



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 64 07.10.2005.

BUSINESS

Pomoć oko voznog parka. Čak je i najuspešnijim direktorima potrebna pomoć oko odabira novih automobile. Zbog toga je američki mesečnik *Chief Executive* odlučio da jednom godišnje pravi posebno izdanje namenjeno direktorima koji su u potrazi za novim ljubimcima na četiri točka. U ovom magazinu odvojeno su predstavljani četvorotočkaši za posao i za zabavu. Automobili za posao podeljeni su po cenama dok su automobili za zabavu podeljeni po modelima. „Direktori na posao sigurno nećete dolaziti u *Ferariju* kako ne bi iritali zaposlene, ali zato je odlazak na vikend van grada pravi užitak za dobre vozače. Mi smo mislili na sve potrebe naših klijenata i verujemo da će im naše novo specijalizovano izdanje pomoći da odaberu prave modele novih automobila“ – kažu u ovom mesečniku.

Borba za nebo između Francuza i Amerikanaca. *Airbus* je ove nedelje lansirao svoj novi avion A350 koji će biti direktna konkurencija *Boingovom* modelu 787 *Dreamliner*. Novi avion za posledicu će imati veoma napete odnose između evropskih i američkih proizvođača aviona.

Beskućnici vs. KFC. Organizacija za borbu protiv nehumanog tretiranja životinja *PETA* anagažuje beskućnike u Londonu da za 5 funti na sat nagovaraju goste restorana *KFC* da ne konzumiraju hranu u ovom poznatom lancu restorana. Beskućnici dele letke u vreme najveće gužve u restoranima u centru Londona, nagovarajući goste da jedu na drugom mestu. *PETA* tvrdi da pilići imaju nehuman tretman i zalaže se da *KFC* uvede savremene mehanizme kojim bi se pilići ubijali takozvanom metodom kontrolisanja atmosfere umesto ošamućivanjem strujom. U poznatom lancu restorana tvrde da primenjuju metode koje je odobrila Evropska Unija.

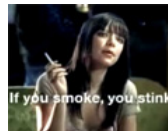


Nova Danone voda. Francuski prehrambeni gigant *Danone* planira da lansiraju još jednu vrstu vode i time zaokruži svoju dominaciju na tržištu flaširane vode. Po njihovim rečima, nova vrsta vode će naći svoje mesto između poznatih marki *Evian*, koja je namenjena ženskoj populaciji, i *Vittel* namenjenoj muškarcima. Za razliku od prethodnih, nova voda će za svoju ciljnu grupu imati omladinu do 24 godine starosti. *Danone* je najavio da će novu vrstu flaširane vode plasirati 2006. godine.

Internet svima mrsi konce na berzi. Cene akcija velikih medijskih i šoubiznis kuća kao *Walt, Viacom, News Corp.* i *Time Warner* pale su za 11.2 procenta tokom 2005 godine. Razlozi za ovakve loše rezultate na berzi su brojni: smanjeni troškovi oglašavanja u štampi i na televiziji, sve manji broj prodatih bioskopskih karata i loša prodaja DVD filmova. Ovi rezultati takodje upućuju na to da su investitori više zainteresovani za vrtoGLAVI uspeh medijskih kompanija koje se bave isključivo Internetom poput internet pretraživača *Yahoo* i *Google*.

COMMUNICATIONS

Milijarda funti za Internet. Oglašavanje na Internetu je potpuno prevazišlo outdoor oglašavanje u Engleskoj i preti da premaši neverovatnu sumu od milijardu funti. Sudeći prema statistikama objavljenim od strane pojedinih media buying agencija, online reklamiranje se u prvoj polovini 2005. godine povećalo za 62,4%. Na taj način je ovaj medij preuzeo primat nad radijom. “Ovi rezultati su premašili naša očekivanja. Krajem 2004. mi smo predvideli da će internet oglašavanje potisnuti oglašavanje na ulicama, i to je ostvareno, ali niko nije očekivao da će web oglašavanje istisnuti radio”, kaže *Gaj Filipson*, generalni direktor *IAB* agencije. On dodaje da stručnjaci za marketing prepoznaju pun potencijal koji im pruža Internet, i počinju da prelivaju budžet u online oglašavanje.



Smoke - stink. Promotivni spot anti smoking kampanje britanskog Ministarstva zdravlja naišao je na brojne primedbe pušača koji smatraju da je on uvredljiv za sve one koji konzumiraju cigarete. Neki kritičari slogana čitave kampanje „Smrdiš, ukoliko pušiš“ koji se pojavljuje na kraju reklame u kojoj dečko u jednom klubu odbija da priđe devojci jer drži cigaru, kažu da je u ovom slučaju primenjena diskriminacija kao kod polne i rasne diskriminacije. Marketinška agencija koja je radila spot tvrdi da je u njenom istraživanju oko 90 ispitanika među kojima su većina pušači, potvrdilo istinitost tvrdnje da ljudi koji puše neprijatno mirišu.

Vil i Grejs bolji od reklama. U poznatoj američkoj seriji *Vil i Grejs*, u jednoj od najnovijih epizoda, muž bogatašice *Karen, Stenli*, pojavljuje se posle dve godine i ako su svi mislili da je umro. Naime, verna služavka *Rosario* sakrivala ga je i hranila *Subway* sendvičima. Ovo je jedan od novih načina pozicioniranja proizvoda koji su posle holivudskih filmova preuzele američke serije. Ali da li je to dozvoljeno u Britaniji? Nedavno je o tome mišljenje dalo regulatorno telo *Ofcom*. „Brendovi su integralni deo modernog društva i oni ne mogu a da ne budu deo savremene televizije i medija“ – smatraju stručnjaci ovog tela. „Pozicioniranje proizvoda pomaže nam da se povežemo sa svojim kupcima putem ciljanog scenarija bolje nego putem reklama“ – kažu ljudi iz kompanije *Subway* sendvič.

Amerikanci otkrivaju Brisel. Zbog velikih zakonskih promena u oblasti finansija, zaštite životne okoline, radničkog zakonodavstva i drugih normativnih propisa sve velike američke korporacije kao što su *Microsoft, Intel, Procter&Gamble, General Electric i General Motors* povećavaju broj svojih lobista u evropskoj prestonici. Sve veći broj američkih konsultantskih kuća otvara svoje kancelarije u Briselu kako bi ostvarili kontakte sa članovima Evropske komisije, Savetom ministara i parlamentom EU. Izgleda da se lobisti pakuju i iz Vašingtona sele za Evropu.

Novi Gardijan uspešno startovao. Britanski uticajni dnevni list *Gardijan* posle promena formata i dizajna koji podseća na nemački *Beliner* prvog dana je zabeležio porast prodaje za 40 odsto. Ovaj britanski list odlučio se na smanjeni format posle 140 godina tradicije.



Beneton menja marketinšku strategiju. *Beneton*, jedna od najkontroverznijih kompanija u protekle dve decenije kada je oglašavanje u pitanju planira da po prvi put angažuje marketinšku agenciju i promeni način šokantnog oglašavanja koji do sada bio zaštitni znak ove modne kuće. Sve slabiji uspeh na tržištu i berzi primorava *Beneton* da napravi zaokret. U proteklih 20 godina *Beneton* se oslanjao na snage sopstvene kreativnosti angažujući i više nego kreativne fotografe poput *Olivijeria Toskanija*.

TIPS & TRICKS – DRUŠTVENA ODGOVORNOST PREDUZEĆA U SLUŽBI PRODAJE



Skoro šest od deset potrošača izbegava da kupuje određeni brend ako smatra da kompanija koja ga proizvodi nije dobar građanin društvene zajednice. Ovaj podatak trebalo bi da zaintrigira menadžere koji određuju budžete. Marketinški budžeti daleko premašuju one sume novca koji su namenjeni široj društvenoj zajednici. Rezultati istraživanja govore da briga o društvenoj odgovornosti utiče na reputaciju, koja potom pomaže prodaju. Čak 66 odsto izvršnih direktora veruje da društvena korporativna odgovornost vitalna oblast za profitabilnost kompanije.

Jedno je sigurno - društvena odgovornost preduzeća postaje jedna od najrelevantnijih činilaca savremenog poslovanja. BC Bilten vam donosi savete i sugestije iz iskustva nekih od najpoznatijih konsultantskih kuća koje se bave upravljanjem reputacijom.

1. **Nemojte trošiti više novca na plaćene reklame** od one sume koju dajete u dobrotvorne svrhe ili akcije koje imaju za cilj dobrobit šire društvene zajednice.
2. **Ne budite stidljivi.** Skromnost jeste vrлина, ali u ovom slučaju se ne isplati. Kada uspete u nečemu - ispričajte to ljudima. Sva dobra dela koja činite trebalo bi da budu saopštena javnosti, samo je bitno znati gde je granica dobrog ukusa.
3. **Zalažite se za ciljeve koji su u vezi vašom poslovnom politikom, vrednostima i principima.** Aktivnosti koje su srodne i povezane sa misijom kompanije nailaze na više razumevanja od strane javnosti. Na primer, smislenije je da kompanija za proizvodnju vode podrži projekte za zaštitu životne sredine, nego sportska omladinska takmičenja. Sportsko takmičenje bi trebalo da bude idealno za građenje imidža kompanija za proizvodnju sportske opreme.

4. **Sarađujte sa onoma koji imaju iskustva u ovom poslu.** Angažujte agenciju koja pravi razliku između prodaje proizvoda i „prodaje kompanije“, kao i razliku između građenja brenda i građenja reputacije.

Društvena odgovornost preduzeća je relativno novi menadžerski koncept koji sve više počinju da praktikuju velike kompanije. Rezultati istraživanja pokazuju da 47 odsto ispitanih investitora kaže da njihovom odluku o investiranju pospešuje saznanje da je određena kompanija dobar građanin ako ulaže u društvenu zajednicu. Skoro jedna trećina investitora odluku o kupovini akcija na berzi donosi čitajući korporativne članke ili oglase koje se odnose na različite društvene aktivnosti. CSR (Corporate social responsibility) odnosno društvena odgovornost preduzeća je takodje važna za potrošače. U 85 odsto slučajeva društvena odgovornost preduzeća utiče na imidž kompanije.

Business quotes

Ekonomska propaganda je umetnost da se gađa u glavu a pogodi džep.

Vans Pakard

Seminari, konferencije:

- 12. - 14. oktobar 2005. **Sinergija 05**, Beograd, Sava Centar
- 19. oktobar 2005. – **Kongres Svetske trgovinske organizacije**, hotel Interkontinental, Beograd

Prijatan vikend. Uživajte u dugim šetnjama ukoliko Vas u tome ne spreči jesenja košava ili nova epizoda serije Vil i Grejs.

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