



# SADRŽAJ

STR 1



**MENTOR - UPRAVLJANJE**  
Uspešno delegiranje je lako kada znate sledeće...

STR 3



**MENTOR - FINANSIJE**  
Kako da rešite problem sa protokom keša

STR 5



**MENTOR - MARKETING**  
Zašto je važno da vaša firma ima svoj Blog

STR 7



**MENTOR - PRODAJA**  
Najefikasnije strategije za povećanje Cross Selling-a

STR 9



**MENTOR - KORISNIČKI SERVIS**  
7 načina za zadržavanje korisnika

STR 11



**KAKO DA**  
Recept za „multitasking“

# SADRŽAJ

STR 13



POBEDNIČKI MENTALITET  
Emotivna inteligencija (EQ) i poslovni uspeh

STR 16



UZORNI MODEL  
Uporedite svoju fizičku aktivnost sa navikama milijardera

STR 18



MENTALNI FITNES  
Čitav naš život je rezultat naših dominantnih misli.  
Seren Kjerkegor

STR 19



INPHOGRAFIC  
4 nivoa produktivnosti koje treba zahtevati od zaposlenih



# USPEŠNO DELEGIRANJE JE LAKO KADA ZNATE SLEDEĆE...

Povećanje produktivnosti je uslovno posledično povezano sa delegiranjem

## ŠTA

Veština izvođenja delegiranja kao osnovni liderski alat po kome se prepoznaje kvalitet jednog lidera a sa velikim stepenom preciznosti predviđa i kvalitet njegovg tima.

## ZAŠTO

Zato što za uspešno delegiranje nije dovoljna samo odluka lidera i dobra priprema nego i veština izvođenja samog procesa delegiranja. Zato što većina lidera u ovom procesu koji ne poznaju dobro i nisu dovoljno vešti napravi greške koje uslove loše obavljanje posla. Zato što zbog tih lošijih rezultata delegiranog posla lideri odustaju od daljeg prenošenja autoriteta i osnaženja zaposlenih kriveći nesposobnost i nemotivisanost svojih ljudi a ustvari se radi o nedovoljno razvijenoj veštini lidera.

## KAKO

Proces izvođenja delegiranja radi efektivnosti treba izvoditi postupno kroz sledećih 7 koraka:

1. Objasnite opšti cilj i svrhu
2. Istaknite očekivane rezultate
3. Opišite posao
4. Prodiskutujte i definišite pitanje resursa
5. Potvrdite razumevanje, obezbedite posvećenost
6. Tražite ideje
7. Ustanovite plan za praćenje aktivnosti

Važno je istaći da korake treba izvoditi tačno po ovom redosledu kako bi imali pravi efekat.

**Korak 1. Objasnite opšti cilj i svrhu.** Ovaj prvi korak je ključan i omogućava zaposlenom da razume važnost i vrednost posla. Imaćete mnogo bolje rezultate ako ljudima objasnite širu sliku, opštu svrhu posla pre nego im objasnite detalje. Kada zaposleni razume ciljeve i dobrobit za kompaniju on donosi bolje odluke i radi motivisanije.

**Korak 2. Istaknite očekivane rezultate.** Kada zaposleni shvati ciljeve i važnost posla on mora da zna tačno šta se od njega očekuje u pogledu rezultata. Nemojte da pomešate ovaj korak sa narednim koji se bavi opisivanjem posla. Svrha ovog koraka je da omogući da vi i zaposleni posmatrate istim očima krajnji rezultata i dogovorite se tačno kada se može smatrati da je rezultat postignut.

**Korak 3. Opišite posao.** Ovaj korak je uglavnom namenjen zaposlenima koji nemaju dovoljno iskustva, ili nikada pre nisu obavljali sličan posao. Možda ćete morati da obezbedite i malo treninga u vezi sa tim poslom u ovom slučaju. Ako je posao velik i komplikovan razložite ga na manje zadatke koji su lakši za objašnjavanje i izvršavanje. Svrha ovog koraka je da se zaposlenom objasni kako da obavi taj posao. Iskusnijim zaposlenima dopustite da sami odluče kako će ga obaviti. Ako im je jasno koji se rezultat očekuje od njih mogu da odluče na koji način će posao odraditi. Možda znaju bolji način da se posao završi.

**Korak 4. Prodiskutujte i definišite pitanje resursa.** Da bi efektivno obavili posao zaposleni moraju znati koji su im resursi na raspolaganju. Mogu li da nabave opremu ili potrošni materijal? Mogu li da uključe i druge zaposlene? Mogu li da zatraže pomoć i od drugih odeljenja? Ako je potrebno prekovremeno raditi da li je takav rad odobren? Budite precizni i jasni u pogledu resursa koji su na raspolaganju a koji nisu.

**Korak 5. Potvrdite razumevanje, Obezbedite posvećenost.** Na ovom koraku treba da se uverite da li ste bili sasvim jasni u pogledu posla. Zatražite od zaposlenog da svojim rečima iskaže ono što se od njega očekuje. Ovo vam je neophodno iz dva razloga. Prvi, to na nabrži način uključuje zaposlenog u posao. Drugi, imate potvrdu da li je zaposleni razumeo posao. Ohrabrite zaposlenog da vam postavi pitanja kako bi utvrdio znanje o poslu. Na kraju zahtevajte od zaposlenog da se u potpunosti posveti tom poslu i tražite njegovu reč da će ga završiti do ustanovljenog roka. Bez njegove posvećenosti i date reči posao možda neće biti završen.

**Korak 6. Tražite ideje.** Jedan od najboljih načina da zainteresujete i motivišete zaposlenog je da tražite njegovo mišljenje i rešenja. Ako pitate zaposlenog kako je taj posao obavljao ranije, morate mu postaviti i pitanje kako namerava da ga obavi sada. Kada mu je data mogućnost da iskaže svoje mišljenje i predloži ideje on onda preuzima više odgovornosti za ispunjenje posla. Kada ih pitate za njihove ideje i sugestije nemojte da govorite, samo slušajte i postavljajte dodatna pitanja. Veoma često nova perspektiva i ugao gledanja mogu da vam obezbede novi, efikasniji način obavljanja posla, naročito ako ste ga do sada obavljali na jedan te isti način.

**Korak 7. Ustanovite plan za praćenje aktivnosti.** U ovom koraku gradite vodič za zajedničko napredovanje kroz posao. Lider uvek zadržava krajnju ocenu delegiranog posla. Ali nijedan lider ne može sebi dopustiti luksuz da dozvoli zaposlenom da se izgubi u poslu. Da bi obezbedio ispunjenje lider mora da pruži adekvatnu pažnju zaposlenom i poslu koji obavlja. Napravite raspored kada vam zaposleni podnosi izveštaj o napredovanju i koracim koje je već izvršio. Dve najčešće kontrolne tačke za izveštaj o napredovanju su posle 30% i 70% pređenog puta. Setite se nekih svojih iskustava kada ste radili i grešili usput ali na kraju sve dobro obavili uz pomoć lidera koji vas je ohrabrivao i savetovao. Uradite istu stvar.

## KADA

Urgentnost primene ove veštine je proporcionalna vašoj potrebi da motivišete i razvijate svoje ljude radi kontinuiranog povećanja produktivnosti.

---

Zašto:

***Što više razvijate ljude sve je veći obim vaših ostvarenja.***

*Džon Maksvel*

---



## KAKO DA REŠITE PROBLEM SA PROTOKOM KEŠA

Najgora stvar sa krizom likvidnosti je da budete nepripremljeni i neaktivni

### ŠTA

Korisni saveti za upravljanje protokom keša i rešavanje kriza sa nedostatkom gotovog novca za poslovanje.

### ZAŠTO

Zato što će biti meseci kada će prodaja odjednom presušiti, kada će se pojaviti neplanirani troškovi a redovne platiše će početi da kasne sa uplatama. Zato što vaš posao koji je startovao dobro najednom može da upadne u krizu nelikvidnosti iz koje se možda neće oporaviti.

### KAKO

Najpre da upoznamo tri najčešća problema za krizu za protokom gotovog novca kroz vaš račun:

1. Problem sa slabijom prodajom
2. Problem sa prevelikim i nekontrolisanim troškovima
3. Problem sa naplatom potraživanja

Sada kada su vam jasni glavni uzroci problema možete i da se pozabavite sa rešenjima. Evo nekoliko koraka koje možete preduzeti da sprečite najgori scenario.

#### **Pokrenite blic prodaju sa nižim cenama**

Ako su svi vitalni pokazatelji posla u redu onda vam je verovatno samo potrebna brza infuzija keša da biste trenutno zakrpili rupe na računu. Najjednostavniji način je, ukoliko ste kompanija koja prodaje opipljive proizvode, da pokrenete blic prodaju sa značajno sniženim cenama koja traje samo u kratkom periodu. Vašim kupcima se pruža prilika da jeftino nabave ono što ionako od vas kupuju a vi ćete napuniti svoj račun prilivom gotovog novca. Naravno da će profitna margina biti značajno snižena ali to nije ni bio cilj ove operacije nego popravljjanje likvidnosti radi nesmetanog nastavka poslovanja.

#### **Podignite cenu proizvoda i usluga**

Možda nemate problema sa obimom prodaje nego sa profitabilnošću posla. U tom slučaju je najbolje da podignete cene. Možda ćete izgubiti nekoliko klijenta koji su posebno osetljivi na visinu cene ali će većina vaših lojalnih klijenata ostati uz vas i nadoknaditi taj gubitak kroz veći profit od prodaje.

#### **Obezbedite revolving kredite za pokrivanje likvidnosti**

Ukolikovaš posao spada u kategoriju onih koji će često imati probleme sa kešom morate sa vašom bankom da dogovorite najpovoljnije, revolving kredite za obezbeđivanje likvidnosti u situacijama kada vam je to potrebno. Ova vrsta kredita vam omogućava korišćenje raspoložive sume kad god vam zatreba uz plaćanje kamata samo na

ona sredstva koja ste iskoristili i daje vam mogućnost da vratite deo za koji ste se zadužili kada budete imali viška keša i onda opet imate celu sumu na raspolaganju kad vam zatreba. Praktično to je ista usluga kao revolving kreditna kartica za fizička lica.

### Ovladajte boljom praksom fakturisanja

Ako imate problema sa naplatom potraživanja često je uzrok loše fakturisanje. Fakturisanje mora biti na vreme, predvidljivo i čisto. Račun treba da bude poslat odmah po završetku posla najviše nekoliko dana posle finalizacije. Treba da istakne precizno kada treba da bude plaćen, koji su uslovi plaćanja i kako plaćanje treba da se izvrši. Konačno mora da budu jasno naznačene sve stavke na računu sa opisima kako bi bilo transparentno na koji način se došlo do ukupne sume za uplatu.

### Pregovarajte sa dobavljačima

Vaši problemi sa kešom mogu biti zbog razlike u dinamici kojom vi naplaćujete novac u odnosu na dinamiku kojom plaćate svojim dobavljačima. Redovno izmirivanje svih obaveza u slučaju sporije naplate može da ugrozi vašu likvidnost. Ne kažem da treba da kansite sa plaćanjima svojim dobavljačima nego da treba sa njima da pregovarate i tražite odložena plaćanja ili plaćanje u ratama, kroz robnu razmenu, kompenzacije, bartere i slično. Vaši dobavljači su često spremni da vam izađu u susret naročito ako ste redovan i dugoročan kupac.

### Zaposlite bolje finansijske stručnjake

Problemi sa kešom mogu biti posledica neprofesionalnog i neinventivnog rukovanja sa vašim novcem od strane profesionalca kome ste poverili taj posao, vašeg računovođe. Pronađite boljeg stručnjaka koji će imati jasnu viziju i više rešenja za upravljanje protokom gotovog novca kroz vaš račun.

Trenutni problemi sa kešom nisu prevelik problem i sa tim se suočava većina malih i srednjih preduzeća. Svi poslovi imaju slabe nedelje pa i mesece u kojima je likvidnost tema i kada moraju da se snalaze, vrše uštede, odlažu plaćanja i investicije i pomeraju dogovore. Najgora stvar je da ne budete pripremljeni za taj scenario ili da ostanete neaktivni i čekate da se stvari reše same od sebe. Svaka aktivnost u pravcu rešavanja ovog problema ma kako mala izgledala je bolja od stajanja u mestu i čekanja da problem prođe. Proaktivnost je ključna za rešavanje ove vrste problema.

## KADA

Ovladajte ovim tehnikama odmah i pripremite strategiju za ovu kriznu situaciju jer vas problem sa kešom sigurno čeka na nekoj od poslovnih krivina.

---

Zašto:

***Sreća voli pripremljen um.***

*Luj Paster*

---



## ZAŠTO JE VAŽNO DA VAŠA FIRMA IMA SVOJ BLOG

Marketing ratovi su se preselili na internet a Blog je jedno od najmoćnijih oružja

### ŠTA

Kreiranje bloga radi privlačenja potencijalnih klijenata na vašu web stranicu i radi stvaranja svog kruga lojalnih klijenata i prenosioca poruke o vašem proizvodu ili usluzi.

### ZAŠTO

Zato što je komunikacija putem bloga najefektivniji način da se do potencijalnih korisnika dobaci poruka o vrednostima koje nudite tržištu. Zato što su prenosioci poruke preko interneta ili ljudi koji dele vaše blogove sa drugima ustvari davaoci preporuka za vaš posao ili najmoćnije oružje marketinga koje možete da upotrebite.

### KAKO

Prodaja i marketing se često kod novih preduzetnika izjednačavaju a bitno se razlikuju. Prodaja je proces u kome vi korisniku pomažete da dobije ono što mu treba a vi baš to nudite a marketing je način na koji pozicionirate svoj posao na tržištu, kako pronalazite potencijalne korisnike i način na koji vršite uticaj na njih da bi postali vaši lojalni korisnici i prenosioci dobrog glasa o vama. Dakle marketing prethodi ali i podržava prodaju i zato je jedan od najvažnijih koraka korišćenje moćnog marketinškog sredstva bloga. Vaš blog je mesto na kojem ćete se sresti sa svojim korisnicima, nahraniti ih informacijama koje su njima važne a povezane su sa vašom ponudom i predstaviti im vrednosti koje vaš posao donosi na tržište. Ljudi ne surfuju internetom da bi nešto kupili nego da bi pronašli informacije koje su im potrebne i zato je prvi zadatak vašeg bloga da obezbedi vredne, interesantne i po mogućstvu originalno upakovane informacije. Znači vaš blog mora da ponudi relevantne informacije i to tako da ne mirišu na vulgaran marketing vaših proizvoda i usluga.

**Prvo pravilo bloga je morate prvo da date da biste kasnije dobili.** Ne morate biti svestki ekspert da biste bili dobar bloger jer ljude ne interesuje toliko da li ste vi najbolji u tome što radite koliko ih interesuje zašto to radite i kako to radite. Podelite sa njima svoja iskustva recimo u podizanju sopstvene kompanije na noge, delite ih redovno tako da vaši čitaoci znaju gde mogu uvek da pronađu te informacije koje ih interesuju i vremenom ćete sakupiti broj ljudi koji su zainteresovani za vaš posao i ono što nudite. Čak iako nisu spremni odmah da kupe nešto od vas vaš brend se pozicionirao u njihovom umu i oni će deliti informaciju o vama sa drugim ljudima koji će možda biti spremni da kupe odmah to što nudite.

**Pažnja, pretraživači vas ocenjuju.** Ima previše informacija na internetu. Svakih 18 meseci se taj broj duplira. Kako u tom okeanu informacija možete da istaknete svoju? Pretraživači su pametni i čim startujete blog njihovi roboti stavljaju vaš sadržaj u njihove algoritmove i ocenjuju vas. Na primer vaš blog će dobiti bolju ocenu ako vam je gramatika ispravna a vaši posetioци vam daju lajkove, šeruju i komentarišu vaš sadržaj. Oni takođe tragaju za ključnim rečima koje korisnici pretražuju. Od toga koliko ključnih reči ima vaš blog i web sajt toliko značaja će i imati. Zato je presud-



no važno pre nego počnete da pišete blog da istražite šta je to što vaši potencijalni kupci žele da znaju i koje su to specifične reči i fraze koje oni mogu koristiti za pretraživanje. Naravno, potrebno je da se prvo fokusirate na to da vaš blog bude originalan, interesantan, angažovan i iznad svega blizak onome što vaši čitaoci žele da saznaju. Kada imate dobar sadržaj onda se možete pozabaviti i sa ključnim rečima. Jer šta ako ljudi preko tih reči dođu do vašeg sajta a tamo se razočaraju sadržajem, ta negativna reklama može da nanese ogromnu štetu vašem brendu.

**Zašto je jednom preduzetniku potreban blog?** Zato što će se vaš sajt kao vaš biznis ID pojavljivati na višem i bolje mestu na pretraživačima ako imate blog nego ako ga nemate. Ako niste na prvoj stranici Google pretraživača onda niste nigde ili kako u šali kažu najbolje mesto da pronađete mrtvo telo je stranica broj 2 na Google rezultatima pretrage. Što više saobraćaja primi vaš blog, što angažovaniji bude vaš sadržaj i što više lajkova i šerova dobije to će biti bolje rangiran na pretraživačima. A to znači da će više vaših potencijalnih kupaca pronaći vašu web stranicu, blog, proizvod, uslugu i sve što nudite dakle i povećaćete svoje šanse da više prodajete.

**Koliko često treba da pišete blogove?** Pisnaje bloga je kao vežbanje a najbolja vežba je ona koju upravo radite. Savet je da pišete kad možete i kada to želite. Jednom mesečno je bolje nego nijednom, jednom nedeljno je bolje nego mesečno a dnevno je bolje nego nedeljno. Što više pišete sve će vam lakše biti a istovremeno ćete imati veće šanse da prikupite potencijalne klijente. Pronađite balans između pisanja blogova i vođenja vašeg posla jer vreme je novac u poslu.

**O čemu treba da pišete?** Pišite o svom poslu, o svojim korisnicima, o svom proizvodu i usluzi, o svom uspehu i neuspehu i lekcijama koje ste naučili, pišite i interesatne priče iz svog života, možda o tome kako i zašto ste odlučili da postanete preduzetnik, edukujte ih u nečemu što im treba, informišite ih o nečemu ineteresantnom za njih i sl. Uvek imajte na umu da se u današnjoj biznis džungli na netu nalazite na nekoliko koraka od potpunog zaborava ali i na svega nekoliko dobrih komentara i ocena od uspeha. Ljidi idu na net radi informacija a neke od tih informacija su ocene i komentari korisnika o kvalitetu nekog proizvoda. Ako izgradite dobar odnos sa svojim kupcima putem bloga vi povećavate šansu da dobijete dobre kritike i ocene koje prave razliku od uspeha do neuspeha.

**Mogu li da iznajmim nekoga d apiše blog umesto mene?** Naravno, profesionalni blogeri mogu biti rešenje ako niste sami zainteresovani ili talentovani za pisanje. Taj proces se zove marketing sadržaja i mora biti izveden jako precizno i dosledno da ne bi proizveo katastrofalana rezultat. Najmljeni bloger mora biti sposoban da prenese vaš sadržaj sličnim tonmom i stilom kojmi vi to radite. Snimite mu svoj sadržaj, vrednosti posla i njegovu suštinu ili to uradite u formi intervjua da bi bloger uvek imao podsetnik kada piše. Šta god da koristite obezbedite da sadržaj i stil pisanja budu vama bliski.

**Koliko blogova treba da imate?** Kvalitet vaših blogova je veoma važan ali i količina je itekako važna. Trebalo bi da pišete više blogova od vaše konkurencije na taj način će pretraživači uočiti da je vaš sajt robusniji i aktivniji od vaše konkurencije i bolje će vas pozicionirati. Naravno što je više vaših blogova na netu to veća šansa da privučete zainteresovane klijente. A najbolja vest je da blogovi traju i ono što ste napisali juče biće dostupno godinama nekim novim zainteresovanim klijentima. Zato se kaže da blog nastavlja da daje i daje bez prestanka.

## KADA

*Onda kada vam bude potrebno da privučete klijente i povećate prodaju, dakle prekjučel!*

---

Zašto:

***Najlepša istina života je da ne možeš da pomogneš drugom čoveku da dobije nešto što mu treba a da istovremeno nisi pomogao i sebi da dobiješ to što tebi treba.***

*Napoleon Hil*

---



# NAJEFIKASNIJE STRATEGIJE ZA POVEĆANJE CROSS SELLING-A

Tehnike za izgradnju odnosa sa klijentima koje garantuju povećanje profita

## ŠTA

Tehnike za izgradnju dobrih odnosa sa klijentima koje povećavaju lojalnost i broj ostvarenih prodajnih relacija sa istim klijentima u dužem periodu.

## ZAŠTO

Zato što će se svaka pa i najmanja stvar koju možete da uradite da biste povećali lojalnost klijenata odraziti na procenat uspešnosti u vašem poslu. Zato što se u dobrim odnosima sa klijentima krije tajna dugoročno održivog i profitabilnog posla.

## KAKO

**Više kontakata sa kupcima.** Cilj nije da uznemiravate klijente ali što ih više puta budete podsetili na sebe u toku godine to su sve manje šanse da će potražiti drugog savetnika za kupovinu. Tajna za ove „nežne i mekane“ kontakte preko celež godine je da varirate metod komunikacije ali da uvek donosite neku vrednost klijentu. Isti mail svakog meseca na temu zašto treba da kupi još jedan proizvod od vas nije dobra strategija. Evo još nekih ideja: poziv telefonom, Newsletter, razglednica, seminar, rođendanska čestitka, novogodišnja čestitka, SMS poruka, korisnički upitnik, webinar, kompanijski događaj, preporuke, novogodišnji poklon, zabava za lojalne klijente i sl.

**Više unakrsnih prodaja (Cross selling).** Stvar je jednostavna: što više različitih proizvoda i usluga prodate nekome to je veći procenat njegove lojalnosti u budućnosti. Neke kompanije daju takve popuste na drugi proizvod da je jeftinije da se kupe oba proizvoda. Neki prodavci misle da je to neracionalno ali treba prvo da pogledaju statistiku kupovnih aktivnosti takvih klijenta da bi mogli da zaključuju ispravno. Lojalnost raste do neslučenih granica kad se doda još jedan ili više proizvoda.

**Izveštaj o popustima.** Da li ste ikada izgubili klijenta koji vas je napustio zbog popusta od 10% a vi ste mogli da mu odobrite čitavih 15%? Ovo je prilično uznemirujuća situacija a većina prodavac krive klijenta što nije prvo njih pozvao da mu ponude popust. Pogrešno razmišljanje, vaš je zadatak da pozivate klijenta i postavljate mu pitanja kako biste bili sigurni da ćete mu omogućiti najpovoljniji popuste. Takva briga im stvara osećaj poverenja i sam vaš napor da im uštedite novac učiniće da vašu cenu posmatraju kao povoljnu i u većini slučajeva neće tražiti druge ponude.

**Tražite više preporuka zadovoljnih klijenata.** Šampioni prodaje znaju vrednost preporuka i znaju da ih nikada ne možete tražiti i imati previše. Prvo zato što klijenti koji vam daju preporuku u najvećem procentu obnove kupovinu, jer ne možeš glasno ili pisano da potvrdiš da sam sjajan prodavac i da si napravio dobar posao sa mnom a da me potom promeniš. A drugo šanse za prodaju preko preporuke su tri puta veće od prodaje bez preporuke.

**Pošaljite im nekoliko uporednih cena konkurencije.** Jednom godišnje pošaljite im uporednu listu cena za slične proizvode sa vašim savetima i komentarima. Nije važno što ćete im uvrstiti samo nepovoljnije cene ili uslove od vaše dovoljno je samo da vide nekoliko cena koje su lošije od vaše i to je za većinu ljudi dovoljan razlog da ostanu verni.

**Praznične čestitke pred obnovu kupovine.** Iskoristite neki od brojnih praznika za kontakt sa klijentima kojima nameravate da ponudite dodatne proizvode i usluge u narednom periodu. Imaće još bolji efekat od novogodišnje čestitke zato što ima bolji tajming i biće upečatljivija.

**Edukujte svoje klijente.** Što više budu razumeli vaš posao to će vaši klijenti znati više da cene vrednosti koje im isporučujete. I obrnuto ako klijent samo razume cenu vi ste 100% zamenjivi. Ako hoćete da zadržite klijente bez obzira na cenu onda morate da posvetite vreme njihovoj edukaciji i date im odgovor veliko Zašto su odabrali baš vas.

**Iznenadni čin ljubaznosti.** Postoji u psihologiji termin recipročni altruizam koji kaže: uradite nešto lepo za drugog čoveka i imate mnogo bolje šanse da će on uraditi nešto slično za vas (novu kupovinu). Podržite u ljubaznom emejlu neki njegov dobar poslovni potez, dajte balon za dete kad dođu u vašu kancelariju, pomenite klijentov biznis na svojoj Facebook stranici i sl.

**Setite se da pomenete klijentovu decu.** Kada nekom čoveku pomenete decu u pozitivnom kontekstu i date mu priliku da se sa njima pohvali ljudi se bez izuzetka osećaju poštovanim i uvažanim. Ako me moj savetnik za kupovinu često pita za moju decu šanse da ga napustim dramatično opadaju. Imajte ovo na umu kada popunjavate svoje kartice sa podacima o porodici klijenta. Uvek možete da započnete priču sa kako je familija i da slušate i pravite se da znate mnogo više o njima nego što je stvarno slučaj. Ali pitanje i slušanje se računa.

**Poklon za rođendan.** Setite se da čestitate rođendan svojim klijentima a najvećim pošaljite i poklon. Ne mora to da bude poklon velike vrednosti ali pažnja se uvek računa. Budite duhoviti pa uz vaš simpatični poklon pošaljite i virtualni poklon kakv biste mu kupili samo da to dozvoljavaju pravila kompanije.

**Dajte klijentu nagradu za obnovu kupovine.** Pored specijalnog bonusa kompanije osmislite šta biste još mogli da date klijentu kao dodatnu vrednost za lojalnost, neka osećate da su veoma cenjeniji zbog poverenja koje vam ponovo daju. Dajte im poseban broj telefona na koji uvek mogu da vas dobiju, pristup glavnom čoveku u vašem korisničkom servisu ili specijalan diskont za kupovinu roba i usluga u lokalnim radnjama i sl. Ako brinete o troškovima onda pripremite poklon za vaših top 10% klijenata.

**Preterajte u priči o svojim prodajnim uspesima.** „Lovačke priče“ su dobar alat za rad sa klijentima jer oni vole da čuju da vi prodajete proizvode i da nisu samo oni naivčine koje su to kupile. Ako klijenti čuju da se žalite na nešto slabiji period prodaje oni odmah pomisle da niste konkurentni sa cenom na tržištu.

**Nasmejte svoje klijente.** Ovo jeste opšti savet za rad sa klijentima ali nije loše još jednom podcrtati da svaki smeh koji izazovete kod klijenta čini vas malo više prijateljem a malo manje prodavcem. A ako se dovedete u poziciju prijatelja onda malo povećanje ceo neće predstavljati nepremostivu prepreku za nastavak saradnje

**Podsetite klijente na povoljne popuste.** Kupci obožavaju popuste i nisu radosni kada ih nema. Kada klijente podsetite na sve popuste koje mogu da ostvare u saradnji sa vama uradili ste dve važne stvari za zadržavanje klijenta

- Osnajili ste ideju da su na pravom mestu i da ne plaćaju previsoku cenu
- Teže će se odlučiti za drugu kompaniju koja ne može da im obezbedi slične popuste odmah

**Izgradite svoju socijalnu mrežu.** Već smo pomenuli da imate dodire sa klijentima što je češće moguće bez uznemiravanja a to je preko socijalnih mreža lakše nego ranije. Svaki put kada se povežete sa klijentom oni se još malo više obavežu prema vama.

**Preuzmite na sebe sve probleme klijenta sa vašom kompanijom.** Prirodno je da svaki čovek hoće da izgleda dobro u očima drugih i zato često imamo naviku da okrvljujemo druge ljude u kompaniji kad nešto krene kako ne treba našem klijentu. Ali taj pristup nije dobar za posao. Kad vaš klijent ima problem a vi okrivite sile izvan vaše kontrole i pokažete se nemoćnim klijent više nema razloga da ostane sa vama. Preuzmite krivicu na sebe i objasnite šta ćete uraditi da se to ispravi i više ne ponovi i onda ste uradili najbolju stvar za zadržavanje klijenta.

**Korisnički upitnik.** Povratna informacija od klijenata je važan instrument za zadržavanje klijenata i treba mu profesionalno pristupiti. Slušanje klijenata je jedna od najboljih načina da se izgradi poverenje a upitnik u kome klijenti mogu da iskažu svoje pohvale, primedbe i sugestije je važan i kao povratna informacija i kao akt poštovanja klijenta i njegovih zahteva.

**Ne spaljujte mostove.** Kada neki klijent odluči da vas napusti i vi više ništa ne možete da uradite po tom pitanju potrudite se da to bude prijatno iskustvo i rastanak dobrih prijatelja. Trava nikada ne bude toliko zelena kao što se u prvi mah čini i vaš klijent će se u velikom broju slučajeva razočarati sa novom uslugom jer je sada jako kritičan. Ako mu ostavite otvorena vrata svojim prijateljskim i prijatnim rastankom biće mu mnogo lakše da se vrati jer zna da će naići na odobravanje i poštovanje.

## KADA

*Napravite akcioni plan i sprovodite jednu po jednu ideju dosledno i uporno.*

Zašto:

**Put ka uspehu je uvek u gradnji.**

Arnold Palmer



## 7 NAČINA ZA ZADRŽAVANJE KORISNIKA

Tretirajte korisnike kao najveće prijatelje i oni će vam istom merom uzvratiti

### ŠTA

Saveti za stvaranje lojalnih korisnika i izgradnju vrhunskog korisničkog servisa kao moćnog oružja koje odnosi važne pobeđe u bitkama za konkurentsku prednost.

### ZAŠTO

Brojne su tehnike i saveti za stvaranje lojalnih korisnika ali njih nikada nema previše s obzirom na važnost samog posla i zato će vam ovih sedam saveta biti korisni u vašoj borbi za korisnike.

**Predvidite korisničke želje.** Kada se korisničke želje predvide i ispune pre nego su ih korisnici zatražili od vas to šalje snažnu poruku da vi neprestano razmišljate od dobrobiti svojih korisnika i oni će tu pažnju uzvratiti. Nisu potrebne telepatičke moći dovoljno je da upoznate svoje korisnike, da ih slušate i razmišljate o svojoj usluzi iz njihovog ugla. Na primer - Dobri hoteli nisu napisali na vratima toaleta: Ako nedostaju neki materijali molimo vas da se obratite našem osoblju; nego su uveli praksu da se svakih 15 minuta proverava toalet, čisti i vodi računa da svih potrebnih materijala ima u dovoljnoj meri i ta se provera upisuje na tabli koju vide i korisnici. Pored toga što imaju sve na raspolaganju i što je toalet čist i namirisan oni na listi vide da se o njihovom komforu i zdravlju profesionalno i organizovano brine i to im uliva sigurnost i u hranu i u kompletnu uslugu.

**Zapošljavajte pažljivo ljude koji će komunicirati sa korisnicima.** U kompanijama koje vode računa o korisnicima jedan neodgovoran i neprijatan radnik može da upropasti trud svih i da sruši timski moral. Bolje je ostaviti neko mesto praznim nego zaposliti nekoga ko nije odgovarajući. Najuspešniji su oni poslovi u kojima je vlasnik posla postao ekspert za zapošljavanje i treniranje svojih ljudi koji obavljaju korisnički servis.

**Napravite svoj rečnik korisničkog servisa.** Stvorite izraze i rečenice koje će vaši službenici napamet naučiti a koji u potpunosti odgovaraju nivou komunikacije i očekivanjima vaših korisnika. Na primer: Nemojte da se sekirate je možda primereno da izgovori službenik na šalteru pošte ali ne i službenik na recepciji Hajat hotela. Sve reči koje mogu da uznemire vašeg korisnika treba da budu izbačene iz upotrebe i zamenjene sa drugim, odgovarajućim izrazima. Umesto: Vi nam dugujete toliko i toliko probajte sa: Po našim podacima na balansu vašeg računa postoji suma koju treba izmiriti...Zaposleni u vrhunskim kompanijama koji imaju čestu komunikaciju sa korisnicima nose kartice posetnike sa ključnim frazama koje treba izgovarati korisnicima naročito u situacijama nezadovoljstva i reklamacija.

**Izgradite proceduru u kojoj se svaki korisnik povratnik primećuje i uvažava.** Softversko rešenje koje prati imena korisnika i signalizira da je neko povratnik je najlakši metod za ovu praksu. Ljudi vole da ih prepoznate i da ih izdvojite kao drage i posebne klijente jer se onda kod vas osećaju prijatno i zaštićeno i veruju da će dobiti vrhunsku uslugu i kvalitet. Ako tom uverenju dodate i neki mali popust za povratnike dobili ste lojalnog korisnika koji će vas još i preporučivati.

**Neka svako vaše dobar dan i doviđenja bude savršeno prijatno i ljubazno.** Psihološke studije su pokazale da se korisnici najživlje sećaju prvih i zadnjih minuta vašeg servisa. Zato je neophodno da vaši ljudi znaju tu činjenicu i da uvežbaju savršeno prirodnu i toplu dobrodošlicu kao i pozdravljanje sa nenametljivim i simpatičnim pozivom korisniku da vas opet poseti.

**Ubrzajte svoje usluge do maksimuma koji neće ugroziti kvalitet.** Svi moderni korisnički servisi su mnogo brži nego usluge koje su te iste kompanije vršile pre desetak godina. Korisnici su zbog brojnih informacija i ubrzanja koje su doneli kompjuteri i internet navikli na brže i efikasnije usluživanje i morate se tome prilagoditi ili nestati. Brzina usluživanja, naročito isporuke proizvoda koje je korisnik kupio je postala presudna za dobar utisak i poverenje korisnika u kompaniju. Neophodno je da neprestano merite i ubrzavate sve vaše radnje koje se tiču korisnika jer tako stičete konkuretnsku prednost.

**Pokažite svoj karakter i personalnost.** Svaki kontakt sa vašom kompanijom treba da ostavi utisak kod korisnika da ste puni razumevanja i brige za korisnike, da je prisutan jedan ljudski i prijateljski ton i odnos i profesionalizam koji je besprekoran. Ovo se naročito odnosi na trenutke istine ili momente kada korisnici iznose svoje primedbe na neki deo vašeg servisa. Tada je ključan ljudski odnos i razumevanje koje uvažava korisnikovu zabrinutost i dobrobit i reaguje brzo i u korist korisnika.

## **KADA**

Lojalnost korisnika nije posao koji sme da se odlaže ni na jedan sekunda jer mnogo košta.

---

Zašto:

***Ako želiš da pridobiješ nekog čoveka za svoju stvar prvo ga ubedi da si njegov prijatelj, a zatim otkrij šta je to što bi on želeo da ostvari.***

*Abraham Linkoln*

---



## RECEPT ZA „MULTITASKING“

Kako da efektivno obavljate više zadataka i simultano napredujete u više projekata.

### ŠTA

Akcioni plan je master plan vaših aktivnosti koji vam pomaže da upravljate projektima koje ste osmislili i da ih razložite na dnevne aktivnosti po redosledu važnosti.

### ZAŠTO

Zato što vam on vam pomaže da zadržite i širu sliku svog plana dok istovremeno pratite njegovo izvršenje kroz svakodnevne pomake ka cilju. On je posebno važan za istovremeno napredovanje u više projekata što je uobičajeni poslovni zahtev koji se danas stavlja pred preduzetnike i menadžere. Akcioni plan u sebi sadrži i kratkoročne i srednjeročne i dugoročne ciljeve što vam omogućava da planirate svoje vreme bez bojazni da ćete zaboraviti da obavite bitne stvari na vreme. Pošto sadrži i dobro definisane prioritete akcioni plan će vam omogućiti i fokusiranje na obavljanje najbitnijih stvari. A njegov deo koji pokriva delegiranje poslova će vas podsećati da koristite ovu važnu veštinu za povećanje produktivnosti kad god to možete. Sve to će vam, omogućiti da štedite vreme dok istovremeno obavljate sve poslove u roku kao i da značajno povećate svoju produktivnost.

### KAKO

Akcioni plan se sastoji od tri celine:

- Lista naredni korak koja precizira akcije koje treba odmah preduzeti kako biste sve svoje projekte pomerili unapred.
- Lista delegiranih poslova koja beleži detalje o projektima i akcijama koje ste delegirali drugim ljudima a važni su za ispunjenje vaših ciljeva.
- Projektni katalog koji beleži sve projekte na kojima radite i sve aktivnosti koje nisu urgentne a doprinose realizaciji ovih projekata.

Akcioni plan vam pomaže da istovremeno zadržite fokus i na dnevnim poslovima i na dugoročnim ciljevima što vam omogućava da uvek imate razrađen i jasan plan šta treba ugraditi sledeće. Na taj način stičete kontrolu nad svojim životom i dobijate osećaj postignuća ili osećaj kontinuiranog kretanja ka ostvarenju svojih ciljeva. Ali ono što je najvažnije ovaj plan vam omogućava da efektivno obavljate više zadataka i da simultano napredujete u više projekata. U današnjem izazovnom i zahtevnom poslovnom okruženju ovo može biti vaša značajna prednost za napredovanje u karijeri i uspeh u poslu. Definisaćemo četiri jednostavna koraka za kreiranje i korišćenje akcionog plana.

#### Korak 1. Sakupljanje

Napravite najpre inventar svih svojih poslova i obaveza koje zahtevaju rešenje. Zapišite apsolutno sve od profesionalnih do poslovnih obaveza, od urgentnih do stvari koje mogu da čekaju, od malih do velikih poslova, jednostav-

no zapišite sve stvari za koje znate i osećate da ih treba dovršiti. Pregledajte emejlove, rokovnike, podsetnike, sms poruke i druge resurse gde možete pronaći zahteve za obavljanjem određenih poslova. Proverite sve ideje koje ste zapisali, sve planove koje ste imali, ciljeve koje ste definisali, projekte koje ste želeli da započnete apsolutno sve čega se možete setiti. Stavite sve to na jedan spisak. To je vaša platforma za koncentraciju.

### Korak 2. Prečišćavanje spiska.

Pažljivo proučite spisak i odlučite čemu treba a čemu ne treba da posvetite svoje vreme i energiju. Ima puno stvari i obaveza koje zamaraju vaš umu a nisu u suštini značajne za vas. Detektujte ih i izbrišite ih iz svog života kako biste mogli da se koncentrišete na istinski bitne stvari za vas.

### Korak 3. Organizovanje i definisanje prioriteta.

Ovaj korak se obavlja u tri faze. Najpre pregledajte svoj svedeni spisak i sve individualne akcije grupišite u veće projekte. Ništa ne može da štrči sve mora biti deo nekog šireg projekta. Imenujte te projekte radi lakšeg fokusiranja vaše pažnje. Drugo procenite važnost tih projekata i obeležite ih slovima od A do F tako što su najvažniji oni pod slovom A pa na dole.

Treće ubacite vaše projekte u svoj akcioni plan koji je podeljen na tri dela kao što znate: Lista naredni korak, Lista delegiranih poslova i projektni katalog.

Dobra je vest da vi već imate formiran projektni katalog u koracima jedan i dva. Uobičajeno je da ovaj katalog stoji na kraju akcionog plana i pregleda se jednom u nedelju dana. iznad kataloga napravite listu poslova koje možete li morate da delegirate na druge ljude. Zabeležite ime osobe, tačan datum izvršenja posla i tačke za čekiranje progresu posla ili datume kada ćete proveravati da li se čitav posao odvija po planu kako ne biste bili iznenađeni rezultatom. I konačno kreirajte listu naredni korak tako što ćete analizirati projekte kojima ste dali najveći prioritet i razložiti ih na male aktivnosti u logičkom redosledu koji vodi ka realizaciji. Definišite vremenska ograničenja i za te male aktivnosti kako biste mogli da pratite njihovo izvršenje. Ova lista se nalazi na vrhu vašeg akcionog plana zato što nju čekirate dnevno. Neka vaše akcije narednog koraka budu lako ostvarljive i neka ne zahtevaju više od par sati da ih obavite. Uspeh u obavljanju ovih malih poslova vam jača motivaciju i osećanje da ste produktivni i uspešni. Naravno da pored svake akcije treba da stavite i oznaku prioriteta kako biste prvo obavili one koje su najvažnije i najurgentnije.

### Korak broj 4. Radite svakodnevno na vašem akcionom planu.

Akcioni planovi su složeni, naročito ako je vaša kompanija ambiciozna, međutim vi ne treba da radite na čitavom planu svakog dana. Uglavnom treba da se posvetiti aktivnostima na vrhu strane u vašoj listi naredni korak. Naravno da s vremena na vreme treba da pregledate čitav program zbog uvida u širu sliku, u vaš master plan, zbog brisanja stvari koje ste već obavili, zbog pomeranja nekih poslova na vrh stranice zbog povećane važnosti ili zbog dodavanja novih koje su se u međuvremenu pojavile kao obaveza ili novi posao. Koristite svoj akcioni plan jer će vam povećati osećaj kontrole nad vašim životom, olakšati vam izvršenje važnih poslova na vreme i smanjiti stres zbog nagomilanih obaveza. Unesite red u svoj život jer red privlači blagostanje a nered gravitira ka propadanju.

## KADA

Multitasking je na žalost stigao u velikom stilu u naš život i ne namerava da ode naprotiv, planira da bude sve intenzivniji. Ukrotite ga, bolje pre nego kasnije.

---

Zašto:

***Razlog zbog kojeg se ne ostvaruje većina glavnih ciljeva je taj što ljudi prvo ulažu vreme na obavljanje manje važnih stvari.***

*Robert Mekejn*

---



## EMOTIVNA INTELIGENCIJA (EQ) I POSLOVNI USPEH

Na vaš uspeh u radu sa ljudima 30% utiče IQ a 70% EQ

### ŠTA

Šta je tačno emotivna inteligencija i kako da podignete svoj EQ koeficijent i povećate svoj liderski kapacitet i poslovne rezultate?

### ZAŠTO

Istraživanja su pokazala da visok koeficijent inteligencije (IQ) nije garancija za uspeh u poslu. Danas su nam, da bi bio osiguran razvoj «kompletne ličnosti» i vrhunskog menadžera potrebni i visok IQ i visok koeficijent emocionalne inteligencije (EQ). Korist od uporednog razvoja vaše emocionalne i kognitivne inteligencije podrazumeva uspešan poslovni život, porast mentalnog i fizičkog zdravlja i postizanje većeg kvaliteta u odnosima sa drugima i neuporedivo bolje rezultate u svim poslovnim segmentima.

Prvobitne reakcije naše emotivne inteligencije su put -> ka boljem zdravlju -> većem doživljaju sreće i bliskosti -> postizanju jačeg vođstva i jasnije vizije -> većeg uspeha i viših ciljeva -> ka unapređenju naše samosvesti -> ka osiguravanju zdravijih odnosa i istančane percepcije i na kraju put -> ka postizanju većeg zadovoljstva.

Ukratko, EQ nam je potrebna da bismo ostvarili svoje ciljeve u radu sa drugim ljudima.

### KAKO

Postoji pet ključnih koraka ili sposobnosti od kojih se sastoji EQ:

1. SAMOSVESNOST
2. SAMOKONTROLA
3. SAMOMOTIVACIJA
4. EMPATIJA
5. SOCIJALNE VEŠTINE

#### SAMOSVESNOST:

Kamen temeljac ili osnova EQ je samosvesnost. Ona pokreće ostale sposobnosti. Što više znamo o sebi, to ćemo biti u mogućnosti da bolje kontrolišemo i biramo način na koji ćemo se ponašati u datoj situaciji. Kod samosvesnosti se radi o saznanju gde smo trenutno i gde želimo da budemo, ona nas fokusira na spremnost za promenu kako bismo stigli na cilj zajedno sa drugima.

Da bismo postali samosvesniji trebalo bi pratiti sledeće korake:

- Naučite razliku između misli i osećanja. Ako želimo da sebe upoznamo veoma je važno da znamo razliku između: «Ja mislim» i «Ja osećam».
- Tokom dana upitajte sebe kako se osećate i budite iskreni prema sebi. Ako vam srce lupa, crvenite u licu i nedostaje vam vazduha – to je obično znak za neko osećanje. Upitajte se: «Koje osećanje se krije iza toga?». Imenujte



to osećanje – strah, anksioznost, ljubav, strepnja.

- Budite otvoren prema tuđim savetima. Prijatelji i saradnici često nam mogu pomoći da shvatimo vlastito ponašanje.

#### SAMOKONTROLA:

Samosvesnost je osluškivanje naših osećanja i učenje od njih a samokontrola je upravljanje tim osećanjima tako da od njih bude više dobra nego štete. Samokontrola aktivira našu racionalnu stranu i daje nam vremena da umirimo osećanja kad je to potrebno. Takođe nam pomaže da delujemo s namerom, a ne impulsivno. Evo nekoliko saveta koji će vam pomoći kod samokontrole:

- **Kontrolišite ono što sebi govorite u svom unutrašnjem dijalogu.**
- **Preuzmite odgovornost za svoje emocionalne reakcije.**
- **Predvidite «emocionalne» okidače i pripremite se da upravljate reakcijama na njih.**
- **Svaku iritirajuću situaciju preoblikujte u «vežbu rešavanja problema».** Kada se suočavate sa situacijom koja izaziva nepoželjnu emocionalnu reakciju smanjite svoju ljutnju tako što ćete se fokusirati na ponašanje. Neka uvek trenutno ponašanje bude problem, a ne osoba.
- **Koristite humor!**
- **Nikada ne potcenjujte moć dubokog udisanja.** Povećanje dotoka vazduha ka mozgu smanjuje napetost, razbistrava misli i relaksirajuće deluje na psihi i telo. Takođe vam pruža trenutak da saberete misli i da promislite pre nego što nešto kažete ili uradite.
- **Izdvojite sebe iz situacije i idite dalje.** Postoji velika korist od samo-distanciranja od neke neugodne situacije i preusmeravanja vaše energije u neku novu aktivnost. Ovo će vam pomoći da povratite perspektivu, povećate koncentraciju i reorganizujete se.

#### SAMOMOTIVACIJA:

Samomotivacija je usmeravanje snage naših emocija ka cilju koji će nas motivisati i inspirisati. To je i zamišljanje kako ostvarujemo neki cilj i preduzimanje svih potrebnih koraka da bismo došli do njega. Evo nekoliko načina kako ćete popraviti svoju motivaciju:

- **Budite svesni načina na koji sebi objašnjavate propuste u životu... ostanite realni.** Shvatite da možete kontrolisati i birati šta ćete da mislite i osećate. Povećajte svoju upornost tako što ćete uvek biti svesni cilja u životu.
- **Da biste dobili dodatnu energiju, povežite svoje ciljeve sa vrlinama.** Odlučnost i upornost su pogonsko gorivo uspevanja i temelj visoke motivacije..
- **Težite ka tome da postignete optimalno stanje** dok radite na realizaciji ciljeva.
- **Vizualizirajte!**
- **Konstantno učite!** Potraga za znanjem će izgraditi tvoja područja snage. Bićete vredniji i svestraniji.

#### EMPATIJA:

Empatija znači biti u mogućnosti da sagledamo problem iz perspektive druge osobe. Dobro je biti svestan osećanja drugih ljudi, sve dok znamo da su to njihova osećanja, a ne naša. Empatija počinje sa slušanjem. Šta znači, uspostavljanje odnosa sa ljudima. Individue koje imaju manjak empatije su više fokusirane na sopstvene potrebe i obraćaju malo ili nimalo pažnje na tuđe. Empatija je lepak koje će povezati neku grupu da uspešno sarađuje. Neke od tehnika za unapređenje empatije su:

- **Pazite na neverbalne pokazatelje isto kao i na verbalne.** Istraživanja pokazuju da reči iznose samo oko 7% komunikacije. Ton i brzina govora sadrže 38% poruke, dok 55% ostaje neizgovoreno i otkriva se kroz govor tela, kao što su stav, kontakt očima i sl.
- **Delite svoja osećanja s drugima i budite iskreni.** Dobra komunikacija otvara dvosmernu ulicu poverenja.
- **Vaše izgovorene i neizgovorene poruke moraju biti identične.** Mislite ono što govorite, radite ono što govorite. Razvoj osobine integriteta je nabolji put do poverenja.
- **Kad god je moguće idite ljubaznijim putem.** Postoji mnogo načina da se iznese mišljenje ili kritika. Možete biti iskreni i kritikovati, ali ipak na lep način, što takođe povećava poverenje. Konstruktivna kritika povećava sposobnost.
- **Pokušajte da sagledate situaciju iz perspektive druge osobe.** Empatija je da zamislite kako bi bilo da ste u tuđoj koži. Trebalo bi verovati da svako čini ono što najbolje može imajući u vidu ono što trenutno ima na raspolaganju.

#### SOCIJALNE VEŠTINE:

Ovu sposobnost čini uspešna interakcija sa ljudima i veština da se nosimo i upravljamo sa emocijama drugih. Sa visokim socijalnim veštinama projekt menadžeri su bolji komunikatori i bolji saradnici. Lideri projekta koji imaju socijalne veštine su dobri u upravljanju promenama i rešavanju konflikta diplomatskim putem ali pre svega su sjajni u davanju podrške drugima kada je teško. Neke tehnike pomoću kojih ćeš imati bolje odnose na poslu:

- **Podelite svoju strast i entuzijazam prema poslu i viziji svoje organizacije** – to je zarazno!
- **Stvorite inspirativnu radnu atmosferu.** Ako pokažete iskrenost i poverenje, ako cenite svoj tim stvarate savršeno okruženje za njih u kojem mogu dati svoj maksimum.
- **Koristite «brainstorming».** To ne samo da je dobro za iznalaženje potpuno novih ideja, nego i sam proces povećava prijateljstvo i poverenje među članovima tima. Ovo može olakšati put ka budućoj saradnji zbog kreativne veze koja je ostvarena.
- **Budite spremni da upravljate i pomognete drugima,** ali isto tako da drugi pomognu vama. Ovo je jedna od najvažnijih sposobnosti na radnom mestu.

Dokazano je u praksi da je EQ važnija od IQ za postizanje uspeha u svakoj vrsti posla koja uključuje rad sa ljudima u timu. EQ se može neprestano razvijati i omogućiti ljudima da poboljšaju svest o sebi i drugima, da stvore saradnju i harmoniju. U praksi, ona omogućava ljudima da postanu svesni svojih mogućnosti, svojih izvora snage i kreativnosti i da svesno odaberu najefiksniju reakciju na datu situaciju.

## **KADA**

Napravite akcioni plan za razvoj vaše emotivne inteligencije tako što ćete se fokusirati na jednu po jednu osobinu. Trudite se da odmah primenjujete naučene veštine.

---

Zašto:

***Najvažniji sastojak formule uspeha je poznavanje rada sa ljudima.***

*Teodor Ruzvelt*

---



## UPOREDITE SVOJU FIZIČKU AKTIVNOST SA NAVIKAMA MILIJARDERA

### Kako najbogatiji ljudi na planeti sakupljaju neophodnu energiju

Nije tajna da redovno vežbanje povećava vašu radnu energiju, izdržljivost, fokus i zdravlje. Prema savetima lekara svaki radni čovek a naročito preduzetnici i menadžeri na odgovornim funkcijama morali bi da upražnjavaju najmanje 150 minuta umerenih aerobnih vežbi ili 75 minuta napornih aerobnih aktivnosti nedeljno da bi očuvali zdravlje i održali ukupnu vitalnost i operativnost organizma. Zašto ljudi ne slušaju ovaj provereni savet? Izgovor je uvek zbog nedostatka vremena i prezauzetosti poslovnim obavezama. Hajde da pogledamo kako ovaj problem rešavaju najušpeniji ljudi u biznisu koji imaju najmanje deset puta više obaveza i odgovornosti od ostalih ljudi.

Kako **Elon Mask** CEO **Tesle** i **SpaceX** koji radi više od 100 sati nedeljno i ima porodicu od petoro dece uspeva da vežba? Teško svakako ali ipak uspeva da dva puta nedeljno trči na pokretnoj traci i diže tegove.

Nije iznenađujuće za **Ričarda Brensona** osnivača **Virgin Grupe** i poznatog preduzetnika avanturistu da redovno upražnjava različite fizičke aktivnosti. Budi se svakog dana u 5 ujutru i najpre vežba. Različiti sportovi i aktivnosti su na njegovom meniju od: surfovanja uz pomoć zmaja, plivanja, tenisa, Joge, penjanja po stenama, trčanja pa do dizanja tegova. Brenson tvrdi da mu njegovo redovno vežbanje omogućava dodatna četiri sata produktivnosti svakog dana.

Nije tajna da **Voren Bafet** CEO **Berkshire Hathaway-a** i jedan od pet najbogatijih ljudi na svetu u poslednjih nekoliko decenija ima loše navike u ishrani koje uključuju hamburgere, pomfrit, coca colu i tone sladoleda, pa ipak ovaj 88 godina stari preduzetnik uspeva da održi visok nivo svoje radne energije a svoj um mentalno oštrim i aktivnim. Bafet je izjavio da mu je njegov lekar rekao da ima dva izbora ako hoće da ostane radno sposoban i zdrav do u duboku starost: da počne da se hrani zdravo ili da počne redovno da vežba. On je izabrao vežbanje i još uvek je najbolji investitor na berzama u svetu.

**Facebook** osnivač i CEO **Mark Cukerberg** redovno vežba najmanje tri puta nedeljno kao deo njegove jutarnje rutine. On trči nekoliko kilometara sa svojim psom koga zove Zver a u vezi sa tom rutinom je izjavio sledeće: Održavanje kondicije je veoma važno za uspeh u poslu. Ako hoćete nešto dobro da radite potrebna vam je ogromna energija i fizička i mentalna a kada ste u redovnom treningu jednostavno imate više te neophodne energije.

**Šeril Sandberg** izvršni direktor **Facebook-a** koja je poznata kao jedna od najefektivnijih multitaskera u biznisu ima u svojoj kući teretanu u kojoj redovno vežba svakog dana od 6 sati izjutra sve dok ne ode na posao U Facebook u 8h.

**Tim Kuk** CEO **Apple-a** je po svom svedočenju fitness manijak. Poznati vorkoholik koji se budi svakog dana u 4h30 minuta ide pravo u teretanu pa tek potom na posao. Pored treniga u teretani on se nekoliko puta nedeljno bavi i vožnjom bicikla i penjanjem po stenama.

**Opra Winfrey medijski mogul** je veoma posvećena vežbanju. Ona odradi svoj kardio trening u trajanju od 45 minuta šest dana u nedelji i četiri treninga snage sa istezanjima svake nedelje izjavio je njen personalni trener.

**Donald Trump Predsednik Amerike** voli da igra golf i redovno ga upražnjava. Kaže da mu ta igra pomaže da ostane u kondiciji i oštrini. Izjavio je: Kada odigram nekoliko rundi golfa vikendom u ponedeljak sam svež i spreman ali i lakši za dva kilograma. To je veoma prijatna vežba koja vas drži podalje od frižidera jer ste napolju na terenu.

**Džek Dorsi CEO Twitera i Square** je čovek od striktnih rutina. Izgradio je rutine koje mu omogućavaju da podigne svoju koncentraciju na najviši nivo i bude uvek spreman da posveti svoju punu pažnju i energiju svakom problemu koji se pojavi. Dorsi se budi svakog dana u 5 izjutra, meditira 30 minuta i odradi svoje redovne vežbe u trajanju od sedam minuta a potom je spreman za posao.

**Majkl Blumberg CEO Bloomberg-a** je poznat kao zagovornik zdravlja i fitnesa još dok je bio gradonačelnik Njujorka. Ovaj self-made multimilijarder trči svakog dana sat vremena na traci za trčanje i igra redovno golf.

**Majkl Korbat CEO Citygroup** praktikuje visoko zahtevne Spartak treninge, intenzivnu fitness rutinu koja je dizajnirana da maksimizuje mišićnu masu i poveća kondiciju. Njegove vežbe uključuju igranje skvoša, sklekove i dizanje tegova sa 15 sekundi odmora između serija.

Ovaj spisak bi mogao da se produži unedogled jer svaki uspešan poslovni čovek generiše svoju energiju, koncentraciju i izdržljivost nekim vidom redovnog vežbanja. Ako namervate da budete dugo uspešni u svom poslu i zdravi onda se ugledajte na milijardere i uvedite fitness aktivnosti u svoju redovnu praksu.



## MENTALNI FITNES

Audio trening

---

**Čitav naš život je rezultat naših dominantnih misli.**

*Seren Kjerkegor*

---

Odavno je utvrđeno da čovek postaje ono što misli da jeste, a da mu je u tom poslu prvi pomagač njegova samouverenost, stepen verovanja u sebe. Ne ono što pomisli ili priželjkuje za sebe nego ono što misli da jeste i veruje da može postati. Najbolji dokaz za ovu tvrdnju je životna priča Arnolda Palmera golf igrača. Palmer je počeo kao prosečan igrač golfa koji godinama nije mogao da postigne rezultat ni na lokalnim takmičenjima. Imao je odličnu tehniku i udarce ali nikako nije uspevaio da to pokaže na zvaničnom takmičenju. I baš kada je počeo da razmišlja o napuštanju golfa dobio je pehar za treće mesto na nekom malom turniru na kojem je pročitao ovu pesmu koja mu je promenila život.

Ako misliš da si pobeđen onda i jesi.  
Ako misliš da ne smeš da se usudiš, nećeš se usuditi.  
Ako bi želeo da pobediš ali misliš da ne možeš,  
Gotovo je sigurno da nećeš.  
Bitke života ne dobija uvek onaj ko je jači ili brži.  
Pre ili kasnije čovek koji pobeđuje  
Jeste onaj koji misli i veruje da može da pobedi.

Jedino što mu je trebalo za uspeh bilo je pozitivno očekivanje od svakog udarca i svakog turnira, da se usudi da misli i veruje da će pobediti, trebala mu je samouverenost. Od tada njegova karijera je krenula vrtoglavo napred i postao je jedan od najvećih i najplaćenijih golf igrača svih vremena. Dakle, isti čovek sa istim sposobnostima ali sa novim uverenjima i mislima od prosečnog igrača postaje šampion sveta. Ništa novo nije naučio, samo je oslobodio svoje postojeće znanje i sposobnosti. A šta mislite da li neka slična sposobnost čuči u vašem umu blokirana vašom nesigurnošću? Zamislite kakav bi to promašen život bio da ste najbolji golf igrač na planeti ali ste zbog svoje nesigurnosti propustili da tu sposobnost otkrijete u sebi i da je prikazete svetu? Šta mislite koju sposobnost ili talenat sakriva vaša nesigurnost u dubinama vaše ličnosti? Sad sam vas zaintrigirao i pretvorio u lovce na blago koje se krije negde u vama, ali se nadam i da sam pokrenuo vaš bes prema blokatoru vaših talenata broj jedan - prema nesigurnosti. Razvijajte svoju samouverenost jer ona je ulaznica u čudesni svet vaših talenata.

## **4 nivoa produktivnosti** koje treba zahtevati od zaposlenih

