

Business

Najbolje ideje iz sveta malog biznisa za 2007.

Najduže ruže, instant knjige... neke su od novih i isplativih ideja malih biznisa. Najduže ruže zovu „ekstremnim“, duge su čak 190 cm i veće su od osobe koja ih dobija, a na tržište SAD uvešće ih *Organic Bouquet*. Potvrda ljubavi više neće biti tako jeftina jer je ovakvoj ruži potrebno 100 dana da izraste, dodatnog rada i posebna isporuka zbog veličine. U februaru 2007, kompanija *On Demand Books* isporučice prvu mašinu koja će istovremeno moći da štampa, lepi i koriči dve knjige za manje od 7 minuta na jeziku po izboru, a jedino ograničenje biće broj stranica-550. Iako svaki četvrti Amerikanac nosi tetovažu, većina se slaže da pored toga što se teško uklanja, može da sadrži i štetno mastilo. *Freedom 2* ink rešice ove probleme zahvaljujući profesoru dermatologije sa *Harvard univerziteta*, *Rox Andersonu*, koji je pomogao u izradi neškodljivog mastila. Dodatna pogodnost ovih tetovaža biće što se jednostavnim laserskim tretmanom može ukloniti mastilo sa kože.

Igrate igrice na poslu? Odlično! Da bi povećali produktivnost u kompanijama u kojima je igranje igrice u toku radnog vremena česta pojava, menadžeri kompanije *Laramie* iz *Wyominga* došli su na interesantnu ideju. Zaposleni dobiju određeni zadatak – da na posao dođu na vreme ili da projekat završe u roku i nakon toga dobijaju određeni broj kredita i mogućnost da zarade na online igrama. Igre traju kratko, oko 15 sekundi i za to vreme zaposleni imaju šansu da osvoje čak 5000 kredita koji se upisuju na račun radnika i koje on kasnije može da unovči. Sistem nazvan *Snowfly*, rukovodiocima pored podizanja morala kod zaposlenih, služi i za praćenje ponašanja i uspešnosti u realnom vremenu.

Communications

Budućnost na prodaju. Devetnaestogodišnji *Ron Stin* iz Kalifornije se nada da će investitori uložiti u njegovu budućnost. *Stin* je nedavno stavio sebe na *eBay* nudeći 2% od svoje budućće zarade osobi koja će ulagati u njegovo obrazovanje, sa minimalnom cenom od \$100.000. „Ja sam pravi posao i veoma inteligentan mladić“, napisao je na *eBay*. On kaže da očekuje da će zarađivati više od \$125.000 godišnje do svoje 65 godine, i da će njegovi investitori dobiti više od uloženi \$100.000. Međutim, nisu baš svi ubeđeni u to. *eBay* je uklonio *Stinovu* aukciju nakon pet dana zbog kršenja politike sajta. Za sada je jedini njegov finansijer na *Kalifornijskom državnom univerzitetu*—otac.

\$9 mlrd zaradio Holivud. Filmski studiji u Americi na kraju ove godine imaju veliki razlog za slavlje. Prema podacima *Media By Numbers*, u SAD zarada od prodaje bioskopskih karata je \$8.57 milijardi što je povećanje od 6% u odnosu na 2005. Producenti kažu da su za povećanje zarade i posete bioskopima ove godine najzaslužniji žanrovski kvalitetniji filmovi. U tabeli pogledajte 10 holivudskih projekata koji su u 2006 zaradili najviše novca.

10 najgledanijih filmova u 2006. u SAD

1. Pirati sa Kariba 2	\$423 miliona
2. Automobili	\$244 mil.
3. X-Men 3	\$234 mil.
4. Da Vinčijev kod	\$217 mil.
5. Povratak Supermena	\$200 mil.
6. Ledeno doba: otapanje	\$195 mil.
7. Preko ograde	\$155 mil.
8. Noći u Taladegi	\$146 mil.
9. Klik	\$137 mil.
10. Nemoguća misija 3	\$133 mil.

Korporativni novogodišnji pokloni. Novogodišnja groznica može da predstavlja dodatni pritisak za zaposlene, pogotovu ukoliko planiraju da poklone nešto i svom pretpostavljenom. *Marjorie Brody*, direktor *Brody Professional Development* daje nekoliko saveta u vezi sa korporativnim poklonima: „Ne dozvolite da poklon bude suviše ličan, pa je ove godine bolje da cveće, knjige i penkala zamenite domaćim biskvitima ili dobrom kafom. Pokušajte da poklone ne uručujete u toku radnog vremena jer smanjuje produktivnost na poslu, a može da izazove i ljubomoru među kolegama. NG i Božićna kartica je obavezna, bez obzira kakav je vaš lični stav o pretpostavljenom“, poručuje *Brody*. Kao najbolje ideje, *Brody* navodi donaciju u nečije ime ili pretplatu na magazin jer će svaki novi dobijeni broj podsecati šefa na vaš lep gest.

\$37 mlrd zatvorskog tržišta. Preko 2 miliona zatvorenika širom SAD koji svakodnevno imaju potrebu za različitim vrstama proizvoda i usluga čine tržište vredno čak \$37 milijardi godišnje. Direktor *Corrections Corporation of America*, *Irving Lingo* kaže da zatvori imaju potrebu za saradnjom sa kompanijama iz oblasti obezbeđenja, medicine, prehrambene industrije i tehnologije. *Brian Frins*, i sam bivši robijaš je tako došao na ideju da osnuje komunikacionu kompaniju koja se bavi pružanjem telefonskih usluga zatvorenicima po diskontnim cenama. Njegova kompanija *Outside Connection* sada za cilj ima da ugrabi što veći deo tržišta zatvorskih telekomunikacija vrednog \$1 milijardu. Na konvenciji *Američke kazneno-popravne asocijacije* u Šarlotu u avgustu ove godine se okupilo preko 400 izlagača gde je prikazano nekoliko hiljada proizvoda namenjenih zatvorskim institucijama. Studija ministarstva pravde SAD pokazala je da je čak 52% osuđenika recidivista, te kompanije koje ciljaju na to tržište kažu da očekuju rast u narednom periodu.

Rival YouTube. *Fox*, *Viacom*, *CBS* i *NBC* trenutno pregovaraju o zajedničkom projektu, video sajtu, koji bi bio konkurencija *YouTube*. *YouTube* je za samo dve godine dostigao posećenost od preko 100 miliona korisnika svakog dana. Kompanije su najavile da će kreirati o poseban plejer koji će služiti za pregled video klipova. Kao još jedan od razloga za projektom ovakve vrste, kompanije navode veliki broj svojih komercijalnih video klipova, spotova, filmova i ostalih zapisa koji su se pojavili na *YouTube*, a koje nisu mogli da zaštite od povrede autorskih prava.

Francuzi uplašeni za svoje vino. Kako prenosi *Associated Press*, grupa francuskih advokata i predstavnika vlasti se udružila u naporu da povrati ugled francuske vinske industrije čiji je imidž u poslednjim godinama poljuljan, naročito na domaćem tržištu. Sve veća okrenutost mladih ka drugim alkoholnim pićima dovela je prosečnu potrošnju vina sa 423 čaše po osobi godišnje 1970. godine na 234 čaše 2003. *Philippe-Armand Martin*, jedan od autora izveštaja, kaže kako mladi moraju da se edukuju o kvalitetu i tradiciji francuskih vina. „To ne znači da vino treba da se nađe i u bebi flašicama, ali biti Francuz znači poznavati vina“, tvrdi *Martin*. Planirana je i kampanja koja bi promovisala poreklo i superiornost francuskih vina.

Malezija dopustila ogovaranje šefova e-mailom. Malezijski sud za radne sporove je odredio da radnici smeju da koriste službeni e-mail za ogovaranje svojih šefova, pa čak i da koriste prost rečnik bez straha da će biti otpušteni zbog toga. Sud je doneo odluku podržavajući žalbu jedne sekretarice koja je tvrdila da je otpuštena jer je koristila službeni e-mail za kritiku šefova, opisujući neke od njih svojim kolegama kao "prljave". Predsednik suda *Syed Ahmad Radz Syed Omar* izjavio je kako stav suda pokazuje da je sasvim uobičajeno i prirodno da osoblje ogovara svoje nadređene i dodao da se to može dogoditi bilo gde i bilo kada, posebno na okupljanjima, a u ovom slučaju u e-mailu između prijatelja.

Zamislite moderne metropole bez neonskih reklama. Zgrade u istorijskom delu Sao Paola su prekrivene bilbordima koji će biti uklonjeni 1. januara, kad gradski zakon stupi na snagu. "Ovaj zakon će uspostaviti red nad neredom, estetiku nad neukusom i čistoću nad smećem", napisao je *Roberto de Toledo*, istoričar koji proučava Sao Paolo, u nedeljnom magazinu *Veja*. Najvidljivije reklame će biti svedene na minimum i zamenjene flajerima, za sve vrste promocija – od automobila, džinsa i mobilnih telefona do banaka. Međutim, biznismeni ističu da će uklanjanjem reklama mnogi poslovi biti izgubljeni, kupci neinformisani, dok će ulice biti manje sigurne noću zbog gubitka osvetljenja sa reklamnih znakova. S druge strane, građani podržavaju donošenje ovog zakona. „Istina je da ima mnogo bilborda, reklamnih znakova i postera svuda. Izgubili su značaj, a ja više i ne obraćam pažnju na njih“, kaže *Livia Okamoto*, zubni tehničar.

Hamer koji diše. Na tradicionalnoj novembar-skoj auto izložbi u Los Anđelesu, devet kompanija, uključujući *General Motors*, *Volkswagen*, *Toyota* i *Honda*, predstavili su eko-automobile. Posebno su obratili pažnju na kreativnost, doprinos nove tehnologije u zaštiti čovekove sredine, bezbednosti vozila, ali i na kalifornijski „green lifestyle“. Pobjednik je automobil *General Motors*, *Hummer O2*, koji će proizvoditi kiseonik i koga će pokretati gorivne ćelije. *Hummer* koji diše, kako su ga već nazvali, ponašaće se kao biljka: karoserija će upijati ugljen dioksid, a ispuštati kiseonik u atmosferu. *Hummer* je inače ceo od recikliranog aluminijuma.



Hummer O2

Nekomunikacija je dvosmeran proces. Osamdesetogodišnja Bara Špečić i njena šest godina mlađa komšinica Kata Špečić jedine su stanovnice Špečića, zabačenog zaseoka u okolini Duge Rese u Hrvatskoj. Mnogi bi pomislili da su dve usamljene starice u izolovanom mestašcu „osuđene“ da jedna drugoj upotpunjavaju starost, ali je u Špečićima situacija suprotna, prenosi sajt *jutarnji.hr*. Njihov mali rat oko jabuke, puta i drugih „problema“ traje već deset godina. „Bara nema šta tražiti u mom vrtu! Kad sam je vidjela kako mi šuška oko jabuke, isti sam je čas mlatnula i upozorila da će drugi put proći još gore!“, kaže Kata o nedavnom sukobu. „Ma to nije istina! Nikad se ni sa kim u životu nisam svađala. Osim s Katom!“, objašnjava Bara i dodaje da je tokom dugih godina svađe bilo trenutaka kada bi pristala na obnovu dobrosusedskih odnosa, ali to Kata nije zanimalo. I Bara i Kata ponosne su na svoje kokoške koje ne prelaze na „protivnički teren“, iako ih ne deli ograda.

INTERVJU - Aleksandar Prezanović - eBrzina koja znači moć



Aleksandar Prezanović
direktor projekta
„Ekapija“

Internet komunikacija je fenomen koji nudi brojne i još nije dovoljno istražene mogućnosti. Televizija informacije pokriva slikom, štampa dopušta detaljnije obrađivanje tema, za radio kažu da je najbrži medij, a internet sve to spaja u sebi. I mnogo više. U svom bogatstvu i raznovrsnosti, internet komunikacija obuhvata puno formi i modela, a elektronski bilteni su samo jedan od njih. O tome kolike i kakve su specifičnosti tog načina razmene podataka razgovarali smo sa direktorom projekta „Ekapija“ Aleksandrom Parezanovićem.

Koja je specifičnost elektronskih biltena?

Aleksandar Parezanović: Informacije su i ovde osnova svega. Međutim! Ono što elektronske biltenne izdvaja i čini specifičnim u odnosu na druge forme informisanja je svakako njihova fleksibilnost i brzina. Kada to kažem, pre svega mislim na brzinu protoka podataka, što je veoma bitan segment svake internet komunikacije. Naime, prava čar elektronskih biltena je u tome što vest o određenom događaju, u pisanoj formi, do korisnika stiže u realnom vremenu, odnosno sa svega par trenutaka zakašnjenja i to bez obzira na prostornu udaljenost. Moderna tehnologija, mobilni telefoni i wireless internet samo još više doprinose razvoju celokupnog elektronskog poslovanja, a time i online informisanja i web marketinga.

Moramo verovati u sreću. Kako bismo inače objasnili uspeh onih koje ne volimo?

Jean Cocteau

Mogućnosti koje elektronski bilteni nude svojim korisnicima su, takođe, brojne i obično počinju sa „hiperlikovanjem“ i elektronskim arhiviranjem, a završavaju se sa mnogo složenijim formama. Dosadašnje iskustvo koje tim „Ekapija“ ima oblasti proizvodnje i distribucije elektronskih biltena nedvosmisleno pokazuje da je to jedan zaista uticajan medij, jer u poređenju sa drugim, jedino tu možete biti sigurni da će informacija koju nudite stići na pravu, dobro targetiranu adresu.

Na koji način e-bilteni doprinose i podstiču „business-to-business“ (B2B) komunikaciju?

AP: Većina poslovnih ljudi smatra da je B2B budućnost poslovanja, kako na nacionalnom, tako i na međunarodnom nivou. Smatra se da će se uskoro sve transakcije između kompanija obavljati na ovaj način. „Ekapija“ ovih dana objavljuje svoj 500. bilten i s ponosom možemo konstatovati da smo u veoma kratkom roku uspeli da pridobijemo poverenje oko 6.000 privrednih subjekata. Sve to, na indirektni način, govori i o tome koliko je svest o važnosti B2B komunikacije prisutna i na ovim, našim prostorima. Znamo da uvek može i više i bolje, ali internet komunikacija u Srbiji i dalje predstavlja nešto novo, na šta mnogi još nisu navikli.

Koliko su elektronski bilteni „plodno tle“ za marketing?

AP: Svetske marketinške agencije beleže stagnaciju reklamiranja na televiziji i u štampanim medijima, dok internet oglašavanje doživljava pravu ekspanziju. Krupni pomaci na tom polju vidljivi su i u Srbiji, bez obzira na svu skromnost takvih naznaka.

Uže ili šire specijalizovani web sajtovi omogućavaju oglašivačima veću fleksibilnost pri odabiru ciljnih grupa, a isto važi i za e-biltene.

U kojoj meri je praksa e-biltena razvijena u Srbiji?

AP: Elektronski bilten posmatran kao proizvod satkan od informacija poslatih na određenu adresu, izuzetno je rasprostranjen, jer mnoge web stranice pružaju mogućnost zainteresovanim da im na adresu stižu nekakve vesti. Od toga koliko su te stranice popularne i profesionalno obrađene zavisi i kvalitet biltena. Bilteni se razlikuju i po kvalitetu strukture, grafičkom dizajnu, interaktivnosti i slično. Reč je o proizvodu kom su potrebna stalna usavršavanja, jer je samo na taj način moguće ići u korak sa očekivanjima sve zahtevnijih korisnika.

Dodatak vesti o korporativnim poklonima - za Novu godinu obradujte Vašeg šefa prijavom za BC Bilten! Za to Vam je potrebno 20 sekundi i 0 dinara.

Odbrojavanje je počelo. Svi ćemo slaviti za 15 dana, a ko će slaviti drugog dana Sv. Jovana, ostaje da vidimo. Uživate u vikendu!

Vaš Bovan tim

SEMINARI, KONFERENCIJE:

• 30-31. januar 2007. – Konferencija „Tržište telekomunikacija u jugoistočnoj Evropi“, Ekonomist magazin, Hotel Hyatt, Beograd

• 26-28. februar 2007 – Međunarodni sajam bankarstva, opreme, usluga i osiguranja „BANK EXPO 2007“, Beogradski sajam, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan

Zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i

M. Barać Stojanović, M. Reić, M. Djordjević,
D. Djurković, B. Petković i A. Nikolić



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