



## Business

**US Airways nudi \$8 milijardi za preuzimanje Delta Air Lines.** Preuzimanje Deltine može stvoriti najvećeg avio prevoznika u SAD i pokrenuti talas novih spajanja u ovoj industriji. Delta, treća avio kompanija po veličini u SAD, zvanično se oglašila pismom svog generalnog direktora u kojem se kaže da su dobili ponudu, ali da se nadaju da će rešiti finansijsku krizu do polovine sledeće godine uz pomoć državne službe za zaštitu od bankrota. Sa druge strane, direktor US Airways izjavio je da se spajanjem ove dve kompanije mogu postići uštede od čak \$1.65 milijardi na godišnjem nivou i da će ovim potezom najveću korist imati korisnici avio prevoza jer će dobiti širok spektar letova za brojne svetske destinacije i čak 800 aviona na raspolaganju.

**Profesionalni igrač.** Toma Tejlora, poznatiji kao *Tsquared* ili *T2*, dečka sa Floride koji ima samo 19 godina, već ubrajaju u 20 najuticajnijih osoba ispod 30 godina u SAD. Sa 14 godina počeo je da učestvuje na takmičenjima u video igrama, a već sa 16 je ušao među profesionalce i počeo da daje časove na sajtu *Gaming lessons*. Otkada je učestvovao na poslednjem *Major League Gaming* u Las Vegasu, cena njegovog časa varira od \$65 do \$115. Nedavno mu je i MTV posvetio dokumentarac, nazvan *Stvaran život – Ja sam profesionalni igrač*. Njegovo radno vreme traje dva ili tri sata dnevno a obično počinje oko 11 sati uveče. „Kada sam lansirao svoj sajt sa lekcijama, završio sam na prvim stranama *Wall Street Journal*, *Wired Magazine*, *Stuff Magazine* i mnogih drugih. Sve lekcije se nalaze na mreži, a posvećene su onima koji žele da postanu profesionalci ili onima koji žele da postanu bolji igrači“ - kaže Tejlora i dodaje da u budućnosti želi da karijeru profesionalnog igrača spoji sa drugim projektima, kao što je na primer lansiranje sopstvene linije odeće.

**Leptiri, leptiri... kupite leptire!** Cela priča je počela kada se Jose Muniz kladio u \$100 sa svojim prijateljem da od prodaje leptira ne može da napravi biznis. Jose još uvek čeka na tih sto dolara, dok prvi plan finansija za sledeću godinu kojim se predviđa \$1 milion prihoda. *Amazing Butterflies*, distributer živih leptira danas ima poslovnice u tri američka grada, a bum na tržištu napravljen je u saradnji sa organizatorima venčanja i humanitarnih akcija, kao i saradnjom sa velikim kompanijama poput producentske kuće *Viacom*. Jose danas kaže da konačno radi posao koji voli i da se na stari nikada ne bi vratio jer ga leptiri uveseljavaju.



**Tartuf za \$160 hiljada.** Veliki beli italijanski tartuf najskuplja je pečurka na svetu vredna \$160.406 koliko je za nju platio hongkonški tajkun. *Gordon Wu* i njegova supruga su se takmičili sa ljubiteljima pečuraka iz Francuske i Italije kako bi kupili 1,5 kilograma težak *Alba* beli tartuf na međunarodnoj aukciji, izjavio je predstavnik *Ritz-Carlton* hotela. Aukcija je održana u Grizaneu u Italiji, a satelitski je bila prenošena u Parizu i Hong Kongu. "Vrlo su jedinstveni. Pronađeni su svi zajedno i imaju lep oblik", rekao je hotelski kuvar *Umberto Bambana* govoreći o pečurki koja je veličine tri šake. *Bambana* će iskoristiti tu divovsku pečurku za pripremu banketa čiji će domaćin biti *Wu*.

**Najnesigurniji automobili** Nakon što je Američki institut za bezbednost u saobraćaju objavio da vazdušni jastuci koji štite putnike od povreda glave kod automobilske nesreće s vozačeve, tj. bočne strane smanjuju smrtnost čak 37 posto, časopis *Forbes* je objavio listu sedam najnesigurnijih automobila za 2007. godinu. Najvažniji faktor bili su bočni vazdušni jastuci. Na prvom mestu se našao *Chevrolet Cobalt*, slede *Ford Focus* u limuzinskoj verziji, *Mazda 3* sa četvoro vrata, *Saturn Ion*, *Suzuki Aerio* i *Forenza Toyota Corolle*. Na drugom kontinentu, nezavisni žiri sastavljen od 58 automobilskih novinara iz 22 evropske zemlje je odlučio da titula automobila 2007. godine pripadne novom *Fordovom S-Max*. Na drugom mestu našla se, četvrta generacija *Opel Corse*, a na trećem mestu je *Citoren C4 Picasso* koji je osvojio 17 bodova.

**Udruživanje mega-banaka.** Grupa od sedam vodećih investicionih banaka, *Citigroup*, *Credit Suisse*, *Deutsche Bank*, *Goldman Sachs*, *Merrill Lynch*, *Morgan Stanley* i *UBS* formiraće novu kompaniju sa nezavisnim menadžmentom i razviti jedinstvenu platformu za trgovanje na evropskoj berzi. Najava udruživanja banaka objavljena je u toku pregovora o spajanju *London* i *Deutsche Boerse*, koja vodi do berze Evrope, USA i Azije. Nova suparnička platforma namerava da privuče sredstva iz cele Evrope, smanji troškove kupovine i prodaja akcija, omogući veću transparentnost cena i količine akcija. Glavni akcionari novog berzanskog entiteta biće same banke koje do sada nisu komentarisale koliko novca planiraju da ubrizgaju.

**Majica koja svira.** Australijski naučnici kreirali su majicu koja pokrete ruke pretvara u zvuk gitare. Majica je opremljena sensorima smeštenim na laktovima koji registruju pokrete ruke i bežično ih prenose do kompjutera koji ih pretvara u zvukove gitare, rekao je inženjer *Richard Helmer* iz *Australijskog centra za nauku i istraživanje*. *Svirajuća majica* prilagođena je tako da i levoruke i dešnjake pretvara u prave rok zvezde, ističe *Helmer* i dodaje je da se majica vrlo lako koristi čime omogućava stvaranje muzike u realnom vremenu čak i onima koji nemaju neke posebne kompozitorske veštine. *Svirajuća majica* proizvedena je zahvaljujući saradnji inženjera specijalizovanih za softver i elektroniku, hemijsku i tekstilnu tehnologiju, kompozitora i muzičkih umetnika.

## Communications

**ER - škola medicine.** Gledanje serija poput *ER* i *Zakon i red* kod Amerikanaca je podigla stepen znanja i informisanosti o zdravlju i pravu, kaže se u studiji profesora medicine sa Harvarda. Poistovećivanje sa glavnim likovima sa TV ekrana Amerikance je navelo da više znaju o simptomima bolesti i prevenciji side. Sa ovom podacima slažu se i producenti popularnih emisija i kažu da industrija zabave u ovom trenutku predstavlja važan izvor informisanja o zdravlju, jer se veliki broj porodica okuplja ispred ekrana u vreme kada se emituju ove serije. Tačne informacije i dobre poruke koje serije prenose ljudima ulivaju samopouzdanje i poverenje u zdravstveni i pravni sistem SAD pa je *Federalni centar za prevenciju i kontrolu zaraznih bolesti* već pokrenuo plan o informisanju o prevenciji side kroz TV serije.

**Uživajte u piletini na Mesecu.** U okviru globalne kampanje rebrandiranja, kompanija *Kentucky Fried Chicken* postavila je lik svog osnivača *Colonela Sandersa* na mesto koje se može videti iz svemira, nazvano mesto za astrooglašavanje. Lik *Sandersa*, sagrađen u pustinji Nevada u *Oblasti 51* koja je poznata po svedočanstvima o prisustvu NLO, pokriva prostor od 8120m<sup>2</sup>. *Sanders* na logotipu sada nosi crvenu kecelju za kuvanje, odbacio je prepoznatljiv beli sako, ali je zadržao leptir mašnu, naočare i bradicu. Logotip *KFC* je promenjen samo 4 puta za 50 godina, a fotografije novog napravljene su pre nekoliko dana iz satelita koji kruži oko Zemlje. Sličnu promociju nedavno je upriličio i časopis *MAXIM* povodom izlaska svog 100. broja postavljajući ogromnu naslovnu stranu u pustinji Las Vegasa.

**Potrite kao Boni i Klajd.** Svojom najnovijom kampanjom u kojoj je promovisala patike za devojčice Boni i patike za dečake Klajd, proizvođač sportske opreme Puma izazvao je burne reakcije boraca protiv oružja u Nemačkoj. Uz rečenicu iz filma Boni i Klajd—Kradem da bih živeo, koja se nalazi na patikama, nove Boni patike na peti imaju utisnut logotip – zlatni pištolj dok se na Klajd patici nalazi znak automatske puške Tompson. Predsednik Trident nezavisne savetodavne grupe, Lee Jasper optužio je Pumu za neodgovornost i pozvao kompaniju da povuče proizvod sa tržišta. Predstavnik Pume je odgovorio da proizvodnjom ovih patika kompanija nije želela da promoviše nasilje, već da prikaže umetničku i istorijsku stranu i uticaj koji je film Boni i Klajd imao na holivudsku produkciju. U sličnoj situaciji se pre dve godine našao i Reebok zbog slogana—I am what I am i pojave repera 50 Cent. Kompanija je prekinula kampanju zbog optužbi da promoviše nasilje prikazujući repera koji u reklami broji do devet što asocira na broj pokušaja njegovog ubistva.

**Al-Jazeera na engleskom.** Urednik BBC World, Richard Porter izjavio je da će novi projekat arapske televizije Al-Jazeera na engleskom jeziku, predstavljati ogromnu konkurenciju BBC i CNN na globalnom tržištu. Kako je Porter rekao, arapska TV stanica zasniva svoju politiku na sličnim vrednostima kao i BBC što je u najvećoj britanskoj televiziji pokrenulo inicijativu za unapređenje poslovanja. Porter tvrdi i da je takav tip konkurencije dobar za televiziju, kao vodećeg svetskog medija.



**Najnovije naprave tajnih agenata.** Odeća Miguel Caballero se po izgledu mnogo ne razlikuje od običnih majica sa kratkim rukavima, jakni za motore, odela za svečane prilike, osim po startnoj ceni od \$2000. Opasne misije zahtevaju i savršenu zaštitnu opremu koju Caballero omogućava korisnicima, a to su najčešće političari, tajni agenti i druge veoma važne osobe. Korisnici BioKnob brave ne moraju nositi ključeve od svoga stana, niti ih sakrivati ispod otirača. Brava može da memoriše 100 otisaka pristiju na osnovu senzora smeštenog u središtu ključaonice. Penkalo za memorisanje više od 16 sati govora i memorijom od 256 MB može poslužiti i kao MP3 plejer i za snimanje kompjuterskih fajlova. Naočigled običan sat poseduje skrivenu digitalnu video kamerom koja se automatski aktivira pri najmanjem pokretu u vidokrugu sata i memoriše 12 minuta snimka. Lokator se lako može sakriti u automobil a prati se uz pomoć GPS ili Internet mreže. A kada se James Bond umori, Oakley MP3 sunčane naočare nisu samo zaštita od sunca već moderni džuboks sa mestom za 120 pesama.

## Tips and Tricks - Četiri veštine potrebne za uspeh – sada!

**Postati neko veliki u poslu zahteva da se bude virtuoz i majstor u raznim oblastima, od komplikovanih kao što su projekcije budžeta do najprostijih, kao što su rešavanje zašto vam printer stalno govori da treba staviti papir A kada je i budali jasno da tu ima sasvim dovoljno prokletog papira!**

Iskreno govoreći, mnoge veštine traže godine rada i vežbe kako bi se usavršile. Ali postoje i neke druge koje svako može unaprediti za relativno kratko vreme, a koje mogu imati konkretnih i brzih efekata u karijeri. Zbog toga je BC Bilten odlučio da na jedno mesto stavi savete stručnjaka iz nekoliko oblasti i pomogne vam u njihovom brzom savladavanju. Ukoliko apsorbujete i primenite ove savete, postaćete znatno efektivniji, svesni potrebnog i uloženog vremena, kako na poslu tako i u kući. A i sledećeg puta kada vam štampač javlja neke stvari koje ne razumete – znaćete da brzo potražite nekoga ko će vam to srediti odmah.

### Javni nastup - za početnike

Ako merimo najveće ljudske strahove, strah od javnog nastupa je u samom vrhu, u rangu straha od smrti! Medjutim, dok god postoji dobar put i plan, stvari se mogu dramatično olakšati.

**Psihička priprema.** Budite puni energije i fokusirani kada udjete u prostor za nastup. Ako vam je energetska bilans nizak, ojačajte ga prethodno da bi sebe „podigli“ i obodрили. Nekoliko vežbi dubokog disanja su dobre da smanjite nervozu.

**Nije predstava.** Mnogi greše kada misle tako. Neki sjajni govornici su ovome pristupali kao običnom razgovoru sa publikom. Američki predsednik Regan je bio jedan od njih.

**Pult je za diktatore i generale.** Stajati iza pulta vas odvaja od publike, stoga, kako biste umanjili strah, zgrabite mikrofon i šetajte po prostoru, ili se bar izmaknite u stranu i naslonite se na njega.

**Obucite publiku.** Onaj stari savet da ćete se lakše osećati ako zamislite da su goli je besmislen. Kako biste se zaista osećali kada biste stajali u sobi punoj golih ljudi?

**Uspostavite očima kontakt sa poznanikom.** Postavite se kao da govorite jednoj osobi ili nekoliko osoba. Smanjićete veličinu sale kada posmatrate njih.

**Ne znojite se oko pitanja.** Smatrajte to „pozitivnim“. To vam je šansa da govorite o vašem timu: „Srećni smo što je u našoj ekipi veliki stručnjak za to i ja ću vas povezati sa njim kasnije.“

### Umetnost pregovaranja

Traganje za velikim poslovima ili samo traženje povišice zahteva pravi pristup i odabrane reči.

“Kako ste došli do te cifre?” Otvara mogućnost da vidite šta druga strana misli.

“Gde smo ono stali?” Pokažite da vam je stalo do tog razgovora, ali ne previše.

“Provericu i sa suprugom”. Ili banakom, ili advokatom, ili šefom. Omogućava vam da izbegnete ono ishitreno DA.

“Molim? Šta?” Pretvarajte se da ne razumete, i drugi će morati da objašnjavaju.

“Ako se nešto promeni, pozovite me.” Budite spremni na napuštanje pregovora i ostavite teret njima.

### Šanse brzog čitanja

Spori čitači gube i vreme i često slabije razumeju štivo. Ovih 5 saveta će pomoći.

**Nikada ne čitajte bez olovke.** Povlačeći olovku ispod reda koji čitate tera oči da se koncentrišu i ubrzaje vas.

Na kompjuteru to radite sa kursorom.

**Uzmite knjigu u ruke.** Čitati pod uglom od 45 stepeni je lakše za oči nego na ravnom.

**Odmorajte oči.** Fokusrirajte se na cele redove, a ne određene reči, koristeći periferni vid. Pomerajte glavu i dobro pratite gornju polovinu slova u redu.

**Smanjite taj glas u glavi.** Tiho ponavljanje reči vas usporava. Umesto toga, vežbajte tiho mumlanje.

**Samo nastavljajte.** Izbegnite poriv da se vratite i ponovo pročitate neki red.

### Igre pamćenja

Pomešali ste Peđu i Nešu? Vesnu i Sonju? Čitajte dalje.

Uvek se prvo vi predstavite. Posebno se viši menadžeri trude da “prodaju” sebe ili svoje ideje i ostave utisak, te zaborave da zapamte nečije ime. Umesto toga, bar to i vi prvo rešite, tek se onda koncentrišite na druge.

Potvrdite i ponovite. U prvih 20 sekundi učinite da misle da su vam najvažniji na svetu.

Povežite ime sa nečim. Kada je Peđa – neka veza bude neki Peđa kog znate, recimo Stojaković. Ili ujka Peđa, bilo koji podsetnik.

Koristite ime 3 puta. Ne na onaj nevešti način „Pa, Nešo, drago mi je Nešo da smo se upoznali.“ Rasporedite, na početak, sredinu i kraj susreta.

Preko 18°C 18. novembra!  
Uživajte u sunčanoj i nesvakidašnjoj jeseni.

Vaš Bovan tim

Šanse nikad ne pomažu onome ko ne ume da pomogne samom sebi.

Sofokle

### SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 23. novembar 2006. – Tribina “Marketing u 21. veku”, Agencija za marketing Publicite SDM, Master centar, Novi Sad
- 23. novembar 2006 – Predavanje “Internet marketing u Srbiji”, UEPS, Beogradski sajam
- 5. decembar 2006 – Konferencija Novih Lidera, AIESEC, Poslovni centar Ušće, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan  
Zamenik urednika: Maja Vlahović  
Za vas pišu i  
M. Barać Stojanović, M. Reić, M. Djordjević,  
D. Djurković i B. Petković



**Bovan Consulting**  
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu  
Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Srbija  
posetite bovan.eu  
Fix +381 11 3036 133, 3036 134  
Fax +381 11 3284 380