



# BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 54 15.07.2005.

## BUSINESS

**Kraj Potermanije?** Sveže istraživanje sprovedeno na uzorku od 20.000 britanske dece uzrasta od 7 do 12 godina pokazuje da je fenomen *Harija Potera* na zalasku. Čak 69% mladih ispitanika potvrdilo je da im popularni junak nije više interesantan. Stručnjaci smatraju da razlog leži u preteranom medijskom eksponiranju brenda. Drugi, pak, predskazuju besmrtnost ovog globalnog fenomena. Izlazak šestog i pretposljednog dela knjige zakazan je za predstojeći vikend.

**Volontiranjem do uspeha.** Možda zvuči paradoksalno, ali prema najnovijoj studiji iz Engleske, volontiranjem možete pomoći sebi da se osećate produktivnije na radnom mestu. Istraživanjem je utvrđeno da se volontiranjem povećavaju moralne vrednosti kao i moć percepcije, a smanjuje odsustvovanje sa posla. Osam od deset zaposlenih reklo je da bi radije radili u kompanijama u kojima zaposleni i volontiraju.

**Internetoholija.** "Moje ime je Džo. Imam 17 godina i zavisnik sam od Interneta i video igara". Na ovaj način počinje uobičajena seansa prve privatne klinike za lečenje zavisnosti od kompjuterima koja je nedavno otvorena u Pekingu. „Verovali ili ne, ali postoje deca koja ne mogu da spavaju jer po celu noć igraju igrice ili beže iz škole kako bi četovali. Oni često imaju problema sa nervozom, depresijom i komunikacijom sa drugim ljudima.“ Prema zvaničnim vladinim podacima Kina posle SAD ima najveći broj Internet korisnika, oko 94 miliona. I dok Kina promovise Internet u poslovne svrhe, vladini zvaničnici kažu da Internet kafei unazađuju javni moral.



**Nezaposlenost u BiH.** U BiH je 70 % mladih između 18 i 30 godina bez posla, rezultat je istraživanja sarajevske agencije *Prizma research* na uzorku od 1.500 ispitanika. Oko četvrtine ispitanih navodi da su bili prinuđeni da rade na crno i da im je to bio jedini način da nešto zarade. Na crno su najmanje radili Hrvati - 14,1 %, a zatim Bošnjaci - 22,8 i Srbi 26,1 %. Među nezaposlenima je najviše onih koje izdržavaju roditelji, najviše Srba 51,8 % a najmanje Hrvata 37,8 %.

**7 milijardi e – dolara.** Posle uspona i pada dotcom revolucije krajem 90-tih, stabilizacija se ipak oseća. Popularni sajt za on-line kupovinu *Amazon.com* inkasirao je prošle godine 7 milijardi dolara i zvanično je najprofitabilniji sajt u ovoj oblasti. Za svaku pohvalu je i približno 50 miliona lojalnih posetilaca. Ovog meseca *Amazon* slavi deseti rođendan.

## COMMUNICATIONS

**Novi direktor – nova agencije.** *British Airways* se sprema da angažuje novu marketinšku agenciju koja će zameniti *Saatchi & Saatchi* koja već 23 godine uspešno radi za ovu avio kompaniju. Sledeći ugovor biće vredan oko 34 miliona funti. "Najomiljenija avio kompanija na svetu" dobila je novog direktora koji je spreman da preispita sve ugovore sa spoljnim saradnicima. Stručnjaci kažu da je specijalne veze sa avio kompanijom u toku proteklih godina održavao i *Ser Martin Sorel* tako da neće biti iznenađenje ukoliko ovaj posao dobije neko iz njegove velike komunikacione grupe.

**Venčanje preko mobilnog u Indiji.** Jedan indijski par je razmenio svoje bračne zavete preko mobilnog telefona pošto mladoženja nije mogao da stigne na venčanje zbog jakih kiša i poplava koje su zadesile zapadnu Indiju. „Na najbolji način smo iskoristili mogućnosti nove tehnologije. Nije bilo šanse da moja porodica i ja dođemo do Bombaja“ – kaže mladoženja koji se u tom trenutku još uvek nije susreo sa svojom nevestom. Kumovi obe strane držali su svoje telefone na interfonu kako bi što veći broj gostiju mogao da čuje sudbonosno „da“.

**Nove uniforme u Meku.** Kompanija *Mc Donald's* je odlučila da promeni stil radnih uniformi koje zaposleni nose širom sveta. Osnovni cilj je napraviti udobnije i modernije uniforme od onih koje je osmislio *Ray Krock*. Ovaj gigant pregovara sa poznatim modnim imenima kao što su *Tommy Hilfiger*, ali i sa reperom *P Diddyjem*. Ova promena imidža koštaće oko 80 miliona dolara. "Želimo da promenimo uniforme od onoga što su zaposleni morali da nose do onoga šta oni žele da nose" – kažu u poznatom lancu restorana.

**SAD najjači brend.** Prema istraživanju komunikacione agencije *Young and Rubicam* na uzorku od 7 000 ispitanika Sjedinjene Američke Države su najveći svetski brend prema karakteristikama kao što su dinamika, autentičnost, jedinstvenost, jačina, progresivnost, najbolji brend, liderstvo i nezavisnost. Posle Amerike na spisku su se našli brendovi *Coca Cola*, *Disney* i *Hallmark*. „SAD su jak brend ne samo među Amerikancima već među narodima mnogih država gde je rađeno istraživanje“ – kažu autori.

**Najpopularniji mediji u Srbiji.** Istraživanje novosadske agencije *Skan* sprovedeno u junu pokazalo je da su u Srbiji najpopularnije lokalne radio stanice, da je najgledanija TV "Pink", a "Blic" je najčitaniji dnevni list. Istraživanje je obavljeno na uzorku od 1.700 punoletnih građana iz 46 opština u Srbiji.

**Kako postati Virgin zvezda?** Britanski milijarder *Ričard Brenson* ne samo da ima svoj reality show već je zakupio i ceo termin namenjen reklamama kako bi se gledali samo promotivni spotovi njegove kompanije *Virgin*. Poznati avanturista će prvo voditi potencijalne mlade muzičke zvezde na put oko sveta kako bi i oni učestvovali u njegovim neobičnom avanturama. Ko ne bude zadovoljio *Brensonove* muzičke i avanturističke zahteve, otpada i gubi šansu da postane planetarna zvezda.



## Business Counsel: ŠTA LIDERE ČINI JEDINSTVENIM?



Uvek ste se pitali da li se lideri rađaju ili se lider postaje, kakve osobine su zajedničke za sve lidere. Proverite da li posedujete neke od njih i otkrijte da li se u vama zapravo krije jedan lider.

### 1. Energija i upornost

Uspešni lideri su, po pravilu, izuzetno agilni, aktivni, stalno u pokretu i obično rade više od drugih. *Nolan Bushnell*, osnivač kompanije *Atari*, rekao je: „Najvažnije je ustati sa stolice i nešto raditi. Ne sutra, ne sledeće nedelje, već danas!“ Sami traže i pronalaze probleme – pre nego što se oni pojave. Njihova energija im omogućava da budu uporni kada su drugi neodlučni i da se čvrsto drže svojih uverenja, onda kada su drugi spremni da ih promene.

### 2. Znanje i kompetentnost

Istraživanje pokazuje da veliki broj lidera ima ne samo visoko već i široko obrazovanje i da su stalno u potrazi za novim znanjima i informacijama. Oni čitaju, slušaju i posmatraju. Njihova kompetentnost privlači ljude, zbog čega su ljudi spremni da se stave pod njihovo vođstvo. Prihvatanje i negovanje kulture stalnog učenja postalo je značajno razmeđe između stare i nove generacije lidera.

### 3. Inteligencija

Liderstvo i inteligencija su tesno povezani. Visoko obrazovanje je pokazatelj inteligencije, ali svakako ne i jedini. Inteligentni lider sa lakoćom prihvata i „obrađuje“ sve informacije. Jedna izreka kaže: dobar menadžer je onaj koji lako objasni osobi koja teško razume i koji lako razume osobu koja teško objašnjava.“

### 4. Dobra procena

Zdrav razum je takodje pokazatelj inteligencije, jer zaposleni se uvek pitaju: „Da li ovo ima smisla? Da li je razumno?“ Mnogo je primera visokoobrazovanih menadžera sa brojnim diplomama, kojima zdrav razum, jednostavno nije jača strana. Uspešni lideri se uzdaju u svoj zdrav razum, ali često i u svoj iskustveni i poslovni instinkt (*management by guts*).

### 5. Lični integritet

Lideri svojom snažnom ličnošću privlače druge ljude, i uspevaju da poverenje koje steknu svojim ponašanjem i zadrže. Ne odstupaju lako od svojih principa i čuvaju svoj kredibilitet.

Za sve one od vas koji su se već prepoznali... nastavak u sledećem broju BC Biltena.

#### Business quotes

Posao ide toliko loše da više ne kupuju čak ni oni koji ne plaćaju.

Nepoznati autor

#### Seminari, konferencije:

18. oktobar 2005. Četvrti okrugli sto sa Vladom Slovenije, Ekonomist, Bled

Iako nema dovoljno sunca na julskom nebu stvorite ga u kancelariji isijavajući svoj liderski karakter i motivišite svoj tim ne štedeći energiju. Videćete razliku!

Vaš Bovan tim