



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA

BR. 70 18.11.2005.

BUSINESS

Japanske banke teraju u stečaj. Broj bankrotstava japanskih firmi povećao se za 23% u periodu od septembra do oktobra, što praktično znači da je u stečaj otišlo 825 kompanija. Razlog bankrotstva leži u tome što su manje finansijski moćna preduzeća, posebno supermarketi i transportne kompanije prinuđene da pozajmljuju sredstava od banaka za proširenje svojih poslovnih operacija. Uprkos podacima koji pokazuju smanjenje nezaposlenosti i povećanje proizvodnje i potrošnje, male firme nastavljaju da krahiraju zbog sve strožijih procena finansijskih organizacija prilikom kreditiranja.

Nesigurni on-line račun. Internet postaje sve nesigurnije okruženje za klijente banaka koji žele da pristupe svom on line računu zbog internet krađa. Da bi povećale stepen sigurnosti, američke banke će morati da prilikom pristupa računima zahtevaju dodatne informacije pored korisničkog imena i šifre. Ove tehnološko-sigurnosne inovacije predstavljaju dodatni trošak koji će banke koštati od nekoliko centi do \$5 mesečno po korisniku. Zbog rasta troškova, banke će verovatno dodatno naplaćivati usluge on-line bankarstva koje su do sada bile besplatne i tako verovatno izgubiti neke klijente.

Nema novogodišnjih bonusa u Americi. Oko 60% američkih kompanija je odlučilo da ove godine ne dele novogodišnje bonuse svojim zaposlenima, umesto čega su se opredelili za poklone u hrani ili poklon pakete. Po rečima menadžera, kod zaposlenih se ustalilo mišljenje da im bonus automatski pripada, bez obzira na to kakve su njihove dotadašnje performanse. "Poslodavci ipak prepoznaju razliku između vezivanja bonusa za učinak umesto za novogodišnji odmor, čime se stvara lojalnost kompaniji", dodaju oni. Zanimljivo je da će 9% firmi novac koje su namenili zaposlenima u vidu bonusa pokloniti dobrotvornim organizacijama zbog brojnih prirodnih katastrofa koje su se ove godine desile.



London još uvek omiljena trgovinska lokacija. Prema istraživanju koje je sprovedla kompanija *Cushman & Wakefield* najomiljenija trgovinska lokacija u Evropi je London. Pored njega visoko se kotiraju i Pariz, Frankfurt, Brisel i Barselona. U ovom istraživanju učestvovalo je 500 menadžera vodećih evropskih firmi koji ističu da su glavni kriterijumi za ovo rangiranje bili poboljšanje tržišnih uslova, razvijenost saobraćajne infrastrukture, kvalifikovanost radne snage, kao i razvijenost telekomunikacione mreže.

Živi jastoci u "nehumanim" uslovima pred pripremanje. Najveći svetski ponuđač prirodne hrane, *Whole Food Market Inc.* je objavio da će stopirati prodaju živih jastoga u slučaju da ne uspe da primeni humanije tehnike njihovog nabavljanja i prodaje. Kompanija je postavila sebi rok do kada mora da eliminiše metode koje izazivaju nepotrebnu patnju jastoga. "Mi gledamo na jastoge kao na živa bića radije nego kao na artikal koji ne zaslužuje pažnju" - ističe izvršni menadžer *Džon Meki* i dodaje da nakon što završe ispitivanje u vezi sa jastozima prelaze na ispitivanje živih kraba i rečnih rakova.

COMMUNICATIONS

Džejs Bond je kriv za sve. Američki scenaristi širom zemlje apeluju da bi trebalo da se stane na put preteranom pozicioniranju proizvoda u okviru TV serija i filmova jer, smatraju oni, to predstavlja skriveni marketing koji obmanjuje gledaoce. Oni pozivaju filmsku industriju da napravi svojevrstni kodeks koji će povući jasnu granicu između zabave i reklame. „Mi iz prve ruke znamo kako se jedan scenario promeni kada emisiju preuzme marketinški stručnjak. Primorani smo da mislimo kako ćemo u scenario staviti konzervu pića još 8 puta do kraja serijala“ – kažu scenaristi. Oni veruju da je sve počelo od *Džejm Bond* filmova kada su prvo počeli da se spominju brendovi poput *Don Perinjon* šampanjica, *Bentlija* i *Bereta* pištolja.

Iskustveni centar kao novi vid komunikacije sa potrošačima. Jedna od najpoznatijih Finskih kompanija, *Nokia*, nedavno je u Moskvi otvorila prvi u svetu „Iskustveni centar“ u kojem će svi zaljubljenici *Nokia* proizvoda moći da se upoznaju sa novim funkcijama i mogućnostima koje će tek biti implementirane u novu generaciju aparata, a čiji se plasman na tržište tek očekuje. Planirano otvaranje čitavog lanca tzv. „Iskustvenih centara“ može poslužiti kao dobar metod istraživanja i osluškivanja želja potrošača.



Pijanci na plakatima. Ministarstvo unutrašnjih poslova Velike Britanije krenulo je u šokantnu marketinšku kampanju protiv preteranog konzumiranja alkohola na javnom mestu i nedoličnog ponašanja alkoholisanih osoba na ulici. Cilj ove kampanje je da šokira alkoholičare serijom postera na kojima su ilustrovane sve neugodne situacije u koje zapadaju pijane osobe i da ih upozori na novčane kazne koje će morati da plate ukoliko budu zatečeni na ulici u pijanom stanju. Ova preventivna kampanja vredna 150 000 funti ima za cilj i da predupredi potencijalni problem „preteranog pijančenja“ koji može zadesiti ovu zemlju, nakon uvođenja novog zakona, prema kome će Britanci moći da u pojedinim pabovima konzumiraju alkohol čak 24 sata.

Rumunsko mađarska umetnica iz Njujorka kreirala Publikumov kalendar. Inspirisana putopisima iz viktorijanskog doba kada su pisci opisivali zemlje u kojima nikada nisu bili, *Andrea Dežo*, dizajner, umetnik i redovni profesor na *Parsons* školi za dizajn u Njujorku u mašti je otputovala u Srbiju kako bi kreirala *Publikumov* kalendar za 2006. Gospođa *Dežo* u ekskluzivnom razgovoru za *BC Bilten* kaže da je očarana našim legendama, narodnim pesmama,

pričama i receptima koje su je inspirisale da doživi Srbiju. „Impresionirana sam inovativnošću vašeg naroda tokom proteklih rešavanja, a posebno me je oduševio recept za Embargo tortu“ – kaže *Dežo*. *Dežo* piše i za magazin *Print* obrađujući teme o vizuelnoj kulturi bivših komunističkih zemalja šezdesetih i sedamdesetih godina 20. veka.

Interni PR i motivacija. Nemotivisanost, nejasna očekivanja, neefektivni sastanci, bolesna konkurencija među zaposlenima i zadržavanje informacija koje su ključne za obavljanje posla jesu indikatori loše interne komunikacije. Naučite da poboljšate efektivnost i motivaciju i smanjite fluktuaciju kadrova. Pridružite nam se na seminaru **INTERNI PR I MOTIVACIJA ZAPOSLENIH** koji 25. i 26. novembra u Beogradu organizuje konsultantska kuća *Bovan Consulting*. Javite se na telefon 011 3036 133 ili 3036 134.

BUSINESS TO BUSINESS INTERVJU – MIODRAG KOSTIĆ, Direktor MK Commerce



Trampovo pravilo „Ništa lično, to je samo biznis“ - savršen izgovor za neetičko ponašanje u poslovanju.

Miodrag Kostić

Kako podstičete inicijativu u radu sa ljudima u Vašoj kompaniji?

U *MK Commerce* postoji nekoliko načina kako zaposleni može da plasira svoju dobru poslovnu ideju. Postoji, na primer, formalizovana procedura koja podrazumeva popunjavanje posebnog obrasca koji se zove *Predlog novog poslovnog projekta* koji je svima dostupan na Intranet portalu firme, a u kome se očekuje da zaposleni svoju ideju u potpunosti operacionalizuje i razradi pre nego što je preda na uvid višim instancama. Zaposleni sa inicijativom se nagrađuju kako u smislu bržeg napredovanja u hijerarhijskom smislu, tako i dodatnim bonusima i stimulacijama na postojeću platu. A i svi moji zaposleni vrlo dobro znaju da su vrata mog kabineta uvek otvorena za svaki dobar predlog, koji pre nego što stigne do mene mora biti konkretizovan i dobro osmišljen.

Da li pri odabiru saradnika dajete primat znanju ili iskustvu?

Zavisí o kojoj konkretnoj radnoj poziciji se radi. U okviru *MK Grupe* ima više stotina različitih radnih mesta, a za svako postoje posebna očekivanja i zahtevi. Uvek se vodi računa da imamo dobar spoj mladosti koju karakteriše entuzijizam, brzina, nova znanja, želja za dokazivanjem i fleksibilnost, i iskustva sa druge strane, koje odlikuje dobro poznavanje posla i stabilnost u radu. Što se tiče rukovodećih pozicija, za koje lično biram saradnike, uvek primat dajem znanju i visokim kompetencijama, kao i uspešnosti na prethodnim radnim mestima jer je to jedan od najboljih prediktora uspešnosti.

Da li u kompaniji imate edukaciju za zaposlene?

Znanje je jedan od najvažnijih resursa u savremenom poslovanju svuda u svetu i nijedna savremena kompanija neće moći da izdrži oštre tržišne uslove bez ulaganja u znanje. Za nas je edukacija investicija i mi gledamo da je obezbedimo našim zaposlenima. Nažalost, to još uvek nije za sve nivoe zaposlenih, mada činimo sve da ovu vrstu, rekao bih, neophodnosti obezbedimo za sve.

Da li gledate emisiju Donalda Trampa „Šegrt“ i da li se donekle prepoznajete?

Zbog brojnih obaveza retko da uopšte imam priliku da gledam televiziju. Čuo sam za ovaj televizijski šou i sudeći po koncepciji verujem da bi mi se dopao. Koliko sam razumeo, najinteresantniji su problemski zadaci sa kojima se pripravnici susreću, njihova komunikacija pri rešavanju tih zadataka i na kraju povratne informacije koje dobijaju od Trampa lično.

Da li u poslu priznajete Trampovo pravilo „Ništa lično, to je samo biznis!“

Svakako sam zagovornik teorije po kojoj posao i lične odnose ne treba mešati, a ovo *Trampovo* pravilo mi zvuči kao savršen izgovor za neetičko ponašanje u poslovanju. Mislim da u biznisu treba poštovati pravila i kodekse poslovne etike jer se moralnost u poslovnom svetu nagrađuje opipljivim dobicima. Prevarom ili nekim drugim neetičkim ponašanjem možete doći do kratkoročnih ciljeva, ali je sigurno da vam na duge staze neće obezbediti uspeh, kao ni poštovanje od strane drugih.

U sledećem broju: kako g. Kostić pronalazi lidere?

Business quotes

Majrosoft je imao konkurenciju u prošlosti. Dobra stvar je što postoje muzeji da o tome posvedoče.
Bil Gejts

Seminari, konferencije:

- 25. - 26. novembar 2005. Interni PR i motivacija zaposlenih, Beograd, +381 11 3036 133, 3036 134, edusfera@bovan.co.yu
- 6.-7. decembar 2005. Prvi godišnji forum- Finansijske usluge u jugoistočnoj Evropi: Trenutna dešavanja i budući rast – organizator magazin *Ekonomist*, Hyatt, Beograd

Kako ćete dočekati prve snežne pahulje za vikend? Uz *BC Bilten* ... i? Mi vam šaljemo nekoliko prvih elektronskih pahuljica. ***

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