



Kristina Ercegović

Najjači si kad si svoj

Ljudska strana biznisa



Beletra
Zagreb, 2018.





Za nakladnika: Sandra Pocrnić Mlakar

Urednica: Sandra Pocrnić Mlakar

Lektura i korektura: Dunja Vranešević

Oblikovanje ovitka: Studio 2M

Grafičko oblikovanje: Kata Ivanković Marić

Tisak: Og grafika, rujan 2018.

Fotografija autorice na naslovnici: Mario Poje

Ilustracija na naslovnici: Luka Horbec

© Beletra, Zagreb i Kristina Ercegović 2018.

Sva prava pridržana. Nijedan dio ove knjige ne može biti objavljen ili pretisnut bez prethodne suglasnosti nakladnika i vlasnika autorskih prava.

ISBN 978-953-8209-09-3

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 001005984.





Kristina opet svojim izričajem obojenim lakoćom i praktičnošću pokazuje svu složenost poduzetništva i težinu tržišne borbe, dajući im primjerima iz iskustva i vrhunskim citatima još dublji smisao. Pritom ne stavlja naglasak samo na „krv, znoj i suze”, već upućuje na stvarnu radost ostvarenja u radu koju je svatko tko se smatra iole uspješnim iskustio, pa poželio ponovno i još. U današnjem svijetu obojenom novcem i imanjem, umjesto stvaranjem i bivanjem svojim, ova knjiga otvara vrata svima s ambicijom da učine razliku i ostvare svoje potencijale, da to naprave sa svrhom i smislom, znajući zašto i za što to čine. Svatko od nas putuje svojim vlastitim putem uspjeha, često tek usput shvaćajući što je to što nas ustvari čini sretnima, u čemu smo dobri i što je to čime činimo razliku. Kristina na sebi svojstven način uspješno razbija stereotip uspjeha u obliku isključivo novca ili posjedovanja, a upućuje na snagu uspjeha u bivanju boljom, zahvalnijom, ispunjenijom i sretnijom osobom, usmjerenom stvaranju vrijednosti za druge, a tako i za sebe. Obvezno štivo za svakoga tko traži nadahnuće za nešto što se čini malenim, ali svakako ključnim korakom na putu vlastitog uspjeha.

Vedrana Likan, menadžerica i poduzetnica, Zagreb

Ova knjiga za mnoge će poduzetnike otvoriti pitanja za koja nisu znali ni da postoje. Većina nas na početku samo počne raditi u poslu i ne brine se o radu na poslu, a u ovoj će knjizi svi poduzetnici dobiti natuknice i rješenja za probleme o kojima na početku nisu ni razmišljali. Kristinino veliko iskustvo u radu sa stotinama poduzetnika pretvoreno je u jednostavnu knjigu s jako puno pitanja i još više odgovora.

Ilija Brajković, poduzetnik, Zagreb

Kada pomislite da ste sve čuli ili pročitali od Kristine Ercegović, ona vas opet iznenadi knjigom. Život je nešto više od formalnoga i akademskog obrazovanja, život je talent, strast, vizija, nadahnuće, smijeh, plač, let, pad, podrška, okretanje leđa... no to nas ne nauči sustav, već moramo sami. Lakše je uz priručnik osobe kojoj u venama teče poduzetništvo, koja je uzletjela i pala u tome, ali shvaća da je i pad let. Često kažem da su njezine greške učinjene zbog svih nas. Topla preporuka neovisno o tome u kojoj se poduzetničkoj fazi nalazite, na početku ili ste već dugo u tome. Hvala ti, Kristina, na ovom daru koji nesebično dijeliš.

Elizabeta Planinić, poduzetnica, Zagreb





Dosljednost, posvećenost, strast i stalna evolucija nužne su želite li biti i ostati poduzetnik. Sve navedeno potrebno je i za pisanje inspirativne knjige, a „Najjači si kad si svoj” upravo je to!

Jadranka Boban Pejić, poduzetnica, Zagreb

Kristinu mnogi doživljavaju kao hodajuću, pršteću, inspirativnu reklamu za poduzetništvo, ali njezina je priča veća od toga.

Ona ne želi samo da pokrenete svoj posao koji će vam donijeti novac, nego onaj koji će vas usrećiti, dati osjećaj smislenosti.

Ona vas motivira da ostvarite svoje snove. I poslovne i životne!

I to su njezini najveći talenti.

Bruno Šimleša, pisac i sociolog, Zagreb

Čovjek i njegov smisao u središtu poduzetništva. Autorica nas na jednostavan način vodi kroz poduzetništvo, nesebično dijeleći svoje iskustvo i stečena znanja, naglašavajući da je put do uspjeha lakši ako smo pritom i duhovno ispunjeni.

Vedrana Jelušić, menadžerica, Zagreb

Ova je knjiga pun pogodak za one koji još uvijek traže svoj poslovni put, za one koji su na njemu, a već su pomalo umorni, i za one koji će tek zakoračiti u poslovni svijet. Biti praktičan i jednostavan jedno je od važnijih načela poslovanja, uspješnosti i poduzetništva, a Kristina u svojoj knjizi sasvim jasno iznosi pregršt načina kako da dođemo do svojeg cilja i na tom putu zadržimo ono najvažnije – SEBE.

Lea Brezar, poduzetnica i spisateljica, Zagreb

Stvaranje osobne vjerodostojnosti vrlo je jednostavno. Samo trebate ispuniti ono što ste obećali. Ni više ni manje. Zato morate znati reći ne kada od vas traže ono što ne možete (kvalitetno) ispuniti. U protivnom, obećat ćete nešto što ne možete napraviti, a onda se možete pozdraviti s osobnim ugledom. I s dobrim poslovima. Vjerujem da će i ova tvoja knjiga biti uspješnica jer je jednostavna, konkretna i pokriva skoro sve situacije u životu poduzetnika i menadžera. Ona je podsjetnik za oneiskusne, a biblija za početnike.

dr. sc. Saša Petar, autor knjige *Kako uspjeti zahvaljujući pogreškama*, Zagreb





Kristina nas ovom knjigom podsjeća da naš temeljni zadatak nije pratiti konkurenciju i natjecati se s njom, već neprestano pratiti sebe na putu poduzetništva i svakim danom natjecati se sa samim sobom kako bismo bili bolji danas od poduzetnice ili poduzetnika koji smo bili jučer. A nekome tko je na početku poduzetničke avanture ova knjiga može pomoći pronaći i oživjeti uspješnu poduzetnicu ili poduzetnika u sebi.

Irena Orlović, poduzetnica, Split

Postoje autori koji svoje knjige pišu glavom i autori koji svoja djela pišu isključivo srcem. Krenuvši u Kristininu avanturu zvanu „Najjači si kad si svoj“, dopustila sam si očekivati da bi ova knjiga, ako joj to omogućim, mogla zahvaljujući naslovu podjednako uzbuditi i moj racio i moj hipersenzibilni emotio. Znajući čime se Kristina bavi, koji su njezini životni pokretači i osobne sklonosti, te koja su životna iskustva iza nje, bila sam spremna na pojačanu dozu vlastitog samovrednovanja, onu koja mi je prijeko potrebna u pozivu koji sam odabrala. To se na koncu i dogodilo. Zahvaljujući purizmu stila, lucidnosti i pragmatičnosti kojom Kristina piše, dogodilo se upravo to. U jednoj naizgled poduzetničkoj knjizi pronašla sam načine kako ujediniti tri najvažnije stvari u poslu, ali i u životu. Svrhu, strast i smisao.

Ingrid Divković, Rijeka

Krajnji cilj u životu nije da budemo uspješni ili voljeni, već da postanemo iskreni izraz sebe, da živimo autentično, da poštujemo svoje talente i sve što nam je život podario te prije svega da budemo u službi čovječanstva. U sjajnoj knjizi Kristine Ercegović, „Najjači si kad si svoj“, biznis se promatra kao put osobnoga i kolektivnog razvoja u skladu s našom istinskom prirodom. Ovo je knjiga koja se kupuje SEBI za poklon.

Miša Lukić, poduzetnik, Beograd

Poduzetništvo je borba na mnogo fronti, ali najteži dio te borbe je borba sa samim sobom i svojim ograničenjima. U toj, a i svakoj drugoj borbi uvijek je lakše kada imate nekoga tko vas razumije pokraj sebe. Nekoga tko je to prošao i može vas ohrabriti u teškim trenutcima te vam pokazati da niste jedini. Ovom knjigom Kristina nesebično dijeli svoja iskustva, svoj put i borbu te daje konkretne savjete kako iz borbe sa samim sobom izaći kao pobjednik.

Ivan Minić, poduzetnik, Beograd





Ova knjiga je prijeko potrebno i revolucionarno štivo za vrijeme u kojemu živimo jer podsjeća na važnost čovječnosti u doba kapitalizma. I što je najvažnije, upućuje nas na razlike između bogatstva i finansijske slobode, između dobiti i vrijednosti, i na kraju – između sreće dok zarađujemo i ispunjenosti dok radimo ono što volimo. Ova knjiga je zaokret u poimanju svega što poduzetništvo znači jer iskreno i mudro vraća naglasak na esencijalni, a u sadašnjici potisnut čimbenik u biznisu – na čovjeka i njegove emocije.

Bogdan Stevanović Blogdan, pisac i blogger, Barcelona

Sjajna knjiga! Što bi se reklo, progutao sam je. :) Spaljica je uspjela spojiti sve bitno i zanimljivo za one koji se žele baviti poduzetništvom, a za nas koji se njime već bavimo lijep je podsjetnik zašto radimo to što radimo i kako da ne zalutamo.

Istok Radovanov, poduzetnik, Zrenjanin

Knjigu sam pročitala u jednom dahu, u trenutku kada se i moj biznis nalazio na prekretnici, i zahvaljujući savjetima koje mi je Kristina dala, a naći ćete ih u knjizi, napravila sam nužne promjene koje su automatski promijenile energiju i otvorile prostor za novi rast i razvoj – i mene i mojeg biznisa. Ova knjiga je kao provjerni popis koji treba imati na radnom stolu da vas svakodnevno podsjeća da putem u biznisu ne izgubite sebe i uvijek se vratite sebi. U trenutcima kada zahvaljujući upravo ovim savjetima razvijam svoje nove projekte koji počivaju na mojim autentičnim vrijednostima i prepoznatljivim talentima i vještinama knjigu preporučujem, a Kristini zahvaljujem što je na jednome mjestu sabrala iskustva i savjete koji dokazuju da je uspješan biznis – onaj s ljudskim licem – moguć. I da smo zaista najjači onda kada smo svoji!

Una Bejtović, poduzetnica, Sarajevo

Kako živjeti sretan i ispunjen život, a svoju pozornost i energiju usmjeriti na razvoj biznisa? Kako postati uspješan poduzetnik/ca, a usto (p)ostati i sretna osoba? Odgovori na ova i slična pitanja nalaze se u knjizi čiji je naziv jednako poučan kao i sadržaj – „Najjači si kad si svoj”. Kristina, hvala ti na poticanju zdravog poduzetništva. Ovo je ujedno knjiga o biznisu i o ljubavi. Prije svega, ljubavi prema sebi, kao glavnom uvjetu za razvoj vlastitog biznisa.

Ivona Dabetić Jovović, poduzetnica, Podgorica





Ovo je jedna od najboljih knjiga koju sam pročitao o poduzetništvu. Istinski će vas nadahnuti da slijedite i ostvarite svoje snove, pritom jednostavno vjerujući u sebe.

Kosta David Petrov, poduzetnik, Skoplje

Ovo je knjiga koju treba uvijek iznova i redovito čitati. Ona sadržava sve ono što je u suštini najvažnije, a što često zaboravimo tijekom rukovođenja u biznisu i životu. Čitajući je, sjetila sam se nečega jako važnog, što sam davno zaboravila: zašto i kako sam započela svoj biznis... Dragi Kristina, vratila si mi stari žar. Opet se bacam na posao sa starim entuzijazmom i novim idejama... Hvala ti na tome!

Sonja Zafirovska, poduzetnica, Skoplje

Knjiga je skup savjeta i iskustava žene, koja opisuje što je sve prošla na primjerima, a potom daje i savjete što DA i što NE raditi u poslu i životu. Svi mi želimo biti uspješni, ostaviti trag za sobom, biti korisni i zaraditi novac, a s pomoću ove knjige možete ostvariti sve željeno i pritom biti vatreni i radosni. Ovu knjigu neka pročita netko i tko nije poduzetnik i tek razmišlja o svojem poslu, a može je čitati i iskusan poduzetnik i onaj koji želi narasti te biti svakim danom još bolji. Nije lako spojiti posao, privatni život i nositi se sa svim preprekama, ali s ovom knjigom na stolu uspjete sve! Kristina, hvala.

Zori Jakolin, poduzetnica, Ljubljana







KRISTINA ERCEGOVIĆ

NAJJAČI SI KAD SI SVOJ

Ljudska strana biznisa

beletra







Posveta

Mojoj uvijek i zauvijek najdražoj osobi i najvećoj ljubavi na svijetu, mojem sinu Luki.

Luka Horbec, uvijek slušaj svoje srce i svoj unutarnji glas i radi ono što te ispunjava i čini sretnim.

Tvoj život, tvoja pravila. Tvoj ključ do vlastite sreće.

Volim te, baš kao i ti mene – „do kraja svemira i nazad”.

Mama







Zahvala

Zahvaljujem svim klijentima i gostima događanja Business Caféea u svim zemljama u kojima smo prisutni na ukazanom povjerenju, nesebičnomu i iskrenom javnom dijeljenju svojih životnih i poslovnih priča i iskustava i na tome što su mi dopustili da budem dio njihova poslovnog i životnog puta te mnogima pomognem pokrenuti, izgraditi i prodati njihove tvrtke i tako doprinesem da u nekom trenutku svojeg života budu sretni i ispunjeni.

Posebno hvala mojim roditeljima, prijateljima i partnerima na putem pruženoj ljubavi i podršci.

Veliko hvala i mojemu pokojnom djedu koji je preživio četiri godine koncentracijskog logora, od čega tri u Auschwitzu. Oprosti što nisam razumjela što to znači dok si bio živ. Divim ti se neopisivo. Kad pomislim da je nešto nemoguće, sjetim se tebe i samo nastavim dalje.





Sadržaj

Zahvala	13
1. Zbog čega ova knjiga?	17
2. Koja je SVRHA BIZNISA zapravo?	25
Nije u šoldima sve	25
Tri razine svjesnosti i tri vrste biznisa	28
Biznis sa svrhom, milijuni sa smislom	32
3. PRODAJA	37
Dovoljno dobra kvaliteta	37
Što mi zapravo prodajemo, a što kupac zaista kupuje	40
Joj, samo da ne moram prodavati	40
Moj idealan klijent – vježba koja mijenja poslovne živote	44
Što je naš zicer u poslu?	45
Fokus – manje je više!	46
Davanje otkaza klijentima?!	47
Nemoj previše davati da bi dokazivao svoju vrijednost	50
Doprinos, a ne dokazivanje; suradnja, a ne borba	50





4. MARKETING	55
Marketing je sve, sve je marketing	55
Mi, mi, mi, pa opet mi ili „A što je tu za mene” (WIFM)	56
Jesu li kupci uvijek u pravu i ostale priče o kvaliteti usluge	57
Znanje, vještine i ponašanja potrebna za visoku kvalitetu usluge	58
5. NOVAC	69
Razgovori koji se rjeđe vode	69
6. NETWORKING	81
Važnost i moć umrežavanja	81
7. LJUDI	91
Nijedan stroj nije vredniji od čovjeka	93
Za izvanserijske rezultate trebaju nam izvanserijski ljudi – tržišna borba ZA kadrove	94
Kako napisati <i>cool</i> oglas	95
Kako ja biram ljude	98
Kako motivirati ljude	100
Što smo naučili od Vatrenih na Svjetskome nogometnom prvenstvu 2018.	103
8. SUSTAV	107
„Piskaranje” uputa i zašto je to važno za uspjeh	107
Zašto se pišu upute?	109





9. MI	113
Put k sebi	113
Zašto ovakvo poglavlje u knjizi o poduzetništvu?	114
Kako upravljati vremenom?	119
Kako do kvalitetnijega i ispunjenijeg života	121
10. DODATCI	131
Kako prodati svoju tvrtku	131
Tamna strana poduzetništva	138
Moje pismo mladoj sebi	140
11. Najvažnije lekcije iz knjige – podsjetnik	143
12. Zaključak	147
O autorici	149
Kazalo blogova	150





1. Zbog čega ova knjiga?

Pet godina nakon regionalne uspješnice *Sam svoj gazda* nova i drukčija knjiga o poduzetništvu je pred nama.

Svi znamo na vlastitome ili tuđem primjeru za onaj osjećaj kad naizgled imaš sve izvana, ali ti nedostaje ono nešto. Jednostavno je teško objasniti, ali je neka praznina iznutra.

Jim Carrey, poznati američki glumac, izjavio je: „Želim vam svima da steknete slavu i bogatstvo da vidite da u životu nije riječ o tome.”

Anthony Robbins, poznati motivacijski govornik i jedan od uspješnih svjetskih poslovnih ljudi, ističe pak – *success without fulfillment is the ultimate failure*, odnosno u slobodnom prijevodu – **USPJEH bez ISPUNJENOSTI JE NAJVEĆI NE-USPJEH.**

Da, svi nekako odrastamo u uvjerenju da će nam bogatstvo (i slava) osigurati put do uspjeha, sreće i zadovoljstva.

Najdulje provedeno istraživanje o sreći, u kojemu je sudjevalo nekoliko generacija ljudi tijekom 75 godina njegova trajanja, pokazalo je da ljude sretnima ne čini slava, ne čini bogatstvo, nego **ISPUNJAVAJUĆI ODNOSI i SMISLENI**





RAD, onakav rad pri kojemu ljudi imaju osjećaj da su **DIO NEČEGA VEĆEG i da tomu DOPRINOSE**.

Istodobno je žalosna činjenica da samo 10 % ljudi radi posao koji voli i tek 3 do 5 % ljudi slijedi svoju strast i postavlja ciljeve. Za one koji i dalje misle da je novac sreća, evo znanstveno dokazane činjenice – novac svakako utječe na dojam o sreći, no iznos koji izravno djeluje na sreću je 75 000 dolara godišnje, a sva zarada veća od toga ne utječe dodatno na osjećaj sreće.



Jeste li znali

... da 48 % poduzetnika pati od osjećaja samoće i izoliranosti, a 25 % glavnih direktora (CEO) pati od depresije?

Dakle, očito nam je svima potrebno da češće zastanemo, stisnemo pauzu i *restart / play again*. Da napravimo ZAOKRET. Ovaj put nastavimo drukčije. Pametnije. Mudrije.

Upravo zato ova knjiga. Ovo je knjiga za sve one koji su uspjeli, koji su uspješni ili to žele biti, koji imaju sve, ali imaju osjećaj da nemaju ONO NEŠTO, da im NEŠTO NE-DOSTAJE i ne znaju ŠTO TOČNO.

I sama sam bila u takvoj situaciji i, dodatno, upoznala sam velik broj uspješnih, a nesretnih, nezadovoljnih, neispunjenih ljudi diljem svijeta. Ljudi koji trče ukруг, koji su,





iako su sami svoji gazde, postali robovi svojeg posla, koji imaju sve, ali nemaju vremena za sebe, svoju djecu, svoju obitelj, nemaju vremena za uživanje u svojem životu i u stečenom uspjehu. Takvi ljudi sreću i ispunjenost traže na mjestima na kojima se ona ni ne može pronaći. I kojima cijena uspjeha tako postaje prevelika.

U ovom trenutku, više od osam godina, svakodnevno susrećem i savjetujem male poduzetnike te sam intervjuirala na stotine uspješnih u više zemalja tijekom vođenja Business Caféa.

Svi želimo biti sretni i na susretima Business Caféa svi poduzetnici ističu da su SREĆA i SLOBODA koju im poduzetništvo pruža kriterij i mjera njihova uspjeha, a kao presudan čimbenik svojeg uspjeha navode odnose, prije svega partnerski odnos kao nužnu kariku podrške u ostvarenom uspjehu. Posebno uspješne žene ističu da je mudar odabir supruga i oca svojeg djeteta presudan za uspjeh u poslu i životu.

Istodobno, vidjeli smo da istraživanja o sreći pokazuju da nas najviše usređuju upravo ODNOSI i SMISLENI RAD, te ISKUSTVA kroz koja prolazimo, a ne stvari i novac.

Upoznala sam mnoge poduzetnike koji su bogati, a nesretni, ponekad čak izgubljeni i depresivni, kojima nedostaje ONO NEŠTO, koji možda i rade ono što vole, ali nedostaje im utjecaj u društvu, osjećaj da doprinose, a nekima nedostaje i ugled iako imaju uspjeh i novac.





B

IZ BLOGA

Čarobnjaci

Postoje čarobnjaci u našim životima. Nije bitno koliko su se dugo i u kojem obliku i vrsti odnosa zadržali u njima – nekoliko sati, jedan dan, mjesec, devet mjeseci, godinu, dvije ili puno duže... Bitno je da su u nama ostavili neizbrisiv trag i potaknuli nas da budemo bolji.

Neki možda žive 800 m ili 2 km od nas, a neki su u drugoj državi, gradu, na drugom kontinentu.

Neki od njih misle da se nakon njih naš život nastavio kao da se s njima nikada nismo sreli, no to nije tako.

Nakon susreta s našim čarobnjacima mi više nismo isti bez obzira s kim i kako poslije živimo svakodnevni život.

Znate li tko su vaši čarobnjaci?

Jeste li im zahvalili?

Budite danas nekome čarobnjak bar na tren.

I sutra. I tako iz dana u dan.

Ponekad su dovoljni samo osmijeh, zagrljaj, lijepa riječ.

Samo to. Tako malo, a danas tako puno.

.....

Upoznala sam poduzetnike koji imaju ogroman utjecaj u društvu, uvelike doprinose i sretni su, ali nemaju dovoljno novca, neki doslovce krpaju kraj s krajem.





Upoznala sam (za moj ukus u jednom trenutku previše) wannabe poduzetnika koji su poznati, ali nemaju ništa drugo osim toga.

Upoznala sam i one koji imaju sve, ali nemaju vremena u tome uživati, bježe od sebe u radoholičarstvo i nemaju vremena ni za sebe, ni za svoje zdravlje, ni odnose, ni obitelj, ni prijatelje, ako ih još uopće imaju.

Upoznala sam i one koji imaju sve, ali grčevito se drže svake stvarčice koju imaju iz straha da je ne izgube.

Upoznala sam i one koji imaju sve, a zapravo nemaju ništa, i posve su izgubljeni te im ništa nema smisla. Neki su od njih stali i na rubu depresije, a neki još uvijek trče u krug i dokazuju se, i nikada im nije dosta. Još su uvijek maleni dječaci i djevojčice koji tako pokušavaju privući pozornost i zaslužiti ljubav svojih roditelja.



Jeste li znali

... da samo 10 % ljudi uživa u svojem poslu, a svega 5 % ljudi slijedi svoju životnu strast?

Imaju sve, ali ono nešto nedostaje. Nedostaje kvaliteta života.

Nedostaje RADOST i osjećaj ISPUNJENJA. Osjećaj da RASTEMO, da DOPRINOSIMO, da smo DIO NEČEGA VEĆEG, nečega ŠTO IMA SMISLA. Ponekad nedostaje i sâm ŽIVOT.





Dosta sam putovala. Nekoliko puta u Ameriku, najčešće radi izobrazbe, a Indija je bila moje davno odredište u potrazi za duhovnošću. I često se sjetim tog kontrasta – užurbanosti New Yorka te mira, radosti i spokoja u dječjim očima u selima središnje Indije. Putovala sam i u mnoge druge zemlje radi uživanja, turizma, upoznavanja povijesti, kulture i tradicije. Kratko sam, oko godinu dana, i živjela vani, u Poljskoj i Češkoj.

B

IZ BLOGA

Upravljanje vremenom ili energijom

Bilo kakav tekst o upravljanju vremenom nema smisla bez spominjanja upravljanja energijom..., E sad neću pisati o tome da idemo ranije spavati, da se zdravo hranimo, vježbamo... Sve to svakako utječe na količinu energije koja nam je na raspolaganju i omogućuje nam da napravimo više u manje vremena. No iz mojeg iskustva ništa ne puni ljude energijom **kao kad žive s partnerom s kojim žele, rade posao koji žele, žive u gradu u kojem žele...**

UZMITE vs. NAĐITE VRIJEME

I za kraj – nikada neće biti idealnih okolnosti, uvijek nam nedostaje vremena, novca, nečega... Svi imamo istih 24 sata na raspolaganju. Samo si uzmite vrijeme, nemojte čekati trenutak kad ćete imati (više) vremena – uzmite si vrijeme za ono što vas veseli, sada, odmah... Najbolji trenutak je sada.
I lijepo se provedite!





Jedna od zemalja koja me se posebno dojmila bio je Bali, najviše zbog pitanja koje su mi ondje svi postavljali – umjesto *odakle dolaziš*, pitali su me – A KOJA JE TVOJA STRAST.

Poslije sam naučila da od strasti izgorimo i da je bolje osjećati ljubav prema nečemu. :) Ali o tome poslije. Bali je sav u ravnoteži duhovnoga i materijalnoga.

I ja vjerujem da smo dio prirode kao i sve, i da je zato naš smisao RASTI I DOPRINOSITI, kao što je i sve u prirodi tako postavljeno. SMISAO i DOPRINOS nečemu VEĆEM OD NAS u poslu su ta karika koja nedostaje da bismo bili potpuno SRETNI I ISPUNJENI, bez obzira na naš trenutačni uspjeh prema izvanjskim, društveno poželjnim kriterijima.

Konkretno, u vlastitom poslu uz DOBIT nužni su nam i RADOST, UTJECAJ te DOPRINOS, i tada sve to dovodi do ISPUNJENJA.

Ova knjiga govori o poduzetnicima novog doba koji su danas, doduše, rijetki u oceanu kopija, ali znaju da je najvažnije biti AUTENTIČAN, odnosno znaju da su NAJJAČI KAD SU SVOJI. U ovoj knjizi govorimo o tome kako SVOJE JEDINSTVENE TALENTE upakirati u proizvode i usluge te ih ponuditi na tržištu, kako izgraditi biznis, a putem ne izgorjeti, kako se prestati vrtjeti ukруг, juriti za tko zna čime i dokazivati se tko zna komu, te kako živjeti i voditi svoj biznis, odnosno poslovati na svoj način i mijenjati time svijet nabolje. I tako biti dio VEĆE SVRHE, njoj DOPRINOSITI i uživati u OSJEĆAJU ISPUNJENOSTI iznutra.





V

VJEŽBA

Upoznajte sebe

Da biste se bolje upoznali - odgovorite sebi na sljedeća pitanja:

Što me čini sretnim?

Koja je moja definicija uspjeha?

U čemu sam dobar?

Što mi je važno u životu? Do čega držim? Koji su moji standardi?

Koje je moje ZAŠTO? Zašto radim sve to što radim?

Kaže se da ljudi kupuju ZAŠTO nešto radimo, a ne ŠTO. ZAŠTO je ono što nas i iznutra motivira na dugi rok.

.....

S

SAŽETAK 1.

Zbog čega ova knjiga?

- **Bogatstvo nije put k sreći i zadovoljstvu. Kao ni slava.**
- **Sreća je, kažu, u SMISLENOM RADU i kvalitetnim ODNOSIMA.**
- **Ispunjava nas i motivira prilika da rastemo i doprinosimo nečemu većem od nas.**
- **Ovo je knjiga za poslovnjake koji „imaju sve, a nedostaje im ONO NEŠTO”.**





2. Koja je SVRHA BIZNISA zapravo?

Nije u šoldima sve

Koja je svrha biznisa? Dobit? Ne.

Naravno da svaki biznis mora donositi dobit, inače imamo hobi, a ne vodimo biznis.

No SVRHA svakog biznisa, njegova SRŽ, suština, jest da **DODAJE VRIJEDNOST I RIJEŠI PROBLEM**, a novac i dobit dolaze kao posljedica uložene energije, vremena, napora i poduzetih akcija.

Što ovo konkretno znači?

Kad pokrećete posao i tražite ideje, razmotrite imaju li i drugi problem koji vi imate, razmislite ima li što na tržištu da nije riješeno, što biste možda mogli ponuditi brže, bolje, jednostavnije, što vidite uz bolju uslugu, povoljnije, zapakirano na drukčiji način...

I neka vas ne zaustavi: „Ah, toga već ima na tržištu.” Nije najvažnije biti vremenski prvi, nego PRVI U UMU POTROŠAČA. Zato treba pažljivo ocijeniti tko i kako na tržištu rješava probleme kupaca, kako dodaje vrijednost i možete li vi to bolje.





Što ovo još konkretnije znači?

Uvijek kad zapnete ili bez obzira na to svako malo zastanete vodeći svoj biznis, sjetite se da nije fokus na vama, da nije riječ o vama, nego o vašim kupcima. Bez njih nema vašeg biznisa i zato se uvijek vraćajte OSNOVAMA, a ovo je temelj: **KOJI PROBLEM KUPACA RJEŠAVAMO? KAKO IM DODAJEMO VRIJEDNOST?**

To još znači da REDOVITO pitate kupce imaju li još neki problem i kako im još možete pomoći.

To znači i da se, kad vam posao počne opadati ili ostajete bez novca, na bilo koji način trebate upitati **KAKO DA PRUŽITE VEĆU VRIJEDNOST.**

Ako zastanete i sami pogledate, najbogatiji i najuspješniji poduzetnici današnjice riješili su velike probleme i/ili dodali vrijednosti životima i poslovanju velikog broja ljudi, zar ne?

Dodatno, ovo znači i da si postavite još kriterija za uspjeh. Neka to ne bude samo dobit. Neka bude i zadovoljstvo kupaca, zaposlenika, vas samih i sve ostalo što je vama važno.





B

IZ BLOGA

Mitovi o poduzetništvu

Volim razbijati mitove o poduzetništvu, pa odmah na početku razbijmo ih nekoliko.

- *Ako radiš ono što voliš, nećeš morati raditi nijedan dan.*

Je li? To su oni statusi na Facebooku i Instagramu pod naslovom *Moj ured danas*, a na fotografijama predivna plaža i slični pejzaži u kojima ti ljudi ne mogu uživati jer su zaglavljani za računalom.

Radit ćeš itekako i naraditi se. Jer naše tijelo ne može pratiti našu zaludenost i strast jednakim tempom kao um.

- *Dovoljno je raditi ono što voliš i sve/novac će doći.*

Neće, moraš znati voditi biznis. A to traži vještine koje se mogu naučiti. Isto kao što u kuhanju nije dovoljno znati da si gladan i da želiš jesti. Trebaš znati skuhati jelo i prethodno nabaviti namirnice, znati točno koje i gdje. I znati recept.

- *Ako sam sâm svoj gazda, mogu birati koliko radim i bolje upravljati svojim vremenom.*

Ha-ha, posebno u početku, dok ne naučimo, imat ćemo više šefova/kupaca koji će dirigitirati našim tempom. I zaista je teško isključiti se. Kad imaš svoj posao, on je dio života i živiš ga.

A što ako je ovo najčešća poduzetnička istina:

Ubijati se od posla, robijati do iznemoglosti, raditi od jutra do mraka, stalno se boriti sa svima i protiv svih... države, konkurencije, zaposlenika, birokracije, nepravde... Utjerivati dugove, tražiti kao iglu u sijenu kvalitetne ljude, zapošljavati





ih, otpuštati... Stres, stres, stres, postavljanje i ganjanje ciljeva, žrtvovanje obiteljskoga, ljubavnog života, zdravlja, odnosa s prijateljima, da bismo se jednom, u budućnosti, odmorili i živjeli kako zapravo zaista želimo.

U svakom slučaju, **PODUZETNIŠTVO** je
NAČIN ŽIVOTA i to 24/7/365, a naš je odabir
kako ćemo ga voditi.

.....

Tri razine svjesnosti i tri vrste biznisa

Godinama čitam knjige poslovne i duhovne tematike. U jednoj vrsti knjiga uočila sam rasprave o razinama svjesnosti, a u drugoj podjele s različitim vrstama poslovanja, te sam uvidjela vezu među njima. Te uvide želim ovdje podijeliti s vama.

I u jednim i u drugima ponavlja se priča o tri vrste biznisa i tri razine svjesnosti.

Prva razina svjesnosti je **ŽRTVA (engl. to me)**. Rekla bih da je to kod nas manje-više stanje nacije jer većina misli da se život događa nama. Za sve okrivljujemo Vladu, državu i razne okolnosti na koje mi nemamo utjecaj. Reakcija većine na to je kukanje, žaljenje, kritiziranje, okrivljavanje drugih. Kao što rekoh, trenutačno je takvo stanje nacije i





vidljivo je da se sa susjedima nadmećemo tko će biti prvak u kukanju i nepreuzimanju odgovornosti za svoj život.

Druga razina svjesnosti podrazumijeva da smo **SUKRE-ATORI (engl. *by me*)**. Ovdje se vidi da smo preuzeli odgovornost za svoj život, poduzimamo, nismo pasivni kad se nešto dogodi, radimo, postavljamo ciljeve, jurimo ih, ganjamo postignuća, još jedno i još jedno... Na toj razini puno je akcije, no postoji i opasnost da izgorimo, da nam se ego otme kontroli i da pomislimo da baš na sve možemo utjecati (možemo uvijek odabrati našu reakciju, no mnogo je događaja na koje nemamo utjecaj).

Treća razina svjesnosti je **KROZ NAS (engl. *through me*)**, kad znamo da smo **KANAL**, kad djelujemo iz NADAHNUĆA, kad znamo da smo tu radi drugih, ne samo radi sebe, da nismo sami, da u našem životu nije riječ samo o nama, da smo ovdje da služimo drugima svojim pričama, životom, djelima i akcijama, kad znamo da smo najsretniji kad doprinosimo drugima jer tako i mi najviše rastemo. To je onaj *FLOW*, nadahnuće, sinkronija i sve to. Kad nam dođu ideje od kojih ne možemo spavati. Kad više prepuštamo, dopuštamo, pratimo, a manje guramo. Kad privlačimo, a ne prodajemo, kad dopuštamo da primimo umjesto da silimo, tjeramo i ganjamo rokove, kad opušteno idemo/tečemo kao rijeka. Kad nema sile, nego ima moći (engl. *Power vs. Force*). Kad smo mirni iznutra i na svojem putu, bez obzira na trenutačne vanjske okolnosti, jer vidimo svoj sjever, znamo svoj kompas. Kad vjerujemo, puštamo i prepuštamo se. Kad ne kontroliramo svaki korak, događaj, sitnicu, druge ljude...

A kako se to biznisi razlikuju?





TRANSAKCIJSKI BIZNIS – ti meni robu, ja tebi novac, nema tu neke velike filozofije. Uglavnom su u pitanju generička dobra. Krasi ih velika konkurencija i tu se vodi bitka s cijenama, brzinom i sl. Ovdje nam je fokus jedino na dobiti.

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE je druga vrsta biznisa, u kojoj nam je fokus i dalje samo na dobiti, no dio dobiti vraćamo doprinosom društvu i zajednici, poduzimajući i sponzorirajući razne društveno korisne projekte za ugrožene skupine ili zajednicu.

TRANSFORMACIJSKI BIZNIS na samom početku nastaje s idejom da mijenja svijet nabolje i čini dobro. Da služi i doprinosi drugima. Dobit je i ovdje rezultat, no nije jedini kriterij uspjeha.

Nema boljega ili lošijega, no vjerujem da i sami uočavate razliku u svjesnosti. Moguće je isti posao s vremenom mijenjati te obogaćivati i unapređivati podizanjem svjesnosti.

Isto tako rijetko je tko uvijek na istoj razini svjesnosti i ona se mijenja u svim smjerovima.

Pitanje je uvijek samo tko smo mi i što i zašto želimo, pa je tako ovdje trenutak da se zapitate:

KAKAV BIZNIS VI ŽELITE (IZ)GRADITI?





B

IZ BLOGA

Što dalje – nova postignuća ili ispunjenje?

Kako prodati tvrtku i *Bildanje biznisa* dvije su vrlo popularne radionice koje vodim, a njihove su polazne točke slične. Smijali su se meni kolege unazad godinu i više dana kad sam definirala svojega idealnog klijenta – bogat, a nesretan poduzetnik (u smislu da mu nedostaje ono nešto, onaj osjećaj praznine i ispunjenosti, kad smislenost onoga što i kako radimo postaje upitna), no sve ih je više takvih koji mi to priznaju. Mislim, oduvijek znam da ih ima, samo da bi bili moji klijenti moraju to sebi priznati... pa meni, he-he.

I da, pogađate, sve je manje onih koji se smiju mojoj definiciji klijenta.

○ čemu je riječ?

U poduzetništvo uđemo s nadom da ćemo konačno biti sami svoj gazda, imati više vremena za sebe, birati kad, koliko, s kim radimo i kako... Onda se zapletemo u posao, radimo više nego ikada, od jutra do sutra, prekasno i pogrešno zapošljavamo, premalo prenosimo posao na druge, gasimo vatru umjesto da gradimo sustav, jer mi znamo sve najbolje, Katica za sve u nama je ipak veliki perfekcionista, zar ne... i tako radeći u operativi do grla, a ne NA biznisu, izgorimo i svega nam je dosta... i želimo prodati tvrtku...

A može pametnije, ne mora više.

I onda dođe pitanje u glavi ŠTO SADA ili ako smo imali sreće i prodali tvrtku slično pitanje ŠTO DALJE.





Istraživanja kažu da je ono što nas čini sretnima

1. SMISLENI RAD i

2. ISPUNJAVAJUĆI ODNOSI.

To je to, ne novac, ne slava, ne popis zadataka, ne sve ono za što mislimo „da, da, samo još kad ovo riješimo bit ćemo sretni”... pa jurcamo okolo.

I zato ono na čemu ima smisla raditi je TRANSFORMACIJA svojeg biznisa, da on bude SMISLEN, da mu jedina svrha nije samo DOBIT, već i UTJECAJ – RADOST nama i DOBROBIT svih nas i oko nas i cijelog društva. E, takvi će nas biznisi već ispuniti onako istinski iznutra. I ne samo nas.

Istodobno, transformacijom sebe moći ćemo ostvariti kvalitetnije odnose sa sobom i drugima koji će nas također ispuniti – i to je onda to.

Kvaliteta života, zadovoljstvo, mir, ispunjenost naspram ganjanja još jednog postignuća.

Razlika možda neće biti vidljiva izvana, no vi ćete znati iznutra.
I to će biti dovoljno.

.....

Biznis sa svrhom, milijuni sa smislom

TED-ov govor Simona Sineka – *Start with why* (Započni sa ZAŠTO) – biblija je za posao. Poslušajte na YouTubeu. Bit će to najbolje uložених 18 minuta vašeg vremena.

Simon Sinek govori o tome da LJUDI KUPUJU ONO ZAŠTO mi nešto radimo, a ne ŠTO RADIMO. Tako dobivamo kup-





ce, obožavatelje, tako motiviramo i vodimo zaposlenike. Tako guramo i sebe kad zapnemo. Sjetimo se ZAŠTO smo počeli. Koja je SVRHA. Jer na putu će biti izazova, neočekivanih zastoja, bit ćemo demotivirani i sama će nas motivacija moći pomaknuti malo i na kratak rok, ali ono što će nas POKRENUTI i VUĆI naprijed samo od sebe je ta SVRHA, ZAŠTO smo pokrenuli i zašto vodimo taj posao.

Za potpuni osjećaj sreće, zadovoljstva i unutarnjeg ispunjenja odlično je ako je VAŠ BIZNIS VAŠA EKSPRESIJA, ODRAZ VAS SAMIH, ako su vaši jedinstveni talenti upakirani u proizvod i ponudeni na tržištu.



Jeste li znali

... da 30 % ljudi smatra da je poželjno biti poduzetnik, dok čak svaka druga osoba smatra da je poželjno biti poduzetnica?

Istraživanje časopisa *Poslovni savjetnik – Percepcija poduzetnika u Hrvatskoj*, lipanj 2013.

Dakle, možete li postići sljedeće – svoje JEDINSTVENE TALENTE upakirati u PROIZVODE I USLUGE i ponuditi ih SVOJIM IDEALNIM KUPCIMA kako biste im dali VRIJEDNOST i RIJEŠILI NJIHOVE PROBLEME?

Tada i tako postavljen biznis ima i SVRHU otpočetka, a zarađeni milijuni SMISLA upravo VAMA.





?

Jeste li znali

... da je najbolje vrijeme za pokretanje vlastitog posla između 39. i 45. godine, a baš zaposlenika u toj dobi ima najviše?

Druga stvar za kojom ljudi najčešće žale na samrti je da nisu radili ono što su htjeli, da nisu riskirali i da nisu slijedili svoje snove.

Zato je važno BITI SVOJ. Ovo je tvoj život. Tvoj biznis. Tvoja pravila. I zato što si NAJJAČI KAD SI SVOJ. U crtiću *Kung-fu panda 3*, kad debela, nezgrapna panda pokušava oponašati i biti poput drugih životinja, učitelj joj kaže: „Stani, NAJJAČI SI KAD SI SVOJ.” Tada panda baš takva debela i nespretna pobijedi svoje protivnike upravom tom nespretnošću i te sve svoje NAIZGLED mane i slabosti TRANSFORMIRA u PREDNOSTI koje je dovedu do USPJEHA, u ovom slučaju pobjede protivnika.





B

IZ BLOGA

Brutalno iskreno

Razgovor sa sobom najteža je, a istodobno najlakša metoda, uvijek dostupna, posve besplatna, koja jedina djeluje, a ne izaziva promjene, nego duboke transformacije. Jednom sam čula da je molitva naš razgovor s Bogom, a meditacija njegov s nama. Bez obzira zvali to meditacijom ili provođenjem vremena sa samim sobom, potrebno je **BRUTALNO ISKRENO razgovarati sa sobom**. Skinuti sve maske. Priznati sebi sve.

Tko smo, naš doprinos svim problemima koje imamo, sve, baš sve. **I prihvatiti, bez osude i kritike samog sebe.**

I jedino je tada moguća transformacija. Tada se događaju tzv. čuda i uspjesi preko noći.

Svi su problemi, kao i sva rješenja, u nama. Nigdje tamo, negdje drugdje, nego u nama, u dubini naše duše. Poput ružnog pačeta iz priče ne trebamo biti bolja, najbolja verzija sebe da bismo imali kvalitetan život – ali moramo prihvatiti i zavoljeti sebe. I ja sam dobar dio vremena bježala od svoje uloge voditeljice i predvodnice mnogih transformacija u regiji, iako me je sve to stiglo, jer ne možemo protiv sebe ni da hoćemo. Pa se nadam da više neću ni pokušavati bježati.

I vama i sebi želim da se što više vratimo sebi. Da budemo svoji. Ludi, neshvaćeni, ispred vremena, koga briga, ali svoji.

Slušajte sebe, brinite se o sebi. I kako kaže slogan Business Cafée – samo nađite svoje pleme. Baš kao što ružno pače pronade svoje kad shvati da je labud.





Sažetak 2. Koja je SVRHA BIZNISA zapravo?

- Svrha biznisa je rješavanje problema i dodavanje vrijednosti.
 - Tri vrste biznisa za tri razine svjesnosti – žrtva, sukreator i kanal.
 - Odgovor na pitanje **ZAŠTO** smo počeli pokreće nas i vuče naprijed.
 - Važno je biti svoj jer tada se tzv. slabosti transformiraju u prednosti.





3. PRODAJA

Dovoljno dobra kvaliteta

Dok sam nakon fakulteta četiri i pol godine radila u Plivi u odjelu nabave, na mjesto novog direktora za tzv. nabavni lanac (engl. *supply chain*) stigao je kolega iz velike konkurentske tvrtke iz Velike Britanije. Pliva je tada imala visoke standarde proizvoda u svim državama u kojima je poslovala. Sjećam se da je taj kolega najavio promjene i spomenuo pojam koji sam tada prvi put čula – DOVOLJNO DOBRA kvaliteta. Pritom je mislio da nećemo ići na tržište s proizvodima iznad kvalitete koju tržište propisuje, već s dovoljno dobrom. Etiku i moral u farmaceutskoj industriji ostavimo po strani, no tu se krije važna lekcija – dovoljno dobro je dovoljno.

Zašto je to nama važno? Zato što kad krećemo u biznis i/ili puštanje novog proizvoda analiziramo do te mjere da ne poduzimamo akciju (engl. *analysis = paralysis*) jer nam nikada nije dovoljno dobro pa nikako da počnemo.

U skladu s filozofijom poslovanja *lean start-up*, čim imate dovoljno dobar proizvod/uslugu, bacite se, dajte ga korisniku da se njime počne koristiti i neka vam da povratnu informaciju koju ćete onda iskoristiti da taj proizvod ili uslugu oblikujete do kraja, ujedno i po mjeri korisnika. A to je ono najvažnije, jer zbog kupaca smo tu.

Posebna napomena za kolegice – one uvijek misle da ni one same nisu dovoljno dobre i sklonije su perfekcionizmu od kolega – dovoljno dobro je dovoljno. Bacite se i krenite. Putem ćete sve ostalo riješiti.





B

IZ BLOGA

Pretvori prošlost u mudrost i slušaj sebe

Ne znam kako vi, ali ja sam sve svoje i manje i poprilično veće životne pogreške napravila iz jednoga jedinog razloga – nisam slušala svoju intuiciju. Onaj svima nama dobro poznat osjećaj koji imamo naprvu, onaj mali unutarnji glasić upozorenja iz trbuha. Da...

Kad sam brutalno iskrena prema sebi, priznajem, nisam odbila klijenta kojega sam trebala, ušla sam u odnose koje nisam ni smjela započeti, ušla u posao/projekt ili započela aktivnost koja nije bila TO isprve i tako... bacila novac i vrijeme na nepotrebnu izobrazbu, neautentične trenere... Ma sve znate i sami... To je ono kad slušamo što bismo TREBALI, MORALI i BIO BI RED napraviti zato ŠTO JE DOŠLO VRIJEME za nešto po čijemu tuđem kriteriju.

SLUŠATI SEBE jedino je što trebamo činiti. Onaj unutarnji glas. Ono prvo što nam instinkt kaže za neku osobu, aktivnost ili događaj.

Slušajte i svoje lude poslovne ideje, slušajte KAMO VAS SRCE VUČE. Nema tu logike, nema objašnjenja... I slušajte sebe jer sve što nam treba imamo u sebi.

Baš sam, pišući ovaj blog, usput pregledala sinovu lektiru, neka bajka s porukom – samo plemenitošću možemo pobijediti mržnju i nerazumijevanje. I to je to.

Možda živim u svijetu bajki, često mi kažu da sam idealist, no mislim da svaki takav odnos, aktivnost i sl. koje smo





započeli kad nismo slušali sebe trebaju završiti dvjema riječima – HVALA, NE HVALA i SRETNO.

Kad ne slušamo sebe, ponekad mislimo da smo prevareni, izdani, razočarani smo, ljuti na druge, na sebe, no ipak je HVALA jedini pravi odgovor na sve to jer nitko nam ništa nije napravio, sve smo si sami posložili, a svi su nam ti ljudi oko nas veliki učitelji, naravno, ako prihvatimo lekciju. I ako smo brutalno, ali brutalno iskreni prema sebi.

A lekcija je uvijek – SLUŠAJ SEBE i radi po svom.

Naći ćeš svoje pleme. Samo nakratko možeš biti labud među patkama. No sretan ćeš biti samo kad nađeš ostale labudove.

Bez obzira na to što ti patke pritom govore.

.....





Što mi zapravo prodajemo, a što kupac zaista kupuje

U prodaji je vrlo važno osvijestiti što naši kupci zaista kupuju od nas, odnosno što je to ŠTO MI ZAISTA PRODAJEMO.

Kako ćemo to saznati?

Pitat ćemo ih. I reći će nam. Baš je toliko jednostavno, da.

Zašto je to važno? Evo primjera iz mogega prvog biznisa. Prodavali smo naizgled istraživanje tržišta s pomoću tajnih kupaca, no naši su klijenti zapravo kupovali OSJEĆAJ KONTROLE. Što će njima istraživanje tržišta, njima treba nešto drugo što im to istraživanje donosi. To je važno znati za svoj posao. Koju korist kupci imaju, koji mi to problem njima rješavamo, koju vrijednost dodajemo! To je ono što oni kupuju.

Stoga bi bilo dobro da im prestanemo prodavati nešto drugo.

Joj, samo da ne moram prodavati

Ništa se u biznisu ne događa dok se ne dogodi PRODAJA.

Sve je prodaja. Drugo ništa nije važno. Ništa. To je presudno za biznis. Bez prodaje naš biznis ne postoji.





Istodobno, osim što mnogi toga nisu svjesni, mali se poduzetnici, nažalost, u velikom broju srame i boje prodavati. Neugodno im je. I najčešće mi kažu: „Joj, samo da ne moram prodavati, ja bih samo radila taj svoj posao zbog kojega sam i otvorila biznis.”

Svi smo imali iskustava s napadnim prodavačima koji nas nagovaraju i tjeraju da kupimo nešto što nam ne treba.

Baš zbog takvih užasavamo se prodavati. Usto jer ne znamo pravilno voditi prodajni razgovor.

Rezultat – izgubili smo i propustili mnoge poslovne prilike.

Rješenje? Vjerujem – pravilan prodajni razgovor.

Kako se to radi? Da pojednostavnimo (kolege stručnjaci iz prodaje će mi, vjerujem, oprostiti):

Nakon ljubaznog pozdrava PITAJTE PITANJA, puno pitanja kako biste IDENTIFICIRALI POTREBE svojeg potencijalnog klijenta.

Pitajte pitanja otvorenog tipa; to su ona na koja ne možete odgovoriti s *da* ili *ne*, nego možete pričati sve.

SLUŠAJTE, ne tako da jedva čekate da osoba prestane pričati, pa da vi počnete o svojem proizvodu i kako je on fantastičan, nego SLUŠAJTE.





Najbolji prodavači su oni KOJE JE ISKRENO BRIGA za ljude. Koji znaju da smo tu KAKO BISMO RIJEŠILI KUPCIMA PROBLEME, DODALI VRIJEDNOST u njihove živote. Sjećate se, to je SVRHA BIZNISA!

Dakle, nakon što ste ih saslušali i znate što vaše kupce muči, sada možete riješiti njihove probleme. Kako? Svojim proizvodima i uslugama.

Ponudite im to rješenje. Na koji način?

Tako što ćete im predstaviti KORISTI koje će imati ako kupe vaše proizvode, a ne objašnjavati njihove značajke.

Jer kupca zanima samo jedno – ŠTO JE TU ZA MENE.

Nadalje, ne zaboravite na dodatnu prodaju. Možda imate još neki proizvod i uslugu koja može dodatno ili potpuno riješiti kupčev problem.

Kad ovako gledate na stvari, nema osjećaja uvaljivanja jer nema potrebe za tim.

Odgovorite na sva kupčeva pitanja, otklonite mu sumnje. Argumentirajte sve.

Ponudite mu najbolji mogući način financiranja.

Nemojte zaboraviti na *follow-up* – provjerite je li i koliko zadovoljan nakon kupnje, tražite povratnu informaciju, tražite svjedočanstvo, tražite preporuke! Sve to prečesto zaboravljamo, a poslijeprodajne aktivnosti odlična su prilika za dodatnu prodaju, brigu o kupcima i unapređenje vlastitog poslovanja.





Uvijek budi proaktivan u prodaji. Nisi tu da budeš dodavač ni uvaljivač.

Niti da samo odgovoriš na poziv koji sâm dođe i naplatiš.

Bez obzira čime se bavimo i u kojem smo poslu, uvijek je riječ o ljudima.

Uvijek se svodi na to da ljudi rade posao s ljudima bez obzira na svu tehnologiju kojom se pritom koriste. I uvijek svi sve prodajemo, pregovaramo, komuniciramo. Htjeli mi to ili ne, bili svjesni ili ne. Stoga nema razloga za otpor i bježanje od posla prodavanja.



Razmišljajte kao kupac

Pogledajte svoju pismenu i usmenu komunikaciju s kupcima.

Zašto i vi ne biste tako počeli razmišljati – usredotočili se na ŠTO JE TU ZA KUPCA?

I probajte na svojoj koži **kako je to biti vaš kupac** (*metoda tajnog kupca najbolja je za to*) – prođite cijeli proces i pogledajte izvedbu, *kako se vaši zaposlenici ponašaju prema vašim kupcima.*

Loša će vas usluga očekivano neugodno iznenaditi, a količina propuštene prodaje šokirati. No isplati se.





Ako smo svima sve, onda smo nikomu ništa

Prije 10 do 15 godina išla sam na ljetovanje i usput na prodajni sastanak s jednim lancem hotela. Moje pitanje tada je bilo – tko su vaši ciljni gosti. Direktorica prodaje i marketinga u čudu je odgovorila – pa svi.

Sjetila sam se tada jednoga drugog ljetovanja iz noćne more u hotelu u kojemu su isto tako bili svi tipovi gostiju – umirovljenici, roditelji s malom djecom, mladi parovi... Pogađate – nitko se nije odmorio niti je imao sadržaj koji je prilagođen njegovim potrebama.

Možemo pokušati biti svima sve. Obično to iz straha i pokušavamo. No onda smo nikomu ništa. Potrebno je identificirati potencijalne klijente naših proizvoda i usluga i odlučiti se za tzv. nišu, odnosno tržišni dio koji ćemo posluživati. Zvuči jednostavno, no jedna je od najčešćih pogrešaka izostanak identifikacije potencijalnih klijenata.

I zapravo je sve u životu i poslu jednostavno, samo često nije lako provesti.

Moj idealan klijent – vježba koja mijenja poslovne živote

Ova mi je vježba potpuno promijenila poslovanje. I meni i svim mojim klijentima s kojima sam je radila. Sjećam se prvog puta. Angažirala sam u svojoj prvoj tvrtki kolegu prodajnog savjetnika da nam svima održi prodajnu radionicu. U tom trenutku u mojoj agenciji jedan maloprodajni lanac donosio je oko 40 % prometa. No, iskreno, nije nam





zapravo odgovarala suradnja s njima. Iako su nama, za razliku od drugih, plaćali uredno, kad bismo podvukli crtu, profitabilnost tog klijenta bila je blizu nule iako je promet bio na zavidnoj razini. Isto tako sama suradnja iscrpljivala je zaposlenike i zapravo je sve izgledalo *win – lose*, na našu štetu, a ne *win – win* kako ja volim poslovati (da su svi na dobitku). No bili smo mladi, još nedovoljno hrabri i neiskusni biti sasvim ludi i baciti se te zauzeti za sebe. I onda nam je kolega rekao – idemo definirati idealnog klijenta. ***Tko je on, kako se ponaša prema nama, kako se mi osjećamo u tom odnosu...***

I mi smo se raspisali, bez ikakve zadržke i bez onog „ma to nije moguće”.

I kaže nama kolega – svakako dodajte ***plaća na vrijeme ili avansno! :)***

Rezultat vježbe – ohrabрили smo se raskinuti suradnju s partnerom koji je donosio 40 % prometa. Sve se zapravo nekako odvijalo samo od sebe, bez nekog napora i sukoba, a u roku od 15 dana dobili smo tri velika klijenta koji su donosili po 15 % prometa.

Pokušajte – ne stoji ništa, ne možete ništa izgubiti, osim loših klijenata kojih biste se ionako rado riješili. A možete jako puno toga dobiti. Provjereno – više stotina puta.

Što je naš zicer u poslu?

Vježba koje se dobro sjećam iz škole Money & You u Americi. Ne smijem prenositi pojedinosti, ukratko, u igri smo imali zadana pravila kao na tržištu u stvarnom životu.





Igrali smo u timu, imali smo ograničeno vrijeme, zadan cilj da zaradimo 1 000 000 USD, a pobjednik je bio onaj tim koji je to u najkraćem roku uspio. Način smo sami odredili, a novac smo zaradili gađanjem mete s pomoću jednog rekvizita – kao na burzi, veća udaljenost, veći rizik, nosio je veći prinos. ***Ukratko, pobijedio je onaj tim u kojemu je jedan član stajao na crti najbližoj cilju, dakle bio je na mjestu najmanjeg rizika i samo ponavljao jednu te istu radnju koja je sigurno donosila novac. I tako su došli u najkraćem roku do milijuna. Eto, to je to, baš tako jednostavno. To je bio zicer.***

Što je vaš zicer u poslu? Kako vi najlakše, najjednostavnije, uz najmanji napor možete do milijuna?

Fokus – manje je više!

Ono na što se usmjerimo raste i zaista, manje je više. Ne samo da je pokret minimalizma u svemu sve popularniji nego se u poslu uvijek pokaže poznato Paretovo načelo 20/80, a ono, među ostalim, kaže da 20 % klijenata donosi 80 % dobiti.

Budući da se svi povremeno zanesemo i raspršujemo energiju, potrebno je neprekidno analizirati svoje poslovanje i pratiti tko su klijenti koji donose najveći promet i zaradu, koje aktivnosti nam najviše donose ne samo novca nego i radosti i, naravno, koji su nam klijenti profitabilni, a koji nisu. Zašto se vrtjeti ukrug i raditi s onima koji nam se ne isplate, osim, naravno, ako imamo neke druge kombinacije, interese, trebamo referencije na početku i sl. No, poanta poslovanja je da bude profitabilno, zar ne?!





Davanje otkaza klijentima?!

Sjećam se dobro izraza lica moje knjigovotkinje koja me tražila savjetovanje kad smo se tek upoznale i ja sam joj rekla da jednostavno otpusti jednog klijenta, koji je nju i njezine djelatnice iscrpljivao i na kraju mjeseca su bile blizu nule. I ona mi je sama poslije priznala da je tada mislila da sam luda i da mi se nikada više neće javiti. No, kako kaže, nešto ju je iznutra kopkalo. Razum je govorio da nisam normalna, a intuicija da sam u pravu. I neko vrijeme se nismo čule, trebalo je njoj vremena da sve sjedne na svoje mjesto i da dođe pravi trenutak. Na kraju je to učinila, dala je otkaz još nekim klijentima, zaposlila nove ljude, dobila nove, kvalitetnije i unosnije klijente i u kratkom roku povećala posao 70 %.

Nemojte uzimati zdravo za gotovo marketinške i poslovne floskule poput – jeftinije je zadržati staroga nego dobiti novog klijenta. Je li to sigurno istina u vašem slučaju? Zašto biste radili s nekim tko vas iscrpljuje i ne donosi željenu zaradu? Pa zar niste postali sâm svoj gazda da biste birali s kim ćete, kad i koliko raditi? Gdje je ta sloboda?

Otkazite klijentima koji ne odgovaraju opisu vašega idealnog klijenta, polako, jednom po jednom. Zamijenite ih onima koji vam odgovaraju, koji vam donose dobit i s kojima je zadovoljstvo raditi.





IZ BLOGA

Hranite dušu, slijedite srce

Ponekad su u životu novi početci prikriveni bolnim završetcima, pa ih prvo trebamo prihvatiti da bismo nastavili dalje. Kako? Najlakše je usmjeriti se na ono što je dobro u toj promjeni, podsjetiti se da su promjene neizbježne i da u svakoj ima puno toga dobrog, te vratiti se sebi, usredotočiti se samo na ono što nas raduje i puni energijom.

Međutim, taj FOKUS na ono što nas RADUJE i UŽITAK zapravo ne bi trebao biti nešto privremeno kad lupimo glavom o zid i tresnemo, nego redovan način života.

Zadnja dva mjeseca imala sam sreću prisustvovati nizu događaja koji su bili podsjetnici na ovo o čemu pišem – na potrebu da budemo svoji i autentični te slijedimo svoje srce i radimo ono što nas raduje i u čemu uživamo.

- Pomogla sam u razred svojega 9-godišnjeg sina dovesti poznatu blogericu i utjecajnu osobu koja je djeci prenijela svoju ljubav prema čitanju knjiga. Bilo je neopisivo i neprocjenjivo vidjeti s kojom je ona to strašću radila. A tek gledati dječju transformaciju od mržnje prema lektiri do „hoćemo još!”. Jedva su se razdvojili.
- Imala sam i čast biti na najpoznatijoj dodjeli nagrade za poduzetnika godine. Sve te divne priče o svjetskim uspjesima naših poduzetnika koji samo rade ono što vole i rezultati dolaze usprkos svemu i svima podsjetile su sve nas na potrebu izgradnje kulture uspjeha u našem društvu. Potrebu da ne zavidimo drugima na uspjehu, da se radujemo tuđem uspjehu, da pomognemo jedni drugima i da si budemo međusobna podrška.





• Organizirala sam još jedan svoj redovni Business Café i najmlađi, 19-godišnji poduzetnik sve nas je oduševio svojim planovima i koracima kojima iz Karlovca osvaja svijet. Opet, i on samo radi ono što ga raduje. Sve ostalo se nekako slaže samo od sebe.

Istodobno gledam kako se draga prijateljica s 42 godine seli na „drugi kraj svijeta” i počinje ispočetka. Zašto? Ona može, i zna da može, uspjeti i odavde, ali je tamo sretnija. Nju to raduje. I to je ona. Tamo je ona svoja. I to je to slušanje sebe. Radost. Autentičnost.

Baš sam nekidan komentirala s poslovnim partnerom zašto jednomu drugom partneru nije uspio poslovni projekt koji je sâm po sebi odličan. Zaključak, zato što taj projekt nije on. Jedan drugi, u kojemu je on on, potpuni je hit, očekivano. Taj drugi projekt koji radi iz čiste ljubavi postigao je puno veće rezultate uz, sigurni smo, veću radost i zadovoljstvo.

I meni se život drastično transformirao unazad dva-tri mjeseca i otvorile su mi se brojne prilike otkako sam odlučila napraviti još jači rez i još više biti svoja.

I sama sam poslušala glas iznutra i osmislila novi projekt koji je nadmašio sva moja očekivanja, i to samo u 24 dana.

Isto samo zato što sam radila što me raduje.

HRANITE DUŠU, slijedite SRCE i intuiciju – ono što vas veseli – samo se usredotočite na UŽITAK I RADOST te pratite kako vam se fantastične stvari počinju događati.

Manje zaista postaje više, a sporije brže.

.....





Nemoj previše davati da bi dokazivao svoju vrijednost

Cijena je informacija o kvaliteti – to je jedna od rečenica koju nemam hrabrosti uvijek primijeniti, no sigurna sam da je točna.

Ono što znam jest da se svi često podcjenjujemo.

I da previše dajemo da bismo tako dokazali svoju vrijednost (engl. *don't overgive to prove your value* – rečenica je koju ću pamtit i cijeli život, a nadam se ponekad je i u cijelosti uspjeli primijeniti).

Lijepo je oduševiti kupca, no pazite na ravnotežu davanja i primanja u svim, pa tako i u ovim odnosima.

Doprinos, a ne dokazivanje; suradnja, a ne borba

A što je s KONKURENCIJOM?

Kojom konkurencijom? Nema konkurencije!

Naravno da ima, no važnije je uvijek usredotočiti se na sebe. Mi smo sami sebi najveća prepreka u poslu. Važno je da smo mi danas bolji nego mi jučer. Najvažnija je ta borba i natjecanje sa samim sobom te unapređenje vlastitog poslovanja.

Naravno, ipak svi imamo mnoge konkurente. Kako se „boriti” s njima?





Ne borimo se.

Šigurna sam da ste čuli za knjigu *Plavi ocean*. U njoj autor objašnjava da se nikada izravno ne treba boriti s konkurentima koji su prisutni na našim tržištima, već da stvorimo novo tržište, da STVORIMO NOVU NIŠU, u kojoj ćemo biti predvodnik, a ostali će nas slijediti.



Jeste li znali

... da je samo 30 % žena među poduzetnicama, a 18 % među CEO-ima? Samo 32 žene vode tvrtke na popisu *Fortune 500*.

Ja sam tako uspjela dva puta – prvi put s agencijom za *mystery shopping* (tajno kupovanje), drugi put s Business Caféom (*networking* susretima za male poduzetnike i one koji to žele postati).

Što kažete na to da se usredotočite na sebe, prestanete s borbama, jer sila ionako stvara otpor, a s drugima vidite kako možete surađivati i doprinosti?





IZ BLOGA

Naša riječ je sve što imamo ili...?

Naš je ugled, naša riječ, naša najveća imovina (osim kontakata, naravno). Godinama se teško gradi, a u jednom trenu može se lako srušiti.

Ovim blogom želim progovoriti o jednoj temi koja na Balkanu kao da nije tema. Ovdje ni pisani ugovori nisu tema, kamoli usmeni dogovori.

Naša riječ. Dogovor. Obećanje. Nešto na što se netko drugi osloni, nešto na što računa, nešto u što se pouzda. Naravno da se uvijek možemo predomisliti, slobodna volja je neupitna. No bilo bi pošteno obavijestiti drugu stranu o promjeni dogovora. Pravodobno. Na asertivan i argumentiran način.

Naravno, ugovori su bolja varijanta od dogovora. Ali ovdje je jednako smiješno i tragično kad te netko prevari i kaže – što mi možeš, ništa, pa tuži me i slično.

Sjećam se da su me u jednom ugovoru preveslali za 50 000 kuna. Nije prošlo ni sedam dana, dobila sam stipendiju za obrazovanje u protivrijednosti, pogađate, 50 000 kuna.

Sjećam se i kako su me preveslali u jednom dogovoru oko naknade za pronalazak ulagača. Rezultat – osobi je ubrzo propala tvrtka, brak, odselila se iz zemlje...

Slučajnost? Nikada nećemo saznati.





Poanta? Bez obzira na besmisao ovdašnjeg sustava, uvijek sve dođe na svoje. Vaša najveća imovina ste vi sami i vaša riječ. Pazite kako njome upravljate.

Držite do sebe i svoje riječi. Prvo ljudi, onda novac.

Opravdava li cilj sredstva? To ćete sami najbolje znati, no biti čovjek i učiniti pravu stvar uvijek je dobar odabir.

.....



Sažetak 3. Prodaja

- Dovoljno dobro je dovoljno.
- Nema biznisa bez prodaje.
- Defniranje idealnog klijenta provjereno mijenja poslovni život.
- Manje je uvijek više. Fokus. Fokus. Fokus.







4. MARKETING

Marketing je sve, sve je marketing

Prva rečenica na prvom satu studija marketinga koji sam završila bila je – SVE JE MARKETING, MARKETING JE SVE! Tada sam znala da sam sve dobro odabrala. I fakultet i smjer, na dobrom sam putu, to je to. :)

Kažu da je za uspjeh u poslu ključan dobar marketing, ali sâmo ime već zvuči tako „mistično” i zato se mnogi mali poduzetnici boje tog marketinga jer niti znaju išta o tome niti ga dobro razumiju. A posebno se boje ponuda i računa ljudi koji se bave marketingom.

„Ako nakon godinu dana rada u marketingu ne voziš BMW, nešto pogrešno radiš”, glasila je rečenica iz jedne humoristične knjižice koju sam čitala još na faksu.

I najuspješniji su „bacili” puno novca u marketing, ne znajući koji se dio isplatio, a koji nije, stoga da nas ne bi preve-slali, raspravimo najosnovnije.

Pojednostavnjeno, marketing su svi kontakti koje tvrtka ostvaruje s kupcima, svaki taj TRENUTAK ISTINE u kojemu





kupac stječe sliku o nama i donosi odluku hoće li kupovati i poslovati s nama.

Mi, mi, mi, pa opet mi ili „A što je tu za mene” (WIFM)

Bez obzira na promjene koje su donijele tehnologija i društvene mreže – a i digitalni marketing traži mnoga dodatna znanja i dobro poznavanje drukčijih pravila rada – neke stvari ostaju iste.

Brojni stručnjaci upozoravaju, no za nas kao vlasnike malih biznisa važno je da najčešće griješimo jer ne GOVORIMO JEZIKOM KUPCA. Bavimo se sobom, hvalimo sebe u e-porukama, ponudama i na našim mrežnim stranicama. **MI, MI, MI smo najveći, najbolji, bla-bla...**

Koga to briga, rekli smo – KUPCA ZANIMA ŠTO JE TU ZA NJEGA.

Kad bismo samo to svi promijenili, osjetili bismo drastičnu razliku na svojim računima.

Savjetovala bih kao pomoć u tome „formulu” PROBLEM – RJEŠENJE – KORIST.

To znači da e-poruke, ponude, mrežne stranice i sve ostalo pišete tako da prvo navedete PROBLEM koji vaš idealan kupac ima, zatim ponudite RJEŠENJE u vidu svojih proizvoda i usluga tako što ćete navesti KORISTI koje kupac ima ako to kupi od vas.





Dakle, ne „mi smo vodeća tvrtka, 25 godina radimo ovo...“, nego WIFM (engl. *What's in it for me*) – što je tu za kupca. Stavite se uvijek u njegove cipele i sjetite da samo o tome razmišlja, samo o WIFM-u... Za ostalo nema ni vremena koliko je bombardiran informacijama sa svih strana.

Paradoks izbora

I za ovu temu postoji odličan TED-ov govor, autora Barryja Schwartza, koji tvrdi da nas sloboda i velika mogućnost izbora ne čine sretnijima i zadovoljnijima, nego upravo suprotno – paraliziramo se i nezadovoljni smo.

Što ovo konkretno znači kad se razmašete u idejama što biste sve i kako mogli ponuditi kupcima?

Nemojte nuditi gomile rješenja jer prevelik izbor kupce paralizira, neće donijeti nikakvu odluku jer se boje da će pogriješiti. Dvije do tri mogućnosti i to je to. Da, znam, čini se nemogućim. Poslušajte govor pa sami odlučite.

Jesu li kupci uvijek u pravu i ostale priče o kvaliteti usluge

Kvaliteta usluge je upravljanje pogreškama – rekao je jedan moj klijent. Kratko, jasno i u srž.

Istodobno, upravo je danas kvaliteta usluge pravi izvor konkurentskih prednosti i stoga se njome treba sustavno pozabaviti.





Loša je kvaliteta i prevažna, ima ogroman utjecaj na dobit.

Kako to riješiti?

Danas gotovo svaku djelatnost obilježava sve veća konkurencija.

Poduzeća nude slične, jednako (ne)kvalitetne proizvode i usluge na sličnim lokacijama po sličnim cijenama.

Ono što ih razlikuje jest upravo kvaliteta usluge – odnosno njihov odnos prema korisnicima. A odnos prema korisnicima rezultat je odnosa **menadžmenta** prema **zaposlenicima** i upravo im on osigurava dugotrajnu **konkurentsku prednost**. Da bismo to postigli, potrebni su nam određeno znanje, vještine i ponašanja.

Znanje, vještine i ponašanja potrebna za visoku kvalitetu usluge

• ZNANJE

- 68 % kupaca prestaje kupovati zbog loše usluge prodajnog osoblja.
- 75 % kupaca konačnu odluku o kupnji donosi ponovno na temelju kontakta s tim istim prodajnim osobljem.

Sada kad to znate, smatrate li i dalje da svatko može raditi taj posao i bez izobrazbe?

- Samo se 4 % kupaca žali kad su nezadovoljni (to su podatci iz SAD-a u kojemu su potrošači već





dugi niz godina svjesni svojih prava, a kod nas je tek prije nekoliko godina donesen prvi *Zakon o zaštiti potrošača*), što znači da na jednu pritužbu koju dobijemo postoji njih još najmanje 25 za koje nećemo čuti izravno od kupca.

Sada kad to znate, što mislite koliko je pametno za poslovni cilj postaviti smanjenje broja reklamacija?

- Svoje nezadovoljstvo kupci u prosjeku dijele s 9 do 20 osoba (prije nam se to činilo puno, a sada su tu i Facebook, Twitter itd.), i ne samo to nego ga preuveličavaju – a konačni je rezultat da svaka druga osoba neće kupovati na mjestu za koje je dobila negativne informacije.
- Dok ovo čitate, svaki drugi kupac ne dobiva primjerenu uslugu!
- Svakoga trećeg kupca, čiju smo pozornost privukli skupom kreativnom reklamom i kod njega izazvali zanimanje, izgubili smo čim je počeo razgovarati s našim prodajnim osobljem koje ga je otjeralo lošom uslugom.

Sada kad to znate, kako ćete rasporediti sredstva u sljedećem proračunu? Hoćete li ponovno zaboraviti na mjerenje trenutaka istine? Hoćete li osnovati centar za kontakt da smanji troškove ili unaprijedi uslugu?

Sve prethodno navedene informacije upućuju na veliku važnost i nužnost kvalitete usluge u modernom poslovanju – zato smo na neki način svi prisiljeni na kvalitetu, posebno otkad je razvoj društvenih mreža uzeo maha. Iako





dio „loših” poduzeća, posebice na tržištu poslovne potrošnje, može još jedno vrijeme računati da će imati klijenata zbog ljudske prirode i inercije, dugoročno to nije siguran odabir strategije opstanka. Mudrije je iskoristiti priliku i brendiranjem usluge ostvariti komparativnu prednost, ne samo u fazi zrelosti proizvoda nego cijelo vrijeme.

Ako je usluga tako važna, zbog čega je loša?

Odgovorni su i zaposlenici i menadžeri.

„Riba smrdi od glave”, pa tako sve počinje s menadžmentom koji ni sâm nije svjestan poslovne prilike koju pruža odlična kvaliteta usluge. Isto tako ne ulaže u izobrazbu zaposlenika. Ne postoji vodič za kvalitetu usluge. Pritisak na zaradu je velik i često menadžment nije svjestan da ne može svatko raditi s kupcima. Prodavače, prije svega, mora krasiti empatija. Također, menadžment se ustručava, ili nije u mogućnosti, dati otkaze ljudima koji neprimjereno poslužuju kupce.

S druge strane, i sami zaposlenici često su nemotivirani za rad, ne ulažu u sebe i izobrazbu o proizvodima koje prodaju, niti poznaju psihologiju prodaje.



Jeste li znali

... da u EU visokoobrazovane žene čine 60 posto visokoobrazovane populacije? Žene čine i polovicu stanovništva, donose 70 % odluka o kupnji, a tvrtke koje vode ostvaruju i do 25 % višu dobit.





• VJEŠTINE

Komunikacijske vještine nužne su za izgradnju i održavanje odnosa, u prvom redu onih sa zaposlenicima i kupcima.

ODNOS PREMA ZAPOSLENICIMA

Jesu li nam zaposlenici na prvome mjestu? Način kako se ponašamo prema njima odrazit će se u njihovu ponašanje prema kupcima.

Znamo li da su zaposlenici najbolji odjel za istraživanje tržišta? Nema smisla ostati sjediti u svojem uredu i misliti moja vrata su uvijek otvorena. Jeste li postavili sustav koji omogućuje svim zaposlenicima da vam brzo i jednostavno mogu i žele javiti što kupci svaki dan govore, traže, žele, očekuju...? Nagrađujete li ih za to?

Znamo li da ne postoji lijen čovjek već problem motivacije?

Koliko kao menadžeri aktivno slušamo ljude, pravilno prenosimo posao, družimo se s njima? Zanimaju li nas iskreno kao ljudi i suosjećamo li s njima?





B

IZ BLOGA

Čevapi, barem jednom

Kako to obično biva, klijenti na savjetovanje dođu s idejom da je tamo negdje izvan njih problem, da su drugi ljudi krivi za sve, da su njihovi zaposlenici ovakvi i onakvi i sl. Naravno, znam otpočetak da riba smrdi od glave i da je najveći problem u njima, no ne mogu to reći na prvoj kavi pa čekam priliku i trenutak kako to „ljepše” upakirati.

I tako sam u sklopu jednog savjetovanja radila analizu postojećeg stanja, odnosno, među ostalim, razgovarala sam s djelatnicima te tvrtke i posebno toga njihova „problematičnog odjela”. Tamo je, rekli su mi, bilo najviše pogrešaka, najmanje plaće, najviše pritužbi. Ma ono, zlo. Naravno, pogled na posao iz tog odjela izgleda drukčije jer se posao svih ostalih odjela prelama na njima zato što su oni u kontaktu s krajnjim korisnicima. To sada nije važno, već je za ovu priču važno što su mi, dakle ti ljudi koji imaju oko 500 eura plaću, rekli da bi htjeli.

Baš nitko nije spomenuo plaću na prvome, neki uopće nisu ni na kojemu mjestu, a ono oko čega su se svi složili jest da žele da ih se CIJENI i poštuje, žele pohvalu i





PRIZNANJE. I sada ono najvažnije – žele da „gazda” barem jednom ne prođe samo pokraj njih, nego da ode s njima na gablec, da zajedno pojedu ćevape, može i u uredu, da ne ide stalno s marketingom i prodajom u *fancy* restorane. Da bude malo s njima. Eto. Koliko ćevapi (čitaj: male stvari) mogu značiti i napraviti razliku.

Koliko vi cijenite svoje zaposlenike? Stavljate li ih na prvo mjesto? Ili su oni ovakvi i onakvi, a vi ste super i nezamjenjivi. I nitko to ne može i ne zna bolje od vas napraviti, je li?

.....





ODNOS PREMA KLIJENTIMA

Jesu li nam kupci na drugome mjestu? Kupac više nije kralj niti Bog, **KUPAC JE PARTNER** – svaki kupac jednako treba vaše proizvode i usluge kao što i vi trebate njega. Budući da kupac uvijek ima više mogućnosti odabira, taj „ravnopravan” partnerski odnos malo je više u korist kupca, 60 : 40 %.

Znate li da su oni naši najbolji i k tomu BESPLATNI prodavači?

Je li baš svakog kupca jeftinije zadržati?

Kad biste mogli birati, kakvog biste kupca odabrali – zadovoljnoga ili odanoga?

Slušate li samo ili i čujete zaista svoje kupce?

Jeste li svjesni da je reklamacija besplatno savjetovanje?

Primjenjujete li još uvijek zlatno (dajte kupcu onakvu uslugu kakvu biste i sami htjeli) **ili dijamantno pravilo** (dajte kupcu ono što on želi)?

KOMUNIKACIJA

Ne možemo i ne smijemo mijenjati druge ljude, no možemo ne suditi, ne dokazivati, ne tračati i birati riječi. Prije svega, dobro je izbjegavati riječ ALI i umjesto nje upotrijebiti I, te isto tako umjesto riječi ZAŠTO upotrijebiti ZBOG ČEGA. Naravno, uvijek je dobro biti svjestan da *ne mogu znači neću*.





• PONAŠANJA

Kako konkretno unaprijediti kvalitetu usluge?

Prvi je korak istražiti tržište, odnosno pitati svoje korisnike što im je i u kojoj mjeri važno.

Na temelju toga, a ne onoga što se nama sviđa, sljedeći je korak izraditi standarde usluge i nakon toga provjeravati poštuju li se. **Nije dovoljno ispitivati zadovoljstvo kupaca, nužan je i *mystery shopping*** jer jedino pozivi/posjeti tajnih kupaca mogu objektivno izmjeriti izvedbu u trenutku istine.

Potom slijedi prenošenje rezultata te izobrazba i motivacija zaposlenika i krug se neprekidno nastavlja jer konkurencija i očekivanja kupaca rastu, htjeli mi to ili ne.

B

IZ BLOGA

Manje je više

I inače mi je moto „manje je više” i volim jednostavno življenje, no ovoga se nije loše redovno prisjetiti:

- manje stvari (iako to redovno radim, opet je osam vreća svega brzo odletjelo iz stana – sve stvari kojima se ne koristim, ne vesele me, ne trebaju mi zapravo i sl.)
- manje aktivnosti (redovito, a opet nedovoljno, sjetim se da reći drugima *ne* znači reći sebi *da*; u planiranju poslovne jeseni usredotočila sam se na ono što me zaista veseli, kao i dosad, no smanjila sam taj broj količinski, uzevši u





obzir da su mi na prvome mjestu – san, unutarnji mir,
što više slobodnog vremena)

- manje ljudi (odbijanje raznih kava i ideja za suradnju – ja sam 99 % ekstrovert, ovisnik o idejama i izazovima stvaranja novoga, nečega iz ničega, tako da je ovo težak potez, ali nužan)
- manje informacija (skinula sam se s niz *newslettera*... opet)
- manje virtualnih ljudi (obrisala zasad 700 prijatelja na Facebooku i svaki dan nastavljam pomalo; otvorila sam zato stranicu i imam zatvorenu mentorsku grupu, a na svojem profilu ipak u novostima želim vidjeti stvari i ljudi koje što bolje poznajem)
- novi/stari zdravi prioriteti (možda je zbog godina, možda sam se u zadnji trenutak opametila, ne znam, ali bez iznimaka – san mi je na prvome mjestu, zatim obvezna meditacija/molitva, pa vježbanje, pa doručak... i onda dan može početi).

Zastanite na trenutak. Ništa ne morate (osim umrijeti i, da, platiti porez). Život nije utrka.

Slušajte svoju intuiciju.

Što zaista želite?

Što vas veseli?

Što biste radili i da znate da neće uspjeti? Da, dobro ste pročitali. Obično svi pitaju što biste radili da znate da ćete uspjeti, ali što je ono što vas zaista ispunjava i radili biste i da znate da neće uspjeti jer vas je baš briga za rezultat zato što toliko u tome uživate?





S kim se zaista želite družiti? Ima li u vašem krugu ljudi koji se samo žale, koji su šovinisti, nacionalisti ili sl. što zapravo ne odobravate? Kako moja prijateljica kaže – ostavite *trebalomaniju*... „trebam, moram, bilo bi u redu”...

Spavajte koliko vam tijelo traži.

Jedite kad ste gladni.

I svi oni uobičajeni i naizgled već „dosadni” savjeti koji pršte iz ženskih časopisa – volite sebe... i to...

U svemu tome mislim da je za sreću najvažnije usmjeriti se na ZAHVALNOST – što imamo, a ne što nam još nedostaje.

A svi u konačnici samo želimo biti sretni. To je sve. Zar ne?

Vjerujem da se možemo složiti da gotovo pa ne postoje savršene okolnosti – uvijek možemo samo izvući najviše iz onoga što nam je na raspolaganju...

Ono što mnogi mogu potvrditi – dobivamo neopisivu snagu kad se rasteretimo svega, stvari, aktivnosti, ljudi, raznih odnosa u kojima nismo sretni, prijatelja koji nas iscrpljuju na razne načine, samonametnutih obveza, svega što zapravo ne želimo, nego radimo jer je, eto, red, običaj, navika, strah od promjene... što god.

Uostalom, svatko zna najbolje za sebe i za sve odgovaramo samo Bogu (ako vjerujete) i osobi u ogledalu.

.....





Kako rješavati reklamacije?

Moramo biti svjesni da je reklamacija poklon i besplatno savjetovanje (sjećate se – samo se 4 % žalili) i zato nemojte otežavati situaciju, nego prvo zahvalite korisniku. Potom ga dodatno smirite, tako što ćete ga saslušati, aktivno, bez prekida, bez opravdavanja, zatim priznajte svoju grešku, preuzmite odgovornost, ispričajte se i riješite problem ili osobu uputite na drugog zaposlenika koji to može.

**Samo su odlične tvrtke orijentirane prema kupcima,
ostale samo tako govore.**

Nemojte biti među ovim drugima!



SAŽETAK 4. Marketing

- **Razgovarajte jezikom kupaca: problem – rješenje – korist.**
 - **Kupac samo želi znati „što je tu za mene”.**
- **Na prvo mjesto stavite zaposlenike kako bi oni na prvo mjesto stavili vaše kupce.**
- **Kupac nije uvijek u pravu, ali je uvijek taj koji nam svima daje plaću.**





5. NOVAC

Razgovori koji se rjeđe vode

Mnogo je domaćih i stranih knjiga o novcu, kako ga zaraditi, kako promijeniti naša uvjerenja, emocije i odnos prema novcu te stvoriti novu priču s novcem.

I sama sam pročitala velik broj knjiga o tome i za sebe na ovu temu mogu reći da sam *work in progress* – može se reći da stalno učim. Najkorisnije edukacije koje sam pohađala s ovom temom bile su mi škola *Money & You* u Americi i seminar *Millionaire Mind* te knjiga suosnivača škole Roberta Kiyosakija – *Bogati otac, siromašni otac*. Iscrpno sam o tim iskustvima pisala i na svojem blogu, pa možete baciti oko na moju mrežnu stranicu.

No ovu priliku i ovo poglavlje iskoristila bih da progovorim o stvarima o kojima možda rjeđe razmišljamo i razgovaramo iako ih svi sigurno znamo, a koje sam na svojem putu polako osvještavala što mi je puno pomoglo i unaprijedilo posao i život.

Kad pogledamo zapadno društvo, vidimo da svi radimo naporno, jurimo novac, radimo da zaradimo kako bismo kupili stvari koje nam najčešće i ne trebaju i ne čine nas sretnima. Inozemna literatura to prepoznaje kao tzv. **rat race** – utrku štakora. Uvijek jurimo u potrazi za srećom, ali uvijek nam nedostaje ono nešto. Još samo ovo i još samo ono da kupimo, obavimo, riješimo i onda će sve biti u redu...





U 16 godina poduzetništva izgradila sam tri, a prodala dvije tvrtke. Bila sam u situaciji kad nisam morala raditi sljedećih deset godina ništa. A bila sam i u situaciji da nemam za cestarinu. (Srećom, nisam sama tada bila u autu!) I zahvalna sam na tom rasponu iskustava jer su me naučila da **NAŠA VRIJEDNOST NE OVISI O STANJU NA RAČUNU**. Dapače, naša vrijednost ne ovisi ni o čemu izvana. Samim time što smo došli na ovaj svijet **IZABRANI SMO I VRIJEDIMO**. I **ZASLUŽUJEMO**. I **DOVOLJNO SMO DOBRI**.

Zašto to ovdje spominjem?

Jer kad to ne znamo, krećemo u jurnjavu za novcem i svim materijalnim dobrima kako bismo dokazali sebi i drugima da vrijedimo. Radimo do iznemoglosti i kupujemo svašta – i što nam treba i ne treba i što želimo i ne želimo – zato da drugima dokažemo da vrijedimo.

Zašto još jurimo za novcem i skupljamo ga?

Da bismo se **osjećali SIGURNO**.

Koja iluzija! Još jedna moja bitna spoznaja je znati da **PRAVA SIGURNOST dolazi IZNUTRA**. U znanju tko smo doista, zašto smo ovdje i u našem odnosu prema Sebi i Svemu oko nas.

LJUDI I NJIHOV NOVAC. Puno putujem i upoznajem velik broj ljudi. To je za mene velika sreća jer volim učiti i na tuđim iskustvima, ne samo svojim.





Upoznala sam tako ljude koji puno zarađuju, a nemaju ništa.

Upoznala sam ljude koji malo zarađuju, a imaju mnogo – kuću, vikendicu, idu na odmore i izobrazbe...

Upoznala sam ljude koji samo gledaju što im se isplati u životu, nikada ono što ih veseli.

Upoznala sam ljude koji zarađuju milijune eura i ne mogu se opustiti ni pet minuta i u miru popiti kavu.

Upoznala sam ljude koji zarađuju milijune dolara mjesečno samo od jednog od svojih mnogobrojnih biznisa i ne mogu se opustiti. Još se ne osjećaju sigurno. Još im nije dosta. Žele još više. U njima se skriva malo dijete koji žudi za tim da mu otac kaže da je dovoljno dobro i da je vrijedno njegove ljubavi.

Upoznala sam i bogate ljude koji se boje dati bilo što, koji čuvaju svaku sitnicu i čiji su stanovi kao skladišta.

Upoznala sam i one koji pomažu siromašnima, ali samo dajući im hranu i stvari niže kvalitete, jer su oni to već iskoristili, pa žele pokazati tzv. dobročinstvo.

Upoznala sam ljude koji odsjedaju u skupim hotelima pa se onda voze kilometrima da pojedu jeftini sendvič za doručak.

Isto tako upoznala sam i prosvijetljene, divne ljude koji krpaju kraj s krajem i jedva preživljavaju od 1. do 31. u mjesecu. Takvi pojma nemaju o novcu i kako izgraditi posao. I na kraju ne mogu pomoći ljudima kojima žele jer se boje kako će platiti račune.





B

IZ BLOGA

Odmorite se – pa makar i nasilu

Nekima je postalo moderno ne ići na godišnji ili pak na godišnjemu raditi kao konj. Znete ono kad ljudi na Instagramu ili Facebooku objave fotografije predivne obale i prirode uz status: „Moj ured danas.“ I misle kako su cool. Hm, da.

Nije mi baš sjelo ni kad sam davno prije prodala franšizu za *mystery shopping* jednom kolegi iz Beograda, a on, umjesto da udari tempo, otišao odmah na odmor – tri tjedna u Bugarsku. Mislila sam tada – *pa od čega se odmaras, nisi ni počeo* ... Naravno, bila je to druga krajnost.

I sama sam prije bila stalno zauzeta. Dokazivala se, jurcala za postignućima. Bivši partner me je upozoravao, s dobrom namjerom, da se barem jedan dan u tjednu odmaram, ako treba i nasilu, ali ga nisam slušala. Nije mi bilo jasno zašto da stanem kad uživam i to me ispunjava. Nasjela sam na floskulu – ako radiš ono što voliš, ne radiš nijedan dan.

Baš. No naše tijelo to tako ne vidi. Pa sam radeći što sam voljela – izgorjela. Dva puta. Jer dvaput je dvaput.

Vjerujem da kao i ja imate takvih prijatelja, kakva sam i ja bila, da vas, kada ih nekamo pozovete, odbiju i počnu nabrajati: „Jož, ne mogu, baš mi je gužva, radim ovo, ono, i ovo, i ono...“ I bla-bla-bla. Što nam zapravo time žele reći?





Da su bolji od nas? Da su važniji od nas? Da su traženiji od nas? Da su vredniji od nas?

Čini se da je postalo pitanjem statusa i natjecanja tko ima više zadaća na popisu. Dakle, tko je veća faca?

Ne, zapravo nam govore jasno da im nismo najvažniji, ali ni da ne znaju učinkovito upravljati svojim vremenom/ životom.

Radite manje, ali pametnije.

I multitasking je jedno vrijeme bio *in*, sve dok nije dokazano da su ljudi tako zapravo neproduktivniji.

Dakle, nemojte težiti tomu da budete zauzeti, nego da ste produktivni. Radite mudrije, pametnije, ono što vam je važno i što vas veseli, a ne nužno više. Čemu jurcanje, ogromni popisi zadataka i vrtnja ukруг u utrci za novim postignućima ako ne možemo putem stati, udahnuti, zahvaliti na ostvarenome i uživati? Sve te priče o tome da je život kratak, da ne ostavimo ništa za čime bismo mogli žaliti stoje, ali pritisak nema smisla sâm po sebi. Kako kažu Dalmatinci – nije posal zec, neće uteći.

Gradite kuću na zdravim temeljima.

Tko smo, što zaista želimo, što nam je i zašto važno, na što ćemo se usredotočiti – kojih nam 20 % aktivnosti donosi najviše novca i zadovoljstva – sve su to odlične polazne točke za zapitati se.

Zauzet ne znači sretan, ne znači bolji, ne znači važniji, znači samo to – zauzet.

A često smo zauzeti jer bježimo od sebe, da nam slučajno na trenutak ne bi bilo dosadno (besposlen





pop i jariće krsti – kaže li se tako?). Istina, smisleni rad nas usređuje, no obično kad zastanemo sustignu nas vlastite misli s ovim prethodnim pitanjima na koja nije lako odgovoriti, pa je nekako lakše skočiti u novi krug zauzetosti.

Nakon svojih izgaranja naučila sam lekcije, prilagodila sam posao životu, a ne obratno. Radim manje, zarađujem više, fokus mi je na uživanju i kvaliteti života.

Predlažem da probate, pokušajte usporiti i živjeti. A ne samo projuriti kroz život.

Manje je više.

Ako ne vjerujete meni, bacite oko na internet i pokret *Busy is the new stupid.*

I nadam se da će oni za koje nije kasno stati na vrijeme. Inače će ih na to prisiliti bolest.

.....

Kad je DOSTA? Koliko nam POSTIGNUĆA TREBA da shvatimo da nas ona neće ISPUNITI i da svi zapravo tražimo tu ISPUNJENOST IZNUTRA? Kao da smo žedni, a stalno jedemo kolače.

Ako smo žedni, trebamo vodu, a ne još kolača. I zato kad ne dobiju to što traže, ljudi RADE JOŠ više, BJEŽE u RAD ne shvaćajući da su žedni, a jedu kolače. I sama sam bila takva nekih 14 do 15 godina u poslu, što radeći za druge, što za sebe, i prethodno u školi. Mene je životno obilježila rečenica – ZAŠTO 4. Kad nisam dobila petice (a tijekom





svih godina školovanja imala sam skoro sve 5), čekalo me pitanje ZAŠTO 4.

Nije problem pitanje, nego osjećaj da se moram opravdati, tražiti razloge, osjećati se krivom. A nisam znala zašto 4. Dala sam sve od sebe u tom trenutku i, eto, nije bilo 5 nego 4.

Radeći ono što volim, izgorjela sam. Dva puta. I skoro još jednom. Pa sam naučila stati i raditi sve manje i pametnije.

Novac je u poslu uvijek rezultat pružanja vrijednosti i rješavanja problema. Zato kad nestane novca u biznisu, prestanite se usmjeravati na sebe, već se usredotočite na svoje kupce. Koje probleme imaju, što ih muči, za što su spremni platiti kako bi ih riješili? Kako im možete dodati vrijednost? Jer kupci nam svima daju plaće.

Nemojte spuštati drugima cijenu. Jer netko drugi tada gubi. Nemojte drugima činiti ono što ne želite da čine vama. Hoće li vas usrećiti ako neki mali poduzetnik kojemu ste srušili cijenu ne može odvesti dijete na odmor ili mu platiti školovanje? Jeste li tako uštedjeli novac? Zaista?

Platite svojim prijateljima. Tako se podržavaju. Platiti njihove proizvode i usluge, to je podrška. Nije podrška kad žicamo da nam daju nešto na dar. Tražiti nešto besplatno ima drugo ime.





Platite sve svima na vrijeme. Držite svoju riječ. To i naš ugled sve je što u konačnici imamo. Ako ste rekli da ćete platiti, nemojte lagati. Kad se samo sjetim što sam tu sve prošla! „Nađi mi ulagača, dam ti 10 %.” Ja ga nađem, on nestane, ne kaže mi, ne plati. Ja ga zamolim pred Božić i sinov rođendan, baš mi je trebalo tada, on se pravi blesav. Pa u prvom biznisu zovem da naplatim račun, a osoba s druge strane kaže: „Direktor priznaje samo pola računa.” Ili drugu situacija: „Mi plaćamo samo ono što moramo.”

Naš put do uspjeha mora biti usklađen s onim **TKO SMO MI**. Ja sam mogla imati puno više da nisam slušala intuiciju. Drago mi je što jesam. Uvijek budite i ostanite svoji. **VI NISTE NA PRODAJU**. Jedna od definicija uspjeha koju je jedan naš gost rekao na Business Caféu jako mi se sviđa – da se može uvijek pogledati u ogledalo i da mirno spava.

Primanje je jednako važno kao i davanje. To je bio moj problem godinama. Djelomično sam ga riješila spoznajom da nas davanje usrećuje, pa primanjem dajemo ljudima šansu da nas usreće kao i sebe.

Proslave su jednako važne. Često srećem poduzetnike koji vode svoje tvrtke 5, 10, 15 godina. Nikada ne zastanu da proslave i da se nagrade. To je tužno. A samo 20 % tvrtki dočeka peti rođendan – pa zar to nije uspjeh vrijedan slavlja?

Važno je znati razliku između **aktivnih i pasivnih prihoda**. Mnogi nisu svjesni da neće moći uvijek mijenjati svoje vrijeme za novac i da je dobro svoju pozornost usmjeriti na to da stvore više vrsta izvora pasivnih prihoda. Kakvi su to prihodi? Oni koje jednom stvorite, a stalno donose





novac. Npr. franšiza, knjiga, mrežna radionica, naknade za prava, licencije, patentni, novac od najma nekretnina, dobit od biznisa u koji niste aktivno uključeni, prinos od raznih ulaganja i sl.

Osvijestite razliku između **bogatstva i financijske slobode**. Bogat čovjek nije nužno i financijski slobodan. A biti financijski slobodan znači da pasivni prihodi pokrivaju troškove života. Bogat može imati i mnogo novca, i nekretnina, i biznisa, no mora aktivno raditi kako bi sve to održao. Financijski slobodan čovjek ne mora više raditi za tu slobodu, slobodan je provoditi svoje vrijeme kako želi jer mu pasivni prihodi pokrivaju troškove željene kvalitete života.

Ja uvijek težim financijskoj slobodi. Što će nam sve bogatstvo ovog svijeta kad nemamo vremena za uživanje u životu. Najveće bogatstvo je uvijek **VRIJEME**. Novac uvijek možemo ponovno zaraditi, ali vrijeme ne možemo vratiti. Zato poglavlje o *networkingu* dodatno naglašava vrijeme i upozorava da pazimo s kim ga provodimo!

Ima izreka – **dobro se dobrim vraća**. Ipak, u poslu nije uvijek tako, previše davanja s druge strane ostavlja dojam da sebe ne cijenimo i da pokušavamo dokazati svoju vrijednost. Tanka je linija između dokazivanja i davanja da bismo kod kupaca izazvali *WOW* efekt i oduševili ih. Ja se, priznajem, još uvijek ponekad mučim s tim i nekada slabije, a nekada uspješnije održavam ravnotežu.

Za kraj mojeg doprinosa temi o novcu. Čini se da „pohlepni” kapitalizam ne donosi radost i ispunjenje te





kvaliteta života postaje upitna. Istodobno, bilo kakva moderna duhovnost i odbacivanje materijalizma također nije rješenje jer ipak svi živimo u materijalnom svijetu i novac neće doći sâm od sebe. Ako želimo izgraditi biznis, pa i ako samo želimo raditi ono što volimo i od toga živjeti, moramo znati upravljati i novcem i biznisom i trebamo se upoznati s pravilima kako se to radi.

U svakom slučaju, **MI NISMO NAŠE OKOLNOSTI.**

Svima će nam se dogoditi da imamo i da nemamo. Kad naučimo lekciju, iskustvo prođe. Prvo se MI moramo promijeniti, kao i naš ODNOS prema novcu i s novcem, a nakon toga sve ostalo.

B

IZ BLOGA

Stvorite svoju financijsku slobodu

Pitanje i domaća zadaća – kako možete stvoriti financijsku slobodu, kako možete što veći dio svojih prihoda pretvoriti u pasivne? A znam da možete, doći će odgovori brzo. Meni su za moj posao pale na pamet tri nove stvari samo dok sam pisala ovaj blog.

To ne znači da nećete nikada više raditi. Iskreno, ta me rečenica da nešto napravim da ne moram više nikada raditi uvijek živcirala jer želim i volim raditi i moj me rad ispunjava.

Ali jedno je morati raditi da platite račune, a sasvim je drugo kad radite samo ono što vas veseli, ispunjava i ostavlja traga u svijetu. Uživajte na putu stvaranja!





Sažetak 5. Novac

- **Mi nismo naše okolnosti. Ništa izvana ne definira našu vrijednost. Prava sigurnost dolazi iznutra.**
- **Naš put do uspjeha mora biti usklađen s onim TKO smo mi.**
 - **Stvarajte više izvora pasivnih prihoda.**
 - **Ne težite bogatstvu, već financijskoj slobodi.**







6. NETWORKING

Važnost i moć umrežavanja

Za sve na ovom svijetu trebaju nam ljudi. Nitko ne može uspjeti sâm. I Isus je imao 12 pomoćnika.

I prije nego što uđem u ovu temu, da odmah kažem nešto na komentar – *Ali ja sam introvert!* Pa baš zato idi među ljude! :) Ljudi rade s ljudima, za ljude, zbog ljudi...

Idemo redom.

Na zadnjem predavanju na fakultetu profesor je dignuo svoju malu crnu knjižicu i rekao: „ZA OVO BI UBILO POLA GRADA!”

A moja mentorica iz Amerike za sebe je rekla: „MY NETWORK jednako MY NETWORTH.”

Richard Branson kaže: „Not working? Try networking!”

KONTAKT nije BROJ, NEGO ODNOS! A za izgradnju odnosa treba VREMENA!





TKO JE OKO NAS – PRESUDNO JE ZA NAŠ USPJEH U POSLU I ŽIVOTU.

Pa ako itko zna *networking*, to smo mi na Balkanu – oduvijek se tu išlo na janjetine i kave i zna se gdje se svi poslovi dogovaraju, zar ne? **Što mi imamo učiti o tome?**

No *networking* je puno više od pojavljivanja na raznim događanjima, upoznavanja i uvaljivanja svojih posjetnica drugima. *Networking* znači graditi i izgraditi poslovna prijateljstva radi rasta i osiguranja poslovnog uspjeha. Riječ je dakle o **sustavnom stvaranju dugoročnih odnosa** i poslovnih prijateljstava na **obostranu korist**. Bitna je ta razlika u pravilnom stavu – **stavu davanja, a ne uzimanja** – jer *networking* nije prodaja, nego razvijanje odnosa.

Razvijanje mreže svojih kontakata nešto je što nije hitno, ali je važno. Zato **često bude zapostavljeno** jer zapnemo u „hitnim“, operativnim stvarima. Moramo završiti ponudu... Sada nam je gužva... Jurimo u vrtiće, škole... Ne stignemo.

Najveća korist od *networkinga* krije se u susretu s ljudima koji su prošli ono što mi prolazimo. Razgovor s njima, osim u razmjeni novih ideja, može nam pomoći u suočavanju s konkretnim problemima jer vidimo da nismo jedini koji kroz njih prolaze i obično nam **postane jasnije kako ćemo riješiti to što nas muči**.

Ponekad se kao poduzetnici osjećamo sami, izolirani i ne-shvaćeni. Zato je važno **povezivanje s ljudima koji su nam slični**.

Upravo je *networking* navika koja razlikuje iznimno uspješne ljude od ostalih. **Važno je i koga, a ne samo što znamo**. *Networking* je jedan od sedam najvećih izazova malih poduzetnika i ono što najbrže može osigurati kvantni skok u poslovanju.





Jeste li znali

... da se 57 % poslova u Hrvatskoj sklapa uz kavu, a 70 % poslova u SAD-u dolazi kroz *networking*?

KAKO KONKRETNO GRADITI POSLOVNA PRIJATELJSTVA

- a) **Upoznajte** osobu i čime se točno bavi.
- b) **Steknite povjerenje** u tu osobu i u to što radi.
- c) **Aktivno preporučujte** tu osobu i njezin rad.
- d) Međusobno si **pomažite**.

Pritom budite svjesni da svaki razgovor u *networkingu* ima tri faze:

1. **SMALL TALK** – Nužan je, ali je bitno da se tu ne zadržimo predugo.
2. **RASPITIVANJE** – U ovom trenutku pitamo i saznajemo čime se osoba bavi, koji su joj izazovi s kojima se nosi. Pritom **aktivno slušamo**, a ne da jedva čekamo da završi priču i da mi počnemo svoju.
3. **NUĐENJE POMOĆI** – Ovdje možemo ponuditi konkretan **savjet ili kontakt**. E, sada možete pomisliti: „U redu, a kako ja nekomu ultrapoznatom, ultrauspješnom mogu pomoći? Pa on/ona ima sve.” No, i uspješni su ljudi. Svi imamo probleme iz jednoga ili više područja – **ljubavi, zdrav-**





lja, novca i duhovnosti. Ako i nemamo konkretan savjet iz nekog od ta četiri područja, sigurno imamo neki kontakt ili preporuku, nešto što smo čuli, pročitali.

Ne zaboravite – **networking nije prodaja.** Na početku moramo odlučiti želimo li graditi odnose ili nam je netko potencijalni klijent. U slučaju *networkinga riječ je o stavu davanja*, na dugi rok, izgradnji odnosa, a ne kratkoročnom „uvaljivanju” posjetnica i prodaji.

KAKO SE PONAŠATI NA NETWORKING DOGAĐANJIMA

Niste jedini koji postavljate to pitanje jer i drugima je neugodno među ljudima koje ne poznaju. Mnogi se na poslovnim događanjima osjećaju nervozno kao prvi dan u školi. Stoga vrlo često odlaze do toaleta, pogledavaju u mobitel, jedu i piju.

ŠTO DA?

- Dođite ranije na događanje, među prvima.
- Zapamtite – niste došli upoznati sve ljude, nego neke/određene.
- Javite se organizatoru, zamolite ga/je da vas upozna s nekim ili s konkretnom osobom ako znate popis gostiju.
- Imajte spremne posjetnice. Napomena za kolegice: znam da često mijenjate torbe, doskočite tomu tako što ćete staviti posjetnice u novčanik, etui ili nešto slično što je stalno uz vas.
- Kad prilazite ljudima, ako razgovaraju s drugima, približite im se na pristojnoj udaljenosti i čekajte po-





voljan trenutak kad se možete uključiti u razgovor.

- Kad se predstavljate, čvrsto stisnite ruku – imate tri do sedam sekundi za ostavljanje (dobrog) prvog dojma – i osmijehnite se. (Jeste li znali da je osmijeh jedino što na svih 7000 različitih svjetskih jezika znači isto?)
- Pripremite zanimljiv način na koji ćete se predstaviti – navedite **problem** (koji kupci imaju na tržištu), **rješenje** (vaš proizvod/usluga kao rješenje tog problema) i **korist** (koju kupci imaju od toga, koju im baš vi pružate – posebnost vašeg poduzeća). Predstavljajući se tako, vodite računa da ste jasni i svojoj baki i malom djetetu od pet godina. Einstein je rekao: ***If you can't explain it simply, you don't understand it well enough.***
- Gledajte sugovornika u oči.
- Slušajte ljude, aktivno. To znači da ne čekate da završe što su pričali da vi možete početi pričati svoje, već slušajte sa zanimanjem.
- Pitajte ih koji im je trenutačno najveći problem/izazov u poslu i kako im možete pomoći.
- I tek kad vidite da možete ili da ste jedni drugima zanimljivi, ponudite posjetnicu.
- Ne zaboravite na *follow-up* – samo 50 % ljudi nešto učini s prikupljenim posjetnicama. Povežite se na društvenim mrežama, javite se drugoj osobi s konkretnim prijedlogom djelovanja.
- **I za kraj najvažnije – sve je u redu s vama, takvi-
ma kakvi jeste. Budite i ostanite uvijek svoji.**





Postajemo prosjek 5 osoba s kojima se najviše družimo.

Jim Rohn

ŠTO NE?

- Nemojte prilaziti ljudima, nepristojno ih prekidati u razgovoru i „**uvaljivati**” im **svoje posjetnice**, pokušavati im nešto prodati, pozdraviti s „ako ti kako mogu pomoći” i odjuriti...
- I za kraj, kako povezati dvoje ili više ljudi? Uživo ili s pomoću *chata*, poruka i sličnoga?

Nemojte samo ljude spojiti na *chatu* ili im uživo reći: „Evo, upoznajte se pa vidite što možete raditi zajedno.” NEEEE.

Lijepo ih predstavite, uživo ili na *chatu*, „ovo je X osoba, bavi se Y poslom, a ovo je osoba A i bavi se poslom B, mislim da možete zajedno surađivati na C, D ili E, pa ako vam se to čini dobrom idejom, ovo je prilika da o tome porazgovarate”. I zaželite im uspjeh.

Kad god zapnete, ili ste nezadovoljni, ili vam se čini da vam neki crpe energiju, stanite i pogledajte s kim i kako provodite vrijeme i to promijenite. Okružite se osobama od kojih možete učiti, koje će vas podržati i koje vam žele dobro.

Jer istina je što su nas učili – s kim si takav si.





IZ BLOGA

Dosta više skrivanja?

Na edukacije na koje dolazim, i na one koje držim, u velikoj mjeri dolaze žene. Naravno, uvijek sam za cjeloživotno obrazovanje, no jedan je problem kod žena što većina polazi od stajališta da nisu dovoljno dobre, da moraju proći još jednu radionicu prije negoli nešto naprave. I još jednu. I još jednu.

Dodatni je problem koji primjećujem na radionicama o važnosti i moći *networkinga* – ne znamo se predstaviti (jasno, da se zna točno što radimo i kako komu pritom pomažemo, čiji problem rješavamo).

Kao da se skrivaju, misle da nisu dovoljno dobre. Nisu samo žene u pitanju, naravno, ali taj problem nose u većini u odnosu na kolege. Neugodno im je govoriti o sebi, neugodno im je prodavati, neće sebe pohvaliti, ah taj marketing... Ne znaju kako to što rade upakirati (*to je posebna tematika, a ono što ću sada spomenuti jest da je glavni problem pogrešna usmjerenost na sebe umjesto na problem kupca, njegovo rješenje i korist koju on ima od rješenja, te da je važno govoriti jezikom kupaca, što svi rijetko činimo i zaboravljamo da kupci samo razmišljaju o tome što je tu za njih*).





Isti je slučaj i kod Nagrada za najbolje poduzetnice, u čijem izboru sudjelujem. Najveći nam je problem skupiti žene da se nominiraju. „Ma zašto bih sama sebe nominirala, nemam vremena, šutim i radim... Ne trebaju meni nagrade...” Ovdje nije loše sjetiti se da nije riječ samo o nama jer naš život služi i drugima. Naš poslovni put i priča nekome mogu poslužiti kao nadahnuće da se pokrene. A da ne govorimo o koristima za nas i naš biznis.

Dakle, netko čeka baš vaše proizvode i usluge. No nije vidovit i ne čita misli. E, tomu služi taj marketing – da kažete što radite. Da vas ljudi mogu angažirati.

Izđite iz sjene, prestanite biti nevidljive. To što volite i znate raditi jasno i glasno recite – radim to i to i tako tim i tim ljudima pomažem da naprave/poboljšaju/riješe to nešto.

I to je sve. Nema mjesta paralizi zbog straha od odbijanja i mišljenja da nismo dovoljno dobre jer je u redu i da nam netko kaže ne, i mi njemu. Istina je da ne možemo svima biti sve, ali isto tako istina je i da smo uvijek nekome dovoljno dobri.

.....

..... ?

Jeste li znali

... da žene i dalje u prosjeku zarađuju 20 % manje od kolega na istom položaju i da samo 20 % svih ulaganja otpada na biznise koje vode žene? I da, dvostruko više kućanskih poslova obavljaju, pogađate – žene.

.....





Sažetak 6. *Networking*

- Jer je istina – s kim si takav si.
- Kontakt nije broj, nego ODNOS. Naši kontakti su, uz vrijeme, naše najveće bogatstvo.
- Postajemo prosjek pet osoba s kojima provodimo najviše vremena.
- *Networking* nije kratkoročna prodaja i uvaljivanje posjetnice, nego dugoročna izgradnja odnosa.







7. LJUDI

Mnogima je muka pri samoj pomisli na zapošljavanje i vođenje ljudi, no zato što ne znaju najvažnije, da svaki čovjek želi dvije stvari kako bi se osjećao PRIZNATO i CIJENJENO – pohvalu i priznanje.

Ne možemo i ne moramo sve sami.

Najčešće posao započinjemo sami i budemo neko vrijeme (nekada predugo) Katica za sve te sami sve radimo prije negoli toliko narastemo da moramo zaposliti prvog čovjeka. Najgore što možemo je zaposliti rodbinu i prijatelje te, ako imamo prevelika i nestvarna očekivanja, tražimo novog sebe. Ne znamo postaviti granice, ne znamo prenositi posao, perfekcionisti smo, teško puštamo kontrolu ili je ne znamo pustiti, preispitujemo svaku sitnicu (mikromenedžment), nema procedura, sve je u našoj glavi, čudimo se da nam ljudi ne znaju čitati misli te da se njima neke stvari ne podrazumijevaju kao nama. Zaboravljamo da svatko ima svoju sliku svijeta.

Mi se ubijamo od posla, dokazujemo se ne znamo više komu, mislimo da možemo najbolje, da je lakše i brže da to sami napravimo jer nemamo vremena nekome pojašnjavati... I dokle tako? Dok ne izgorimo.





B

IZ BLOGA

Mi – sustav – ljudi

U poduzetništvo ulazimo nemajući pojma što nas sve čeka. I bolje, jer da znamo, ne bismo nikada ušli. Počinjemo s iluzijom da će nam biti lakše, da ćemo raditi manje, kad želimo, s kim želimo... biti sam svoj šef... Hoćemo, **ako budemo radili NA biznisu**, tako da ne izgorimo. U operativi, ako budemo radili **pametnije, a ne više**.

Mnoge sam biznise pomogla sagraditi, nekoliko sama sebi, mnoštvo drugima.

U koracima i poslovnom savjetovanju shvatila sam da imam svoje metode koje se mogu svesti na TROKUT.

Kakav trokut?

MI smo početak i kraj svojeg biznisa, izvor svih problema i rješenja. **Kad mi ljudi priđu, traže i žele promjenu svojeg biznisa, no dobiju i ono što ne traže, ali trebaju, a to je promjena sebe**, svojega mentalnog sklopa, rječnika, ljudi u okružju i dr.

SUSTAV pak predstavlja sve one „dosadne” procedure i pravila koja zahtijevam od klijenata da napišu. Nema izmotavanja, nitko nam ne čita misli, **podrazumijevanje je jednako nerazumijevanje**. Ta se „gnjavaža” uvijek višestruko isplati.

LJUDI – vrhunski zaposlenici za vrhunske rezultate, isto takvi klijenti, partneri, banke, ulagači, dobavljači...

Kako izgleda vaš trokut?

.....





Nijedan stroj nije vredniji od čovjeka

Ovu rečenicu izrekla je jedna poznata poduzetnica kad je bila u gostima na Business Caféu. Kad sam je pitala pred svima što bi drukčije napravila sada kad gleda unatrag, odgovorila je da bi istodobno s ulaganjem u strojeve – jer se bavi proizvodnjom – ulagala u sebe i svoje ljude jer nijedan stroj nije vredniji od čovjeka. To često vidimo i u hotelima – vlasnici ulože velik novac da bi hotel imao pet zvjezdica, no ni približno ne ulože u zaposlenike i izobrazbu kako bi pružali vrhunsku uslugu koju kupci očekuju i zaslužuju u tih pet zvjezdica. Takav hotel gosti mogu komentirati, poput jednoga mojeg poznanika – „hotel ima pet zvjezdica previše”.

Zašto je bitno imati na umu ovu rečenicu? Zato što u praksi trebamo staviti **LJUDE NA PRVO MJESTO**. Odluke treba donositi po kriteriju **PRVO LJUDI, ONDA NOVAC**. To ponekad znači **POSTUPITI ISPRAVNO, LJUDSKI**, a ne učiniti ono što je u tom trenutku naizgled pametnije i isplativije. To isto tako znači i da **uvijek trebamo uložiti u sebe i svoje znanje te u znanje naših zaposlenika**. Da, znam, onda se pojavi ono čuveno pitanje: „Zašto bih ulagao u njih kad će otići raditi kod nekoga drugog?” Ima za to i čuven odgovor – a što ako ne uložite u njih i ostanu raditi za vas bez potrebnih znanja? Neovisno o tome, mislim da se sve uvijek vraća, pa ako nam se i dogodi to da uložimo u nekoga i on ode, vratit će nam se to – doći će i nama netko u koga je netko drugi uložio.





To znači i ono što smo već spominjali u dijelu o kvaliteti usluge, a to je da ZAPOSLENIKE trebamo staviti na PRVO MJESTO kako bi oni na prvo mjesto stavili KUPCE od kojih svi živimo i koji nam svima daju plaću.

Za izvanserijske rezultate trebaju nam izvanserijski ljudi – tržišna borba ZA kadrove

U današnje vrijeme prava tržišna borba ne odvija se među tvrtkama, nego u borbi ZA vrhunske kadrove. Bez obzira na posvuda velik broj nezaposlenih na burzama, svi će se poduzetnici i poslodavci složiti – nedostaje kvalitetnih ljudi, za bilo koje radno mjesto, i zaista ih je teško pronaći. Neovisno o tome tražimo li čistačicu, tajnicu, direktore ili direktorice... baš svejedno za kim smo u potrazi, pronalaznje kvalitetnih zaposlenika polako postaje nemogućom misijom. ***Tvrtke su danas prisiljene na promjenu mentalnog sklopa – trebaju se usredotočiti na ono što one mogu ponuditi nekome i zašto bi vrhunska osoba A radila kod njih u tvrtki B, a ne u nekoj drugoj tvrtki C.***

Kako je rekao također jedan gost poduzetnik na našem Business Caféu – „za izvanserijske rezultate trebaju nam izvanserijski ljudi”. Kako do njih? Ako nudimo tradicionalno zapošljavanje, prvi korak je oglas, no on mora biti drukčiji, da privuče takve drukčije ljude.





Kako napisati *cool* oglas

Tijekom godina zaposlila sam velik broj ljudi za potrebe svojih i tuđih tvrtki i uvjerala se da je to, bez obzira na oblik zapošljavanja, iznimno iscrpljujući i na sve načine zahtjevan posao.

Često mi ljudi priznaju ili u prijavi i/ili usmeno da je jedan od razloga zašto su se prijavili upravo *cool* oglas koji smo napisali. Odlično. U tome je poanta. Da oglas privuče te ljude koji su drukčiji i vrhunski. Važno je napomenuti – 73 % ljudi pasivni su tragači za poslom! Dakle, ako vide neki *cool* oglas, javit će se, iako možda nisu razmišljali o promjeni posla.

Čak i ako dobijete manji broj prijava jer ste sada napravili *cool* i drukčiji oglas, to je odlično, ne brinite se, to je to. Suzili ste broj onih koji se javljaju jer ni ne želite da se jave svi, bili ste jasniji u predstavljanju svojih očekivanja i privukli ste poželjne kandidate, a odbili one koji samo šalju okolo životopise. Time ste si uštedjeli znatnu količinu vremena i energije koju biste inače potrošili na čitanje prijava i intervjuiranje neodgovarajućih kandidata.

Pa kako izgleda takav jedan *cool* oglas?





Ovakav je moj prijedlog „šprance”, a vi ga popunite svojim podacima.

Mi smo

Naša vizija je

Vjerujemo u
(ovdje navedemo naše vrijednosti)

Tražimo
(ovdje navedemo radno mjesto)

Ti si
(ovdje navedemo kakva OSOBA prije svega treba biti – poželjno je da je usklađena s vrijednostima tvrtke – zatim koje su možebitne kvalifikacije potrebne za obavljanje tog posla, kao i znanja i vještine)

Opis posla
(ovdje navedemo što će ta osoba raditi)

Nudimo ti
(ovdje navedemo što je to što možemo ponuditi zbog čega bi netko radio kod nas – nemojte da to bude samo klasika, nego zaronite u to što jedino vi imate, a ne netko drugi)

I na kraju oglasa svakako dodajte informacije o tome što poslati (životopis i motivacijsko pismo), na kojem jeziku, do kojeg datuma, kako i komu (e-poštom i sl.).





Drukčiji način zapošljavanja

Često ističem da je HR = PR (HR je engl. *human resources* – ljudski potencijali, a PR je *public relations* – odnosi s javnošću). Pritom mislim da trebamo paziti na svaku, pa i najmanju pojedinost pri zapošljavanju jer to ostavlja dojam o nama. Možda nećemo nekoga zaposliti, ali on može danas-sutra već biti naš kupac, dobavljač, tko zna. Dakle, uvijek svima trebamo dati jasnu povratnu informaciju, biti pristojni i odnositi se prema njima s punim poštovanjem te zahvaliti na uloženom naporu i odvojenom vremenu.

Uz klasične načine zapošljavanja, poput oglasa, zatim intervju a i testiranja, dobro je razmotriti i one inovativne.

Primjerice, organizirala sam besplatne radionice o važnosti kvalitete usluge i došla je ciljna skupina koja dijeli moju strast. Među njima sam nekima prvo ponudila honorarni posao, pa polako redovan uredski.

Jedna mi je poznanica priznala da je uvijek „u akciji” i kad je u maloprodajnim objektima promatra tko se lijepo odnosi prema kupcima i takvomu ponudi posjetnicu da joj se javi (članica je uprave jednoga poznatog lanca).

Mnogi se koriste raznim praksama, pa tako vide kako se osoba snalazi mjesec dana kod njih u tvrtki ili angažiraju volontere na nekom projektu pa iz te skupine lakše sužavaju izbor potencijalnih kandidata jer vide kako se ponašaju u stvarnim situacijama.





Kako ja biram ljude

Napišem i objavim na službenim portalima i društvenim mrežama cool oglas koji sam prethodno spomenula i često mi ljudi kažu da ih je to privuklo da nam se jave. Uz životopis čitam samo motivacijsko pismo jer se tu osjeti postoje li strast i želja za radom ili ne.

Na temelju pristiglih prijava pozovem odabrani broj ljudi u uži krug na skupni intervju. Skupni jer mi štedi vrijeme, lakše ih usporedim, a i ljudi mi kažu da im je to pomoglo da vide kako se drugi predstavljaju i kako i oni to mogu bolje. Skupni intervju s pet do šest kandidata obično traje 30 do 45 minuta. Uz kratki *small talk* i nekoliko općih pitanja za uvod i opuštanje bitno mi je da postavim tri ključna pitanja: zašto mi – dakle, zašto žele raditi u tvrtki A, a ne u tvrtki B; zašto oni – dakle, zašto da zaposlimo njih, a ne osobu C; te ih ne pitam gdje se vide u budućnosti, već mi je bitno kako su se već snašli u prošlim situacijama, pa pitam kako su riješili neke reklamacije ili slične relevantne situacije za taj određeni posao.

Pitam ih na kraju imaju li oni pitanja za mene i koju plaću žele. Neki se na ovo zadnje iznenade, pa im objasnim da početnu cijenu određuje onaj koji prodaje, a oni su ti koji prodaju svoje znanje i vrijeme, a mi kao kupci odlučujemo što ćemo kupiti, u čemu vidimo najveću vrijednost za novac. I priznajem, nemam ništa protiv pitanja dokad je radno vrijeme, kolika je plaća, godišnji odmor, no volim inovativnija pitanja koja upućuju na to da je osobi koja je potencijalni kandidat stalo do toga da doprinese razvoju tvrtke u koju se prijavljuje za posao.

Tražim i provjeravam preporuke. Usput, nemojte ih davati ako to zaista ne mislite. Nemojte zeznuti drugog poduzet-





nika. Nemojte nikada činiti ono što ne želite da drugi vama čine.

Nakon skupnog intervjua odabrani kandidati dolaze na individualni, pa je čest korak psihološko testiranje, i na kraju vlasnik odlučuje koga zapošljava iz najužeg izbora.

Iako u tom trenutku posao počinje, zapravo su zadnja faza odabira prvi radni dani. Tada maske počnu padati. Intervju i cijeli proces odabira neprirodna su situacija za sve uključene. Ako prvih radnih dana nešto nije u redu, odmah dajte otkaz, međutim budite sigurni da ste se sa svoje strane potrudili da čovjeka ne bacate u vatru, već da ste mu osigurali sva sredstva za rad. Neka pročita sve pismene upute, neka mu ih netko usmeno prenese i kad počne po njima raditi, neka ima mentora i obveznu povratnu informaciju. Bez obzira koliko imate zaposlenih, uvijek je dobro da osobno provedete dio prvog dana s novim čovjekom – jedino vi možete prenijeti tu strast otpočetak.

Kad je riječ o uputama za nove zaposlenike, imam, među ostalim, i tzv. *welcome book* kako bi se ljudi upoznali s tim tko je tko u tvrtki, neformalne upute tko što voli i priručnik kako sa mnom, u kojemu su navedene informacije poput „nemoj mi prilaziti bez olovke i papira jer budala pamti, a pametan zapisuje” i slične... :)

Najgore je ako prekasno počnemo zapošljavati pa to ne znamo raditi i uzmemo nekoga samo da završimo tu agoniju. Bacimo ga u vatru jer nemamo nikakve upute napisano i on se ne snađe, a mi onda trpimo pa radimo umjesto njega, pa nam je još gore i psujemo sve po spisku. Ili ga otpustimo i govorimo „eto, jesam li rekao, znao sam, najbolje da sve radim sâm”, i tako nastavimo raditi 20 sati na dan





dok ne izgorimo. Ili još gore, na brzinu uzmemo nekoga tko se prvi javi na ponovljeni natječaj i opet mu samo sve prebacimo jer više ne možemo i jedva dočekamo komu ćemo uvaliti vrući krumpir.

Vjerujem da ste dosad shvatili da to tako ne ide i da sami sebi radimo štetu.

Zapošljavanje rodbine i prijatelja vjerujem da ne trebamo ovdje spominjati, na to smo se već svi opekli i iz iskustva ogromnog broja poduzetnika za to vrijedi jedno veliko NE.

Kako motivirati ljude

Mrkva, batina, vikanje, prijetnje, bonusi, nagrade... sve to može kao i motivacija pomoći nakratko. No svi želimo samomotivirane zaposlenike koje ne treba „bičem tjerati” da rade niti ih kontrolirati, koji su proaktivni i nadahnuti za rad, koji se prema našoj tvrtki odnose kao da je njihova.

Obratite pozornost na riječ *nadahnuti*, a ne motivirani. Motivacija je kratkog daha i dolazi izvana, dobra je kao što je i tuširanje dobro jer nam dolazi u život svaki dan. No, nadahnuće je dugoročno i dolazi iznutra. Konkretno u ovom slučaju iz onog ZAŠTO koje stalno spominjemo. Dakle, ono što će ljude privući i zadržati, nadahnuti iznutra, jest ZAŠTO radite to što radite. Sjećate se, spominjala sam već Sineka i *Start with why*.





PRIZNANJE I POHVALA – dvije su ključne riječi za ovu temu.

Da, ljudi rade za plaću, no novac nije glavni poticatelj. On svakako može biti demotivator, no sâm po sebi nije poticatelj. To znači da netko neće bolje raditi svoj posao ako mu samo povećate plaću.

I Oprah je u svojem govoru za studente Harvarda rekla da je jedna stvar zajednička svim njezinim gostima iz *Oprah Showa*, bez obzira na spol, dob, bogatstvo i slavu. Svi su htjeli POHVALU I PRIZNANJE. Svi su je nakon što su se kamere ugasile pitali: „Jesam li bio dobar, kakav sam bio?” (engl. *Did I do well, how did I do?*).

Moramo biti svjesni da ljudi najviše vremena provode na poslu, više nego s voljenim članovima obitelji. Isto tako zaposlenici kao i mi žele dobro raditi svoj posao, doprinostiti, biti pošteno plaćeni, ali idealno i biti dio nečega većeg (razlozi su opet ZAŠTO i SVRHA).

Nadalje, zaposlenici najčešće odlaze i daju otkaze zbog šefa, a ne zbog posla koji obavljaju, jer se ne osjećaju kao da ih se cijeni i poštuje i jer imaju potencijal koji na tome radnom mjestu nije iskorišten.

Nije lako biti vođa, no kad vodimo ljude, naša je briga da njima omogućimo da rade.





Iskreno se brinite o svojim zaposlenicima i cijenite to što netko odvađa svoje vrijeme za vašu misiju i pomaže vam ostvariti vašu viziju. Budite iskreno i iz srca zahvalni na tome.

Nemojte nikada nikoga, a najmanje svoje zaposlenike zvijezde, uzimati zdravo za gotovo.

Nemojte se ni dovesti u situaciju da oni od vas traže bolje uvjete ili veću plaću. Vi se za to pobrinite sami i budite uvijek korak ispred njih. Saznajte što je njima važno.

Jednom mjesečno sa svakim sam radila *coaching* u sklopu kojega je išao plan karijere i izobrazbe. I provodila sam sve to. Omogućivala im da rade, da imaju sve uvjete i sve što žele, a u skladu je s interesima i vrijednostima tvrtke. U vrijeme kad sam često bila odsutna iz ureda zbog pohađanja MBA-a jedan me je poslovni partner pitao – kako te „moje cure” rade tako kao da sam ja u uredu „i visim im nad glavom”. Jednostavno, primjenjivala sam sve ovo o čemu vama sada pišem. Tako tvrtka može poslovati ne samo bez nas nego je i bolje da nismo operativno uključeni.

Kad govorimo o zaposlenicima, svjesni smo još jedne činjenice – doći će i vrijeme ristanaka.

Kad otpuštate ljude, važno je osvijestiti neke stvari. Učinite to čim prije, na prvi znak da ste pogriješili, inače radite svima medvjedu uslugu. Dajte im sve, i više nego što im zakonski pripada, ali maknite ih iz ureda da ne narušavaju atmosferu. Najgore što možete napraviti je da nezadovoljni zaposlenici na odlasku mentoriraju nove. I prema svima





se ponašajte ljudski, nikada ne znate kad će vam se putovi ponovno sresti, možda i u ulozi kupaca, dobavljača i sl.

I za kraj samo napomena: Sreća – produktivnost – dobit, kakva je tu veza?

Svega 10 % ljudi radi posao koji voli.

Samo 13 % ljudi zalaže se u poslu koji radi.

Sretni zaposlenici u prosjeku su 12 % produktivniji.

Tvrtka u kojoj su ljudi sretniji može povećati dobit i do 20 %.

Dakle, doslovce se isplati uložiti u motivaciju i sreću svojih zaposlenika, zar ne?

Što ih čini sretnima, što ih motivira? Još ne znate? Pozovite ih i pitajte! To je vrlo individualno i zahtijeva takav, individualni pristup.

Što smo naučili od Vatrenih na Svjetskome nogometnom prvenstvu 2018.

Srce vatreno – 15. i 16. srpnja 2018.

Tu sam nedjelju provela sa sinom i gledali smo utakmicu sa stotinama tisuća ljudi na Trgu, a sutradan smo gledali doček. Taj dan je i Novak Đoković, tenisač iz susjedne zemlje, osvojio Wimbledon. Njegova priča uči nas istim lekcijama.





Zahvalna sam što sam svojem sinu Luki tada mogla prenijeti važne životne poruke koje su nas Vatreni naučili. Što su nam to Vatreni pokazali? Rekla sam mu sljedeće:

- da svatko od nas može uspjeti i u onome što radi doći doslovce na vrh svijeta
- da, iako smo mali, možemo imati velike snove
- da kad si autsajder i sanjar možeš pobijediti
- da *srce vatreno* znači da uvijek daš sve od sebe, da daš svoj maksimum
- da treba raditi na ostvarenju svojeg sna
- da je najvažnije na ovim prostorima da prestanemo kukati i preuzmemo odgovornost
- da idemo korak po korak i usredotočimo se na sada
- da ubijemo unutarnjeg kritičara
- da imamo misiju, zašto nešto radimo, da smo dio nečega većeg jer svi imamo potrebu pripadati
- da imamo viziju, san, ambiciju
- da je najvažnije imati dobrog VODITELJA koji će od talentiranih pojedinaca napraviti TIM koji krasi ZAJEDNIŠTVO
- da je u timu važno imati DOBRE suradnike kao oni igrače koji RADE TO ŠTO VOLE
- da je važno imati vjeru
- da je važno biti ponizan
- da je najvažnije BITI ČOVJEK





- da je važno veseliti se tuđem uspjehu (i Vatreani i Novak podržavali su jedni druge do kraja)
- da je najvažnije uvijek DIGNUTI SE NAKON PADA i samo NASTAVITI DALJE
- i da znamo proslaviti USPJEH, da znamo, kako je Oliver rekao, GUŠTATI, a taj ponedjeljak s pola milijuna ljudi na ulicama zaista je bilo slavlje za pamćenje.





S

Sažetak 7. Ljudi

- Postupiti ispravno ili isplativo? Prvo ljudi, onda novac.
 - Pohvala i priznanje – za tim svi žudimo.
 - Oglas za vrhunske zaposlenike.
 - Počni od sebe – ZAŠTO radimo to što radimo, a to ZAŠTO privući će ljude koji žele s nama na taj put.





8. SUSTAV

„Piskaranje” uputa i zašto je to važno za uspjeh

Kad radimo za državnu upravu ili tvrtku, smetaju nam birokracija, bezbrojna pravila i procedure te je često odlazak u poduzetništvo u početku rasterećenje od toga. Želimo slobodu, raditi što, kad, s kim i kako želimo.

I onda pokrenemo posao, on raste, odjednom nas je više i ne može sve to kako se radi ostati u nečijoj glavi. Treba postaviti posao, napisati procedure, propisati način rada, postaviti sustav.

Ono što poduzetnike koči da to naprave, osim što ne znaju kako, je stav da je to dosadno, složeno i naporno: „Jao, pa zar ćemo kao mali poduzetnici postati nefleksibilni kao velike tvrtke, hoće li nam to ograničiti kreativnost, prilagodljivost, hoće li nas usporiti...?”

Da samo vidite izraze lica poduzetnika kad razgovaramo o tome kako se kod njih radi i kad ih pitam imaju li sve to propisano.

Oni odgovaraju: „Što?”

Ja: „Pa to kako se radi kod vas.”





Oni: „Pa zna se”, ili: „Ma imam nešto”, ili: „Kako to misliš, napisano?”

Ja: „Mislite, vi znate i sve je to u vašoj glavi?”

Oni: „Pa to se podrazumijeva, sve je to logično i zdravorazumski.”

E, zašto je ovo važna karika za uspjeh? I ne, nije dosadno, zapravo je zabavno, kreativno i jednostavno, a i brzo.



Jeste li znali

... da čak 94 % pogrešaka nastane zbog pogreške u sustavu, a samo 6 % zbog ljudi?

Da, dobro ste pročitali.

Podrazumijevanje je jednako nerazumijevanju, davno sam naučila na tečajevima komunikacije. U prijevodu, kad pišete upute i propisujete kako se radi kod vas, pišete SVE do NAJSITNIJE SITNICE jer ništa se ne podrazumijeva. Nitko ne zna čitati vaše misli. Kako je Voltaire rekao, *common sense is not so common* (zdrav razum nije tako uobičajen).

Rado se sjetim priče dvaju dragih kolega koji su mi došli na savjetovanje. Poslije su mi priznali: „Išla si nam na živce s uputama, nije nam se to dalo pisati, ali neki glas iznutra govorio nam je da te ipak poslušamo. Nekoliko mjeseci na-





kon toga nismo više išli u drugi grad nadzirati dodatni posao jer je počeo bez našeg angažmana donositi 30 % veću dobit.”

Zašto se pišu upute?

Evo nekih koristi:

- uštede u vremenu jer se zna tko, što, kad i zašto radi, ne gubi se vrijeme da se to dozna
- povećana učinkovitost
- smanjenje pogreške
- zadovoljni djelatnici
- možete mirno na godišnji da vas nitko ne zove, lakše ste zamjenjivi
- lakše ćete prenositi posao
- lakše ćete i brže uvoditi nove zaposlenike
- kupci će dobivati standardnu uslugu i bit će zadovoljniji
- imate priliku izgraditi brend
- možete širiti franšizu
- sve to vodi i prema povećanju prometa i dobiti, naravno, kao i u prethodnoj priči
- u konačnici jednom, ako to želite, možete prodati tvrtku (u svakom slučaju, ako je prodajete, morat ćete dokazati da posluje bez vas, a to neće biti moguće bez propisanih pravila rada).





Tako da vas ovo čeka kad-tad.

Stoga, kako napisati upute, odakle početi, što točno treba napraviti?

I da, prije nego što pomislite, treba sve napisati, čak i ako sami radite za sebe. Nemojte odgađati. Sve napišite da budete spremni za rast čim prva osoba dođe raditi kod vas.

Dakle, PRIRUČNIK je nešto što vi kao osnivač pišete. Vaš je biznis vaša beba, vaš produžetak, njemu ste vi udahnu-li život i ovo je prilika da to učinite napismeno na nekoliko stranica. Ovdje jasno definirate: MISIJU – zašto radite to što radite; VIZIJU – kako se vidite; VRIJEDNOSTI – za što se zalažete u vašoj tvrtki, do čega vam je stalo, što je vama važno; KAKO radite – kako se kod vas radi u prodaji, marketingu, nabavi; kakve ljude zapošljavate – idealan zaposlenik; s kim radite – kakav je vaš idealan dobavljač i, naravno, idealan klijent.

Ostale kratke upute o tome kako se što konkretno radi mogu napisati vaši zaposlenici. Za upute je bitno da nisu mrtvo slovo na papiru, već da je u njima onako kako je u stvarnosti. Ako ste jedini zaposleni – pišete sve sami. :) Ne čekate da tvrtka naraste pa da ih pišete jer nagli rast dovest će vas do raspada sustava. Postavite sustav sada, dok ste mali, odmah na početku.

Meni su se smijali kad sam sedam mjeseci pisala upute za prvi posao kao da imam 300 zaposlenih. Da, ubrzo sam imala 700 honoraraca i šest zaposlenih pa je bilo dobro što sam pripremila sustav. I upravo zato što je sve funkci-





oniralo bez mene, prodala sam tvrtku koja je, marketinški gledano, bila povezana s mojim zaštitnim znakom i svi su mi govorili da je nikada neću prodati jer me ljudi s njom povezuju.

Koristi su brojne, to smo vidjeli, no da bi ih zaposlenici čitali i primjenjivali mora za to također postojati sustav. Moraju biti definirani koraci, no još važnije, zaposlenici moraju biti uključeni u njihovo pisanje i sve procedure moraju biti napisane jednostavno i čitljivo, a najvažnije je da odgovaraju stvarnosti.

Ponekad neki imaju otpor, no kad im se predstavi zašto se to radi (sjećate se, 94 %) i koje su koristi (*i općenite, ali i za njih osobno, kao npr. da je dobro da ih nitko ne zove dok su na godišnjemu*) otpor nestaje i ljudi sa zadovoljstvom naprave taj posao u vrlo kratkom roku te neočekivano brzo počnu uživati u plodovima.

S

Sažetak 8. Sustav

- Podrazumijevanje je jednako nerazumijevanje.
- Napišite sve procedure jednostavno i čitljivo kako biste stvorili sustav.
 - Uključite zaposlenike u pisanje procedura.
 - Radite NA svojem biznisu, ne samo U njemu.







9. MI

Put k sebi

U mojem životu tzv. rad na sebi, duhovnost, kako god to nazivali, ima veliku ulogu, a s obzirom na to koliko sam novca i vremena potrošila na knjige, seminare, NLP, MBA, putovanja na inozemne izobrazbe, razne domaće i strane osobne učitelje, mogu priznati da sam jedno vrijeme bila tzv. *self-help junkie* (ovisnik o literaturi za samopomoć). Trebalo mi je vremena da se nađem, smirim um, uđem u dubinu primjene svega i tišinu da mogu čuti Sebe i svoj Unutarnji glas.

Kao i mnogi, dotad sam bila u potrazi za nečim izvana, novim spoznajama, novih tehnikama. Samo recite tehniku, Bars, rekonekcija, bioenergija, EFT, Theta iscjeljivanje... i sigurno sam je isprobala ili je čak i znam raditi drugima. :)

Taj cijeli put kod mene je inače išao malo vremenski „naopake”. Obično ljudi u mladosti počnu „juriti za materijalnim” pa negdje u tzv. krizi srednjih godina shvate da to nije to i okrenu se sebi, duhovnosti, onomu nečem iznutra. A ja sam nadobudno počela prvo čitati knjige o duhovnosti od svoje šesnaeste godine, probala, kao što sam spomenula, razne tehnike, u mladosti putovala i po Indiji, godinama se molila/meditirala i do dva sata dnevno ranom zorom, a onda sam postigla materijalni uspjeh, stekla nagrade i priznanja, pa raznim „ludostima nadoknadila” mladost provedenu radeći i 20 sati dnevno.





Sve to izvana na kraju me dovelo do spoznaje da nema ništa izvana, da jedino duboki rad iznutra prema van ima smisla, **jedino brutalna iskrenost i suočavanje sa sobom te prihvaćanje sebe dovode do prekrasne oslobađajuće spoznaje da je prava sigurnost u nama neovisno o okolnostima, i da mi nismo naše okolnosti, i samo tako stječemo mir i čvrsto uporište u sebi i u odnosu s – ja ću upotrijebiti riječ – Bogom**, unatoč svim teškoćama i turbulencijama koje nas čekaju izvana. I to je jedan od razloga zašto je naslov knjige *Najjači si kad si svoj*.

Zašto ovakvo poglavlje u knjizi o poduzetništvu?

- Zbog toga što **NAŠ POSAO MOŽE RASTI SAMO DO RAZINE DO KOJE MI RASTEMO**.
- Zbog toga što **uvijek, bez obzira što nam se dogodi, trebamo početi od sebe i preuzeti 100-postotnu odgovornost za sve što nam se događa u životu** (*ne krivnju, nego odgovornost – dakle sposobnost da primjereno odgovorimo na nastale događaje*), biti proaktivni i reagirati umjesto kukati, žaliti se, kriviti druge i glumiti žrtvu.
- Zbog toga što smo najčešće sami sebi najveća prepreka i **MORAMO SE SAMI SEBI MAKNUTI S PUTA**. A to znači da trebamo pripaziti na način razmišljanja i kako razgovaramo sa samim sobom, paziti što mislimo i koje **RIJEČI** upotrebljavamo. Jesmo li sebi maćeha ili smo si podrška, kao majka puna brižnosti, ljubavi i strpljenja? Što sebi govo-





rimo? **Podsjećamo li se da VRIJEDIMO, da smo DOVOLJNO DOBRI, da ZASLUŽUJEMO?** Koliko ohrabrujemo i potičemo, a koliko kritiziramo sebe?

Sjećate li se priče o zašto 4?

Nikada drugima nećemo biti dovoljno dobri. Moramo iznutra biti sami sa sobom zadovoljni, bez obzira na tuđa mišljenja i okolnosti izvana.

Opraštamo li sebi pogreške ili se teroriziramo s unutarnjim kritičarom kojemu nikada ništa nije dovoljno dobro? Ili razumijemo da su **POGREŠKE samo PRILIKE ZA RAST I UČENJE** i kao **NEISPUNJENE ŽELJE I PLANOVI ONE SU ZAPRAVO PRIKRIVENI BLAGOSLOVI**, te da se **SVE DOGAĐA ZA NAS, a ne NAMA** i da je sve uvijek kako treba biti i najbolje za nas iako u tom trenutku to ne vidimo.



VJEŽBA

Na čemu ste VI zahvalni

Otkako je moj sin navršio četiri godine, prije spavanja razgovaramo o tome na čemu smo zahvalni. Prvo me nije razumio, pa je pogađao, onda je shvatio i sâm sve govorio, a kad bi to naše uspavljivanje potrajalo, ja bih zaspala, no on bi ostao





budan i probudio me riječima: „MAMA, MAMA, ali nismo rekli na čemu smo zahvalni danas.”

Učinci su neprocjenjivi.

Kad god smo loše volje, zastanimo na trenutak i zapitajmo se na čemu smo zahvalni. Trenutačno se usmjeravamo s onoga što nam nedostaje na sve ono što imamo. A ono na što se usredotočimo raste. Neko vrijeme sve će to djelovati umjetno i to je u redu, no doći ćemo do toga da se svakog jutra budimo istinski zahvalni na još jednom danu i prilici zvanj naš život. Bez obzira na to što on nije savršen, odnosno je, ali nemamo sve. Nema nitko. Sretni su oni koji iz onoga što imaju izvlače najviše, a ionako ne postoje oni koji imaju sve.

.....

Na NLP-u (engl. skraćeno za *neurolinguistic programming*) spominjali smo jedno istraživanje u kojemu su ispitanike kojima se po njihovu mišljenju dogodio najgori događaj u životu nakon točno godinu dana pitali što sada misle o tome. I 80 % njih za isti je događaj, za koji su prije 365 dana rekli da im je bio najgori, odgovorilo da je zapravo najbolje što im se dogodilo.

Isto tako jedan zanimljiv govor pok. Stevea Jobsa na YouTubeu – zove se *Connecting the dots* (u prijevodu s engl. *Povezivanje točkica*) – govori upravo o tome da život možemo razumjeti unatrag, da nam tada postaje jasno zašto





se sve moralo baš tako dogoditi i da je sve povezano i vodi ka krajnjoj svrsi.

Dakle, bez obzira kroz što prolazili u ovom trenutku i koliko god nevjerojatno to bilo, sve se događa s razlogom i najbolje za nas. Poslije ćemo to vidjeti.

Što je još bitno?

- **Da stavimo SEBE ispred svojeg posla.** To znači da, kad donosimo poslovne odluke, uzmemo u obzir ne samo je li to dobro za naš biznis nego i za nas i našu kvalitetu života. Inače nas čeka jurnjava za ciljevima i postignućima te bismo, ako u tome ne nađemo mjeru, cijenu mogli platiti u zdravlju u obliku *burnouta* ili nekih težih, pa i smrtonosnih bolesti.
- I još je nešto jako važno ako želimo osjećaj ispunjenosti iznutra, a to je da **NAŠ PUT DO USPJEHA MORA BITI USKLAĐEN S ONIM TKO SMO MI!**

To znači da moramo znati tko smo, što je nama važno, koja je definicija uspjeha i sreće za nas.

Ja sam iskreno mogla zaraditi barem dvostruko više da sam pristajala na razne ponuđene ideje, no nisam jer nisu u skladu s onim tko sam, a ja nisam na prodaju. Moja definicija uspjeha su sloboda i kvaliteta života. A definicija sreće – uživanje u životu punim plućima.

Koja je vaša? Stanite i zapišite!





IZ BLOGA

Svi imamo drukčiju krv

Kad u što većoj mogućoj mjeri radimo ono što volimo i želimo, život nam se neopisivo mijenja, kvaliteta i zadovoljstvo su nemjerljivi u odnosu na onda kad funkcioniramo na temelju onoga što trebamo i moramo u skladu s društvenim normama i očekivanjima drugih.

Sve u prirodi funkcionira tako što raste i doprinosi drugima. Pa tako i mi, iako prečesto zaboravljamo da smo dio prirode. Sve što prolazimo jesu iskustva s ciljem da rastemo, učimo i doprinosimo. A istinski smo sretni i zadovoljni kad smo svoji, kad svoje talente, darove s kojima smo došli, izrazimo na autentičan način i tako ih damo drugima.

Kako je moj sin Luka rekao: „Mama, svi imamo drukčiju krv, svi smo posebni i poznati po nečemu...”

Zato bacimo se na proljetno čišćenje do kraja, u svim područjima, budimo svoji, radimo ono što želimo i volimo, ne samo ono što trebamo i moramo.





Kako upravljati vremenom?

Nikada dosta vremena – to je tema bez koje ne prođe nijedna poduzetnička kava. Vječno je pitanje kako sve stići jer smo u gužvi, još moramo ovo i ono.

Neću vam sada otkrivati toplu vodu, najnovije trikove kako još brže nešto obaviti i projuriti kroz život, nego uz sve navedeno u ovome i drugim poglavljima podsjetit ću vas prije svega još i na sljedeće:

- **Najveće bogatstvo je VRIJEME** – novac možemo uvijek ponovno zaraditi, ali vrijeme nikada ne možemo vratiti unatrag, zato je **PRESUDNA NAŠA ODLUKA KAKO GA I S KIM PROVODIMO**. Kad god vas netko nekamo zove, sjetite se, vrijeme se ne da vratiti. Kad odlučujete hoćete li ući u neki posao/projekt, ponovno, vrijeme se ne da vratiti. Isto tako za sve što možete prenijeti, iako mislite da jedino i najbolje na svijetu to možete vi napraviti, platite ako trebate birati jer, ponavljam, vrijeme ne možete vratiti, a novac uvijek možete zaraditi.
- **Najbolje ulaganje je ULAGANJE U SEBE I SVOJE ZNANJE** jer, kako se kaže, sve svoje nosimo sa sobom.
- **I najveći luksuz današnjice**, ne znam hoćete li se složiti sa mnom, no mislim da je to **MOĆI ISKLJUČITI SE** od bombardiranja informacijama, aktivnostima i zahtjevima sa svih strana. I **ČUTI SEBE. SVOJU DUŠU**. I za čime žudi!





- **MANJE JE VIŠE** (Sjećate li se paradoksa izbora iz poglavlja o marketingu?) – i zato sve **POJEDNO-STAVNITE i tako POVEĆAJTE KVALITETU života**, sve, i život i posao, i recite **NE** svemu što vas ne veseli, ne čini vas boljim niti vam donosi dobit.



IZ BLOGA

Recite ne

Recite NE poslu zbog kojega noćima ne spavate i ujutro ustajete s grčem u želudcu... Pa čak i ako je to vaš posao.

Recite NE klijentima koji vas financijski, vremenski i energijski iscrpljuju. Nisu svi za svakoga, pa tako ni vi ne možete svima biti sve.

Recite NE aktivnostima koje ne volite i koje vas iscrpljuju. Prenesite na druge sve što ne volite raditi, usredotočite se na ono u čemu ste najbolji i što volite.

Recite NE zaposlenicima za kojima sve morate tri puta provjeravati, za koje znate da ste ih pogrešno zaposlili, za koje znate da više nema smisla davati im još jednu... pa čekaj malo... ipak još samo jednu šansu.

Recite NE dobavljačima i poslovnim partnerima koji vas žicaju popuste do besvijesti, koji bi „sve” besplatno, koji vam snižavaju cijenu do te mjere da se počnete gaditi sami sebi, da se osjećate pretučeno i silovano...

Recite NE perfekcionizmu jer postoji nešto što se zove DOVOLJNA kvaliteta.





Recite NE besmislenim sastancima, razgovorima, kavama, upitima, e-porukama, suludim pozivima na razne nedefinirane suradnje, raznim događanjima, skupovima, govorancijama i inim privatnim i poslovnim aktivnostima.

Recite NE prijateljima koji vas iskorištavaju, koji vas žicaju da im dajete besplatno stvari, robu i usluge od kojih živite jer to nisu prijatelji, jer će vas pravi prijatelji podržati tako što će platiti to od čega živite i još vas preporučiti dalje.

(kolumna za *Gloriju Glam*, rujan 2017.)

.....

Kako do kvalitetnijega i ispunjenijeg života

Odakle početi preslagivati svoj posao i život? I „dobiti” više vremena i, još važnije, kvalitetniji život i osjećaj ispunjenosti iznutra. Evo kako ja to radim. Kad god zapnem, pratim ove korake i isto savjetujem svojim klijentima:

1. Veliko pospremanje

Prodite po stanu/kući i uredu i bacite/poklonite sve što vas ne veseli i/ili se time ne koristite zadnjih šest mjeseci. Da, dobro ste pročitali. Jednostavnost je neprocjenjiva. Neka vam kriterij bude RADOST. Osjećaj olakšanja i protok energije je neopisiv. Javite mi kako je prošlo.





2. Popis svih ciljeva, želja i namjera

Popišite pritom baš sve aktivnosti koje sada morate ili trebate obaviti, od najsitnijih popravaka, gomile zaostataka i gluposti do zaista važnih životnih stvari.

3. Razvrstajte aktivnosti

Sada kad imate taj popis, možete napraviti tablicu:

MORAM	ŽELIM
TREBAM	HOĆU / VESELI ME

4. Revidirajte popis

Nadam se da su popisi *Moram* i *Trebam* kraći od *Želim* i *Hoću*. Sada ovo pod *Moram* i *Trebam* ponovno procijenite i razmotrite možete li odustati, je li baš sve potrebno ili možete bez toga. Ako ne, možete li prenijeti obveze na druge ili platiti vanjskog dobavljača (*outsourcing*)?

- Ovo pod *Želim* i *Hoću* je najvažnije, pa hajmo saznati što VI ZAISTA ŽELITE. Što želite iskusiti, kako želite rasti, kako želite doprinijeti, kakav trag ostaviti?
- Što biste radili da ne morate više nikada raditi?
- Jesu li sve vaše želje zaista vaše ili su nametnute iz okoline? Za čime to žudi vaša duša?
- Zašto to želite?





- Ako već niste prije odgovorili, sada je vrijeme – što su uspjeh i sreća za vas?
- Koje su vaše vrijednosti – do čega je vama stalo? Što vam je važno?

5. Osmislite svoje nove ciljeve, želje i namjere koje će donositi više zadovoljstva

Prije sam, do Lukina rođenja, postavljala ciljeve, sve ih ostvarila kao na traci, prekrižila i prešla na idući, jurcala skupljajući postignuća. A onda je stigao on i više ništa nije bilo po planu i život me naučio kako je to dobro, kako se divno prepustiti vodstvo, biti u sadašnjem trenutku, kretati se poput vode, ništa nasilu, privlačiti umjesto pritiskati i sl.

Od svih tehnika kojima sam se koristila uz tzv. *vision board* (kad na papir koji stavite na zid naljepite slike koje simboliziraju ono što želite) ova tri pitanja bila su mi korisna:

- Što sve želim ISKUSITI u životu?
- Kako želim RASTI? (koje vještine i znanja želim steći)
- Na koji način ŽELIM DOPRINIJETI?

To mi je također pomoglo da se prestanem uspoređivati s drugima, da shvatim kako svatko ima svoj križ i da nikomu život nije savršen te da jednostavno odaberem svoj paket – ono za što sam ja spremna platiti cijenu.

Također, kod samog postavljanja ciljeva/želja/namjera vodim se tzv. **MOĆI ŽALJENJA**.





Kažu da na samrtni više žalimo za onim što NISMO nego za onim što jesmo učinili, pa tako i ja – stanem i zapitam se bi li mi bilo žao da to ne napravim, hoću li za tim žaliti.

Istina, puno je ludosti iz toga nastalo, putovanja, skokova iz aviona i sl. No sve je vrijedilo.

Ima jedna knjiga koju je napisala medicinska sestra koja se brine o starijim i nemoćnim ljudima, u kojoj govori o pet stvari za kojima ljudi najviše žale na samrtni. Nitko ne žali za tim da je više radio, **žale što NISU SLUŠALI SEBE I ŽIVJELI PO SVOJEMU TE PROVODILI VIŠE VREMENA S LJUDIMA KOJE VOLE.**

Imala sam sreću da sam u mladosti bila na teškoj operaciji kralježnice, opasnoj za život, i da sam na vlastitom primjeru iskusila kratkoću i prolaznost života. Od onda ne trebam ništa nasilu, već živjeti punim plućima svaki dan, što zaista i činim jer imam to iskustvo i spoznaju krhkosti života i na svojem primjeru znam da nikada ne znamo koliko još vremena imamo i da zato jedino što možemo je najbolje iskoristiti trenutak koji je pred nama i uživati u njemu.

6. Razradite novi popis

E, sada kad imamo zaista vaše, a ne tuđe, nametnute ciljeve, idemo još baciti oko na poslovni dio i tu raščistiti stvari te malo više reći NE.

- Kojih 20 % klijenata i aktivnosti vam donosi 80 % posla?
- Što vas veseli, što najviše volite raditi?
- Koji je vaš ZICER u poslu – što je najsigurniji i najlakši put do novca? (o tome smo već pisali)





B

IZ BLOGA

Zamka postavljanja ciljeva

Do rođenja svojega, sada desetgodišnjeg, sina ciljeve sam postavljala tako da nešto poželim i zapišem na papir.

Sve sam relativno brzo i lako ostvarila te s guštom prekrizila popis i odmah si postavila novi izazov. I tako u krug. Osjećaj zadovoljstva da sam nešto ostvarila trajao je kratko, izmicao je.

Kako volim ići iz krajnosti u krajnost, ubrzo mi se život kakav sam vodila srušio i upala sam u neko beznađe, pa sam nastavila drukčije – zašto bih postavljala ciljeve kad ionako ništa nije po momemu.

Imala sam osjećaj da nikada nisam dobila točno ono što sam htjela, mnogo puta sam dobila i bolje, pa čemu onda uopće željeti, ionako čovjek treba biti sretan bez obzira na ostvarenje ciljeva. Lako je pasti u depresiju ako nas nema što povući ujutro iz kreveta, ako nemamo neki cilj.

Putovanje je važno, a ne sâm cilj. Jer je poanta tko mi putem postajemo, a ne hoćemo li ostvariti ciljeve.

Isto sam naučila da je važno da uživamo u putu do cilja inače ćemo cilj, kad ga ostvarimo, zeznuti. Primjerice, ako želimo skinuti određeni broj kilograma, mudrije je odabrati način prehrane i vježbanja kao stil života koji nam odgovara putem do cilja jer, ako ne uživamo u putu, nećemo ni u cilju, a tada i zapravo upadamo u stanje nepovezanosti s ostvarenjem ciljeva: želimo





nešto, poduzeli smo akciju u kojoj uživamo i boli nas briga kad ćemo i hoćemo li to ostvariti – nama je već sada dobro na putu. I sretni smo bez obzira ostvarili cilj ili ne.

I upravo je put do cilja taj koji nas gradi kao osobu.

Uživajte i u odabranim ciljevima i u putovanju. I u onome tko ćete zbog tih ciljeva postati putem.

.....

7. Dugoročni ciljevi

Sada kad smo pročistili privatni i poslovni *to do* popis, idemo se usmjeriti na *to BE* popis.

- Kakva osoba želimo biti?
- Trebamo li i komu oprostiti? Učinite to radi sebe, uključite i opraštanje sebi.
- S kim trebamo i želimo unaprijediti odnose?
- S kim trebamo završiti odnose? Da, opet priča – s kim si takav si. Negativni ljudi, prvaci u kukanju i kritiziranju, neopisivo nam crpe energiju i to je nešto što ima ključan utjecaj na našu kvalitetu života, a premalo mu se pridaje pozornosti. Sjećate se, smisleni rad i odnosi su ono što nam na dugi rok donosi sreću i ispunjenost.

8. Odlučujte s kompasom u ruci

I sada imamo, vjerujem, puuuno kraći popis koji vas čim ga pogledate VESELI i jedva čekate primiti ga se. Sada smo na svojem putu, znamo gdje je naš SJEVER na našem kompasu i bez obzira što se izvana dogodi znamo se vratiti na





njega. **Reći NE svima i svemu što nije dio tog puta i reći DA onomu što jest.**

Sve to donosi uštedu vremena u odlučivanju, zadovoljstvo i mir iznutra te radost i ispunjenost jer se bavimo onime što želimo, što nas usređuje.



IZ BLOGA

Kako sam konačno oprostila sebi i drugima

Prije nekoliko tjedana ponovno sam uzela cijeli vikend samo za sebe, čitala neke knjige, a među njima i jednu o OPRAŠTANJU. Prva vježba iz te knjige kaže – napravite POPIS LJUDI koji su vam nanijeli ZLO i kojima trebate OPROSTITI. A u stupac pokraj toga dodajte POPIS onih KOJI TREBAJU VAMA OPROSTITI. I kad sam ugledala svoje popise crno na bijelo – koje iznenađenje. Prvo, popis je PODJEDNAKO DUGAČAK, a mi obično mislimo kako smo mi svetci, a ostali su nama nešto napravili. Drugo, POPIS je bio SKORO IDENTIČAN, dakle nikako nismo „svetci”. I obično u odnosu svašta ide u oba smjera.

Kroz cijelu knjigu provlači se zapravo osnovna misao KAKO nekome oprostiti jer zašto nije upitno – opraštanjem ne negiramo nanesenu nepravdu, ne počinjemo se družiti s onima koji su nam je nanijeli niti ih opravdavamo ili pomilujemo, nego PRIHVATAMO što se dogodilo i SEBI POKLANJAMO UNUTARNJI MIR. Pa kako to učiniti?





Meni je pomogla, kako kažu u toj knjizi, EMPATIJA, dakle probati se staviti u cipele te druge osobe. Odnosno zapitala sam se iskreno JESAM LI SIGURNA da baš u SVIM IDENTIČNIM OKOLNOSTIMA NE BIH ISTO UČINILA. Kad sam shvatila da nisam sigurna i da sam, recimo, nesvjesno i neplanirano učinila neke stvari koje su i meni prethodno bile učinjene, tada mi je „sve sjelo” na svoje mjesto. Zaista sam osjetila veće razumijevanje prema „drugoj strani”. A kako moj (kažu majmunski) um mora naći objašnjenje prije nego što nešto „pusti”, tako sam uspjela. Kojim god putem krenuli, knjige, škole opraštanja... želim vam da što prije sebi poklonite ovaj dar... Vrijedi svaku sekundu truda.

.....

Tada vrijeme više nije važno, bitan je put i mi uživamo u putovanju, ne samo cilju.

Tada ni pitanje ravnoteže više nije važno jer smo u harmoniji i imamo svoj omjer aktivnosti kojima se bavimo zato što nas baš one vesele i ispunjavaju.

Na jednom seminaru naučila sam da **novu stvarnost stvaramo tako što maknemo potrebu da stara/prethodna postoji**. I ova vježba to upravo čini s planiranjem vremena.

Kad dodamo upravljanje energijom o kojemu sada neću pisati, gdje nam je kraj. Samo ću nas podsjetiti na ono što svi znamo – kad smo puni energije, obavljamo s lakoćom više stvari u kraćem roku, a da bismo bili puni energije, uz prethodno raščišćavanje posla i života s pomoću navedenih koraka tu su i dobar san, vježbanje, odmor, zdrava hrana, druženje s ljudima koji nas podržavaju... sve znate.





IZ BLOGA

Priuštite si luksuz – prisutnost

Danas, kad imamo sve, zapravo imamo malo toga. Najveći luksuz postala je **prisutnost**. Ne možemo se isključiti, ne možemo se uključiti.

Ne znamo više BITI TU, biti prisutni u odnosu, u razgovoru. Sjedimo pokraj partnera s dva, tri mobitela, sjedimo pokraj djece, oni na svojem mobitelu, mi na svojem...

Koliko se možemo ISKLJUČITI iz posla, PRIMIJETITI ŽIVOT, ljude oko nas i BITI PRISUTNI? Umjesto porjuri kroz popis zadataka, kroz dan u utrci za JOŠ.

A nikada taj JOŠ neće biti DOSTA.

Potvrdili su svi koji su dobili sve što su htjeli.

Kad smo prestali primjećivati život, uživati i samo biti?

Oni zaista uspješni odustali su od potjere za društveno vrednovanim uspjehom i jedino im je bitan vlastiti osjećaj zadovoljstva i mira. Potvrdu i zadovoljstvo pronalaze drugdje, a ne u usporedbi s bilo kim, bilo čim i bilo čijim kriterijima, nego isključivo vlastitim.

Koji je vaš luksuz? I koliko često si ga priuštite?

.....

Još jednom bih istaknula – prilagodi svoj posao životu, a ne svoj život poslu!





Jednog od najuspješnijih poduzetnika na ovim prostorima pitala sam kad je bio gost na Business Caféu – i što sada, kad ima sve, što nakon uspjeha. Samo je odgovorio: „**Ništa, samo radiš dalje, radiš svoje poslanje!**”

To je ono što stalno spominjemo, važan je put, a ne cilj.

I ono što ja stalno naglašavam za taj put – BUDI ČOVJEK. U poduzetništvu je važnije biti i (p)ostati čovjek nego koliko novca putem zaradimo.

I za kraj opet nešto povezano s tim putom, što nam je svima Oliver ostavio kao poruku: „**Guštajte!**”

S

Sažetak 9. Mi

- Naš posao može rasti do razine do koje mi rastemo.
- Preuzmite odgovornost. Maknite se sebi s puta.
 - Postavite sebe ispred svojeg posla.
 - Najveće bogatstvo je vrijeme.
- Sve se događa ZA nas, a ne NAMA. Unatrag gledano, sve će nam biti jasno.





10. DODATCI

Kako prodati svoju tvrtku

Želite prodati tvrtku?

To više nije to.

Dosta vam je. Posao vas je preklopio i više vas ne veseli.

Izgorjeli ste, bolesni ste i/ili se više ne slažete s poslovnim partnerima.

Idete ili želite ići u mirovinu i nemate nasljednika i sl.

Ako ste umorni, odmorite se, nemojte odustati.



IZ BLOGA

Ne mogu više... prodajem tvrtku

Ovim riječima započinju mnoge rečenice koje čujem u zadnje vrijeme.

Kad bih rješenje te frustracije, koju zaista razumijem, sažela u četiri riječi, one bi bile: SMISAO – LJUDI – SUSTAV – NOVAC.





Srela sam nekidan kolegu poduzetnika za kojega se sjećam da me je prije desetak godina zvao na sastanak jer su ga zanimala usluge koje sam tada nudila. Preda mnom je pio tabletu za tabletom uz jutarnju kavu. Danas je mršaviji, zdraviji, doslovce blista. Pogađate, prodao je tvrtku, putuje svijetom, uzgaja masline.

Ne kažem da svi to trebamo napraviti. Dapače, baš sam prije nekoliko dana držala radionicu o tome kako VRATITI STRAST U POSAO i prenijeti je na drugu generaciju.

Dakle, odakle početi? SMISAO je presudan u poslu. Kad ponestane motivacije i nama i našim radnicima, trebamo se sjetiti – ZAŠTO zapravo radimo to što radimo. Sjetite se vašeg ZAŠTO. Moje ZAŠTO su zadovoljstvo i kvaliteta života. Sreća i sloboda – o tome je riječ u poduzetništvu, sjećate se. Na osnovi toga brzo, lako i jednostavno donosim sve svoje poslovne i privatne odluke.

LJUDI – sve počinje s pravilnim odabirom zaposlenika, klijenata, suradnika... i tu se krije najveći izvor naših frustracija. O tome više pogledajte u dijelu o REĆI NE.

SUSTAV – iza te riječi kriju se „dosadne” upute i procedure. Da, to je ono kad SVE NAPISMENO definirate kako se kod vas radi, a ne kad se oslanjate na to da se nešto podrazumijeva i da je to stvar zdravog razuma. Jer svatko ima svoju sliku svijeta, a PODRAZUMIJEVANJE = NERAZUMIJEVANJE. Jasne upute olakšat će učenje i uvođenje novih ljudi u posao, ubrzat će i pojednostavniti poslovne procese te smanjiti pogreške (čitaj: ušteda vremena i novca) jer čak 94 % pogrešaka nastaje zbog pogreške u sustavu, a samo 6 % zbog ljudi. Jasne upute omogućit će vam





i bolje prenošenje posla na druge, da niste rob svojeg posla, da ste manje u operativi, da ne izgorite, da imate vremena raditi NA, a ne samo U biznisu, pa da u konačnici vaša tvrtka i posluje bez vas, htjeli je na kraju prodati ili ne, a i lakše ćete je tada prodati.

NOVAC – puno sam već pisala o tome i puno drugi pišu.

Ovom prilikom samo ću spomenuti da ako radimo ono što volimo i to nas ispunjava, no nema novca, tj. ako to ne možemo iz inih razloga odabira tržišta i klijenata primjereno naplatiti, naše će zadovoljstvo i ispunjenost kad-tad splasnuti i čeka nas izgaranje. I želja da se svega riješimo. I osjećaj da ne možemo više. I da nema smisla.

.....

Prodaja tvrtke nije samo ekonomska transakcija, nego i važna emotivna odluka.

U procesu prodaje vlastite tvrtke može doći do vremensko-ga i emotivnog iscrpljivanja jer istodobno moramo raditi i graditi posao da bude u stanju koje se može lako predstaviti, a i potencijalnim kupcima stalno dostavljati tražene podatke. Može se dogoditi i da su potencijalni kupci lažno zainteresirani ili da naglo i bez objašnjenja odustanu.

KAKO SE PRIPREMITI ZA PRODAJU TVRTKE

- Najvažnija je vaša odluka.
Naš je biznis najčešće naša beba, moramo biti svjesni tko smo mi bez svojeg biznisa, što ćemo dalje.
- Moramo biti svjesni i da naša tvrtka uvijek nama najviše vrijedi. No u procjenama tražene cijene





moramo biti realni i manje subjektivni, kao i svjesni da prilike za prodaju tvrtki nema svaki dan. Što ne znači da nešto moramo dati u besćenje.

- Ako već niste, postavite sustav, pravila i procedure u poslovanju. Sve od misije, vizije i vrijednosti do najsitnije pojedinosti o tome što se, kako i zašto radi u vašoj tvrtki.
- Ako već niste, zaposlite odlične ljude i potpuno na njih prenesite svoj posao.
- Razdvojite sve privatne od poslovnih troškova.
- Riješite sudske sporove koje možete, ako ih ima.
- Povećajte promet, nađite nove kupce, ugovorite dugotrajne odnose s kupcima.
- Obratite se stručnjaku da vas dalje vodi kroz proces pripreme podataka, pisanja tzv. slijepog profila tvrtke, identificiranje i nudenje tvrtke potencijalnim kupcima, pregovore i prodaju, zatim samu kupoprodajnu transakciju te preuzimanje tvrtke.

KAKO SE ODREĐUJE CIJENA

Postoji niz metoda, a često se koristi mjerom EBITDA, pomnoženom s određenim multiplikatorom tipičnim za vašu industriju, visinom prometa i drugim metodama.

Cijena je uvijek stvar dogovora na kraju, a za lakšu procjenu pokušajte promatrati kupnju svoje tvrtke iz cipela novog kupca. On želi što prije vratiti svoje ulaganje, dakle obično za tri do pet godina.

Najvažnije je da svaka roba ima kupca, bitno je identificirati što se zaista prodaje i komu to treba.





Poduzetništvo i partnerski odnosi

Mnogi gosti Business Caf ea rekli su da je na njihov uspjeh u velikoj mjeri utjecalo s kim su u partnerskoj vezi te njegova/njezina podr ska.

Već smo nekoliko puta spomenuli da je 75-godišnje istraživanje o sreći pokazalo da nas sretnima čine SMISLENI RAD I ODNOSI.

A koliko često nailazimo na scene u kojima poduzetnici sjede za računalom i razgovaraju na telefonu dok su djeca i članovi obitelji oko njih.

Biti u vezi s nekim tko je poduzetnik, bez obzira na spol, je izazov. Vjenčati se s takvom osobom još je veći.

Teško je uravnotežiti poduzetništvo i partnerske veze.

Za mnoge je poduzetnike, kažu strani podatci, ostati samac neizbježna činjenica.

Poduzetnici su „čudni” ljudi.

- Misle na svoj posao cijelo vrijeme. Sve ostalo i svakoga drugog smatraju gubitkom vremena.
- Rade puno i dokasno.
- Putem gube prijatelje jer gradeći biznis nemaju vremena za kavu.





- Mnogo čitaju i uče.
- Druže se s mnogo ljudi.
- Kad im neka ideja padne na pamet, oni je jednostavno moraju prihvatiti i pratiti, tj. ostvariti taj izazov.
- Zaista imaju problema isključiti se. To im je najveći luksuz danas.
- Često iskuse tzv. emocionalni vrtuljak. U istom danu od ekstaze, sreće i zadovoljstva što su sami svoji gazde, jer ih adrenalin vuče, do pada energije i pomalo depresije te pitanja što mi je sve ovo trebalo, nije li bolje raditi negdje od 8 do 16 sati i isključiti se.
- Poduzetnicima rijetko netko drugi bude na prvome mjestu. Obično im je njihov posao prvi.
- Sav novac prvo ulože u svoj biznis i dugo vremena prođe dok stvore i imaju novac koji mogu početi trošiti.
- Poduzetnicima je potrebna samoća.
- Oni nikada ne rade od 9 do 17 sati ili po bilo kojem fiksnom rasporedu.
- Propuštaju događanja, zaboravljaju važne datume, mnogo putuju.
- Teško je kad je i drugi partner poduzetnik, a još teže kad nije.





I sada kad sve to znamo, tko je idealan partner za poduzetnika?

Osoba koja podržava njegove/njezine ciljeve, koja mu/joj omogućuje slobodu, koja mu oprašta što dugo radi i koja ga, naravno, voli. Vrijedi za oba spola.

Već sam više puta naglasila da je važno s kim provodimo vrijeme i da postajemo prosjek pet osoba s kojima smo najviše.

Odabir životnog partnera jedna je od najvažnijih (poslovnih) odluka koje ćemo ikada donijeti.

Ako ste poduzetnik, birajte osobu koja će podržati vaš poduzetnički duh i koja će vas pustiti da budete svoji.

I ne pristajte na manje.

Ipak, istodobno radite na tome da radite NA biznisu, ne U biznisu, da radite PAMETNIJE, a ne VIŠE, i da STAVITE SEBE prije svojeg posla, dakle na prvo mjesto.

Mi nismo NAŠ POSAO. Prilagodite posao životu, a ne život poslu. Život je mnogo više od posla. Ljubav je ono za čime svi žudimo, ljubav je zapravo razlog zašto smo svi ovdje, a ne (samo) da izgradimo svoj posao.





Tamna strana poduzetništva

Evo još jedne teme o kojoj se premalo govori i piše. A ona nije mit nego stvarnost.

- Poduzetnici rade predugo.
- Preuzimaju (pre)velike rizike.
- Žive pod stalnim pritiskom i u okružju nesigurnosti.
- Osjećaju se samo, izolirano, neshvaćeno. Teško im je naći podršku.
- Često sumnjaju u sebe.
- Nikada nemaju dovoljno novca ni vremena.
- Uvijek su u nekoj strci i pod pritiskom.
- Često se osjećaju frustrirano jer idu protiv svih, suprotno glavnoj struji.
- Osjećaju se nesigurno.
- Zbog svega njihovi odnosi i obitelj pate, zdravlje isto.
- Kad ste poduzetnik, događa vam se puno sranja.
- Poslovni partneri će vas preveslati, prevariti i ostaviti, često i pokrasti.
- Ulagači vam neće dati onoliko novca koliko su vam obećali.
- Ljudi će ukrasti vaše ideje i kopirati vaše projekte.
- Klijenti vam nikada neće platiti za posao koji ste im odradili.





- Vaši radnici imat će veća prava od vas.
- Imat ćete problema s novcem.
- Imat ćete problema s osjećajem vlastite vrijednosti. Pitat ćete se često vrijedim li, zaslužujem li, jesam li dovoljno dobar, ma tko sam ja da nešto učinim...
- Bit će faza kad ćete biti ovisni o svojem poslu. Kad ćete se skrivati od sebe u radoholičarstvu.
- Imat ćete poremećaje sna.
- Imat ćete faze kad ćete se nezdravo i neredovito hraniti.
- Bit će situacija kad nećete imati vremena redovito vježbati.
- Bit će faza kad ćete biti depresivni.
- Imat ćete napade panike i tjeskobe.
- Trčat ćete za svojim ciljevima i sve ostalo bit će vam gubitak vremena.
- Bit će trenutaka kad ćete patiti na svim razinama.

I najveće lekcije koje moramo iz toga naučiti jesu:

TI NISI SVOJ POSAO.

NISI SAM.

NE MORAŠ SVE SAM.





Moje pismo mlađoj sebi

Draga Kristino od 26,

ti nisi svoj biznis.

Stavi sebe na prvo mjesto, ispred posla i svih. Uvijek. Bez pogovora.

Sve se događa ZA tebe, a ne TEBI.

Što drugi ljudi misle, ne tiče te se.

Ništa NIJE OSOBNO.

Koliko god da se trudiš, toliko se i prepusti i pusti da se stvari dogode.

Čitaj i dalje.

Putuj i dalje.

Pazi na svoje RIJEČI. Svaka se broji.

Manje se brini, sve se na kraju posloži.

Nauči voljeti sebe – ČIM PRIJE.

Nađi mentora što prije, i to onoga koji je iskusio i uspjeh i neuspjeh.

Sve je u redu s tobom, samo NAĐI SVOJE PLEME.

Tvoj biznis može rasti samo do razine do koje ti rasteš.

Makni se sama sebi s puta.

Ne moraš ništa nikomu dokazivati.

U redu je napustiti lošeg klijenta, čak i ako ti zaista, zaista treba novac u tom trenutku.

Jedino TI možeš odrediti koliko vrijediš i nemoj se podcijenjivati.

Nemoj PREVIŠE DAVATI DA BI DOKAZALA SVOJU VRIJEDNOST.

Trebat će ti više vremena nego što misliš.





Stajat će te više nego što planiraš.

Na putu će te prevariti i preveslati mnogi.

Slušaj INTUICIJU. Uvijek.

Pazi s kim provodiš vrijeme. Odaberi PRAVE LJUDE – sve se na kraju svede na to. U svakom pogledu.

Pronađi odličnog odvjetnika.

Pronađi pouzdanog knjigovođu.

Nepotrebno je raditi cijele dane i noći. Naprotiv, štetno je.

Ništa ne moramo napraviti. Sve je naš izbor. Pametnije biraj.

Više spavaj, odmaraj se. Inače ćeš morati.

Ne moraš sve sada znati. Naučit ćeš putem.

Manje je više.

Ne uspoređuj se ni s kim.

Ne natječi se ni s kim.

Budi zahvalna.

BUDI TI. BUDI I OSTANI SVOJA. UVIJEK. Jer ovo je tvoj život, tvoj biznis i tvoja pravila.

Sve će biti u redu, zapravo ispast će još bolje nego što si možeš zamisliti!

Tvoja Kristina, 42

Zadatak: Napišite svoje pismo mlađem sebi.







11. Najvažnije lekcije iz knjige – podsjetnik

Svrha biznisa je RJEŠAVANJE PROBLEMA I DODAVANJE VRIJEDNOSTI.

•

Uvijek radi ono ŠTO VOLIŠ, slušaj svoje srce i slijedi svoju strast. TI budi TI, svoje talente pretvori u proizvode i usluge.

•

Ti nisi svoj biznis. Nemoj dopustiti da cijena tvog uspjeha bude prevelika. Spavaj više, jedi zdravije, kreći se, provodi kvalitetno vrijeme s voljenim osobama.

•

Dva najvažnija sastojka za uspjeh su MENTALNI SKLOP i LJUDI.

•

Što sebi govorite. Mislite li da vrijedite, da zaslužujete.

•

Postajemo prosjek pet osoba s kojima provodimo najviše vremena. Tko čini vaše pleme?





•

Radite NA poslu, ne U poslu. Postavite sustav. Stvorite pasivne izvore prihoda.

•

Ništa se ne događa dok se ne dogodi prodaja. Kupci su ti koji nam daju plaću.

•

Budite svjesni što KUPCI zaista kupuju od vas, što zaista prodajete, i nikada ne zaboravite, kupci samo razmišljaju o tome ŠTO JE TU ZA NJIH.

•

Prava konkurencija nije među tvrtkama, nego u borbi za vrhunske zaposlenike.

•

Napišite svoj manifest i zanimljiv oglas. Zašto bi vrhunski zaposlenik radio kod vas, a ne kod vašeg konkurenta, što mu vi možete ponuditi a da vas ne može odbiti.

•

Zapošljavajte prema stavu, naučite ih što im treba.

•

Zaposlite ljude koji su snalažljivi na ulici, kako se kaže.

•

Za vrijeme intervjua za posao pitajte sve o prošlim iskustvima, kako su riješili probleme, nosili se s negativnom povratnom informacijom, reklamacijama, a ne što bi radili u imaginarnoj budućnosti.





•

Čak 94 % pogrešaka nastane zbog pogreške u sustavu, a samo 6 % zbog ljudi. Imate li sve procedure? Napismeno? Sve, da, do najsitnije pojedinosti.

•

Kvaliteta usluge izvor je komparativnih prednosti.

•

Kvaliteta usluge upravljanje je pogreškama. Napišite procedure. Vaši zaposlenici moraju znati što je dobra usluga i kako je pružiti.

•

Neka vam zaposlenici budu na prvome mjestu da bi njima vaši kupci bili na njihovu.

•

Vaši kupci su vaše prodajno osoblje, i to najbolje i besplatno.

•

Povratna informacija je besplatni savjet – recite HVALA.

•

Ništa nemojte uzimati osobno.

•

Kontakt nije broj, nego odnos. Gradite ODNOSE.

•

Ili prodajete ili radite *networking*. Radite *networking*. S dugoročnim stavom – KAKO VAM MOGU POMOĆI.





•

Stvarajte više izvora pasivnih prihoda.

•

**Koji je vaš zicer u poslu? Kako najlakše
i najbrže zarađujete?**

•

**Da bi se bilo što u poslu promijenilo, morate se
prvo vi promijeniti.**

•

Vaš biznis raste do razine do koje vi rastete.

•

**Manje je više. Sve pojednostavnite.
I svoj posao i život.**

•

**Stavite sebe ispred svojeg posla. Recite NE češće.
NE drugima je DA sebi.**

•

**Nemojte previše davati da biste dokazali
svoju vrijednost.**

•

Ako se umorite, nemojte odustati, nego se odmorite.

•

**Možete prodati svoju tvrtku, ali prije toga zapitajte se
– tko ste vi bez nje i što ćete nakon toga.**

•

**Uvijek se sjetite zašto ste počeli i vratite se osnovama.
Koje je vaše ZAŠTO. Misija, vizija, vrijednosti, strast...
od čega se osjećate živo...**





12. Zaključak

Uspjeh se ne događa preko noći.

I kad se dogodi, dođe u paketu s pitanjem – JE LI SVE BILO TOGA VRIJEDNO? Je li cijena uspjeha bila prevelika?

Zato pazite i svjesno stvarajte svoju definiciju uspjeha. I pametno izgradite posao tako da putem ne izgorite.

Poduzetništvo je velik rizik. Osim toga, u paketu dolazi s velikom dozom patnje.

I definitivno nije za svakoga.

Zbog čega onda sve to?

Zbog SLOBODE I SREĆE.

Sloboda nema cijenu. Sloboda da radimo što hoćemo, gdje, kad, koliko i s kim. Da stvaramo, da ostavimo trag.

Nisu svi za poduzetnike niti je to put sreće za svakoga.

Imati svoj biznis divan je način za ispunjenje svojih kreativnih potencijala i doprinošenje svijetu.

Ako se odlučite za ovaj put, budite čovjek, učinite dobro, ostavite trag.

I dobro se zabavite putem.





Jer ovo je vaš život. Vaš biznis. Vaša pravila.

A što nakon uspjeha? Kako je rekao naš gost –
SAMO NASTAVITE SVOJE POSLANJE.

**Jer ionako je stvar u putovanju i u tome tko postajemo
putem, a ne u odredištu.**





O autorici

Za potrebe knjige priznaje da je zovu **dobrim duhom poduzetništva i spajalicom**, a sve ostalo možete doznati na stranici i blogu:

www.kristinaercegovic.com te na www.businesscafe.info.

U 16 godina poduzetništva izgradila je tri, prodala dvije svoje tvrtke, osvojila je i bila nominirana za brojne domaće i inozemne stručne nagrade i priznanja, a danas malim poduzetnicima kroz poslovno savjetovanje pomaže da izgrade, transformiraju ili pak prodaju svoj biznis, piše blogove i knjige i organizira evente Business Cafe kao i konferenciju Ljubav, kilogrami i druga događanja.

Ovo je njezina peta knjiga, a trenutačno živi u Zagrebu i najviše uživa u dobrom društvu, sa svojim 10-godišnjim sinom Lukom i gradeći novi projekt

www.ljubavkgnovac.com





Kazalo blogova

Čarobjaci, 20

Mitovi o poduzetništvu, 27

Što dalje – nova postignuća ili ispunjenje?, 31

Brutalno iskreno, 35

Naša riječ je sve što imamo ili...?, 52

Ćevapi, barem jednom, 62

Manje je više, 65

Odmorite se – pa makar i nasilu, 72

Stvorite svoju financijsku slobodu, 78

Dosta više skrivanja?, 87

Mi – sustav – ljudi, 92

Svi imamo drukčiju krv, 118

Recite ne, 120

Zamka postavljanja ciljeva, 125

Kako sam konačno oprostila sebi i drugima, 127

Priušтите si luksuz – prisutnost, 129

Ne mogu više... prodajem tvrtku, 131



