



## Business

**Britanska banka pomaže Kineskoj banci.** BBC prenosi da će Barclays, vodeća britanska banka, pružiti pomoć Kineskoj banci da se komercijalizuje tako što će vršiti edukaciju zaposlenih, obučavati ih u radu sa klijentima i omogućiti da se razvijaju na svim poljima. Zaposlene će trenirati Blue-eagle banka koja će im pomoći i u regrutovanju kvalitetnih ljudi širom sveta. Novcem koji će dobiti od Kineske banke, Barclays će pokušati da ostvari svoju ambiciju da kupi ABN iz Holandije. Alistair Darling, američki političar, kaže da je ovakva vrsta investiranja dobra za Britaniju i on želi da i ostale zemlje slede primer Kine i budu otvorene za investiranja britanskih kompanija.



### Japan i Indija dele iste ekonomske interese.

Japanske kompanije koje posluju na tržištu Indije su zadovoljne poslovanjem na ovom tržištu i profitom koji se uvećao za 50% u poređenju sa onim ostvarenim tokom prethodnih godina. Yuzo Kato, generalni direktor Toshiba, koja već proizvodi TV aparate i personalne kompjutere u Indiji, veruje da će ostvariti prodaju od \$1 mlrd do 2015. na indijskom tržištu. Sve veći broj japanskih biznismena živi i radi u Indiji, ali veze između ove dve zemlje ipak nisu jake koliko bi trebalo da budu zato što Indija ima siromašnu infrastrukturu za koju bi vlada te zemlje trebalo da izdvoji najmanje \$320 mlrd u narednih 5 godina tvrdi Kazutaka Nishimura, japanski biznismen. Japan, čija dosadašnja ulaganja u Indiju premašuju \$46 mlrd, namerava da nastavi sa ulaganjima. U najavi je projekat izgradnje autoputa koji povezuje niz velikih gradova u Indiji.

**Zalepi oglas na mog ljubimca.** Neke kompanije plaćaju milione da bi postavile svoje brendove na trkačkim automobilima. Marketinška agencija FreeCar Media iz Los Anđelesa tvrdi da je više od 1. mil vlasnika automobila pristalo da se na njihovim četvorotočkašima nalepi reklamni oglas za određenu novčanu naknadu. Agencija vlasnicima ovu uslugu plaća \$ 800 mesečno. Istraživanja su pokazala da prosečan automobil sa reklamama bude uočen 70.000 puta dnevno, zbog toga je ovaj vid reklamiranja postao popularan.

**Nemačka — od viška glava ne boli.** Nemačka je u prvoj polovini ove godine ostvarila suficit od 1.2 mlrd E, dok je prošle godine u tom periodu postojao deficit od 23 mlrd E. Nakon skoro 20 god deficita, Nemačka je zabeležila višak čime je potvrđena njena transformacija iz pozicije 'finansijskog delikventa', piše londonski Financial Times. Alfred Boss, stručnjak za javne finansije na ekonomskom institutu IFW, je tačno predvideo polugodišnje rezultate i sada predviđa višak do 3 mlrd E do kraja godine.

### Virtuelni portfolio BC Biltena

Posle kratke letnje pauze ponovo imamo uvid u naša ulaganja. Trenutna zarada u odnosu na uloženi kapital iznosi 271.660, 00 dinara. Septembar je mesec kada krećemo sa novim poslovima. Savetujemo da ovog septembra jedan od Vaših novih poslovnih poduhvata budu i ulaganja na tržištu

Naziv akcije	Vrednost 1. mart	Vrednost 6. septembar
Komercijalna banka	186.000,00	239.972
AIK banka	133.254,00	204.822
Dunav osiguranje	127.200,00	168.000
Univerzal banka	99.590,00	87.334
Tigar	132.459,00	144.988
Energoprojekt holding	132.203,00	237.250
<b>Ukupna vrednost</b>	<b>810.706,00</b>	<b>1.082.366</b>

**Letnja kiša naterala u bioskop.** Za razliku od prošlog leta kada je vreme bilo lepo i kada je bilo mnogo više sportskih dešavanja, letnji period ove godine u Britaniji obeležile su kiše. Kiše, dobar bioskopski repertoar i nove savremene multiplex sale su razlog zašto su bioskopi veoma posećeni. U istraživanju Britanske Asocijacije bioskopa se navodi da je 21.8 mil stanovnika pogledalo film u bioskopu, a to je više za 33.7% u odnosu na jul prošle godine. Ovogodišnja posećenost bioskopa u Britaniji oborila je poslednji rekord postavljen još daleke 1970.

**Američki brendovi gube popularnost.** Istraživačka kuća Gfk Roper iz Amerike je sprovedla studiju o dopadljivosti oko 60 najprisutnijih brendova. Sudeći po rezultatima, američki brendovi gube popularnost u poslednjih nekoliko godina, dok su nemački BMW, Mercedes i Volkswagen, zajedno sa japanskim markama Sony i Honda sve popularniji. Na listi najpopularnijih brendova su se našli: Sony, Coca – Cola, Nokia, Nestle, Pepsi itd.



HOV, jer tu Vas čeka profit! Niske cene nekih od likvidnijih akcija, kakve i mi imamo u portfoliju - mogu samo značiti: sada udijite!



## Communications

**Laki je malo nervozan.** Produkcijaska kuća Lionsgate, tvorac filma Prljavi ples u kome su glavne uloge imali Patrick Swayze i Jennifer Grey, odlučila je da stane na put svima onima koji pokušavaju svoje kompanije da promoviraju koristeći čuvenu rečenicu iz pomenutog filma. Rečenica: "Niko neće moju dragu gurati u



čošak" proslavila je film i ušla u 100 najpopularnijih izreka iz igranih filmova. Produkcijaska kuća optužila je 15 kompanija među kojima su i Uncommongoods.com iz New York, Lucky Lou Boutique iz Fishers, Ind. i Duck Duck Goose iz države Ohio. Okružni sud Los Angeles osudio je optužene kompanije i doneo odluku o nadoknadi štete.

**Kliknite ovde.** Postoji dosta reči i fraza koje ne biste smeli da upišete u polje „Subject“ kada nekome šaljete e-mail u poslovnoj komunikaciji jer bi vas one mogle okarakterisati kao neozbiljnu ili neprofesionalnu osobu navodi Jordan Ayan, konsultant i govornik sa posebnim znanjem iz oblasti inovacija, tehnologije i kreativnosti. Neke od tih reči i fraza su: „50% popust“, reči koje su u vezi sa seksom, lekovima, reči koje ukazuju na to da vičete, „budite svoj šef“, „kupite“, „pozovite odmah“, kliknite ovde, dragi prijatelju, ne briši, zaradite ekstra novac, eliminišite dug, samo za vas, besplatna ponuda, životno osiguranje, izgubite kilograme, multi level marketing, šansa, instant, radite od kuće, vi ste pobednik.

**Bilbordi postaju digitalni.** Clear Channel Communications, najveća američka radio grupacija je najavila da će proširiti broj svojih digitalnih bilborda u Čikagu, Filadelfiji i L.A. Digitalni bilbordi prete da zamene novinske oglase jer mogu da se menjaju dnevno, pa čak i u minuti, a ukoliko su postavljeni na lokacijama sa gustim saobraćajem, njihove redovno ažurirane poruke će uočiti mnogo više ljudi nego u lokalnim novinama. Clear Channel planira da postavi 150 digitalnih bilborda u 14 američkih gradova do kraja ove godine. Ova cifra još uvek predstavlja mali deo njihovog reklamnog potencijala koje uključuje još 125.000 tradicionalnih bilborda.



**Poljska u mom srcu.** Poljski kulturni centar u Londonu ima najveću zbirku knjiga na poljskom jeziku van teritorije Poljske, a **Pozorište i udruženje Joseph Conrad** je znak da ovaj jezik i kultura imaju sve veće prisustvo na teritoriji Britanije. Od ulaska Poljske u EU 2004 u Britaniju se doselilo 400 000 Poljaka u potrazi za boljim uslovima života. Veliki broj iseljenika je naveo britanske lance trgovina Tesco i druge, da u svoju ponudu uvrste više od 150 poljskih proizvoda među kojima su obavezni lovački gulaš i kiseli kupus, omiljeni poljski specijaliteti.



**TV vs. Internet.** Online istraživanje, koje je sproveo *IBM institute*, u kome su učestvovali ispitanici iz SAD, Britanije, Japana, Nemačke i iz Australije, pokazalo je da televizor više nije primarni medijski aparat. Ukupno 19% ispitanika kaže da provodi 6 sati dnevno koristeći PC i internet u lične svrhe, u poređenju sa 8% njih koji su to rekli za TV. Gledanje video sadržaja na webu je popularna aktivnost i 67% ispitanih je reklo da su gledali ili bi gledali online video. Polovina ispitanika tradicionalnim TV video sadržajima pristupa i putem mobilnih telefona. Istraživanje konsultantske kuće *Conchango* pokazalo je da jedna trećina web korisnika Britanije više voli video od tekstualne poruke. Njih 25% smatra da su informacije dostavljene putem video zapisa razumljivije, dok 39% da se tako štedi vreme.

**Virtuelna policija.** *Ministarstvo unutrašnjih poslova* u Pekingju je objavilo informaciju da će uskoro početi sa radom virtuelna policijska jedinica koja će regulisati upotrebu interneta među tamošnjih 137 miliona korisnika. Animirani policajci će se pojavljivati na browserima korisnika upozoravajući ih da se klone ilegalnih sadržaja, kao što su pornografija, kockanje, piraterija i slične stvari. Za početak će se nadgledati 13 najposećenijih portala u Kini, a najavljuje se da će do kraja godine pod nadzorom biti i sve druge web-



stranice registrovane u Pekingju.

## Tips & Tricks – Poboljšajte svoju komunikaciju u nekoliko koraka



Komunikacija je kraljica veština!

Da bi bio uspešan u svom poslu,

menadžer stoga mora pre svega da bude dobar komunikator. Samo ukoliko poseduje razvijenu veštinu komuniciranja može da ostvari uspešnu saradnju kako sa internim, tako i sa eksternim okruženjem. Dobra komunikacija se ne odnosi samo na prezentacije ili usmeno izveštavanje, već mora biti mnogo više od toga. Komunikacija je osnova uspešnog poslovanja bilo koje organizacije.

Vreme odmora je prošlo, vratili ste se odmorni i orni za rad. U ovom broju BC Bilten predlaže kako da kroz niz pitanja postavljenih sebi sagledate svoje komunikacione sposobnosti.

### Da li znamo kome se obraćamo?

Kao prvi korak ka ostvarenju tog cilja postavite sebi pitanje: ko je vaša publika. Da biste se adekvatno pripremili za razgovor, morate se informisati o tome. Da li su to mlađi ili stariji ljudi, da li ih ima mnogo ili samo nekoliko. Koji je njihov nivo obrazovanja i koliko su zainteresovani za temu koja će biti predmet razgovora? Ukoliko poznajete svoju publiku, lako ćete pronaći najbolji način da komunicirate sa njom.



Zatim se zapitajte u kakvim ste odnosima sa njima? Da li ste međusobno komunicirali i ranije ili to sada činite prvi put? Ukoliko postoji nešto što može da zakomplikuje razumevanje poruke koju šaljete, nastojite da to rešite. Trudite se da izgradite, a zatim i da održavate dobre odnose sa vašom publikom ili sagovornicima.

### Zašto i kako se obraćamo?

Koje su vaše namere? Ukoliko komunicirate na razumljiv način vaši sagovornici će sigurno reagovati na pravi način. Pre nego što počnete, zapitajte se šta želite da postignete komunikacijom sa njima, i bićete uspešniji u tome.

Postavite sebi pitanje na koji način ćete komunicirati sa njima? E-mailom, lično, govornom poštom, faxom, na forumima, sastancima ili na neki drugi način. Morate da izaberete pravi medij za komuniciranje ili da koristite njihovu kombinaciju, kako bi jasno preneli svoju poruku.

### Da li smo razumljivi?

Da li postoje neke psihičke ili mentalne barijere za razumevanje poruke koju šaljete, npr. slab sluh ili vid, jezičke ili kulturne razlike?

Kada smo sigurni da su nas sagovornici razumeli? Ukoliko postoji prekid u komunikaciji, poruku morate ponovo poslati i tek kada je primalac dobije i pokaže da je razumeo njen sadržaj, vaša komunikacija je uspešla.

Kada odgovorite sebi na ova pitanja, imaćete jasniju sliku o svojim komunikacionim sposobnostima na osnovu čega ćete moći da otklonite eventualne nedostatke.

### Kraj komunikacije koju mi poznajemo?

Rezultati istraživanja koje je sprovele *Dimension Data*, servis koji pruža IT usluge, pokazuju da e-mail počinje polako da zamenjuje telefon kao komunikacioni alat u poslovnom okruženju, odnosno da krajnji korisnici pre komuniciraju koristeći elektronske medije nego telefon. Rezultati kažu da 100% ispitanika koristi e-mail, 80% fiksnu telefoniju, a 76% mobilnu, kao i to da ljudi češće komuniciraju e-mailom, nego što koriste direktnu komunikaciju. Preko 70% ispitanika kaže da korišćenje e-maila pozitivno deluje na njihovu produktivnost, dok su se, sa druge strane, blogovi i messenger pokazali kao najveći razlog smanjenja njihove produktivnosti. Anketa je obuhvatala 390 IT menadžera i 524 preduzeća u 13 zemalja Amerike, Azije, Evrope, Srednjeg Istoka i Afrike.

Verujemo da ste akumulirali brdo ideja odmarajući se tokom letnjih praznika. Možda su vam inspiraciju za uspešne poslovne poteze dali Novak, Ana ili Jelena. U svakom slučaju se nadamo da će naše diplomate moći mnogo da nauče od njih kada budu pregovarali i o važnim državnim pitanjima. Do sledećeg BC Biltena, puno „vina“ i malo „neiznuđenih grešaka“ vam želimo.

Vaš Bovan Tim

Preduzeti novi korak, izgovoriti novu reč - to je ono čega se ljudi najviše plaše.

Fjodor Mihailovič Dostojevski

### SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 28. 09. 2007. **“Menadžerski ugovori”** seminar Srpske asocijacije menadžera i IFC, Beograd, office@sam.org.yu
- 18 - 20. 09. 2007. **Šesti Miločerski Ekonomski Forum**, Maestral, Crna Gora
- 27. 09. 2007. **“Korporativna društvena odgovornost - izazovi i tendencije”**, konferencija Ekonomist Media Group, Hyatt Regency, Beograd
- 05 - 06. 11. 2007. - **Job Fair 2007**, Studentska Udruženja EESTEC i BEST, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan, zamenik urednika: Maja Vlahović  
Za vas pišu i:  
M. Barać Stojanović, M. Djordjević, D. Djurković,  
D. Tasić, M. Denić, R. Zogović, G. Jović, M. Ninić  
Grafički dizajn: A. Nikolić, LOOP



**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