



# BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 58 26.08.2005.

## BUSINESS

**Akcije i alkohol.** Sveža istraživanja sa *Vol Strita* ukazuju na povećanu konzumaciju alkohola među brokerima od 25-35 godina. Razlog za to je stres i napetost kojima su izloženi tokom svog četrnaestočasovnog radnog dana. „Ventil opuštanja im je druženje sa kolegama posle posla, tokom *happy-hour*, uz čašicu alkohola“ - tvrdi *Dr. Alden Cass*. Koreni ovog problema izgleda nisu u nesposobnosti zaposlenih da se nose sa bremenom svojih zadataka, već u krilatici HR menadžmenta korporacija sa *Vol Strita*, koja glasi: „Ako ne možeš podneti vrelinu-izađi iz kuhinje. Postoji neko drugi ko bi radio 14 sati dnevno, ako ti ne možeš“. Posledica je mentalna bolest koju prate depresija, tuga, anksioznost, a privremeni izlaz je, po svemu sudeći, još jedna čašica pre spavanja.

**Mercedes dobio novog šefa.** Kriza upravljanja u konzorcijumu *Dajmler – Krajsler* konačno je završena. Nemačko – američki konzorcijum je saopštio da je *Diter Ceče* izabran za novog šefa njihovog *Mercedes* ogranka. te automobilske kompanije. Kriza je prebrođena tri sedmice nakon što je prethodni predsednik *Mercedesa Ekard Kordes* iznenada objavio da na lični zahtev napušta kompaniju posle 29 godina službe.

**Svađa oko bakšiša.** Poslednja stvar koju želite da slušate posle večere od 450 dolara je svađa između konobara i šefa kuhinje. Ovakva situacija vrlo je česta u ekskluzivnim restoranima u Njujorku jer se osoblje u kuhinji žali zbog velikih napojnica koje dobijaju konobari bez obzira što zasluge za ukusnu hranu pripadaju majstorima u kuhinji. Na kraju godine konobari zarade i do \$100 000, dok zarada glavnih kuvara iznosi \$30 000 godišnje. Neki restorani na Menhetnu su uveli praksu da automatski uvećaju račun za 20 odsto kako bi ta suma mogla da se ravnomerno podeli svom osoblju restorana uključujući i čistače i vozače. Međutim, loša strana ovakve metode može biti i slabija usluga koju će gosti dobiti. „Gosti restorana će izgubiti kontrolu. Neće moći da nagrade ili kazne za uslugu koju su dobili“ – smatra *Džejms Oliver Kuri*, kritičar hrane u magazinu *Tajm aut*.



**Elektronski otpad.** Kompanija *Hewlett-Packard* ponudila je velikim evropskim korporacijama mogućnost da besplatno recikliraju svoje stare *HP* uređaje i kompjutersku opremu koju više ne koriste. Ova kompanija se na taj način pridružila inicijativi Evropske komisije koja je nedavno objavila direktivu o Odbačenoj elektronskoj opremi (WEEE). Ovaj propis obavezuje proizvođače kompjuterske opreme da otpočinu program vraćanja i recikliranja neupotrebljive elektronske opreme. *HP* je odredio mesta na kojima će se sakupljati elektronski otpad, a ovaj program dostupan je kompanijama u svim zemljama članicama EU, Švajcarskoj i Norveškoj.

**Lego Online.** Digitalne lutke, preuzimajući primarno mesto na tržištu igračaka, naterale su čelnike fabrike *Lego* kocki da nađu način da povrate nekadašnju zainteresovanost dece za svoje proizvode. Na *Legovom* oficijelnom sajtu se može besplatno preuzeti softver pod nazivom *Lego Digitalni Dizajner*, koji omogućava kreiranje sopstvenih 3D modela. *Lego* ovih dana započinje i proizvodnju najlepše osmišljenih kockica koje su deca napravila.

## COMMUNICATIONS

**Oglašavanje u Srba.** Predloženim zakonom o oglašavanju koji će Skupština Srbije uskoro razmatrati posebno se uređuje reklamiranje proizvoda namenjenih deci. Ovim zakonom zabranjeno je oglašavanje mleka i druge hrane i pića za bebe i pribora za njihovo korišćenje. Zabranjeno je i reklamiranje proizvoda koje podstiče ponašanje koje decu može moralno ili fizički da ugrozi, kao i poruke koje sadrže prikaz maloletnog deteta u opasnoj situaciji, kao što je penjanje na neobezbeđene objekte, korišćenje šibica, benzina, lekova i slično. Oglasne poruke namenjene deci takođe neće smeti da sadrže prikaz nasilja, uključujući i scene nasilja u crtaćima. Predloženim zakonom biće kontrolisano i oglašavanje lekova, alkohola i duvana.



**Dizajneri oprez, šop dropping stiže.** Fotograf iz Njujorka *Rajan Votkins* izumeo je jednu novu marketinško-umetničku disciplinu koju je nazvao *shop dropping*. On je došao na ideju da promoviše svoje slike tako što će na konzerve hrane koje je kupio u prodavnici da nalepi svoje originalne fotografije i tako ih vrati u radnju. On je čak i pronašao način da sačuva i bar kod tako su ljudi neometano mogli da kupuju konzerve hrane sa neobičnim slikama. *Votkins* se nada da ova ideja može da posluži kao inspiracija dizajnerima ambalaže.

**Magična koverta.** Odnosi s javnošću intenzivno se razvijaju i u Indiji. Agencije koje se bave public relationsom uvele su stari dobri običaj da posle konferencije novinarima daruju poklone. Međutim, novinari su se već zasitili poklona kao što su olovke i blokovi pa su agencije smišljale nove načine da zadovolje predstavnike sedme sile. Jedna od njih je rešila problem poklanjajući kovertu u kojima se nalazio novac. „Ovo je loš znak za novinarstvo i borbu protiv korupcije. To znači da će uredničke stranice popunjavati onaj ko može da plati“ – zabrinuto kaže osnivač jedne marketinške agencije *Rameš Narajan*.

**Al Kaida na Internetu.** Vašington Post je pripremio specijalan izveštaj pod imenom „e – Kaida“, u kome se prikazuje na koji način Al Kaida i njoj srodne grupe putem Interneta regrutuju nove borce. Potencijalne saradnici vrubu se putem *on line* poruka koje ih stalno navode da počine neki od terorističkih zločina. U izveštaju se pominju i različiti sadržaji „svetog rata“ koji su svakodnevno dostupni na Internetu. Poznavalac džihada *Evan Kolman* kaže da je već duže vreme prisutan problem cyberterorizma i da na njegovom uništavanju radi veliki broj stručnjaka iz oblasti informacionih tehnologija.

**Više hvale, veća plata.** Vodeći dnevnici u Kini nameravaju da uvedu kontroverzni sistem ocenjivanja po kome će novinari koji pišu tekstove dopadljive centralnom propagandnom odelu Komunističke partije imati veću platu. Mnogi reporteri zapanjeni su ovom idejom tako da su napisali otvoreno pismo osude koje su plasirali, ali samo na Internetu.



**Veliki planovi Al Džazire.** Arapska televizijska kuća Al Džazira angažovala je reklamnu agenciju za marketinšku kampanju povodom otvaranja novog kanala na engleskom jeziku. Agencija TBWA će biti angažovana u planiranju globalne kampanje novog televizijskog kanala čije će lansiranje biti realizovano početkom 2006. Agencija će pružiti podršku i komunikacionom timu kao i top menadžmentu Al Džazira televizijske kuće u sva četiri televizijska centra u Londonu, Vašingtonu, Kuala Lumpuru, kao i u centralnoj Dohi i Kataru.

## TIPS&TRICKS – UMETNOST POKLANJANJA



*Poslovni poklon je deo biznis protokola. U Americi se godišnje u te svrhe potroši 1,5 milijarda dolara, s tim što je prosečna vrednost jednog poklona \$ 75.*

Postoje dve vrste poklona: poslovni, koji se daju prilikom potpisivanja nekog ugovora i deo su poslovne kulture, i protokolarni za raznorodne prilike na kojem stoji logotip firme. Nema delatnosti koja u današnjim tržišnim uslovima može da se razvija bez promotivnih i poslovnih poklona. I u situacijama izvan poslovne sfere, poklon pokazuje odnos prema poslovnom partneru. Kao i do sada BC Bilten vam pomaže sa nekoliko praktičnih saveta.

Svi šalju poklone za novogodišnje praznike. Budite originalni i šalžite klijentima poklone za Dan zaljubljenih ili za neki specifičan datum koji obeležava godišnjice poslovanja. Ali budite sigurni da je vašem klijentu dozvoljeno da prima poklone. Mnoge kompanije u svetu imaju stroga pravila i politiku primanja i davanja poklona.

Vodite računa o pakovanju. To je podjednako važno kao i poklon. A nekim zemljama čak i više., kao što je Holandija. Od presudnog značaja je lična poruka. Vodite računa da ljudima koji sede u istoj kancelariji poklonite stvari u približnoj vrednosti kako ne biste stvorili nepotrebnu ljubomoru. Držite se već oprobanih poklona. Uvek je bolje poslati lepu čokoladu nego neki geg poklon. Eksperimenti u ovoj oblasti nisu preporučljivi ako niste sigurni da će par lepo upakovanih bokerskih rukavica biti primljen sa odobravanjem i humorom. Razmislite o tome šta je to što vi potajno želite da dobijete: flašu dobrog vina, lepo nalivpero, tabakeru ili kožni notes. Razmišljajte i o poklonu koji možete sami napraviti. Recimo, neki slatkiš. Što više truda uložite u poklon učinićete ga ličnijim i ostaviće veći efekat. Neformalni ručak sa klijentima posle praznika je vredan poklon koji ujedno unapređuje biznis. Vreme je od neprocenjive važnosti. Poslovni partneri će vas više ceniti ukoliko im posvetite vaše dragocene trenutke. Poklanjanje karte za sportsku utakmicu ili dobar muzički koncert je odličan poklon za pravljenje zajedničke atmosfere.

Poklone ne šalžite:

Ne šalžite poklone za vreme pregovora ili pre potpisivanja ugovora. To bi moglo da liči na pritisak ili uticaj.

Ne šalžite poklone ljudima koje ste tek upoznali. Mogu se osećati neprijatno jer oni vama nisu ništa poklonili.

Ne šalžite uvek samo poklone sa vašim logotipom kako ne bi izgledalo da dajete samo promotivni materijal. Za poklon je važan dobar lični pečat.

Ne šalžite poklone bez čestitki koje ste vi ili vaš ceo tim lično potpisali.

***U sledećem broju: šta poklanjati u Evropskoj uniji, a šta Aziji?***

### Business quotes

**Kvalitet se pamti dugo, pošto se cena zaboravi.**

*Moto porodice Guči*

### Seminari, konferencije:

29. avgust 2005. **Predavanje Edvarda de Bona**, Atelje 212, BeogrAD festival  
4. – 10. septembar, **Festival marketinških ostvarenja Zlatni petao**, Interkontinental, Beograd  
24. - 29. oktobar, **Belgrade Design Week (Konferencija Brand Serbia)**

Kolegama koji su ove nedelje bili tužni zbog kišovitog avgusta ili poraza Partizana obavezno kupite neki pokloničić.

**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, M. Bučković, O. Vladušić, T. Micić, K. Jelenković  
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