



## Het overbodige laten varen in 2009?

**H**et eerste wat een financieel directeur doet bij problemen, is het mes zetten in alle abonnementen. Het engagement van een klant ten aanzien van een leverancier lijkt op een soort noodlottige valstrik waarin de klant gevangen zit en waaruit hij zo snel mogelijk moet ontsnappen.

Tegelijk maakt uw leverancier deel uit van een ecosysteem en zal hij u de beste tarieven toekennen zodra u zich voor een lange tijd kan engageren. Het is een belangrijk gegeven in de efficiënte werking van ons ecosysteem klant/leverancier. Zo ook in de uitgeverwereld waar een adverteerder met een zeker mediabudget zich in 2009 een beste prijs én meer *media exposure* voor hetzelfde budget kan onderhandelen.

Verminder misschien het aantal leveranciers, maar blijf u engageren als u werkelijk wenst om besparingen te doen in 2009. Vergeet ook niet om op tijd te betalen. Geld innen creëert extra kosten en stress bij uw leverancier die riskeert om u elke dag te moeten lastigvallen om te weten wanneer hij zal worden betaald.

De tweede oplossing van de financiële directeur bij problemen is om te knippen in alle marketingbudgetten. Het geeft ook een idee van het imago van het marketingdepartement in bedrijven. Het is geen inkrimping met 15 procent van het budget zoals voor de andere afdelingen. Het is onmiddellijk een ellendige en gevoelloze ingreep van 50 procent.

Marketeers aller lande, het is tijd om te revolteren en om het territorium te beschermen waar u zo lang voor gewerkt hebt. Men heeft al in 2001 uw ploeg herleid en men wil u in 2009 nog eens op de knieën dwingen.

Om af te sluiten. De financiële directeur zal ongetwijfeld ook knippen in de budgetten van alle evenementen voor werkgever en klanten. Beide moeten kunnen begrijpen dat dergelijke evenementen in tijden van crisis al snel buitensporig lijken en dat het vooral overbodige budgetten zijn. Maar tegelijk, en nog meer in een crisisperiode, mag men niet vergeten dat de heren en dames waar uw onderneming uit bestaat, nood hebben om hun succes te vieren teneinde hun samenhangingsgevoel te versterken, net als hun motivatie en hun fierheid om tot uw organisatie te behoren. ■

PIERRE MERCIER, Managing director, COMPUTER PROFILE, pierre@computerprofile.com  
BRUNO VAN MARSENILLE, Managing director, SIZE COMMUNICATION, bruno@sizecom.be



## Indiase IT daverd na perikelen bij Wipro en Satyam

KARSTEN LEMMENS

**C**onsternatie in de Indiase IT-wereld. Wipro, het derde grootste IT-bedrijf van India, mag vier jaar lang geen zaken doen met de Wereldbank. Wipro wordt tijdelijk verbannen omdat het aandelen verkocht aan werknemers van de Wereldbank.

Veel erger vergaat het Satyam, de vierde

topman van Satyam, Ramalinga Raju, gaf in een brief aan de Raad van Bestuur toe dat er de laatste jaren op grote schaal werd geknoeid met de boekhouding van het bedrijf. Het had systematisch opbrengsten in de boekhouding ingeschreven die nooit werden gerealiseerd. Zo 'verzon' het bedrijf in het derde kwartaal van vorig jaar 50,4 miljard roepie, oftewel 771 miljoen euro. De toplui van het IT-dienstenbedrijf werden aangehouden en belandden in de gevangenis.

De problemen bij Satyam brengen bank en verzekeraar Dexia in verlegenheid. Die sloot vorige zomer een grote outsourcingdeal met Satyam die bijna tien miljoen dollar per jaar zou kunnen bedragen. De vakbonden zien in de perikelen bij Satyam hun eerdere argwaan bevestigd. Zij hadden van bij het begin kritiek op de deal. Volgens de vakbond bij Dexia zijn projecten die buiten de 'Westerse periferie' liggen riskant, door de taal- en cultuurbarrière. Zo ver wil de bank nog niet gaan. Volgens de Dexia-woordvoester is de bank "niet blootgesteld aan een bijzonder risico". Al volgt men de situatie op de voet. ■

“De problemen bij Satyam brengen Dexia in verlegenheid.”

speler van het land, waar financiële fraude aan het licht kwam. Er zou ter waarde van 1 miljard dollar zijn gefraudeerd. De