



BC BILTEN



NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA

BR. 50 17.05.2005.

BUSINESS

Poštovani prijatelji,

Istraživanje pokazuje da naš prosečan čitalac ima između 25 i 45 godina, da je muškarac i da je preuzet menadžer. Recimo da se zove Petar. Petar najčešće novi broj BC Biltena otvori u rano popodne petkom, na brzinu ga štampa, ubacuje u akten tašnu i nosi da ga „na miru“ pročita tokom vikenda. Uz čašu hladnog belog vina, recimo. On tvrdi da BC Bilten piše o stvarima koje su zanimljive i poučne. Petar vikendom igra malo tenisa ili basketa i ne veruje da treba trošiti puno vremena na rasute informacije, već ciljano uzima ono što mu treba za posao. Petar je čovek novog doba. Brz, koncizan i usmeren na uspeh. Ako tako misli svaki Petar i Petrunjela koji nas čitaju na više kontinenta punih 50 brojeva, mi smo pogodili cilj. Vaše poverenje ostaje i dalje naša pokretačka energija. Idemo dalje. Zajedno.



Ana B. Bovan i ceo Bovan tim

Italijani ne vole evro. Jedan italijanski lanac supermarketa koji prihvata Liru kao sredstvo plaćanja saopštio je da je promet u tim prodavnicama porastao za 15 odsto od kada je Liga za sever pokrenula kampanju za napuštanje Evra u korist stare italijanske monete. Supermarketi Čento koji se nalaze uglavnom u Toskani, nastavili su da primaju Liru i po uvođenju evra 2002. godine. „Evro je prava katastrofa koja samo komplikuje život malim i srednjim preduzećima“ – kaže član Lige za sever i ministar za rad u Berlusconijevoj vladi, Roberto Maroni. Liga za sever će organizovati narednog vikenda u Pontidi miting sa kojeg će biti upućen zahtev o raspisivanju referenduma o napuštanju zajedničke evropske valute.

Sedamdeset godina Monopola. Za kratko vreme može se steći basnoslovno bogatstvo, kupovati ostrva i graditi hotele, ali i izgubiti sve jednim potezom. Sve ovo moguće je uz društvenu igru Monopol koja ove godine slavi 70. rođendan. Ova igra delo je američkog inženjera Čarlsa Darova, koji je ovu igricu smislio kada je ostao bez posla. Monopol nije odmah oduševio industriju igračaka koja je godinu dana odbijala da ga proizvede, smatrajući je nesavršenom igrom koja predugo traje. Ova igra, koja se danas proizvodi na 26 jezika i koja je prodana na 250 miliona primeraka, predstavlja svojevrsnu glorifikaciju kapitalizma i finansijske moći, a jedini cilj igre je postati što bogatiji kupujući i prodajući imovinu. Među vatrenim pobornicima igre su bile i neke poznate ličnosti poput Vinstona Čerčila i Aristotela Onazisa.

Smanji klimu – šteti energiju. Grupa zelenih iz Hongkonga najavila je da namerava da pošalje blizu milion SMS poruka kojima će pozvati stanovnike ovoga grada da klima uređaje u svojim kancelarijama podese na optimalnih 25 stepeni celzijusa. Kampanja grupe "Prijatelji Zemlje" podstaknuta je sprovedenim istraživanjem po kome se prosečne temperature u kancelarijama u Hongkongu, kreću između 21 i 23 stepena celzijusa, što ih čini najmanje zabeleženim klima temperaturama u svetu. Tokom leta, erkondišni u nekim kancelarijama podešavaju se čak na 17 stepeni. Grupa zelenih iznela je procenu da bi kancelarije u Hongkongu mogle da uštede više od 40 miliona američkih dolara na računima za struju, ukoliko se klima-uređaji podese na višu temperaturu hlađenja.

COMMUNICATIONS

Internet brendovi se najbrže penju do vrha.

Apple, kao kreator iPod-a je za sada najbrže rastući svetski brend. Iza njega slede Google, Amazon, Yahoo i eBay. Prema rečima marketing konsultanta magazine Forbs, Apple je u poslednje 4 godine uspeo da za 38 procenta podigne vrednost svog brenda na tržištu, uglavnom zahvaljujući svom novom portabl muzičkom uređaju. Dugi na listi po brzini rasta je pretraživač Google koji je vrednost brenda povećao za 36 odsto. Zatim slede Amazon i Yahoo sa 35% i 33%. Jaki brendovi poput Koka Kole i McDonalda nisu ušli ni u prvih 20. Internet brendovi prema ovom istraživanju imaju i dalje tendenciju rasta jednakom progresijom.



Petro - Vankuver. Petro-Kanada postala je zvanični sponzor Zimskih olimpijskih igara 2010. koje će se održati u Vankuveru. Ugovor je vredan 62,5 miliona dolara. Ugovorom je uključeno investiranje 35,5 miliona dolara u proizvode, uslugu i marketinšku podršku kao i gorivo i ostale naftne proizvode koje će ova kompanija obezbediti za potrebe Organizacionog komiteta. Petro-Kanada je u obavezi da izdvoji i osamnaest miliona za pomoć sportistima u narednom periodu. Sponzorstvo podrazumeva i pomoć za igre koje će se održati 2008. i 2012. godine.

Španski pravilnik o reklamama. U okviru napora za prevenciju gojaznosti kod dece, španski ministar zdravlja Elena Salgado i predstavnici najvećih svetskih proizvođača prehrambenih proizvoda potpisali su pravilnik o reklamama namenjenim mladim potrošačima. Pravilnik koji će stupiti na snagu u septembru dopunjava postojeće zakone o reklamama kako bi se smanjio marketinški pritisak kojem su deca izložena. Prehrambene proizvode više neće moći da reklamira neka od poznatih osoba, omiljena među decom. Pravilnik je potpisalo dvadesetak vodećih svetskih firmi koje se bave proizvodnjom hrane i osvežavajućih pića, među kojima su i lideri na globalnom tržištu osvežavajućih pića i slatkiša.

Neetički odnos prema klijentima. Bivši izvršni direktor poznate komunikacione agencije *Fleishman-Hillard*, *Stiven Šugarman* priznao je da je njegova agencija svom klijentu, komunalnom preduzeću *Gradski vodovod* iz Los Anđelesa izdavala uvećane račune za troškove tokom izvršavanja godišnjih komunikacionih aktivnosti. Ova afera otkrivena je još prošle godine, a poznata agencija složila se da plati 5.7 miliona dolara kako bi spor bio rešen sporazumno.

Buntovnik sa razlogom. Američki glumac *Šon Pen* ove nedelje se nalazi u Teheranu kao specijalni izveštač lista *San Franciso Chronicle* pred nastupajuće predsedničke izbore u Iranu. On je već uspeo da privuče pažnju javnosti time što je sa nekolicinom građana za vreme molitve pevao pesmu *Death to America*, a učestvovao je i u nekoliko ilegalnih protesta za ženska prava. Došavši u zemlju on je odbio svaki kontakt sa novinarima. Njegove antiameričke izjave protiv upotrebe sile na Bliskom istoku su sve već dobro poznate javnosti.

Štednja ili taktika. *Procter & Gamble* je odlučio da smanji oglašavanje na američkim televizijama. Jedan od najuticajnijih oglašivana na svetu koji zastupa marke od *Ariela* do *Hugo Bosa*, smanjiće za 25 odsto oglašavanje na kablovskim i za 5 odsto na zemaljskim televizijama. Ova kompanija je u prošloj godini potrošila 1.4 milijarde dolara na advertajzing. Od ukupne sume 80 odsto novca izdvaja se za TV oglašavanje. Analitičari smatraju da je do ovakve odluke došlo usled naglog razvoja tehnologije koja „izbegava reklame“, a neki smatraju da je to samo taktika koja će ovom oglašivaču omogućiti da spusti cenu reklamnih sekundi.

OUT OF OFFICE – Kako organizovati posao u letnjem periodu?



Jun, jul, avgust. Počinje sezona godišnjih odmora, a samim tim i broj raspoloživih saradnika u kancelariji opada. Kao šef svog tima gde svako izmeštanje poslovnih funkcija remeti rutinu, pitate se kako da prevaziđete ovaj period i optimalizujete efektivnost tokom predstojećeg leta. Evo nekoliko saveta koji će Vam pomoći da rasporedite snage tokom godišnjih odmora.

Napustite teoriju o krivici. Niko ne bi trebalo da se oseća krivim što je uzeo godišnji odmor. Ljudi ponekada imaju osećaj da je njihov odmor samo teret kompaniji. Uspostavljanje radne sredine gde je odmor pravo radnika omogućiće ublažavanje stresa i pomoći u izgradnji poverenja. Veoma je važno da ljudi napune baterije. Sa podrškom kolektiva koji neguje tradiciju odmora zaposleni će se zadovoljniji i vratiti na posao.

Sezonski plan odmora. Ukoliko niste to do sada činili, veoma je važno imati jasan plan i shemu odmora svih zaposlenih, što omogućava bolji raspored i preglednost situacije. Ukoliko su ljudi u Vašoj kompaniji isuviše lenji da popune formular za odmor unapred, pokušajte da budete kreativni u pristupu. Organizujete nagradnu igru za najbolji i najkreativniji isplanirani odmor. Nagrada može da bude nekoliko ekstra slobodnih dana. Po povratku sa odmora nagrađeni može da prezentuje svoj idealan odmor.

Kreirajte „desk guide“. „Desk guide“ je dokument koji objašnjava na koji način će dužnosti jednog zaposlenog za vreme njegovog odsustva biti izvršene. To je praktično konkretan plan ko, šta i na koji način obavlja zaduženja kolege koji je na odmoru. U ovom vodiču trebalo bi da se nalaze svi važni kontakti, potrebni formulari, neophodni materijali. On može biti napisan poput recepta i da sadrži detaljna uputstva koje „zamena“ može lako da koristi.

Kako zameniti sekretaricu? Svi znamo kako odlazak sekretarice na odmor može biti kritičan u određenom trenutku. Kada svi trče po kancelariji ne znajući da prebace vezu, pošalju faks na staroj mašini ili pronađu fakturu, shvatimo koliko je važan posao poslovnog sekretara. U tom slučaju trebalo bi odrediti osobu koja će raditi njegove poslove. Ukoliko je to nemoguće svako bi trebalo da preuzme određene obaveze u interesu sopstvenih klijenata.

Ne stopirajte značajne projekte! Važne projekte nikako ne bi trebalo zaustaviti preko leta zbog toga što je važan član tima na odmoru. Ubacivanje ekstra podrške i novog člana u tim, omogućiće da posao bude nastavljen, ali i osvežen nekim novim idejama.

Out of office. Unapred programirane E-mail poruke koje jasno obaveštavaju u kom periodu je neko na odmoru moraju biti prosleđene svim važnim klijentima i saradnicima.

Business quotes

Da li se lideri rađaju? Naravno! Ne znam ni jednog koji je na svet došao na neki drugi način.

John C. Maxwell

Seminari, konferencije:

4. – 10. septembar „Festival marketinških ostvarenja“, Beograd, Markplan

29. - 30. oktobar „Forum asocijacije sajnova Jugoistočne Evrope“, Budva

Nadamo se da ste već isplanirali odmor i rasporedili snage za leto.

Po pedeseti put Vas pozdravlja

Vaš Bovan tim

 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