



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA

BR. 68 04.11.2005.

BUSINESS

Ko upravlja netom? Svetski samit o informacionom društvu koji će se ovog meseca održati u Tunisu zaoštriće polemiku o tome ko će upravljati „svetskom mrežom“. Upravljanje Internetom sastoji se u administriranju njegovog centralnog sistema za adresiranje i usmeravanju saobraćaja bez kojeg ne bi bila moguća komunikacija između kompjutera na različitim krajevima sveta. To sada obavlja, neprofitabilna firma ICANN koju je 1988. osnovalo američko Ministarstvo trgovine. Kina, Brazil i Iran pobunile su se protiv Američke kontrole Interneta, a njima se pridružila i EU. Radna grupa UN za upravljanje Internetom WGIG objavila je svoje predloge za reformu administriranja svetskom mrežom. Predloženo je uvođenje novog zajedničkog tela, slabljenje uloge ICANN ili stvaranje globalne mreže kojom bi upravljale vlade zainteresovanih država.

U Evropi otpuštanja, otpuštanja, otpuštanja. Najveća evropska telefonska kompanija Dojče Telekom u kojoj nemačka vlada ima 15 odsto akcija, objavila je da u naredne tri godine planira da ukine 32 000 radnih mesta zbog promena na tržištu telekomunikacija. Ova kompanija zapošljava 244 000 ljudi. I ostale telefonske kompanije širom Evrope razmišljaju o smanjivanju broja radne snage zbog opadanja zarade fiksnog telefoniranja. Za restrukturiranje Dojče Telekoma i otpremnine biće potrebno oko 3.3 milijarde evra.

Dorijan Grej budućnosti. Do 2046. godine oko 79 miliona pripadnika slavne baby boom generacije u Americi imaće između 82 i 100 godina i aktivno će učestvovati u svim aspektima društvenog života. Svet se polako sprema za predstojeće generacije dugovečnih stanovnika koji će zahvaljujući napretku u zdravstvu i tehnologiji biti neuporedivo zdraviji, a zbog produžetka radnog veka – bogatiji i moćniji. Jedna od vizija budućnosti uključuje stanovanje u jednospratnim kućama čija je unutrašnjost prilagođena svim aspektima starijeg doba, semafore na ulicama koji će dovoljno dugo „držati“ zeleno svetlo, ali i oglase koji se prilagođavaju slabijem vidu. „Pripreme za njih su već počele“, ističe Džemjs Pirk, direktor organizacije za savetovanje pri dizajniranju za starije osobe i navodi primer Boinga koji prilagođava svoje avione starijim putnicima. „Očekujte da vidite sve više oglasa namenjenih ovim gerijatrijskim Golijatima, jer se oni naprosto neće penzionisati!“, dodaje on.



Kineski – jezik budućnosti. U svetu sve više raste interesovanje za učenjem kineskog jezika, čemu je doprineo galopirajući ekonomski razvoj Kine tokom dve protekle decenije. Iako je pre samo jednu generaciju Kina spadala u stagnirajuće osiromašene zemlje, ona se sada smatra protivtežom Sjedinjenim Državama. Danas, Kina šalje ljude u svemir, poseduje modernu vojsku, finansira izgradnju nekih od najprestižnijih objekata arhitekture, dok njeni biznismeni sklapaju brojne ugovore širom sveta. Zbog velikog interesovanja za učenjem kineskog jezika Ministarstvo prosvete Kine je odlučilo da otvori 100 instituta širom sveta.

Odliv medicinskih mozgova. Svaki četvrti lekar u Americi, Velikoj Britaniji i Australiji je imigrant, pokazuju poslednja istraživanja za Svetsku banku koja beleže i masovnu migraciju srednje klase profesionalaca posebno iz afričkih i latinoameričkih zemlja. Odliv medicinskih mozgova dovodi i do sve slabije medicinske zaštite u zemljama koje ostaju bez lekara navodi se u istraživanju. I pored toga što Afrika ima samo 600 000 doktora i medicinskih sestara na 600 miliona ljudi, zapadne zemlje u nedostatku stručne radne snage i dalje „vrbuju“ afričke stručnjake.

COMMUNICATIONS

Televiziju ćemo gledati preko Interneta. „Tradicionalni mediji kao što su televizija, novine i časopisi u narednih 10 godina biće čitani i gledani preko Interneta“, izjavio je predsednik Microsofta, Bil Gejts, na IAB Engage konferenciji u Londonu. Iako je jasno izneo stav da je budućnost oglašavanja na Internetu, priznao je da postoji pitanje lansiranja velikih brendova preko ovog medija. „U tom slučaju tradicionalni advertajzing je bolja solucija, ali kako se približavamo digitalnom svetu biće sve teže odlučiti šta pripada internet oglašavanju“ - kaže Gejts. On predviđa da će preko 50% televizijskih reklama biti krajnje personalizovano sa usko definisanim ciljnim grupama.

Snima se serija o Sadamu Huseinu. BBC u saradnji sa Discovery kanalom već producira igranu seriju o životu Sadama Huseina i njegove porodice pod nazivom „Huseinova kuća“. Serija se bavi Sadamovom najužom porodicom i nekoliko privilegovanih ljudi koji su bili uz njega u samom vrhu njegovog režima, ali i za vreme hapšenja. Pozadina serije oslikava sudbinu iračkog naroda kroz represiju i rat i baca svetlo na šire političke prilike tog vremena uključujući odnos Srednjeg istoka sa Zapadom. Serija će pokazati i način na koji je Sadam u 21. veku manipulirao masama i koristio medije za kreiranje kulta ličnosti.

SMS – small – medium success. Sve više menadžera malih i srednjih preduzeća u zapadnoj Evropi se odlučuje da prilikom svog poslovanja koriste tekstualne SMS poruke kao instrument marketinga, što je dovelo do rasta profita njihovih preduzeća za 10%. „U poređenju sa ostalim oblicima direktnog marketinga SMS poruke su jeftinije, efektivnije i pružaju značajnu konkurentsku prednost“, smatraju vlasnici malih preduzeća. Ipak, ističe se da korisnici usluga ovih preduzeća najviše strahuju od tzv. „mobilnog spema“.

Najbolje iz Srbije. Ministarstvo trgovine, turizma i usluga i dnevni ekonomski list *Pregled*, uz podršku *Privredne komore Srbije* organizuju akciju „Najbolje robne marke Srbije“, koja je sastavni deo kampanje Ministarstva „Kupujmo domaće“. Rok za prijavljivanje učešća u ovogodišnjem izboru je 15. novembar, a akcija se završava krajem decembra kada će svečano biti proglašeni pobednici. Pobjednici su kompanije i proizvođači koji u svojoj grani beleže najbolje rezultate u proizvodnji, prodaji, profitu, primeni standarda i stečenom imidžu kod potrošača. Ove godine za nagradu će se boriti i korporativni brendovi iz uslužnog sektora.

Nova ofanziva sajмова. Jadranski sajam u Budvi je bio domaćin 2. foruma Asocijacije sajmovi Jugoistočne Evrope od 28.-30. oktobra. O najnovijim uspešnim iskustvima i trendovima koji prate sajamsku industriju u okviru seminara pod nazivom "Organizatori i učesnici sajmovi – zajednički do uspeha" govorili su brojni članovi asocijacije iz Italije, Grčke, Mađarske, Rumunije, Hrvatske i SCG. „Forum ima za cilj da okupi kako organizatore, tako i izlagače sajmovi, predstavnike medija, sa ciljem: kako biti uspešniji“- kaže izvršni direktor Jadranskog sajma Rajko Bujković. Između ostalih prof. dr Sinisa Zarić održao je

predavanje „On-line edukacija“ koju je nedavno uvela globalna asocijacija sajmovi UFI. Direktor konsultantske kuće Bovan Consulting Ana B. Bovan govorila je na temu „Sajmovi u post-televizijskoj eri“. „Udruženje EASE okuplja 21 sajam u jugoistočnoj Evropi kao i brojne partnere, čiji se broj na naše zadovoljstvo stalno proširuje“ – kaže generalni sekretar Nebojša Drakulić.



TIPS&TRICKS – KARAKTERISTIKE USPEŠNIH PRODAVACA



1. Istrajni su. Prodaja zahteva ogromnu istrajnost. Teškoće i prepreke vrebaju skoro svakodnevno. Vaš uspeh determinisaće upravo način na koji rešavate poteškoće. Najuspešniji prodavci su naučili kako da savladavaju prepreke. Oni tragaju za novim rešenjima. Oni su izdržljivi. Oni odbijaju da se predaju.

2. Streme ka jasno definisanim ciljevima. Uspešni prodavci znaju šta žele da postignu i oni planiraju svoj pristup. Oni će se potruditi da njihovi ciljevi budu specifični, motivišući, ostvarljivi, ali pritom izazovni, relevantni i vremenski određeni. Oni odrede svoj cilj, osmisle kako će ga postići i preduzimaju akcije u tom smeru svakodnevno.

3. Postavljaju kvalitetna pitanja. Svojim klijentima i kupcima oni postavljaju mnoštvo pitanja da bi u potpunosti definisali njihove potrebe. Naime, najbolji način da se predstavi neki proizvod jeste da se otkriju ciljevi potrošača i razlozi za oklevanjem.

Profesionalna prodaja je umetnost predstavljanja proizvoda ili usluge na atraktivan način da kupac unapred oseti zadovoljstvo proizvodom ili uslugom i da kao rezultat toga donese odluku o kupovni.

4. Pažljivo slušaju. Činjenica je da će vam kupci reći sve što treba da znate, samo ako im date priliku. Uspešni prodavci ne pričaju u nedogled, već pažljivo slušaju kakav je odgovor kupca na njihovu ponudu i često prave beleške sumirajući kako su razumeli komentare.

5. Strastveni su. Što više volite vaš posao više ćete se truditi i vaš entuzijizam će sijati prilikom svake prodaje. Važno je biti oduševljen proizvodom ili uslugom jer ćete na taj način to oduševljenje preneti i na klijente.

6. Srdačni su. Uspešni prodavci su uvek pozitivni, čak i u teškim vremenima i njihov optimizam je zarazan. Oni se uvek fokusiraju na pozitivne strane, ne dozvoljavajući da budu odvučeni na negativnu stranu.

7. Preuzimaju odgovornost za svoje rezultate. Oni ne svaljuju krivicu na interne probleme, ekonomiju ili jake konkurente kada ne uspeju da ispune prodajnu kvotu. Svesni su da rezultati zavise od njihovog rada i čine sve što je neophodno da postignu uspeh.

8. Rade naporno. Mnogi žele da budu uspešni, ali nisu spremni da rade naporno da bi to postigli. Uspešni prodavci započinju radni dan pre svojih kolega i ostaju posle završetka radnog vremena. Oni obavljaju više telefonskih razgovora i imaju više prodajnih prezentacija.

9. Ostaju u kontaktu sa svojim klijentima. Stalan kontakt pomaže da se zadrže klijenti. U tom smislu, organizuju se povremeni poslovni ručkovi, šalju se čestitke povodom rođendana i godišnjica.

Business quotes

Ne postoji tvrda i meka prodaja. Postoji samo glupa i pametna.

Charles Brower

Seminari, konferencije:

25. – 26. novembar 2005. INTERNI PR I MOTIVACIJA ZAPOSLENIH, Beograd
Konsultantska kuća Bovan Consulting želi da Vas motiviše da postignete još bolje rezultate u poslovanju i budete deo efektivnog tima u kompaniji. Pridružite nam se na seminaru koji je prvi u okviru jesenjeg programa **Edusfere**. Predavači su: **Ana B. Bovan, Maja Vlahović i Maja Reić**. Javite se na naše telefone 011 3036 133 / 3036 134 i prijavite se.

Vlada Srbije je iz tekuće budžetske rezerve odobrila 21 milion dinara Kancelariji za pridruživanje Evropskoj uniji za finansiranje projekta "Unapredjenje predstave o Srbiji u strukturama EU". Nije mnogo, ali je početak.

Vaš Bovan tim



Bovan Consulting

Urednik: Ana B. Bovan

Zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i M. Barać, S. Koprivica, M. Reić, I. Marković, M. Bučković, O. Vladušić, P. Todorović

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@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