

Poštovani čitaoci,

Jeste li počeli da odbrojavate? Jedan minut do ponoći je još jedan minut da kažemo doviđenja pre nego što kažemo zdravo. Hajde da ovu godinu počnemo kako treba. Izaberimo osmeh pre nego namrgođenost. Izaberimo da stvaramo, a ne da uništavamo. Izaberimo da hvalimo, a ne da kudimo. Izaberimo da darujemo pre nego da uzimamo. Izaberimo akciju, a ne odlaganje posla. Za sve postoji pravo vreme. Pravo vreme da krenemo ispočetka, preispitamo svoje stavove i želje i u Novoj godini hrabro hitamo ka njima.

Ana B. Bovan



**HO HO CEO.** Da li bi Deda Mraz bio dobar predsjednik UO? Sudeći prema filmovima i TV emisijama koje su snimljene Mraz Co. deluje kao idealno mesto za rad, svi su nasmejani i niko se ne žali, a ispunjenje porudžbina je zagantovano. Cela operacija deluje magično i radi kao podmazana. Ali zaboravimo radni moral na trenutak i okrenimo se ka poslovnom uspehu. Da li Deda Mraz kao neko ko je stalno nasmejan i dobar može pravilno pozicionirati svoju kompaniju kako bi ona uspela u sadašnjem super takmičarskom poslovnom okruženju? Ako je verovati stručnjacima, naravno da može. Po njihovom mišljenju on je veliki lider, inovator, ima harizmu koju ljudi vole, a što je najbitnije pokazao je da mu vreme ne može ništa.



### Da li je Koka Kola dala Deda Mrazu crveno belo odelo?

Često možemo čuti izjave da je crveno belo odelo Deda Mraza kreacija marketinške kampanje Koka Kole. Veruje se da je za izgled

njegove odeće odgovoran marketinški stručnjak koji je prepravio originalnu boju odeće kako bi se slagala sa bojama Koka Kole. Veruje se da boje na odeći potiču od odeće biskupa Svetog Nikole iz 4. veka i čija je tradicionalna boja bila crveno bela. Bio je poznat po svojoj dobroti i plemenitosti, a posebno prema deci i siromašnima. Nakon njegove smrti proširio se glas o njegovim delima i on se u hrišćanskom svetu slavi oduvek.

### Božićna poruka kraljice Elizabete na YouTube.

Kraljica Elizabeta je lansirala svoj sopstveni kraljevski kanal na sajtu YouTube kako bi prenela Božićnu poruku. Inače, ove godine se proslavlja i pedesetogodišnjica od prve kraljičine praznične poruke na televiziji iz 1957. godine. U dvoru su rekli da se nadaju da će se 81-godišnja kraljica ovakvim godišnjim govorom približiti mlađem delu populacije i ostalom delu sveta. Ovogodišnja božićna poruka se pojavila na sajtu na Badnje večer. „Iskreno se nadam da će ovakav vid komunikacije učiniti da praznična poruka bude više lična i direktnija“ kažu u kraljičinoj press službi. Posetioци sajta će biti u mogućnosti da gledaju isečke sa zabava, državnih poseta, dodeljivanje činova i jedan dan života Princa od Velsa. Ovogodišnju božićnu poruku možete pogledati na kraljevskom kanalu [www.youtube.com/theroyalchannel](http://www.youtube.com/theroyalchannel).

### Interna komunikacija u Zoo vrtu.

Uprava zoološkog vrta u Sidneju odlučila je da ove godine poklone daruje i svojim "zaposlenima" odnosno stanovnicima svog vrta. Životinje su dobile Božićne poklone nešto ranije, ali im zato nisu bili ništa manje ukusni. Zaposleni su svojim malim prijateljima spremili njima omiljenu poslasticu. Žirafe su dobile Božićna drvca ukrašena jabukama, a medvedi su, iako su bili zbunjeni ukrasnim kutijama, namirisali voće i slasne pite.



**Deda Mraz za francusku policiju.** Francuskoj policiji ispunjena je želja koju su tražili od Deda Mraza da im kupi nova policijska kola. Policija iz opštine Marinjan u Francuskoj napisala je pismo koje glasi: "Dragi Deda Mraze, naša policijska kola ne mogu više da podnesu ovu količinu posla. Ako mislite da preterujemo, možete da dođete i da se sami uverite. Čak su i Vaše sanke bolje i brže nego naša kola". Lokalna vlast je odmah reagovala nakon što je videla objavljeno pismo u gradskim novinama, odvojila je određenu sumu novca od koje će kupiti nova policijska kola.



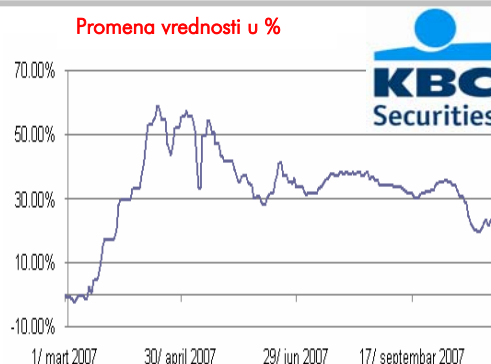
**Fit Deda Mraz.** Bill Winton radi kao Deda Mraz i ne želi da nosi jastuk ispod odela, jer smatra da će na taj način biti loš primer deci. Bill ima 80. godina i tvrdi da deca, kada on glumi standardno punačkog Deda Mraza, stižu pogrešnu sliku o gojivosti. Odlučio je da ukloni jastuke nakon što je zaključio je da su deca koja mu dolaze u krilo sve teža. Winton ima 75 kg, a trenutno deli poklone u šoping centru Westside Plaza u Edinburghu. Na pitanje roditelja zašto je mršav, on odgovara da je bio na dijeti. U šoping centru u kome radi nemaju ništa protiv mršavog Deda Mraza.



## BC Portfolio

Druga polovina ove godine igračima na berzi nije donela baš sjajne finansijske rezultate. Čini se da su najviše izgubili mali akcionari koji su prvi pokazali nestrpljenje povlačeći novac. Stranci i dalje ne gube strpljenje, ali uporno čekaju bolja vremena za veće ulaganje. U novoj godini želimo Vam puno Belex zelenila i puno novih i pametnih investicija, bilo da je reč o hartijama od vrednosti, investicionim fondovima ili dobrovoljnim penzionim fondovima.

Naziv akcije	Vrednost 1. mart	Vrednost 27. decembar
Komercijalna banka	186.000	189.914
AIK banka	133.254	175.500
Dunav osiguranje	127.200	99.600
Univerzal banka	99.590	75.000
Tigar	132.459	117.384
Energoprojekt holding	132.203	183.814
<b>Ukupna vrednost</b>	<b>810.706</b>	<b>841.212</b>



# Kompanijske novogodišnje proslave - za i protiv



**ZA:** Šta da radi mladi menadžer u usponu koji želi da praznike provede sa porodicom kada je božićna proslava u kompaniji zakazana na dan njegovog puta do rodnog grada? Da li otkazati jedva rezervisanu kartu u doba praznika ili ne pojaviti se na proslavi na kojoj bi poslodavac mogao da pohvali ovogodišnji timski uspeh. Posebno kada svi u kompaniji savetuju da je poželjno odazvati se pozivu na prijem. Prema istraživanju koje je ispitivalo zbog čega se zaposleni najviše kaju kada su u pitanju novogodišnje žurke, njih 31% kaže da žali što se uopšte nisu pojavili, 20% njih žali što su popili previše, dok čak 18% kaje što su došli isuviše kasno. Kompanijske proslave su prigodan način da se mladi menadžeri upoznaju i predstave direktorima sa kojima nisu u redovnom kontaktu. Ukoliko se nalazite tek na početku karijere, networking je nešto što vam uvek može biti od koristi posebno ukoliko se ne držite samo svoje grupice prijatelja već nastojite da upoznate i nove kolege. Ukoliko prijem zahteva da povedete nekoga sa sobom, izaberite poznanika koji će lako započinjati konverzaciju, nekog učtivog i pametnog, pre nego prijatelja kome lepo stoji večernje odelo ili haljina.

**Kampanja agencije Afirma FCB „Samo limenka“ najbolja promotivna kampanja prema oceni UEPS-a.**



UEPS je dodelio je prvu nagradu u kategoriji Kompletna promotivna kampanja 2007. marketinškoj agenciji Afirma FCB za kampanju „Samo limenka“ realizovanu za

kompaniju Ball Packaging Europe.

„Bio je veliki izazov raditi kampanju za kompaniju Ball Packaging Europe, s obzirom na to da je ovo prva kampanja te vrste za ovu kompaniju u jugoistočnoj Evropi. Ponosan sam na svoj tim koji je kreirao i realizovao sve aktivnosti. Znamo da su hiperprodukcija i masovnost medija uslovlili potrebu za povećanom kreativnošću, novim idejama, jednostavnim i zabavnim načinom osvajanja kupaca. Uveli smo inovaciju u reklamiranje - ne mora sve da se vidi, može nešto i da se čuje! Zvukom otvaranja limenke agencija Afirma FCB je uspela da kod potrošača izazove potrebu za originalnim ukusom zadovoljstva koji donosi ispijanje hladne limenke tokom vrelih letnjih dana kada je kampanja bila najintenzivnija“ – kaže Dejan Nedić, predsednik Afirme FCB.

Nenad Đurđević, menadžer prodaje za region Balkana Ball Packaging Europe, izjavio je na samoj svečanosti da Ball Packaging Europe svi znaju po jednoj od najvećih „greenfield“ investicija u Srbiji, ali i da smo pomoću ove kampanje mogli da vidimo da limenka može sasvim drugačije da se prikaže u komunikaciji. Čestitke su stigle i iz američke kompanije Ball Packaging Europe za koju je Afirma realizovala ovu kampanju. „Afirma je prava agencija sa pravim timom za ovakvu kampanju. Ali to što smo nagrađeni je još jedan dokaz da je posao obavljen na pravi način. Ovo je jedan lep završetak za 2007.“ – kaže Uwe Stoffels Marketing manager Ball Packaging Europe.

**PROTIV:** Dve trećine zaposlenih bi radije bilo gde samo ne na novogodišnjoj proslavi svoje kompanije pokazuje istraživanje YouGov survey u Velikoj Britaniji. Čak 20% zaposlenih u Velikoj Britaniji pokušava da izbegne ovakvu vrstu novogodišnjeg slavlja. Kao glavni razlog za ovakvo ophođenje je nedovoljna želja da se nastavi sa druženjem sa kolegama van posla kao i manjak interesovanja za glasine koje se obično čuju na takvim skupovima. Ovo je dovoljan dokaz da su velike novogodišnje proslave stvar prošlosti i da se mora pronaći neki novi način u organizovanju događaja koji imaju za cilj da jačaju timski duh.

Možda se rešenje nalazi u planiranju manjih proslava gde bi svaki sektor pojedinačno odlučio na koji način želi da obeleži kraj poslovne godine i zahvali kolegama na saradnji. Odlazak u omiljeni restoran sa odabranim i omiljenim kolegama možda nije tako loša ideja ali se time zanemaruje osnovni princip kompanijskih proslava – upoznavanje novih ljudi i direktora.



**Nagrade, nagrade...**



Udruženje ekonomskih propagandista Srbije - UEPS u Skupštini grada Beograda dodelio i ove godine tradicionalne nagrade u domenu marketinga. Dodeljena su raznovrsna specijalna priznanja kompanijama, agencijama i časopisima kao što su: „New Moment New Ideas Company“, „Marketing Srbije“, „LPT Publicis“, „Ovation Advertising“, „Afirma“, „Knowledge Center U.S Steel Serbia“, „K - 12 Film & TV Production“, „Sinergy Leo Burnett“, „SVA“, „ContexMfg“.

**Pregled** je nagrađio 24 kompanije koje su učestvovala u izboru „Najbolje robne marke Srbije“. Za ovogodišnje nagrade prijavilo se više od 300 kompanija a ove su bile nagrađene: „Fruvita“, „RB Global“, „Jafa“, „Carlsberg“, „Vital“, „Poljoprivredni kombinat Beograd“, „Albus“, „Dunav osiguranje“, „Forma Ideale“, „Dalas company“, „Osa računarski inženjering“, „Džip commerce“, „Vujić Valjevo“, „IGM Trudbenik“, „Galeb grupa“, „Ikarbus“, „Beksing“, „Zekstra group“, „Bane“, „Garden centar“, „Jat catering“, „Interfiš“.

**SIEPA**, Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza dodelila je nagradu „Izvoznik godine 2007“. Titulu najbolje ove godine pripale su kompanijama u četiri kategorije - za najboljeg izvoznika „Goša“, za najbolji novi izvozni proizvod „Fudlend“, za osvajanje novog tržišta „Trikotaža Ivković“ i za najboljeg izvoznika u kategoriji malih i srednjih preduzeća „Spektar“.



Godinu koja odlazi pamtićemo po visokim cenama, pregovorima, aferama, važnim državičkim odlukama ali i po Eurosongu, teniserima, MTV nagradama, Stonsima i Pepersima... Nadamo se da ćemo sledeću pamtiiti bar po istim uspesima, a da ćemo iz neuspaha izaci snažniji i jači. Želimo Vam 2008. blistavih trenutaka u nastupajućoj godini. Verujemo da će BC Bilten i u Novoj godini biti jedan od tih trenutaka. Uživajte u praznicima!

Vaš Bovan tim

Otvorićemo knjigu. Listovi će biti prazni. Napisaćemo reči. Knjiga se zove Mogućnost, a prva glava je Novogodišnji dan.

Edith Lovejoy Pierce

## SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 29. - 31. 12. 07. - „Marketing - principi, organizacija i tehnike“, Adižes, Beograd
- 16. 01. 08. - „Odnosi sa javnošću - strategije i taktike“, British Council, Beograd
- 23. i 24. 01. 08. - „Upravljanje organizacionim promenama“, Adižes, Beograd
- 29. i 30. 01. 08. - „Marketing - principi, organizacija i tehnike“, Adižes, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan, zamenik urednika: Maja Vlahović  
Za vas pišu i:  
M. Barać Stojanović, M. Djordjević, D. Tasić, S. Stojanović,  
G. Jović  
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