

Електролуks-Elektroluks-Electrolux

www.electrolux.com.mk-www.elektroluks.com.mk

Dobro je znati

Razmišljajmo i ucimo zajedno: Principi kreativnosti i inovativnosti



Principi kreativnosti i inovativnosti podizanja ekonomske ucinkovitosti poslovanja hotelijersko - turistickog poduzeca

Prisustvo na međunarodnom tržištu i uspješno poslovanje zahtijeva od poduzeca primjenu novih tehnoloških dostignuca, ali isto tako i djelotvornu kreativnost i primjenu inovacija, što ce povecati proizvodnost rada, smanjiti troškove proizvodnje, poboljšati kvalitetu proizvoda i usluga, pridonijeti povoljnijoj tržišnoj poziciji i, konacno, omogućiti ostvarenje zadovoljavajućeg finansijskog rezultata.

[Opširnije...](#)

Organizacijski životni ciklusi

Brojni analiticari uspoređuju poslovnu organizaciju sa živim bicem. Firme se rađaju, odnosno osnivaju, nakon cega prolaze određene razvojne faze te na kraju umiru, odnosno bankrotiraju. Rijec je o teoriji životnih ciklusa koja se može primijeniti i na trgovacke Firme .

Voljeti ono što radite

Danas je uvriježeno mišljenje da se ne bismo Firme trebali zadovoljiti radeci posao koji ne volimo. Govorimo sebi da je život prekratak da bismo provodili radno vrijeme radeci bilo što manje od idealnog te nastavljamo tražiti savršeno radno mjesto. To postane opasno ako nam naša potraga za idealnim poslom usmjeri buducnost jer tako propuštamo život koji nam je dostupan u ovom trenutku.

Razmišljajmo i ucimo zajedno: Jesam li menadžer ili lider?

Nadamo se da Vas je clanak iz prošlog broja o aktivnom slušanju potaknuo na razmišljanje? Jeste li se zapitali kako slušate? Nastavit cemo naše razmišljanje u ovom broju kroz temu usko povezanu sa slušanjem, a koja je pored njega vezana za naš uspjeh u poslu.

cesto nam se dešava da ne uocavamo stvari u svom ponašanju koje utjecu na naš uspjeh dok nam netko ne ukaže na njih ili, u lošijoj varijanti, kada zbog njih naš rad rezultira neuspjehom. Jedna od bitnih stvari je naš odnos s ljudima u našoj radnoj sredini (bilo da se to odnosi na ljude kojima smo nadređeni ili radne kolege) kao i s

Електролуks-Elektroluks-Electrolux

www.electrolux.com.mk-www.elektroluks.com.mk

Ljudima koji su naši klijenti.

Proces ucenja I prodaje, nove tendencije u prodaji, elementi procesa ucenja

Kontinuirano obrazovanje, odnosno ucenje, postaje jedan od standarda ne samo radnih odnosa, vec živiljenja općenito. Nedavno je Macedonnskoj vlada je donio zakonski propis kojim se regulira cjeloživotno obrazovanje odraslih osoba. Takve propise vec imaju gotovo sve razvijene zemlje, a sama ta cinjenica ukazuje na važnost stalnog ucenja bez obzira na radni status i životni godinama .

Ucenje je proces koji unutar Firme rezultira povecanjem konkurentnosti ljudskih resursa što, pored ostalog, rezultira poboljšanjem produktivnosti i kvalitete. Rijec je o procesu koji je planiran i formaliziran. Međutim, ucenje se realizira i neformalno, bez planskih postupaka.

Ljudski faktor

Danas u 21. Veku . Ljudski faktor, kao i njegovo zadovoljstvo kljuc su uspjeha svih uspješnih poduzeca diljem svijeta.

Sve do nedavno vrijednost poduzeca izražavala se u kolicini nekretnina koje posjeduje, u vrijednosnim papirima i u svim ostalim materijalnim i opipljivim dobrima. Danas se ta vrijednost uzima samo kao cetvrtina vrijednosti jednog poduzeca, ostatak vrijednosti leži u njegovim zaposlenicima.

Izazovi marketinške strategije

U današnje se vrijeme poduzeća suocavaju sa sve jačom konkurencijom i sve zahtjevnijim potrošacima. Peter Drucker, jedan od vodećih autora s područja menadžmenta, smatra da je najvažnija zadaca svakog poduzeca kreiranje potražnje za proizvodima i uslugama poduzeca. Sukladno toj definiciji, poduzeće se mora koncentrirati na marketing i inovacije.

Pod inovacijom ne podrazumijevamo samo tehnička i tehnološka dostignuća, vec svako originalno rješenje u proizvodnji ili stvaranju novih proizvoda, u kreiranju novih nacina zadovoljavanja potreba potrošaca, novih nacina distribucije i u ostalim aktivnostima.

Електролуks-Elektroluks-Electrolux

www.electrolux.com.mk-www.elektroluks.com.mk

Prodajno osoblje i znanje

U današnje vrijeme, vlade, odnosno državne administracije razvijenih zemalja proklamiraju cjeloživotno ucenje. Više nije dovoljno steci određeni moment formalnog obrazovanja, koje je dovoljno za realizaciju poslovne karijere. Naprotiv, u suvremenim uvjetima poslovna se karijera ostvaruje stalnim dodatnim obrazovanjem, kako kroz formalni obrazovni proces tako i treninzima unutar Firme ili samostalnim pohađanjem razlicitih tecajeva.

Potreba za stalnim strucnim obrazovanjem jednim dijelom proizlazi iz sve ubrzanijeg tehnološkog razvoja. Racunalo je prije samo 30-ak godina bilo uređaj o kojem se, u veæini slucajeva, samo citalo u informatièkim casopisima. Vec 15-ak godina informatizacija poslovanja i malih trgovina raširena je praksa. Baratanje osobnim racunalom te informatizacija poslovnih procesa iziskuje dodatno obrazovanje.

Uz pomoc dodatnog obrazovanja i informaticke opreme znatno je unaprijeđeno logisticko poslovanje. Upravljanje zalihama postalo je maksimalno racionalno što je u konacnici rezultiralo smanjivanjem cijena. Trgovacke Firme stvaraju baze podataka koje omogucavaju detaljno poznavanje potreba i interesa kupaca.

Ujedno se razvila i internet trgovina. Taj nacin rada koriste brojne trgovacke Firme . Internet trgovina olakšava kupcima izbor proizvoda i usluga na planetarnoj razini. Internetska tehnologija ojacala je tržišnu poziciju krajnjih kupaca. Trgovanje uz pomoc interneta funkcionira pomocu specificnih principa. Te principe valja upoznati dodatnim obrazovanjem ili, bolje receno, usavršavanjem.

Obrazovni se procesi razlikuju ovisno o vrsti zaposlenika koji ga pohađaju. Konkretno govoreci, obrazovni se programi razlikuju ovisno o tome jesu li namijenjeni menadžerima, prodajnom osoblju, osoblju marketinga, financijašima ili logistickom osoblju.

Viši se menadžeri u trgovini dodatno usavršavaju u prakticiranju strateškog menadžmenta, holisitckog mišljenja te sistematske analize užeg i šireg tržišnog okruženja. Viši se menadžeri moraju dodatno obuèiti za pracenje konkurencije na svjetskoj planu . Oni moraju stalno obogacivati znanja u pogledu iniciranja i provedbe promjena. Upravljanje promjenama danas je postala konstanta, i to ne samo u trgovackom poslovanju. Neuspjeh u provedbi krupnijih promjena može izazvati vece poslovne poteškoce.

Pored toga, viši menadžeri moraju dobro poznavati razlicite sustave vrijednosti. U tom ih pogledu treba stalno upoznavati s uspješnim organizacijskim kulturama. Suvremene uspješne kulture se temelje na uvažavanju zaposlenika te izgradnji

Електролукс-Elektroluks-Electrolux

www.electrolux.com.mk-www.elektroluks.com.mk

pobjednickog duha.

Ujedno, top menadžment donosi brojne složene odluke. Zbog toga mora sustavno poznavati proces odlucivanja koji se neprestano razvija. Danas se koriste strucni sustavi odlucivanja koji, pored ostalog, ukljucuju i poznavanje kvantitativnih i statistickih metoda analize. Na taj se nacin odlucuje o kljucnim pitanjima kao što je širenje trgovacke mreže ili nacin poveæanja tržišnog udjela.

Oni moraju istovremeno mjeriti radni ucinak timova, kao i pojedinaca unutar njih. Pri tome određuju ambiciozne, no ostvarive ciljeve te se koriste metodama rukovodnog koncepta poznatog kao upravljanje pomocu ciljeva. Istodobno trebaju biti u stalnom kontaktu s prodavaèima, kao i s ostalim podređenima. Tu zadacu ostvaruju izravnim kontaktom, a taj menadžerski model poznat je kao upravljanje „šetajuci u okolo“.

Niži menadžeri moraju kontinuirano usavršavati svoja znanja iz podrucja operativnog menadžmenta. To je disciplina koja razrađuje principe organizacije radnog procesa, kao i njegove kontrole, uz maksimalno racionalno korištenje organizacijskih resursa. Tako se izravno poboljšava produktivnost, a u krajnjoj liniji i konkurentnost.

Niži menadžeri obukom stjecu znanja i umijeæa za rukovođenje nad prodajnim timovima, sofisticirano motiviranje prodajnog osoblja te praktičnu realizaciju organizacijske vizije i strategije.

Prodavavi se moraju stalno usavršavati komunikacijskim tehnikama. Tako je, na primjer, poželjno da poznaju govor tijela. Opcenito govoreci, prodavaci moraju sveobuhvatno i precizno poznavati ponašanje kupaca. Posebno su važne spoznaje vezane uz proces odlucivanja kupaca. Taj proces ima racionalne, ali i iracionalne elemente.

Prodavaci moraju biti svjesni Paretova nacela 20:80. Naime, rijec je o nacelu koje utvrđuje da 20 posto kupaca ostvaruje 80 posto prometa ili da se u 20 posto radnog vremena ostvari 80 posto zarade. Zbog toga sustavnu pozornost treba posvetiti toj skupini od 20 posto kupaca ili tom segmentu od 20 posto radnog vremena.

Istovremeno, prodavaci moraju sve više znati o proizvodima koje prodaju. Tako na primjer, prodavaci racunalne opreme moraju biti u stanju složiti i preporuciti kupcu optimalnu konfiguraciju osobnog racunala u skladu s potrebama, odnosno interesima, kupca.

U boljim trgovinama namještaja arhitekti preporucuju kupnju namještaja za opremu stana u skladu s interesima klijentele. Rijec je o zahtjevnom radnom angažmanu kojim se nastoji ostvariti potpuno zadovoljstvo kupca.

Unutar trgovina prehranom trgovci moraju sve više znati o ekološkoj, odnosno

Електролукс-Elektroluks-Electrolux

www.electrolux.com.mk-www.elektroluks.com.mk

zdravoj hrani. Nadalje, poželjno je poznavanje kaloricnih, kao i ostalih vrijednosti određenog prehrambenog artikla. Prodavaci moraju imati i određene opce spoznaje i o proizvođaču kako bi mogli sveobuhvatno informirati kupce.

Prodajno osoblje mora znati kako određeni proizvod funkcionira. Tehnicka roba iziskuje brojna specificna znanja. Prodavaci u prehrambenim trgovinama trebaju biti upoznati s načinom pripreme prehrambenih artikala te po mogućnosti nuditi i određene recepture za određene proizvode.

Prodavaci trebaju poznavati temeljne principe pregovaranja. Cesto se u životu, pogotovo politickom, uz pomoc pregovaranja nastoji ostvariti pobjeda ili barem određena prednost u odnosu na drugu stranu s kojom se pregovara. Trgovacki pregovori, preciznije receno, pregovori kupca i prodavaca trebaju rezultirati pobjedom s obje strane. Konkretno govoreci, prodajno osoblje pregovorima nastoji omoguciti optimalno odlucivanje kupca. Kod velikih poslova, cija vrijednost iznosi nekoliko milijuna evra, to je od iznimno velike važnosti. Valja naglasiti kako je proces pregovaranja sveobuhvatno teorijski razrađen, a poznavanje teorije, u pravilu poboljšava umijeće pregovaranja.

Na uspjeh prodaje znatno utjecu i promocijske aktivnosti. Promociju valja prepustiti specijaliziranim agencijama. Međutim, prodavaci u izravnom kontaktu s kupcima izravno utjecu na imidž trgovacke Firme. Imidž je jedan od važnih elemenata nematerijalne vrijednosti Firme. Atraktivan imidž trgovacke Firme omogucava pridobivanje novih kupaca, kao i stvaranje lojalnosti vezi postojeće klijentele prema tvrtki. Pri tome se imidž nadograđuje atraktivnim i standardiziranim interijerom trgovine te odabirom prepoznatljivih korporativnih boja.

Prodavace ne treba više tretirati kao radnike veze kao profesionalce. Za profesionalce je karakteristično da se stalno usavršavaju te posjeduju natprosječnu kompetentnost u odnosu na ostatak radne snage na tržištu. Profesionalci su svjesni svojih vrijednosti, poslu pristupaju kreativno, a za svoj radni angažman traže odgovarajuće nagrade. Pri tome je plaza samo jedan element nagrađivanja, odnosno motiviranja, profesionalaca koji žele atraktivne radne uvjete, odgovornost te mogućnost samostalnog odlucivanja, uz prakticiranje slobodnog komuniciranja na svim organizacijskim razinama. Na taj se način profesionalcima omogucuju kvalitetni organizacijski odnosi koji služe za generiranje dodatne vrijednosti što u konacnici rezultira poboljšanjem finansijskih parametara.

Profesionalci, u pravilu, djeluju unutar timova, za njihovo rukovođenje nisu potrebni menadžeri već treneri, odnosno vođe. Takav način rada iziskuje brojne promjene u trgovackim tvrtkama koje, ne samo u Macedoniji, posluju na tradicionalna način.

Zbog toga, trgovackim je tvrtkama, ukoliko žele udovoljiti potrebama ekonomije znanja, potrebna nova poslovna filozofija. Prodajno osoblje prerasta u profesionalce,

Електролуks-Elektroluks-Electrolux

www.electrolux.com.mk-www.elektroluks.com.mk

niži menadžeri u trenere, a viši u vođe. Takva transformacija iziskuje strukturalne preinake, drukcije dizajniranje procesa te novi način svakodnevnog rada.

Te preinake može prekinuti isključivo vrhovni rukovoditelj. Pri tome mora imati jasnu viziju te inspirirati djelatnike za njenu provedbu. Jedan dio srednjih i nižih menadžera pokušat će blokirati te procese iz straha za svoje položaje, ali to se može relativno lako ukloniti.

Navedeni procesi koji uvode novi način poslovanja i stalno dodatno obrazovanje nužni su, ukoliko se želi steci održiva konkurentnost. Njihovoj realizaciji Macedoniji trgovačke Firme trebaju pristupiti što prije, jer strana će konkurencija biti sve više prisutna na našem tržištu.

mr.Dimche Palenzo [Opširnije...](#)