



### Business



#### Prvi humanitarni bal srpskih menadžera.

Srpska asocijacija menadžera organizovala je 27. novembra u hotelu Hajat prvi humanitarni bal menadžera, a sreds-

tv od €15.000 koja su prikupljena namenjena su Udruženju studenata sa hendikepom u Kragujevcu i Beogradu. Srpska asocijacija menadžera je istovremeno obeležila godišnjicu uspešnog rada i prijem u Evropsku konfederaciju menadžera. Balu su prisustvovali istaknute ličnosti iz kulturnog i političkog života Srbije, kao i oko 200 uspešnih poslovnih lidera. Hypo banka, Telenor i Verano Motors su pomogli organizaciju Bala, a predsednik Asocijacije Slobodan Vučićević je predstavio rezultate rada i pozvao biznismene na što veći stepen društvene odgovornosti i posvećenosti zajednici u kojoj rade.

#### Najskuplje kancelarije.

Iako je za iznajmljivanje kancelarije na Menhetnu potrebno da se izdvoji \$100 po 1 m<sup>2</sup>, ovaj grad je rangiran tek na 12 mestu na listi najskupljih kancelarija. Iznajmljivane kancelarije u centru Njujorka je tek na 46. mestu po ceni od \$53. Dva grada koja su uspele da se rangiraju na prva dva mesta ove liste su London i Mumbai. Prosečna godišnja kirija na London's West End-u je \$330, dok u gradskoj četvrti po 1 m<sup>2</sup> iznosi \$180. Rast azijske ekonomije doveo je Mumbai na drugo mesto ove liste, gde je zakup kancelarije \$190. 85% od 170 gradova koji su bili uključeni u istraživanje suočili su se sa porastom zakupnine, Moskva za 65% i Kanada za 43%. Prema rečima Ray Wonga direktora istraživanja povećanje je usledilo posle porasta cena sirove nafte.



#### Kina je out, Koreja je in.

GDP Južne Koreje ostvariće rast od 5% ove godine što investitorima i portfolio menadžerima znači dobar signal za ulaganja. Zbog izuzetnog buma ekonomije Kine i Indije, Koreja, takođe azijska zemlja, ostaje u senci kada su statistike u pitanju. S obzirom da su neki investitori zabrinuti zbog precenjenih kineskih i indijskih akcija, Koreja postaje sve interesantnija. Za američkog milionera Vorena Bafeta zemlja Koreja je in, a Kina je out.

#### Gol pa reklamal!

"Izlagači iz sfere fudbala moraju iskoristiti emocije koje prate fudbal kako bi što efikasnije prodavali svoje proizvode i usluge", izjavio je Sepp Blatter, predsednik FIFE na prvom južnoafričkom skupu najvećih svetskih poslovnih fudbalskih izlagača. U skladu sa glavnom parolom FIFE "Proizvod je igra", Blatter je naglasio da kvalitet igre presudan za osvajanje potencijalnih ulagača i oglašivača u industriji najvažnije sporedne stvari na svetu.

### Communications

#### Tehnološki porok.

Prema istraživanju European Interactive Advertising Association, 82% mladih u Evropi koristi Internet pet do sedam dana nedeljno, dok TV redovno gleda 77%, što je 5% manje nego prošle godine - prenosi agencija NET. Internet ne koriste samo mladi, jer se za 12% povećao i broj korisnika starijih od 55 godina. Više od 80% korisnika ne bi "znalo da živi" bez neke od aktivnosti na Internetu. Istraživanje pokazuje da 42% mladih korisnika barem jednom mesečno komunicira putem Interneta. Preteča Interneta je pokrenuta 1977. godine kada su se povezale prve tri mreže ARPAnet, paketa radijska mreža i Atlantic Packet Satellite Network SATNET. Internet od tada radi neprekidno, a 1983. godine je došlo do isključenja zbog prelaza sa protokola NCP na TCP/IP. Upotreba Interneta bi mogla za dve godine dovesti do preopterećenja internetskih kapaciteta ukoliko mrežni sistemi ne budu unapređeni - prenosi agencija NET.

#### HR profesionalci.

Prva srpska HR Konferencija biće održana u hotelu Hajatu 3. i 4. decembra. Susret eminentnih profesionalca iz Srbije i regiona omogućiće učesnicima da prisustvuju velikom broju predavanja kao i da se upoznaju sa najnovijim HR proizvodima, tehnikama i uslugama. Kombinacijom prezentacija i interaktivnih diskusija učesnici će biti u prilici da uče i razmene iskustva.

#### Brian Tracy u Beogradu.

Brian Tracy koji je već 30 godina vodeći svetski predavač u oblastima ekonomije, filozofije, psihologije i biznisa u organizaciji firme Triple S Learning održao je seminar 29. novembra u Centru Sava na temu „Strategija za maksimiziranje profita u 21. veku“. Prema Tracy-ju za uspeh jedne firme bitna je jasnoća ideja i spremnost ljudi koji rade u njoj, da veruju i gledaju unapred. "Srbija ima ljude koji žele da rade na sebi i svojim idejama", rekao je Tracy pred oko 550 srpskih menadžera.

#### Slavni muzej oružja u Britaniji u borbi protiv maloletničke delikvencije.

Iako je to dom najbolje kolekcije noževa u zemlji, u Nacionalnom muzeju oružja u Lidsu pokrenuli su inicijativu kako bi ubedili mlade ljude da ne nose hladno oružje. Muzej u Lidsu kreirao je veb-sajt kako bi zainteresovanima ponudio informacije o muzeju, ali i savetovao ih da ne nose noževe. Akciji su se pridružili i mediji koji su zakupili oglasne prostore na sajtu. „Cilj akcije nije da sprečimo bande da koriste hladno oružje, zato je potrebno mnogo više od sajta. Naša ciljna grupa su deca koja su na primer kupila nove patike i smatraju da bi bila dobra ideja sačuvati ih nožem koji su našli u maminoj kuhinji“ – kaže direktor muzeja Piter Armstrong. Javnost u Britaniji postala je svesna ovog problema kada su poslednji izveštaji pokazali da se svaka 24 minuta desi neko ranjavanje nožem među mladima, a prema listu Mori 1/3 mladih osoba poseduje nož kao sredstvo zaštite.

### BC Portfolio

Šta da Vam kažemo?

Berzanski indeksi nastavljaju da opadaju, promet takođe, strani investitori više prodaju nego što kupuju, ali moramo pomenuti i to da smo mi ipak zaradili, premda malo, u odnosu na prošlu nedelju. Verujemo da će se situacija stabilizovati i poboljšati. Ne odustajemo od ulaganja, ipak ulažemo u budućnost!

Naziv akcije	Vrednost 1. mart	Vrednost 30. novembar
Komercijalna banka	186.000,00	199.986
AIK banka	133.254,00	164.898
Dunav osiguranje	127.200,00	106.020
Univerzal banka	99.590,00	74.666
Tigar	132.459,00	121.739
Energoprojekt holding	132.203,00	189.654
<b>Ukupna vrednost</b>	<b>810.706,00</b>	<b>856.963</b>

Promena vrednosti u %





U razgovoru za BC Bilten Dejan Šapić, autor i samostalni marketing konsultant odgovara zbog čega je brend neizostavan deo svačijeg života.

## Zbog čega Dejan Šapić voli brend?

Većina nas koji rade na poslovima brandinga ističe utisak kako je imuna na delovanje i uticaj komunikacija koje brendovi sprovode. Ma koliko se trudili da se odupremo njihovom dejstvu i da se pokažemo kao nezavisni arbitri, u određenom trenutku moramo priznati da su brendovi jači od nas. Svako od nas iz sveta biznisa koji drži do sebe u bilo kom trenutku oko sebe ima brendirane stvari.

## Zbog čega Dejan Šapić živi za brend?

Tendencije kojima se sve više vode potrošači pokazuju ih kao mudre, individualne i zainteresovane za svet koji ih okružuje. Razvoj civilizacije i globalizam pred nama postavljaju pitanja kao pred odgovorne osobe i traže od nas "stav", da se postavimo prema mnogim pitanjima kao što su globalno zagrevanje, društvena odgovornost, odnos prema manjinama, svetskoj politici. Imajući u vidu takve tendencije, potrošači se trude da postanu deo "sveta poželjnih" čija pravila upravo diktiraju najveći brendovi. Dakle, potrošači više ne kupuju brendove, novi proces koji se dešava je da brendovi kupuju potrošače za svoje stavove i ideje koje propagiraju. Potrošači se trude sve više da budu deo sveta tih brendova oni žive za brendove. Od toga da ne biste mogli da zamislite jedan dan bez svoje NOKIE, i da se slažete sa akcijom koju sprovodi npr. Štark. Ljudi sve više rade da bi bili uspešni, a novac koji zarađuju troše na brendove koji ih čine opet uspešnim, i naravno ispunjenim. Brendovi nude pažnju, ljubav, zadovoljstvo. Upravo je zato naslov knjige "Volim brend, živim za brend". Mnogima će se učiniti duhovitim ili nekom vrstom preterivanja, ali ako bolje sagledamo razvoj društva i ulogu brendova u njemu, videćemo da je tako. Ova tvrdnja je ono što potrošači pokazuju u svojim svakodnevnim odnosima.

## Ako bi brend mogao da oživi kakva osoba bi on bio?

Težnja većine brendova (misli se na proizvode i usluge, ne na ljude jer i oni mogu biti brendovi) jeste da budu doživljeni kao živa bića, kao osobe sa svim svojim prednostima, a i manama. Što se više asocijacije jednog brenda poklapaju sa određenim tipom ličnosti ili karakterom "poznate ličnosti" (sportiste, glumca, pevača) utoliko se pre takav brend vezuje za nju.

## Koje su to neophodne smernice za izgradnju brenda?

Prilikom osmišljavanja strategije brenda i planiranja programa razvoja brenda postoje nekoliko postupaka koji su nezaobilazni:

- Odrediti identitet i poziciju brenda
- Pronaći slabe tačke i pokretačku ideju
- Uključiti i angažovati potrošača
- Akcije izgradnje brenda treba da budu jasno povezani sa brendom
- Težiti autentičnosti

## Kada kažem brend mislim na...?

Svakodnevni izazovi koje me očekuju sa novim poslovima, novim brendovima čije probleme treba rešavati. Kako u životu, tako je i sa brendovima - uvek se postavljaju novi ciljevi koje treba dostići.

## Kako da vučemo stratešku snagu iz konkurentskih brendova?

U novoj knjizi taj deo sam objasnio kroz 7 stavku. Za vaše čitaoce bih izdvojio prvu i najvažniju: Pronaći ciljeve konkurentskih brendova i načine na koje utiču na naše brendove, npr P&G uvek teže da se njihovi brendovi predstavljaju kao da imaju vodeći položaj na tržištu. Takvu strategiju koriste na svim tržištima i ako ste brend na tržištu koji očekuje dolazak P&G onda možete da predvidite njihovo delovanje.

## Zasto je važno graditi jake i uspešne brendove?

Najmanje je 8 važnih razloga:

- Brend kao oznaka vlasništva - Privatna ili marka vlasnika
- Brend kao funkcionalna korist ili racionalna odluka
- Brend kao način razlikovanja od konkurencije (diferencijacija)
- Brend kao mogućnost smanjenja rizika prilikom kupovine
- Brend kao sredstvo komunikacije u simbolima
- Brend kao skraćenica
- Brend kao pravno sredstvo
- Brend kao strateško sredstvo



Da li znate kako se odbrojavaju dani do Nove godine? 81, 82, 83, 84, 85... Videćemo dokle ćemo brojati 31. decembra! Do tada uživajte u decembru koji vrvi od brojnih prednovogodišnjih druženja i koktela. Vidimo se na nekom od njih!

Vaš Bovan tim



## SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 04. i 05. 12. 07. - "Kvalitet u nabavkama i reinženjering procesa nabavke", Privredna komora Srbije, Dečanska 8/III, 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 ,sala II, Beograd
- 12. i 13. 12. 07 - "Šta investitori trebaju da znaju prilikom izgradnje objekata u Srbiji", Privredna komora Srbije, Dečanska 8/III, Beograd
- 14. 12. 07. - "How to enjoy capitalism", Kjell Nordstrom, Sava Centar, Beograd

Brend je ono što ljudi govore o vama kad niste prisutni.

Bradly McGurk

