



Business

Rusi među prvih 5 proizvođača čelika u SAD. Ruski čelični magnati su poslednjih godina uložili oko \$9 mlrd. u američki sektor čelika i preuzeli gotovo desetinu američkih proizvodnih kapaciteta. Milijarder, koji su bogatstvo stekli na mamutskim čeličanama izgrađenim u vreme Sovjetskog Saveza, veruju u brži oporavak američke privrede. Njihovo interesovanje je pojačano jer su kreditna kriza i usporavanje privrede SAD učinile njihove čeličane vrlo dostupnim. "Kupuju čeličane jer su jeftine i očekuju da će dobro zaraditi", rekao je za Reuters Tim McCutcheon. Neki analitičari smatraju kako je ipak rizično kladiti se na američki sektor čelika, jer su nekad moćni automobilski i građevinski sektor u padu.



MMF upozorava. Međunarodni monetarni fond je upozorio kako bi gubici na globalnom nivou, koji su proistekli iz krize američkog hipotekarnog tržišta, mogli dostići i \$945 mlrd. U dvogodišnjem izveštaju o globalnoj finansijskoj stabilnosti za 2007/2008. MMF navodi kako bi dalji pad cena na tržištu nekretnina u SAD-u i problem s otplatom hipotekarnih zajmova mogao dovesti do gubitka od \$565 mlrd. Kada bi ovom dodali i tržišta hartija od vrednosti u vezi sa američkim tržištem komercijalnih nekretnina, potrošačkih i korporacijskih kredita, potencijalni gubici se povećavaju na oko \$945 mlrd. Kriza se odnosi na kreditiranje visokorizičnih stambenih kredita, a MMF je prva institucija koja je iznela službene procene gubitaka banaka i ostalih finansijskih institucija na globalnom nivou. Pored SAD-a koje su i dalje epicentar, ni finansijske institucije u ostalim zemljama neće biti pošteđene.



Islamsko bankarstvo u Švajcarskoj - krediti bez kamata. Kuvajtska Nacionalna Banka je izjavila švajcarskim vlastima da želi da otvori privatnu banku koja bi poslovala bez kamata u skladu sa islamskim bankarstvom, Kuranom i Šerijatskim zakonom. Ovu ideju zajednički žele da sprovedu Kuvajt i Saudijska Arabija, odnosno jedna njihova banka koju još ne žele da otkriju. Banka bi počela sa radom do kraja ove godine.

Godišnji odmor izvan Zemlje. Zahvaljujući avionu - raketi koji je trenutno u izradi, američka kompanija Xcor je najavila ponudu za turističko putovanje izvan Zemlje. Svemirski brod veličine privatnog aviona poleteće 2010 god. Lynx, dvosedni svemirski taksi će poletati i sletati poput običnog aviona na pisti. Avion će leteti pomoću kerozina i tekućeg kiseonika, a leti će turisti uživati u predivnom pogledu na Zemlju. Cena karte za ovaj let je oko \$100 000.

Communications



Kvalitet usluga u avioindustriji SAD opada. Istraživanje o kvalitetu usluga američkih avioprevoznika je pokazalo da je 2007. godinu obeležilo pogoršanje.

Izgubljeno je više prtljaga, bilo je više povređenih putnika, više pritužbi korisnika usluga i kašnjenja letova. Broj pritužbi je povećan za čak 60%. U proseku je 1/4 aviona kasnila sa dolaskom. Mnogi avioprevoznici su ranije otpustili veliki broj ljudi, a sa druge strane su počeli da naplaćuju dodatni prtljag, putovanje sa kućnim ljubimcima i rezervaciju karata telefonom. „Ne iznenađuje negativna reakcija putnika na više cene i sve češća odlaganja i kašnjenja letova. Ovakav trend je loš, ali se čini da se neće popraviti“, kaže Dean Headley, profesor sa Wichita State University koji je učestvovao u istraživanju.

Hello Africa! Afrika je najbrže rastuće tržište mobilnih telefona, kažu eksperti, dok je kenijski mobilni operator Safaricom najprofitabilnija kompanija na ovom kontinentu. Iako su u pitanju ekonomski nerazvijene zemlje, mnogi siromašni Afrikanci se ne libe da pozajme novac i kupe mobilni telefon. Broj korisnika mobilne telefonije je za samo osam godina porastao sa 20.000 na deset miliona, koliko ih danas ima.

Pizza.com prodat za \$2,6 mil. Vlasnik kompanije Minestream Software, Chris Clark bio je uveren u svoj uspeh kada je 1994 god. kupio domen www.pizza.com. Od tada je prošlo 14 godina, a Clark je marljivo svake godine plaćao \$20 za produženje registracije. Na ukupno uloženi \$280, zaradio je hiljadu puta više, s obzirom da je na nedavno održanoj aukciji prodao svoj domen za neverovatnih \$2,6 mil.



Dobrodošli u Outernet. „Digitalni bilbordi će preplaviti vaše susedstvo“, rekao je Kevin Reilly Jr, direktor kompanije Lamar Advertising. Lamar koristi bilborde na kojima se šest slika smenjuje na deset sekundi. Mnogi se međutim protive popularizaciji digitalnih bilborda zbog toga što odvlače pažnju vozačima. Za sada, ovi bilbordi nisu zabranjeni zato što se na njima objavljuju informacije javnih servisa kao što su upozorenja zbog vremenskih nepogoda ili nestanak lica. Prema PriceWaterhouseCoopers očekuje se rast tzv. out-of-home advertisinga za više od 8% godišnje do 2011, što ovu kategoriju čini drugom po rastu, odmah iza Interneta. Bilbordi bi mogli postati najveći konkurenti lokalnim novinskim agencijama.

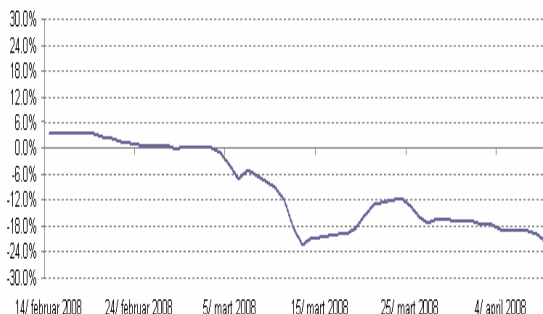


BC Portfolio

Iako smo dalje „u crvenom“ to ne znači da će zauvek biti „sve crno“. Investitorima i svima koji ulažu u HOV je sada potrebno strpljenje kako ne bi napravili grešku i eventualno profit poklonili drugome.

Naziv akcije	Vrednost 03. 03. 2008.	Vrednost 09. 04. 2008.
Dijamant	104.000,00	94.000
Soja Protein	136.080,00	105.252
Veterinarski Zavod	141.183,00	113.400
Energoprojekt Hldg	137.760,00	91.448
Aik Banka	156.910,00	131.342
Metals Banka	157.844,00	116.400
Ukupna vrednost	833.777,00	651.842

Promena vrednosti u %



Kretanje indeksa berzi u regionu

	Vrednost 02.04.08.	Vrednost 09.04.08.	promena
Belex 15	1.669,67	1.576,58	- 5,58%
Crobex	3.796,54	3.659,22	- 3,62%
Birs	2.107,78	2.041,39	- 3,15%
Nex 20	24.590,04	23.641,89	- 3,86%
Moste	1.187,75	1.112,95	- 6,30%
MBI 10	6.706,02	6.021,04	-10,21%



Tips & Tricks – Uspešan prodavac mora da “poljubi 1000 žaba”!



Naporno ste radili kako biste prodali svoj proizvod ili uslugu ali do prodaje nije došlo. Naravno, jedno NE danas ne znači da ćete uvek dobijati negativan odgovor. Važno je kako se vi postavite prema odbijanju, jer vaš stav određuje vašu dalju uspešnu prodaju. Nerviranje i detinjasto prkošenje vam neće doneti dobro jer ćete takvim ponašanjem sigurno odvratiti klijenta koji vam je upravo rekao NE da u

budućnosti zaključite neki drugi, možda bolji posao. Neprofesionalno ponašanje može i vašem kolegi naneti štete, jer će vašu kompaniju pamtili po vama. Ukoliko niste zaključili prodaju, to ne znači da niste izrekli pouku. Važno je da napravite analizu svojih postupaka posle takvih situacija i da uočite svoje greške kako se one ne bi kasnije ponovljale. BC Bilten vas savetuje kako da predupredite svoje greške i kako da se povratite posle „izgubljene prodaje”.

1. Dok proces prodaje traje

Dok još prodajete ili pregovarate, pitajte vaše potencijalne klijente koliko su im često potrebne usluge ili proizvod koji vi i vaša konkurencija nudite. Na primer, ukoliko u septembru odeljenju za ljudske resurse nudite vaše usluge za posao koji će početi u januaru, i ukoliko ne dobijete posao, zabeležite u vaš kalendar da ih u avgustu sledeće godine ponovo pozovete.

2. Odmah nakon odbijanja

Potrudite se da se na vašem licu ili po ponašanju ne vidi neprijatna reakcija kada čujete neprijatnu vest od potencijalnog kupca. Verujte da ni njima nije lako kada saopštavaju loše vesti.

- U ovakvim situacijama možete ponuditi da vaša kompanija bude dodatni ili rezervni snabdevač usluga ili proizvoda. Može se dogoditi da njihov prvi izbor ne zadovolji njihove kriterijume i tada na scenu stupate vi.
- Pitajte ih koji su razlozi zbog kojih vi niste odabrani. Ukoliko je razlog nešto što vi u kratkom roku možete da promenite, ponudite nove uslove.
- Posle izrečenog NE, pokušajte da ne odgovorite odmah. Ukoliko odmah reagujete, to može izgledati kao da vaša prva ponuda nije bila dovoljno čvrsta. U tom čekanju, krenite sa strategijom iz prethodne tačke.

3. Preduzimajte koraka u prvoj nedelji posle negativnog odgovora

Možete zamoliti svog nadređenog ili neku osobu od poverenja da ugovore sastanak sa kupcem da bi pokušali da otkriju uzrok vašeg neuspeha. Nagovestite kupcu da ne želite da promenite njegovu mišljenje već samo da dobijete povratnu informaciju o razlozima neuspele prodaje. Uporedite svoje pretpostavke sa odgovorima kupca. Nakon toga organizujte brainstorming u okviru svog tima i zajednički osmislite nove načine za uklanjanje ili kompenzaciju novootkrivenih slabosti. Ovo može značajno ojačati vaš tim.

4. Iskoristite analizu svojih uspeha i neuspeha kao smernicu za ubuduće

Zapamtite: Profesionalno odbijanje nikada ne doživljavajte lično. Potrudite se da stvorite atmosferu za iskreni razgovor sa kupcem, nakon pokušaja prodaje, čak i kada je poznat njen ishod. Najvažnije je da uverite kupca da mišljenje koje podeli sa vama neće biti upotrebljena protiv njega.

Zapamtite da danas izgubljena prodaja ne znači zauvek izgubljenog kupca. Ako razvijete dobar follow-up plan, poslovaćete uspešnije i zaključićete veći broj prodaja. Želimo vam uspešnu prodaju.



Kvalitet i konzistentnost

Osoba koja se pet godina za redom prijavljivala za mesto glavnog voditelja na velikom događaju i konstantno bila odbijana, slala je uoči događaja ljubazno pismo organizatoru u kojem mu želi uspeh. Šeste godine unajmljena je na željeno mesto. Kvalitet i konzistentnost ovog follow-up procesa na kraju je urodio plodom.

Večno pitanje - kako postati bogat? Za početak, radite u sektoru prodaje. Pravite poslove, zarađujete procenat, širite poslovne kontakte. Ali nisu svi prodavci mađioničari, ne pretvaraju svi akciju u novac. Najubedljiviji prodavci ne deluju tako kao da prodaju nešto. Oni su prirodni i nenametljivi, a jasni, spremni da u svakom trenutku pruže podršku ili savet i postavljaju pametna pitanja. Imate ceo vikend za razmislite kako ćete već u ponedeljak prodati svoju ideju, uslugu proizvod... i to pametno! Da li smo mi doneli pametnu odluku i kao kupac rekli NE Ateku pokazaće vreme.

Vaš Bovan tim



Jednomesečna škola, prvi put kod nas Škola profesionalne prodaje i pregovaranja

Od 9. - 31. maja 2008. u Beogradu. Vrhunski predavači.
Intenzivni drill i vežbe. Javite se na 3036 134.



SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 09 - 31. 05. 2008. - “Škola profesionalne prodaje i pregovaranja”, Edusfera, Bovan Consulting i Univerzitet Singidunum, Beograd
- 16 - 17. 04. 2008. - “Analiza finansijskih izveštaja”, MCB, Beograd
- 07 - 09. 05. 2008. - “Sistem selekcije kandidata”, Adižes, Beograd
- 14. 05. 2008. - “Organizaciona transformacija”, Adižes, Sarajevo

Nije posao kupca da vas zapamti. Vaša obaveza i odgovornost je da učinite sve kako ne bi postojala ni najmanja šansa da vas zaboravi.

Patricia Gripp

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