



Business

\$15 milijardi iz Rusije sa ljubavlju. Alfa Group, ruski konglomerat čiji je suvlasnik Mihail Fridman, jedan od najvećih ruskih biznismena, objavio je da planira spajanje sa telekom gigantom Vodafone, vredno čak \$15 milijardi. Altime, telekom kompanija Alfa Group želi da se spoji sa britanskim operaterom ili pokrene zajedničko ulaganje koje bi ih odvelo van granice Rusije, na globalno tržište. Kako ruska strana navodi, za njih bi bilo idealno da otkupe 20% akcija Vodafone, čija se neto vrednost procenjuje na \$15 milijardi. Kiril Babaev, potpredsednik Altime je izjavio da su pregovori sa Vodafone otvoreni i za bilo koju drugu telekom kompaniju koja ima visok globalni rejting. Alfa Group posluje i sa naftom i gasom te za cilj ima da preмести investicije što više na zapad, rekao je Babaev.

Kada američki Japanci prave bicikle. Kada je Yoshizo Shimano, 72-ogodišnji predsednik čuvene bicikl kompanije Shimano, primetio da zaposleni u njegovoj kompaniji prilikom razgovora sa njim počinju sa "U Vašoj kompaniji..." znao je da je došlo vreme za promene. 1997. je započeo projekat Team Shimano. Kako u internacionalnoj kompaniji japanskih korena nije bilo lako pomiriti brojne religije, jezike, filozofije, prvi korak u izgradnji timskog duha i identifikacije sa kompanijom bio je uvođenje engleskog jezika kao zvaničnog jezika Shimano tima. Jedan u nizu segmenata projekta bili su i kompanijski bedževi za zaposlene. U kompaniji vrednoj preko milijardu dolara, rečenice sada počinju sa "U mojoj kompaniji..." „Deset godina kasnije, projekat možemo smatrati uspešnim " smatra Shimano, i veruje de je uspeo u onome što je postigao mali broj ljudi – pomirio je dve najuticajnije biznis kulture, brzu američku sa promišljenom japanskom.

Communications

Nova svetska čuda. Velika akcija izbora novih sedam svetskih čuda se završava 7. jula 2007. kada će u Lisabonu biti objavljena njena konačna lista. Drugi tom edicije "Čuda sveta" predstavljen na nedavno završenom Sajmu knjiga, zamišljen je kao uzbudljiva priča o dostignućima čovečanstva, kreativnosti prirode i neverovatnih prirodnih fenomena upravo dočarava tajanstvenu i veličanstvenu planetu Zemlju. Moskovski Kremelj, Sikstinska kapela, Kamena šuma, Akropolj, Borobudur, Luksor, Santorini samo su neke od najboljih i najčudesnijih tvorevina stvorenih ljudskom rukom, a koje su svojom grandioznošću i veličinom zauvek izmenile svet.

Najstrašnije tehnologije u 2006. Za ovogodišnju Noć veštica, Fortune je izdvojio 10 zastrašujućih dostignuća koja dolaze iz laboratorija globalnih IT kompanija. Prvo mesto zauzima Sony lap top računar koji je povučen sa tržišta zbog neobične i retke pojave pregrevavanja baterija koja se završava eksplozijom. Povlačenje je Sony koštalo \$433 miliona i gubitkom reputacije. Na listi je i Samsung Ultra Mobile PC pod imenom Q1, nedovoljno mali da stane u džep i nedovoljno veliki da se uopšte koristi, a koji je ocenjen kao da je pre namenjen Hobitima nego ljudima. Nintendo Wii je na listi i to zbog samog imena proizvoda. Na top 10 listi se još nalaze proizvođači Elektronske glasačke mašine, Amazon, novi operativni program Microsoft Vista i Recording Industry Association of America zbog video poruke da studenti mogu biti izbačeni iz škole ili optuženi za kriminal ukoliko preuzimaju muziku sa interneta bez plaćanja.



Microsoft odlazi s kineskog tržišta? Fred Tipson, jedan od menadžera Microsoft, izjavio je kako njegova kompanija razmatra povlačenje s tržišta Kine i ostalih, kako kaže, nedemokratskih zemalja. Oni su vrlo zabrinuti zbog posledica koje na njihovo poslovanje ostavljaju navodno represivni režimi. Microsoftu smeta cenzura blogova zbog koje bi, ako ona dosegne kritičan i nedopustiv nivo, oni mogli napustiti tržište Kine. Tehnologiju za cenzuru razvio je upravo Microsoft koji se pravda da svoje programe za filtriranje on prodaje svima pod jednakim uslovima i da ne pravi razliku među zemljama.

PR noćna mora. Lanac restorana Starbucks se uverio da i emejl komunikacija sa zaposlenima zahteva prethodnu procenu rizika. Starbucks se našao u poteškoćama kada je kao nagradu svojim zaposlenima, putem emejla, poslao besplatne kupone. Medjutim, nisu svakako planirali da će radnici iste kupone razaslati svijim prijateljima i rođacima. U kratkom periodu kuponi su preplavili internet, a u očiglednoj panici zbog posledica, kompanija je odbila upotrebu kupona mesec dana pre isteka roka i na taj način posredno oštetila one koje nije nameravala. Posledica je bila loš publicitet i prava noćna mora za menadžment. Kritičari su ocenili da je Starbucks trebalo da iskoristi situaciju za promociju i prizna svoju grešku.

Gladni zmaj. Činjenica da je kineska ekonomija postala globalno konkurentna odavno je poznata. Ipak, tek bližim upoznavanjem sa brojkama može se videti koliki deo ukupnog svetskog novca „obitava“ u najmnogoljudnijoj zemlji na svetu. U trećem kvartalu ove godine, Kina je objavila rast domaćeg proizvoda od 10.4% što predstavlja nastavak hiper-rasta – termina koja se već odomacio u kineskoj ekonomiji. Ukupna vrednost kineske ekonomije procenjena je na \$2.2 biliona, a najveću zaslugu za to ima ulazak Kine u Svetsku trgovinsku organizaciju 2001. koja je za pet godina članstva svoju ekonomiju učinila četvrtom po snazi u svetskim razmerama, posle SAD, Japana i Nemačke. Procena je da će kineska privreda dostići vrednost od čak \$3.2 biliona i izbiti na drugo mesto do kraja decenije ukoliko rast ostane konstantan. Zahvaljujući izvoznoj orijentaciji, Kina je uspeła da stvori devizne rezerve od \$1 bilijarde, a prihod od izvoza, koji je u 2005. iznosio \$102 milijardi, ove godine narašće na \$150 milijardi.

Gde bi Ujka Sem investirao? Fortune je nedavno obavio istraživanje najinteresantnijih destinacija i mogućnosti za ulaganje američkog kapitala. Pošli su od činjenice da su Amerikanci 2005. duplirali svoje inostrane investicije u odnosu na 2002. Recimo, istraživanja kompanije J.L.LaSalle pokazuju da su američke investicije u nekretnine u svetu duplirane u odnosu na 2004. i iznose čak \$12 milijardi. Među najzanimljivijim mogućnostima za investiranje su: izgradnja jeftine Wi – Fi mreže za brazilska letovališta – potrebna investicija od oko \$100 hiljada; proizvodnja biodizela od soje u Argentini – investicija od \$100 - 500 hiljada; razvijanje reklamne kampanje za mobilne mreže u Indiji – investicija od \$100 - \$500 hiljada; tipičan američki restoran u nekom od rastućih kineskih gradova - \$100K.

Ogledalce, ogledalce... Slonovi mogu da prepoznaju svoj odraz u ogledalu, što ih svrstava u elitnu grupu samosvesnih životinja među kojima su ljudi, neke vrsta majmuna i delfini. Naučnici iz Njujorka došli su do ovog otkrića tako što su postavili ogledala u prostoru sa slonicama u Bronx ZOO i posmatrali šta će se dešavati. Životinje su iskoristile da se ogledaju dok jedu a uz pomoć surle, ispred ogledala, ispitivale su unutrašnjost usta. Slonice su surlu koristile i da dohvate obeleženo mesto na čelu, što je bilo moguće videti jedino uz pomoć ogledala.

My name is C6, Citroen C6. Citroen je lansirao TV kampanju za najnoviji model C6 u kojoj glavnu ulogu ima bivši agent 007 Ser Šon Koneri. U spotu se prikazuje slavni glumac kako C6 vozi putevima tropskog ostrva, a nakon svake krivine postaje sve mlađi i mlađi, pa na kraju odredištu, hotelu, iz auta izlazi Džejs Bond iz filma Doktor No iz 1962. Vrtar hotela iznenađeno primećuje promenu, dok škotski glumac izjavljuje rečenicu *It's the car*. Agencija koja je kreirala ovaj promotivni spot, *Kitcatt Nohr*, objašnjava da je to samo uvertira za buduće aktivnosti i direktan marketing koji Citroen želi da primoviše sa novim modelom. Osim ciljanih tržišta gde se reklama emituje, spot je postavljen i na najvećem video sajtu YouTube pa ga mogu videti svi korisnici interneta širom sveta što je agencija navela kao instrument web kampanje. Korišćena su najnovija holivudska animacijska rešenja, što nije prvi takav slučaj u auto industriji, jer je VW već iskoristio Pevanje na kiši Džina Kelija u reklami za Golf.

Svi sajmovi jugoistočne Evrope. Ovogodišnji, treći po redu *Forum Asocijacije sajmova Jugoistočne Evrope – EASE* održan u Budvi, okupio je najveći broj predavača i učesnika do sada i predstavio najzanimljivije i nove teme u sajamskoj industriji. O ulozi sajmova u razvoju malih i srednjih preduzeća govorio je dr *Walter Zocchi*, profesor i konsultant iz Italije, dok je o najboljim primerima implementacije imidža i vizuelnog identiteta na sajmu govorila *Ljuba Stambolić* sa *Beogradskog sajma*. Poseban segment predavanja posvećen je pozicioniranju na sajmu: kompanija, proizvoda i menadžerskih timova a predavački trio *Velibor Zolak* iz *AMC Communications*, prof. dr *Siniša Zarić* sa Ekonomskog fakulteta u Beogradu i *Ana B. Bovan* iz konsultantske kuće *Bovan Consulting* će ova predavanja pretočiti u posebnu studiju, jedinstvenu na ovim prostorima. Na sastanku *EASE*, za novog predsednika je izabran *Anđelko Trpković*, generalni direktor *Beogradskog sajma*, dok je izvršni direktor *Jadranskog sajma*, *Rajko Bujković* dobio funkciju dolazećeg predsednika.

Nova zavisnost – tenoreksija. Britanci mesečno u proseku troše £40 na proizvode koji im održavaju ten tamnim i tokom hladne zime, najviše zbog žestoke marketinške kampanje koja propagira takozvani zdrav izgled. Naučnici su tu pojavu, odnosno zavisnost, već nazvali "tenoreksijom", preneli su britanski mediji. Prema nedavno sprovedenom istraživanju, polovina odraslog britanskog stanovništva tvrdi da se oseća zdravije kad im je koža tamnija. Dakle, tenoreksičari su opsednuti neprestanim održavanjem kože tamnom i pritom odlaze u solarijume češće nego što lekari preporučuju. Ako od poslednjeg sunčanja u solarijumu prođu više od tri dana, kad se pogledam u ogledalo, čini mi se da izgledam bledo. Jednostavno moram biti tamna, rekla je tenoreksičarka *Mandy Sherwin*. Za tu pojavu mogli bi se "optužiti" i *Coco Chanel* koja je 1923. slučajno "izgorela" na suncu tokom jednog krstarenja, i pokrenula trend kojeg nije bila ni svesna.

Tips and Tricks – Pet smrtnih grehova kod započinjanja biznisa



Statistika kaže da najmanje jedna trećina novih malih kompanija propadne u prve dve godine postojanja a nešto više od polovine u narednih pet godina. Ali, ne dopustite da ova statistika utiče na vaše snove da jednoga dana napravite svoju firmu. Kako biste učili na greškama drugih, BC Bilten vam predstavlja nekoliko ključnih saveta oko grešaka koje ne smete počinuti.

1. Nedovoljno keša

Najveći prepreka sa kojom se susreću preduzetnici je nedovoljno kapitala. Iskustvo je pokazalo da je optimalno imati oko tri puta veći iznos od onoga za koji mislite da će vam biti potreban na početku. Obezbeđenje ove vrste je neophodno kako bi se mnogi novi elementi i nepoznanice rešavale i kako ne biste morali da odustanete od svog sna još na početku.

2. Sanjati male snove

Čak i ako se takmičite oko klijenata sa jačim kompanijama od vas, koje imaju veće resurse, to ne morate pokazivati. Klijentima nije posebno prijatno da ih stalno obavestavate kako ste mala firma sa ograničenim resursima. Razmišljajte kako da svoju veličinu upotrebite kao prednost, posvetite se klijentima specijalizovano i sa više entuzijazma, budite veoma fleksibilni. Zapamtite, vi niste mali – vi ste butik; niste malečki – vi ste personalizovani.

3. Štedeti na tehnicima

Naravno, kupovina tehničkih igračaka je skup sport. Ali, davanje zaposlenima mogućnost da koriste laptopove, BlackBerry ili bežični prenos i sl. ih ih bržim i mogu postići više za manje vremena. Nova tehnologija pomaže i da se sa klijentom lakše i redovno komunicira. Na granici ironije je činjenica da upravo male kompanije mogu daleko brže primeniti najnovije tehnologije, dok veliki sistemi sporo i tromo ostavljaju masivnu i prevaziđenu tehnologiju. U ovom slučaju biti mala firma je prednost.

4. Gubljenje fokusa

Svaki preduzetnik mora imati viziju gde želi da bude u budućnosti. Što je vizija fokusiranija, to je veća šansa da će firma ostvariti svoj cilj. Vizija mora biti transformisana u specifične izvršne zadatke kako bi se postigao željeni rezultat.

5. Potceniti značaj prodaje

Za početnike u malim firmama je važno da se najviše koncentrišu na prodaju i prihode. Ukoliko prodaja raste, računi će se sami plaćati. Bez obzira koliko je kompanija mala njoj treba menadžer prodaje koji bi obezbedio da novi poslovi stalno stižu kroz ulaznu kapiju. Važno je da ta osoba vežba sa drugima koje poznaje, i da bude svesna da se svaka, i najgenijalnija ideja na kraju mora ostvariti i – prodati.



Vest za bolji imidž Srbije: Aleksandra Kovač je prvi srpski umetnik koji je dobio prestižnu MTV nagradu! Obzirom da se zima prikrada uživajte u muzici ovog vikenda, najbolje sa prijateljima i inspirisani dočekajte novu radnu nedelju!

Vaš Bovan tim

U poslu treba stalno da učite. Ukoliko hoćete prijatelja, nabavite sebi psa.

Carl Icahn

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 14. novembar 2006. - Konferencija: **Regionalno ekonomsko povezivanje na prostorima bivše Jugoslavije**, Beograd, Hotel Hyatt - Economist media group
- 20-25. novembar 2006 – PR WEEK in Belgrade, **Nove tendencije u odnosima sa javnošću – izazovi za zemlje jugoistočne Evrope**, Attache Conferences
- 27. novembar 2006. – Seminar **Osnivanje preduzeća u Srbiji**, ICC (Internacionalna Trgovinska Komora), Grac, Austrija

