



Business

P&G otpušta istraživače. Kompanija Prokter & Gembl do kraja leta otpustiće skoro 300 farmaceuta koji rade u Istraživačkim centrima u Ohaju, Njujorku, Londonu i Torontu. U kompaniji kažu da su se odlučili da naprave drugačiju strategiju razvoja novih proizvoda. "Potrebno je oko 15 godina kako bi se otkrio, proizveo lek i izbacio na tržište. P&G će se od sada fokusirati na kupovinu i licenciranje lekova drugih kompanija. Ovo je naš novi poslovni model" – kaže portparol Tom Milikin. U istraživačkom centru trenutno radi oko 2 600 zaposlenih.

Kad Rusi vole šoping. Iv Roše, Kelvin Klajn, Ikea, Micubiši... Rusi su poludeli za kupovinom, navodi se u izveštajima multinacionalnih kompanija koje su već alarmirane da požure na ovo tržište. Šoping centar Mega u Moskvi, opremljen zapadnom robom prošle godine je bio najfrekventniji šoping centar na svetu sa ukupno 52 miliona posetilaca. "Životni standard se popravlja. Ukoliko ste mladi ili srednjih godina i zarađujete \$1000 mesečno možete sebi da priuštite i novi auto" – kaže jedan Moskovljanin. Oporavljanje srednje klase dovelo je do toga da se u toku prošle godine proda čak 600 000 stranih automobila. Kada kažete Rusija obično se pomisli na pad Jukosa, rast Gazproma, ali multinacionalke iz Evrope, Amerike i Azije Rusiju posmatraju kao buduću potrošački bum. Prošle godine ova zemlja je privukla \$16.7 milijardi stranih investicija. Samo Koka Kola je uložila \$600 miliona na kupovinu ruskog proizvođača sokova Multon dok je Hajneken uložio \$570 miliona.

Konkurentna prednost. Zbog blizine Sjedinjenih Američkih Država i pogodnih trgovinskih ugovora, mnoge države Južne Amerike počinju polako da izgrađuju infrastrukturu za tzv. outsourcing. Softverska kompanija Softek iz Meksika koja već posluje 23 godine, tek pre nekoliko godina je shvatila da ona ima nešto unikatno da ponudi severnoameričkom tržištu - blizinu. Kao najveća meksička kompanija pribijavala se proboju na outsourcing tržište kojim dominira Indija. Ali, zbog iste vremenske zone sa Centralnom Amerikom efikasnost meksičke radne snage je veća iako je radna snaga skuplja nego u Indiji. Za sada američke kompanije i dalje u 90 odsto slučajeva sarađuju sa Indijom, a samo 6 odsto sa Meksikom. Stručnjaci veruju da će Argentina, Meksiko, Brazil i Čile ubrzo postati provajderi jeftine i stručne radne snage.



10 000 izgubljenih kofera dnevno. Prema podacima SAD administracije, američke aviokompanije su tokom 2005. godine dnevno gubile oko 10 000 komada prtljaga. Isti podaci navode da se drastično povećao broj drugih problema koji let takođe čine neprijatnim. Dvadeset vodećih aviokompanija su za 3 procenta povećale i broj kašnjenja tako da je svaki peti avion kasnio pri sletanju, što je najgori prosek od 2000. godine. Povećan je i broj otkazanih letova, čak 366 dnevno.

Hi-tec akvizicije. Spajanja i akvizicije kompanija u oblasti novih tehnologija bile su veoma aktuelne tokom prošlih godina, ali novi veliki bum se očekuje tokom 2006. Softverske i Internet kompanije su dva sektora u kojima se mogu očekivati spajanja. Samo tokom prošle godine u ovoj oblasti napravljeni su ugovori vredni \$340 milijardi. Prognošičari tvrde da su najinteresantnije sledeće dve kategorije kompanija: etablirane kompanije sa razrađenom strukturom, ali slabim rastom i nove neafirmisane kompanije sa jakim potencijalom za rast.

Hjundai u Češkoj. Korejska fabrika automobila Hjundai trenutno je u pregovorima sa češkom vladom o otvaranju proizvodnog pogona u ovoj zemlji. Češki ministar industrije rekao je da će investicija biti vredna \$800 miliona, kao i da će kompanija biti obavezna da zaposli 3 000 ljudi što je i zvanična ponuda koju je Vlada postavila ovoj kompaniji. Predviđa se da će pregovori sa Korejancima biti završeni do kraja februara, a najkasnije do početka ženevskog Salona automobila koji počinje 2. marta.

Japanske domaćice štede bez muževa. Skoro polovina domaćica u Japanu priznaje da štedi novac krišom od svojih muževa, pokazalo je istraživanje japanske kompanije za životno osiguranje obavljeno na 500 žena. Uštedevine u proseku dostižu cifru od \$20 000. Čak 80 odsto supruga veruje da njihovi muževi ne poseduju slične tajne fondove. Inače, tradicionalno su Japanke uverene da one drže kontrolu nad kućnim budžetom i finansijama.

Communications

Sponzor po prvi put na dresu. Španski fudbalski klub Barcelona trenutno pregovara sa on-line kladioničarskom firmom Betandwin.com kako bi obezbedio sponzora čiji će logo po prvi put u istoriji kluba igrači poneti na dresovima. Prema nekim izvorima ovo sponzorstvo će biti vredno oko 12 miliona funti godišnje, ali se njemu protive neke frakcije u poznatom klubu koji do sada „nije prodavao svoj dres“. Betandwin.com inače ima više od 20 miliona korisnika, pokriva kladenje u 50 sportova na 20 različitim jezika.



Časopisi su za decu a ne TV. Oglašivači bi trebalo da koriste magazine ukoliko žele da targetiraju decu zbog toga što roditelji smatraju da su magazini poželjniji mediji za njihove mališane – pokazuje istraživanje Asocijacije izdavača. „Časopisi su uvek bolji izbor za decu nego gledanje televizije“ – kažu roditelji koji su učestvovali u anketi.

Nokaut za ministra. Zvanične posete raznim institucijama, iako zgodne za ubiranje političkih poena, mogu da budu neprijatne za političare. Australijski ministar zdravlja Toni Abot koji je svojevremeno bio šampionu boksu, doživeo je neprijatnost kada ga je jedan mentalno oboleli pacijent udario i nasmejao mu se u lice tokom posete jednoj bolnici u Melburnu. "Neki ljudi kažu da ovaj pacijent zapravo ima neke lucidne intervale i to je verovatno bilo baš sada" – prokomentarisao je ministar.

Šokantno – najveći spin doctor ne koristi e-mail. Arhitekta nove Laburističke spin mašine i bivši šef komunikacija *Tonija Blera*, *Alister Kembel* priznao je da je kada su nove tehnologije u pitanju totalni neandertalac. "Za ceo period rada sa *Tonijem Blerom*, odnosno skoro čitavu deceniju nisam koristio kompjuter" – priznaje *Kembl*. U eseju koji je pisao za internet provajdera AOL kaže da tokom boravka u Dauning stritu nikada nije poslao nijedan e-mail kao i da je isključivo čitao odštampane mejlove. *Kembel* priznaje da ni *Toni Bler* po tom pitanju nije ništa bolji. On je, jednostavno, čovek papira i olovke. Spin majstor kaže da još uvek uči kako da prikačuje dokumente. Jednom mu se desilo da video fajl koji kritikuje BBC greškom upravo pošalje tamo.

Britanija – najbolja brend zemlja. Sa ukupnom vrednošću od \$3.5 triliona, Britanija je imenovana za najbolji nacionalni brend među zemljama sveta. Na drugom mestu sledi Kanada dok je treće plasirana Švajcarska. U ispitivanju koje je rađeno na 26 000 ispitanika u 35 zemalja Velika Britanija je imala najbolje rezultate u ocenjivanju investicija, sporta, kulture i nasleđa kao i visokoobrazovanih ljudi. U ovom ispitivanju Sjedinjene Države su se našle na 10 mestu ispod Italije, Švedske, Nemačke, Japana, Francuske i Australije.



Klubovi bogatiji uz Bekam brend. Po prvi put *Mančester Junajted* nije više na prvom mestu najbogatijih svetskih klubova. Istisnuo ga je *Real Madrid* sa 182.6 miliona funti, dok je *Mančester Junajted* sa 166 miliona funti sada drugi. Prema *Dejvidu Džonsu* iz konsultantske kuće *Deloitte*, glavni razlog za to je prelazak *Dejvida Bekama* 2003. godine iz *Mančestera* u *Real Madrid*, kao i povećani naponi španskog kluba na komercijalizaciji sopstvenog poslovanja. On kaže da je zapanjujuće kakav je rast prihoda imao *Real Madrid* u protekle dve godine, a najpoznatiji svetski fudbaler je imao presudan uticaj. Inače na ovoj listi klubovi se rangiraju prema prihodima, kao sto su prihodi od prodaje karata i prava za prenos utakmica, a ne prema profitu ili kupovnoj moći.

Tips & Tricks – Sastanci, svaka sekunda je važna



Kada već morate da izvučete prodajni tim sa terena ili okupite važne menadžere kojima je svaka sekunda od značaja, vrlo je važno da napravite atmosferu efikasnih sastanaka. *BC Bilten* je i ranije pisao o efikasnom rukovođenju sastanaka.

1. Merite vreme.

Pokušajte da ograničite vreme za svaku tačku diskusije na sastanku. Ukoliko vam se čini da se diskusija produžila pokušajte da je privedete kraju ili brže pređete preko nekih tema koje nisu od ključne važnosti.

2. Iznenadite sve.

Uradite uvek nešto drugačije na svakom sastanku. Podelite svima lizalice, bombone ili neki dobar članak iz novina. Saradnici će uvek sa nestrpljenjem očekivati novo iznenađenje i novi sastanak.

3. Počnite sastanak najproblematičnijom temom.

Obično se problematične teme ostavljaju za kasnije. Ljudima je mnogo lakše da krenu sa opuštenim i laganim temama kako bi se na kraju diskutovalo o problematičnim pitanjima. Pokušajte da preokrenete taj redosled na sastanku i bićete mnogo uspešniji. Ponekada zakažite sastanak koji će se baviti samo jednim problematičnim segmentom u okviru celog projekta na kome radite.

4. Uvek afirmišite ciljeve organizacije.

Iskoristite svaki sastanak kako biste podsetili na opšte ciljeve za naredni period, polovinu godine ili godišnji plan. To naravno ne znači da svaki put držite govor ili terate druge da govore napamet misiju kompanije. Jednostavna kratka rečenica na kraju sastanka koja će podsetiti zaposlene da je ovogodišnji cilj da se udvostručiti prodaja u određenom sektoru biće dovoljna.

5. Pohvale.

„Čestitam“ ili „Hvala“ su reči koje prijaju timu na bilo kom sastanku. Koristite ih.

6. Follow up.

Po završetku svakog sastanka obavezno imenujete saradnika koji će napisati tzv. „contact report“ sa zaključcima sa sastanka i konkretnim zadacima koji će biti mejlom prosleđeni svima.

Konsultantska kuća **Bovan Consulting** u okviru III Međunarodnog sajma bankarstva, opreme, usluga i osiguranja, **BANK EXPO** organizuje:

Okrugli sto - "Privatizacija banaka u regionu" 28. februar 2006. 12 časova
Svečana sala Direkcije Beogradskog sajma

Specijalistički seminar – „Tehnologija u službi bankarstva“
sreda, 1.03.2006. u periodu od 12-14 časova u **Sali za prezentacije** – hala V Beogradskog sajma.

Nalik Meksikancima iz vesti, šta to naše kompanije, ili bolje rečeno Vaša, ima kao konkurentnu prednost za region jugoistočne Evrope i zonu slobodne trgovine? Lepa misao za vikend.

Vaš Bovan tim

Niko vam ne može nametnuti osećaj inferiornosti bez vaše saglasnosti.

Ruzvelt

SEMINARI, KONFERENCJE:

- 27. feb. - 1. mart 2006. Treći Međunarodni sajam bankarstva, opreme, usluga i osiguranja **BANKEXPO 2006.** – Beogradski sajam
- 14. mart – seminar „Re-imagine: Business excellence in a disruptive age“ - **Tom Peters**, Bukurešt, Rumunija, hotel Marriot, Grand Ballroom
- 29. – 30. mart 2006. - Tržište nekretnina u jugoistočnoj Evropi: **Izazovi i budući razvoj**, Hyatt Regency Hotel, Beograd, organizacija Ekonomist Media Group

Urednik: Ana B. Bovan
Zamenik urednika: Maja Vlahović
Za vas pišu i
M. Barać, M. Reić, S. Koprivica, I. Marković,
O. Vladušić, M. Bučković, A. Đukić, A. Nikolić



Bovan Consulting
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.co.yu
Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, SCG
posetite **bovan.co.yu**
Fix +381 11 3036 133, 3036 134,
fax +381 11 3284 380