



Business

Izvršni direktori čute. Istraživanje koja je sprovedla kompanija *Weber Shandwick* u Americi, pokazuje da 71% ispitanika, radnika u kompanijama SAD, ne zna dovoljno o trenutnim ekonomskim problemima. Čak 54% nije dobilo nikakvu informaciju od svojih pretpostavljenih. Veliki broj njih smatra da će kriza negativno uticati na stanje u njihovoj kompaniji, a 26% ispitanika smatra da će doći i do otpuštanja. *Harris Diamond*, direktor *Weber Shandwick* je naveo da prenošenje informacija zaposlenima može poboljšati reputaciju kompanije i neutralisati sve dezinformacije i strahove koje su uobičajeni za krize. "Živimo u eri kada zaposleni igraju važnu ulogu u oblikovanju reputacije kompanije, te je neophodna i njihova informisanost. Mnoge kompanije sve više ulažu u internu komunikaciju, a pitanja o finansijskoj krizi potvrđuju da danas više nego ikada oni moraju biti informisani od strane nadležnih" kaže *Diamond*.



Svet u rukama žena. Prema izveštaju UN agencije za ishranu i poljoprivredu, žene proizvode više od 50% hrane na planeti dok je u Africi taj procenat veći od 80%. U Aziji žene proizvode 60%, a u Južnoj Americi od 30 do 40% ukupno proizvedene hrane. Većina siromašne populacije na planeti živi u ruralnim područjima, a 70% te populacije čine upravo žene kojima je glavni izvor prihoda poljoprivreda. Povodom svetskog Dana žena na selu 15. oktobra, *Karen Seres*, predsednica međunarodne federacije komiteta ženskih poljoprivrednih proizvođača, je izjavila da žene na selu imaju ravnopravnu poziciju kada je reč o radu na selu, ali nemaju ravnopravnu poziciju kada je reč o razvoju politike koja se odnosi na seosku proizvodnju. Jedini pristup koji bi obezbedio postizanje dugoročne održivosti je onaj koji integriše žene u sve nivoe razvoja strategije, rekla je *Seres*.

Buđenje iz Američkog sna.

Pored velikih ekonomskih gubitaka usled nezapamćene krize, Amerika ostaje i bez ilegalnih imigranata iz susednog Meksika. Imigrantima, koji su decenijama sanjali "američki san" i borili se za opstanak u "obećanoj zemlji" sve je teže da pokriju troškove života i pomognu porodici u domovini.



Jedina banka koja je profitirala u krizi.

Kriza koja je zahvatila Evropske banke je mimošla *BNP Paribas*. Francuska banka je krizu iskoristila za svoja prva velika ulaganja kupovinom dela imovine Belgijskog *Fortis-a* i Luksemburske imovine vrednosti 324 mld dolara za manje od 20 mld dolara. Pored ogromnog ostvarenog profita, *Paribas* je dao mogućnost klijentima u susednoj Belgiji da odluče da li žele da svoj novac povere francuskoj ili belgijskoj banci.

Communications

Koji brend je voljeni brend u Srbiji? U okviru akcije *Volim brend, živim za brend 2*, na press konferenciji povodom takmičenja za *Voljeni brend*, *Mercedes-Benz* je proglašen za pobjednika, kao brend koji ima najbolji kvalitet i najpozitivniju sliku u širokoj javnosti. Na konferenciji su govorili *Dejan Šapić, dr Galjina Ognjanov i Ana B. Bovan*. U konkurenciji je bilo 10 brendova: *Jaffa, Moja kravica, Vino Trijumf, Žuta Osa, Metalac, Mercedes-Benz, Ikarbus, Gorenje, Jat i Festival Guča*. Na konferenciji je najavljena Konferencija o brendingu koja će se održati 23-24. oktobra u *Sava Centru* kada će eminentni praktičari govoriti u okviru 4 panela: Nastupi brendova na regionalnom tržištu, Novi koncepti u brendiranju, Brendiranje Srbije iz drugog ugla i Kakav je srpski potrošač. U okviru Konferencije će se održati radionica *Workshop Branding eksperiment* gde će posetioci imati priliku da, uz pomoć marketing stručnjaka, vide kako se u praksi realizuju brend koncepti.

"Junk food" reklame sklonjene sa TV. Uvodom regulative o zaštiti dečijeg zdravlja u UK, Konzervativni dekan mašinskog fakulteta u Ljubljani je uveo novine u propisima o oblačenju promovise pomoću junaka crtanih filmova i studenata. Dekan *Jože Duhovnik* je zabranio ostalih proizvoda bliskih deci, preusmereno je sa TV na ostale alternativne medije. Prema studiji koju je sproveo *Ofcom*, u poslednjih 5 godina koju je promovisanje brze hrane na TV je smanjeno za 71%. "Zadovoljan sam jer se ovim smanjenjem menjaju loše prehrambene navike naše dece", izjavio je britanski ministar zdravlja.

Novi kodeks oblačenja za slovenačke studente?

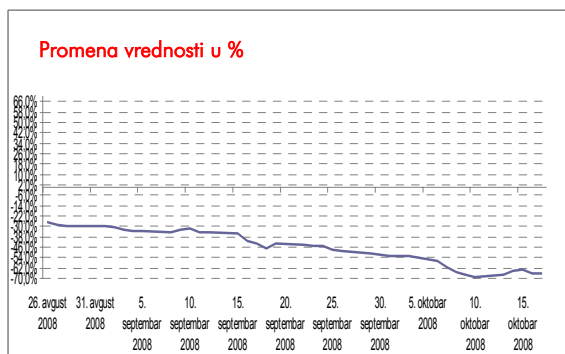
Njegova stranka je dobila tajnu donaciju od 1 mil funti od *Bernie Ecclestone*, CEO Formule 1. Posle pobjede na izborima '97, *Laburistička stranka* je zabranila reklamiranje duvana, međutim dokumenti potvrđuju da je samo par sati nakon te odluke *Blair* zahtevao izuzeće zabrane za trke Formule 1.

Novi kodeks oblačenja za slovenačke studente? Dekan konzervativni dekan mašinskog fakulteta u Ljubljani je uveo novine u propisima o oblačenju promovise pomoću junaka crtanih filmova i studenata. Dekan *Jože Duhovnik* je zabranio studentkinjama da se pojavljuju na fakultetu sa puno šminke, parfema i nakita. Mladići se na ispitima moraju pojaviti u tamnim odelima i sa kravatama. Studenti su se pobunili protiv *Duhovnikovih* propisa. Osim što se ismejavaju njegovim prezimenom koje na slovenačkom znači sveštenik, studenti odluku povezuju sa dekanovim članstvom u stranci *Hrišćanskih demokrata Slovenije*. Predsednik studentske organizacije ljubljanskog univerziteta *Tomaž Černe* je izjavio za slovenačke medije da dekan samovoljno krši akademske slobode iako se slaže sa time da bi studenti izgledom trebalo da pokazuju poštovanje prema instituciji fakulteta. *Sam Duhovnik* tvrdi da samo uvodi praksu evropskih univerziteta gde je odavno uveden kodeks oblačenja.

BC Portfolio

Ceo svet je na nogama. Kriza je zašla u sve pore života. Moramo verovati u optimistične prognoze!

Naziv akcije	Vrednost 03. 03. 2008.	Vrednost 17.10.2008.
Dijamant	104.000,00	35.200,00
Soja Protein	136.080,00	39.774,00
Veterinarski Zavod	141.183,00	58.968,00
Energoprojekt Hldg	137.760,00	44.464,00
Aik Banka	156.910,00	57.834,00
Metals Banka	157.844,00	47.780,00
Ukupna vrednost	833.777,00	284.020,00



Kretanje indeksa berzi u regionu



	Vrednost 09.10.2008.	Vrednost 16.10.2008.	promena
Belex 15	743.88	799.66	7.50%
Crobex	2.460.56	2.607.04	5.95%
Birs	1.308.86	1.314.39	0.42%
Nex 20	13.183.54	12.953.54	-1.74%
Moste	548.56	539.06	-1.73%
MBI 10	3.607.14	3.611.74	0.13%

Tips & Tricks - Da li stvarate korisnu mrežu poslovnih kontakata?



Efikasna mreža poslovnih kontakata predstavlja povezivanje pojedinaca koji grade odnos poverenja kroz iskrenu i pravovremenu komunikaciju. Da bi vaša mreža poslovnih kontakata bila čvrsta i pouzdana neophodno je da je kreirate na pravi način, a BC Bilten će vam pomoći u tome:

Uvek imajte na umu da je stvaranje ove vrste povezanosti jedinstveno, na temeljima iskrenosti i prijateljstva, kao i

da bi u svakom trenutku trebalo da budete spremni da pružite podršku.

Postavite sebi pitanje koji su vam ciljevi učestvovanja u susretima koje održava mreža kojoj pripadate i da li pripadate grupi koja može da vam pruži podršku pri ostavljanju postavljenih ciljeva. Imajte u vidu da su neki od susreta posvećeni učenju, upoznavanju, razmeni iskustava, volontiranju na nekim projektima koje realizuje grupa, a ne striktno stvaranju poslovnih veza.

Posetite što više grupa za koje ste pokazali interesovanje. Obratite pažnju na atmosferu i odnos među članovima grupe. Da li vam se čini da članovi podržavaju jedni druge? Da li vam se čini da je rukovođenje grupom stručno? Mnoge grupe će vam dozvoliti da ih posetite dva puta pre pridruživanja, iskoristite njihovu otvorenost kako biste ih bolje upoznali.

Iskoristite volontiranje za što bolje pozicioniranje u okviru grupe. Volontiranjem ćete pokazati spremnost na rad i posvećenost, pri čemu će ostali članovi grupe uvek imati na umu ova vaša angažovanja.

Mnogi od nas se ne osećaju prijatno kada prilaze nepoznatima na događajima, te je neophodno da se sakupi energija kako bi se sačinio taj prvi korak. Najbitnije je da se psihički pripremite pre pojavljivanja. Vaš stav često upravlja vašim ponašanjem, morate da prebrodite negativno razmišljanje koje bi vam samo odmoglo. Zapamtite da mnogi razmišljaju kao vi i da takođe oklevaju da započnu razgovore.

Imajte u vidu da ljudi vole da pričaju o sebi, tako da to može biti dobar početak razgovora. Takođe se osećaju polaskano ako pokažete interesovanje za njih i njihovu kompaniju i samim tim će uzvratiti istim interesovanjem. Imate dosta toga da ponudite. Verujte u to.



Uvek postavljajte otvorena pitanja. Pitanjima ko, šta, gde, kako otvorićete diskusiju, pokazati zainteresovanost, a sagovornik neće biti u prilici da jednostavno odgovori na pitanje sa da ili ne.

Veoma je važno da ostavite utisak velikog kapaciteta gledano kroz bazu vaših kontakata, predloge, kreativnost. Na ovaj način ćete povećati vaš vizibilitet u grupi.

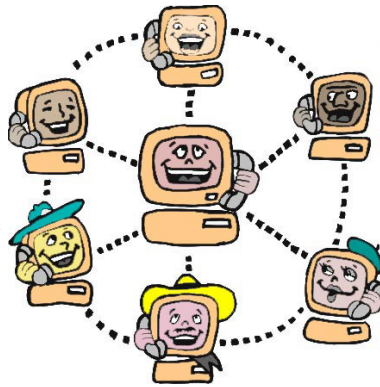
Networking događaj je samo prilika da saznate šta imate zajedničko sa ostalima koji se tu nalaze. Ista interesovanja pomažu "strancima" da se lakše povežu. Priđite prvi, predstavite se i podelite neku informaciju koja bi otkrila neki zajednički interes. Tokom razgovora pažljivo slušajte da biste otkrili neke zajedničke ciljeve. Kako bi razgovor potrajao, iskoristite taj zajednički interes ili cilj.

Postarajte se da svim članovima grupe bude razumljivo šta radite, zašto, za koga i po čemu je vaša angažovanost posebna. Da biste dobili preporuku neophodno je da su svi članovi upoznati sa svim vašim kvalitetima i veštinama.

Trebalo bi da članove grupe upoznate sa vašim potrebama i interesovanjima, kako bi vam lakše pružili podršku. Često ljudi postavljaju pitanje: Kako mogu da ti pomognem, za takvo pitanje bi trebalo imati spreman odgovor.

Na date preporuke odgovorite brzo i efikasno. Na preporuke bi trebalo da odgovorite sa zahvalnošću i poštovanjem, a preporuke će samim tim dodatno rasti.

Kontaktirajte sve one članove grupe koji imaju potencijalne benefite od vas i vi od njih. Pokažite da vam je zadovoljstvo što se sa njima čujete i da bi ste voleli da zajedno stvarate nove ideje.



Uхватite zadnji talas lepog vremena jer nam sledi mnogo stvari "da se smrzneš": poskupljenje fiksne telefonije, skuplji gas, sve ono što će pod izgovorom krize poskupeti, a hladni dani će nam biti najmanja briga.

Vaš Bovan tim



Više poslovnih dogovora se sklopi tokom ručka i večere nego na bilo kojem drugom mestu, a ipak nijedan fakultet ne nudi predavanje na ovu temu.

Peter Drucker

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 20. 10. 2008. - "Konkurentnost srpske privrede-izazovi i mogućnosti", Srpska Asocijacija Menadžera i CIPE, Hotel Hyatt, Beograd
- 23 - 24. 10. 2008. - "Volim brend, živim za brend 2", Sava Centar, Beograd
- 27. 10. 2008. — "Drugi poslovni okrugli sto sa predstavniciima Vlade Srbije", EMG, Sava Centar, Beograd
- 29 - 30. 10. 2008. - "Savremeni menadžer", MCB, Beograd
- Novembar, 2008. - "Tžište nekretnina u jadranskoj regiji", Bečići, Crna Gora
- 17. 11. 2008. - "Korporativna društvena odgovornost", Hotel Hyatt Beograd
- 27. 11. 2008. - "Prvi sajam investicionih portencijala lokalnih samouprava –Predstavljamo Srbiju", EMG, Beogradski sajam, Beograd
- 03.12.2008. - "Finansijske usluge u jugoistočnoj Evropi", EMG, Hotel Hyatt, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan
Za vas pišu i:

M. Barać Stojanović, M. Đorđević, D. Tasić, M. Franjić,
T. Stojanović, D. Stanišić

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