



Business

Traži se generalni direktor. Prema istraživanju magazina *Fortune* veliki broj multinacionalnih kompanija nema poziciju zamenika generalnog direktora. Usled različitih kriznih situacija kada prvi čovek kompanije istupi sa dužnosti u velikom broju slučajeva on i nema pravog zamenika. Teško je poverovati da velike svetske kompanije po šest meseci tragaju za adekvatnim rešenjima unutar kompanije, ali u takvoj situaciji se upravo nalazi *Merrill Lynch*. Istraživanja pokazuju da ovakve situacije često unesu paniku među zaposlene koji tada smatraju da "nema ko da vodi firmu". Magazin *Fortune* naglašava da bi kompanije morale da uvedu poziciju zamenika i da je rešenje za ovaj traženi kadar upravo u kompaniji. Sa druge strane neke velike kompanije kao što su *Boeing*, *Hewlett-Packard*, *Sara Lee*, *3M*, *Ford*, *Chrysler* i *Alcoa* ovaj problem su rešile tako što su, umesto zamenika, novog generalnog direktora "pronašli" van svoje kompanije.

Kako privući japanske potrošače kafe? Havajski proizvođači kafe našli su sigurno tržište za plasman svoje *Kona* kafe - Japan. Predsednik kompanije *UCC Ueshima Shunta* Baba kao najveći potrošač i kupac havajske *Kona* kafe tvrdi da je za uspešnu prodaju kafe u Japanu neophodno prodati i način na koji se ona pravi. Ministarstvo havajskog okruga će pomoći *Kona* kafi tako što će izdati vodič na japanskom jeziku, u kojem će, u saradnji sa 60 vlasnika plantaže kafe, ponuditi izlet japanskim dobavljačima. Oni će tada i lično moći da se uvere u kvalitet ove kafe. Pored toga ova brošura će sadržati informacije o istoriji kafe kao i načinu na koji se kafa prži i pravi. Prema rečima *Shunta Bobe*, *Kona* kafa se do sada pokazala kao pravi izbor za japanske kafopije.



Sajam aviona. *Airbus* i *Boeing* su srušili sve rekorde u godišnjoj prodaji aviona nakon što im je sajam u Dubaiju doneo porudžbine u vrednosti od \$80 mlrd, piše *Reuters*. *Airbus* je u toku ove godine imao više porudžbina u odnosu na *Boeing* zahvaljujući, između ostalog, i narudžbi od 100 aviona za *Dubai Aerospace Enterprise*, koja će se baviti rentiranjem aviona.



Detroitka automobilska trojka. Iako su *GM* i *Ford* pogođeni značajnim poslovnim gubicima analitičari *Goldmana Sachs* prognoziraju da će se u njihovim poslovnim knjigama videti pozitivni rezultati restrukturiranja. Rezultat finansijskog kraha automobilske trojke: *General Motors*, *Ford* i *Chrysler* naterao ih je da otpuste približno 100.000 radnika, ugase pogone i izgube čak više od \$75 mlrd od 2005. godine do sada.

Communications

Filteri za glupost na Internetu. Tim softveraša u Americi počeo je sa izradom takozvanog filtera za glupost koji će imati za cilj da poput neželjene pošte u e-mail sandučetu, odstrani neinteligentne i neuke komentare na forumima i blogovima ozbiljnih sajtova. Na koji način će on funkcionisati? Recimo da neki korisnik uputi neki neadekvatan komentar na određeni sajt koji ima ovaj filter instaliran na njegov server. Autoru sajta biće poslata poruka sa molbom da redefiniše svoju poruku jer kao takva ne može biti objavljena. Istraživanjem je dokazano da tzv. „glupi“ komentari imaju previše znakova interpukcije, gramatičkih grešaka i ponovljenih slova, ali ni to nije strogo pravilo. Na primer, inteligentni ljudi su nekad ironični pa namerno pogrešno speluju reči. Postavlja se pitanje može li program uvek prepoznati glupost? Autori programa znaju da ne može, ali se nadaju da će ovim putem smanjiti broj neadekvatnih poruka.

Zaboravili ste da pišete? Postoje li zaista ljudi koji su zbog SMS slenga zaboravili da pišu? Odgovor na ovo pitanje nam dolazi iz Velike Britanije gde su naučnici razvili uređaj nalik tastaturi mobilnog telefona koji sms sleng prevodi u književni engleski i u sebi sadrži preko 140.000 reči u slengu. *Cre8txt* je kompatibilan sa PC-om i njegova cena iznosi £90.



Cene 200km/h. Uzbudljiva sezona *Formule 1* podigla je televizijsku gledanost najbrže trke na svetu za čitavih 40% što automatski dovodi do povećanja cena oglašavanja tokom prenosa. Za generalno sponzorstvo TV prenosa na britanskoj *ITV* trebalo bi izdvojiti £2.5 miliona. TV spot od 30 sekundi košta rekordnih £39 000, dok za oglašavanje spota tokom prenosa svih „grand prix“ trka treba izdvojiti £670 000.

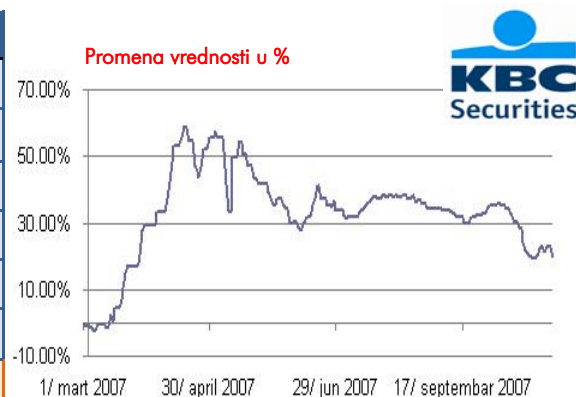
C'est la vie. Životinje od plastelina su deo kampanje humanitarne organizacije *Leonard Chesire Disability* koja želi da skrene pažnju javnosti na diskriminaciju s kojom se suočavaju osobe s invaliditetom. Tim *Ardman Animations* je otkrio šest novih crtanih likova s invaliditetom. To su likovi od plastelina, poput ježa *Pega*, kornjače *Tima*, puža *Spuda*, bull terijera *Brajana* i mnogih drugih crtanih likova koji će se prikazivati u oglasima, na internetu i u TV spotovima na televiziji. Likovima su ljudske glasove upravo dali osobe sa invaliditetom.



BC Portfolio

Rast cena, rast cena! To je sve što se čuje ovih dana. Vekna belog hleba od danas košta 33 dinara. Najavljuje se porast cena ulja i struje. Samo izgleda cene akcija ove nedelje ne rastu. Ne dajte da vas ovo pokoleba. Berzanski eksperti kažu da među investitorima nema panike, što dokazuje i oktobarsko povećanje prometa na beogradskoj berzi, dok je učešće stranog kapitala u obimu trgovine stabilno.

Naziv akcije	Vrednost 1. mart	Vrednost 15. novembar
Komercijalna banka	186.000,00	233.600
AIK banka	133.254,00	188.118
Dunav osiguranje	127.200,00	132.000
Univerzal banka	99.590,00	84.000
Tigar	132.459,00	120.600
Energoprojekt holding	132.203,00	211.773
Ukupna vrednost	810.706,00	970.091





Savremene kompanije bi trebalo da prate standarde i uvedu jezik u kojem se žalbe smatraju poklonima. Kada smo pre par godina prvi put pisali o toj temi, izazvali smo veliko interesovanje. U današnjem broju Biltena sa zadovoljstvom želimo da Vam predstavimo isečak iz knjige "Žalba je poklon" francuskih autora Žanel Barloa i Klaus Molera, koju je na srpski jezik preveo Miloš Kramašić.

Predstava o žalbi kao poklonu mora da nam postane toliko bliska da ne dođemo u situaciju da imamo dilemu na koji način treba da odgovorimo. Ako je takav stav ukorenjen, kao što uvek odgovaramo sa „hvala ti“ kada dobijemo poklon, i kada nam se neko obrati sa žalbom, cenićemo to kao da smo dobili nešto zaista dragoceno. Ova ideja se mora potkrepljivati na svakom sastanku, zidnom posteru i u svim razgovorima i obukama za odnose sa kupcima. Drugo, politika kompanije, njeni principi i ponašanje menadžera moraju podržavati tu filozofiju. I na kraju, moramo naučiti osnovne tehnike za upravljanje žalbama. To se može postići korišćenjem **Poklon formule**.

Recite „Hvala Vam“

Ne razmišljajte da li je žalba kupca opravdana ili ne. Jednostavno razmišljajte o dragocenim informacijama koje ste dobili – kao o poklonu. Neophodno je da sa kupcem odmah uspostavimo odnos i da nađemo zajednički jezik. Ne postoji bolji način da se neko oseti dobrodošlim nego da mu kažemo „Hvala Vam“. „Hvala Vam“ nije dovoljno da reši žalbu, ali je osnov za omogućavanje daljeg pozitivnog razgovora. Kako Vaš odgovor ne bi delovao površno, morate da kažete još nešto.

Objasnite zašto vam je stalo do njihove žalbe

„Hvala“ samo po sebi može zvučati prazno. Mogli biste dopuniti Vašu zahvalnost sa rečima „Hvala Vam, veoma mi je drago što ste mi se obratili jer sada mogu da rešim Vaš problem.“

Izvinite se za grešku

Važno je izviniti se kupcu za grešku, ali to **ne sme** biti prvi korak. Stvorili biste mnogo jači odnos sa kupcem ako prvo kažete: „Hvala Vam. Cenim što ste mi to rekli“. Zatim dolazi izvinjenje: „Mogu li da Vam se izvinim? Veoma mi je žao što se to dogodilo“. Može se desiti da Vaša kompanija nalaže da se kupcu prvo izvinite za grešku ali naša istraživanja pokazuju da početak razgovora sa „Hvala Vam“ naglašava i pojačava stav da je žalba poklon, kako kod prodavca tako i kod kupca. Ovaj pristup je logičan jer ohrabruje kupca da saopšti dodatne informacije. Uzgred, kada se izvinjavate upotrebljavajte „ja“ koliko god možete, umesto „mi“. „Žao nam je“ ne zvuči iskreno. Drugi ljudi u čije ime se izvinjavate i ne znaju šta se događa.

Obećajte da ćete odmah uraditi nešto u vezi s problemom

Kada se izvinite ne tražite odmah dalje informacije. Nemojte početi da ispitujete kupca. Unapređenje usluge ima dva aspekta: psihološki i realan. Psihološka dimenzija pomaže svima da se osećaju bolje u situaciji koja je dovela do nezadovoljstva. Realna dimenzija čini nešto da se ta situacija popravi.



U Poklon formuli koraci od jedan do četiri predstavljaju deo psihološkog odgovora; oni ništa ne koštaju i jednostavno ih je primeniti. Recite: "Obećavam Vam da ću učiniti sve što mogu kako bih rešio Vaš problem što je pre moguće". Time opušate kupce jer znaju da ćete učiniti nešto. A onda, naravno, morate nešto i učiniti.

Tražite potrebne informacije

„Da bih što pre ispravio grešku, da li biste mogli da mi date još neki podatak?“ Nemojte reći: „Potrebni su mi još neki podaci, inače neću moći da Vam pomognem“. Vi tražite pomoć od kupaca a oni Vam daju poklon. Pitajte samo neophodno. Pre nego što vam se obrate morate znati koji su vam podaci potrebni da biste mogli da im pomognete. To mora biti unapred definisano u okviru kompanijskog sistema za rešavanje žalbi. Pobrinite se da dobijete sve potrebne informacije jer ćete u suprotnom ponovo morati da kontaktirate kupca.

Ispravite grešku brzo

Uradite ono što ste obećali. Osećaj da se odmah nešto dešava kupcu prija. Brzim odgovorom im saopštavate da ste ozbiljni u nameri da ispravite grešku. Brzim reagovanjem ponovo uspostavljate dobar odnos sa kupcem.

Proverite da li je kupac zadovoljan

Nastavite da pratite situaciju. Pozovite kupca i saznajte šta se dogodilo. Pitajte ga direktno da li je zadovoljan sa onim što ste za njega učinili. Ako to uradite, kupac će verovatno ponovo kupiti nešto od vas. Ponovo im zahvalite na žalbi. Sada ste postali partneri. To je poziv koji će kupac dugo

Poklon formula u osam koraka

1. Recite „Hvala vam“.
2. Objasnite zašto vam je stalo do njihove žalbe.
3. Izvinite se za grešku.
4. Obećajte da ćete odmah uraditi nešto u vezi s problemom.
5. Tražite potrebne informacije.
6. Ispravite grešku – brzo.
7. Proverite da li je kupac zadovoljan.
8. Sprečite buduće greške.

pamtiti.

Sprečite buduće greške

Potrudite se da se za žalbu sazna širom čitave organizacije kako bi se u budućnosti sprečili slični problemi. Popravite sistem bez prebacivanja krivice na zaposlene. Kaznite svoje procese, ne ljude. Zaposleni će rado obavestavati upravu o dobijenim žalbama, ako znaju da kompanija ima takav pristup žalbama. Kako bi žalba zaista bila poklon za organizaciju moraju se identifikovati njeni osnovni uzročnici. Kako to jedan izvršni direktor za saradnju sa kupcima u Hjulit Pakardu u Kaliforniji kaže: „Možemo reći da Vas slušamo, ali stvari će se pokrenuti tek kada preduzmemo određene akcije“. HP beleži žalbe kupaca kako bi na osnovu njih imao pregled preovlađujućih trendova, a zatim koristi te informacije kako bi usmerio program kvaliteta.

Australijski Deda Mrazevi od sada će umesto ho-ho-ho govoriti ha-ha-ha, prenosi Dejli Telegraph. Nije im ništa smešno, već su tradicionalni pozdrav promenili kako ne bi uvredili žene i uplašili decu. Naime, "ho" ih isuviše podseća na američki sleng za "prijateljicu noći". Videćemo tek koliko će inventivni biti slogani naših političkih kampanja i šta će se sve koristiti kako bi se "izbegle uvrede!"

Vaš Bovan Tim

Kako biste u 8 koraka reagovali na ovakve žalbe?

Direktna žalba

* Zvao sam vašeg operatera i ona mi je dala loša uputstva kako da dođem dovde. Dva sata sam kružio oko!

* Čekam u ovom redu već 10 minuta. Morate imati više ljudi na kasama!

Žalba telefonom

* Veoma sam besan. Treći put me stavljate na čekanje i to više od 10 minuta. Želim da razgovaram sa vašim generalnim direktorom!

* U vašoj kompaniji su mi rekli da će neko doći još jutros da mi popravi mašinu za veš. Sada je dva sata i niko se nije pojavio!



Demokratura je demokratija u odlučivanju i diktatura u sprovođenju.

Adizes

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 16. 11. 07 - "CEFTA-Sporazum i tržište robe široke potrošnje u jugoistočnoj Evropi", Ekonomist, Hyatt
- 19. - 20. 11. 07. - "Upravljanje promenama", Adižes, Sarajevo
- 19. - 23. 11. 07. - "BizDays", Svetski trgovinski centar, Bukurešt, Rumunija
- 29. 11. 07. - "Brian Tracy uživo u Beogradu", Sava Centar, Beograd
- 26. - 30. 11. 07. - "PR week", Media Centar, Attache PR agency, Beograd
- 05. - 06. 12. 07. - "Finansijske usluge u jugoistočnoj Evropi", Ekonomist, 3. forum, Hotel Hyatt
- 06. 12. 07. - "Burnout sindrom", Privredna komora Beograda i Centar za poslovno obrazovanje i unapređenje kvaliteta, Privredna komora Beograda sala II, Beograd
- 08. 12. 07. - "Upravljanje stresom", Privredna komora Beograda i Centra za poslovno obrazovanje i unapređenje kvaliteta, Privredna komora Beograda sal II, Beograd



HYATT REGENCY HOTEL
BEOGRAD 3-4 DECEMBAR

