour rester dans l'esprit de vos clients.

Les clients heureux augmentent les affaires. En période de récession, il est extrêmement important d'avoir des clients fidèles et des références. Veiller à ce que nos utilisateurs finaux soient satisfaits est vital dans toute économie, surtout en période de récession. Lorsque l'argent se fait rare, tout le monde cherche à réduire les dépenses.

Dans une entreprise stable, nous permettons à nos employés de s'adonner à divers types d'activités, certaines rentables, d'autres non. Entrer dans une récession est le meilleur moment pour effectuer un audit des activités de nos employés et avoir une idée très claire de ce qui est rentable.

Ce n'est peut-être pas le bon moment pour investir massivement dans des entreprises totalement nouvelles. Il convient plutôt de tester quelques idées créatives avec nos produits et offres existants. En période difficile, nous ne prospérerons probablement pas, à moins d'avoir beaucoup de chance. Nous devrions surtout être en mode maintenance.

Traditionnellement, nous devrions nous concentrer sur le remboursement des dettes avant une récession. D'une certaine manière, il est logique de se débarrasser de ce lourd fardeau. Parfois, il est plus judicieux de continuer à effectuer des paiements minimums sur les dettes existantes pendant les récessions.

Les récessions peuvent être effrayantes pour un propriétaire de petite entreprise, mais elles peuvent souvent nous aider à trouver des moyens d'optimiser notre activité. Lorsque nous traversons une situation hostile, nous sommes en mesure de prendre confiance en nos capacités. Il faut s'attacher et se concentrer sur ce que nous pouvons contrôler. Les bons gestes vous mettront sur la voie du succès dans les jours à venir.