



PRIVREDNA
KOMORA
SRBIJE

HRD 
PRO CONSULTING

SADRŽAJ



MENTOR - UPRAVLJANJE

6 stvari koje pravi lideri rade svakog dana

STR 1



MENTOR - FINANSIJE

5 negativnih efekata straha od neuspeha na vaš posao

STR 3



MENTOR - MARKETING

Uticaj Instagrama na promociju brendova u 2020 godini

STR 5



MENTOR - PRODAJA
4 navike uspešnih prodavaca

STR 7



MENTOR - KORISNIČKI SERVIS

Korisnički servis u mobilnom dobu

STR 9



KAKO DA

Kako da poboljšajte ličnu produktivnost

SADRŽAJ



POBEDNIČKI MENTALITET
Strategije za jačanje vaše Proaktivnosti

STR 13



STR 15



MENTALNI FITNES
Jednom kad donesete odluku univerzum kuje zaveru da to omogući.

STR 17



STR 18

L I D E R S H I P

6 STVARI KOJE PRAVI LIDERI RADE SVAKOG DANA

Koje navike treba da izgradite da biste postali vrhunski lider

ŠTA

Navike koje lider mora da ugradi u svoju dnevnu rutinu da bi bio uspešan, da bi napredovao i da bi ga drugi doživljavali i poštivali kao lidera.

ZAŠTO

Zato što efektivno liderstvo iako izgleda kao urođen talent i laka stvar ustvari zahteva mnogo teškog rada na sebi i negovanje dobrih navika. Liderstvo se ne ograničava samo na razumevanje posla i sposobnost upravljanja sa timom. Istinski uspeh zahteva rad na personalnom razvoju i kontinuirano poboljšavanje svojih veština i sposobnosti da radi sa drugim ljudima.

KAKO

Ako želite da se razvijete u vrhunskog lidera koji je sposoban da odgovori svim izazovima novog doba onda treba da usvojite sledećih šest navika.

1. Postavljanje ciljeva.

Liderstvo je najsličnije upravljanju brodom dakle dnevnoj obavezi kapetana da obezbedi da brod polovi u pravom smeru. Svakodnevna kontrola ciljeva i zadataka i određivanje prioriteta je navika koju lider mora da usvoji. Mnogi lideri se bude ranije da bi mogli na miru da razmotre sve ciljeve i poslove koje treba u tom danu da obave sa timom i da postave tačke progresu u toku dana na kojima će kontrolisati dinamiku i kvalitet reaizacije.

2. Delegiranje

Ništa ne blokira razvoj lidera više od navike da se oslanja na samoga sebe i živi po devizi: ako hoćeš da nešto bude dobro urađeno uradi to sam. Iza svakog velikog lidera stoji tim sjajnih ljudi. Što pre usvojite ovu istinu pre čete početi da formirate tim motivisanih i vrednih pojedinaca i da stvarate sinergiju između njih. Kada se uspostavi dvosmerna ulica poverenja između lidera i tima onda on može da počne da delegira rutinske poslove i rešavanje dobrog dela problema na svoje ljudе a da sebi oslobođi prostor za rad na stvaranju pozitivnih promena u radu i razvoj zaposlenih.

3. Ohrabrvanje i motivisanje zaposlenih

Da li je upravljanje čvrstom rukom sinonim za dobro liderstvo? Nije jer je to kvalitet kojim se ponose diktatori. Nije ako želite da izgradite efektivan tim ljudi koji će funkcionisati besprekorno u dužem periodu. Najuspešniji i najugledniji lideri se fokusiraju na negovanje i poštovanje svojih članova tima jer su svesni da će ih takav stav ohrabriti i motiivsati da daju najbolje od sebe na poslu. Fokus dobrih lidera je pomaganje zaposlenima da se dnevno unapređuju u svom radu i da taj napredak primete i pohvale. Sem Volton osnivač jedne od najvećih i najmoćnijih kompanija u istoriji WallMart-a i legendarni lider je uvek isticao: Izvrsni lideri ne prestaju da se trude da razviju samouverenost zaposlenih. Ako ljudi veruju u sebe čudesno je šta sve mogu da postignu.

4. Procenjuju svoj napredak

Ako želi da ostane konkurentan i relevantan u ovom vremenu sprinterskih promena lider mora neprestano da evaluira svoj progres. Kaže se da su najuspešniji ljudi oni koji imaju najveći broj smislenih alternativa. Lider zato mora dnevno da razmišlja o alternativnim načinima da se posao obavi efektivnije i efikasnije. Uslov za tu neprekinutu i plodnu kreativnost je neprestani personalni i profesionalni razvoj lidera.

5. Nauče nešto novo svakog dana

Doba znanja je stupilo na scenu istorije i preuzele glavnu ulogu u civilizaciji i svako ko ne želi da bude prevaziđen i zaostao u vremenu mora neprestano da širi svoju bazu znanja. Naročito je važno da lider bude „updejtovan“ sa svim tehnološkim inovacijama koje se tiču ne samo tehnologije njegovog posla nego i novih navika i preferencija korisnika kako bi mogao da obezbedi konkurentnost. Neophodno je da dnevno čekira svetske vesti, novine u njegovoj industriji, trendove u društvu i da povećava svoju inteligenciju kroz čitanje i učenje kako bi bio efektivan u radu. Liderska To Do lista mora da sadrži i novo znanje koje tog dana treba da usvoji.

6. Učenje iz grešaka

Nema tog posla koji se neće dnevno suočavati sa preprekama i pravljenjem grešaka u procesu realizacije ciljeva. Lider je odgovoran da vodi svoj tim kroz proces uklanjanja prepreka i korigovanja grešaka koji usporavaju tim. Budući da se proces učenja sastoji od korigovanja grešaka lider mora da uvede praksu učenja iz grešaka u svom timu. Ona će im pomoći da izvuku pouke iz nekog procesa koji nije rezultirao kako su predviđali i da na osnovu toga što su naučili uspostave novu praksu ili proceduru koja će otkloniti tu grešku u budućnosti. Ovo je jedna od najvažnijih radnji i ogroman resurs informacija za inovacije u radu jer aktivno radi na smanjenju troškova u vremenu, energiji i novcu.

KADA

Ako nećete da radite bez jasnih ciljeva, da imate frustirane i nemotivisane saradnike, ako ne želite da budete prevaziđeni od vremena u znanju a od saradnika u veštinama i ako ne želite da se vrtite u krug ponavljajući iste neproduktivne greške onda treba da odmah počnete da usvajate ove navike.

Zašto:

Najbolji lideri su oni koji imaju dovoljno pameti da odaberu prave ljudе za posao i da se uzdrže od dnevnog mešanja u njihov rad.

Teodor Ruzvelt



5 NEGATIVNIH EFEKATA STRAHA OD NEUSPEHA NA VAŠ POSAO

Šta je to što smanjuje vaš kapacitet da zarađujete više

ŠTA

Kako strah od neuspeha blokira vaše akcije i kreativnost i sprečava vas da zarađujete više novca.

ZAŠTO

Zato što prvo pravilo motivacije glasi: ljudski mozak beži od bola a kreće se ka zadovoljstvu nezavisno od vaše svesti i namere. Strah kao jedan od najvećih generatora bola ili mentalne slike bola i brige je ujedno i najveći blokator naših aktivnosti, naše upornosti i rezultata. Da biste povećali svoj procenat uspešnosti i sumu novca na njenom kraju morate svesno da prepoznate ove procese u podsvesti koji vas zaustavljaju i teraju na odustajanje i koji u suštini samosabotiraju vaše napore da ostvarite svoje ciljeve.

KAKO

Mi svi imamo svoj unutrašnji glas koji je u najvećem procentu nosi negativan feedback i utiče snažno na naše odluke, stupanje u akciju i ponašanje. To je onaj glas koji nam kaže da niste dovoljno sposobni za to, dovoljno pokvareni da biste uspeli, da je akcija rizična, teška i nemoguća za izvesti i sl. To je glas koji ispisuje negativne scenarije i stvara nepotrebni stres i anksioznost koji snižavaju vaše intelektualne sposobnosti i uništavaju vaš voljni potencijal. Cilj je staviti taj glas pod kontrolu i oslobođiti svoje voljne i kreativne potencijale da deluju u pravcu ostvarenja vaših želja i ciljeva. Da biste nešto kontrolisali morate ga dobro upoznati a pre svega sagledati sve negativne posledice od njegovog delovanja. Upoznajte se sa pet negativnih efekata straha od neuspeha koji blokiraju vaš uspeh.

1. Tera vas na „ziherašku“ igru.

Taj duboko ukorenjeni strah od neuspeha u vašoj podsvesti neprestano sugerije da igrate na sigurno. Vi svesno znate da kalkulisani rizik jedini donosi veću dobit ali igrate i dalje na sigurno jer je tako mudrije. Ko kaže? Ako radite stvari na isti siguran i poznat način a očekujete bolje rezultate to je najsigurniji znak ludila po Ajnštajnu. Ako stalno popuštate pred strahom nikada nećete doći u „obećanu zemlju“ vrhunske zarade. A drugo ako igrate „ziheraški“ vi živate stalno u strahu, neslobodi i neprijatnom osećanju blokiranosti pa što se onda plašite neuspeha to je samo jednokratna neprijatnost posle koje imate novi pokušaj. Najveća ljudska dostignuća su postigli ljudi koji su doživeli velike neuspehe na tom putu, šta više najneuspěšniji ljudi su postigli najveće uspehe. Zašto? Zato što su svaladali strah od neuspeha i pokušavali ponovo i ponovo dok nisu uspeli. U zoni konfora se ne dele nagrade nego samo pojasi za preživljavanje. Sledeći put kada čujete negativan glas skočite na njega i borite se kao da je lopov koji vam, krade novac iz džepa, što on ustvari i jeste. Ne igrajte na sigurno jer to je put ka prosečnosti a tamo se nisu uputile vaše želje.

2. Osuđuje vas na mentalitet oskudice.

Postoje dva puta u životu i biznisu. Jedan je put kojim većina ide a vodi u oskudicu. To je svet u kojem ničeg nema dovoljno. Nema dovoljno novca, šansi, veština nema dovoljno ničega. Jedino čega ima na pretek je mentalitet

oskudice koji u tom svetu vlada i nameće pogled na svet koji je dirigovan strahom da se neće dobiti sve što se želi i izgovorima zašto je to nemoguće ostvariti. Pošto jedan od najdrevnijih zakona univezuma i života kaže: slično se sličnim privlači, nije ni čudno što je život ljudi sa mentalitetom oskudice ispunjen nemanjem, neostvarenim snovima i nezadovoljstvom. Drugi put kojim nažalost samo retki idu je put izobilja. To je svet u kome ima dovoljno za svakoga ko je hrabar, ko pobedi strahove i uporno pokušava da ostvari svoje snove. Ima dovoljno novca koji samo treba usmeriti u svoje džepove, dovoljno šansi za smeđe i preduzimljive ljude, dovoljno veština za usvojiti i uopšte izobilje svuda oko nas. Tu vlada mentalitet izobilja koji je inspirisan pogledom na svet koji veruje da će ostvariti sve što želi i daje odgovore kako da to sebi omogući. Promenite mentalitet oskudice i porazite strah od nedovoljnosti jer nikada nećete stići u zemlju izobilja ni vi, ni vaša porodica.

3. Limitira šanse za povećanjem obima vašeg poslovanja.

Čak i kada vam ide dobro u poslu vaš strah od nesupeha tiho limitira vaše želje i aktivnosti da povećate obim poslovanja. On vas primorava da ostanete samo na jednom tržištu, da ne proširujete svoju ponudu, ne zapošljavate više ljudi, da ne povećavate svoju prodaju prebrzo, svoju proizvodnju previše i sl. A zašto? Zato što se plašite šta će se dogoditi ako ne uspete da ispunite svoje obaveze prema korisnicima, zaposlenima, državi... Nekad je to racionalno ali u najvećem broju slučajeva je to limitirajući strah koji blokira vaš prirodni rast. Ako vam ide dobro onda to proširite i povećavajte jer takav je zakon rasta i života. Status kvo jednako Titanik. Sve što se ne razvija ima tendenciju da propada. Opasno je što je to propadanje tiho i neprimetno u početku a kada se primeti onda je kasno jer brod je već ispunjen vodom i tone. Zato je imperativ svake uspešne kompanije da radi svake godine više i bolje nego prethodne, to jedino garantuje zdravlje i dugovečnost kompanije.

4. Blokira vaš potencijal za većom zaradom.

Sve što vidite oko vas stvoreno ljudskom rukom nastalo je prvo kao misao u nečijoj glavi i želja u nečijem srcu. Sve što ste vi stvorili bilo je prvo misao u vašoj glavi i želja i vašem srcu. Ako se uplašite da nećete uspeti da ih ostvarite to je isto kao da ste u toku prestizanja nekog vozila podigli ručnu kočnicu. Prevrtanje i lom koji se dešava na automobilu isti je kao i lom vaših želja i ideja u glavi. Svaki put kada pomislite da nećete uspeti da ostvarite zaradu koju ste planirali i poželeteli da imate vraćeni ste na početak tog puta i krećete iznova samo sada sa oslabljenom voljom i energijom. Tako ljudi iscrepe sebe i izgube i volju i veru da su uspeh i zarada mogući i odustanu. Da li vas sada čudi podatak da samo 2% ljudi u razvijenim i 1% u nerazvijenim zemljama ostvari finansijsku nezavisnost i život u izobilju za svoje porodice.

5. Vezuje za vas nezdravu silu koja utiče na sve oblasti vašeg života.

Kada neuspevate na poslu da ostvarite svoje planove naorčito finansijske vi ste pod velikim stresom i nezadovoljstvom i te mračne sile i energije nosite sa sobom gde god da krenete. Nosite ih svojoj porodici, prijateljima a pre svega imate ih u svojoj ličnosti sve vreme. Postajete težak čovek i sebi i drugima što još više povećava nezadovoljstvo i smanjuje vaše osećanje dobrobiti u životu. Stres je po najnovijim istraživanjima krivac za 95% bolesti savremenog čoveka i to onih najtežih.

KADA

Ako vam gubitak novca, posla i zadovoljstva nije bio dovoljan motiv možda gubitak zdravlja hoće.

Zašto:

Ako hoćete da uspevate počnite da radite stvari kojih se najviše plašite.

Ralf Valdo Emerson

UTICAJ INSTAGRAMA NA PROMOCIJU BREDOVA U 2020 GODINI

Planirajte svoju marketinšku strategiju na osnovu ovih trendova

ŠTA

Statistika i trendovi na jednoj od najmoćnijih društvenih platformi za širenje vašeg marketinškog uticaja u 2020. godini Instagramu.

ZAŠTO

Podaci o porastu popularnosti i uticaja instagrama će vam sve sami reći ako to već ne zname.

KAKO

Dobro proučite statističke podatke i na osnovu njih formirajte svoju marketinšku strategiju na ovom moćnom kanalu za slanje vaših poruka.

- Instagram koristi milijardu ljudi svakog meseca, drugi od tradicionalnih društvenih platformi po aktivnim korisnicima odmah posle Facebooka
- 89% korisnika su izvan USA. 110 miliona korisnika USA, 70 Brazil, 69 Indija, 59 Indonezija, 40 Rusija...važan podatak za targetiranje ciljne grupe i sadržaja
- Instagram je drugi po broju downloads na Apple app store odmah posle YouTube, to je najbrže rastuća društvena platforma na svetu
- 63% korisnika Instagrama uloguje se na njega barem jednom dnevno
- 52% korisnika su žene a 48% muškarci, priličan balans
- Instagram korisnici će provesti u proseku 28 minuta dnevno na platformi u 2020
- Potencijalni marketinški dobačaj na Instagramu je 849,3 miliona korisnika
- 500 miliona ljudi koristi Instagram stori svakog dana, stori je postao veoma uticajna alatka za brendiranje proizvoda
- Jedna trećina najgledanijih storija su iz domena biznisa, nikako ne smete da zapostavite ovu činjenicu
- 62% korisnika je izjavilo da se zainteresovalo za brend posle gledanja storija
- Uspešni brendovi postuju u proseku 2,5 storija nedeljno, ovo je olakšanje jer ne morate da postujete storije svakog dana ali ne smete ni da zaostanete za najboljima
- 200 miliona korisnika poseti barem jedan poslovni profil dnevno
- 75,3% svih kompanija u USA će koristiti Instagram a slično je svuda u razvijenom svetu, ako već niste na Instagramu znajte da vaša konkurenca sigurno koristi ovaj moćni medijum
- 81% ljudi koristi Instagram da pronađe informacije o proizvodima i uslugama
- 130 miliona korisnika Instagrama uđe na šoping postove svakog meseca
- Više od 50% Instagram profila koristi Explore svakog meseca, Explore taster na Instagramu je mesto na kojem otkrivate nove sadržaje i profile za praćenje. Postavljanje vašeg sadržaja na Explore je najbolji način da izložite svoj brend novim korisnicima

- Reklama na Instagramu može da dosegne potencijalnih 52,9 miliona mladih (13-17 god)
- Brendovi plaćaju Instagram influensere u proseku od 100 do 2.085\$ po postu, po videu od 114 do 3.138\$ a po storiju od 43 do 721\$
- USA marketinški profesionalci troše 69% svojih budžeta na influensere na Instagramu
- USA marketinški profesionalci troše 31% svojih budžeta na Instagram stori
- 73% tinejdžera kaže da je Instagram najbolji način da im brendovi predstave nove proizvode i lansiraju promocije, drugi po redu je Snapchat sa 49% a treći email sa 37%
- Kako da... tutorijali su najpopularnija forma video sadržaja na Instagramu, razmislite kakav zabavan, kratak, lak za primenu sadržaj u formi instrukcije povezan sa vašim poslom možete da pretvorite u Instagram video

KADA

Odmah primenite ove podatke u izradi marketinške strategije za 2020 jer vaša glavna konkurenca to sigurno hoće.

Zašto:

Svi mi živimo pod istim nebom ali nemamo svi iste vidike.

Konrad Adenauer



4 NAVIKE USPEŠNIH PRODAVACA

Uspešni prodavci su ljudi koji su stekli naviku da rade stvari koje su neuspešnima neprijatne i teške za obavljanje.

ŠTA

Upoznavanje sa navikama koje morate steći ako želite da budete vrhunski prodavac uopšte a posebno prodavca osiguranja.

ZAŠTO

Ljudi jednostavno ne vole da zovu druge ljudе koji neće da se sastanu sa njima i da ih nagovaraju da razgovaraju o nečemu o čemu oni ne žele da govore. Ne volimo da nas ljudi odbijaju i pokazuju nam dnevno da nas nepoštui i ne cene ono što radimo. Kako uspešni prodavci prevazilaze ovu neprijatnost i stvaraju naviku pozivanja ljudi koji ih odbijaju i nepoštui? Tako što su uspešni prodavci fokusirani samo na prijatne krajnje rezultate prodaje a neuspešni na prijatne trenutne metode i načine prodaje koji treba da im omoguće da stignu do rezultata. Zato što uspešni prodavci rade sa lakoćom neprijatne i teške stvari jer su fokusirani na prijatne rezultate koje žele da ostvare, to jest imaju ogromnu želju da ostvare svrhu svoga rada vrhunsku zaradu za svoju porodicu i poštovanje armije klijenata kojima su pomogli da dobiju ono što im treba.

KAKO

Kada najbolji prodavac padne u krizu što manje pričate sa njim o njegovim rezultatima a što više pričate o njegovoj svrsi rada to će on pre izaći iz krize. Svrha je ono što ga pokreće da radi neprijatne i teške stvari a prodaja je sazdana upravo od takvih aktivnosti. Svaki uspeh je proizvod navike. Ljudi stvaraju navike a navike stvaraju njihovu budućnost.

Četiri navike koje moraju razviti uspešni prodavaci a pre svega oni koji prodaju osiguranje su:

1. Navika pronalaženja šansi
2. Navika pozivanja ljudi
3. Navika prodavanja
4. Radna navika

Navika pornalaženja šansi. Svaki uspešan prodavac osiguranja će vam reći da je lakše prodati osiguranje čoveku koji ne želi da ga kupi nego pronaći čoveka koji želi da ga kupi. Znači ako niste smisljeno razvili naviku da pozivate ljudi koji ne žele da kupe vaš proizvod onda ste nesvesno razvili naviku da tragate za ljudima koji žele da ga kupe što je glavni razlog zašto imate mali broj prodajnih šansi.

Navika pozivanja ljudi. Ako niste smisljeno razvili naviku da pozivate ljudi koji mogu da kupe vaš proizvod ali ne želi da vas saslušaju onda ste nesvesno razvili naviku da pozivate ljudi koji su spremni da vas saslušaju ali ne mogu da kupe vaš proizvod. To je razlog zašto imate nisku prodajnu konverziju ili mali procenat odnosa između broja kontaktiranih ljudi i broja prodaja.

Navika prodavanja. Ukoliko niste smišljeno razvili naviku da pozivate ljude odlučni da im omogućite da shvate razloge zbog kojih bi trebalo da kupe vaš proizvod onda ste nesvesno razvili naviku da pozivate ljude sa stanjem svesti u kojem ste unapred spremni da shvatite njihove razloge zašto ne žele da kupe vaš proizvod. To je glavni razlog zašto imate mali procenat prodajnih prezentacija koje su se završile sa uspešnom prodajom.

Radna navika. Da biste formirali ove pobedniče navike i pretvorili ih u deo svoje radne rutine potrebno je da ih na početku povežete sa svrhom svoga rada da bi imale obavezujuće i osnažujuće značenje za vas. A onda je potrebno da svakog jutra donosite tu istu odluku vezanu za obavljanje neprijatnih stvari i da se te odluke držite u toku dana. Ako preskočite jedan dan volja vam je vraćena na početnu poziciju i sve morate ispočetka. I zato svaka odluka treba da bude donošena iznova i iznova svakoga dana i spovedena iznova i iznova u toku dana da bi ste se jednog jutra probudili i shvatili da više ne treba da donosite takve odluke da je to sada postala vaša radna navika. Sada ste po prvi put u svom životu postali vladar svog života i vladar nad obavljanjem prijatnih i neprijatnih stvari zato što ste se snažno povezali sa svrhom svog života i rada. Vaš život više ne zavisi od spoljnih stvari kao što su ekomska situacija ili kupovna moć ljudi, njihovo raspoloženje ili neraspoloženje ili vaše nego samo od vaše svrhe koja formira vašu budućnost i radne navike koja je realizuje.

Vaša svrha treba da bude praktična ali ne i logična zato što logične stvari nisu inspirativne. Potrebe su logične ali goruće želje su sentimentalne i emotivne a vaša svrha treba da bude vezana za goruću želju. Ako je vaša svra velika i vi ćete biti veliki u njenom dostizanju, ako je nesebična i vi ćete biti nesebični ako je poštena i dostaona i vi ćete biti poštovani i cenjeni. Kada se predate svojoj svrsi rada postićete naviku obavljanja neprijatnih stvari i ostvariti uspehe kakve se ni u najluđim snovima niste nadali da ćete ostvariti.

KADA

Ako želite da budete prosečan prodavac sa osrednjim primanjima onda možete i da sačelate sa razvojem ovih navika ali ako imate ambiciju da se obogatite od prodaje morate sad odmah da počnete da ih izgrađujete, da donešete čvrstu odluku dok čitate ove redove.

Zašto:

***Prepreke to su one stvari na vašem putu
koje vidite kada skinete pogled sa vašeg cilja.***

Henri Ford



KORISNIČKI SERVIS U MOBILNOM DOBU

Tehnološki trendovi su promenili sve prioritete osim odnosa sa korisnicima

ŠTA

Principi i saveti za održavanje odnosa sa korisnicima u mobilnom dobu.

ZAŠTO

Zato što su korisnici prešli na mobilnu komunikaciju i razvili potrošačke navike na tom mediju. Zato što kultura instant zadovoljstva u kojoj živimo zahteva da korisniku date brz odgovor, obezbedite jasnu vrednost i ostavite ga da sam odluči kada će započeti konverzaciju sa vama. Zato što veliki broj korisnika pretražuje na mobilnim aparatima ponude za proizvode koji ih interesuju i diskutuju sa svojim priateljima o opcijama u svim prilikama i periodima dana. Pretraživanje po mobilnom aparatu se razlikuje od surfovanja preko desktop-a. Ako želite da maksimizujete svoje prodajne rezultate i korisničko zadovoljstvo u budućnosti koja je već nastupila morate da ovладate veštinom korisničkog servisa za mobilne aparate.

KAKO

Evo nekoliko principa i saveta za uspeh u tom poslu.

Niko nema vremena da čeka na vaš spor odgovor.

Prosečno vreme odgovora na zahtev korisnika u kompanijama u svetu je 17,5h. Za mobilno doba ovo je ne presporo nego nedopustivo i komično sporo. Neophodno je pomeriti vreme odgovora na nekoliko minuta ako želite da vas korisnici dožive ozbiljno. Ovu činjenicu znaju sve oubiljne kompanije i trka je već počela.

- Obezbedite vašem softveru za korisnički servis prateću mobilnu aplikaciju. Morate biti u mogućnosti da primite upozorenje o pristiglom pitanju ili pritužbi korisnika iako niste blizu svog kompjutera.
- Obezbedite automatski odgovor na svako pitanje. Jednostavno obavestite ljudе da ste primili zahtev, da ćete odgovoriti u najkraćem vremenu i zahvalite se na interesovanju. Ovo korisniku govori da njegov zahtev nije propao u ambis i da vi kao profesionalna organizacija imate proceduru i vremenski okvir za odgovor na korisnička pitanja. Ljudi su spremni da čekaju ako znaju da nisu zanemareni i ignorisani.
- Razvijte i održavajte proširenu bazu informacija i resursa koju lako mogu da koriste vaši ljudi iz korisničkog servisa. Moraju biti u mogućnosti da provere u bazi prethodna iskustva i rešenja koja su data korisnicima i koja su ih zadovoljila u sličnim situacijama.

Različiti ljudi preferiraju različite platforme.

Stariji korisnici preferiraju komunikaciju direktno zvanjem preko svojih smat telefona a mlađa generacija se oslanja na uređaje za društvene mreže i tekstualne poruke. Zato morate obezbediti različite opcije za komunikaciju sa vašom organizacijom.

- Možete koristiti neki od profesionalnih alatki koje nude više komunikacionih kanala na jednoj platformi (Bontact). To korisnicima omogućava da lako odaberu način kontakta koji oni preferiraju (Facebook, Messenger, Skype, emali, tekst, telefon ili neki drugi). Takvi alati vam takođe daju mogućnost da pratite svaki pojedinačni odnos sa korisnicima i vodite konverzaciju preko više kanala. Pored konfora za korisnike to mnogo govori i o modernom pristupu i profesionalnosti vaše organizacije.
- Ohrabrujte ljudе da vas kontaktiraju gde god možete. Istaknite te tačke pristupa na vašim postovima na društvenim mrežama, na website footer-ima, na sidebars dugmadima i na drugim mestima. Neka vaša publika vidi da ste otvoreni i raspoloženi za odgovor na sve korisničke zahteve i pitanje.
- Kreirajte temeljnu i bogatu bazu znanja i FAQ biblioteku kako bi ljudi mogli lako da lociraju odgovore pre nego vas direktno kontaktiraju. Mnogi žele da se tako obaveste a ne preko direktne komunikacije. Po nekim istraživanjima „milenijalci“ bi pre čistili WC nego razgovarali sa korisničkim servisom neke organizacije, toliko je priyatno to iskustvo u njihovoj prespektivi.

Vaš korisnik možda želi a možda i ne da bude vaš prijatelj.

Veseli ton i emoji su efektivni u mnogim situacijama ali ne u svim. Kada vas korisnici kontaktiraju preko Facebook-a to ne znači da su vam prijatelji. Morate dopustiti korisniku da sam odredi ton komunikacije. Ostanite prijateljski i ljubazno nastrojeni i izbegnite previše formalnosti naravno ali ne i familjarni ako vam to korisnik ne bude dozvolio svojim tonom komunikacije. Familijarnost je uslovljena brojem kontakata, industrijom u kojoj radite i godištem korisnika, njihovim raspoloženjem i kanalom komunikacije koji koristite.

- Budite iskreno ljubazni. Ljudi mogu da prepoznaju lažnu ljubaznost a mlade generacije su posebno alergične na tu vrstu izveštačenosti.
- Ako primetite da neko preferira veseli ton sa vama u redu je da to prihvate sve dok ostanete u okvirima dobrog ukusa. Koristite lagani humor, GIF-ovi i emoji su dozvoljeni tamo gde je to primereno i inicirano od strane korisnika.
- Zapamtite, interakcija sa vašim potencijalnim kupcem ili lojalnim korisnikom je ista kao i bilo koja interakcija i odnos. Ma koliko da želite da im se dopadnete izgradnja poverenja je ipak mnogo važnija.

Fokusirajte se na maksimalno olakšavanje komunikacije korisnicima kako bi dobili to što žele ili što im treba bilo da je to preko mobilnog uređaja ili radnog stola. Obezbedite brz odgovor, profesionalan i iskren odnosa korisnicima uvažavajući njihov stil komunikacije.

KADA

Vreme mobilne komunikacije je odavno počelo i zauzimaće sve više prostora u budućnosti dakle vreme za prilagođavanje tom trendu je odavno počelo i otkucava.

Zašto:

***Kada je u pitanju stil plivaj niz struju.
Kada su u pitanju principi stoj čvrsto kao stena.***

Tomas Džeferson



KAKO DA POBOLJŠAJTE LIČNU PRODUKTIVNOST

Zdrav poslovni život zahteva kao i zdrav sportski život određenu rutinu i disciplinu.

ŠTA

10 načina za povećanje lične produktivnosti.

ZAŠTO

Dugo se smatralo da je produktivnost poboljšana kada postignete više rezultata sa istim utroškom resursa ili kada postignete iste rezultate sa manjim utroškom resursa a u poslednje vreme se ta lestvica podigla do nivoa zahteva: uradite svakim danom sve više sa što manje uloženih resursa energije, vremena i novca i to ponavljajte u kontinuitetu. Da bi kompanija poboljšala produktivnost mora poboljšati ili radnu snagu ili radne procese ili opremu i mašine koje koristi ili sve zajedno. Bilo da menjate neki od ovih elemenata ili kombinaciju jedno je izvesno: poboljšanje produktivnosti je kontinuiran proces, gotovo način življenja i poslovanja koji u svoj fokus stavlja neprestani razvoj i unapređenje. Lideri u kompanijama koji treba da vode ovaj kontinuirani proces poboljšanja moraju da posvete posebnu pažnju načinima za povećanje sopstvene produktivnosti jer na taj način ne samo da povećavaju rezultate svog rada nego dolaze i u posed moćnog oružja motivacije: upravljanja ličnim primerom. Jedini poslovni fenomen koji doživljava stalni rast jesu poslovni izazovi, sve više posla, sve manje vremena, sve redukovanije finansije, sve nezadovoljniji zaposleni... Ova lista koja ide u nedogled zahteva jednog olimpijca, desetobojca kompletnog mentalnog atletu koji može sa uspehom da savlada ovaj poligon i istovremeno pomera rekorde produktivnosti.

KAKO

Zaista je teško žonglirati prioritete i iznuren od rada i odgovornosti ostati fokusiran a ne sagoreti na poslu. Ovih par jednostavnih saveta uz malu dozu discipline vam mogu pomoći da dostignite poslovnu olimpijsku normu i podižete produktivnost iz dana u dan kao što to vaši poslodavci i klijenti zahtevaju.

1. **Planirajte svoj izlazak sa posla.** Sutrašnja produktivnost počinje danas. Odredite vreme za napuštanje kancelarije i držite ga se. Navijte alarm sat vremena pre tog termina da vas podseti da „zapakujete“ sve započete poslove.
2. **Planirajte sutrašnji dan.** Postavite svoje ciljeve i prioritete za sutra sat vremena pre spavanja da bi vaš kreativni um mogao da ih obrađuje dok spavate.
3. **Postavite sebi radne granice.** Kada odzvoni vreme za polazak kući odmah ugasite kompjuter da vas „brzo“ čekiranje mejlova ne bi sapplelo na izlasku, ugasite svetlo i zatvorite vrata. Ne vraćajte sve do sutrašnjeg početka rada.
4. **Poštujte vreme za spavanje.** Dva, tri sata pred spavanje počnite svoj obred „davanja oduška“. Nema više telefona i veza sa spoljašnjim svetom (osim u slučaju urgentnosti) nema više priča o poslu, kupanje, šolja toplog čaja ili čokolade, lagano čitanje, bez televizije i gašenje svetla u planirano vreme.
5. **Započnite svoj slobodan dan ispravno.** Probudite se u planirano vreme. Vežbajte dvadesetak minuta (trčanje, joga i sl.), doručkujte zdravo i obilno (nemojte preskakati doručak jer to utiče na nivo vaše energije čitavog dana)

- i napravite ligu dnevnih aktivnosti u kojoj ćete prvo brinuti o vama samima i onome što biste vi voleli da radite.
- 6. **Izbegavajte ili limitirajte vreme utrošemo na mejlove.** Nemojte da po dolasku u kancelariju prvo čekirate mejlove ili to vreme ograničite na najviše 15 minuta da ne ugrozi obavljanje važnijih stvari na vreme.
 - 7. **Izbegavajte ili strogo limitirajte vesti i društvene mreže na internetu.** Ovo je još jedan potrošač vremena koji vas sa lakoćom udaljava od prioriteta. Odredite posebno vreme za proveru najnovijih vesti i ne popušljajte pred iskušenjima.
 - 8. **Počnite dan sa čekiranjem vaše to do liste (lista prioriteta).** Nemojte je menjati osim u hitnim slučajevima jer ste je hladne glave napravili i zato je efikasna. Lako je podleći trivijalnim stvarima izjutra i posvetiti pažnju manje bitnim i lakšim poslovima.
 - 9. **Radite u vremenskim blokovima.** Grupišite poslove i završite ih u predviđenom vremenu posvećujući se u potpunosti jednom po jednom bloku poslova. Skakanje sa posla na posao i automatsko odgovaranje na zahteve okoline je najsigurniji način za pad produktivnosti.
 - 10. **Budite disciplinovani.** Kada završite sa određeni poslom, kao što je rad za određenog klijenta, nemojte mu se vraćati sve dok opet ne dođe vreme za sastanak sa njim. Lako je podleći iskušenju i uraditi još samo ovu stvar u vezi tog projekta ali oduprite se iskušenju. Tretirajte sve vremenske blokove sa podjednakom važnošću, bilo da radite sa novim klijentom ili da obavljate neke dnevne zadatke. Ako ne održavate ravnotežu između trenutnih zaduženja i novih poslovnih šansi pad sa užeta produktivnosti je sasvim izvestan.

Naravno da nije lako održavati kontrolu nad svojim poslovnim obavezama i poboljšavati produktivnost željenim tempom. Vremena je sve manje iako se meri na isti način, uz nemiravanja je sve više i sve su agresivnija, rokovi su svi za juče i imate osećaj da ste vezani za repove hiljada konja koji vas razvlače u suprotnim pravcima a vi nemate ni uzde ni bić da odgovorite na sve zahteve. Takvo dinamično, pomalo histerično, poslovno okruženje zahteva da pristupite svom radu sa svrhom i disciplinom, sa fokusom i planom kako biste uspevali da uradite sve više sa sve manje, sa nadom da u ovo sve manje ne spada i vaša zarada.

KADA

Razume se odmah ili barem od juče.

Zašto:

Put ka uspehu je uvek u gradnji.

Arnold Palmer



STRATEGIJE ZA JAČANJE VAŠE PROAKTIVNOSTI

Odlaganje akcije je prvi i fatalni blokator vašeg uspeha

Sve što možeš danas ne ostavljam za sutra kaže narodna poslovica a mi pretvaramo u biznis izreku: Sve što možeš odmah ne ostavljam za posle jer je u našem sprinterskom vremenu sutra presporo i najčešće se pretvara u malo sutra. Proaktivnost je navika broj jedan najuspešnijih lidera a njen najveći neprijatelj je navika odlaganja akcije. Ako tragate za razlogom svojih neuspeha u poslu i životu prvi čin te drame je navika odlaganja akcije a drugi čin je odustajanje ili nedostatak istrajnosti da se izdrži do kraja. Odlaganje akcije je loša navika kao pušenje, prejedanje, nedovoljno kretanje koja je duboko ukorenjena šema ponašanja što znači da je nećete moći raskinuti preko noći čak iako znate za nju. Navike prestaju da budu gospodari vašeg ponašanja samo ako prestanete uporno i dosledno da ih praktikujete. Kako? Evo nekoliko oprobanih i dokazano efektivnih saveta i tehnika koje možete isprobati u praksi.

- Osmislite nagrade za uspeh. Na primer, obećajte sebi neki lep obrok u omiljenom restoranu, odlazak na utakmicu, koncert ili pozorišnu predstavu koje volite ako obavite zadatku koji ste dugo odlagali. Dobro zapamtite to osećanje olakšanja i ispunjenosti kada završite neki težak posao i sebe nagradite nečim prijatnim trebaće vam u narednim iskušenjima.
- Zamolite nekog prijatelja na poslu da vas proverava da li ste obavili zadatku. Pritisak prijatelja deluje. Neću da se brukam kad znam da to mogu da uradim je moćan motivator.
- Zabeležite sve neprijatne posledice ukoliko ne obavite taj posao na vreme. Čitajte ih svaki dan pre pravljenja liste dnevnih obaveza.
- Izračunajte koliko vaše radno vreme košta vašeg poslodavca. Znam da je to uvek premalo ali uvek pomislite na nezaposlenost kao alternativu i počećete bolje da vrednjujete zaradu koju dobijate. A kada shvatite koliko vaše vreme košta poslodavca pomislite kako bi on gledao na vaše odlaganje poslova koje on smatra važnim. Jednostavno hodajte u cipelama vašeg poslodavca i vidite celu stvar iz njegovog ugla. Možda vas taj ugao otrezni i pokrene u akciju.

Ako ste neorganizovani i zato odlažete poslove evo nekoliko saveta.

- Obavezno pravite svakog dana listu poslova koje treba obaviti. To će vam onemogućiti lagodno zaboravljanje neprijatnih ili teških poslova.
- Napravite listu prioriteta tako nećete moći sebe da zavaravate da radite važne poslove dok obavljate prijatne i nevažne zadatke a odlažete neprijatne i važne poslove.
- Naučite dobro da planirate i programirate svoje vreme tako da uvek znate kada treba da započnete važne poslove da biste uspeli da ih obavite na vreme. Najbolje vreme je odmah izjutra kada je ljudska sposobnost na najvišem nivou u toku dana.
- Fokusirajte se samo na jedan zadatku u jednom trenutku. Nemojte da žonglirate previše loptica u vazduhu jer ćete ih sve ispustiti. Ma kako se važnim i urgentnoim činili svi zadaci koje imate napravite prioritete i držite se njih radeći jedan po jedan posao.

Ako odlažete posao zato što se osećate nemoćnim pred složenim poslom onda primenite sledeći pristup.

- Razdelite posao na manje akcije koje je lakše obaviti. Napravite svoj akcioni plan i fokusirajte se samo na obavljanje jednog po jednog zadatka.

- Počnite o malih zadataka koji mogu brzo da se obave čak iako nisu logičan početak posla samo da biste napravili prvi, kritičan korak. Tako ćete osetiti da ste počeli da postizete stvari i razvićete atmosferu uspeha koja će vam podići samouverenost.

Ako odlažete posao zato što vam je neprijatan za obavljanje:

- Ljudi uglavnom preteraju u proceni neprijatnosti koja postoji u vezi nekog posla. Odlučite da pokušate i procenite koliko je ustvari neprijatan i dosadan. Izazovite sebe da izdržite malo više što su to vaše kolege u stanju, pa onda malo više nego što ste vi u stanju. Možda na kraju otkrijete da to nije bilo tako strašno kako ste zamišljali. Tako se razvijaju hrabrost i odlučnost a iskorenjuju kukavičluk i neodlučnost. Ogromna dobit priznaćete a tako mali napor.
- Zapišite i imajte stalno pred očima sve neprijatne posledice ukoliko ne obavite taj posao.
- Obećajte sebi nagradu ako obavite taj posao i ispunite obećanje.

Konačno ako odlažete akciju zato što ste neodlučni i nervozni jer možete doneti pogrešnu odluku onda treba da usvojite i veština donošenja odluka. Zapamtite: Kad počnete da primenjujet ove savete što duže izdržite bez odlaganja akcije veće su vam šanse da ćete potpuno eliminisati ovu lošu naviku koja vas može koštati napredovanja u karijeri pa čak i radnog mesta. Vredi se potruditi.



UNUTRAŠNJA POKRETAČKA SNAGA USPEŠNIH PREDUZETnika

Većina vidi probleme, malo njih vidi ciljeve.
Istorija pamti ove druge, dok je zaborav nagrada onih prvih.
Alfred Montaper

Ugledanje na uspešne preduzetnike i hodanje njihovim tragovima ka uspehu je svakako neophodna strategija za svakog novog ali i starog preduzetnika koji još nije dosegao vrh svojih snova. Uzorni modeli mogu značajno da vam skrate put do izgradnje profitabilnog i održivog posla i to je odavno poznata stvar ali odnedavno se sve veća pažnja posvećuje takozvanim „unutrašnjim uzornim modelima“ iz kojih mlađi preduzetnici i oni koji se osećaju još uvek mlađim treba da crpe svoju motivaciju.

Prestavićemo vam pet unutrašnjih uzornih modela na koje treba da obratite pažnju:

1. Vaša preduzetnička ideja.

Vaša ideja za otpočinjanje posla je najveći resurs motivacione i voljne snage koji vam je na raspolaganju. Zašto? Zato što se u toj ideji krije smisao vašeg ulaska u preduzetničku arenu a na njenom kraju se nalaze vaši ostvareni snovi o uspešnom poslovnom životu, visoki standard života i sigurnost za vašu porodicu. Ništa nema veću motivacionu snagu od vaše namere da se bavite preduzetničkim poslom i da u tome uspete i zato je neophodno da se često prisećate svoje ideje naročito kasnije kada vas u žaru borbe i problema obuzmu negativne misli i osećanja. Kreativno unapređivanje te ideje u toku njene realizacije, improvizacije koje ćete morati da pravite napraviće od vas boljeg preduzetnika nego što ste bili kada ste se u tu borbu upustili. Sam taj napredak i razvoj vas kao čoveka i profesionalca ima jak motivacioni naboj u sebi. Dakle često analizirajte i poboljšavajte svoju prvobitnu ideju.

2. Vaša preduzetnička avantura.

Putovanje od početne ideje do stvarne realizacije ima u sebi sva određenja avanture i neizvesnost uspeha i iznenadne prepreke i velika čudovišta/probleme na najkritičnijim deonicama puta i tačke iskušenja na kojima se odustaje i hrabrost kojom se nastavlja i uspeh koji se proslavlja. Kada pogleda unazad niz svoje poslovno putovanje preduzetnik crpi motivaciju iz prepreka i problema koje je rešio i dobija snagu u samouverenost da će slične stvari rešiti i u budućnosti. Podsećajte se svojih početaka i onoga što ste preživeli jer tako podižete svoj voljni i energetski potencijal za naredne bitke i pobede.

3. Stari dobar model pokušaj, pogreši, izvuci pouku i pokušaj ponovo.

Od samog početka pronalaženja dobre ideje za svoj posao pa tokom čitave operacije postavljanja posla na noge i uspostavljanje održivog poslovanja jedan metod mora neprestano biti u upotrebi jer ima jak motivacioni potencijal u sebi: pokušaj, pogreši, izvuci pouku i pokušaj ponovo. Ovaj niz aktivnosti i spremnost da se on uporno ponavlja sve dok se ne ostvari uspeh je ključ za izdržaj pred iskušenjima preduzetničke avanture. Zašto? Zato što su greške u procesu izgradnje uspešnog posla neminovan pratilac iza koga slede neuspesi, razočarenja, sumnje, brige i nagon za odustajanjem. Taj kritičan niz negativnih misli i osećanja je toliko moćan da se na njemu slomi većina ljudi i odustane od novih pokušaja i zato je neophodno usvojiti automatski odgovor na greške pitanjem: šta iz ovoga mogu da naučim kako bih pokušavao na drugačiji način da ostvarim uspeh? Čim ste mozgu postavili pitanje šta mogu da naučim od ovoga odmah ste neutralisali negativni naboj greške jer u njoj tražite i očekujete mudrost a ne očajanje jer ste neuspešni. A tu je odmah i rešenost da se traži novo rešenje i pokušaj ponovo jer smisao učenja jeste upravo u korigovanju grešaka. Tako smo naučili da hodamo i pričamo dve najsloženije radnje padajući i grešeći sve dok nismo ovladali tim procesima i veštinama. Na primer kada pokušavate da definisete svoju poslovnu ideju a ne uspevate

da dođete do kvalitetnog i originalnog rešenja koje garantuje uspeh vi ne treba da očajavate nego treba odmah da počnete da analizirate tržište još detaljnije, da pričate sa ekspertima iz te industrije, da izvršite istraživanja među potencijalnim korisnicima i sl. A kada konačno definišete svoju ideju i krenete u realizaciju morate biti svesni da ne postoji savršen poslovni model i da je neprestano potrebno improvizovati u toku puta i koristiti stari dobri model: pokušaj, pogreši, izvuci pouku i pokušaj ponovo.

4. Vizija i dodatna vrednost za korisnike.

Jasno definisana vizija vašeg posla sa fokusom na rešavanje nekog društvenog problema ili zadovoljenje neke potrebe korisnika je jak motivacioni okidač. Strast da se pomogne ljudima da unaprede svoj život, učine ga lakšim, zdravijim, lepšim, vedrijim i slično je energija koja će vas voditi kroz sve prepreke i iskušenja. Kada znate da vaš posao dodaje vrednost vašim korisnicima i čini vaš posao smislenim i korisnim za zajednicu to je resurs snage koji će vam biti potreban da idete tim ekstra kilometrom kojim hodaju samo pobednici.

5. Proslavljanje malih uspeha.

Fokus na male uspehe ili na prelomne tačke u realizaciji vašeg velikog plana i njihovo proslavljanje je postala mantra motivacije za moderne preduzetnike. Dug je put do uspeha i velikog slavlja a brojni su neuspesi i razočarenja na tom putu. Ako samo trpite udarce i očekujete neki tamo uspeh na dalekom kraju do kojeg nikako da stignete vi se vremenom iznurujete i gubite motivaciju. Zato je presudno važno da se primete i proslave sve male pobeđe koje na tom putu ostvarite jer one govore o tome da vi stalno uspevate a ne da stalno grešite. Zbir tih malih pobeđa će rezultirati velikom krajnjom pobedom uspostavljanjem profitabilnog i održivog biznisa.



JEDNOM KAD DONESETE ODLUKU UNIVERZUM KUJE ZAVERU DA TO OMOGUĆI.

Ralf Valdo Emerson

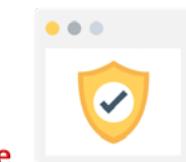
Jedinstvo misli i akcije je ime sposobnosti koju hoću da steknete. Odluka je prazna misao bez akcije u nastavku. Mišić odlučnosti je refleks vašeg uma kojim pokrećete ličnost i telo u akciju. Što brži refleks to aktivnija ličnost i veći uspeh u životu. U evoluciji su pobedile najbrže životinje. U ljudskoj utakmici pobeđuju najodlučnije ličnosti sa najkraćim intervalom od misli do akcije. Pomislio sam da to hoću da uradim, doneo sam odluku da ću to uraditi i već to radim jeste moć koju morate da izgradite u svojoj ličnosti i ništa drugo. Sada ću da uzmem čašu vode, uzimam je. Sada ću da bacim đubre već ga bacam bez ikakve misli o dosadi, besmislu te akcije, o težini, o lenosti. Ne, samo želja da startujem svoju ličnost i napravim rezultat koja postaje akcija. Počnite od najmanjih stvari, od običnih životnih aktivnosti. Osvetlite ih, izvucite ih iz mraka rutine, donesite brze odluke i merite prolazno vreme stupanja u akciju. Takmičite se jedino sa samim sobom. Koliko brzo mogu da odlučim i stupim akciju i koliko sam brži danas nego juče? To je jedna od najvećih sposobnosti koju možete da razvijete na putu stvaranja moćne ličnosti i izgradnje pobedničkog mentaliteta. To je moć koja će vas odvesti, kad tad, do vaših vrhunskih životnih rezultata. Odlučan i aktivran čovek je pobednik životne utakmice u svim vremenima od kada je sveta i veka. Verovatnoća da neodlučan čovek koji je deo tuđih aktivnosti i planova može da doživi životni uspeh je ista sa verovatnoćom da se dobije sedmica na lotou a da se nikada ne kupi loto listić. Ponavljam, jedini rezultat koji vas interesuje dok razvijate mišić odlučnosti jeste: Da li ja svesno donosim odluke o svim svojim životnim aktivnostima i koliko brzo stupam u akciju po donešenoj odluci? Ako sam postigao brzinu u odlukama i akcijama to je odmah razlog za slavlje bez obzira da li se ta aktivnost nije završila dobrim rezultatom. Baš me briga za trenutne poraze jer ja izgrađujem najjače oružje za životni uspeh mišić odlučivanja i dobijam borbenu ličnost koja stupa u akciju deset puta brže od prosečnih ljudi. Sa ovakvim stavom odlučnosti i borbenom ličnošću niko vas ne može sprečiti da dobijete ljubav, novac, ugled i sve ono što vas interesuje. Zašto? Zato što po zakonu privlačnosti i gravitacije sve što se vrtelo oko vas na kraju će pasti u vaše krilo jer ste imali najveću centrifugalnu silu u svom okruženju. Vi ste sa svojom moći odlučivanja i stupanja u akciju postali najveća gravitaciona sila u svom životu, i stvari koje želite da imate biće privučene vama.

Kratak test vaše poslovne prakse

Da li slušate ono što vaši korisnici govore?



Da li pokušavate da razumete uzroke zadovoljstva vaših korisnika?



Da li istražujete ono što ste lično čuli od korisnika?



Da li čitate korisnička pisma?



Da li zнате ključne tačke poslednjeg istraživanja korisnika vaše organizacije?



Da li imate svoju bazu podataka o ovim informacijama?