

PREDUZETNIK ONLINE

Cloud Coaching  Magazine



Mentor upravljanje

Kako da smanjite broj neuspešnih pregovora



Kako da izbegnete „menadžersku bolest“?



Uzorni model

Poslovna filozofija Sema Voltona osnivača Wal-Mart



CCM #47



ПРИВРЕДНА
КОМОРА
СРБИЈЕ
1857

ЦЕНТАР ЗА ЕДУКАЦИЈУ
организује



CLOUD COACHING WORKSHOP
Персонални тренер у компјутеру 24h/7



CLOUD COACHING WORKSHOP

5 базичних менаџерских вештина за повећање продуктивности и мотивисаности запослених

- Презентација
- Продуктиван састанак
- Мотивација запослених
- Делегирање
- Кориговање лошег учинка и понашања

Погледајте демо филмове са описом вештина на
<http://cloudcoachingmagazine.pks.rs/ccworkshop/>

Уколико сте заинтересовани за континуирано унапређивање ваших управљачких способности и развој тимова врхунских перформанси пријавите се на едукативној платформи Центра за едукацију ПКС!

edukacija@pks.rs
www.pks.rs

SADRŽAJ

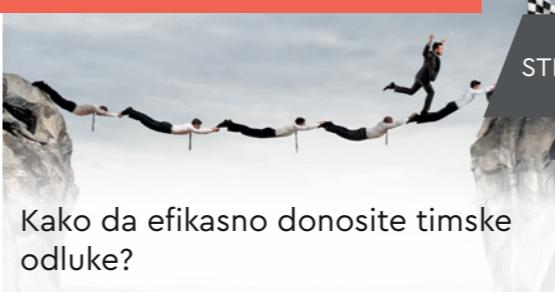
MENTOR - UPRAVLJANJE



STR 1

Како да смањите број неуспешних преговора

MENTOR - TIMSKI RAD



STR 5

Како да ефикасно доносите тимске одлуке?

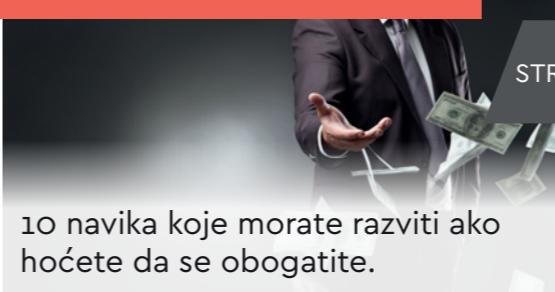
MENTOR - KORISNIČKI SERVIS



STR 9

Pad lojalnosti корисника = Pad прихода = Pad примanja?

POBEDNIČKI MENTALITET



STR 13

10 navika које морате развићи ако хоћете да се обогатите.

MENTALNI FITNES



STR 17

За шта год да се осећате спремним спремно је за вас

MENTOR - KOMUNIKACIJA



Побољшане interpersonalне вештине, повећан утицај на друге

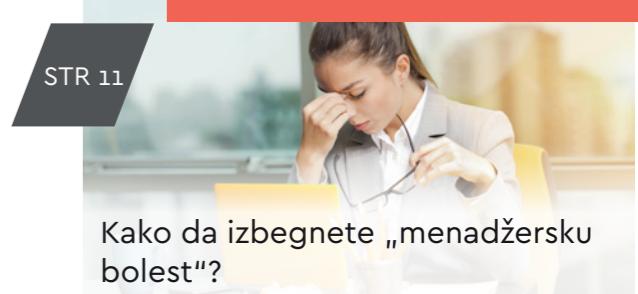
MENTOR - PRODAJA



STR 7

Вежба за унапређење продажне технике

KAKO DA



STR 11

Како да избегнете „менаджерску болест“?

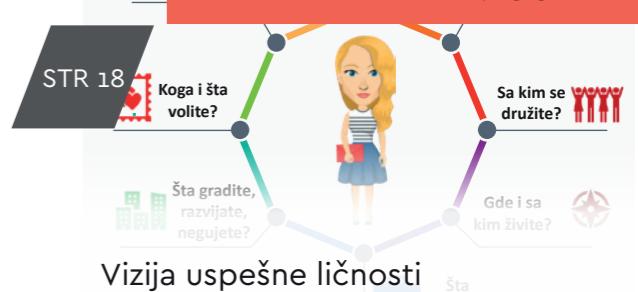
UZORNI MODEL



STR 15

Пословна филозофија Сема Волтона оснивача Wal-Mart

INFOGRAFIK



Визија успешне личности

KAKO DA SMANJITE BROJ NEUSPEŠNIH PREGOVORA

10 SAVETA ZA USPEŠNO PREGOVARANJE

STA

Saveti i tehnike za postizanje sjajnih dogovora umesto dovoljno dobrih dogovora ili umesto pristajanja na lošije dogovore nego što ste planirali.

ZAŠTO

Nije više tajna da od veštine pregovaranja u najvećoj meri zavisi da li će vaši poslovni rezultati biti loši, dobri ili sjajni. Pregovori se događaju svakog dana između vas i članova vašeg tima, vaših kupaca ili dobavljača, finansijskih institucija koje vas prate ili vaših investitora. Značajan deo poslovnih ljudi ipak oseća određenu nelagodnost u toku pregovora i kada oni postanu tvrdi imat će tendenciju ili da prekine pregovore ili da popusti drugoj strani da bi se ta „bitka“ okončala. Na taj način veoma često postižu lošije rezultate od onih koje su mogli da ostvare.

KAKO

Jedan od bazičnih ključeva za uspešno pregovaranje jeste vaša sposobnost da definisete raspon rezultata od onoga šta želite da postignete do toga na šta ste spremni da pristanete. Osnovni cilj pregovora je zato: dobiti bolje uslove ili rezultate

nego što biste ih dobili bez pregovaranja. Koji su to rezultati? Šta je vaša najbolja alternativa dogovora? To je standard u odnosu na koji svaki rezultat treba da bude meren. Drugi ključ pregovora je definisati, što bolje možete, koja su potrebe i ciljevi druge strane.

Sledeći saveti mogu da vam pomognu da smanjite procenat neuspešnih pregovora ili onih sa donjim prihvatljivim nivoom dogovora i da podigne procenat sjajnih rezultata.

1. **Odlučite koja je vaša startna pozicija** ili vaša donja prihvatljiva tačka na kojoj ste spremni da prihvate dogovor.
2. **Razmotrite ciljeve i emocionalnu motivaciju druge strane.**
3. **Planirajte sekvence vašeg predloga i moguće kontra predloge.** Otvorite pregovore na najvišoj tački koju razumno možete da zahtevate jer vam to ostavlja prostor za pregovore.
4. **Pripremite se za sastanak definisanjem vaših motiva i ciljeva:** Zašto vi pregovarate? Šta očekujete da dobijete od pregovora i zašto je to važno za vas? Šta mislite šta treba da ponudite da biste to postigli?
5. **Budite potkovani informacijama, činjenicama, uporednim cenama ili troškovima i sl.** Izbegnite ulazak u pregovore u kojima se



možete prikazati kao ne informisani ili nerazumno agresivni.

6. **Potrudite se da druga strana prva da ponudu** ili predlog to će vam omogućiti da uzdržite svoj odgovor i namestite parametre pregovora u vašu korist. Mada neki eksperti sugerisu da vi prvi postavite svoj predlog na sto, ipak je više upotrebi stari model čekanja na drugu stranu, jer vaš predlog omogućava drugoj strani da otvorit pregovore na povoljnijoj tački koju vi niste mogli da anticipirate. Izvežbajte unapred taktike za odlaganje vašeg izjašnjavanja i načine da najpre izvučete predlog druge strane.
7. **Započnite sa diskutovanjem tačaka oko kojih ste se već usaglasili** ili nagovestili usaglašavanje – neke stvari koje odgovaraju obema stranama.
8. Kada treba da predložite dogovor ili da iznesete ponudu koristite fraze kao što je: **mi ćemo učiniti to i to za vas a vi ćete za nas uraditi ovo.** Takve jasne i odlučne fraze uspostavljaju poverenje i autoritet u isto vreme.
9. **Iznesite svoje argumente i predloge uopšteno i strateški.** Izbegnite da nagovestite ili odmah iznesete tačku koja je blizu vaše donje granice prihvatljivosti. Držite se u svo-

joj glavi i diskusiji podalje od te tačke kao da je ona neprihvatljiva za vas pa joj se polako približavajte ali tako da druga strana to doživljava kao vaše velike ustupke.

10. **Odredite vremenski okvir** kada je najbolje za vas da zaključite pregovore. Ako je druga strana spremna za zaključenje dogovora, a to je i vama prihvatljivo, onda ćete ovako olakšati dogovor i izbeći preduge pregovore u kojima se najčešće pojave nepredviđeni problemi. Ako druga strana još nije spremna onda će ova vaša odlučnost da privredete kraju dogovor uticati na odlučnost i druge strane. Što se pregovori više odgovlače manje su šanse da će se završiti sa uspehom. Vreme šteti pregovorima. Bolje je da vi prvi presečete stvar i gurnete drugu stranu u dogovor ili uštedite sebi izgubljeno vreme na neuspešnim pregovorima.

Zapamtite: vaš cilj je da ostvarite ono što vi želite da postignite i samo to predstavlja pravi uspeh u pregovorima. Donja prihvatljiva granica dogovora je nešto što apsolutno morate da postignite ili nema dogovora. Ovo nisu iste stvari u pregovorima i u tom prostoru se nalazi raspon rezultata pregovora od dobrih do sjajnih. Krajnji cilj poslovnih pregovora je da proizvedete dve zadovoljne strane i otvorite put budućim pregovorima i dugoročnoj saradnji. Dugoročna saradnja je vrednija od trenutne pobede u pregovorima i u tom pravcu treba da pripremite svoje ustupke

KADA

Napravite karticu sa deset saveta i počnite da ih uvodite u svoju praksu već na narednim pregovorima. Potreban je kritičan broj ponavljanja i rutine da bi ove tehnike i saveti postali vaša veština zato startujte odmah jer nedostatak ove veštine košta.

Zašto:

Najozbiljnije greške nisu napravljene kao rezultat pogrešnih odgovora. Najopasnija stvar je postavljanje pogrešnog pitanja.

Piter Draker

KAKO DA POVEĆATE UTICAJ NA SARADNIKE I KLIJENTE

**POBOLJŠANE INTERPERSONALNE VEŠTINE,
POVEĆAN UTICAJ NA DRUGE**

ŠTA

Provereni i efikasni načini da poboljšate svoje interpersonalne veštine i povećate uticaj na saradnike i klijente.

ZAŠTO

Zato što mnogi ljudi provedu više vremena na poslu radeći sa ljudima nego sa proizvodima ili na radnim procesima. Zato što je fokus na interpersonalne veštine u takvim slučajevima najproduktivniji način pristupa poslu.

KAKO

Navećemo neke od najvećih prepreka za efektivno korišćenje interpersonalnih veština i savete kako da ih prevaziđete.

Prepreke u slanju poruke. Ako primetite da često zbunjujete ljude i da ne uspevate jasno da prenesete svoju poruku onda je dobar način da to prevaziđete fokus na balans između onoga što želite da kažete i onoga što želite da postignete postavljanjem pitanja: Da li želite da ubeđite sagovornika? Da li želite da ga motivišete? Da li jednostavno želite da informišete? Da li že-

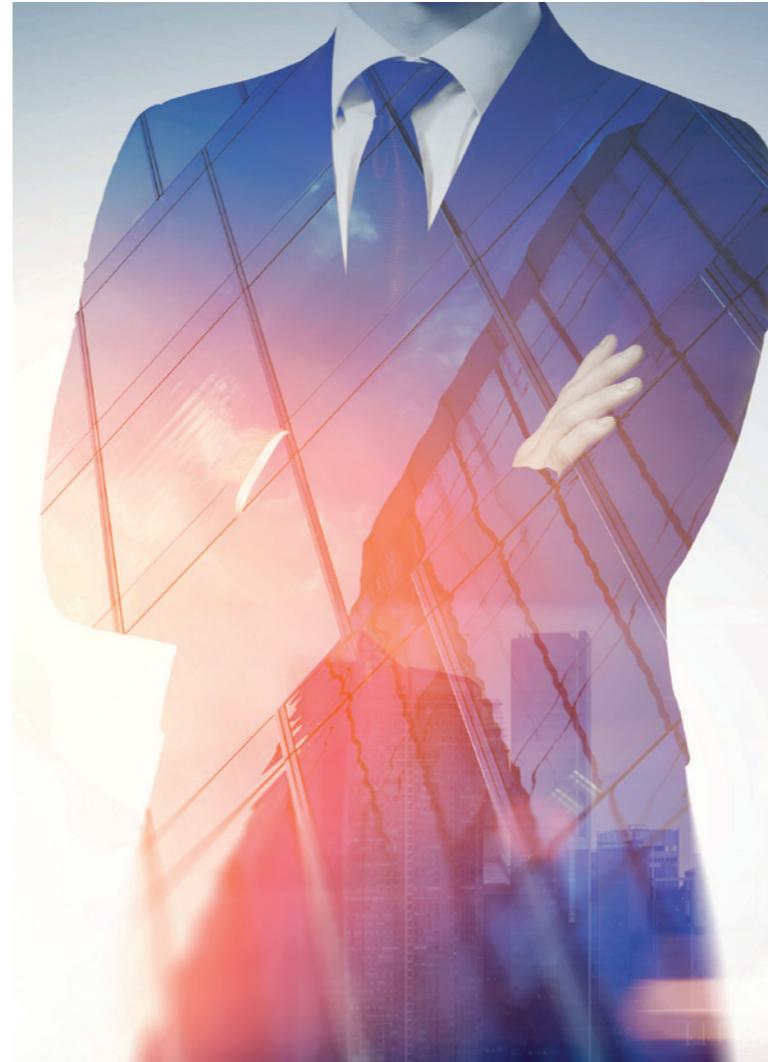
lite da uspostavite ili poboljšate odnos? Razjasnite to prvo sebi.

Prepreke u primanju poruka. Mi čujemo i razumevamo brže nego što pričamo i zbog toga nam je često teško da saslušamo kraj poruke naših sagovornika i misli nam odlutaju ili prekidamo sagovornika svojim govorom. Da biste se izborili sa ovom preprekom potrebno je da naučite tehnike aktivnog slušanja koje uključuju razumevanje pozadine iza reči koje slušate i razumevanje osećanja i namera vašeg sagovornika.

Prepreka u razumevanju ili dekodiranju poruke. Ova prepreka se pojavljuje kada ne uspete u potpunosti da shvatite poruku zbog lošeg prijema, loše interpretacije ili nepotpune informacije. Najčešći problem je neuskladenost poruke sa neverbalnom komunikacijom. Veći deo neverbalne komunikacije je nesvestan i vaš sagovornik ne razume kakvu poruku šalje a ipak taj govor tela može da otkrije više od reči. Naučite da čitate govor tela i značajno ćete unaprediti svoje interpersonalne veštine.

Upravljanje razlikama. Ljudi imaju jedan malo zapužen ali sveprisutan talenat da se lako ne slože oko svega i svačega: šta je uzrokovalo problem, kako ga rešiti, koje vrednosti su dobre a koje loše, koje ciljeve treba postaviti, kako ih dostići; lista je nepregledna. Zbog ovoga je uvažavanje i upravljanje razlikama između ljudi jedna od najvažnijih veština koje možete usvojiti. I zaista možete dobiti veliku prednost u komunikaciji ukoliko naučite da uvažavate razlike drugih ljudi. Ključ je da prepoznete da u mnogim situacijama suočavanje sa konfliktom nije lošije rešenje od izbegavanja konflikta. U stvari suočavanje sa konfliktom na vreme često rezultira pozitivnim promenama. Taj proces može voditi ka novom i kreativnijem rešavanju problema i poboljšanju organizacijskog radnog učinka i odnosa među ljudima.

Upravljanje dogovorom. Pomaganje saradnicima da dođu do dogovora bilo između sebe ili na nivou čitavog tima je veoma važno i zahteva veliku veština. Sinergija je jedna od najvažnijih stvari za kojom traga svaki tim lider jer je to zlatna žila produktivnosti. To je onaj momenat zajedničkog rada kada je timski rezultat mnogo veći od zbiru indivi-



može protumačiti kao destruktivnu kritiku sa tendencijom da ugrozi odnose i smanji produktivnost. Ako se dobro isporuči povratna informacija može da vodi ka poboljšanju razumevanja uzajamnih potreba i viđenja kao i ka unapređenju radnog učinka i produktivnosti. Traženje i uvažavanje drugog mišljenja je u osnovi dobrog davanja i primanja feedback-a.

Lični integritet. Integritet je jedna od temeljnih osobina za dobru i produktivnu komunikaciju sa drugima. Integritet znači bazično poštenje i istinoljubivost u odnosu sa drugima. To znači da ono što misliš treba da govorиш a ono što govorиш treba da radiš i iza toga stojiš. Lako reći ali teško za sprovesti zato je broj velikih lidera i uspešnih ljudi tako mali. Ipak raditi sa ljudima na otvoren način tako da se ne ugrožavaju njihovi interesi i da se vodi računa o interesima tima je način da se integritet demonstrira u praksi. Obična ljubaznost kao što je često korišćenje reči hvala i davanje pohvala ljudima kada to zasluge su tipovi ponašanja koji mogu da naprave veliku razliku vašim saradnicima. Bilo da ste lider ili član tima prepoznavanje doprinosa vaših kolega i priznavanje njihovih napora i rezultata je najbolji način za stvaranje pozitivne, harmonične i produktivne timskе atmosfere. Sa dobro razvijenim interpersonalnim veštinama moći ćete efektivnije da rešavate konfliktne situacije, radite produktivnije sa ostalima, pronalazite timski rešenja i postizete dogovore, radite sa više integriteta i etike i tako motivišete i inspirišete svoje saradnike. Ove veštine mogu da se nauče i razvijaju.

KADA

Primenite ove savete onda kada vam uticanje na druge ljudi da prihvate vaše sugestije, predloge i ponude bude presudno važno za uspeh u karijeri.

Zašto:

Ako se ne slažeš sa mnom znači da nisi slušao šta govorim.

Sem Markević



KAKO DA EFIKASNO DONOSITE TIMSKE ODLUKE?

DONOŠENJE ODLUKA I POSTIZANJE TIMSKOG KONSENZUSA JE KRUNA SASTANKA I NAJBOLJA GARANCIJA DA ĆE SE DOGOVORENO REALIZOVATI.

ŠTA

Tehnika za stimulisanje donošenja odluka o stvarima koje su diskutovane na sastanku i postizanje konsenzusa unutar tima.

ZAŠTO

Važno da svi učesnici sastanka učestvuju u donošenju odluka i da to potvrde jedinstvenim stavom i aklamacijom jer tako postaju „vlasnici“ tog zadatka i odgovorniji za izvršenje. Odluka donesena konsenzusom na sastanku isključuje u najvećem broju slučajeva otpor koji može stvoriti neformalni lider ili grupa koja može tih bojkotovati odluku, umanjivati njenu opravdanost i važnost i tako usporavati realizaciju. Ovo je naročito važno kod uvođenja promena u radni proces kada se otpor zaposlenih očekuje.

KAKO

Kada tim pokušava da doneše odluke i postigne konsenzus oko rešenja važno je da se svi učesnici uključe u diskusiju. Svi učesnici se moraju osećati prijatno i sigurno u pogledu poštovanja i pažnje za njihov doprinos. Usmeravanje sastanka u pravcu u kojem će se svi učesnici osećati sigurno da doprinesu diskusiji je pravi izazov za lidera. Postoji više tehniku koje vam mogu pomoći da vodite sastanak u atmosferi razmene i uzajamnog poštovanja koja će maksimizovati doprinos svih

učesnika. Navećemo neke od ideja za donošenje ili stimulisanje odluke.

Pitajte svakog učesnika za njegovo mišljenje. Pitanja kao: Kakvo je vaše mišljenje o... Kako ste došli do tog zaključka? Kažite nam nešto više o toj ideji?

Tražite detaljnija objašnjenja. Nijedan učesnik ne može tek tako da iznese mišljenje ili predlog a da ne pruži detaljno objašnjenje. Lider treba da traži da se sve ideje pojasne kako bi se izbegla nerazumevanja ili lutanja u diskusiji zbog nejasnih pojmoveva i predloga.

Parafrazirajte ideje i doprinose učesnika. Kada je vaš cilj razumevanje, ponovite odgovore učesnika. Pitanja kao: Ako sam vas dobro razumeo vi kažete...Milan predlaže da...

Pravite presek razvoja sastanka. Kada je mnogo ideja iskazano neophodno je sumirati informacije. Lider može da sumira sam ili da zatraži od zapisničara da pročita samo glavne informacije i mišljenja.



Podržite i ohrabrite učesnike. Kada primetite da neko ne daje doprinos dajte mu reč. Niko od učesnika ne može da napusti sastanak a da nije izneo svoje mišljenje.

Ponovo fokusirajte pažnju tima. Periodična pitanja: Jesmo li na pravom putu? Je li ovo jedan od ciljeva koji smo identifikovali? Da li možda limitiramo svoje razmišljanje? Postoji li još neki način da se to uradi?

Posvetite pažnju neslaganju u mišljenjima. Kada postane očigledno da pojedini članovi tima ne mogu da se usaglase morate im se obratiti na poseban način i posvetiti vreme pojašnjenu razlika. Greška da se ne primeti neslaganje može kasnije puno da košta. Pitanja kao: Mislim da imate drugačije mišljenje, hoćete li da nam ga iznesete? Osećam da se ne slažete sa ponuđenim rešenjima, da li biste mogli da nam objasnite zašto?

Proveravajte da li je tim postigao konsenzus. Periodično u toku sastanka čekirajte dogovor. Ovo pomaže timu da dođe do zaključka o stvarima koje su već prodiskutovane a dogovor je ostao da lebdi u vazduhu. Pre nego odete na pauzu proverite u čemu ste se već složili.

KADA

Pošto su u modernim i uspešnim kompanijama promene u radu svakodnevna pojava onda je i efikasno postizanje konsenzusa na sastancima metod koji treba uvesti odmah. Na prvom naредnom sastanku koristite ovu listu i примените najveći broj saveta za postizanje odluka. Nemojte čekati da budete savršeno izvezbani da biste počeli, najbolje se uči kroz praksu. Morate da skočite u vodu da biste vežbali plivanje.

Zašto:

Ako želite da me uzdignite vi sami morate biti na višem nivou od mene.

Voren R. Ostin

VEŽBA ZA UNAPREĐENJE PRODAJNE TEHNIKE

KAKO DA SVOJ TIM PRODAVACA IZVEŽBATE U NAJEFIKASNIJOJ PRODAJNOJ TEHNICI?

ŠTA

Vežba za unapređenje prodajnih veština vaših prodavaca.

ZAŠTO

Zato što je prodaja jedna od najsloženijih poslovnih veština i nikada ne možete preterati u vežbanju svog prodajnog tima. Brzo snalaženje u prodajnim situacijama i nagonsko reagovanje maniom vrhunskog prodavca je nešto što biste želeli da vidite kod vaših prodavaca.

KAKO

U ovoj vežbi učesnici će biti u prilici da praktikuju najefektivniju a najbržu prodajnu tehniku DPK (Dobrobit, Prednost, Karakteristike). Većina ljudi u prodaji se fokusira na karakteristike onoga što prodaju, manji broj se fokusira na prednosti svog proizvoda u odnosu na konkurenčiju a najmanji broj prodavaca se fokusira na dobrobiti ili benefite koje kupac ima od tog proizvoda. Većina prodaje ono što proizvod jeste a ne ono što proizvod daje kupcu ili na koji način proizvod poboljšava njegov život. Ova vežba treba da pomogne učesnicima da shvate značaj prodavanja dobrobiti i prednosti u odnosu na karakteristike proizvoda a još važ-

nije da instiktivno svoju prodajnu prezentaciju fokusiraju na prednosti i benefite svakog proizvoda koji prodaju.

Cilj: Izvesti brzu prodaju u roku od 60 sekundi koristeći DPK tehniku.

Šta vam je potrebno za izvođenje ove vežbe:

- ▶ Imate dve opcije koje možete koristiti: selekciju kartica sa imenima predmeta ispisanim na njima ili selekciju predmeta.
- ▶ Predmeti (bilo da su predstavljeni karticama ili ne) mogu da budu svakodnevni objekti. Na primer: spajalice, mobilni telefon, penkalo, sat, ram za slike, kamera, otvarač za flaše ...

Izvođenje vežbe:

- ▶ Postavite kartice ili predmete na sredinu stola i zamolite sve učesnike da sednu u krug.
- ▶ Objasnite im da svaki učesnik treba da izabere jedan predmet, da osmisli kratku prodajnu prezentaciju i pokuša da ga proda ostalim učesnicima za 60 sekundi. Prvo ih pustite da sami smisle taktiku prodaje a potom zahtevajte da im prodajna prezentacija bude bazirana na tehnici DPK. Neka sami uvide razliku! Dobro objasnite učesnicima suštinu metodologije DPK. Dajte im ovaj primer sa mobilnim telefonom koji ima specijalnu zaštitu od pada i oštećenja:
- ▶ **Dobrobit:** Investicija u ovako sofisticiran model telefona nije mala ali je mogućnost da ga slučajno ispuštite i trajno oštetite prilično velika. Zamislite scenario u kojem ste konačno odlučili da investirate novac u novi model telefona, ponosno ga pokazujete prijateljima, uživate u njegovim brojnim funkcijama, naviknete se na taj konfor a onda ga slučajno ispuštite i nemate ga više ali sada više nemate ni novac koji ste u njega uložili. A zamislite sada da imate telefon koji se ne može ošteti prilikom pada. Samo ga podignite i koristite a ne morate opet da ullažete novac u kupovinu tog istog telefona.
- ▶ **Prednost:** Da li znate da se statistički većina telefona trajno ošteti zbog pada na zemlju.



Ukoliko ovaj model telefona ispuštite na zemlju sa visine od dva metra iz bilo kog ugla on će preživeti pad i nastaviti normalno da funkcioniše. Zato je ovaj model u prednosti nad ostalim modelima telefona.

- ▶ **Karakteristika:** Telefon ima specijalni zaštitni omotač koji sprečava njegovo oštećenje prilikom pada.
- ▶ Zamolite dobrovoljca da počne da prodaje predmet koji je izabrao u roku od 60 sekundi.
- ▶ Posle svake prodaje zatražite od učesnika da daju povratnu informaciju i svoje mišljenje o kvalitetu te prodaje.
- ▶ Nastavite sve dok svi učesnici ne izvedu uspešno svoje prodaje.
- ▶ Kada svi završe svoju originalnu prodajnu prezentaciju objasnite im DPK tehniku i zamolite da pripreme novu DPK prodajnu prezentaciju.
- ▶ Kada svi završe i sa ovim krugom prodaja započnite sa diskusijom.

Varijacija:

- ▶ Posle par krugova sa običnim predmetima postavite na sto proizvode ili usluge koje vaša kompanija prodaje i nastavite sa vežbom.

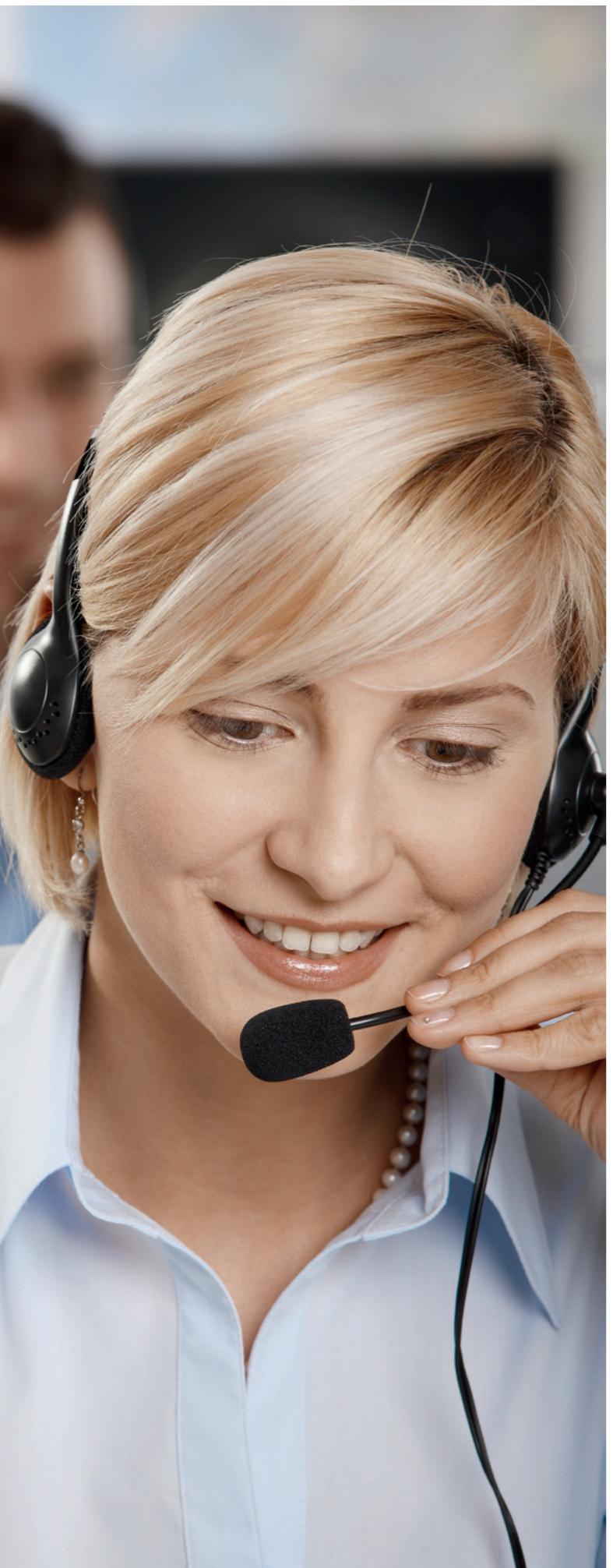
Diskusija:

- ▶ Koji deo DPK tehnike je najvažniji za donošenje prodajne odluke? Šta se događa ukoliko samo opišete proizvod i precizno iskažete njegove karakteristike? Šta se događa kada kupcu objasnite šta taj proizvod njemu daje a ne šta on jeste? Gde sve možete da koristite tehniku DPK osim u direktnoj prodaji proizvoda? (Očekujte odgovore u prodaji ideja ili argumentata drugima)

Zašto:

Na svaku prodaju koju izgubite zbog prevelikog entuzijazma izgubićete 100 zato što niste imali dovoljno entuzijazma.

Zig Ziglar



PAD LOJALNOSTI KORISNIKA = PAD PRIHODA = PAD PRIMANJA?

DA LI VAŠI ZAPOSLENI RAZUMEJU POSLEDICE PROSEČNOG KORISNIČKOG SERVISA NA OPSTANAK VAŠEG POSLA?

ŠTA

Naučićelete tehniku kako da kod svojih zaposlenih razvijete svest o potrebi posvećenog odnosa prema korisnicima i motivišete ih da pružaju vrhunski korisnički servis koji će stvarati lojalne korisnike vaših proizvoda i usluga.

ZAŠTO

Nije više tajna da je za većinu kompanija lojalnost korisnika ključ za buduću profitabilnost i rast. Kompanijske analize poslovanja i stručna štampa su prepuni primera i dokaza koji demonstriraju snažnu vezu između odanosti korisnika i profitabilnosti.

KAKO

Na svakom tržištu nesporna je činjenica da zadržavanje korisnika:

- Snižava cenu usluga zato što korisnici poznaju svoju ulogu u procesu
- Snižava troškove marketinga
- Često vremenom povećava kupovinu
- Povećava otvorenost za kupovanje novih i različitih proizvoda
- Privlači nove korisnike



	Korisnički rejting	Ponovni korisnici	Voljni da preporuče
Potpuno zadovoljni	5	90%	96%
Donekle zadovoljni	4	56%	71%
Ni zadovoljni ni nezadovoljni	3	12%	19%
Donekle nezadovoljni	2	7%	10%
Veoma nezadovoljni	1	3%	7%

Sprovedeno je opsežno istraživanje o povezanosti korisničkog rejtinga i lojalnosti korisnika i kompanije su doble precizan pokazatelj važnosti ovog segmenta posla za ukupni uspeh i održivi razvoj kompanije. Razumevanje tokova prihoda koje lojalni korisnici predstavljaju zahteva od svake osobe u kompaniji da fokusira svoje napore u stvaranju boljih odnosa sa korisnicima.

Analiza ove tabele može mnogo da pomogne u razumevanju procesa stvaranja lojalnih korisnika. Jasno je iz samo jednog pogleda na tabelu da samo potpuno zadovoljni ili prezadovoljni korisnici postaju lojalni i spremni su da preporuče vaše proizvode i usluge. Dakle cilj svakog zaposlenog mora biti da stvori takvo korisničko iskušto koje će ga učiniti prezadovoljnim što radi sa vašom kompanijom. Ovo mora postati jasno svakom zaposlenom i postavljeno kao njegov glavni radni zadatak i cilj svakog dana kada se pojavi na poslu, ne samo zbog posvećenosti poslu nego i zbog sopstvenih primanja. Veoma važan podatak je u koloni tri (3) Ni zadovoljni ni nezadovoljni korisnici a takvih je najviše jer prosečna usluga

koju pružaju zaposleni ostavlja upravo ovakav utisak na korisnike. Nismo napravili neki značajniji prekršaj ali nismo ih ni impresionirali ničim, emocija minus beskonačno utisak apsolutna nula. Tački korisnici a njih je najveći broj zapamtite spremni su samo 12% da budu ponovo vaši korisnici a samo 19% da vas preporuče! Znači prosečan rad bez naročitih grešaka koji skoro svi zaposleni smatraju dovoljnim je u stvari katastrofalan učinak kada je u pitanju glavni cilj njihovog posla: Zadržavanje i stvaranje lojalnih korisnika.

Fokus pitanje: Ako je vama i vašim saradnicima posle analize ove tabele jasna ključna veza između prihoda, primanja, lojalnog korisnika i vrhunskog korisničkog iskustva koliko puta mesečno ćete imati kreativne sastanke za iznalaženje načina da od slučajnih korisnika napravite lojalne?

KAKO

Onda kada budete smatrali da je važno da svakom zaposlenom postavite ključno pitanje svakog dana: Kako da od ove osobe napravimo lojalnog korisnika?

Zašto:

*Nije dovoljno znati, treba to primeniti.
Nije dovoljno hteti, treba to raditi.
Johan Wolfgang Gete*

KAKO DA IZBEGNETE „MENADŽERSKU BOLEST“?

KONSTANTNI STRES NA POSLU JE JEDAN OD GLAVNIH UZROKA LOŠIH POSLOVNIH REZULTATA, NERVOZE I AGRESIVNOSTI U POSLOVNOM I PRIVATNOM ŽIVOTU, „MENADŽERSKE BOLESTI“ I KOLAPSA ORGANIZMA

ŠTA

Postaćete svesni simptoma „menadžerske bolesti“ ili povišenog intenziteta stresa i načina na koji možete da ublažite posledice ovog stanja na vašu produktivnost, raspoloženje i zdravlje i da sprečite mogući fizički i mentalni kolaps zbog kontinuiranog poslovog preopterećenja.

ZAŠTO

Zato što je konstantni stres na poslu jedan od glavnih uzroka loših poslovnih rezultata, nervoze i agresivnosti u privatnom životu, „menadžerske bolesti“ i kolapsa organizma a svakako i uzrok broj jedan za nastanak najtežih oboljenja u ljudskom organizmu.

KAKO

„Menadžerska bolest“ je uzrokovana produženim stanjem stresa koji se nije prepoznao i čije se posledice nisu ublažavale ili eliminisale iz organizma u dužem periodu. Uticaj stresa na ljudsku sposobnost i zdravlje je nevidljiv i zato tako opasan. Najčešći vidljivi

uzroci su preopterećenje radnim aktivnostima i nagomilanim problemima, odlaganje akcije, loše rešavanje problema ili nemogućnost da se saradnicima kaže NE i sl. Jednostavno ljudi koji trpe stalni stres na poslu gube ogromno vreme na rešavanje problema, ne umeju da se organizuju, da planiraju i kontrolišu svoj posao i tako smanjuju svoju produktivnost.

Kontinuirani menadžerski stres koji se ne ublažava tehnikama za eliminaciju stresa iz organizma neminovno vodi ka „sagorevanju na poslu“ (Burnout) ili kolapsu radnih, fizičkih i mentalnih sposobnosti. Sagorevanje na poslu može dovesti do fizičkih senzacija i nelagodnosti kao što su znojenje dlanova, nesanica, anksioznost i uznemirenost ali i do složenijih posledica po zdravlje kao što su povišen krvni pritisak i kolaps.

Kolaps zbog menadžerskog stresa je ozbiljan zdravstveni problem koji čoveka može da odvoji od posla nekoliko nedelja dok mu se nepovrati fizička snaga ali i nekoliko meseci dok mu se ne vrati mentalni fokus, volja i želja za radom. Mnogi ljudi ne prepoznaju simptome sve dok ne dožive kolaps ili nervni slom.

Svesnost je 90% rešenja!

Prvi korak u borbi sa menadžerskom bolesću je svesnost o postojanju kontinuiranog stresa i njegovog uticaja na ljudski organizam. Ćelije u našem organizmu imaju samo



Simptomi „menadžerske bolesti“:		
Telo	Emocije	Ponašanje
Hronični zamor	Pad motivacije	Sklonost ka raspravama
Oslabljen imunitet	Povišena uznemirenost	Sklonost ka svađama
Poremećaj spavanja	Slaba pažnja	Povišena agresivnost
Bol u grudima	Anksioznost	Nezainteresovanost
Bol u mišićima i napetost	Depresija	Povlačenje iz društva
Glavobolje i migrene	Povišena osetljivost	Korišćenje alkohola i droga
Bolovi u vratu i leđima	Padovi raspoloženja	Prejedanje ili gubitak apetita
Stomačne tegobe		Grickanje noktiju

dva modaliteta funkcionisanja Rast i Odbranu ili zaštitu. Kada dopustite nekoj situaciji ili osobi da vas dovede u stanje stresa vaša nadbubrežna žlezda počinje da proizvodi hormone stresa kortizol i adrenalin koji dolaskom do mozga uzrokuju povišenu uznemirenost, brigu, strah i agresivnost koja odmah snižavaju vašu inteligenciju na pola, dakle problem sada rešavate samo sa 50% svoje inteligencije. Nije ni čudo što se sve više nervirate i brinete jer sa tom prepolovljenom pameću ne vidite rešenje i izlazak iz te situacije. Druga posledica je što vam mozak šalje takozvana Bori se ili Beži (Fight or Flight) informaciju i stanje svesti. Zašto? Zato što je stres nekada mobilisao naše telo da se spasi od sabljastog tigra koji je htio da dobručuje i

tada nam je ova hemijska reakcija u organizmu spašavala život. Sada tu eksplozivnu energiju preživljavanja koristimo za agresivno ponašanje prema drugima koji nas ugrožavaju ili prema sebi jer ne uspevamo da nađemo izlaz iz te situacije. A kada je telo u tom operativnom modelu onda naše ćelije ne rastu zato što se bave odbranom. Problem je što se tada naš imuni sistem gasi jer on radi samo kad ćelije rastu. Zato je po najnovijim naučnim saznanjima 95% bolesti uzrokovano stresom a stvarni razlog je blokiran rad imunog sistema ili našeg unutrašnjeg lekara u telu.

Aktivnosti koje mogu da pomognu u većini slučajeva da se posledice stresa ublaže:

→ **Fizičke vežbe → Vežbe relaksacije → Vežbe dinanja → Joga → Meditacija → Ishrana bogata povrćem i voćem → Učenje nove veštine → Hobi...**

Postoji definitivna veza između dobrog planiranja slobodnog vremena i relaksacije i uspeha u poslovnim aktivnostima. Na kraju nasmejete se češće u toku dana a naročito sebi.

KADA

Stres je tihi ubica, a vi odlučite kada ćete ga eliminisati iz svog zdravstvenog kartona.

Zašto:

Pesimista je čovek koji u svakoj mogućnosti vidi problem.

Optimista je čovek koji u svakom problemu vidi mogućnost.

Vinston Čerčil

10 NAVIKA KOJE MORATE RAZVITI AKO HOĆETE DA SE OBOGATITE

POSTAĆETE BOGATI SAMO AKO FIKSIRATE SVU SVOJU PAŽNJU NA BOGAĆENJE

Da li je teško postati evro milioner kroz preduzetnički posao? Neumoljiva statistika koja beleži da manje od 1% stanovnika nerazvijenih država kakva je i naša uspe u ovom izazovnom poduhvatu kaže da nije teško nego gotovo nemoguće izvesti taj podvig. Većina avanturista odustane na pola puta ali neki ljudi to ipak urade. Kako? Gubitnici u ovoj igri vole da misle da je u pitanju sreća ili nizak moral ili kum na visokom položaju i mada ima i takvih slučajeva oni nisu pravilo nego izuzetak od pravila. Analiza milionera koji su sami sebe stvorili pokazuje jednu zajedničku karakteristiku: moraš biti opsativno i strasno vezan za svoj san o uspehu da bi postao uspešan. Proučite spisak od deset opsacija ili strasnih navika koje svaki milioner poseduje i procenite koliko toga možete da upišete na svoj sadašnji spisak navika i videćete koliko ste blizu bogatstva.

1. Milioneri su opsednuti svojim snovima i ciljevima. Oni imaju visoku ambiciju i spremni su da preduzmu rizične akcije da bi je ostvarili. Oni su strasni i neumorni u svojoj misiji uspevanja a to znači da svaki dan o tome intenzivno misle i nešto rade. Uvek imaju jasno definisane ciljeve sa tvrdim rokovima.

Ne štede sebe i ne plaše da sebi postave nemoguće izazove. Imaju i To Be i To Do listu i dugoročne i kratkoročne ciljeve i znaju tačno šta žele da budu i poseduju. Ljudi iz srednje klase teže konforu i sigurnosti a milioneri izlaze na crtu života svaki dan i gone sebe uvek iznad proseka. Oni veruju samo u mogućnosti koje su sami sebi stvorili. Milioneri ne čekaju budućnost da ih srećno pronađe oni svakog dana stvaraju svoju budućnost u umu strasnim željama i fokusom.

2. Oni su opsednuti čitanje i sticanjem novih znanja. Milioneri su izuzetno radoznali ljudi i ne prestaju da uče i saznavaju sve što mogu o svetu oko njih. Bil Gejts čita jednu knjigu nedeljno čitavog života a Voren Bafet čita najmanje 5h svakog dana a to su dva najboga-



tija čoveka na svetu već decenijama. Čitanje proširuje njihov referentni okvir, produbljuje im misao i čini ih mudrijim za donošenje pravih poslovnih odluka.

- 3. Oni rade opsativno na jačanju svojih najvećih kvaliteta.** Milioneri se ne fokusiraju na svoje slabosti u pokušaju da ih ublaže jer bi tako postali samo prosečni. Oni se fokusiraju na svoje najveće talente i snage i to uporno razvijaju sve dok u tome ne postanu izuzetni i preteknu svoju konkureniju. Rade oni i na svojim slabostima ali 80% vremena i snage koriste za jačanje svojih kvaliteta i talenata.
- 4. Njihova opsacija je svakodnevno napredovanje i rušenje svih prepreka na putu uspeha.** Uspeh retko dolazi glatko i nikada ne ide stalnom uzlaznom putanjom. Uglavnom je to jedan korak napred dva koraka nazad. Kada dođu iskušenja u formi poraza, grešaka i neuspeha milioneri nauče sve što mogu iz te situacije a potom pale svoj buldožer i nastavljaju uporno da guraju dalje. Tajna uspeha je u istrajnosti ili u ne odustajanju, toliko jednostavna a tako teška za izvođenje milionima ljudi ali ne i milionerima.
- 5. Milioneri su opsednuti sa napornim radom i tvrdom, mentalnom igrom.** Milioneri ne igraju ništa na pola, oni se drže stare izreke: Pobednici igraju samo na pobedu, gubitnici igraju da ne izgube. Bilo da se radi o dodatnom radnom naporu ili o teškom mentalnom izazovu milioneri ne uzmiču i uvek daju sve od sebe ne štedeći se. Spremni su da podnesu žrtvu i da plate visoku cenu da bi ostvarili svoj cilj. Iskusni milioner će uvek pitati početnika preduzetnika: Reci mi koliku si žrtvu spremjan da podneseš za ostvarenje svog sna i ja će ti reći da li ćeš i kada uspeti.
- 6. Milioneri su opsednuti stvaranjem različitih priliva novca.** Iako su opsednuti svojim primarnim poslom milioneri uvek tragaju za prilikom da diversifikuju svoj posao i investiraju u nove mogućnosti jer znaju da je teško izbeći povremene neuspehe i da je zato potrebno imati uložen novac na više poslovnih planova. Oni se ne fokusiraju na trošenje novca nego na investiranje i oplodnju novca.
- 7. Milioneri su opsednuti druženjem sa uspešnim ljudima.** Iako cene rad i upornost milioneri znaju i vrednost „mreže“ i okruženja pravih ljudi. Paze koga zapošljavaju i sa kim se druže. Oni vole da se okruže pozitivnim ljudima koji su sanjari i koji žive izvan zone konfora i vole ljudi sa drugaćijim gledištem od njihovog da bi mogli nešto novo da nauče.
- 8. Milioneri su opsativni proučavaoci života i ljudi.** Oni ne provode samo dane razmišljanjem o svojim ciljevima i načinima da ih ostvare nego razmišljaju analitički i o svom životu, familiji, društvu, sreći, prijateljima. Ova filozofska dimenzija njihove ličnosti im omogućava da razviju kreativno i strateško razmišljanje i u poslu i dođu do rešenja koja vode ka uspehu.
- 9. Milioneri uporno trgaju za povratnim informacijama od drugih ljudi.** Sve što ostvarite u poslu uspećete uz pomoć klijenata i saradnika. Najbolji način da obezbedite njihovu podršku je da im tražite povratne informacije o poslu i usluzi koju pružate. Milioneri su dobri slušaoci jer se ne plaše kritike i objektivne istine. Znaju da će im iskrena kritika brže otkriti slabe tačke i omogućiti im da ih poprave pre nego konkurenca to iskoristi.
- 10. Milioneri su opsednuti sa prevazilaženjem očekivanja.** Oni se uvek trude da idu taj ekstra kilometar kako bi izdvojili sebe od prosečnih ljudi i zato su uvek za korak ispred konkurenca. Uspešni ljudi postavljaju pitanje: Šta ljudi očekuju od mog posla? Kako da prevaziđem ta očekivanja? Kako da im ponudim nešto jedinstveno i iznenađujuće dobro? Milioneri su ljudi koji stalno napreduju i ne zaustavljaju se i zato stalno prevazilaze i svoja i očekivanja drugih ljudi.

Zašto:

Uspesi to su vam one retke stvari koje sretnete posle serije svakodnevnih neuspeha.

Vinston Čerčil



SEM VOLTON KAKO SE PRAVI NAJVEĆA KOMPANIJA NA SVETU?

POSLOVNA FILOZOFIJA SEMA VOLTONA OSNIVAČA WAL-MART

Sem Volton, jedan od najvećih biznis ikona 20-og veka, rukovodio se sa sledećih deset pravila uspešnog poslovanja koji su mu omogućili da stvari „monstruoznu“ kompaniju:

1. **„Budite posvećeni svojoj kompaniji.** Verujte u nju više od bilo kog drugog. Mislim da sam svaku svoju manu uspeo da ispravim tako što sam strasno radio svoj posao. Ne znam da li se rodite sa tom vrstom strasti ili se ona uči ali znam da vam je potrebna. Ako volite svoj posao radićete ga svakog dana ulazeći maksimalne napore i ubrzo će se svi zaraziti vašom strašću kao virusom.
2. **Delite profite sa svojim zaposlenima i saradnicima i tretirajte ih kao „Partnere“.** Zauzvrat i oni će vas smatrati za partnera a ne za gazdu i zajedno ćete postići učinak o kome niste ni sanjali. Ohrabrite svoje saradnike da postanu akcionari kompanije. Ponudite akcije po sniženoj ceni i garantujte da će dobiti akcije kada odu u penziju. To je najbolja stvar koju smo mi kao kompanija ikada uradili.
3. **Motivišite svoje „Partnere“.** Novac i poseđovanje akcija nisu dovoljni. Stalno, iz dana u dan, morate da smisljate nove načine kako da motivišete svoje zaposlene, svoje partnere i kako da ih stavljate pred nove izazove.
4. **O svemu pričajte sa svojim „Partnerima“,** prenosite im sve informacije. Što više znaju, bolje će razumeti. Što bolje razumeju više će mariti za kompaniju. A kada počne da ih bude briga onda ih niko neće zaustaviti.

5. **Pokažite da cenite sve što vaši saradnici čine za kompaniju i posao.** Plata i davanje akcija će svakako garantovati jednu vrstu lojalnosti kod vaših saradnika. Ali svi volimo da nam se kaže koliko neko ceni ono što činimo za njega. Ništa ne može da se meri sa dobro odabranim, pravovremenim i iskreno izrečenim rečima pohvale.
 6. **Slavite svoje uspehe.** Svoje neuspehe okreinite na šalu. Nemojte sve uzimati za ozbiljno. Opustite se i svi će se oko vas opustiti. Uživajte i zabavljajte se. I uvek pokažite ogromni entuzijazam za posao i kompaniju.
 7. **Slušajte svakoga u svojoj kompaniji.** Nađite načina da ih naterate da govore. Ljudi koji su u prvim redovima, oni koji razgovaraju sa potrošačima su upravo oni koji znaju šta se tačno događa u spoljnjem svetu (van kompanije). Bolje bi bilo da i vi saznate to što i oni znaju. Upravo u tome leži totalni kvalitet.
 8. **Premašujte očekivanja svojih korisnika.** Ako to učinite oni će se stalno vraćati. Dajte im ono što žele i još malo više. Pokažite im da ih poštujete. Izvucite nešto dobro iz svojih grešaka i ne pronalazite opravdanja za njih, već se jednostavno izvinite.
 9. **Kontrolišite svoje troškove bolje od svoje konkurenčije.** Eto gde uvek možete da nađete izvor konkurenčke prednosti. Već 25 godina Wal-Mart je poznat kao najveći maloprodajni lanac u zemlji. Nalazimo se na prvom mestu u našoj privrednoj grani jer imamo najniži racio troškova prodaje.
 10. **Plivajte uzvodno.** Idite na drugu stranu. Ignorišite konvencionalne mudrosti. Ako svi nešto rade na jedan način moguće je da ćete svoj prostor za uspeh pronaći ako krenete baš u suprotnom pravcu.“
- Kao što možete da uočite na Semovoj listi poštovanje zaposlenih je centralni princip. Čak sedam od deset pravila su posvećena poštovanju zaposlenih i njihovom dobrom tretmanu. Volton je takođe dokazao da postoji magičan reciprocitet između načina na koji kompanija tretira zaposlene i načina na koji oni tretiraju korisnike. Ako hoćete da poboljšate korisnički servis prvo poboljšajte odnos prema zaposlenima. Sem je kao lider to dobro znao i zato je Wal-Mart prva kompanija koja je razumela korisničku revoluciju i postala pobed-
- nik u toj važnoj poslovnoj disciplini. Svi moderni, liderски principi se mogu pronaći na listi: i komunikacija, i motivacija i upravljanje ličnim primerom. Komunikacija je glavna alatka za izgradnju poverenja, zato Sem kaže: „Slušajte svakoga u kompaniji i pričajte o svemu sa svojim zaposlenima/partnerima. Dajte im sve informacije, šta je glavni cilj, kako oni mogu da pomognu i gde se trenutno nalazimo.“ Sem je dobro razumeo značaj dva ključa za efektivno liderstvo: poverenja i komunikacije. Lider mora ukazati poverenje zaposlenima da bi oni razvili poverenje u lidera. To je rezultat višegodišnjih naučnih studija o liderstvu a Sem je tu istinu znao pre naučnog dokaza i potvrdio je u praksi. Jedan od osnovni liderских zadatka je stimulisanje posvećenosti zaposlenih ka vrhunskom kvalitetu rada. Sem daje savet liderima da vode primerom: „Budite uzorni model posvećenosti radu, timovima, kompaniji, jer ta posvećenost i entuzijazam lidera su zarazni.“ Najnovije psihološke studije učenja kažu da ljudi uče 90% vizuelno a samo 10% verbalno. „Slavite uspehe a neuspehe okreinite na šalu. Budite optimista i entuzijasta...“ kaže Sem. Dvadeset godina posle njegovih reči stručnjaci su izmerili da Entuzijazam i optimizam podižu produktivnost za 35%. Posebne kompanije se danas bave izgradnjom kompanijskog optimizma. To što je Volton sredinom dvadesetog veka isticao da morate tragati za rešenjima koja niko do tada nije sproveo i „plivati uzvodno“ od konkurenčije je tek danas potpuno jasno kada su kontinuirano stvaranje pozitivnih promena i inovativnost uslov # 1 za uspeh kompanija. Da li su Semova pravila potvrđena u praksi ne treba pitati jer je stvorio kompaniju za koju radi više od 4 miliona ljudi širom sveta i ima prihod veći od 1.000 milijardi \$. A da li je njegova biznis filozofija izdržala probu vremena i da li je možemo smatrati aktuelnom odgovor smo dobili u potvrdoma brojnih, savremenih studija. Sve što treba da uradite je da primenite 10 Semovih pravila uspešnog poslovanja, juče.

Zašto:

Bukvalno je tačno da najbolje i najbrže uspevate pomažući drugima da uspeju.

Napoleon Hil

MARK VIKTOR HANSEN

**ZA ŠTA GOD DA SE OSEĆATE SPREMnim
SPREMNO JE ZA VAS.**

Kako dovodite sebe u stanje da se osećate spremnim, zrelim za neki poduhvat? Tako što verujete da ćete moći i tako što verujete da ćete uspeti. Ključni glagol je verovati, i to verovati uprkos nemogućnostima, preprekama, trenutnim neuspesima, lošim šansama, verovati uprkos svemu. Osećanje spremnosti za akciju plus stav ja to mogu da uradim plus slika pozitivnog ishoda jednako Optimizam. Što više optimizma imate to je više stvari spremno za vas. Pobedničke ličnosti su sve bez izuzetka veliki optimisti. Uvek imaju osećanje da su dorasli izazovima života, osećanje da imaju moć da stvari obave i vide sliku dobrog rezultata koji ih očekuje. Pobednici imaju čvrsto verovanje, moćan stav i svetu viziju.

Da li su ovi kvaliteti naročiti talenti, kao što je to lep glas i apsolutan sluh pa ih ili imamo ili nemamo kao ličnost? Ne, ovo nisu nasledni nego stičeni kvaliteti i svaki čovek može da ih izgradi i razvije u sebi. Svako može da postane veliki optimista pa i vi.

Današnji trening je prilika da donešete odluku da ćete razviti optimizam svoje ličnosti i uvećati moć ostvarivanja ciljeva. Uzmite neku aktivnost ili posao koji sada obavljate. Izdvojite se na mesto na kojem možete biti sami i gde vas neće uzne-miravati. Proces stvaranja vizije zahte-



va razmišljanje u miru i tišini. Zaustavite tok misli o vašim dnevnim aktivnostima i ispraznite um kako biste otvorili prostor svojoj kreativnosti i mašti. Što ste opušteniji i što vam je um slobodniji od dnevnih briga i obaveza to vam je lakše da vizualizirate. Opustite mišice na telu, dište duboko i sporo. A sada zamislite sebe kako ste postigli uspeh u tome što radite. Neka ta mentalna slika onoga što hoćete da postignete bude jasna i detaljna. Vidite sebe na toj slici. Šta je to što radite? Šta govorite? Kako ste obučeni? Ko je još sa vama na slici? Kako se ljudi ponašaju prema vama? Kako se vi osećate to je važno? Šta osećate za ljude oko sebe? Zamišljajte što više detalja i proizvedite što jasnije osećanje zadovoljstva zbog uspeha. Pogledajte sada oko sebe i vidite šta sve posedujete, kuće, kola, imanja, kompanije, porodicu, prijatelje. Sedite u vaš auto iz snova i provozajte ga. Prošetajte se vrtom oko vaše vile i osvežite se u bazenu. Vizualizirajte svoj uspeh svakodnevno po nekoliko minuta sve dok vaš um ne prihvati tu sliku kao jedinu moguću i u nju snažno ne poveruje. Razvijte strasnu želju da postanete ličnost iz vaše vizije. Nemojte vršiti voljne napore pri posmatranju vaše slike uspeha, volja samo kvari vizualizaciju pobjede. Imaginacija je jača od volje i zato samo zamišljajte i opustite se. Važna je emocija, osetite da ste zadovoljni što ste sve to postigli. Da li ste spremni da ovu vežbu radite svaki dan i mesecima pa i godinama dok ne postignete svoj cilj?

Da li ste spremni da izdržite napade sumnje u moć ove tehnike da promeni vašu stvarnost ali moćne sumnje posle godinu dana bez ikakve promene na bolje? Najveći vizionari su najduže čekali na ispunjenje svoje vizije. Dužinom čekanja i izdržavanja se meri i veličina postignuća. Ništa što je vredno ne može vam stići brzo i bez velike muke i iskušenja. Život nije lutrija. Vizuelizacija je rudarski posao stvaranja dijamanta od grumena uglja verovanjem u svetlost unutar njegove mračne strukture. Zapamtite: Sposobnost da vidite sebe kako postizete svoj cilj u glavi i osetite trijumf u srcu je ključna veština za postizanje bilo kog uspeha u životu.

VIZIJA USPEŠNE LIČNOSTI

