



# BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 38 18.03.2005.

## BUSINESS

**Bankari i emocije.** Savetnici sa Vol Strita počeli su da ispoljavaju svoju emotivnu stranu. Mnoge banke i finansijske firme treniraju svoje savetnike da sa klijetima pričaju o njihovim snovima, vrednostima i životnim ciljevima. Ovakav pristup zaista je nov i neobičan za klijente koji navikli na planiranje putem brojeva i grafikona. „Neki klijenti su otvorili svoju dušu i zaplakali, dok su neki komentarisali kako već 20 godina čekaju na takva pitanja savetnika“ – kaže *Endi Bajer* jedan od savetnika koji primenjuje ovu strategiju. Konsultanti *Amerikan Ekspresa* već tri godine rade na ovoj strategiji, a klijenti odgovaraju na različita pitanja. Na primer, koje tri ličnosti imaju najveći uticaj na vaš život ili koja su tri događaja promenila vaš odnos prema poslu. „Ukoliko se savetnik interesuje za mene i moje probleme zbog čega bi ga menjao?“ – kaže jedan zadovoljan klijent.

**Treniranje etike.** Čak 45 odsto kompanija u Velikoj Britaniji svim svojim zaposlenima obezbeđuje treninge iz oblasti poslovne etike, pokazuje najnovije istraživanje Instituta za biznis etiku sprovedeno među najvećim britanskim kompanijama. Rezultati pokazuju širu primenu etičkih kodeksa, naročito onih koji se odnose na zaposlene. Sve više direktora i upravnih odbora preuzima direktnu odgovornost za etičke programe u kompaniji. Međutim, jaz između proklamovanih principa i vrednosti u odnosu na praksu ostaje još uvek veliki.

**Bruto, neto, plata i po.** Prosečan godišnji kompenzacijski paket izvršnog direktora u Americi iznosi oko 4.4 miliona dolara, pokazuje istraživanje konsultantske kuće *Mercer Consulting*. Ove godine bonusi za direktore i visoke menadžere povećani su za 46 odsto što je otvorilo većitu temu u javnosti - zbog čega su plate toliko velike i da li direktorska plata koja je 160 puta veća od prosečne plate zaposlenih narušava jedinstvo kompanije? *Robert Kazanjian*, profesor na *Emori* univerzitetu, smatra da je povećanje plata projekcija prošle godine koja je za mnoge kompanije bila uspešna. S obzirom na to da većina ugovora glavnih izvršilaca uključuje i dostizanje određenih ciljeva, to znači da što više ciljeva postignu, direktori imaju i veću platu. Mnoga istraživanja pokazuju i da zaposleni po pravilu ne brinu mnogo o visini plata pretpostavljenih, ukoliko im je dobro u njihovim kompanijama.



**Najbogatiji.** Na već poznatoj Forbsovoj listi najbogatijih ljudi na svetu koju su ove nedelje objavili svi svetski mediji nalaze se milijarderi iz 47 zemalja sveta među kojima su i građani Kazahstana, Poljske, Ukrajine pa čak i Islanda. Interesantno je da se na novoj listi među novim tajkunima nalazi 69 Amerikanca i 38 Evropljana, a polovina njih je do bogatstva došlo potpuno samostalno bez ikakvog porodičnog nasledja. Prvi na listi već 11 godina je neprikosnoveni *Bil Gejts*.

**Daje se na znanje.** Pošto mnogi građani nisu odgovorili na ponovljene zahteve da plate zaostale poreze na imovinu, vlasti u jednom indijskom gradu su poslale dvadeset grupa bubnjara da non-stop sviraju ispred kuća dužnika sve dok ne plate. Pošto naprave spektakl ispred kuća dužnika, bubnjari ih izvuku napolje i podsete ih na njihove dugove i na obavezu da ih što pre izmire. Građani duguju gradu 50 miliona rupija (1,15 miliona dolara) u porezu. Novi metod izgleda funkcioniše. Posle jedne nedelje neprekidne buke, izmireno je 18 posto dugovanja. Ako naše vlasti nisu bile dovoljno kreativne, eto inspiracije.

**Vodafone u komšiluku.** Najveći svetski operater mobilne telefonije britanski *Vodafone* kupiče za 3,5 milijarde dolara trećeg po veličini češkog operatera *Oskara* i najvećeg rumunskog operatera *MobiFon*, saopšteno je iz centrale ove firme. Ova kompanija ima oko 152 miliona korisnika u Evropi, SAD i istočnoj Aziji.

## COMMUNICATIONS

**Robin Hud u borbi protiv siromaštva.** Oprobanu radikalnu ali nenasilnu kampanju koju sprovodi udruženje *Fathers4Justice* u Engleskoj primenio je i građanin Hongkonga, *Mat Pirs*, koji se maskiran u Robina Huda, lisicama vezao za zgradu Berze u znak protesta protiv siromaštva u ovom gradu. Ubrzo je uhapšen, ali je prethodno uspeo da skrene pažnju brojnih medija na svoju organizaciju. *Pirs* je aktivista grupe *Međunarodna akcija* koja se bori protiv socijalne nepravde, a njegova akcija je izvedena dan uoči usvajanja lokalnog budžeta.

**Najslavniji Francuz.** Šarl De Gol je najistaknutiji Francuz u istoriji ove zemlje, a ujedno i jedini političar koji se našao na listi 10 najomiljenijih predstavnika francuske nacije, rezultat je glasanja televizijskih gledalaca. Na listi su se našli *Marija Kiri*, *Luj Paster*, *Viktor Igo*, *Molijer*, *Edit Pjaf* i *Žak Kusto*. Interesantno je da je slavni Napoleon zauzeo tek 16. mesto, a predsednik *Žak Širak* se našao na 42. poziciji.

**Mobilne igrarije.** Kompanija *Sony Erikson* će poslati šestoro ljudi na dvanaestodnevni put oko sveta kao deo nove globalne *online reality* igre *WorldQuest.05*. kako bi promovisao svoje telefone na 27 tržišta. Takmičari će se nadmetati u nizu izazova u Džakarti, Peking, Barseloni, Stokholmu, Sao Paulu i Njujorku koristeći svoju veštinu, brzinu i *Sony Erikson* mobilnu tehnologiju da osvoje titulu „Master of Mobility“. Igre su bazirane na različitim funkcijama ovog telefona. Cilj akcije je upoznati nove korisnike sa *Sony Erikson* brendom i priključiti novih 350 000 ljudi bazi podataka za bilten koja već ima 2,5 miliona pretplatnika.

**Novinarstvo u Americi.** Izveštaji medija iz Iraka nisu bili ni pretežno negativno niti pozitivno obojeni, pokazuje istraživanje Instituta za novinarstvo. Ovo je rezultat medija monitoringa oko 2 200 TV priloga, članaka i veb sajtova. Studija pokazuje da je tek 25 odsto priča bilo negativno obojeno i 20 odsto pozitivno. „Većina izveštaja bile su, jednostavno, vesti“ – kaže direktor projekta Tom Rosenstil. Studija zasigurno neće promeniti mišljenje pristalica rata u Iraku koji inače misle da su mediji neprijateljski nastrojeni prema Bušu, ili oponentata koji smatraju da novinari ne istražuju dovoljno.

**Ribokovi promoteri.** Kompanija Ribok je optužena za glorifikovanje kulture oružja u svojoj najnovijoj reklami sa sloganom „I am what I am“ koja prikazuje repera 50 Cent kako broji do 9 aludirajući na činjenicu da je preživeo devet oružanih napada. On je prikazan pored policijskih dosijea sa otiscima prstiju. Ova reklamu je osudila organizacija „The Disarm Trust“ koja se bori protiv korišćenja vatrenog oružja. Portparol Riboka negirala je da kampanja podržava oružje i kriminal: „Ribok ne podržava svaku akciju, izbor ili stav atleta i izvođača koji nose naše proizvode.“ Ona je dodala da će se kontraverzna reklama, emitovati samo tokom TV emisija i u magazinima koji su namenjeni punoletnim osobama.

**Veća šteta nego korist.** „Katastrofa!“ Ovim rečima je direktor jedne neprofitne organizacije u SAD opisao incident koji se dogodio zbog toga što je vašingtonska firma Rock Creek Creative htela da se promovise kroz lepu lokalnu medijsku priču o uvođenju novih tehnologija u Ukrajini. Navedena firma izdala je saopštenje za javnost u kome se navodi da je imala određenu ulogu u ukrajinskoj „narandžastoj“ revoluciji. Ruski mediji su ovo saopštenje protumačili kao konkretni dokaz da su SAD ipak umešale svoje prste u predsedničke izbore. Pokušali su da isprave grešku tvrdeći da ih je samo unajmila NVO „Global Fairness Initiative“ kako bi kreirali sajt za konferenciju u Kijevu pod nazivom „Ukrajina u Evropi i svetu“, ali je šteta već izazvana.

## SEARCH MARKETING – INTERNET I CYBER REPUTACIJA



U svetu integriranih marketinških komunikacija više nije dovoljno imati veb sajt. Potrebno ga je dobro promovisati. Vaš poslovni sajt ne razlikuje se mnogo od rafa u radnji. Kako bi bio uspešan potrebno mu je obezbediti dobru i vidnu poziciju. Ukoliko ga je teško pronaći on neće privući veliki broj zainteresovanih. Srećom, upotrebom pretraživača lako je promovisati sajt i povećati doseg. Takozvani „search marketing“ je najefikasnija metoda oglašavanja na vebu koja vam dozvoljava da za minimalnu svotu novca dosegnete do što većeg broja potrošača. U slučaju „search engine“ marketinga, situacija je obrnuta; umesto da se poruke šalju naslepo širokoj publici, korisnici Interneta u ovom slučaju biraju sadržaje ispisujući ključnu reč na pretraživačima kao što su Google, Yahoo i MSN. Ukoliko se vas sajt nalazi na listi prvih 10 izlistanih sajtova postoji veća mogućnost da korisnik poseti vaš sajt. Postoji četiri načina uspešnog prezentovanja na netu.

**1. Osnovna pretraga.** To podrazumeva da prilikom kreiranja sajta programiranjem učinite da on postane vidljiviji za svaku pretraživač. To se može postići dodavanjem ključnih reči, menjanjem arhitekture sajta sa HTML kodom. Ove detalje bi trebalo da zna vaš veb developer.

**2. Plaćena pretraga.** Ovo je vrsta „pay per click“ marketinga koji se obično u svetu obavlja tako što klijent pretraživaču plati određenu sumu novca svaki put kada korisnik klikne na njegov sajt. Ova metoda obezbeđuje da odabirom ključnih reči sajt vaše kompanije uvek bude pri vrhu, dakle jasno uočljiv.

**3. Potraga za proizvodima** podrazumeva da prijavite vaš sajt na šoping direktorijume i šoping sajtove. Ovi sajtovi omogućavaju potrošačima da pored, recimo, cene proizvoda. Ukoliko korisnik klikne na vaš proizvod direktno ide na vaš sajt. Na vama je da ga i dalje zadržite.

**4. „Local search marketing“** je slična metoda online Yellow Pages kada korisnik traži određeni proizvod i želi da ga kupi u najbližoj radnji. Ukoliko prodajete taj proizvod i to negde u korisnikovom komšiluku, ovo je idealan način da se on upozna sa vašim proizvodom preko Interneta i kasnije ga lično kupi u radnji.



Šta je kriza i kako je predvideti? Kada kriza već krene - šta činiti? Krizni štab, ko je glavni, ko šta radi? Šta preduzeti kada javnost traži objašnjenje? Koja je uloga zaposlenih? Šta raditi kada se kriza okonča? Odgovore na ova pitanja potražite na seminaru „Krizni PR“ koji će se u organizaciji konsultantske kuće **Bovan Communications** održati 25. i 26. marta u Beogradu. Vaši vodiči kroz krizni svet komunikacija biće Ana B. Bovan, Lynne Montgomery, Damir Hrustanović i Maja Reić. Javite se! [edusfera@bovan.co.yu](mailto:edusfera@bovan.co.yu), tel: 011/ 3036 133 i 3036 134

### Business quotes

Ne želite da drugi znaju šta ste uradili? Bolje onda i ne počinjte posao.

Kineska poslovica

### Seminari, konferencije:

- 25. i 26. mart, seminar **Krizni PR**, Beograd
- 22. - 24. juni, **The Strategic HR Summit**, London
- 18. - 20. april, **Oil&Gas 2005 Strategic conference**, Nigerija

Petak, 12 stepeni, kafa u bašti kafića, mobilni telefon, podsetnik i odštampan BC Bilten na stolu. Dočekali smo proleće.

Vaš Bovan team



Bovan Consulting

Urednik: Ana B. Bovan

Zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i M. Barać, S. Koprivica, D. Hrustanović, M. Reić, I. Marković, N. Medojević, M. Bučković

Prijava i reklamiranje: [bc.bilten@bovan.co.yu](mailto:bc.bilten@bovan.co.yu)

Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Republika Srbija i posetite [bovan.co.yu](http://bovan.co.yu)

Fix + 381 11 3036 133, 3036 134, fax +381 11 3284 380