



Business

Ko sve čita vaš SWIFT? Ministarstvo finansija SAD je potvrdilo da je od 9/11 pratilo milione poverljivih finansijskih transakcija koje procesira SWIFT, na osnovu ugovora sa ovom kompanijom, kao deo borbe protiv terorizma. Međutim, prema istrazi Evropske komisije taj ugovor nije u skladu sa belgijskim i EU zakonima, te je belgijski premijer izneo podatke da je SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) „tajno i sistematski prebacivala velike količine ličnih podataka radi nadzora i provere, bez pravnog osnova i nezavisne kontrole“. SWIFT dnevno procesira oko 11 miliona transakcija između 8000 banaka i drugih finansijskih ustanova u 200 zemalja.

Amerikanci skinuti sa trona. Amerikanci nisu više najjača ekonomska sila, objavljeno je u studiji Svetskog ekonomskog foruma. Preimućstvo je preuzela Švajcarska praćena Finskom, Švedskom, Danskom i Singapurom. Pad na šesto mesto SAD nije posledica nekonkurentnosti, već usled rastućeg spoljnog duga i lošeg zdravstvenog sistema. Po tom parametru se inače nalazi tek na četrdesetom mestu, čak iza zemalja kao što su Vijetnam, Venecuela i Filipini. Iako je rast globalne konkurentnosti doveo do tržišnog uspeha dalekih istočnih zemalja Kina je i dalje na 54. mestu zbog lošeg bankarskog sektora i javnih institucija, dok je Indija na 43. mestu zbog nerazvijene infrastrukture i nerazvijenosti javnog sektora. Neki analitičari smatraju da ovakvo istraživanje ekonomske moći država nije relevantno jer bi trebalo da meri samo produktivnost zemalja, a ne i uspešnost neekonomskih faktora poput zdravstvene zaštite i razvijenosti institucija.

Traže se samo dugačke jahte. Zahvaljujući novim bogatašima iz zemalja poput Rusije, niskim kamatama i tehnologiji koja omogućava da se luksuzne jahte koriste kao pokretne kancelarije, uz komfor kao kod kuće, za tim plovilima vlada prava pomama. Bum u sektoru luksuznih čamaca, kako se potvrdilo na nedavno održanoj izložbi u Kanu, ne važi samo za graditelje jahti. I sektor usluga, od trgovaca vinom do banaka, uživa u toj ekspanziji. "Sve ispod 30 metara ne nalazi lako kupca", rekao je za *Rojters Rassel Kramp*, iz britanskog "Edmistonu", koji se priseća da je pre 10-15 godina sve preko 30 metara smatrano ogromnim. Danas je većina tih "starih" čamaca na tržištu "polovnjaka", a ono što se zaista traži jesu jahte dužine 60 i više metara.



Statistika ruska dika. U zemlji sa najvećim brojem milijardera u Evropi, svaki četvrti građanin se žali da nema ni za hleb, pokazalo je najnovije istraživanje u Rusiji. Stalno povećanje broja milionera i milijardera, kao i treće mesto u svetu po rastu deviznih rezervi, stvara lažnu sliku o opštem blagostanju u zemlji. Najteže se živi na selu, gde je čak 38 posto ispitanika izjavilo da nemaju dovoljno hrane. Zanimljivo je da čak i u Moskvi, gde se okreće 80 posto od ukupnog ruskog kapitala, 10% ispitanika nema dovoljno prihoda za kupovinu osnovnih namirnica. Inače, ministar finansija Rusije *Aleksej Kudrin* obećao je ovih dana da će iduće godine Rusija napokon sustići bivši SSSR po visini prihoda građana koji je 1990. godine po glavi stanovnika iznosio \$2.456.

Britanci najzaduženiji, Nemci i Francuzi vole da štede. Britanci su odgovorni za trećinu neizmirenih potrošačkih kredita, dugova i zajmova koji imaju Evropljani. Oni finansijskim ustanovama duguju čak 215 milijardi funti, dok svi ostali Evropljani ukupno duguju 600 milijardi. Prosečan Evropljanin duguje 1 558 funti, a prosečan Britanac čak 3 175 funti. Nemci, čija visina duga iznosi 60 milijardi funti na kredit uglavnom kupuju automobile. Francuzi, koji su ukupno dužni 96 milijardi funti, pretežno na kredit kupuju nameštaj i ostalo pokućstvo. „Britanci imaju nezasićen apetit prema kreditima, dok Francuzi i Nemci na primer imaju razvijenu kulturu štednje i imaju averziju prema dugovima“ – kažu rezultati istraživanja. Politika „Kupite sada, platite kasnije“ u Velikoj Britaniji je i promovisala industriju kreditnih kartica. Trenutno na tom tržištu funkcioniše oko 50 miliona kreditnih kartica.

Najbolje kompanije za mame. Časopis *Radna mama* je objavio godišnju listu od 100 najpogodnijih kompanija za rad za savremene majke. Kriterijumi su bili fleksibilnost posla, dužina trudničkog bolovanja, briga o deci, briga za stare i broj žena na najvišim položajima u kompaniji. Među najuspešnijim su se našli IBM i Džonson i Džonson koji se na listi tradicionalno nalaze svake godine. Časopis navodi da sve više kompanija koje žele da zadrže ženske kadrove svoje radne programe prilagođavaju zaposlenim mamama. „Našoj zemlji su potrebne majke sa bebama, a našim kompanijama je potrebna i ženska kreativnost i poslovnost. Sve to tera kompanije da promene razmišljanje kada je u pitanju materinstvo i rad“ – kažu istraživači ovogodišnje ankete.

Communications

Jejl nudi besplatne snimke predavanja. Prestižni američki univerzitet *Jejl* saopštio je da će ponuditi besplatne digitalne video snimke raznih predavanja, kao i transkripte na nekoliko stranih jezika kako bi ta elitna škola bila pristupačnija široj javnosti. Iako neki univerziteti i instituti u SAD već nude besplatne kurseve na Internetu, Univerzitet *Jejl* nudi prvi put besplatne video snimke predavanja putem Interneta. "Pilot projekat, koji će trajati 18 meseci, obezbediće video snimke i transkripte sa predavanja od sledeće školske godine. Profesori kažu da to neće zameniti predavanja koja se drže na Univerzitetu i da se tako ipak ne može dobiti diploma.

Marketinški stručnjaci pažnjali Kotler u oktobru u Zagrebu. Jedan od najvećih autoriteta i pisaca marketinga, prof. dr *Filip Kotler*, autor vodećih svetskih udžbenika iz kojih su znanja iz marketinga sticale generacije marketinških profesionalaca širom sveta, po prvi put dolazi u Hrvatsku, u Zagreb, gde će 11. oktobra održati predavanje. Tema predavanja biće "Kako pomoću tehnika strateškog marketinga povećati produktivnost i povratiti ulaganje". S obzirom da je ovo prvo *Kotlerovo* predavanje na ovim prostorima, organizatori očekuju slušaoce iz celog regiona.

Nove poruke brenda – Japan. Novi japanski premijer *Šinzo Abe* je ovih dana izneo svoju viziju „Divne zemlje“ usmerenu ka svetu isto koliko i sopstvenim građanima. Japan je zemlja koja može biti ponosna na svoju tradiciju i kulturu, te istovremeno biti i poštovana i voljena u svetu. Izneo je da je došlo vreme da se pređe na asertivnu diplomatiju utemeljenu u novom načinu razmišljanja, gde će zajedno istorija, kultura, tradicija i prirodne lepote biti promovisane u svetu. Svojim sugrađanima je najviše govorio o vraćanju ponosa u sopstvenu istoriju i kulturu, značaju porodičnih vrednosti i unapređenju uslova za podizanje dece.

E-mejl bez tragova. Poslovni ljudi u proseku primaju 20% više mejlova nego pre godinu dana, dok se veličina memorije u korporativnim mrežama povećala za čak 40%. Zbog potrebe veće tajnosti poslovnih podataka softveraši su lansirali *VejporStrim*, poverljivu alternativu e-mejlu. Kako funkcioniše: Ukoliko direktor Saša želi da pošalje poruku menadžeru Eli, on ide na šifrovani *VejporStrim* sajt, ukucava šifru i bira Elu sa svoje liste partnera. Otkuca poruku koja nestaje s njegovog kompjutera i privremeno se zadržava na serveru. Kada Ela proverava svoju poštu, isporučena poruka nestaje sa servera i ne može da se kopira, sačuva ili odštampa. Kada odgovori, Sašina originalna poruka potpuno nestaje – baš kao u špijunskim filmovima.

Bugarska: preko milijarda € od turizma. Bugarski mediji i državna agencija za turizam su izneli da je oko 4 miliona stranaca posetilo Bugarsku od januara do septembra 2006. U pitanju je porast od oko 6% u odnosu na 2005. a broj turista je porastao za preko 8% ako se izdvoji samo letnji period. Prihod od međunarodnih turističkih posetilaca je 1,160 milijardi €, a najviše posetilaca je iz Rusije, Britanije, Irske, Skandinavskih zemalja i Srbije. „Na redu je priprema strategije za unapređenja kvaliteta usluge u turizmu“, izjavio je šef bugarske turističke organizacije *Mario al-Djeburi*. Inače, u Godišnjem izveštaju o kompetitivnosti zemalja 2006. – 2007. *Svetskog ekonomskog foruma* Bugarska je pala sa 61. na 72. mesto.



Internet kupci ne obraćaju pažnju na brendove. Više od 50 odsto kupaca okreće se Internetu u potrazi za uslugama kao što su osiguranje automobila, krediti, putovanja. Karakteristično je da populacija koja kupuje preko Interneta pri tom ne obraća pažnju na on-lajn brendove. To predstavlja potencijalne negativne efekte za kompanije koje nude ovakav vid trgovine. Iako je internet još uvek manje popularan od kupovine u šoping zonama, istraživanje pokazuje da kupci sve više svoje potrebe za dobrima zadovoljavaju putem interneta zbog, kako kažu, lakoće, brzine i korisnosti samog servisa. Sve ove olakšice pri kupovini stvorile su kod potrošača svest da razmišljaju samo o onome što kupuju, pa se brendovi susreću sa problemom da čak 30 posto kupaca uopšte ne obraća pažnju kome će elektronskim putem poslati novac.

Tips and Tricks – 6 P email marketinga



Koliko email njuzletera dobijate tokom prosečnog dana? A koliko tokom nedelje, ili meseca? Bez obzira kakav je vaš odgovor, taj broj sigurno sve više raste. Zbog toga je redakcija *BC Biltena* odlučila da se pozabavi upravo biltenima i njuzleterima elektronskog formata koje kompanije kreiraju radi bolje komunikacije sa postojećim i potencijalnim klijentima. Istraživanje u SAD je pokazalo da finansijske institucije i automobilska industrija imaju slabije efekte od email marketinga nego turizam, informacione tehnologije i mediji.

Inspirisani teorijama marketing miksa i bliskim dolaskom u Zagreb najvećeg imena marketinga u svetu *Filipa Kotlera*, predstavljamo vam ove sedmice još jedan koristan savet koji možete odmah primeniti u poslu i unaprediti svoju kompetitivnost. Prateći stil čuvenih četiri P klasičnog marketinga (product, place, price & promotion) predstavljamo šest P e-mail njuzleter marketinga.

Šest P email marketinga:

1. **Place – Mesto** - Mesto na kojem se nalazi njuzleter u okviru postojećeg web sajta ili portala je od značaja, radi što lakšeg pronalaženja i kreiranje interesa. Dakle, ne zaboravite da ga dobro integrišete u vaš sajt.
2. **Process – Proces** - Lakoća prijavljivanja za njuzleter, predstavljanje i forma registracione prijave donose oko 20% više registracija.
3. **Permission – Dozvola** - Nužno je držati se pravila propisanih za ovu oblast i imati dozvolu za slanje od primaoca, kao i obezbediti tajnost baze vaših korisnika.
4. **Periodicity – Periodičnost** - Vreme i frekvencija slanja su važne, ne želite da budete ni suviše retki, a ni preterano naporni.
5. **Personalisation – Personalizacija** - Njuzleter i sa opštim porukama i vestima imaju tendenciju pada interesovanja čitalaca.
6. **Presentation – Izgled** - Kao i svuda i sve više, dobar dizajn kao i preglednost biltena utiču značajno na njegov uspeh.

Jesenja ofanziva \$\$\$

Krenite u akciju! Ove jeseni pođite u ofanzivu, opremite se najsavremenijim alatima i moćnim oružjem – veštinama pregovaranja i prodaje. Otkrijte kako Vaši potencijalni kupci mogu biti stvarni. I doneti vam puno \$\$\$!

Specijalistički seminar

PRODAJA I PREGOVARANJE

13. i 14. X 2006. u Beogradu

Prospekting - kako naći kupce?
Pregovaračke veštine i sposobnosti
Izbegavanje zamki u pregovaranju
Zašto je prigovor - poklon?
Zatvaranje prodaje...
i druge tajne uspešnih prodavaca

Vrhunski predavači! Javite se!
Bovan Consulting EduSfera tim Vas očekuje!
tel: 3036 133, 3036 134 edusfera@bovan.eu

U Srbiji se radi samo 4,8 sati nedeljno – kažu u jednom sindikatu. Kao da je savremeni koncept „zaposlenih mama“ primenjen na sve zaposlene. Gurui menadžmenta u Americi rade po 80 sati. Koliko ste vi radili ove nedelje?

Vaš Bovan tim

Dobar menadžment znači pokazati prosečnim ljudima kako da obavljaju posao kao natprosečni.

John D. Rockefeller

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 11 oktobar 2006. **Predavanje Filipa Kotlera**, Hrvatsko narodno kazalište, Zagreb
- 27-28. oktobar 2006. – **3. Forum Asocijacije jugoistočne Evrope EASE**, Budva
- 14. novembar 2006. - **Konferencija : Regionalno ekonomsko povezivanje na prostorima bivše Jugoslavije**, Beograd, Hotel Hyatt - Ekonomist media group

