

# PREDUZETNIK ONLINE

Cloud Coaching  Magazine



**STRATEGIJE  
ZA EFEKTIVNO  
POSTAVLJANJE  
CILJEVA SA TIMOM**



**10 NAČINA  
KAKO DA  
POVEĆATE LIČNU  
PRODUKTIVNOST**



**KAKO STRAH  
OD NEUSPEHA  
BLOKIRA VAŠE  
NAPREDOVANJE  
U KARIJERI**

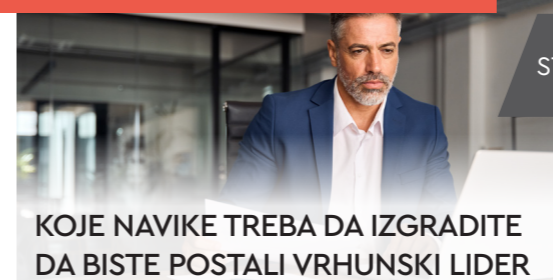


# CCM #63



# SADRŽAJ

## MENTOR - UPRAVLJANJE



## MENTOR - TIMSKI RAD



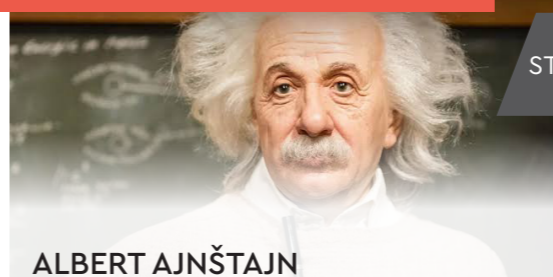
## MENTOR - KORISNIČKI SERVIS



## POBEDNIČKI MENTALITET



## MENTALNI FITNES



## MENTOR - KOMUNIKACIJA



## MENTOR - PRODAJA



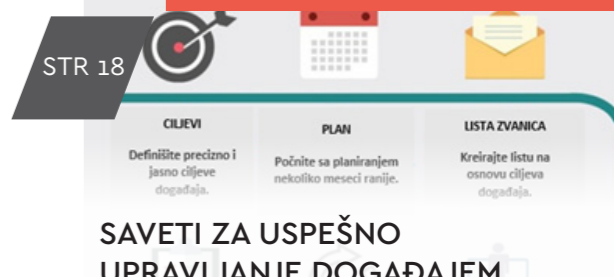
## KAKO DA



## UZORNI MODEL



## INFOGRAFIK



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!



## DNEVNA RUTINA USPEŠNIH LIDERA

### ŠTA

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

### ZAŠTO

Zato što efektivno liderstvo iako izgleda kao urođen talenat i laka stvar u stvari zahteva mnogo teškog rada na sebi i negovanje dobrih navika. Liderstvo se ne ograničava samo na razumevanje posla i sposobnost upravljanja sa timom. Istinski uspeh zahteva rad na personalnom razvoju i kontinuirano poboljšavanje

svojih veština i sposobnosti da radi sa drugim ljudima.

### KAKO

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

#### 1. Postavljaju ciljeve

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

#### 2. Delegiraju

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

#### 3. Ohrabruju i motivišu zaposlenih

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

#### 4. Procenjuju svoj napredak

Ako želi da ostane konkurentan i relevantan u ovom vremenu sprinterskih promena lider mora neprestano da evaluira svoj progres. Kaže se da su najuspešniji ljudi oni koji imaju najveći broj smislenih alternativa. Lider

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

*Teodor Ruzvelt*

zato mora dnevno da razmišlja o alternativnim načinima da se posao obavi efektivnije i efikasnije. Uslov za tu neprekinutu i plodnu kreativnost je neprestani personalni i profesionalni razvoj lidera.

#### 5. Nauče nešto novo svakog dana

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

#### 6. Uče iz grešaka

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

### KADA

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

# VEŠTINA KOMUNIKACIJE JE FAKTOR # 1 ZA NAPREDOVANJE U KARIJERI

## KAKO DA UKLONITE KOMUNIKACIONE PREPREKE I POVEĆATE UTICAJ

### ŠTA

Razumevanje komunikacionih faza radi uklanjanja prepreka koje nastaju u komunikaciji i čine vaš prenos stavova i informacija manje efektivnim a vaš uticaj na saradnike i korisnike slabijim.

### ZAŠTO

Zato što uspeh u obavljanju osnovnih liderskih aktivnosti kao što su upravljanje promenama i motivacija zaposlenih nalazi se u proporcionalnom odnosu sa vašom veštinom komunikacije. Da biste izrazili svoje zamisli efektivno kao što su vizija organizacije, strategija, ciljevi, planovi vi morate da vladate uspešnim prenošenje poruke na druge ljude. Kada niste uspešni u prenošenju poruka vaše zamisli ne zaživljavaju u umu drugih osoba i stvaraju takozvane komunikacione blokove koji se isprečuju pred vašim ciljevima i ometaju njihovu realizaciju. U nedavnim istraživanjima na univerzitetu Pittsburg u Katz Business School, koje je obuhvatilo preko 50.000 zaposlenih utvrđeno je da je veština komunikacije, dakle uklanjanja barijera, istaknuta kao faktor broj jedan u izboru menadžera ali i faktor broj jedan za uspeh u poslu. Uprkos sve većem značaju komunikacije

za uspeh kako pojedinca tako i organizacije većina zaposlenih se i dalje ne obučava u ovoj veštini i nastavljaju da se muče sa prenosom ideja nemoćni da efektivno izraze svoje stavove bilo u verbalnom ili pisanom formatu. Nedostatak veštine komuniciranja ih sasvim onemogućava da se kompetentno nadmeću na svom radnom mestu i isprečuju se pred njihovim napredovanjem u karijeri. Organizacijama to onemogućava efektivniju unutrašnju komunikaciju koja omogućava protok ideja i ojačava menadžment znanja kao jedan od značajnih faktora za stvaranje bogatstva u novoj ekonomiji.

### KAKO

Problemi u komunikaciji mogu da se pojave u bilo kojoj fazi komunikacionog procesa (pošiljalac, poruka, kanal, primalac, povratna informacija i kontekst) i kreiraju nerazumevanje i konfuziju. Lider koji žele da prenese svoje stavove i ideje na zaposlene mora da umanjí frekvenciju problema u svakoj fazi ovog procesa kako ne bi proizveo nerazumevanje i konfuziju. Umanjivanje frekvencije problema u komunikaciji zahteva najpre razumevanje svake od nabrojanih faza.

#### Pošiljalac.

Da biste sebe izgradili kao efektivnog komunikatora najpre treba da izgradite svoj kredibilitet. U poslovnoj areni potrebno je da ispoljite dobro znanje o temi, publici i kontekstu u kojem se poruka isporučuje. Naročitu pažnju treba da posvetite razumevanju publike (individue ili grupe kojoj se poruka isporučuje). Propust da dobro proučite publiku rezultiraće sa porukom koja nije shvaćen iako ste izvanredno poznavali temu i razumeli kontekst u kojem poruku isporučujete.

#### Poruka.

Razmotrite i samu formu poruke. Pisana, verbalna ili neverbalna komunikacija su pod uticajem metoda organizacije poruke, vrednosti argumenata, šta je rečeno a šta propušteno, glasa i tona pošiljaoca, njegovog telesnog stava i ukupnog stila komuniciranja. Poruka ima svoju intelektualnu i emocionalnu komponentu. Intelkt nam omogućava da unosimo smisao a emocije da pokrećemo motivacione okidače kako bismo promenili mišljenje slušalaca i pokrenuli ih u akciju.



#### Kanal.

Poruke se prenose kroz komunikacione kanale, kao što su verbalni uključujući sastanke licem u lice, telefonom, video konferencijom i pisane uključujući pisma, mejlove, poruke i izveštaje. Različiti kanali poseduju različite pogodnosti i slabosti. Na primer, nije posebno efektivno davati ljudima duge liste zaduženja verbalno a isto tako brzo ćete izazvati problem ako neko ga oštro kritikujete putem mejla.

#### Primalac.

Vaša poruka se isporučuje individualnim članovima vaše publike. Imajte na umu da svaki pojedinac iz vaše publike ulazi u komunikacioni proces sa različitim idejama i osećanjima koje će svakako uticati na njihovo razumevanje i izazvati različite reakcije nezavisno od vaše poruke. Majstorstvo komuniciranja jeste da svojim argumentima i motivacijom pronađete zajednički imenitelj i izazovete približno iste reakcije kod različitih pojedinaca u publici.

#### Povratna informacija.

Vaša publika će vam omogućiti povratnu in-

formaciju, bilo da je verbalna ili neverbalna reakcija na vašu poruku. Nemojte propustiti da se, u brzini i obavezama, fokusirate na taj feedback jer vam on omogućava da evaluirate efekat vaše komunikacije. Menadžeri se često fokusiraju na ono što treba da prenesu, na poruku a izostave analizu povratne informacije, dakle rezultata rada. Feedback je kontrola vašeg učinka komunikacije.

#### Kontekst.

Situacija u kojoj isporučujete poruku ima veliki uticaj na njeno razumevanje i prihvatanje. Kontekst uključuje i radnu sredinu (korporativna kultura), društvo u celini kao i širi, internacionalni kulturni milje. Barijere u kontekstu se često pojavljuju i kada pošiljalac ponudi previše informacija za datu situaciju ili ih prebrzo isporučí. Kada ste u nedoumici imajte na umu da je manje često više a sporije često brže stiže. Takođe je neophodno da razumete kulturne razlike koje postoje u vašoj organizaciji kako biste ljudima sa različitim kulturnom pozadinom mogli nesmetano da prenesete poruku.

*Razlika između lidera i menadžera je samo u veštini komunikacije.*

*Vinston Čerčil*

### KADA

Onda kada budete poželili da se sa uspehom uključite u prenos najvažnijeg proizvoda savremenog društva u kome živite – informacije.

# STRATEGIJE ZA EFEKTIVNO POSTAVLJANJE CILJEVA SA TIMOM

DA LI POSTAVLJATE CILJEVE SA TIMOM ILI ZA TIM

## ŠTA

Elementi i strategije za efektivno postavljanje ciljeva sa timom.

## ZAŠTO

Zato što uspešni lideri, između ostalih pozitivnih karakteristika uvek imaju jasno definisane ciljeve. Zato što menadžeri i rukovodioci iz prošlog veka nemaju definisane ciljeve i imaju neprestanu borbu i nerazumevanje u odnosima sa svojim zaposlenima, imaju poteškoće da motivišu tim i imaju samo jedan cilj; preživeti još jedan dan. Poznata je činjenica da individue i timovi koji imaju jasno definisane ciljeve postižu mnogo veće rezultate i imaju veću samouverenost. Zato što efektivni lideri postavljaju ciljeve sa svojim timom a ne za svoj tim. Lideri su svesni činjenice da uključivanje zaposlenih u postavljanje ciljeva garantuje i veću motivaciju i posvećenost tima u realizaciji tih ciljeva.

## KAKO

Prvi korak u postavljanju ciljeva je razumevanje karakteristika koje moraju da sadrže efektivno postavljeni ciljevi. Ovih pet karakteristika su podjednako važne i izostanak bilo koje od njih

u procesu postavljanja ciljeva može da oslabi i ugrozi čitav proces.

Kada postavljate ciljeve sa timom uključite sledeće aktivnosti radi motivacije članova tima.

**Uključite zaposlene u proces postavljanja ciljeva.** Jedna od najvećih grešaka koju rukovodioci prave je postavljanje ciljeva za a ne sa zaposlenima. Ljudi hoće da daju doprinos i učestvuju u postavljanju ciljeva za koje će imati odgovornost. Kada aktivno, svojim kreativnim rešenjima, informacijama od značaja i stavovima, učestvuju u postavljanju ciljeva zaposleni ih više ne osećaju kao eksterne ciljeve ili nametnute radne zadatke nego kao interne ciljeve ili kao zadatke koje su sami sebi dodelili i to ih više motiviše i obavezuje u realizaciji. Narodna poslovice kaže: volovi se vezuju za rogove a ljudi za reči. Kada se zaposleni u

procesu postavljanja ciljeva vežu za svoje reči ideje koje su izneli ili zajedničko obećanje da će završiti posao u roku koju su odredili onda je to jak motivacioni okidač za efikasno obavljanje zadataka. Bićete iznenađeni nivoom posvećenosti poslu ukoliko uključite zaposlene u postavljanje ciljeva.

**Pitajte svakog zaposlenog kako bi on taj posao odradio pre nego mu vi kažete kako.** To je najbolji način da ih uključite u proces postavljanja ciljeva. Tražite da iznose ideje o načinu izvođenja posla jer možete dobiti kreativnije i bolje pristupe. Ključ je i ovde, kao i kod svake

*Ako ne znaš gde ideš  
bilo koji put će te odvesti tamo  
Luis Kerol, Alisa u zemlji čuda*

dobre komunikacije, da slušate i postavljate pitanja.

**Neka ciljevi budu izvodljivi.** Budite sigurni da zaposleni ima sve informacije i resurse potrebne za ispunjenje zadatka. Pitajte ga za mišljenje da li je taj zadatak izvodljiv sa tim resursima koji su mu na raspolaganju i u rokovima o kojima raspravljate. Kada kaže da je posao izvodljiv onda ste izbegli sve zastoje i sve izgovore u vezi resursa i rokova kojih je inače bezbroj kada zaposlenom samo date rok i resurse bez objašnjenja.

**Neka ciljevi budu izazovni.** Ciljevi koji ne stavljaju izazov pred čoveka i tim nisu motivišući. Jedan od osnovnih motivatora za zaposlene, naročito za one koji su već ovladali rutinom posla, je naredni nivo posla ili uraditi bolje i više sa istim resursima koristeći samo pamet i veštinu. Ako dopustite da mediokritetski rezultati i naponi vladaju u vašem timu vi radite protiv sopstvenog uspeha ali i uspeha svih članova tima jer im onemogućavajte razvoj.

**Neka ciljevi budu značajni.** Većina ljudi hoće da shvati zašto rade taj zadatak. Hoće da shvate kako je taj zadatak povezan sa širom slikom organizacije. Ljudi će se više napregnuti ako znaju da rade nešto važno. Osnovni zakon motivacije kaže: ljudi se motivišu sa idejom koja je viša od njih samih i koja osmišljava njihov rad. Dajte im to veliko zašto je taj posao koji treba da obave značajan i važan za vaš tim a zašto za organizaciju i dobili ste visoko motivisan tim koji će posao obaviti kako valja i na vreme.

**Priznajte uspeh.** Svi ljudi žele da znaju da je njihov rad viđen i priznat. Zaposleni žele da ugođe lideru i da se njemu dokažu svojim radom i sposobnostima. Izdvojite vreme da priznate dobar posao makar pismenom porukom, tapšanjem po leđima ili jednostavnom rečenicom dobar posao i imaćete lojalne i vredne radnike.

## KADA

Tačan odgovor je: prilikom postavljanja narednog cilja za vaš tim.



# AKO HOĆETE DA SE OBOGATITE OD PRODAJE RAZVIJTE OVE 4 NAVIKE

**USPEŠNI PRODAVCI SU LJUDI  
KOJI SU STEKLI NAVIKU DA RADE STVARI  
KOJE SU NEUSPEŠNIMA  
NEPRIJATNE I TEŠKE ZA OBAVLJANJE**

## ŠTA

Upoznavanje sa navikama koje morate steći ako želite da budete vrhunski prodavac i da se obogatite od tog posla.

## ZAŠTO

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

svoju porodicu i poštovanje armije klijenata kojima su pomogli da dobiju ono što im treba.

## KAKO

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

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

**Navika pronalaženja šansi.** Svaki uspešan prodavac osiguranja će vam reći da je lakše prodati proizvod čoveku koji nije imao želju da ga kupi nego pronaći čoveka koji baš želi da ga kupi. Znači ako niste smišljeno razvili naviku da pozivate ljude koji ne žele da kupe vaš proizvod onda ste nesvesno razvili naviku da tragajte za ljudima koji žele da ga kupe što je glavni razlog zašto imate mali broj prodajnih šansi.

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

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

**Radna navika.** Da biste formirali ove pobedničke navike i pretvorili ih u deo svoje radne rutine

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

*Henri Ford*

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

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

## KADA

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

# KAKO DA PRILAGODITE KORISNIČKI SERVIS MOBILNOM KORISNIKU

## SAVETI ZA OČUVANJE VRHUNSKOG SERVISA U SUDARU SA TEHNOLOŠKIM TRENDOVIMA

### ŠTA

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

### ZAŠTO

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

### KAKO

Evo nekoliko principa i saveta za uspeh u tom poslu.

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

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

### Različiti ljudi preferiraju različite platforme.

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

- Možete koristiti neki od profesionalnih alati koje nude više komunikacionih kanala na jednoj platformi (Bontact). To korisnicima omogućava da lako odaberu način kontakta koji oni preferiraju (Facebook, Messen-

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

*Tomas Džeferson*

ger, Skype, e-mejl, tekst, telefon ili neki drugi). Takvi alati vam takođe daju mogućnost da pratite svaki pojedinačni odnos sa korisnicima i vodite konverzaciju preko više kanala. Pored konfora za korisnike to mnogo govori i o modernom pristupu i profesionalnosti vaše organizacije.

- Ohrabrujte ljude da vas kontaktiraju gde god možete. Istaknite te tačke pristupa na vašim postovima na društvenim mrežama, na website footer-ima, na sidebar dugmadima i na drugim mestima. Neka vaša publika vidi da ste otvoreni i raspoloženi za odgovor na sve korisničke zahteve i pitanje.
- Kreirajte temeljnu i bogatu bazu znanja i FAQ biblioteku kako bi ljudi mogli lako da lociraju odgovore pre nego vas direktno kontaktiraju. Mnogi žele da se tako obaveste a ne preko direktne komunikacije. Po nekim istraživanjima „milenijalci“ bi pre čistili WC nego razgovarali sa korisničkim servisom neke organizacije, toliko je prijatno to iskustvo u njihovoj perspektivi.

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

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

- Budite iskreno ljubazni. Ljudi mogu da prepoznaju lažnu ljubaznost a mlade generacije su posebno alergične na tu vrstu izveštačenosti.



- Ako primetite da neko preferira veseli ton sa vama u redu je da to prihvatite sve dok ostanete u okvirima dobrog ukusa. Koristite lagani humor, GIF-ovi i e-moji su dozvoljeni tamo gde je to primereno i inicirano od strane korisnika.
- Zapamtite, interakcija sa vašim potencijalnim kupcem ili lojalnim korisnikom je ista kao i bilo koja interakcija i odnos. Ma koliko da želite da im se dopadnete izgradnja poverenja je ipak mnogo važnija.

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

### KADA

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

## ŠTA

Saveti za povećanje lične produktivnosti.

## ZAŠTO

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

## KAKO

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

**1. Planirajte svoj izlazak sa posla.** Sutrašnja produktivnost počinje danas. Odredite vreme za napuštanje kancelarije i držite ga se. Navijte alarm sat vremena pre tog termina



# 10 NAČINA KAKO DA POVEĆATE LIČNU PRODUKTIVNOST

### ZDRAV POSLOVNI ŽIVOT ZAHTEVA ODREĐENU RUTINU I DISCIPLINU.

da vas podseti da „zapakujete“ sve započete poslove.

- 2. Planirajte sutrašnji dan.** Postavite svoje ciljeve i prioritete za sutra sat vremena pre spavanja da bi vaš kreativni um mogao da ih obrađuje dok spavate.
- 3. Postavite sebi radne granice.** Kada odzvoni vreme za polazak kući odmah ugasite kompjuter da vas „brzo“ čekiranje mejlova ne bi saplelo na izlasku, ugasite svetlo i zatvorite vrata. Ne vraćajte sve do sutrašnjeg početka rada.
- 4. Poštujte vreme za spavanje.** Dva, tri sata pred spavanje počnite svoj obred „davanja oduška“. Nema više telefona i veza sa spoljašnjim svetom (osim u slučaju urgentno-

sti) nema više priča o poslu, kupanje, šolja toplog čaja ili čokolade, lagano čitanje, bez televizije i gašenje svetla u planirano vreme.

- 5. Započnite svoj slobodan dan ispravno.** Probudite se u planirano vreme. Vežbajte dvadesetak minuta (trčanje, joga i sl.), doručkujte zdravo i obilno (nemojte preskakati doručak jer to utiče na nivo vaše energije čitavog dana) i napravite listu dnevnih aktivnosti u kojoj ćete prvo brinuti o vama samima i onome što biste vi voleli da radite.
- 6. Izbegavajte ili limitirajte vreme utrošimo na mejlove.** Nemojte da po dolasku u kancelariju prvo čekirate mejlove ili to vreme ograničite na najviše 15 minuta da ne ugrozi obavljanje važnijih stvari na vreme.

*Put ka uspehu je uvek u gradnji.*

*Arnold Palmer*

**7. Izbegavajte ili strogo limitirajte vesti i društvene mreže na internetu.** Ovo je još jedan potrošač vremena koji vas sa lakoćom udaljava od prioriteta. Odredite posebno vreme za proveru najnovijih vesti i ne popuštajte pred iskušenjima.

**8. Počnite dan sa čekiranjem vaše to do liste (lista prioriteta).** Nemojte je menjati osim u hitnim slučajevima jer ste je hladne glave napravili i zato je efikasna. Lako je podleći trivijalnim stvarima izjutra i posvetiti pažnju manje bitnim i lakšim poslovima.

**9. Radite u vremenskim blokovima.** Grupišite poslove i završite ih u predviđenom vremenu posvećujući se u potpunosti jednom po jednom bloku poslova. Skakanje sa posla na posao i automatsko odgovaranje na zahteve okoline je najsigurniji način za pad produktivnosti.

**10. Budite disciplinovani.** Kada završite sa određenim poslom, kao što je rad za određenog klijenta, nemojte mu se vraćati sve dok opet ne dođe vreme za sastanak sa njim. Lako je podleći iskušenju i uraditi još samo ovu stvar u vezi tog projekta ali oduprite se iskušenju. Tretirajte sve vremenske blokove sa podjednako važnošću, bilo da radite sa novim klijentom ili da obavljate neke dnevne zadatke. Ako ne održavate ravnotežu između trenutnih zaduženja i novih poslovnih šansi pad sa užeta produktivnosti je sasvim izvestan.

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

## KADA

Razume se odmah ili barem od juče.



## ŠTA

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

## ZAŠTO

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

## KAKO

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

**1. Tera vas na „ziherašku“ igru.** Taj duboko ukorenjeni strah od neuspeha u vašoj podsvesti neprestano sugerše da igrate na sigurno. Vi svesno znate da kalkulirani rizik jedini donosi veću dobit ali igrate i dalje na sigurno jer je tako mudrije. Ko kaže? Ako radite stvari na isti siguran i poznat način a očekujete bolje rezultate to je najsigurniji znak ludila po Ajnštajnu. Ako stalno popuštate pred strahom nikada nećete doći u „obećanu zemlju“ vrhunske zarade. A drugo ako igrate „ziheraški“ vi živite stalno u strahu, neslobodi i neprijatnom osećanju blo-



# KAKO STRAH OD NEUSPEHA BLOKIRA VAŠE NAPREDOVANJE

## ŠTA JE TO ŠTO SMANJUJE VAŠ KAPACITET DA ZARAĐUJETE VIŠE

kiranosti pa što se onda plašite neuspeha to je samo jednokratna neprijatnost posle koje imate novi pokušaj. Najveća ljudska dostignuća su postigli ljudi koji su doživeli velike neuspehe na tom putu, šta više najneuspešniji ljudi su postigli najveće uspehe. Zašto? Zato što su savladali strah od neuspeha i pokušavali ponovo i ponovo dok nisu uspeli. U zoni komfora se ne dele

nagrade nego samo pojasi za preživljavanje. Sledeći put kada čujete negativan glas skočite na njega i borite se kao da je lopov koji vam, krade novac iz džepa, što on u stvari i jeste. Ne igrate na sigurno jer to je put ka prosečnosti a tamo se ne dele visoka primanja i priznanja.

**2. Osuđuje vas na mentalitet oskudice.** Postoje dva puta u životu i biznisu. Jedan je put kojim većina ide a vodi u oskudicu. To je svet u kojem ničeg nema dovoljno. Nema dovoljno novca, šansi, veština nema dovoljno ničega. Jedino čega ima na pretek je mentalitet oskudice koji u tom svetu vlada i nameće pogled na svet koji je dirigovan strahom da se neće dobiti sve što se želi i izgovorima zašto je to nemoguće ostvariti. Pošto jedan od najdrevnijih zakona univerzuma i života kaže: slično se sličnim privlači, nije ni čudno što je život ljudi sa mentalitetom oskudice ispunjen nemanjem, neostvarenim snovima i nezadovoljstvom. Drugi put kojim nažalost samo retki idu je put izobilja. To je svet u kome ima dovoljno za svakoga ko je hrabar, ko pobeđi strahove i uporno pokušava da ostvari svoje snove. Ima dovoljno novca koji samo treba usmeriti u svoje džepove, dovoljno šansi za smele i preduzmljive ljude, dovoljno veština za usvojiti i uopšte izobilje svuda oko nas. Tu vlada mentalitet izobilja koji je inspirisan pogledom na svet koji veruje da će ostvariti sve što želi i daje odgovore kako da to sebi omogući. Promenite mentalitet oskudice i porazite strah od nedovoljnosti jer nikada nećete stići u zemlju izobilja ni vi, ni vaša porodica.

**3. Limitira šanse za povećanjem delokruga vašeg rada.** Čak i kada vam ide dobro u poslu vaš strah od neuspeha tiho limitira vaše želje i aktivnosti da povećate delokrug vašeg rada i preporučite se za više funkcije. On vas primorava da ostanete samo u svom poznatom okruženju i poziciji, da ne proširujete svoje kompetencije, ne tražite sve više odgovornosti, da ne povećavate svoju produktivnost previše i sl. A zašto? Zato što vam strah sugerše izgovore kako se produktivan rad ne isplati jer napreduje se samo preko veze a ne preko rezultata, ako radite više samo će vam dodeliti još poslova i sl. Nekada su ti izgovori racionalno sagledavanje loše kadrovske situacije

ali u najvećem broju slučajeva je to limitirajući strah koji blokira vaš lični razvoj. Ako vam ide dobro u poslu i možete više onda i radite bolje i produktivnije bez obzira da li ste odmah bolje plaćeni ili nagrađeni. Ako se ne razvijate kao profesionalac naudićete pre svega sebi jer nećete nikada biti zadovoljni ni svojim poslom ni napredovanjem u karijeri. Zato je imperativ svakog uspešnog profesionalca da radi svake godine više i bolje nego prethodne, to jedino garantuje razvoj i zadovoljstvo ličnosti a vremenom će biti nagrađeno i napredovanjem u karijeri i većim primanjima.

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

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

## KADA

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

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

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

### 1. Vaša preduzetnička ideja.

Vaša ideja za otpočinjanje posla je najveći re-

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



# 5 „UNUTRAŠNJIH UZORNIH MODELA“ USPEŠNIH PREDUZETNIKA

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

*Alfred Montaper*

naboj u sebi. Dakle često analizirajte i poboljšavajte svoju prvobitnu ideju.

### 2. Vaša preduzetnička avantura.

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

### 3. Stari dobri model pokušaj, pogreši, izvuci pouku i pokušaj ponovo.

Od samog početka pronalaženja dobre ideje za svoj posao pa tokom čitave operacije postavljanja posla na noge i uspostavljanje održivog poslovanja jedan metod mora neprestano biti u upotrebi jer ima jak motivacioni potencijal u sebi: pokušaj, pogreši, izvuci pouku i pokušaj ponovo. Ovaj niz aktivnosti i spremnost da se on uporno ponavlja sve dok se ne ostvari uspeh je ključ za izdržaj pred iskušenjima preduzetničke avanture. Zašto? Zato što su greške u procesu izgradnje uspešnog posla neminovno pratilac iza koga slede neuspesi, razočarenja, sumnje, brige i nagon za odustajanjem. Taj kritičan niz negativnih misli i osećanja je toliko moćan da se na njemu slomi većina ljudi i odustane od novih pokušaja i zato je neophodno usvojiti automatski odgovor na greške pitanjem: šta iz ovoga mogu da naučim kako bih pokušavao na drugačiji način da ostvarim uspeh? Čim ste mozgu postavili pitanje šta mogu da naučim od ovoga odmah ste neutralisali negativni naboj greške jer u njoj tražite i očeku-

jete mudrost a ne očajanje jer ste neuspešni. A tu je odmah i rešenost da se traži novo rešenje i pokuša ponovo jer smisao učenja jeste upravo u korigovanju grešaka. Tako smo naučili da hodamo i pričamo dve najsloženije radnje padajući i grešeći sve dok nismo ovladali tim procesima i veštinama. Na primer kada pokušavate da definišete svoju poslovnu ideju a ne uspevate da dođete do kvalitetnog i originalnog rešenja koje garantuje uspeh vi ne treba da očajavate nego treba odmah da počnete da analizirate tržište još detaljnije, da pričate sa ekspertima iz te industrije, da izvršite istraživanja među potencijalnim korisnicima i sl. A kada konačno definišete svoju ideju i krenete u realizaciju morate biti svesni da ne postoji savršen poslovni model i da je neprestano potrebno improvizovati u toku puta i koristiti stari dobri model: pokušaj, pogreši, izvuci pouku i pokušaj ponovo.

### 4. Vizija i dodatna vrednost za korisnike.

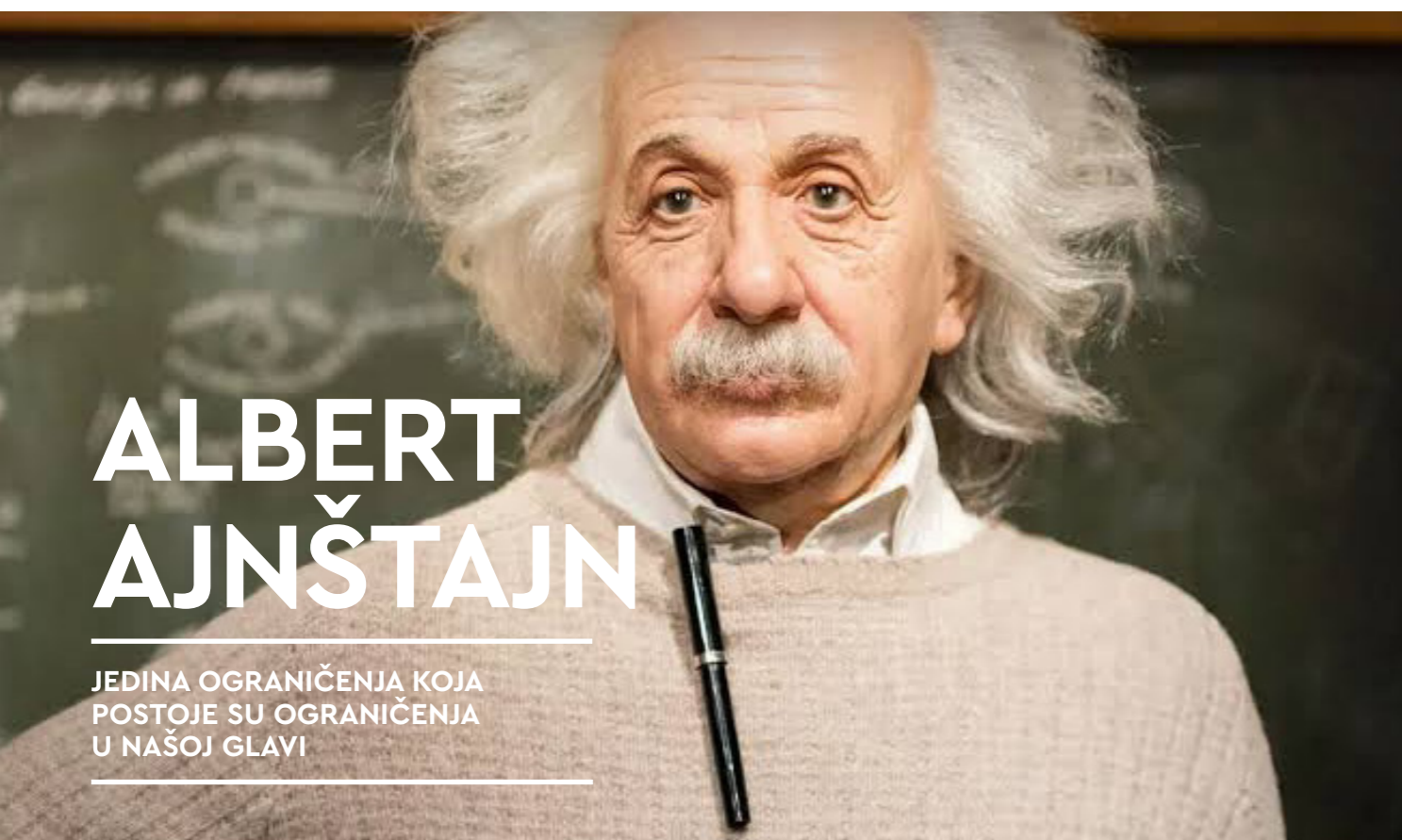
Jasno definisana vizija vašeg posla sa fokusom na rešavanje nekog društvenog problema ili zadovoljenje neke potrebe korisnika je jak motivacioni okidač. Strast da se pomogne ljudima da unaprede svoj život, učine ga lakšim, zdravijim, lepšim, vedrijim i slično je energija koja će vas voditi kroz sve prepreke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

### 5. Proslavljanje malih uspeha.

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

Svi u početku verujemo da ćemo uspevati u svemu što radimo u životu ali vremenom kako ne uspevamo da ovladamo nekim sposobnostima na željenom nivou i za željeno vreme mi počinjemo da sumnjamo, tražimo odstupnicu u rečenici: Nisam talentovan za ovu oblast i potom odustajemo. A ko vam to ograničava nivo sposobnosti i vreme za njeno sticanje. Da li je to propisano nekim zakonima o sposobnostima, o prolaznim vremenima za sticanje veštine i slično. Ne, takvi zakoni ne postoje. Takve predrasude o talentu i sposobnostima usvajate vi sami pod uticajem okoline i potom ih učitavate u svoj um kao

da određenom materijom, dakle svako od nas ima talenta, ali se razlikujemo po vremenu usvajanja veštine. Potvrdu ove definicije u praksi svaki dan vide nastavnici u školama. Znanje koje su najnapredniji učenici usvojili u prvom razredu, svi učenici, bez obzira na nivo sposobnosti za učenje, usvoje u drugom razredu. Sva deca nauče da pišu i računaju ako im se da dovoljno vremena. Da, najtalentovaniji će brže ovladati, ali zašto bi ovi drugi odustali i propustili da u životu ovladaju određenom sposobnošću? Evo jedne ohrabrujuće istine: Svaki čovek ako veruje u sebe i da sebi dovoljno vremena može ovladati bilo kojom veštinom ili znanjem. Is-



# ALBERT AJNŠTAJN

JEDINA OGRANIČENJA KOJA POSTOJE SU OGRANIČENJA U NAŠOJ GLAVI

istine i uverenja. Hajde da razbijemo ovu predrasudu koja je mnoge ljude sputala u njihovom ličnom razvoju, predrasudu da je talenat neka urođena, bogomdana sposobnost, koja se ima ili nema. Zna li šta je talenat? To je ono što poseduje Leonardo da Vinči kada uzme olovku u ruke i stane pred beo papir. Ne, to je genijalnost, ali o tome ćemo drugi put. Evo stručne definicije talenta: Talenat je količina vremena koje je potrebno onome ko uči da savlada određenu materiju. Dakle, količina vremena je ključno merilo talenta. Što znači da bi svako ukoliko da sebi dovoljno vremena mogao da ovlada

ključivo od vas zavisi u čemu ćete biti talentovani, to jest od vašeg verovanja da možete da usvojite određenu materiju i istrajnosti dok u tome ne uspete. Vi odabirate u koju ćete sposobnost verovati i vi odlučujete da uložite truda koliko god bude trebalo dok ne uspete da usvojite tu sposobnost. Ako već niste donesite sad odmah odluku kojim veštinama, znanjima i sposobnostima ćete ovladati u svom životu. Poslušajte Ajnštajna i nemojte sebi sužavati obim životnih postignuća jer granice vaših dostignuća ne postoje u realnosti osim onih koja stvarate u svojoj glavi.

## SAVETI ZA USPEŠNO UPRAVLJANJE DOGAĐAJEM – AKTIVNOSTI PRE DOGAĐAJA



### CILJEVI

Definišite precizno i jasno ciljeve događaja



### PLAN

Počnite sa planiranjem nekoliko meseci ranije



### LISTA ZVANICA

Kreirajte listu na osnovu ciljeva događaja



### POTVRDA DOLASKA OD STRANE GOSTIJU

Identifikujte osobe koje dolaze i pronađite zamenu ukoliko neko odustane



### PODSETNIK

Pošaljite/objavite podsetnik za održavanje događaja



### PERSONALIZACIJA

Personalizujte poziv koji šaljete za događaje

