



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 61 16.09.2005.

BUSINESS

Internet okvizicije. Popularna internet aukcijska kuća *E bay* objavila je da za \$ 2.5 milijarde kupuje mladu internet telefonsku firmu *Skype*. Ovo će biti najskuplje preuzimanje jedne kompanije za *E bay* koji sada globalno povezuje milione kupaca i prodavaca raznih proizvoda. Kompanije *Skype* sa sedištem u Luksemburgu uz pomoć svog softvera besplatno omogućava *Skype* korisnicima da pričaju putem Interneta i za samo dve godine privukao je preko 54 miliona članova. Predviđa se da će se u narednih godinu dana broj korisnika duplirati.

Mobilna Indija. Indija je drugi po redu proizvođač mobilnih telefona na svetu, pokazuju istraživanja kompanije *Research and Markets*. Prema svim predviđanjima početkom naredne godine ova zemlja preuzeće leadersko mesto. Indijsko tržište mobilnih telefona vredno je oko \$2 milijarde, a sama zemlja ima oko 45 miliona korisnika mobilne telefonije. Na prvom mestu po zastupljenosti u Indiji nalazi se *Nokia*, dok su daleko iza *Samsung* i *Motorola*.

Farmaceuti najbolji poslodavci. Poznati njujorški magazin *Zaposlena majka* objavio je listu od sto „prijateljskih“ kompanija u Americi koje su pokazale najveće interesovanje da pomognu zaposlenima tokom njihovog porodijskog, odnosno roditeljskog odsustva. Imenovane kompanije pružaju podršku majkama i očevima tako što ih na prvom mestu ne otpuštaju sa posla, već im čuvaju radna mesta i nastavljaju sa pružanjem finansijske i moralne podrške. „Farmaceutske kompanije su pokazale najveću brigu“ - rekla je *Carol Evans*, izvršni direktor magazina *Zaposlena majka*. Ona smatra da kompanijama koje nemaju razumevanja za porodične stvari obično izmaknu vrhunski stručnjaci. U magazinu se nadaju da će objavljivanje liste podstaći i ostale kompanije da postupe isto u cilju stvaranja boljeg radnog okruženja u budućnosti.



Google na berzi najvredniji medij. Internet pretraživač *Google* postao je najvrednija medijska firma na svetu i to samo deset meseci nakon toga što su njegove akcije stavljene na berzu, pokazuju najnoviji berzanski podaci. Trenutna vrednost ove kompanije procenjuje se na \$81 milijardi. Medijska kompanija koja se nalazi na drugom mestu je *Tajm Verner* koja vredi 78 milijardi dolara. Neki analitičari smatraju da su u ovom trenutku akcije kompanije *Google* precenjene i da bi njihova vrednost mogla da opadne, kao što su i pre pet godina naglo opale vrednosti Internet kompanija.

Nova sredstva za tržišnu utakmicu. Proizvođač automobila *Ford* zbog nemilosrdne borbe na tržištu automobila u Americi moraće da nabavi neophodna sredstva za borbu protiv japanskih proizvođača. Posle pada profita za čak 19%, *Ford* će prodati kompaniju za rentiranje automobila *Hertz*, koju poseduje od 1994. godine i to najverovatnije grupi privatnih investitora za 5.6 milijardi dolara.

COMMUNICATIONS

Konfučije u svetu. Ekonomski bum u Kini zahteva i sve veću promociju ove zemlje u gotovo svim delovima sveta, gde god stiže jeftina kineska roba. Kineska vlada odlučila je da kroz otvaranje kineskih kulturnih centara, odnosno *Konfučije instituta* širom planete promoviše svoju kulturu, ekonomski i politički razvoj. Snažna imidž kampanja, praćena jakom PR podrškom učinili su da Institut trenutno ima 27 ogranaka širom sveta, a pritom raspolaze budžetom od \$200 miliona. Čitava kampanja odvija se uz podršku kineskog predsednika koji najavljuje otvaranje još 70 centara u narednih pet godina. „Kina je krenula da razvija strategiju javne diplomatije, koja ne uključuje samo diplomatske finese, već i odnose sa javnošću“- izjavio je predsednik Kanadsko-azijsko-pacifičke fondacije, napominjući da će ova kampanja podstaći Kineze da se osećaju kao svetski igrači.

Iskrice marketinga. S rečima, baš kao i s jajima, moraš postupati oprezno - kad ih jednom razbiješ, ne možeš ih zakriti. Ovo je samo jedna od iskrica koju možete pročitati u najnovijem četvrtom dopunjenom izdanju knjige "Iskrice marketinga" autora *Miloša Kramašića* koja je ovih dana izašla iz štampe. U ovoj popularnoj zbirci iskričavih misli, aforizama i anegdota iz oblasti marketinga možete naći inspiraciju za tekst, kolumnu ili govor. Dodatne informacije i naručivanje knjige po ceni od 400,00 dinara na e-mail: kramer@eunet.yu



Nova komunikacija arapskih vladara. Nove generacije kraljeva Saudijske Arabije odbacuju tradicionalne forme komunikacije menjajući time rituale koji su bili poštovani dugi niz godina. Novi kralj *Abdulah* je zabranio svojim podanicima da mu ljube ruku prilikom čestitanja na njegovom ustoličenju. Po njegovim rečima, ljubljenje ruku prilikom izjavljivanja poštovanja zapravo predstavlja degradirajući čin kojim se skrnavi učenje Islama. "Ono takođe vodi ka klanjanju, što je neprihvatljivo jer je rečeno da se pravi vernici klanjaju samo Bogu" dodaje *Abdulah*, koji je u avgustu nakon smrti kralja *Fahda* preuzeo presto. Na hiljade podanika koji su pohrlili da odaju poštovanje novom kralju bilo je primorano da ga ljube u rame, povinujući se njegovoj naredbi. *Abdulah* smatra da poljubac u ruku zaslužuju samo roditelji.

And Zlatni petao goes to... Prošle subote je Festival marketinških ostvarenja Zlatni petao 2005, nakon pet dana seminara, okruglih stolova i prezentacija krunisan proglašenjem pobjednika. U kategoriji za TV oglas, nagradu je ponela je agencija Leo Burnett sa oglasom "Komšinica" za Blic ženu, u kategoriji za najbolji kompanijski identitet nagradu je ponela agencija McCann-Erickson za žute strane Telekoma, kao i za kompletnu kampanju za Lav pivo. Za oglašivača godine izabran je Nektar, a najveću nagradu u kategoriji za agenciju godine izabrana je agencija McCann-Erickson.

Uspešno mršavljenje u TV reklama. Poznata glumica *Kristi Eli*, koja se ugojila za veoma kratko vreme, uspela je da oslabi 25 kilograma zahvaljujući programu za mršavljenje *Dženi Kreg*. *Dženi* joj je uputila izazov u januaru i *Kristi* je to prihvatila, postajući tako zvanični predstavnik njihovog brenda. Njena borba je dokumentovana kroz seriju promotivnih spotova koje je kreirala agencija *JWT*. U reklamama koje se prikazuju na američkoj televiziji, *Kristi* uzvikuje: "Uspela sam!", objašnjavajući da je naučila da jede manje porcije, ali više puta dnevno. Koliko je ova glumica napredovala u svom programu, govori i činjenica da je dobila ulogu u novom hit filmu *Zvezdane staze II: Kanov Bes*.

Kada ne možeš da ga pobeđiš... Uplašeni *Rupert Mardok* održava već drugi samit za 7 meseci kako bi vodeći menadžeri njegove korporacije diskutovali o novoj Internet strategiji poslovanja i širenja kroz internet medije. *News korporacija* je već saopštila da je spremna da potroši do \$2 milijarde na kupovinu različitih Internet portala i novina kako bi postali rivali internet kompanijama kao što je *Yahoo*. Prvi *Mardokov* samit rezultirao je kupovinom on line kompanije *Intermix Media*. Početkom godine medijski mogul se obratio svojim urednicima jer je bio zabrinut da njegovim mediji ne idu u susret digitalnim aktivnostima nove iPod generacije.

BUDUĆNOST OGLAŠAVANJA - POSTTELEVIZIJSKA ERA DŽO KAPO



Na slici:
Zamenik
urednika BC
Biltena *Maja Vlahović, Džo Kapo* i novinar
Politike
Snežana Bogdanović.

Džo Kapo je marketinški stručnjak, dugogodišnji urednik magazina *Advertising Age*, kolumnista i predavač, bivši predsednik Međunarodnog udruženja propagandista. Posle dvadesetpet godina rada u agenciji *Crain Communications* sada predaje širom sveta i promovise ideje iz svoje knjige "Budućnost oglašavanja: novi mediji, novi klijenti, novi potrošači u posttelevizijskom dobu". "Kada sam video koliko se oglašavanje promenilo za 10 godina od kada sa počeo da pišem svoju dnevnu kolumnu o oglašavanju, shvatio sam da je vreme da napišem knjigu" – srdačno priča ovaj Amerikanac italijanskog porekla koga smo imali prilike da sretnemo i bolje upoznamo na Festivalu Zlatni Petao.

Kapo kaže da je njegova omiljena izreka "Ukoliko ne voliš promenu, ne voliš život". Najveći drajver promene u ovom trenutku je nova tehnologija. Recimo, 60-tih i 70-tih to je bila demografska promena zahvaćena *Baby Boom* revolucijom koja je navela ljude da kupuju i troše. Industrija oglašavanja se iz korena promenila od tih vremena. Danas četiri velike komunikacione kompanije kontrolišu više od 50 odsto svetskog advertajzing tržišta. U Americi te iste kompanije kontrolišu oko 82 odsto tržišta. Unutar tih velikih korporacija postoje manje agencije. Neke oglašivačke agencije čak i nemaju problem ukoliko neka njihova sestrinska agencija radi za konkurenciju na istom tržištu. TV oglašavanje se promenilo. Pre trideset godina ukoliko biste kupili 30 sekundi na televiziji u najudarnijem terminu na tri televizije *ABS, CBS* i *NBS*, to bi videlo ko 90 odsto domaćinstava, što je praktično cela zemlja. Televizija više nije medijska gorila, već Internet. Danas, ukoliko biste napravili isto i dodali recimo *FOW News*, vi biste obuhvatili tek 40 odsto populacije koja gleda TV.

Novi mediji, kablovska i satelitska televizija, video igrice, DVD, VCR vode nas u novu posttelevizijsku eru. Još jedan problem je nedostatak komunikacije između klijenata i agencija. Pre 50 godina oglašavanjem su se bavili veliki marketinški magovi koji su u potpunosti bili posvećeni poslu, imali su svoju filozofiju, svoj personality, imali su lični stav. To su bili ljudi poput *Dejvida Ogilvija* ili *Lio Barneta*. Sada njihovim firmama upravljaju globalne kompanije koje nemaju svoj personality i koje su oglašavanje pretvorile u čist biznis. Kada priča o sledećim promenama Kapo kaže da ne veruje da će se pojaviti neki veliki fenomen poput interneta, ali da će sledeći veliki korak biti integracija interneta, mobilnih telefona i televizije. On veruje da će većina nas za narednih pet godina gledati televiziju uz korišćenje tastature. „Komunikacije će postati još brža“ – kaže mi Kapo i pušta me da maštam o promenama o kojima već pišemo u našem *BC Biltenu*.

Business quotes

Način da zaradiš dobar ugled jeste da pokušaš da budeš onakav kakvim se zeliš prikazati.

Sokrat

Seminari, konferencije:

- 28. septembar 2005. - Okrugli sto: „Naftna industrija Srbije - izazovi privatizacije“, Sava Centar
- 26. i 27. oktobar 2005. - Konferencija **Brand Serbia**, Sava Centar

Nadamo se da se snalazite u vrtlogu promena koje donosi nova iPod generacija. I konačno priznajte sebi da ste postali zavisnik o Internetu, ukoliko to niste već učinili kada je zbog grmljavine na par sati zakazala Vaša ADSL ili kablovska linija.

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, P. Todorović

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