



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA

BR. 75 23.12.2005.

BUSINESS

Fortune lista uspešnih. Magazin *Fortune* objedinio je novogodišnje top liste kompanija prema različitim kriterijumima.

Najprofitabilnije

1. Exxon Mobil
2. Royal Dutch/Shell Group
3. Citigroup
4. General Electric
5. BP

Top 5 u Aziji

1. Toyota Motor
2. Nippon
3. Hitachi
4. Matsushita Electric Industrial
5. Honda Motor

Najveći gubitnici

1. Viacom
2. Vodafone
3. AT&T
4. Delta Airlines
5. UFJ Holdings

Top 5 u Evropi

1. BP
2. Royal Dutch/Shell Group
3. DaimlerChrysler
4. Total
5. AXA

Japanci prestižu Amerikance. "Toyota će najverovatnije biti najveći proizvođač vozila na svetu do kraja 2006" – izjavio je *Ričard Hilgert*, auto analitičar u *Fitch Ratings*. Kompanija *Toyota* prognozira da će u narednoj godini povećati svoj dohodak za 10%, odnosno da će ostvariti rekordnu prodaju od 9 miliona vozila. Ukoliko se ova najava obistini, proizvođač bi mogao da smakne sa trona čuveni *General Motors*, najvećeg svetskog proizvođača vozila. Ukoliko se predviđanje ne obistini u 2006. godini, ostali svetski analitičari smatraju da će presudna godina biti već 2007.

Štrajk koji NY košta \$250 miliona dnevno.

Štrajk prevoznika u Njujorku koji je započeo u utorak nije mogao da se desi u gore vreme za trgovce, upravo pred veliku Božićnu šoping groznicu. „Ovo je vrlo teška situacija za trgovce jer mogu da izgube 5-6% godišnjeg prihoda zbog ovog štrajka“ – kaže analitičar *Maršal Koen*. Dok prodavnice u Njujorku jure da zarade svoj božićni prosek u vrednosti od \$3 milijarde nedeljno, koji obično imaju za vreme novembra i decembra, trećina njihovog celokupnog prazničnog bizinsa ostvaruje se baš ove nedelje tokom koje je štrajk i organizovan. Interesantno je da je u robnoj kući *Bloomingdales* na Menhetnu oko 400 direktora priskočilo u pomoć svojim prodavcima usled nedostatka zaposlenih koji nisu uspeali da stignu na posao. Štrajk je blokirao gradski metro i autobuski prevoz, tako da više od 7 miliona ljudi nije moglo da koristi gradski prevoz.



One su najmoćnije u Srbiji. Među 100 najuspešnijih žena prema istraživanju dnevnog lista *Blic* koje je zaintrigiralo javnost prošle nedelje, 31% žena se nalazi u sferi politike, drugo mesto zauzimaju žene iz poslovnog sveta sa 24%, a zatim slede žene iz sveta kulture, umetnosti i obrazovanja koje ukupno čine 17%. Estradne umetnice na *Blicovoj* listi zauzimaju peto mesto sa 10%, dok su žene koje rade u sferi medija i kulture su na dnu liste. Interesantno je da sa 8% među najmoćnijima zauzimaju žene koje crpu svoju moć iz braka sa poznatim i moćnim muškarcima.

Wal-Mart izgleda doskočio Japancima.

Japan je oduvek važio za zahtevno tržište za prekookeanske kompanije. Nepristupačne mreže za snabdevanje, najzahtevniji kupci na svetu kao i desetogodišnja izolacija dovoljan su razlog zašto je i jedna od vodećih trgovinskih kuća *Carrefour* odustala od lanaca prodavnica zbog gubitaka u iznosu od \$254 miliona za 4 godine. Međutim, američki *Wal-Mart*, kupivši japanski lanac robnih kuća, ne odustaje. Uveden je američki način distribucije, a zabeležen je i manji rast prodaje.

COMMUNICATIONS

SMS komunikacija sa klijentima primenjiva i na velike kompanije.

British Airways će angažovati posebnu agenciju specijalizovanu za SMS marketing kako bi značajan segment komunikacije sa putnicima i klijentima obavljala putem SMS poruka. Na ovaj način putnici će biti obaveštavani o svim relevantnim informacijama značajnim pred njihov let i sve vrste usluga. "Probni testovi su dokazali uspeh SMS komunikacije i mi jedva čekamo da je primenimo" – kaže *Džuli Fleming*, marketing menadžer u *British Airways*. Na ovaj način troškovi komunikacije sa klijentima biće znatno smanjeni, kažu u ovoj avio kompaniji.

King krava. *Burger King* je zamalo izbegao zabranu emitovanja nove reklame koju su neki potrošači kritikovali zbog neukusa. Naime, na reklamni prikazana krava obučena u garderobu sa logotipom *Burger Kinga*. Reklama je iznervirala zaštitnike prava životinja. Regulatorno telo odlučujući da li je to pitanje lošeg ukusa ili uvrede za čitavo javno mnjenje ipak odlučilo da ova reklama ne pogađa opšte interese i osećanje građana.



Kreativnost u Beogradu. "Moja je želja da učinim nešto što će pomoći da se popravi imidž koji Srbija ima u svetu" rekao je profesor *Edvard De Bono*, jedan od najvećih kreativnih mislilaca današnjice uoči osnivanja *Saveta za novo mišljenje* u Beogradu. Osnovna uloga *Saveta* biće da stvara nove, kreativne i konstruktivne ideje. *Savet za novo mišljenje* okupiće nezavisne kreativne mislioce iz različitih oblasti stvaralaštva. Prema rečima profesora *De Bona* osnivanje *Saveta* pokazaće svetu da Srbija ima pozitivan i konstruktivan pogled na budućnost. Ovo telo će promovisati pozitivno mišljenje, a ne konfrontiranje. Predsednik *Saveta za novo mišljenje* i kreativni trener biće *Edward De Bono*, a direktor *Saveta* biće *Dragan Sakan*.

Top ličnosti i vesti 2005. na Internetu. Internet je u ovoj godini, kada je reč o oglašavanju, postao uticajni medij od radija. Interesantno je da korisnici Interneta najviše vremena provode čitajući i gledajući slike slavnih i poznatih osoba.

ŠTA SU NAJČEŠĆE PRETRAŽIVALI U 2005?

Yahoo! Britney Spears, 50 Cent, Cartoon Network, Mariah Carey, Green Day, Jessica Simpson, Paris Hilton, Eminem, Ciara, Lindsay Lohan.

Google: Myspace, Baidu, Wikipedia, iTunes, Sky News, World of Warcraft, Green Day, Leonardo da Vinci.

Najčitnije internet vesti: Cunami, Irak, suđenje Michael Jackson, Natalee Holloway, Afghanistan, Brad Pitt i Angelina Jolie, uragan Katrina, George Bush, Tom Cruise, Janet Jackson, American Idol, Britney Spears, Harry Potter.

Kreativce u kol centre po ideje. "Ako marketinške agencije žele da razumeju potrošače svojih klijenata, trebalo bi da postavite kreativne direktore da provedu neko vreme u kol centrima kako bi se direktno susretali sa potrošačima" - kaže John Watson, jedan od osnivača Watson Phillips Norman. Kreativni žar takve vrste je posebno važan za direktan marketing. Na ovaj način pisma koja se upućuju potrošačima bi bila mnogo efektivnija.

PET NAČINA KAKO DA U NAREDNOJ GODINI POVEĆATE PROFIT BEZ DODATNOG NAPORA



Ponekada povećanje profita ne zahteva dodatne radne sate i angažovanost koja vas dovodi do granice izdržljivosti. Ako želite da ostvarite profit u svom preduzeću i poboljšate poslovanje, a da pri tom ne ostajete u kancelariji do ponoći, *BC Bilten* vam predlaže nekoliko saveta koje možete primeniti u 2006. godini. Prvo odgovorite na nekoliko pitanja.

1. Da li se koncentrišete na najprofitabilnije područje vašeg biznisa?

Ljudi obično posmatraju finansijske rezultate u toku protekle godine gledajući ukupan profit. Ponekada pomislite da je određeni segment vaše delatnosti najprofitabilniji, ali rezultati pokazuju drugačije. Potrebno je analizirati sve segmente biznisa kako biste otkrili najprofitabilnije područje jer bez analize, često se dešava da se prave pogrešne procene. To zahteva detaljne analize svih vaših troškova i investicija.

2. Kada ste poslednji put podigli cene?

Dizanje cena može biti najbrži put do prosperiteta jer imate dobitak bez povećanja troškova. Ključ uspeha jeste sledeći: ako samo malo povećate cene (3-4%), klijenti neće mnogo izgubiti, a vi ćete mnogo dobiti. Jedan finansijski konsultant kaže da je uspeh doživeo kada je podigao cenu za njegovu glavnu konsultantsku uslugu. Na taj način ukazao je na važnost te usluge, a klijenti koji su počeli da cene njegovo vreme i savete i preporučili su ga drugim velikim klijentima.

3. Kako možete dobiti dnevne izveštaje vašeg poslovanja?

Jedna od najboljih promena jeste svakodnevni izveštaj koji je u vezi sa prodajom, produktivnošću i profitom za svaki segment poslovanja. Ukoliko to ne možete da radite na dnevnom nivou obavezno napravite mehanizam putem koga ćete imati izveštaje bar jednom nedeljno. Ovakvi izveštaji će vam odmah pokazati rezultate vaših poslovnih odluka tako da ćete odmah moći da reagujete ukoliko dođe do nekog problema.

4. Kada ste poslednji put otpustili vašeg najgoreg klijenta?

Loši klijenti su osobe sa kojima je teško saradivati, zahtevni su i slabo plaćaju. Oni crpe vašu fizičku i mentalnu energiju više nego što zaslužuju i od njihove saradnje nema profita. Nažalost, u Srbiji bi to značilo otpuštanje verovatno i najvećeg klijenta. Otpuštanjem loših klijenata stvarate mogućnost da privučete bolje klijente koji su vredni saradnje.

5. Koji je najprofitabilniji oblik marketinga koji praktikujete?

Mnoge kompanije smatraju da je marketing samo trošak i gubljenje novca. Gledajte na marketing kao na poseban biznis koji donosi profit. Postoje različite vrste marketinga koje možete primeniti. Za vas je najvažnije da otkrijete koji je za vas najbolji vid oglašavanja kako biste najbolje prišli svojoj ciljnoj grupi. Neke kompanije smatraju da je oglašavanje putem masovnih medija najbolji način dok druge firme ipak više vole suptilnije načine negovanja odnosa sa stakeholderima. Mnoge kompanije su otkrile da je ulaganje u web sajtove, biltene i blogove pun pogodak zbog uštede novca i resursa.

Business quotes

Bankar je čovek koji ti pozajmi kišobran kada je vreme vedro, a oduzme ga kada pada kiša.

(Anon)

Sajmovi, seminari, konferencije:

- 17. - 18. januar - **The 11th Euromoney Central & Eastern European Forum 2006.** The Hilton, Beč
- 25. januar 2006. - **MBA sajam, Sajam programa postdiplomskih studija,** London

Krenule su i novogodišnje čestitke! Da li ste sigurni da ste ih poslali baš svima? Pokušajte da izbegnete ustaljenu rečenicu da je Nova godina – novi početak. Stara poslovica kaže da je to za većinu ljudi obično novi početak za stare navike.

Vaš Bovan tim



Bovan Consulting

Urednik: Ana B. Bovan

Zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i M. Barać, S. Koprivica, M. Reić, I. Marković, M. Bučković, O. Vladušić, A. Jovanović, N. Pirnat

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.co.yu

Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Republika Srbija i posetite bovan.co.yu

Fix + 381 11 3036 133, 3036 134, fax +381 11 3284 380