



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 47 27.05.2005.

BUSINESS

EBRD: pozitivni signali. "Srbija i Crna Gora se kreću napred i imaju potencijal za rast. Postoje i jasni pozitivni signali iz vaše Vlade koja je potpisala sporazum sa Međunarodnim monetarnim fondom. Mi već vidimo reforme. To je dobar primer. Stvari se kreću u pozitivnom smeru. Razgovarao sam sa mnogim stranim investitorima i oni su veoma zainteresovani za ulaganja"- izjavio je specijalno za BC Bilten predsednik *Evropske banke za obnovu i razvoj Žan Lemijer* tokom posete najuspešnijim kompanijama u Beogradu.

Papagaj na lizing. U prodavnici za kućne ljubimce u bugarskom gradu *Stara Zagora* od trenutka uvođenja prodaje putem lizinga, promet je naglo uvećan, beleže sofijski mediji. Zavisno od cene živih „ekspozata“ rok lizinga određen je do tri godine. Najveću prodajnu cenu od 5.400 leva (oko 2.700 evra), koliko recimo u Bugarskoj košta dobro očuvan polovni auto, ima papagaj *Marta*. Vlasnica prodavnice odredila je *Marti* astronomsku cenu zato što zna da izgovori više reči, a u međuvremenu je naučila i reč „lizing“, koju najčešće čuje od mušterija.

Sve što niste znali o tržištu kapitala. Zahvaljujući magazinu *Ekonomist* građani su juče u Knez Mihailovoj ulici imali priliku da članovima *Beogradske berze, Akcijskog fonda Srbije, Centralnog registra* i predstavnicima brokerskih kuća besplatno postave pitanja u vezi sa akcijama i od njih dobiju savete u oblasti tržišta kapitala. Akcija „Sve što niste smeli da pitate o akcijama a želeli ste“ priređena je u susret konferenciji „*Budućnost tržišta kapitala na Balkanu*“, koja se održava 6. i 7. juna u beogradskom hotelu *Hajat*. Organizator je *NIP E Press*, izdavač magazina *Ekonomist*.



Brokери savetuju građane

Slovenci bliži Zapadu. Kvalitet uslova života u Sloveniji bliži je kvalitetu života u starim članicama Evropske unije nego u novim, rezultat je istraživanja koje je obavila Evropska fondacija za poboljšanje uslova života i rada. Istraživanje je pokazalo da prosečni mesečni dohodak u Sloveniji iznosi 757 evra. To je više nego u drugim novim članicama, ali i Grčkoj, i veoma blizu prosečnom dohotku u Španiji. U poređenju sa drugim Evropljanima Slovenci su mnogo veći optimisti u pogledu svoje budućnosti, jer čak njih 27 odsto budućnost vidi pozitivno.

Automobil koji sprečava nesreću. Vlasnik *Majrosofta Bil Gejts* i njegov kolega u automobilskom divu *Ford motors*, u osnovnim crtama predstavili su budućnost u kojoj će softver omogućiti automobilima da se poprave i izbegnu nesreće. *Bil Gejts* i *Bil Ford mlađi*, *Fordov* izvršni direktor, kazali su da će tehnologije prepoznavanja glasa, kamere, digitalni kalendari i navigacijska oprema za smerove i uslove na putu omogućiti nekim automobilskim kompanijama prednost u odnosu na konkurenciju. U budućnosti će postojati automobil koji neće dozvoliti da se dogodi nesreća – kaže Gejts.

COMMUNICATIONS

Sukob interesa. Kada je u pitanju trka za novog Olimpijskog grada domaćina, u reklamnoj industriji biznis dolazi ispred patriotizma za *Ser Martina Sorela*, vlasnika jedne od najmoćnijih marketinških grupa *WPP*. Marketing i reklamni guru je izrazio jaku ličnu podršku nominaciji Londona, dok njegova *WPP* grupa vodi projekte rivalskih gradova. U zagrejanj atmosferi pred predstojeće glasanje Međunarodnog olimpijskog komiteta u Singapuru 6. jula, *WPP* grupa radi ponudu Pariza, Moskve i Njujorka kroz svoje agencije *Ogilvy & Mather*, *Burson-Marsteller* i *US WPP*. "Konflikti su normalna stvar u ovako velikim kompanijama" – kažu stručnjaci. *Ser Sorel* za sada uspešno balansira oštre rivalske interese *Unilevera* i *Procter & Gamble* vodeći njihove reklamne projekte u različitim agencijama u okviru svoje mreže kompanija.

Reklama koja uči decu da pljuju. Nova TV reklama za *Fantu Z*, piće sa malo šećera, koja pokazuje kako ljudi pljuju mlazove ovog pića, izazvala je 113 žalbi roditelja koji tvrde da reklama negativno utiče na njihovu decu. "Pokušavamo da naučimo našu decu da ne treba da pljuju, a ova reklama ih ohrabruje" kaže roditelj koji je kontaktirao regulatorno marketinško telo. Čak 1000 roditelja je izrazilo svoje negodovanje, čime je ovo postala najveća žalba protiv TV reklame u Britaniji. *Coca-Cola*, koja je vlasnik *Fante*, ulaže veliki novac u reklamiranje nove *Fante* posle pada prodaje pića u Velikoj Britaniji. TV reklama pokazuje atraktivan par na pikniku koji piju limenke *Fanta Light* i posle jednog gutlja pljuju sok. Par elegantnih dama koje igraju tenis su takođe prikazane kako pljuju staru *Fantu*.

Bojkot crvenih đavola. Navijači *Mančester Junajteda* oformili su lobističku grupu *Shareholders United* koja na sve načine želi da vrši opstrukciju protiv novog vlasnika kluba, *Malkoma Glejzera* kako bi se predomislio u vezi sa kupovinom. Oni su zatražili od konkurentskih kompanija i navijača kluba da pruže podršku u bojkotu zvaničnih sponzora kluba - kompanija *Vodafone*, *Nike* i *Pepsi*. „Tražimo od ljudi da se okrenu od oficijelnih brendova“ - kaže portparol grupe *Oliver Hjuston*. Predstavnici grupe *Shareholders United* veruju da navijači mogu uticati na klub ako uskrate podršku njegovim sponzorima. U grupi tvrde da je već 30 000 navijača *Mančestera* otkazalo svoje ugovore sa mobilnim operatorom *Vodofonom*. U ovoj kompaniji ovu informaciju oštro demantuju.

Internet diktira nove novinske forme. Mnogi listovi u Vašingtonu postali su rodonačelnici novih tipova novina koje nastoje da se prilagode izazovima nove tehnologije koja smanjuje broj redovnih čitaoca. Listovi malog formata koji liče na tabloide besplatno se dele građanima koji koriste javni prevoz do radnih mesta. „Besplatni primerak, manji format, kraći članci, brže čitanje i tekstovi pisani tako da mogu da privuku i mlađe čitaoce koju uglavnom ne čitaju vodeće dnevnik: to je pobjednička forma“ – kaže Skot Mekiben, urednik lista *Egzeminer*. Za sve ostale lojalne čitaoce ostaje cela bogata sadržina na internetu.

Muškarci kao pouzdaniji izvor informacija. Muškarci su mnogo češće citirani izvori informacija u američkim medijima nego žene iako one čine više od polovine populacije i skoro polovinu radne snage, pokazuju rezultati nove studije. Urednici vesti oslanjaju se na muškarce kao izvore informacija dvostruko češće nego na žene. Žene su češće citirani izvori samo u pričama o načinu života i zdravlju dok su muškarci dominantniji u temama od nacionalnog interesa pa sve do zabave.

Izrael – uzbudljiva destinacija. Izrael se nada da će sa svojom novom reklamnom i PR kampanjom promeniti imidž kao jedne od najproblematičnijih svetskih oblasti, i steći imidž uzbudljive destinacije za odmor. Ministarstvo turizma Izraela je u fazi biranja reklamnih agencija za internacionalnu kampanju. "Želimo da ljudi postanu svesni da je Izrael prelepa zemlja koja ima puno toga da ponudi. To nije ratna zona kao što mnogi misle. Ljudi su informisani samo o bombama i negativnim stvarima, a to nema nikakve veze sa turističkim zonama" kaže portparol izraelske vlade. Vladin turistički biro želi da promoviše zemlju i naglasi njena naučna i kulturna dostignuća.

TIME MANAGEMENT 3 – Kako se braniti od nepoželjnih posetilaca



Vrlo lako se može desiti da Vam samo jedna „neplanirana poseta“ poremeti čitav plan dnevnih aktivnosti. Desetine sastanaka, usijani telefoni, nervozni šefovi, mogu biti upotpunjeni „neplaniranim posetiocem“ i čuvenim pitanjem „Zdravo, imaš minut?“ lako većina Vas u tom trenutku pomisli „Samo si mi još ti potreban“ zbog učtivosti ili prijateljstva odgovorićete mu potvrdno. Obično se taj „minut“, produži na desetak minuta ili duže, a vreme koje vam je potrebno da se skoncentrišete na svoj posao traje još duže. Pokušajte da primenjujete sledeća pravila.

Udovoljiti zahtevu neplaniranog posetioca

Na ovaj potez opredelite se isključivo u situacijama koje su veoma alarmantne i urgentne i ako se stvarno radi o samo jednom minutu.

Odložite sastanak

Odlaganje sastanka može biti najbolje rešenje, ali pazite da tim potezom ne uvredite posetioca. Postoji veliki broj ljudi koji misle da su uvek prvi na listi svačijih prioriteta.

Sa prijateljima iskreno

Prijateljima slobodno možete reći u kakvom ste problemu, otvoreno im recite da nemate vremena. Ako su dobronamerni – razumeće!

Ne sedajte za sto

Na samom početku razgovora ograničite njegovo trajanje. Razgovor vodite stojeći. Ako posetioca pozovete da sedne, računajte da razgovor može potrajati.

Smestite se u mirniji deo kancelarije

Ako se vaša kancelarija ili radni sto nalaze na „prometnom“ mestu, možete očekivati brojne „posetioce“. Ako možete, izaberite neku kancelariju koja nije na „putu“; držite zatvorena vrata, svoj radni sto okrenite tako da ne gledate u one koji prolaze.

Na poslu samo o poslu

Ako vaš sagovornik, čiji je motiv za dolazak posao, želi da pokrene neke druge, neobavezne teme – vi treba da preduzmete inicijativu i da mu stavite do znanja da posao ima prioritet.

Krenite u susret

Ako vidite da vašem stolu prilazi kolega koji je poznat po takvim neobaveznim razgovorima, ustanite, krenite mu u susret, napravite korak prema vratima i predložite da „procaskate“ kasnije za vreme pauze.

Business quotes

“Loša vest je da najmanje radiš od svih ljudi u firmi.
Dobra vest je da najmanje grešiš.”

Poslodavac

Seminari, konferencije:

6 -7. jun – **Budućnost tržišta kapitala na Balkanu**, Beograd, organizator *E press*, izdavač magazina *Ekonomist*
21. oktobar -**The 3rd Regional Conference on South East Europe** – Dubrovnik

Uskoro će kraj meseca a po svemu sudeći vi i ovoga puta nećete dobiti povišicu. Ne brinite! Novac ne može da Vam kupi sreću, ali zato postoje kreditne kartice.

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, A. Yoshida, O. Vladušić
Prijava i reklamiranje: bovan.comm@bovan.co.yu
Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Republika Srbija i posetite bovan.co.yu
Fix + 381 11 3036 133, 3036 134, fax +381 11 3284 380