



### Business



#### Banke propadaju, a direktori uzimaju bonuse. Povratak Starbucks-a starim vrednostima.

Adam Eplgart, bivši šef banke Northern Rock, dobiće oko \$1,5 mil. otpremnine. Eplgart je bio nadležan i odgovoran za poslovnu strategiju banke koja se pokazala katastrofalnom. On je prošle godine u oktobru pred zastupnicima britanskog parlamenta rekao kako je za kolaps odgovorna centralna banka Engleske koja nije odobrila ponudu Lloyds-a TSB za preuzimanje banke pa je odbio da preuzme odgovornost za krah. Banka je imala još dve ponude za preuzimanje, jednu od samog menadžmenta banke a drugu od Virgin grupacije. U ponedeljak su objavljeni i podaci o poslovanju banke za prošlu godinu iz kojih se vidi da je kompanija u 2007.god. pre oporezivanja zabeležila gubitak u iznosu od \$334 mil.



Gomile žalbi kupaca i zaposlenih pokazale su da se Starbucks prilično udaljio od svog prvobitnog koncepta rada. Jedan blogger se žalio da kada ujutru uđe u Starbucks coffee shop, on više miriše na McDonald's nego na kafu. CEO Starbucks-a, gospodin Schultz je u pismu članovima menadžmenta za Dan zaljubljenih naglasio da je upravo Starbucks, koji je "propovedao" da kafa nije običan robni artikal, počeo da se ponaša totalno suprotno. Schultz je preuzeo na sebe da povрати kult kafe, okupljanjem grupe „apostola“ koji su učestvovali u osnivanju Starbucks-a. Ponovo će biti uvedeno mlevenje kafe u shopovima. Lansiran je i MyStarbucksIdea.com kako bi potrošači mogli da komuniciraju sa kompanijom ali i međusobno.

**EU baza otisaka prstiju.** Plan EU o formiranju centralne baze otisaka prstiju koji bi se koristili u pasošima, naišla je na kritike Peter Hustinx, direktora European Data Protection Supervisor. On smatra da nisu dovoljno zaštićena prava građana i biometrijski sistem kao i da su ustupci Evropske Komisije o starosnim limitima od 6 do 79 godina nezadovoljavajući. Takođe, naglašava da se izdavanje pasoša u 27 zemalja EU razlikuje i pozvao Komisiju da to ispita.

#### Milijarder udvostučio ulog u Facebook-u.

Milijarder Li Ka-Shing iz Hong Konga investirao je po drugi put \$60 mil. u mrežu Facebook i na taj način udvostučio svoj ulog u ovoj kompaniji na 0,8%. Ukupna vrednost Facebook-a je 15£ mlrd, dok Microstoft učestvuje sa 1,6% koji je u oktobru prošle godine uložio \$240 mil. Facebook je u poslednja dva meseca lansiran u španskoj, nemačkoj i francuskoj verziji, a moguće je i pojavljivanje na mobilnim telefonima u Aziji.

### Communications

**Oldfashioned ili moderan stajling.** O tome koliko je važna neverbalna komunikacija i odevanje kao njen sastavni deo, ovih dana američka javnost neprekidno podvlači zbog stila oblačenja predsedničkih kandidata. Iako se u medijima u SAD ovih dana češće pojavljuju komentari na račun odevanja Hilari Klinton to je samo zato što je ženska gardeba raznovrsnija, sa više detalja koji šalju skrivene poruke o samoj osobi koja ih nosi i kojih ima svakako više nego što to emituje klasično plavo muško odelo, kažu stilisti. Barak Obama je osoba koju ne brine da će ga pojavljivanje u magazinu Vogue kompromitovati ili ugroziti njegovu muževnost. Javno pokazuje da svakog jutra ide u teretanu, uprkos tome što je u trci za mesto predsednika. Upoređujući stilove kandidata, za Hilari bi se moglo reći da izgleda staromodno i bez posebnog stila, dok Obamin stil poručuje da je vreme za promene, kažu modni stručnjaci.

**Jedinstveni auto samo za mene - Toyota.** Toyota je kreirala sajt na kome fanovi mogu kreirati željeni izgled svojih vozila koji predstavlja kombinaciju njihovih karmičkih osobina, hobija i poslovnih aktivnosti. Korisnici mogu izabrati neku od stotinu ponuđenih ikona, koje su osmislili profesionalni crtači grafita, downloadovati je i naručiti nanošenje izabranog dizajna sprejom na njihova vozila.

**Interna komunikacija zaposlenih u McDonald's restoranima.** McDonald's je lansirao novi način poboljšanja interne komunikacije, interni blog nazvan „Station M“, u cilju ohrabivanja 15.000 zaposlenih da na sajtu diskutuju o raznim temama i eventualnim problemima u vezi sa svojim poslom. Sajt je kreiran kao odgovor na rezultate internog istraživanja, s namerom da novi blog predstavlja dvosmernu komunikacionu platformu dostupnu zaposlenima u McDonald's restoranima.

**YAHOO otvara stranice za žene.** Jedan od najaktuelnijih i najpopularnijih internet pretraživača Yahoo je pokrenuo stranice namenjene isključivo ženama, prvenstveno domaćicama, pod nazivom Shine. Stranica je kombinacija onoga što najviše privlači žene internetu - hrana, astrologija, zdravlje, moda, lepota, roditeljstvo. Kako tvrde u Yahoo, oglasivači su tražili više načina da zaintrigiraju lepši pol, od maloprodaje široke potrošnje do farmaceutskih proizvoda. Rezultat istraživanja koje je sproveo Yahoo pokazao je da žene nisu "osećale da postoji mesto u potpunosti posvećeno njima, kao majkama, suprugama i ćerkama". Yahoo planira da putem ovog sajta zaradi do kraja ove godine oko \$ 1,8 mlrd.

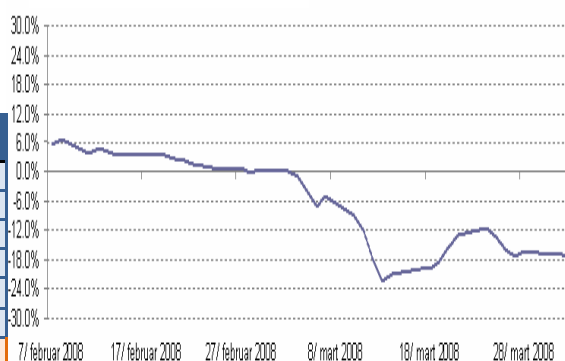


### BC Portfolio

Skorašnji skok cena za trenutak nam je ulio nadu da će berza održati tempo rasta, ali politička nestabilnost, teg na nogama srpske ekonomije, uverava nas da politika i ekonomija idu paralelno.

Naziv akcije	Vrednost 03. 03. 2008.	Vrednost 03. 04. 2008.
Dijamant	104.000,00	94.000
Soja Protein	136.080,00	113.914
Veterinarski Zavod	141.183,00	121.500
Energoprojekt Hldg	137.760,00	101.472
Aik Banka	156.910,00	136.374
Metals Banka	157.844,00	120.200
<b>Ukupna vrednost</b>	<b>833.777,00</b>	<b>687.450</b>

Promena vrednosti u %



Kretanje indeksa berzi u regionu



	Vrednost 26.03.08.	Vrednost 03.04.08.	promena
Belex 15	1.736,08	1.669,67	-3,83%
Crobex	3.850,51	3.804,65	-1,19%
Birs	2.124,26	2.107,78	-0,78%
Nex 20	25.671,46	24.509,04	-4,21%
Moste	1.263,02	1.187,75	-5,96%
MBI 10	6.538,96	6.706,02	2,55%

# Tips & Tricks – Šta treba da zna svaki prodavac?



Doba je novih klijenata, novih kupaca i novih potrošača. Informisanih, zahtevnih i uvek u traganju za boljim. Stepenn lojalnosti brendovima nije posebno visok, istraživanja pokazuju. Očekuju da se firme koje im prodaju usluge i robu stalno prilagodjavaju. Očekuju da se oni koji ih neposredno servisiraju, prodavci, transformišu u vrsne profesionalce, spretne i umešne da ocene i čak predvide njihove potrebe. Nedavno sprovedeno istraživanje o navikama potrošača pokazalo je šta to Njegovo Veličanstvo Kupac zapravo želi. Pročitajte šta obučeni i iskusni menadžeri prodaje treba da zna.

## 1. Budite lično odgovorni za ostvarenje naših želja.

Potrošači su umorni od prebacivanja posla s jednog prodavca na drugog. Ne žele prodavca koji će nestati posle završenog posla ili prebaciti taj posao na kolegu, već partnera koji je spreman da bude uz kupca dok ne zatvori ceo krug prodaje, reši sve tekuće probleme i pitanja.

## 2. Tražimo da razumete naš posao.

Menadžer prodaje mora da razume kupca, poznaje njegove ciljeve, strategiju, izazove, platežnu sposobnost i organizacionu kulturu. Ukoliko preskoči da se pripremi i uradi svoj „domaći zadatak“, uočava se sa potencijalnim problemom.

## 3. Budite na našoj strani.

Klijenti imaju malo ili nimalo uticaja na kompaniju prodavca. Ipak, unutrašnja događanja ili krize u organizaciji koja prodaje mogu uticati na poslovanje sa klijentom. Tada klijenti očekuju da prodavci budu na njihovoj strani, i da kao njihovi „interni advokati“, rešavaju svoje unutrašnje probleme a da pritom uvek klijentu obezbede maksimalnu uslugu. Nije lako, ali je moguće.

## 4. Obraćajte nam se na pravi način.

Kupci žele da dobar komercijalista razmišlja šire od tehničkih osobina i funkcija, već da se potpuno uklope u realne potrebe konkretnog kupca i njegov dnevni život. Ne žele samo da vide ponudu, već da im se ukaže na efekte te ponude na njihovo poslovanje. Očekuju da profesionalni prodavac bude i poslovni konsultant koji razmišlja o kupčevom stanju i okolnostima više nego o samoj transakciji.

## 5. Budite lako dostupni.

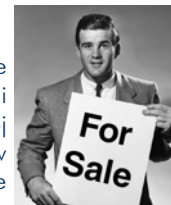
Blagodeti IT tehnologije su kao stvoreni za „sales force“. Potrošači očekuju da prodajno osoblje bude konstantno na raspolaganju, uvek, stalno i svuda. Oni sales manageri koji radije isključe svoje telefone popodne, mogu već tražiti novi posao. Ne u prodaji.

## 6. Rešite naše probleme.

Reč rešenje je bila previše ili pogrešno upotrebljavana, kao i mnogi termini u protekloj dekadi, ali njena zastupljenost ukazuje na velike preokrete u potrošačkim očekivanjima. Potrošači više ne kupuju samo proizvode i usluge, već rešenja svojih širih problema. Očekuju da profesionalni prodavac postavi dijagnozu i prepíše recept za celovito rešavanje problema, ne samo da im proda proizvod.

## 7. Pokažite kreativnost u rešavanju naših potreba.

Moj problem je jedinstven, specifičan i neponovljiv, kaže kupac. Dakle, ukoliko se kod klijenta javi neki problem i zatreba mu spoljna pomoć, to je zbog toga što svoj problem percipiraju kao jedinstven i nerešiv konvencionalnim metodama. Kupci zahtevaju inovativne prodavce, koji će im pomoći svojim svežim idejama.



EduSfera, Bovan Consulting i Univerzitet Singidunum organizuju

jednomesečnu

## Školu profesionalne prodaje i pregovaranja

Od 9 - 31. maja 2008.

Za: menadžere prodaje, komercijaliste, merčandajzere, prodavce, account menadžere i sve koji planiraju novi karijeru kao deal mekeri

Oblasti: planiranje prodaje  
faze prodaje  
veštine komunikacije  
efektivno zaključivanje prodaje  
postprodaja.

Vrhunski predavači.

Metod rada: intenzivni prodajni drill i vežbe.

Vreme: petkom 12.00-18.00 subotom 09.30 - 16.00

Rok za prijavu: 24. 04. 2008. Pozovite: 011-3036 133, 3036 134, edusfera@bovan.eu.  
www.bovan.eu/nasevesti



Dok se sa jedne strane postavlja grandiozna scena za Evroviziju, na drugoj nam dugo najavljavani rokeri otkazuju koncerte. Kažu - zbog političke nestabilnosti. Moguće da smo se mi toliko navikli na ovo naše „trusno“ područje da nam se čini da „tako mora biti“. Posvetite vikend sebi, prošetajte, možda vas iznenadi divan miris jorgovana!

Vaš Bovan tin



Prodajte na način na koji kupac želi da kupi, ne na način na koji vi želite da prodate.

Richard Grehalva

### SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 09 - 31. 05. 2008. - „Škola profesionalne prodaje i pregovaranja“, EduSfera, Bovan Consulting i Univerzitet Singidunum, Beograd
- 08 - 10. 04. 2008. - „Finansije za neekonomiste“, Adižes, Sarajevo
- 08 - 09. 04. 2008. - „Prezentacione veštine“, MCB, Beograd
- 09 - 10. 04. 2008. - „Povećanje vrednosti kompanije kroz intelektualni kapital“, Adižes, Beograd
- 10. 04. 2008. - „Ocenjivanje performansi“, MCB, Beograd
- 11. 04. 2008. - „Naagrađivanje zaposlenih“, MCB, Beograd
- 14 - 15. 04. 2008. - „Upravljanje vremenom“, MCB, Beograd
- 16 - 17. 04. 2008. - „Analiza finansijskih izveštaja“, MCB, Beograd
- 22 - 24. 04. 2008. - „Kreiranje profitabilnih strategija“, Adižes, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan,

Za vas pišu i:

M. Barać Stojanović, M. Djordjević, D. Tasić, K. Djokić,  
M. Z. Vlahović, A. Milosavljević;

Grafički dizajn: A. Nikolić LOOP



**Bovan Consulting**  
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu

Adresa redakcije: Žorža Klemansoa 13,

11000 Beograd, Srbija

posetite bovan.eu

Fix +381 11 3036 133, 3036 134,

fax +381 11 3284 380