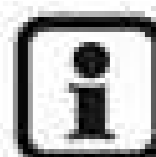
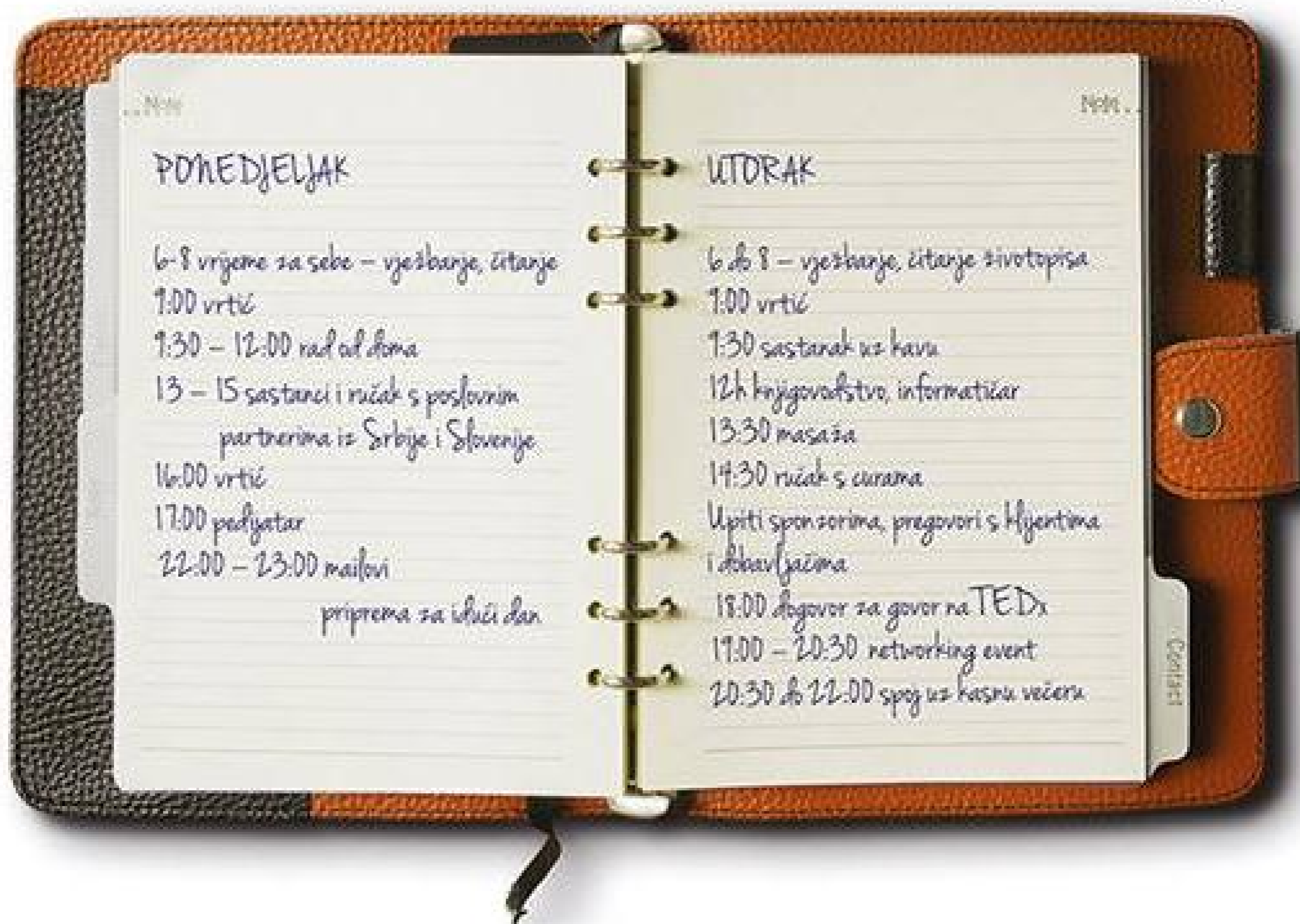


Kristina Ercegović

SAM SVOJ GAZDA



v b z



**Kako uspjeti u poduzetništvu
unatoč svemu i svima**

S a d r Ź a j

Predgovor **Mirele Španjol Marković**: Što to razlikuje poduzetnike od svih ostalih?

Predgovor autorice: Zbog čega ova knjiga?

1. dio

Moja poduzetnička priča

Kako napraviti zaokret?

Kako postati sam svoj gazda?

Moji savjeti poduzetniku početniku

2. dio

Business Café: priče o uspjesima hrvatskih poduzetnika

1. Sandra Mihelčić

2. Saša Cvetojević

3. Jadranka Boban Pejić

4. Tomislav Car

5. Mirela Španjol Marković

6. Hrvoje Prpić

7. Aleksandra Dojčinović

8. Damir Ciglar

9. Ana Fresl

10. Krešimir Bezjak

11. Sanja Opačak

12. Tomislav Dominković

13. Damirka Pongračić i Hrvoje Pranjić-Anušić

14. Davor Runje

15. Manuela Šola

Zaključak

Dodatak: Rezultati istraživanja časopisa Poslovni savjetnik – „Percepcija poduzetnika u Hrvatskoj“

O Autorici

Najdražem...

Onom koji već ima svoj dućan u našem stanu i koji me povremeno pita: „Mama, a kad ćemo nas dvoje raditi neki biznis zajedno?“

Luka Horbec, volim te.

Zahvala

Zahvaljujem Mireli Španjol Marković na podršci i pisanju predgovora, Sandri Mihelčić i Poslovnom savjetniku koji je za potrebe ove knjige napravio istraživanje o tome kakva je percepcija poduzetnika u Hrvatskoj, svim poduzetnicima čije su životne priče dio ove knjige i koje su meni, a vjerujem da mogu i svima biti, svakodnevna inspiracija, kupcu moje prve firme Heraklee koji mi je omogućio da dalje živim svoje snove, svima koje sam susrela na svom životnom putu i koji su mi bili poticaj i inspiracija i kojima sam ja odigrala istu ulogu, a posebno svom bivšem suprugu, mami, svojim dragim prijateljicama (Katarini, Kristinama i Đurđicama, Elizabeti, Ivani G., Manueli, Amri, Ines i Martini), i naravno Njemu, mojoj ljubavi.

Poduzetničke priče uvijek nas navedu na razmišljanje o tome kakvi su to zapravo ljudi koji se upuštaju u rizik osnivanja vlastitog posla, naročito u nesigurnim uvjetima poljuljane svjetske ekonomije? Znajući statistički podatak da je prosječno u društvu 5 % ljudi sposobno i motivirano da postanu poduzetnici, nameće se zaključak da bi ipak morali imati neke drugačije, specifične osobine koje ih čine motiviranima za samostalnost u poslu. Poduzetništvo je prema *Wikipediji*: „Spremnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. To je način gospodarskog djelovanja u kojem poduzetnik odlučuje što, kako i za koga stvoriti i na tržištu realizirati ulazeći u poduzetnički pothvat na svoj trošak i rizik s ciljem stjecanja dobiti. Bit je poduzetništva u nemiru, u stalnom traženju novih ideja, maštovitosti u pronalaženju novih mogućnosti u poslovanju, pouzdanoj intuiciji i procjeni te vještini i borbenosti.“

Čitajući biografije poduzetnika u ovoj knjizi, pronalazimo zajedničke elemente svima koji se potpuno uklapaju u navedenu definiciju. Koji su to?

SPREMNOST NA RIZIK I STRAST

Većina nas ušla je u poduzetništvo zbog nezadovoljstva kojeg smo osjećali radeći u sustavima koji nisu prepoznavali naše potencijale ili smo osjećali ograničenja koja veliki sustav neminovno mora imati da bi opstao jer nije prilagođen individualcu slobodnih ideja ili kreativcu koji **želi mijenjati svijet**. A ljudi koji pokreću vlastiti biznis često su upravo takvi. Nemir koji nastane u čovjeku kad ne može **ostvariti svoje snove** mora biti veći od sigurnosti kojeg pruža stalni posao i redovita plaća, a spremnost na rizik i put u neizvjesno zahtijeva malo **ludosti** koju gotovo svi poduzetnici imaju ugrađenu u krvi. Kroz desetogodišnje iskustvo građenja firme bez ikakvog ekonomskog iskustva i znanja u početku, mogu reći da je ta motivacija, spremnost na rizik bez obzira na posljedice i **strast** prema stvaranju nečeg novoga, nekakve nove vrijednosti, presudna za poduzetništvo. Neki će možda reći – ambicija.

No, ambiciju često vežemo uz novac ili moć, a iz većine ovdje ispričanih priča proizlazi da novac nije bio motivator, niti je strast prema stjecanju materijalnih dobara ono presudno što nas čini poduzetnicima. Nema tog novca koji nas može motivirati da ujutro ustajemo iz kreveta glava punih novih ideja.

ENERGIJA

Kad čitamo priče poduzetnika ili ih promatramo pri poslu, gotovo svima zajednička je **nepresušna energija** kojom nezaustavljivo pune svaku minutu radnog dana, nerijetko istovremeno obavljajući nekoliko poslova. Često su to ljudi koji plijene pažnju čim uđu u prostoriju i sa sobom donose neku poticajnu energiju. Koliko je njih reklo da su u početku radili od jutra do kasno u noć, ne pitajući za vrijeme, odmor ili novac? Činjenica je da nemamo svi isti energetske potencijal i da za je za poduzetništvo u početnoj fazi neophodna silna marljivost i posvećenost poslu bez koje ni jedan biznis ne može uspjeti.

UPORNOST

Već ste primijetili da poduzetnici **ne odustaju lako**. Svi kroz karijeru proživljavaju velike uspone i padove, ali samo oni koji i neuspjeh doživljavaju kao iskustvo iz kojeg uče i ne daju se obeshrabriti, opstaju na tržištu. Stav pobjednika gotovo je nužan za uspjeh u poslu, a za malodušne i strašljive ovdje nema mjesta. Čitajući biografije nekih svjetski poznatih poduzetnika ili inovatora koji su upravljali puno većim kapitalom nego što je to malo hrvatsko tržište, uviđamo kako neki od njih smatraju da poduzetnik koji nije nekoliko puta propao i bio na samom poslovnom dnu, pa se opet uspeo na vrh u istom ili nekom drugom biznisu, ne zna ništa o poduzetništvu. Ne bih rekla da čeznem za tim iskustvom, iako mogu usporediti s iskustvom kad sam donijela neku lošu poslovnu odluku. Taj osjećaj neuspjeha koji on može proizvesti, zna biti snažan okidač za nove poslovne pobjede. I već dan nakon toga, kad u vama proradi inat i prkos zbog promašene prilike, financijskog gubitka i osjećaja – „ja to mogu“, pa krenete u novi izazov, još jači, još odlučniji u namjeri da popravite štetu. I to je ono što nas nekad nosi, što nam daje snagu, što nas tjera dalje jer ne želimo ostati u tom ruletu na polju „poraz“, nego zavrtime novu rundu.

SAMOPREZENTACIJA

Jesmo li svjesni toga koliko sjajnih poslovnih ideja ovog trenutka leži u nekim ladicama, neostvarene, nepročitane, jer ih njihovi tvorcima nisu znali prezentirati, prodati, plasirati na tržište, učiniti vidljivima, prepoznatljivima, učiniti „robom“ koja se može pretvoriti u kapital? Leže negdje u nekim ladicama raznih instituta, znanstvenih ustanova, privatnih tvrtki čiji vlasnici ili menadžeri nisu imali vremena ni pogledati ih? A jesmo li svjesni tek koliki je broj sjajnih ideja ostao zarobljen u glavama nekih introvertiranih genijalaca, koji ih ne znaju predstaviti drugima, ljudi koji imaju sjajne ideje ali ih nisu čak ni napisali na papir, nego samo fluidno lebde u njihovim glavama? Njihovi tvorcima ih ne žele ili ne znaju prezentirati, prodati, ponuditi tržištu...

Strah i nelagoda suvremenog čovjeka da prezentira pred javnošću nije ništa nepoznato u suvremenoj psihologiji. U masi proizvoda koje se u tržišnoj ekonomiji nude potrošačima, poslovni ljudi razumiju da su i oni sami roba. Roba koja se na policama i izlozima mora pokazati u najboljem svjetlu. Kod nekih ljudi ta činjenica izaziva strah i otpor i odbijaju se staviti u „prodaju“. Ta anksioznost, socijalni otpor prema konzumerizmu, odbijanje da se prilagode rastućem i kritičnom tržištu rezultira time da neki sposobni i vrijedni, kreativni ljudi ne uspijevaju kao menadžeri ni kao poduzetnici iako su uporni, vrijedni, kreativni i inovativni. Jer oni rade u pozadini. Rijetko žele javno nastupati, radije u pozadini smišljaju proizvode koje netko drugi onda prodaje, žive skromno i daleko od očiju prosječnog konzumenta njihovih usluga. Iako ima i takvih, oni su rijetko uspješni poduzetnici ili poznati poslovni ljudi.

Ma kako bili sposobni, vrijedni ili genijalni, ako niste spremni izaći u javnost i prezentirati svoje ideje, svijet vam neće dati priliku. Steve Jobs izvrstan je primjer za to kako unatoč početnom otporu možete učiniti od svog imidža svjetski brend - pojavljujući se, prodajući svoj vlastiti imidž pa s vremenom vaše ime postane sinonim za vašu kompaniju i sve proizvode. Da to ne mora nužno biti tako, dokazuje i primjer Stevea Wozniaka. U isto vrijeme kad su Steve Jobs i Bill Gates postajali svjetski brendovi i sinonimi za uspješnost i moderne tehnologije, zajedno s njima stvarao je i Steve Wozniak, njihov kolega i suosnivač Apple Computersa. Njegovi izumi i mašine umnogome su doprinijele razvoju osobnih računala 1970-tih. Wozniak je dizajnirao računala Apple I i Apple II. No malo ljudi bi ga da im pokažete njegovu fotografiju, znalo prepoznati. Samozatajni Wozniak, samo potvrđuje pravilo – većina kompanija gradi imidž uz pomoć onih koji su spremni izložiti se, prezentirati i „posuditi“ svoj imidž imidžu kompanije i na taj način njihov imidž postaje imidž kompanije.

Da biste od stručnjaka postali poduzetnik i da biste od onoga što znate raditi napravili biznis, morate imati još tu jednu, ključnu karakteristiku koja vas čini vidljivima - želju i znanje kako prezentirati sebe osobno i svoje (ili tuđe) ideje. Znati razlikovati bitno od nebitnog u prezentaciji svojih ideja drugima ključna je karakteristika poduzetnika. Od ove činjenice da je samoprezentacija bitna za uspjeh proizašla je i moja karijera. Moja tvrtka Ciceron već se deset godina bavi edukacijom i osvještavanjem ljudi što je to što ostavlja dojam kod ljudi, koja je to retorika kojom možete brže doprijeti do ušiju i srca vaših sugovornika, kojom ljude možete motivirati i potaknuti na akciju i promjenu u ponašanju, kako trebate izgledati i zračiti da biste mogli utjecati na ljude.

Rekla bih da je prezentacija jedna od najvažnijih, ako ne i najbitnija vještina koju poduzetnici savladavaju kako bi utjecali na svoju okolinu. Jer poduzetnici jesu vođe, lideri, oni koje se rado slijedi i oponaša. Na svu sreću, prezentiranje i retorika jesu vještine, a sve što je vještina može se naučiti. Nismo prepušteni na milost i nemilost tome jesmo li prirodno talentirani za retoriku – dovoljno je pročitati pokoju knjigu o prodaji i moći utjecaja. Naravno, prirodni talent oplemenit će vještinu, no ne bih voljela da precjenjujemo talent. Znam vrhunske menadžere koji su u svojim prvim nastupima bili nevješti, preplašeni, bez samopouzdanja, a nakon nekoliko godina upornog rada na svom imidžu i stječuci iskustvo u nastupima, postali solidni, uvjerljivi pa i briljantni govornici koje se rado sluša i kojima se vjeruje.

Po mom iskustvu, većina utjecajnih poduzetnika prošla je neku vrstu kraćeg ili dužeg treninga u prezentacijskim vještinama, retorici, medijskom treningu ili treningu prodajne komunikacije. Čini se da većina shvaća da je to jedan od osnovnih alata za postizanje moći i utjecaja koje posjeduje većina uspješnih ljudi, pa tako i poduzetnika.

SAMOPOUZDANJE

Suvremena psihologija odavno je utvrdila da se samopouzdanje gradi u najranijoj dobi djeteta poticajnom i pozitivnom obiteljskom atmosferom u kojoj se djecu bodri i potiče, u kojoj se pogreške ne kažnjavaju i u kojem se razvija realan odnos prema osobnim talentima i ograničenjima. Oni među nama koji su odrastali u takvoj zdravoj atmosferi sigurno će lakše i s više samopouzdanja kročiti kroz izazove koje im nosi rizik poduzetništva, bolje i s više spremnosti za rizik snalaziti se u situacijama kad treba donositi odluke ako znaju da su i pogreške samo put do uspjeha, od onih koje su roditelji ili okolina strogo kažnjavali za svaku pogrešku, uspoređivali ih s drugima, očekivali od njih da budu savršeni ili im stalno ukazivali na nedostatke. Iz mog osobnog iskustva, i to je bio za neke uspješne poslovne ljude, poticaj da se upravo dokažu, da uspiju unatoč stalnim kritikama zahtjevnih roditelja ili profesora u školi koji su im govorili da od njih nikada neće biti ništa ne budu li bili kao Ivo, Pero, Marija ili Ana. No, unatoč kasnijem uspjehu, kod tih ljudi primjećuje se veća samokritičnost, teže sami sebi opraštaju i gotovo cijeli život traje ta borba za dokazivanjem, vrlo često upravo roditeljima, čak i ako više nisu živi. Temelji za zdravo samopouzdanje stječu se u najranijoj dobi, no samopouzdanje se održava i razvija tijekom cijeloga života, a neophodna je osobina za poduzetništvo kao djelatnost za koju je zaista potrebna veća razina spremnosti na stres, kritiku, odbijanje, stalne promjene i održavanje reputacije.

Većina poduzetnika naučila je razvijati samopouzdanje u nastupu, poslovanju, kontaktima s drugim ljudima i u načinu na koji reagiramo na tržišne udarce kao što su kriza, recesija, agresivna i ponekad nelojalna konkurencija, usklađivanje privatnog i poslovnog života i sl

VJERODOSTOJNOST

Ako prodajete automobile, ne možete voziti staru rasklimanu krtiju, a ako ste dizajner, ne hodate okolo u odjeći iz 80-ih. Ako se bavite edukacijom poduzetnika, sigurno niste loš predavač s nerazumljivom dikcijom, a ako ste kompjutorski stručnjak i imate tvrtku koja se bavi softverom, sigurno vam računalo nije zaraženo virusom i vjerojatno imate neka od najnovijih softverskih rješenja. Ako se bavite organskim uzgojem, u vašem restoranu sigurno ne prodajete nekvalitetnu brzu hranu. Tako bi trebalo biti ako želite da vam ljudi vjeruju, da kupuju vaše proizvode i usluge i ako želite biti vjerodostojni.

Ja mislim da ona stara „u postolara najgore cipele“ odavno više ne vrijedi. Vjerodostojnost se postiže upornim i dosljednim življenjem onoga što želite prodati drugima i samo i jedino tako dugoročno postizete uvjerljivost. Stvar je u tome da smo najuvjerljiviji ako i sami vjerujemo u to što govorimo. Rijetko koji poduzetnik, a nijedan od ovdje navedenih, nije postao poduzetnik baveći se biznisom koji se protivi njegovim uvjerenjima. Svi smo krenuli od onoga što volimo raditi, u što vjerujemo, što nas usređuje i što želimo prenijeti drugim ljudima. U tome leži snaga naše uvjerljivosti i prodajne moći. Tom energijom privukli smo naše kupce i zahvaljujući toj energiji i opstajemo.

Biznisi koji su osnovani iz krivih uvjerenja ili duboke sumnje u to da je to što radimo ispravno, nisu opstali. Život nekom biznisu udahnut će snaga uvjerenja njegovog osnivača i na toj snazi će i opstati.

NETWORKING, POJAVLJIVANJE

Iako naravno ima i samozatajnih poduzetnika koji izbjegavaju pojavljivanje u javnosti, ipak je veći dio onih koji javnost doživljavaju kao svoju ciljanu publiku, a svoje pojavljivanje neophodnim prodajno-prezentacijskim kanalom. I primjeri poduzetnika iz ove knjige uglavnom pokazuju spremnost većine za javnim angažmanom, sudjelovanjem na konferencijama, događanjima, druženjima poslovnih ljudi, održavanjem predavanja na određene teme. To vrlo često znači priliku za širenje vlastite vizije kad se radi o širenju neke ideje kao što je primjer s osvještavanjem javnosti o važnosti zdrave prehrane ili o važnosti i utjecaju javnog govora kroz analizu političkog govora, iako to ne spada u domenu biznisa poslovnog konzultanta itd. Neki od poduzetnika iz ove knjige zasigurno nisu prirodni, nego priučeni ekstroverti, koji bi radije ostali raditi iza javne pozornice, no poduzetništvo sa sobom nosi i potrebu za prisutnošću u javnosti. Marketing je odavno utvrdio da se pojavljivanje, vidljivost, neprekidno sudjelovanje u aktivnostima, dostupnost lakše i više prodaju od kvalitetnih proizvoda do kojih se ne može doći. Isto vrijedi i za ljude, ako vas nema, zaborave vas. Naravno, intenzitet često ovisi o industriji u kojoj djelujete. Znam neke vrlo uspješne poduzetnike za koje nitko ne zna jer se trude biti što manje u javnosti, što zbog prirodne introvertiranosti, što zbog neugodnih iskustava koje su doživjeli zbog negativne percepcije poduzetnika uopće. Još uvijek živimo u društvu u kojem dobro zarađivati, biti bogat, ili uopće poduzetnik ne izaziva uvijek simpatije pa je poslovni oprez nešto na što se oni oslanjaju kao obranu. Bez ikakve osude, mogu samo reći da se nadamo razvoju takvog društva u kojem će se percepcija poduzetnika mijenjati na bolje, kad shvatimo da je privatni sektor nešto što omogućuje i održava gospodarski prosperitet i blagostanje. Tada će i poduzetnici radije i s manje neugode stati pred ljude i kamere i željeti govoriti o tome što ih je učinilo uspješnima i na taj način motivirati mlade ljude za poduzetništvo.

Mirela Španjol Marković, vlasnica *Cicerona*, stručnjakinja za komunikaciju, javni nastup i retoriku, autorica uspješnice *Moć uvjeravanja*

Predgovor Autorice: Zbog čega ova knjiga?

Iskreno, smetaju mi kultura kukanja u Hrvatskoj i priče da je trava zelenija drugdje, razne Facebook grupe poput Napustimo Hrvatsku i slično. Već treću godinu organiziram Business Café – druženja malih poduzetnika i onih koji to žele biti radi edukacije, umrežavanja i međusobnog poticanja, jer vjerujem da u životu vrijedi ono pravilo „s kim si, takav si“. I pomislila sam, idemo neke od tih priča pretočiti u knjigu da potraju i da dođu do puno više ljudi nego li ih naša druženja mogu primiti.

Najlakše je u životu žaliti se, tražiti izgovore, odustati, otići. Najteže je krenuti od sebe, poduzeti nešto, raditi, promijeniti nešto. Istina, Hrvatska nema zdravu poduzetničku klimu, ali ima ljude koji se trude i rade najbolje što znaju da je izgrade.

Mislim da je naša zemlja prekrasna, ali nisam slijepi domoljub, nego to tvrdim zato što vidim da se kod nas može relativno brzo, lako i što je najvažnije legalno zaraditi novac koji omogućuje ugodan i kvalitetan život, ono što neki nazivaju financijskom slobodom i treba nam za to puno manje novaca nego drugdje negdje gdje su troškovi života puno veći, gdje se radi puno više, gdje se nema vremena za prijatelje i one male stvari koje život čine Božjim darom i užitkom.

Da, Hrvatska je zemlja gdje nam je predivno more na sat vremena od glavnog grada.

Da, Hrvatska je zemlja u kojoj se još uvijek družimo s prijateljima, pijemo kave i poznajemo svoje susjede.

Trava nije zelenija drugdje, kao što svaka osoba nosi svoj križ, tako je i trava drugdje takva kakva je – baš ONAKVA kakvom je mi sami sebi napravimo.

Može li bolje kod nas? - Itekako može. Ali tko će to napraviti? - Mi sami, nitko drugi.

Knjiga koju držite u rukama nastala je zato što sam htjela pokazati konkretne primjere da je moguće uspjeti u Hrvatskoj, na pošten i legalan način, doslovce krenuvši od nule, bez obzira na spol, dob i djelatnost i vrijeme u kojem živimo.

Uz to u knjizi su i konkretne stvari kako napraviti zaokret i kako biti sam svoj gazda. Vidjet ćete - za uspjeh u Hrvatskoj potrebni su isti elementi kao i drugdje.

Žao mi je, ali nema više izgovora!

U svakom slučaju, čitajući ovu knjigu nadam se da će i Vama priče ovih dragih ljudi biti poticaj i inspiracija da napravite zaokret koji želite, da živite život punim plućima, da slušate i slijedite sebe, svoje srce, da krenete svojim putem, kakav god on bio. Jer život nema reprizu, to je to, sada i ovdje!

Moja poduzetnička priča

Kažu mi da sam serijski poduzetnik. Da ljude potičem na promjene, a moja prijateljica Mirela zna u šali komentirati da se promijeni i čovjek koji se samo slučajno okrzne o mene u prolazu. Da se vidim kao poduzetnicu, svakako. No, krenula sam u život štreberski, sve po zadanim društvenim pravilima. Nakon silnih petica i nagrada za najboljeg učenika u osnovnoj školi, puno učenja u jezičnoj gimnaziji, diplomirala sam marketing kao jedna od deset najboljih studenata, dobila sam stipendiju i nakon diplome na Ekonomskom fakultetu krenula raditi u Plivi, čak se i udala s 22 godine. Sve kako se očekuje. Provela sam u Plivi četiri i pol godine, od čega godinu dana radeći u Poljskoj i Češkoj. S 25 godina imala sam već atraktivan ugovor o radu koji predviđa i lijep godišnji bonus.

E onda sam s 26 godina počela živjeti po svom. Otišla sam na operaciju kralježnice koju sam trebala obaviti sa 16 godina i za vrijeme bolovanja vidjela sam na Oprah showu emisiju o tajnim kupcima kao zanimanju koje mi se učinilo idealnim za mene – kupuješ, hraniš se po restoranima, odsjedaš u hotelima, i za sve to si plaćen. Posao iz snova. Plaćen da kupuješ i da pišeš o svojim iskustvima. Uzela sam telefon u ruke i nazvala sve vodeće agencije za istraživanje tržišta pitajući ih mogu li raditi kod njih kao tajni kupac. Odbrusili su mi: Ma nee... mi to imamo samo na webu da stoji u ponudi kao vrsta istraživanja, ali to ne radimo, pa nitko to ne traži. Dotada sam već s tadašnjim suprugom imala 20-ak ideja i pokušaja da nešto sami pokrenemo. I nešto me iznutra guralo, tjeralo da sad odmah krenem, iako nisam znala baš ništa o tome. I krenula sam, osnovala firmu, nisam tada imala novaca ni za polog od 20 000 kn, nisam imala novaca za plaćati pretplatu nego sam kupovala bon po bon. No tražeći informacije po internetu pronašla sam kolege u svijetu koji su se godinama već bavili tim poslom, otišla u London i naučila sve što sam mogla od njih.

Kad sam poslala prvu ponudu doslovce sam pobjegla iz svog stana odakle sam sve počela u jednoj sobici, misleći: Ajme - a šta ako prihvate i naruče, šta ću onda?. Ukratko nastala je Heraklea, nakon pet godina poslovanja s 31 godinu osvojila sam i nagradu za najboljeg mladog menadžera godine, bila nominirana za Ženu godine. Prije toga stigle su i tri svjetske nagrade, napisala sam dvije knjige od čega je jedna bila prva stručna knjiga o mystery shoppingu na svijetu koja se prodavala u 40 zemalja i pokrenula niz inicijativa i projekata, koje i danas uspješno žive i rastu. Onda je nastala ona praznina – i što sad? Nema novih izazova, nema nečeg novog vrijednog osvajanja, nečeg do čega mi je stalo. Osjećaj da imaš sve, a nisi do kraja sretan, nešto nedostaje.

Tada sam se odlučila imati dijete i u moj život stigao je Luka. Ali s Lukom je stigla i recesija i kako mi je iznutra stalno dolazio glas da trebam promijeniti život osnovala sam Zaokret. I onda je ubrzo krenuo moj osobni zaokret. Malo dijete, vođenje dvije firme, završavanje MBA (međunarodno priznatog magisterija). Brak nije opstao. Nakon deset godina prodala sam Herakleu - svoje prvo dijete, gotovo svu imovinu, razvela se, taj razvod dobro proslavila i odselila s tada trogodišnjim sinom u novi život vrativši svoje prezime.

U Zaokretu je sve išlo i ide drugačije nego u slučaju Heraklee koja je nastala školski. U Zaokretu sve nastaje na zahtjev „tržišta“. Na početku su mi ljudi govorili da ih inspiriram i učim kako da krenu u biznis pa sam kreirala seminar Sam svoj gazda. Kad je dvjestotinjak ljudi završilo taj seminar htjeli su se redovito družiti i sa mnom i međusobno, pa sam pokrenula Business Café – druženja malih poduzetnika i onih koji to žele biti s ciljem da jedan drugome budemo poticaj, motivacija i inspiracija te da učimo jedni od drugih. Ova je knjiga nastavak i produžetak te priče, koja se sad opet na zahtjev drugih sama polako širi u druge gradove i regiju.

Pišući zaokret.blog.hr gdje iskreno i otvoreno govorim o životnim temama počeli su stizati komentari ljudi da ih potičem na zaokrete i kao rezultat nastala je radionica Kako napraviti zaokret i sve to u jednoj noći, jednostavno nisam mogla spavati dok to sve ne kreiram. Nedavno su počeli stizati komentari da odlično spajam ljude i tako je nastala MILDA, inače boginja ljubavi i slobode, a riječ je o regionalnom servisu za spajanje ljudi.

Nekako svi koji me sretnu uz komentar da sam luda kad tad me pitaju: *Pa odakle ti toliko energije, koja je tajna tog tvog osmijeha, pa kako sve to stigneš?* Odgovor je: *„Volim živjeti život punim plućima i ohrabriti druge da to isto naprave, da budu svoji, da budu sretni. Samo volim sve što radim, volim stvarati, iznutra gorim od želje da ni od čega nešto postavim na noge i onda opet tako ispočetka kad se stvari uhodaju i kad mi više nisu izazov. I volim uživati u životu, u svim aspektima jer život je prekratak da bismo ga živjeli po tuđim pravilima“.*

A cijena mog uspjeha? Kad me to pitaju uvijek kažem da cijenu trebamo biti spremni platiti i da pazimo da nije prevelika, moja je bila sedam operacija, burn out* sindrom u jednom trenutku karijere, narušeno zdravlje i u konačnici razvod braka.

I nije mi žao, jer sam naučila lekciju. Ne bih bila osoba kakva sam danas da se to sve nije dogodilo, ne bih naučila toliko novih vještina, ne bi sreća toliko divnih ljudi, doživjela toliko lijepih iskustava, ne bih zaista živjela punim plućima i zaista spoznala da se sve događa s razlogom i najbolje ZA nas.

**Burn out – sagorijevanje izazvanom stresom obično na radnom mjestu*

Kako napraviti zaokret?

Život nasreću ili nažalost nije kuharica i nema gotovih recepata za uspjeh.

Često kupujemo knjige u namjeri da saznamo kako konkretno, korak po korak, riješiti određeni problem s kojim se nosimo u datom trenutku.

Međutim to ponekad nije do kraja moguće. Svaka situacija je specifična, svaki pojedinac jedinstven.

Ipak, svi prolazimo sličan put na kojem nas čekaju ne tako različiti izazovi i lekcije. Baš zato ljudi koji su proživjeli određena iskustva mogu s nama podijeliti svoje životne mudrosti. Ionako kažu da je bolje učiti na tuđim nego na svojim pogreškama.

No, hoće li nas to spriječiti da napravimo neke pogreške? Možda.

Možemo li uopće u potpunosti izbjeći pogreške? Ne, i dobro je da je tako. Jer vlastito iskustvo ponekad je neprocjenjiv i jedini mogući trajni životni učitelj.

U svakom slučaju učeći od drugih možemo biti pametniji i stoga, iako Vam ovaj dio knjige neće pružiti 100 % precizan i baš za Vas gotov recept za uspjeh, ukazat će Vam na niz stvari, koje su mnogi poduzetnici naučili na bolan način, onaj na vlastitoj koži, pa tako i ja sama, i tako možete sebi uštedjeti puno novaca, truda, vremena i živaca i ubrzati svoj put do uspjeha. Hoćete li, kako, i na koji način iskoristiti te informacije, ostaje na Vama.

Dakle, kako konkretno napraviti zaokret?

Svi znamo da su promjene teške. Netko godinama govori da od ponedjeljka, od ljeta, od nove godine ide na dijetu, netko da će promijeniti posao, partnera, konačno preseliti tamo gdje želi i slično, no kada dođe taj ponedjeljak, to ljeto, ta nova godina i dalje sve opet nastavlja po starom.

Zbog čega je to tako? Što nas koči, što nas sprečava da napravimo željenu promjenu?

Otpor prema promjenama javlja se zapravo jer se ugodnije osjećamo u nečemu što nam je poznato pa čak i ako nam je to poznato loše i ostajemo u toj postojećoj situaciji radije nego da se upuštamo u novo jer je to novo, iako za nas potencijalno bolje, ipak nama nepoznato.

Međutim iako teške, promjene su itekako moguće, no za njih moramo imati **snažan motiv**, nešto što će nas pokrenuti. Moramo iz planirane promjene dobiti nešto od čega ćemo imati korist, i to veću korist nego iz postojećeg stanja, odnosno pojednostavljeno, moramo promjenom više dobiti nego što smo njome izgubili. I ne samo više, nego nam to što smo dobili treba i više značiti, dakle svakako nam mora biti bolje. Ako nije tako, ako promjenom ne dobijemo nešto više, bolje, vraćamo se na staro, tamo gdje već imamo neku korist. I to je ljudski. Jer svi se mi ponašamo na način da stremimo ugodi i izbjegavamo neugodu.

Dakle možda i Vi mjesecima, godinama govorite da ćete dati otkaz i pokrenuti vlastiti biznis, možda imate lošeg šefa, nepodnošljive kolege, premalu plaću, ali sigurno imate nešto što vam je korisno u svemu, pa bila to i samo sigurna redovita primanja.

Možda ste otkrili snažan motiv za promjenom, konkretno za pokretanjem vlastitog biznisa, no niste to još učinili jer je to **u suprotnosti s nekim Vašim uvjerenjem, s nekom vrijednošću do koje vam je stalo**. Npr. na prvom mjestu Vam je obitelj i bojite se da biste ulaskom u poduzetnički svijet premalo provodili vremena s djecom i partnerom i dr.

Možda ste i motivirani no ipak i dalje Vas nešto smeta iznutra, i dalje Vam neki unutarnji glas ne dozvoljava da pokrenete promjenu?

Taj je glas često pitanje identiteta odnosno kako se mi vidimo.

Možda zaista želimo pokrenuti vlastiti biznis ili napraviti bilo koju drugu promjenu i sve je usklađeno s našim vlastitim sustavom vrijednosti i uvjerenjima, imamo i snažan motiv no ipak stojimo na mjestu jednostavno zato što se ne vidimo kao poduzetnik.

Ili smo i to nadišli i kočice nas još samo dvije stvari: **strah od pogreške i uvjerenje da mi nismo hrabra osoba** kao što svi ti poduzetnici jesu jer mi se bojimo, a oni se očigledno ničega ne boje, ne razmatrajući uopće da možda pogrešno definiramo hrabrost.

Zaboravite na strah od pogreške. Pogreške ionako zapravo ne postoje. Uvijek ispadne da smo dali sve od sebe i u datom trenutku napravili najbolje što smo znali, s informacijama, znanjima i vještinama koje smo u tom istom trenutku imali. Upravo iz svih tih tzv. pogrešaka najviše naučimo i postanemo kvalitetnije osobe i spoznamo da je istina ono što kažu – da se sve događa s razlogom i najbolje za nas. Kad to znamo, svjesni smo da zapravo ne možemo pogriješiti, ne možemo ne uspjeti. Istina je da se u našoj kulturi pogreške ne potiču, možda se na neki način i kažnjavaju. To je tako, i zato nam je takva (anti)poduzetnička klima, ipak točna je ona stara poslovice – “Tko riskira, profitira”.

Vežano za spomenutu definiciju **hrabrosti** zaboravljamo da hrabrost zapravo znači da se bojimo, ali da unatoč tom strahu djelujemo. Vidjet ćete u nastavku iz priča poduzetnika svi se mi bojimo i bojali smo se, no jednostavno idemo dalje. Nismo ništa pametniji ni sposobniji od drugih, samo na određeni specifičan i ohrabrujući način razmišljamo i ono najvažnije – djelujemo. Radimo. Baš jako puno radimo.

Ako tijekom razmišljanja i vaganja odluke - želimo li biti sam svoj gazda - zastanemo na ovoj stanici, preostaje nam sjetiti se nepobitne činjenice da je ovaj život jedini kojeg imamo. Neće biti reprize, nećemo dobiti drugu priliku. Stoga je presudno u svakom trenutku znati što zaista želimo i kakva osoba želimo biti. Svi smo mi jedinstveni, imamo razne talente i na nama je da ih iskoristimo, realiziramo, da ispunimo svoju svrhu, da ostavimo trag, da na ovaj ili onaj način svijet ne bude isti kad odlazimo s njega. Da možda bude bar malo bolji nego u trenutku našeg rođenja.

Kako postati sam svoj gazda?

Nemate i ne možete naći (novi) posao, tek ste diplomirali, bez potrebnih ste znanja, vještina i toliko u oglasima traženog iskustva, na porodiljnom ste dopustu i niste sigurni imate li se gdje vratiti, dobili ste otkaz i morate još neko vrijeme raditi do mirovine, a u Vašim godinama teško ste zapošljivi ili ste pak jedan od onih sretnika koji ima siguran posao, ali nešto Vas kopka iznutra i iako Vam svi govore “šuti i ne talasaj”, Vi niste zadovoljni.

Vidjeli smo koliko nam je svima teško odvažiti se na promjene, posebno donijeti ovako jednu veliku odluku kao što je ta da postanemo sam svoj gazda.

Sve Vam se to čini privlačno, no još uvijek niste sigurni je li biti poduzetnik ispravan put i za Vas?

Zastanite na trenutak i odložite ovu knjigu. Zatvorite oči, udobno se smjestite, stavite ruku na trbuh, duboko dišite i zamislite da ste ostarjeli i da ležite na smrtnoj postelji i da Vas vaš unuk Vas pita za čime žalite. Koji mu odgovor dajete?

Ako je pokretanje vlastitog biznisa jedna od stvari za kojom biste žalili, svakako krenite čim prije, pokušajte. Ljudi obično žale za onim što nisu ni pokušali, a ne za onim što jesu pa su pritom eventualno pogriješili.

Koraci na putu do vlastitog biznisa - pojednostavljeno

1. MOTIVI (strast i/ili nužda?)

Poduzetništvo ne znači otići kod javnog bilježnika i otvoriti tvrtku. Čut ćete isto od svih poduzetnika - poduzetništvo je zapravo način života, način razmišljanja i djelovanja, 24 sata na dan, 7 dana u tjednu, 365 dana u godini.

Danas, u vrijeme višegodišnje opće recesije i u vremenu kada narod ima negativno mišljenje o poduzetnicima zbog prošlih vremena opterećenih domaćim tajkunima i privatizacijom, još se teže odlučiti za poduzetništvo, ili pak nije?

Zbog čega ljudi uopće napuštaju svoje sigurne poslove, riskiraju svu imovinu, stavljaju često sve na kocku, riskiraju i raspade obitelji, odriču se slobodnog vremena, prijatelja pa čak i često ugrožavaju vlastito zdravlje?

STRAST, unutrašnja potreba za stvaranjem možda je najkraći odgovor na to pitanje, iako svaki poduzetnik zna onaj jedan, samo svoj odgovor. Najčešće je to nešto protiv čega se ne može jer znači slijediti svoje srce, svoje snove, jednostavno slušati sebe.

Ipak, mnogi su poduzetnicima postali i iz NUŽDE. Ostali su bez posla, na cesti, mnogi doslovce s nekoliko kuna u džepovima i jednostavno bili su prisiljeni uspjeti. Možda su baš zato mnogi i brže uspjeti – jer su morali, bilo im je dovoljno loše, morali su prehraniti obitelj, morali su preživjeti.

Može li svatko od nas postati uspješnim poduzetnikom?

Ne.

Što ako krenemo i putem ipak shvatimo da nismo za to?

Pa što onda? Barem smo pokušali nešto što smo htjeli.

Da zaključimo ovaj prvi korak, novac NIJE MOTIV suprotno mišljenjima mnogih da su poduzetnici ljudi koji se žele prije svega domoći velike količine novca i da od jutra do sutra rade vođeni pohlepom. Novac je uvijek REZULTAT naših napora, reakcija na uloženi trud, čak i ako nam je nužda bila poticaj. Ili kako kažu neki poduzetnici u nastavku knjige – novac nije nikad bio ono što nas može ujutro dići iz kreveta. Uvijek je u pitanju nešto drugo.

2. IDEJA

Jasno je da kad smo sve raščistili sa sobom, shvatili što zaista želimo i zbog čega krećemo u sve to, dolazimo do prvog konkretnog poslovnog koraka – čime ćemo se točno baviti. Koji ćemo proizvod i koje usluge ponuditi određenom tržištu?

Neki već i ovdje na određeno vrijeme ili zauvijek zastanu i kao izgovorom koriste se činjenicom da nemaju neku veliku, revolucionarnu ideju koja će promijeniti svijet.

Lijepo je ako nam neka takva fantastična ideja padne na pamet, ali moramo biti svjesni da je teško smisliti nešto što baš nigdje dosad u svijetu ne postoji i još važnije da su brojni poslovi u svijetu uspjeti zato što su radili nešto brže, bolje, jeftinije od onog tko je već prethodno bio na tržištu.

Gdje možemo naći (dobru) ideju? Razmislite koji problem vi imate – ako nešto muči vas, muči i druge ljude, možda možete ponuditi adekvatno rješenje. Isto tako možete se i pitati što znate raditi, što volite raditi, što vas općenito veseli i na čemu biste mogli zaraditi. Možda će baš odgovor koji se provlači kroz sva četiri pitanja, biti onaj pravi za vas. Uvijek ostaje i opcija na putovanjima, pogledajte što postoji u inozemstvu i to dovedite u svoju zemlju.

Ako se odlučimo baviti nečim što već postoji, dakle nismo u nečemu vremenski prvi, ali to nije važno, **važnije je biti prvi u umu potrošača**. Brojne su se tvrtke krenule baviti nečim i nakon nekoliko godina došla je neka druga tvrtka i pozicionirala se u umu potrošača kao prvi i/ili jedini izbor, a potrošači u tom trenutku više nisu ni znali da je ova prva ikad postojala. Npr. 1997. godine se agencija za istraživanje tržišta Gfk počela baviti mystery shoppingom (mjerjenjem kvalitete usluge putem tajnih kupaca). Herakleu sam osnovala krajem 2002. Godinama su mnogi mislili ne samo da je Heraklea krenula s tim nego i da mi to jedini radimo. A što i da ste svjesno drugi u nečemu? Sjetite se Avisovog slogana – mi se trudimo više (u originalu we try harder). Pozicija drugog može se odlično iskoristiti. Imate manje ulaganja, netko je već educirao i probio tržište, istina pobrao je vrhnje, ali se i namučio i sad je na vama da iskoristite svoju priliku.

Što god da odaberete, ključno je da to volite jer novac i zarada nisu ono što će vas motivirati u svim izazovima koji su pred Vama.

U svakom slučaju, nemojte davati preveliku važnost ideji u odnosu na izvedbu. **Izvedba je puno važnija nego što možda u ovom trenutku možete biti svjesni.**

Razgovarajući s ljudima koje savjetujem i koji žele pokrenuti vlastiti posao, čujem komentare poput sljedećeg: Imam super ideju, ali je ne mogu reći da mi je ne ukradu. Isto se događa i na prezentacijama potencijalnim investitorima iz straha da oni ne uzmu tu ideju i sami je ne provedu u djelo. Vjerujte mi, poznam ih mnogo, potencijalni investitori nemaju viška vremena i svjesni su da je izvedba ključ uspjeha, i to izvedba pojedinca i tima čija je ta ideja i energija i strast koju samo ti isti pojedinci i timovi imaju, a motiv im nije krađa ideja, nego višak sredstava kojima raspolažu žele uložiti u biznis koji ima potencijal rasta i time sebi osigurati zaradu istovremeno ulažući uz svoj novac i znanje i iskustvo i kontakte.

Možda nisam razgovarala s dovoljno odvjetnika posebno onih specijaliziranih za intelektualno vlasništvo ili sam još uvijek naivna kad mislim da sva ta zabrinutost oko krađe poslovnih ideja zaista nije važna. Tog sam uvjerenja jer mislim da sve ideje dolaze od Boga/Svemira i ako ih mi nećemo realizirati naći će se druga osoba koja to hoće. Isto tako vjerujem da smo svi mi jedinstveni pa ako netko i tu istu našu ideju ide provesti u djelo, drugačije će je izvesti i nitko zapravo ne može nikoga kopirati jer je sve energija, ono nešto, a to nešto ili imaš ili nemaš. Da me ne shvatite pogrešno, zaštitite svoju ideju u pravom trenutku i angažirajte odgovarajuće odvjetnike. Ako to ima smisla, naravno.

Čujem i nešto slično *Imam odličnu ideju imaš li nekoga da mu je prodam?*

Tada u sebi mislim – dragi moj, onaj tko ima novaca zna da je od ideje puno važnija izvedba. Istovremeno teško smišljam pristojan odgovor na ovo. Obično ga ne smislim.

I kad naglašavamo važnost i kvalitetu izvedbe u odnosu na samu ideju bitno je napomenuti i još jednu činjenicu. Unatoč ogromnoj konkurenciji, istraživanja tržišta pokazuju da je za uspjeh ključna kvaliteta usluge, dakle upravo izvedba. Na tržištu je mnoštvo ideja, a mnoge tvrtke padaju na detaljima, dakle propadaju upravo zbog loše izvedbe. Upravo izvrsnom uslugom, kao mali i mikro poduzetnik često možete na taj način doslovce pomesti sve ostale na tržištu. Deset godina bavila sam se mjerenjem kvalitete usluge – podaci su to uvijek iznova potvrđivali.

3. POSLOVNI PLAN

I došli smo do poslovnog plana. Najjednostavnijim rječnikom rečeno to je ono kad odlučite i napišete što ćete, kome, gdje točno, na koji način i po kojoj cijeni prodavati. I ponekad se kao rezultat na kraju šokirate da cijela priča ne pije vodu odnosno nije profitabilna, barem na papiru.

Iako imam sve potrebne diplome, Ekonomski fakultet u Zagrebu, međunarodno priznati MBA, kolege bi me „ubili“ da znaju da nikad ne pišem poslovne planove. Naprotiv, projekti za koje sam pisala neku inačicu poslovnog plana nisu zaživjeli, oni za koje sam samo slušala intuiciju i krenula uspjevali su. Za Herakleu sam čak nešto sitno i napisala i sjećam se da je pokazivalo da neće biti profitabilno, a ipak godinama mi je profitabilnost bila između 18 i 23 %, i pod time mislim na omjer netodobit/ukupan promet. No to sam ja, to nije savjet koji Vam smijem i mogu odgovorno dati. Zato stavite sve na papir. Imate na internetu primjere poslovnih planova, postoje stručnjaci koji Vam u pisanju mogu pomoći. Ako tražite novac od potencijalnih investitora ili poslovnih anđela svakako će Vam trebati profesionalan poslovni plan. No njegova najveća vrijednost jest da Vi sami sebi sve do detalja razjasnite na početku. A na kraju, poslušajte sebe, intuicija ne griješi, samo je treba moći čuti.

4. NOVAC ZA POČETNI KAPITAL

Napisali ste i poslovni plan i sretni ste jer pokazuje da sve ima smisla i već vidite kao novac stiže. Ali sad je pitanje kako do početnog kapitala?

Sjećam se odličnog predavanja na posljednoj godini fakulteta, jedino je jedan profesor nama studentima sugerirao da od baka i djedova, mame i tate, dakle rodbine i prijatelja sakupimo 25 000 kn i krenemo u vlastiti biznis. Svi su nas četiri godine usmjeravali da radimo za nekog drugog i gradimo uspješne menadžerske karijere. Čak se sjećam da je tada nacrtao kako prvo imamo jednu firmu, pa drugu, pa treću pa sve spojimo u holding. Entuzijastično nam je pokazao i svoj mali crni adresar (spominjemo vrijeme prije točno 15 godina) naglašavajući kako je jako važno koga znamo, a ne samo što znamo. Pitao je pitanje zna li netko gdje će raditi za koji dan. Ja sam puna sebe digla ruku i važno rekla Pliva, jer sam imala stipendiju i čekali su me. On me samo pogledao – kasnije sam shvatila značenje tog pogleda. Ne znam gdje su danas svi kolege iz te dvorane, ali ja znam da sam ga poslušala. I drago mi je zbog toga.

Kad sam kretala u svoj prvi posao jedva sam sakupila pola novca potrebnog za otvaranje tvrtke, ostatak mi je procijenjen (stari namještaj i krtija od računala) da vrijedi drugu polovicu. Radila sam od kuće i nisam imala novaca za telefonsku pretplatu već sam koristila bonove. Srećom nije mi trebao dodatni novac za fiksne troškove ni za obrtni kapital. Mnoge su priče počele tako, u podrumima, kuhinjama, konobama, tavanima, s doslovce nula ili vrlo malo kuna. I vama preporučam taj scenarij. No on nije uvijek moguć. Ponekad Vam zaista treba priličan početni kapital i možete ga dobiti, uz prethodno opisani, na još dva načina, bankarskim kreditom i putem poslovnih anđela.

Istina je da banke nisu oduševljene početnicima i ono što se u šali govori da bankari daju novce onima koji ih već imaju možda u praksi i nije tako daleko od istine. U poslovnim bankama preko HBOR-a (Hrvatske banke za obnovu i razvoj) postoje linije s vrlo niskom kamatnom stopom za pojedine programe kao što su npr. poticanje ženskog poduzetništva ili turizma, inovacija i dr.

Svaka banka tražit će da i Vi snosite rizik, dakle neće nitko uložiti 100% svojih novaca u Vas, u Vašu ideju ma koliko ona bila briljantna. Jednostavno onaj koji ulaže želi vidjeti da ste i Vi spremni snositi rizik, da i Vi vjerujete u svoju ideju, inače zašto bi on. Pojednostavljeno trebam će Vam novac i/ili nekretnina koju možete založiti u svrhu dobivanja kredita. Žene obično nemaju ili imaju malo imovine na svoje ime. Odatle djelomično cijela priča o ženskom poduzetništvu i eventualno privremeno potrebnoj pozitivnoj diskriminaciji.

Drugi su način tzv. poslovni anđeli. U Hrvatskoj postoji CRANE – Udruga poslovnih anđela investitora. Oni također žele da i Vi snosite rizik, u najboljem slučaju dat će Vam novac u zamjenu za značajan udio u vlasništvu Vaše tvrtke – dakle već na početku niste 100 % sam svoj gazda, ali dobivate jako puno.

Ne samo njihov novac već ono puno puno važnije, njihove kontakte, znanje i iskustvo i vrijeme. A upravo to povećava Vaše šanse za uspjeh u značajnoj mjeri. Ipak da se ne poveselite, neće Vam dati puno novaca u smislu da Vi u poslovnom planu prikažete troškove najma skupog prostora i predvidite sebi prilično pristojne plaće. Ne, svi su oni počeli od nule, i svjesni su potrebnog odricanja i isto će očekivati od Vas. Poduzetnik je taj koji snosi rizik svoje ideje, a nagrada za rizik mu je dobit. Radnici su ti koji rade od 8 do 16 h i za svoje vrijeme dobivaju plaću. Da zaključimo, od investitora je moguće dobiti dosta novaca, veće su Vam šanse za uspjeh jer niste sami.

U svakom slučaju, budite sigurni naradit ćete se.

Postoji još jedan način, a taj su poticaji Ministarstva poduzetništva. Ja sam ih niz puta dobila, neke moje kolege nikad. Moj je savjet da na taj novac ne računate, ali ga svakako probajte natječajima dobiti pa ako uspijete odlično.

5. OSNIVANJE – koraci i troškovi hladnog pogona

I stigli smo do osnivanja. Nekako se uvijek na početku javlja nedoumica osnovati obrt ili društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.). Sve u životu ima svoje prednosti i mane, pa tako i ovo.

Da ne ulazim previše u detalje, d.o.o. je zasebna osoba, a obrt to ste vi. U d.o.o.-u ne trebate biti zaposleni, možete ostati raditi negdje drugdje ako želite i imate posao, pa raditi paralelno obje stvari. Obrt je svakako lakše i brže i jeftinije otvoriti i zatvoriti no u obrtu, iako imate neki drugi posao sa strane, morate plaćati sve doprinose i poreze na dohodak kao tu radite. Porez na dohodak ima nekoliko stopa, a porez na dobit jednu. Sugerirala bih da posjetite portal www.imamnovac.com gdje je odličan članak o tome što je bolje otvoriti. Najbolju odluku uvijek ćete donijeti sami, jer Vi najbolje poznajete svoje trenutne okolnosti i daljnje planove. Odličan je i blog www.poslovno.biz.

U svakom slučaju morate k javnom bilježniku, na Trgovački sud, u Državni zavod za statistiku, u Poreznu po OIB, nabaviti žig pa otići u odabranu poslovnu banku, u Poreznu upravu, na mirovinsko i zdravstven kako biste prijavili tvrtku i eventualno sebe ako e zapošljavate u njoj. Sve je to danas puno brže lakše i jednostavnije nego prije. Često smo svi zapinjali na odabiru imena jer je moralo biti hrvatsko, latinsko ili grčko, a sada ono može biti na bilo kojem službenom jeziku Europske unije.

Obično se u ovoj fazi ljudi brinu i o troškovima, koliko će ih sve stajati ako ne uspiju. Mjesečno su obvezna davanja Hrvatskoj gospodarskoj komori 55 kn, porez na tvrtku jednom godišnje oko 350 kn i još od fiksnih troškova imate vođenje žiroračuna u Banci oko 80 - 100 kn mjesečno, te troškove knjigovodstva koje ste odabrali. Telefon i sve ostalo ovisi o Vama.

6. POČETAK RADA

Konačno možete početi raditi. Zapravo, idealno bi bilo da ste već počeli raditi, a da ste tvrtku osnovali da možete to i naplatiti. Ali ruku na srce taj idealni scenarij, ipak je puno rjeđi u praksi.

Pretpostavimo da ste definirali uslugu, razvili proizvod, imate barem primjerke ponude, ugovora i računa i vrijeme je za izaći na tržište.

Bez kupaca naša tvrtka niti postoji niti ima smisla. Dakle najvažnije je i uvijek će biti najvažnije pronaći kupce odnosno prodati proizvode i usluge. Pritom je bitno od samog početka znati što želite i uvijek se vraćati na to. Fokus nam mora biti na kupcima, na prodaji, na traženju novih klijenata, otvaranju tržišta, dakle na izvorima prihoda, uz naravno istovremeno kontinuirano održavanje troškova minimalnima.

Vrijeme na samim počecima je, po mom mišljenju, idealno iskoristiti i za standardizaciju poslovanja, odnosno laički rečeno postavljanje pravila igre. Poslije kad tvrtka naraste mnoge se raspadnu baš zato jer su brzo narasle, a nema pravila. Dakle moj bi savjet bio da sve što ste zamislili stavite na papir, kako i s kim želite raditi, što želite postići odnosno koja Vam je vizija, koje su vam vrijednosti, zbog čega ste osnovali firmu odnosno koja Vam je misija i naravno da to nikad ne bude mrtvo slovo na papiru nego živi organizam, da ono što u uputama stoji kako se nešto radi odgovara stvarnosti, dakle praksi. Sjećam se da sam mjesecima istraživala kako se radi mystery shopping i svaki sam detalj standardizirala prije prve narudžbe za istraživanje. Tadašnji me supruga zadirkivao što toliko pišem kao da imam firmu od 100 ljudi, ali ja sam sjedila danima i noćima sama, za svojim radnim stolom u stanu. I znala sam što i zašto radim. Ubrzo je uslijedio trenutak – prvi stalno zaposleni i 200 honorarnih. I sve napisane procedure i pravila odmah su imale smisla i sav se trud višestruko isplatio.

7. PRODAJA

Mnogi ljudi koji pokreću svoj biznis obično su stručni u nečemu, i često mi govore da ne vole prodavati, da će za to nekoga naći. No upravo mi najbolje prodajemo, jer naša firma to smo mi, posebno u početku. Ljudi obično kupuju tu našu strast, entuzijazam u proizvod, vjeru, energiju.

Prije svega moramo znati što je to što zaista prodajemo – koji problem kupcima rješavamo, koju im vrijednost dajemo. Npr. Starbucks ne prodaje kavu nego *osjećaj povezanosti među ljudima* (na engleskom human connection). Moja bivša firma Heraklea nije uvijek prodavala mystery shopping nego ponekad i *osjećaj kontrole*.

U svakom slučaju, seminar prodajnih vještina nikad nije bačen novac i na to je uvijek dobro otići.

No ono na što se sve u prodaji svodi jest sljedeće:

Kupac ne voli da mu se prodaje, ali voli kupovati. Ne želi osjećaj da mu je netko nešto „uvalio“, nešto što mu ne treba, da je bacio novac.

Kako ćemo onda uspješno prodavati?

Vrlo jednostavno. Uz rizik da se neki čitatelji i naljute na mene ostajem pri svome da je u životu sve jednostavno, često sami sve bespotrebno zakompliciramo.

Najvažnije je prodajno načelo uvijek se stavite u poziciju kupca – njega samo zanima što je tu za njega, koju korist on ima ako to kupi. Odnosno, da lakše zapamtimo, ono što se u narodu kaže – a što je tu za mene. Imajući to uvijek na umu predlažem sljedeće korake:

a) Postavljajte pitanja potencijalnom kupcu kako biste saznali što on zaista želi, možda putem otkrijete i da on uopće nije Vaš kupac.

Sjećam se prije tri godine kad sam tek otvorila Zaokret imala sam jednu ideju i organizirala *pitch* (natječaj) za PR agencije. Od četiri vodeće agencije koje sam zvala na prezentaciju, njih tri su 45 – 60 minuta pričale o sebi, svojim prošlim projektima, nigdje nije bilo mene, što oni meni nude. Naravno moj izbor bila je ona četvrta čija je prezentacija sadržavala niz ideja za moj projekt i što oni i kako za mene mogu učiniti i što ćemo time zajedno postići.

b) Aktivno slušajte kupca.

To znači da ga zaista slušate, da Vas zanima što čujete, a ne da samo čekate da završi priču i da ga zaskočite svojim već unaprijed spremnim rečenicama.

c) Ponudite mu svoj proizvod njegovim riječima.

Ovo se meni u praksi pokazalo ključnim – kasnije sam učila NLP* pa sam saznala da postoji i stručan naziv za to, praćenje i vođenje, rapor** i slično. No srećom sama sam ovo nekako intuitivno znala i puno poslova dobila baš primjenjujući ovo jednostavno načelo. Konkretno kad sam pričala s direktorima firme i vlasnicima nastojala sam im pokazati kako moja usluga utječe na profit, kad sam pričala s direktorima prodaje kako ista utječe na povećanje prodaje, a kad sam razgovarala s direktorima marketinga uglavnom smo spominjali termine zadovoljstvo i lojalnost kupaca i slično. Moramo se naučiti razgovarati rječnikom kupaca, koristiti se riječima koje oni razumiju, koje su njima bitne, koje su domena njihovog i interesa i odgovornosti.

Inače uvijek sam izbjegavala službene prezentacije na kojim se očekivalo da pričamo o sebi, više sam voljela individualne sastanke gdje bih prvo ispitala sve o kupcu te mu potom ponudila traženo.

I to se pokazalo odličnim. Idealno je u biznisu stvoriti priču da kupci traže vas, da oni dolaze vama, da žele raditi s vama, a ne da se vi borite s ostalima na natječajima. Kako to napraviti spomenut ću malo kasnije, no ovisno o pojedinim djelatnostima to nije uvijek primjenjivo i moguće. Ipak ono što je uvijek moguće jest što manje pričati i hvaliti sebe i pričati što je tu za kupca, zbog čega da odabere vas – što mu rješavate, ne zanima njega ništa drugo.

A kako do kupaca? To ćete sami najbolje znati jer će se svatko od Vas baviti nečim drugim. Ono što svima mogu sa sigurnošću potvrditi jest da se posao ne sklapa tako da sjedite sami, kući za svojim računalom. Morate izaći. Posvuda vas treba biti, učlanite se u udruge, istražujte, čitajte poslovne novine, krećite se među poslovnim ljudima, jer posao se sklapa s ljudima.

Istraživanja su pokazala da se u Hrvatskoj 57 % poslova sklopi uz kavu i baš zato sam 2011. i pokrenula projekt Business Cafée - više pogledajte na www.crobusinesscafe.com.

***NLP – neurolingvištičko programiranje, **rapor - usklađivanje**

8. PR

Za vrijeme fakulteta osim o važnosti networkinga dobila sam još jedan dobar savjet, od profesorice iz marketinga, odnosno konkretno sugestiju da pročitamo knjigu – *Positioning – the Battle for your Mind*, (Pozicioniranje, bitka u umu potrošača) koju su napisali Al Ries i Jack Trout.

Saznanja iz te knjige bila su temelj mog uspjeha u postavljanju Heraklee. Već sam spomenula da nema veze jeste li doista prvi u nečemu već je važno da ste prvi u umu potrošača. Pokrenuvši Herakleu odlučila sam na ona postane sinonim za mystery shopping, dakle kad ljudi pomisle na mystery shopping da pomisle i požele raditi s Herakleom i jednako tako kad čuju ime Heraklea da im prvo što im padne napamet bude upravo mystery shopping.

Vjerujem da sam u tome uspjela, a upravo mi je spomenuta knjiga pomogla.

Kažu da se PR-om (odnosima s javnošću) gradi brend, a oglašavanjem održava.

Bilo kako bilo, kad smo mala tvrtka ili uopće nemamo ili nam je budžet za ono što nazivamo marketing a mislimo na privlačenje kupaca, zaista minimalan.

Sjetila sam se u početku jedne rečenice još jednog profesora koju nam je rekao na prvom predavanju prvog dana kad sam odabrala smjer marketing: Sve je marketing, marketing je sve. Kasnije sam shvatila i slažem se s tim.

Ukratko što imamo kao mala tvrtka s malo ili nimalo novaca na raspolaganju?

Možemo ići okolo i boriti se za svakog kupca, jednog po jednog ili možemo stvoriti priču o sebi, plasirati je u medije, čiji će rezultat biti da kupci dođu sami k nama jer žele biti dio te priče. Prvo je prodaja, a ovo drugo PR.

A kako ćemo stvoriti priču? Ja sam je imala bez neke posebne pripreme u početku, mlada 26 godina, luda jer daje otkaz na odlično plaćenom sigurnom poslu u Plivi, i to nakon operacije kralježnice i pokreće posao iz snova za svaku ženu.

Možda u ovom trenutku mislite ma daj, pa kako ću ja dospjeti u vodeće dnevne novine nema šanse, evo korisne informacije koja Vas možda iznenadi – velike novine prate male u potrazi za pričama pa dakle krenite od toga da izađete u lokalnim novinama, a oni su svi pak uvijek u potrazi za kvalitetnim sadržajem za svoje čitatelje.

Međutim kao i u prodaji moramo razmišljati što je tu za novinare, što bi moglo zanimati i biti korisno njihovim čitateljima a ne što mi mislimo da je vijest. Npr. kad ja više nisam imala priču ili su se postojeće istrošile, stvorila sam novu, napravila sam neko novo istraživanje o usluzi za vrijeme turističke sezone prema stranim gostima ili koliko znamo engleski ili slično. Uvijek nešto novo, uvijek nešto zanimljivo.

Što još možete sami?

Složiti listu medija, napraviti svoju internetsku stranicu, pokrenuti i redovito pisati blog (ja sad pišem Zaokret.blog.hr), biti prisutan na Facebooku, pisati stručne članke, newslettere, organizirati besplatne edukacije, držati predavanja ako treba i sami nuditi da besplatno govorite na određenu temu na relevantnim poslovnim skupovima.

Sve spomenute aktivnosti pomoći će Vam da budete vidljivi, da skrenete pozornost na sebe, pozicionirate se kao stručnjak u određenom području i kao konačan rezultat – kupci će Vas sami tražiti. A to je uvijek najbolje, najbrže i najjeftinije.

Dug je put do toga i važno je naglasiti da sve ove aktivnosti ne zamjenjuju direktnu prodaju koja uvijek mora biti prisutna.

Danas, pojavom društvenih mreža, stoje nam na raspolaganju niz mogućnosti. Klasične metode oglašavanja i dalje imaju učinak, no kad smo mali, na početku jednostavno ne možemo sebi puno toga priuštiti, no još više toga možemo, s malo ili ništa novaca, i sve to što možemo pravo je umijeće do maksimuma iskoristiti. Izazov je na Vama. Mnogi su uspjeli, zbog čega ne biste i Vi?

Sjećam se, moj prvi članak bio je u tada Poslovnom tjedniku, zatim u Cosmopolitanu pa Jutarnjem listu... Priznajem na mene je tadašnjem uredniku Poslovnog tjednika skrenula pozornost klijentica koja se oduševila uslugom mystery shoppinga, sama od sebe. Ostalo je povijest što se kaže. Uvijek je netko od novinara nešto vidio u prethodnom mediju. Jedna od tajnih moga uspjeha je i neprestana dostupnost na upite svih novinara. Bila sam i uvijek sam svjesna prirode njihovog posla, da su im rokovi kratki i uvijek im u rekordnom roku odgovaram. Oni to znaju cijiniti, znaju da se na mene mogu osloniti i računati na mene.

9. KVALITETA USLUGE

Bilo kako bilo uspjeli smo prodati naš proizvod i usluge i kupci su tu i na sve strane stoje potencijalni novi kupci.

Znate li da trećina kupaca koji pozele kupiti naš proizvod odlaze od nas kad stupe u kontakt s nama? Da njih 68 % prestaje kupovati jer su nezadovoljni uslugom, da se njih čak 75% o kupnji odlučuje u razgovoru s nama.

To je kad nam se čini da je sve u redu.

A što je s reklamacijama? Znate li da se samo 4 % nezadovoljnih kupaca žali. To su još stari podaci iz SAD-a, gdje je kultura prava potražaća veoma razvijena, a kod nas je sličan zakon na snazi tek nekoliko godina što znači da se kod nas njih još manje žale kad su nezadovoljni.

To znači da na jednu dobivenu pritužbu postoji njih bar još 25 kojima nije toliko stalo do nas da nam to kažu u lice nego to okolo prepričavaju. I ne samo to, svoje pritužbe dijele mahnitom brzinom po Facebooku i ostalim društvenim mrežama.

I dok se mi bojimo reklamacija, čak u svojim poslovnim planovima pogrešno nastojimo smanjiti njihov broj, istraživanja pokazuju da 95 % kupaca kojima uspješno riješimo reklamaciju postaju još zadovoljniji nego prije. Zato uvijek naša reakcija na svaku pritužbu mora biti jednostavno – HVALA.

Knjige i knjige napisane su o tome koliko je kvaliteta usluge presudna u poslovanju. I ja sam s kolegama prije napisala čak dvije: *Tajna nestalog kupca* (2009) i *Measuring Management and The Moment of Truth* (2006).

Dokazano je i da samo 5 % porasta u kvaliteti usluge osigurava 25-postotni rast profita. (*Harvard Business Review*, istraživanje konzultantske kuće Bain).

Svi znamo da su kupci naša najbolja i besplatna reklama, oni su naša plaća. Naša je dužnost da kad tvrtka počne rasti svojim zaposlenicima prenesemo što je dobra usluga i kako je i oni trebaju pružiti. Ne smijemo dopustiti da oni imaju odgovornost, a da nemaju nikakav autoritet i mogućnost odlučivanja. U suprotnom dogodit će nam se da rast koji smo ostvarili naruši loša usluga i izgubimo kupce u nepovrat.

Ono čega mi kao mali poduzetnici uvijek moramo biti svjesni jest da je velika konkurencija posvuda i da se upravo uslugom možemo boriti sa svima. Pa i s onima najvećima. I upravo njih možemo pobijediti uslugom jer smo manji, brži i fleksibilniji.

10. FINANCIJE

Budući da ni na fakultetu ni u praksi nisam briljirala u ovom području, neću ulaziti u pretjerane detalje. Mogu samo s Vama iskreno podijeliti svoje iskustvo da razumijem da Vas je strah suočiti se s financijama, da mnogi od nas i ne znaju niti žele znati išta o ovome jer nam se čini prekomplikirano i nerazumljivo.

Međutim, financije su još jedna stvar koju uz prodaju i vođenje ljudi (pre)često poželimo prepustiti drugima, ali ne možemo u cijelosti jer su to tri glavna stupa našeg biznisa.

Ono što mogu reći jest da ako već sami ne znate puno, potrudite se saznati osnove i svakako nađite odličnog računovođu, i to onog koji zna pričati s Vama na Vama razumljiv način.

Bolna je činjenica da brojke nikad ne lažu. Bilance i računi dobiti i gubitka nisu izvještaji koje šaljemo negdje da zadovoljimo formu i obvezu prema državi nego je ključno da ih naučimo čitati radi sebe, kako bismo mi danas-sutra znali donijeli kvalitetne poslovne odluke.

Ono što sam na svojoj koži naučila, a nažalost vidim da i danas neki nisu, jest sljedeće:

a) PDV nije naš novac!

Još susrećem poduzetnike koji se na kraju mjeseca ili tromjesečja čude što moraju platiti PDV i uvijek ih sam iznos iznenadi. Ja sam tome znala doskočiti tako da iz svakog računa odmah na poseban račun u banci izdvojim iznos PDV-a i kad dođe vrijeme platim jer to ionako nije moj novac.

b) Ne trošite novac unaprijed!

E za ovo mi je trebalo vremena priznajem. Ja bih najmanje tri puta u početku trošila isti novac. Prvi puta kad bi sklopila posao, pa drugi puta kad smo ga radili i treći puta naravno da se nagradim kad smo ga naplatili. Srećom na vrijeme sam upozorena da ovo dugoročno baš i nema smisla.

c) Priljevi nisu isto što i prihodi.

To znaju najbolje svi koji imaju probleme s naplatom. Prihod je kad izdamo račun na obavljene usluge ili prodane proizvode, a priljevi su trenutak kad je taj novac sjeo na naš žiroračun.

d) Dobit nije isto što i vaš novac na računu.

Svi smo se našli bar jednom u situaciji kad nam baš lijepo izgleda račun dobiti i gubitka i kaže da nam je dobit xy tisuća kuna, a na žiroračunu ni kune. Jedan od razloga naveden je pod c, a ima ih još i dobar računovođa znat će Vam objasniti.

e) Cijena je informacija o kvaliteti.

Cijenite sebe i svoj rad. Pažljivo odredite cijenu jer jednom kad imate niske cijene teško ih je podići, a istom klijentu gotovo nemoguće.

f) Ponekad je isplativije otpustiti klijenta i naći ovoga.

Suprotno starim marketinškim mantrama da je uvijek bar pet puta jeftinije zadržati starog kupca nego steći novoga, praksa pokazuje suprotno. U jednom trenutku poslovanja otkazala sam klijenta koji je činio 40 % našeg poslovanja. Kroz deset dana dobili smo četiri nova čiji je udio iznosio otprilike desetak posto. Spomenuti klijent okupirao je sve naše resurse, svakim je danom imao sve više zahtjeva za sve manje novaca i sve je kasnije plaćao što je i rezultiralo gubitkom motivacije dijela zaposlenika. I stoga smo ga odlučili otpustiti i rizik nam se ubrzo isplatio.

g) Dobro je ne ovisiti ni o kome, ni o jednom klijentu u velikoj mjeri.

Puno je sigurnije poslovati s više manjih klijenata nego s jednim većim. Odnosno kako se u narodu popularno kaže nemojte stavljati sva jaja u istu košaru.

11. ZAPOSLENICI

Posao srećom raste i dolazimo do situacije kad ne možemo i ne stižemo sve sami, možda nam i prijete sagorijevanje. Mislimo i dalje da smo nezamjenjivi i da nitko naš posao ne može uopće raditi ili ga ne može raditi tako dobro kao mi.

Koliko god to bilo bolno za naš ego, može i to i bolje nego mi i dobro da je tako, jer na taj način možemo osigurati i sebi više posla i kvalitetniji privatni život, a nerijetko je to i jedini način da sačuvamo zdravlje i obitelj i odnose koji su nam važni.

Kad sam započinjala vlastiti biznis mama mi je onako usput napomenula: Znaš, najteže je raditi s ljudima. Naravno tek kad sam imala pet-šest stalno zaposlenih i 600-700 honoraraca i 200-300 klijenata sjetila sam se njezinih riječi. I shvatila što mi je htjela reći.

Jedan dan na poslu prije više godina podigla sam ton na noviju zaposlenicu. Mlada mi je kolegica odbrusila da mi to ne priliči. I zastala sam i počela razmišljati. Iako sam imala povoda i razloga za puno više nego podići ton, mlada je kolegica, ruku na srce, bila u pravu.

I krenula sam od sebe, upisala MBA (Masters of Business Administration na Cotrugli Business School), niz tečajeva u cilju osobnog rasta i razvoja, a sve da bolje i lakše upravljam ljudima. Rezultat: 2007. Nagrada za najboljeg mladog menadžera, kao prva žena u toj kategoriji i najmlađi menadžer dotada i odlični rezultati na ispitivanju organizacijske klime od 98 %. I najvažnije – moje puno veće zadovoljstvo na vlastitom poslu gdje mi je suradnja s kolegama postala izvorom zadovoljstva, a ne više predmet brige i frustracije.

U više od jedanaest godina poduzetništva naučila sam da je najbolje tražiti ljude kad nam ne trebaju – u miru ih intervjuirati i skupljati u bazu. I onda kad nam zatrebaju pozvati. Uvijek je netko slobodan, ako ne i svi. U suprotnom pod pritiskom dajemo oglas za posao, stižu stotine zamolbi, intervjui nas umore i poželimo samo sve čim prije završiti i odaberemo pogrešnu osobu. I onda joj ne damo otkaz jer nam se ne da ovaj cijeli krug proći iznova nego se uvjeravamo kako joj treba još malo i još malo vremena da se uhoda.

Osobno izbjegavam klasične objave oglasa i više volim inovativne načine zapošljavanja (npr. organizacija seminara na temu kojom se poduzeće bavi za zainteresirane studente i ostale jer na taj način dođu osobe koje zanimamo mi, naš proizvod i vidimo tko su te osobe koje su voljne učiti i uložiti dodatno vrijeme i trud) – tako tražimo obožavatelje – dakle one koji baš hoće raditi s nama i koji dijele naše vrijednosti. Svi već znamo da je stav zaposlenika bitniji od njihovih prethodnih stručnih kvalifikacija. Pravog čovjeka svemu potrebnom možemo lako i brzo naučiti, ali ako nema pravilan stav sve ostalo je gubitak vremena i energije za obje strane. Ono što uvijek u slučaju klasičnih oglasa volim napraviti je e- mailom poslati zadatke svima koji su se prijavili. Pritom ih barem pola odustane i onda organiziram skupni intervju za vrijeme kojeg do deset ljudi istovremeno pitam svega dva-tri ključna pitanja. Sve mi to znatno štedi vrijeme i lakše usporedim kandidate i onda nakon toga samo za odabrane organiziram uobičajeni individualni intervju. Naučila sam i da treba zapošljavati polako, a otpuštati brzo – čim vidimo da ne ide, najbolje je razići se, sve ostalo medvjeda je usluga. I da, otkaz je koliko god to surovo i proračunato zvučalo najbolje dati petkom na kraju radnog vremena da se osoba uz podršku prijatelja oporavi za vrijeme vikenda. Dodatno, moj je savjet da platite zaposleniku sve po zakonu – mislim na vrijeme koje treba odraditi, ali mu ne dajte da radi, neka ode čim prije kući da ne kvari atmosferu među ostalima – posebice u malim firmama sa svega nekoliko zaposlenika jer to može biti prilično mučno. Ubrzajte svakako i samo prenošenje posla. No to nikako ne znači da se trebate rastati u lošim odnosima, naprotiv, nikad ne zatvarajte vrata. Svijet je mali. Netko je danas Vaš zaposlenik, sutra dobavljač, prekosutra kupac. Nikad se ne zna. Znam za slučaj gdje je osoba otpustila djelatnicu kad joj je ova rekla da je trudna. Kad se ista vratila s porodiljnog zaposlila se kod jednog od većih klijenata te iste osobe koja ju je otpustila. Pogadate nastavak priče. Kao kontakt osoba, prvi je korak mlade majke na novom poslu bio promijeniti agenciju. Dakle oni su se u kratkom roku riješili zaposlenika, a kroz nekoliko mjeseci im se to vratilo tako što su izgubili važnog klijenta.

Za mene se sve dodatno promijenilo kad sam shvatila da je HR jednako PR*, odnosno da je proces odabira i upravljanja ljudima dio našeg cjelokupnog odnosa s javnošću i prilika da na svakom koraku ostavimo što bolju sliku. Zapravo i u tom procesu mi kao firma trebamo prvo prodati sebe, znati i prezentirati drugima zašto bi netko došao raditi kod nas, a ne negdje drugdje.

*HR- Human Resources, upravljanje ljudskim potencijalima; PR – Public Relations, odnosi s javnošću

Naučila sam da ljude motivira iskreno priznanje i pohvala. Prečesto kad zaposlimo ljude zaboravimo da je u tom trenutku naš posao njih voditi, a ne biti toliko operativno uključeni. S vremenom je cilj da oni u cijelosti preuzmu sav posao u firmi, a da ih mi vodimo i na taj način upravljamo firmom. To jedino mogu ako mi provodimo glavčinu našeg vremena u komunikaciji s njima, dajemo im upute za rad, te jasne povratne informacije. Još sam neke važne stvari naučila putem. Kad zapošljavamo nove ljude, ne smijemo zaboraviti prenijeti im strastvenu energiju i priče s početka naše firme. Ne smijemo se nikad zaboraviti baviti zvijezdama u timu, jer obično se bavimo previše onim problematičnima, a sa svima je dobro redovno raditi mjesečne sastanke s ciljem edukacije, motivacije, planiranja karijere i davanje povratnih informacija.

I uvijek je bitno dozvoliti ljudima da griješe i da se promijene, naravno svo vrijeme krećući od sebe, poboljšavajući sebe.

12. MI NA KRAJU

U vlastiti biznis krenuli smo sa suludom idejom da ćemo manje raditi, da ćemo raditi kad mi to želimo, da nećemo imati šefa koji nam kvoca nad glavom. I nakon nekog vremena umorni smo, neispavani, bolesni, ne sjećamo se kad smo se našli zadnji put s prijateljima, radimo od jutra do sutra i imamo niz šefova, naših dragih kupaca. Imamo osjećaj da nam ni 48 sati ne bi bilo dovoljno da sve stignemo. Voljeli bismo naučiti neke tajne trikove kako bolje upravljati vremenom. No pametnije je upravljati energijom jer ako smo puni energije učinkovitiji smo.

Tko ne vjeruje neka se sjeti kako brzo i učinkovito radi zadnji dan prije odlaska na godišnji odmor. Ovu sam godinu dočekala na Baliu. Taj me otok naučio važnoj životnoj lekciji – potrebi za balansom. Prije sam godinama radila doslovce 16 i više sati dnevno sedam dana u tjednu. Ja nisam slušala druge pa vjerojatno nećete niti vi mene, ali i za biznis je bitno da redovito vježbate ono što volite, pijete dovoljno vode, idete rano spavati i zdravo se hranite. Jer što će nam sve ako izgubimo zdravlje putem.

Moji savjeti poduzetniku početniku

Ovo sam napisala kao poklon kolegici kad je osnovala vlastitu tvrtku napuštajući posao u mojoj.

PODUZETNIŠTVO I USPJEH

- Poduzetništvo je način života, a to znači da nema više fiksnog radnog vremena. tvoj biznis sada je tvoja beba, dok je živ, ti se brineš i odgovoran si za nju.
- Prava je rijetkost uspjeti iz prve, pa stoga nemoj biti prestrog prema sebi.
- Hrabrost znači bojati se, ali unatoč strahu slijediti svoje snove.
- Moraš platiti cijenu uspjeha, ali pazi da ona nije prevelika.
- Možeš imati sve, ali ne u isto vrijeme.
- Novac je energija i povratna informacija na naš rad. Ako želiš više novca, daj veću vrijednost.

KLIJENTI

- Najbolje prodajemo kad uopće ne prodajemo.
- Pripazi je li nešto zaista pružanje izvrsne usluge.
- Odmah kreiraj svog idealnog klijenta.
- Uvijek znaj zašto nešto nekome radiš i planiraj reći “ne” kad ti to bude odgovaralo.

ZAPOSLENICI

- Doći će i taj dan kad shvatiš da ne možeš sve sam, da ne moraš ili nećeš i da drugi mogu i bolje od tebe.
- Nemoj zaboraviti HR je PR (upravljanje ljudskim potencijalima dio je odnosa s javnošću, uvijek ostavi dobar dojam i imaj na umu što nudiš potencijalnim zaposlenicima, zbog čega bi kvalitetna osoba radila s tobom, a ne kod tvog konkurenta).
- Polako zapošljavaj ljude, ali ih brzo otpuštaj.
- Ti nemaš pravo na loš dan, ali tvoji zaposlenici imaju.
- Nikad nemoj podići glas ni pokazati svoje neraspoloženje.
- Što god da napraviš, zaposlenicima je tvoj biznis samo mjesto gdje oni rade, a tebi je on puno više i tako će to uvijek biti, bez obzira što napraviš i to je ok.
- Činit će ti se često da radnici imaju veća prava od tebe i nažalost bit ćeš u pravu.
- Prihvati ljude takve kakvi jesu, a ne kakvi bi mogli biti i istovremeno vjeruj i dopusti im da se promijene.
- Brzo otpusti loše zaposlenike bez dokazivanja i zamjeranja, sve im plati po zakonu i još i više i čim prije ih udalji iz ureda i od ostalih kolega.
- Ako odlučiš da je zapošljavanje novih ljudi i širenje posla prevelik zalogaj za tebe i to je ok, mnogi su se tako odlučili, radije ostati sami i prihvatiti manji obujam posla i nisu zato ništa manje vrijedni – možda su jednostavno napravili mudriji izbor. Ipak ako se odlučiš ići putem zapošljavanja, bit će izazovno, ali predivan je osjećaj kad pogodiš.

OSOBNNO

- Prije svega cijeni i poštuju sebe.
- Budi zahvalan jer ono na što se fokusiraš raste.
- Što god napraviš 20 % ljudi neće te voljeti.
- Znaj kada i kome reći “ne”. Odmah. Jasno.
- Pusti ljude da odu iz tvog života da bi novi mogli doći.
- Opusti se, prepusti se, sve se događa s razlogom i najbolje za nas.
- Slušaj sebe (malo i druge jer su drugi ljudi glasnici), ali uvijek kreni od sebe.
- Najvažnije je kakva osoba postajemo poduzetništvom, a ne koliko zarađujemo i koji auto vozimo.

Business Café – priče o uspjesima hrvatskih poduzetnika

Već treću godinu zaredom organiziram Business Café – druženja malih poduzetnika i onih koji to žele biti. Na taj način dovođenjem uspješnih poduzetnika u goste željela sam i sebe i druge inspirirati i učiti od njih. U nastavku slijede priče nekih od mojih dosadašnjih gostiju. Zahvalna sam im da su i ovim putem svoja iskustva i mudrosti odlučili podijeliti sa svima nama. Sve ih imam sreću poznavati i osobno i svatko je na svoj način jedinstvena i jako inspirativna osoba. Svatko je meni u životu bio i još uvijek jest i uzor, primjer i inspiracija. Puno sam znala o njima, a još više saznala kad su mi odgovorili na ova pitanja. Sigurna sam da će biti velika inspiracija i poticaj i vama.

SANDRA MIHELČIĆ, mr. oec. vlasnica Business Media Grupe

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Sandra: *Novac i brza zarada nisu mi bili prvi i jedini motiv. Željela sam raditi posao u kojem me nitko neće sputavati, posao gdje neću imati šefa nad glavom ili osjetiti fenomen staklenog stropa, posao kroz kojeg mogu ispunjavati svoje želje i potrebe, napredovati i dokazivati se. Željela sam stvarati nove vrijednosti na tržištu, otvarati nova radna mjesta, prenositi stečeno znanje i iskustvo te aktivno sudjelovati u gospodarstvu. Biti pasivni promatrač, raditi za druge, provoditi tuđe želje i ciljeve jednostavno me više nije usrećivalo, bez obzira na to koliko su kompanije za koje sam radila bile poznate, sigurne i jake i bez obzira na to koliko sam dobro bila plaćena za posao kojeg sam obavljala, putovala svijetom i imala ostale beneficije.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Sandra: *Jedno sam se jutro probudila i osjetila da više ne želim raditi posao kojeg sam trenutno obavljala. Raditi za druge, provoditi tuđe želje i snove više me nije usrećivalo. Željela sam živjeti svoju karijeru, a ne karijeru svog šefa. Nisam više željela biti kotačić u korporaciji već sam željela biti pokretač tog kotačića. Vjerujem da je nezadovoljstvo dugo tinjalo u meni, no kulminiralo je upravo jednog jutra nakon čega sam došla tadašnjem šefu i dala otkaz. Osjećaj koji me preplavio bio je osjećaj slobode, prostranstva i neograničenih mogućnosti.*

Bila sam skroz nesputana i mogla sam raditi željeni posao na način koji meni najviše odgovara. S nepunih dvadeset i devet godina, na veliko čuđenje i negodovanje najbliže okoline, s vrlo malo novca kojeg sam dobila kao vjenčani dar, jednim starim računalom, ali s jakom formalnom naobrazbom, stručnim znanjima, voljom za rad i određenim poslovnim iskustvom, zajedno sa suprugom, odlučila sam osnovati medijsku grupu Business Media Group. Posao smo prije točno deset godina pokrenuli u našoj dnevnoj sobi, a nakon toga smo iznajmili uredski podrumski prostor na zagrebačkom Tomislavovom trgu jer nam je to bilo najjeftinije. Ni jedna nam banka nije htjela dati kredit, a o državnim poticajima, poticajima za žene u poduzetništvu, poticajima za novoosnovane tvrtke da i ne govorim. To je bilo apsolutno nemoguće dobiti, a većina takvih programa prije deset godina nije ni postojala. Iznos koji smo uložili smiješno je mal u odnosu na iznose koje ulažu druge medijske kuće i to u projekte koji jedva da opstanu koju godinu, stoga su i nama govorili „Ne budite ludi, pogriješit ćete“, „Gdje ćete opet naći posao ako propadnete“, „Premladi ste, neiskusni“. Nitko nije želio uložiti u naše poslovanje i podržati našu ideju. Sami smo osmislili koncepciju svih naših medija, sami smo radili skice logotipa i dizajna, osmišljavali nazive projekata. Držali smo predavanja na konferencijama i seminarima, kontaktirali novinare i autore, pisali tekstove, prodavali oglasni prostor, dogovarali sponzorstva te s vremenom poslove delegirali na naše suradnike koji sada u potpunosti, uz naš nadzor, vode tvrtku.

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Sandra: Često su nas puta zvali da zaposlimo ovog ili onog, no nakon obavljenog razgovora ako nismo vidjeli sjaj u očima, osjetili energiju, viziju i iskrenu želju za poslom, to jednostavno nije bio naš čovjek. Stoga, najveći izazov bio mi je naći prave suradnike. U početku smo u više navrata pogrešno procijenili ljude ili su oni pogrešno procijenili nas, nestalo je kemije, s njima smo se nažalost morali razići. Za svaku tvrtku izazov je pronaći pravu osobu koja istinski vidi sebe u viziji tvrtke za koju radi i s kojom se poistovjetila, a s druge strane osobu koja je dovoljno samostalna da pokaže inicijativu i predloži svoje ideje. O trenutnom timu naše grupacije možemo zaista reći sve najbolje, to je tim koji već dugi niz godina zajedničkim snagama rješava svakodnevne izazove, veselimo se uspjesima i učimo na porazima.

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Sandra: Točka pokrića tj. prva godina kad smo ostvarili profit, a to se dogodilo nakon nekoliko godina poslovanja. Nitko nije bio sretniji od mene! Danas, nakon deset godina rada, grupa posluje u sklopu vlastitih poslovnih prostorija, zapošljava dvanaest kolega u stalnom radnom odnosu i više od sto vanjskih suradnika. Naša tvrtka obuhvaća dvije tvrtke koje se bave izdavanjem poslovnih medija, organiziranjem seminara, konferencija, radionica i izdavanjem knjiga za poslovne ljude.

Krilatica grupe jest: "Partner u svakoj tvrtki". U skladu s time misija nam je pružiti našim korisnicima poslovna znanja vrhunskih stručnjaka s ciljem donošenja ispravnih poslovnih odluka. Tek danas, nakon jedanaest godina rada ubirem plodove ulaganja u medijski biznis. Jedan je od tih plodova Cromina nagrada za najbolju hrvatsku menadžericu te titula ambasadorice ženskog poduzetništva EU-a koju je osobno potpisao potpredsjednik Europske komisije u Bruxellesu, zatim vlastiti poslovni prostor u kojeg smo nedavno preselili našu grupaciju i pokretanje Akademije Poslovnog savjetnika.

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Sandra: Rad, rad, rad i opet puno rada, kreativnosti, upornosti i odricanja. Moj se radni tjedan sastoji od 60 sati rada. U teškim trenucima rado bih da iza svog biznisa imam lobi, bogatog gazdu ili banku koji bi me financirali, pomagali i lobirali za moju tvrtku, no opet s druge strane sretna sam da nemam jer ovako imam potpunu slobodu u kreiranju sadržaja svih naših medija, te ne moram ni s kime dijeliti profit, niti ikome polagati račune ili biti dužna. Imam svoje, a ne tuđe ciljeve i viziju. U jedanaest godina poslovanja nikada nismo zakasnili s plaćanjem naših obaveza prema dobavljačima, državi ili zaposlenicima, stoga su nam neki od zaposlenika lojalni i gotovo od samih početaka poslovanja što neizmjereno cijenimo. Grupa posluje s pozitivnim rezultatom čak i u ovim kriznim vremenima, što je iznimno rijetko u našoj branši kada se mnogi mediji gase. Poduzetnička očekivanja usmjerena su na daljnje širenje putem akvizicija i partnerstva držeći se osnovnog principa rada, a to je da smo putem naših izdanja partneri u svakoj tvrtki. Gotovo da nema ni jedne hrvatske tvrtke koja ne čita barem jedno naše izdanje, tiskano ili elektronsko. Sve navedeno smatram uspjehom mog tima i mene.

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Sandra: Nema neuspjeha, postoji samo povratna informacija. Ljudi imaju sve potrebne resurse za uspjeh, ako netko nešto može, svatko to može. Ove dvije pretpostavke neka budu nit vodilja za one koji se spremaju na poduzetništvo, ali i one koji se žele razvijati na postojećem radnom mjestu. Također oslušajte svoje ideje i slijedite put za koji ste stvoreni, ne osvrćite se na tuđe komentare i zle jezike. Ako i pogriješite, znajte da ste barem pokušali. Najgore je provesti ostatak života pitajući se - što bi bilo, da je bilo? Sjetite se mnogih uspješnih poduzetnika koji su bezbroj puta propadali prije no što su uspjeli.

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Sandra: Ne zapošljavaj obitelj i prijatelje te spomenutima ne posuđuj novac, osim ako ih ne želiš izgubiti!

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Sandra: Neuspjeh i pogreške ne treba ignorirati, ali ih se ne treba ni bojati, sve nas to dovodi do cilja. U poduzetništvo bi ljudi trebali krenuti iz strasti i volje da svoju ideju pretvore u stvarnost, da ulože svoj (ili tuđi) novac, svoju energiju i vrijeme. Poznajem ljude koji su započeli svoje biznise baš kao i ja, doslovce ne od nule, već iz minusa, s posuđenim novcem. Danas su manje-više svi uspješni upravo iz razloga jer obavljaju posao kojeg vole i nitko ih ne sputava u tome što rade. Misao velikog Alberta Einsteina možda najbolje sažimlje što je važno: "Sve što je zbilja veliko, stvaraju pojedinci koji mogu djelovati jedino kad su slobodni". To bi bila moja poruka svima koji razmišljaju krenuti u poduzetničke vode.

Business Café: Jeste li sretni?

Sandra: Trenutno jesam.

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Sandra: Danas me motiviraju moji kolege koji hrane svoje obitelji radeći za Business Media Grupu i moj trogodišnji sin kojem sam obvezna usaditi pozitivne životne vrijednosti.

Business Café: Vaš komentar na žensko poduzetništvo?

Sandra: Prema istraživanju časopisa Poslovni savjetnik žene su za isto radno mjesto i do 26 % slabije plaćene u odnosu na muškarce. Podaci pokazuju da je biznis definitivno svijet muškaraca u kojeg žene vrlo teško i sporo ulaze. U razgovoru s kolegicom iz SAD-a, gore spomenuto vrlo je rijetko u američkim tvrtkama, a samim time i zakonom kažnjivo jer se nejednakost u plaćama između muškaraca i žena za isto radno mjesto strogo nadzire i to se jednostavno kod njih ne događa u praksi ili se događa vrlo rijetko. U Hrvatskoj populaciji više je žena, više žena ima visoku stručnu spremu, no s druge strane one se moraju više dokazivati i više raditi da bi sklopile neki posao te u velikom broju slučajeva udaraju u tzv. stakleni strop ili ljepljivi pod koji im ne dopušta napredovati dalje od pozicije srednjeg menadžmenta. Na prste dvije ruke mogu se nabrojati žene koje se trenutno nalaze na vodećim menadžerskim pozicijama u Hrvatskoj i to su uglavnom žene koje su riješile obveze oko svoje obitelji i koje se u potpunosti mogu posvetiti karijeri. Mlada žena ne može se posvetiti karijeri jer se od nje očekuje da istovremeno odgaja dijete i brine se o obiteljskim problemima. Ženu se često puta stavlja pred zid i ona mora odlučiti hoće li karijeru ili obitelj, dok se muškarca to nikad ne pita.

Iz osobnog iskustva mogu reći da sam prije deset godina napustila poziciju srednjeg menadžmenta u korporaciji u kojoj sam tada radila te osnovala vlastitu medijsku grupu i to mi je definitivno bila najbolja poslovna odluka u životu. Danas sam u Hrvatskoj jedina žena vlasnica mnogobrojnih tiskanih poslovnih medija i poslovnih portala, oko mene je uglavnom muški svijet. U određenom broju slučajeva žene su same krive što ne napreduju u karijeri i ne pokreću vlastite biznise jer po prirodi neke žene nisu dovoljno prodorne i nedovoljno se bore, te im nedostaje samopouzdanja, a uz to još se susreću s negativnim stavom okoline prema ženi poduzetnici - jer prema tom gledištu one ne treba samo raditi, već i odgajati djecu. U životu je sve stvar određivanja prioriteta i oslušivanje vlastitih, a ne tuđih želja. Uvjerena sam da će se ulaskom Hrvatske u EU položaj žena u biznisu znatno promijeniti jer ćemo se morati prilagoditi standardima drugih zemalja u EU-u, počevši od povećanja broja žena u politici, na čelu velikih kompanija, te u nadzornim odborima tvrtki.

SAŠA CVETOJEVIĆ, poslovni anđeo investitor, vlasnik tvrtke INSAKO, autor bloga poslovno.biz

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Saša: *Otkad se sjećam, bio sam poduzetnik i znao sam da ću biti poduzetnik. Očito sam ja onaj tip poduzetnika koji se rađa kao takav. I prije kretanja u osnovnu školu bio sam uvijek pun pitanja neobičnih za klince moje dobi. Stariji mi kažu da sam bio mjerilo za zločestoću. Tvrdoglav i uporan.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Saša: *Nije bilo nekog trenutka, nekog konkretnog početka. Sreća je bila da se u ranim osamdesetima do svega što je tadašnjem klinцу trebalo, relativno teško dolazilo. Pa sam morao razvijati metode i načine, ne samo za prikupljanje sredstava za nabavku nečega, već sam morao i ulagati veliki napor za traženje znanja ili informacija o područjima koja su me zanimala. I sam proces dolaska do bilo čega, od novih traperica pa do prvog kompjutera – bio je prilično inovativan. Sve to me je naučilo improvizacijama i snalaženju u vrlo čudnim okruženjima. **Energija koja vas potiče kako biste došli do nekog dalekog cilja naprosto je fantastična. Danas puno ljudi i nema cilj. I jasno da im nedostaje energije.** Uvijek sam imao nekoliko paralelnih ciljeva, no prema svima sam jurio istom brzinom i snagom. Ciljevi su uvijek bili relativno usklađeni pa je bilo dosta sinergije, koja je dodavala vjetra rasplamsavajući energiju, koju sam ulagao u sve što sam radio. I danas kolege znaju reći da sam "dinamičan". Možda i previše.*

Lako se zapalim za neki cilj, ideju, u sve skočim s punom snagom. Ili samo ostanem drijemati naslonjen na laktove. Sredina je rijetka. U početku je ta energija bila presudna jer na koliko sam god prepreka nailazio, sve su padale pred naletom te energije. A svako rušenje prepreke, svako postizanje cilja stvaralo je dodatnu energiju. Dokaz da se nešto teško ostvarivo može ostvariti jedan je od primarnih pokretača poduzetnika poput mene. I samo postizanje cilja postaje nagrada. Ne novac, moć ni slava. Svaki posao, od skupljanja papira ili cjepanja drva susjedu pa do rada na istovaru vagona ili pokretnoj traci lokalnog proizvođača pića (već u srednjoj školi) - odrađivao sam punom snagom. Čak možda i pretjerivao, gledano iz današnjeg kuta.

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Saša: *Nikad nisam bio zaposlen nigdje, nisam imao sreću ili nesreću steći iskustva na tuđim primjerima. Sve sam učio na svojoj koži. Početničkih grešaka bilo je puno, ali i danas puno griješim. Stvari se tako brzo mijenjaju, da i iskustvo brzo gubi na vrijednosti. Promjenom okolnosti dobijete mogućnost ponoviti pogreške. Iste pogreške, ali u drugačijim okvirima. No, neiskustvo je imalo i svojih prednosti. Nisam previše mario za poneki propis koji se ionako promijenio prije nego što sam ga i pronašao. Sad je teže jer znam puno više. Zato je dobro početi mlad i neopterećen s previše znanja i iskustva. Najveća greška bila mi je pretjerano povjerenje u ljude. Umjesto da odrežem kad vidim da je druga strana u problemima, pokušavao sam pomagati. To se često protumači kao slabost. A neki ljudi, kada su blizu zida, zanemare sve norme i gledaju samo sebe. Tako sam u ranim devedesetima skoro propao, kad nisam uspio naplatiti vrlo veliku sumu od čovjeka kojeg sam smatrao korektnim u poslovanju, od kojeg sam prije dosta naučio i kojeg sam smatrao gotovo prijateljem. Glavna je greška što sam mislio da svi oko mene misle kao i ja, da svi imamo isti sustav vrijednosti i da se razumijemo.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Saša: *U mojoj karijeri nikad nije bilo nekih velikih prelomnih točaka. Kako sam uvijek radio nekoliko paralelnih poslova, neki su u nekim trenucima bili uspješniji pa su pokrivali ostale koji bi možda čekali svoj trenutak. Paralelno sam studirao, vodio Insako - tada firmu s nekoliko zaposlenih, otvarao prvu ljekarnu, uključivao se u rad HUP-a. Sve je išlo svojim tijekom. Uvijek sam mislio da će nešto poput izgradnje prvog vlastitog velikog poslovnog prostora ili nekog sličnog uspjeha biti trenutak koji ću pamtiti kao prekretnicu. No, jednostavno, radite iz dana u dan, već kad u daljini vidite cilj, vi gledate sljedeći. I još dok se kopaju temelji, vi već vidite da će to biti premalo. I kad useljavate, već je spremna ideja za dalje, nemate vremena uživati u lovorikama. U skijanju sam naučio da se nikad ne gledaju vrata koja su pred vama. Fokus je na sljedećima koja su još daleko. Tko se priprema na vrata u koja uskoro ulazi, zakasni i ne prođe kroz njih idealnom putanjom. Ta vrata ste trebali odraditi još na prethodnima.*

Morate gledati daleko u budućnost. No, kupnja prvog kombija, polovnog starog VW-a, starog koliko i ja, bila je daleko veća sreća nego sad obnova cijelog voznog parka. Svaki biznis vremenom postaje posao. A prije nego li se to dogodi, pravi poduzetnik već traži nove izazove.

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Saša: Glavni je preduvjet uspjeha upornost. Netko uspije prije, netko kasnije. Tko odustane, nikad ne uspije. Na kraju sve bude dobro. Ako nije dobro, znači da još nije kraj. Ako tako razmišljate, ne možete pogriješiti. No ljudi odustanu. Puknu. Ja ne odustajem, mogu se privremeno povući jer procjenim da se protiv nekih stvari ne isplati boriti, ali nema predaje. A sam uspjeh svatko definira za sebe. Ja sam uspješan na mnogo različitih načina. Najveći uspjeh mi je to što sam sretan. Imam jako puno sreće, ali je jako brzo i trošim. No, uvijek dolazim po novu dozu sreće i za sada to dobro funkcionira.

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Saša: Nemam neki moto koji mi se provlači kroz život. Više me podižu razne trenutne stvari. Jednostavno znam da ima još toliko toga što moram napraviti i idem dalje.

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Saša: Rijetko se sjećam poslovnih savjeta. Jedan, kad sam došao u HUP, tadašnji direktor nam je otprilike rekao: "Nije bitno koliko vas ima, već koliko ste glasni." Nitko mi nikad nije rekao da se ne bavim onim što ne razumijem. Pogotovo ako mislim da razumijem. A trebao je. No, svejedno ga ne bih poslušao.

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Saša: Svima koji razmišljaju o odlasku u poduzetništvo, savjetovao bih da razmišljaju i dalje. O poduzetništvu se ne razmišlja. U poduzetništvu se ustanete iz kreveta i krenete. I radite. Svaki dan, po bar jednu stvar na putu prema cilju. Razmišljate dok radite. O onome što radite. Što ćete sutra raditi, što ćete vi i drugi raditi za nekoliko godina. I kako stići negdje prije nego što dođu svi drugi. A ako stignu i drugi, kako što brže odlepršati dalje. Pretjerano razmišljanje ionako ne dovodi do rezultata.

Sve dok mislimo ne budemo mogli pomaknuti predmete ili pokrenuti ljude. Najbolji poslovni savjet jest - ako ste pretjerano nesigurni, nećete postati sigurniji razmišljajući. Možda ćete postati sigurniji učeći o tome što vas čini nesigurnim. No, strah i nesigurnost svladat ćete samo ako se suočite s njima i ako to ponavljate toliko puta dok ne postane rutina. I onda se pitate: "Što me to u stvari činilo nesigurnim?" Ponovo, upornost rješava sve, to ne znači nužno uvijek raditi iste stvari na isti način, ali ne prestati pokušavati pronaći način dolaska do cilja.

Business Café: Jeste li sretni?

Saša: *Da.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Saša: *Motivira me, kao i prvog dana, postizanje nekog cilja. Koliko god on visok ili nizak bio. Novac nikad nije bio i ne smije biti ni glavna ni jedina motivacija. Svi koje znam a koji su trčali samo za novcem, nisu baš uspjeli steći ili zadržati materijalni status za kojim su težili. Ljudi jednostavno shvate da vam je cilj samo izvući nešto od njih i zatvore se. Ako ste vi vuk, koji poput scene iz crtića ne vidi pticu nego pečenje, zauvijek ćete biti gladni.*

JADRANKA BOBAN PEJIĆ, vlasnica Makronove, Biovege, bio&bio, ekološkog imanja „Zrno“, Planetopije i dr.

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Jadranka: *Životni stil i filozofija življenja (organski & cjelovito) podrazumijevali su proizvode koji se kod nas nisu mogli naći, a nitko nije bio zainteresiran za njihovu distribuciju. Ogromna potreba/strast da se ostvari pozitivan utjecaj u sredini u kojoj živim te da ono što radim ima smisao.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Jadranka: *Prvi poduzetnički pothvat bio je izdanje prve knjige 1985. godine (Masažom stopala do zdravlja) koju je napisao Zlatko Pejić. Biovega je registrirana 1989. I te prve godine su bile poput zaljubljenosti, slijepa si za sve drugo i potpuno ponesena osjećajem, s divljenjem prevrćeš svaki proizvod u rukama i radiš apsolutno sve od spremačice do komunikacije s knjigovodstvom.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Jadranka: *Kad pogledam unazad, u stvari, te “pogreške” s jedne strane uopće nisu bile bitne jer su kompenzirane strašću, predanošću i dosljednošću. S druge strane bile su neophodan proces edukacije koji se ponavlja i danas. No, svaka medalja ima dvije strane, pa tako npr. ukoliko je naivnost bila greška s druge strane otvarala je neka druga vrata koja su bila bitna, itd.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Jadranka: *Jedna od najbitnijih točaka je 2003. Godina - pokretanje bio&bio trgovina te odluka da se ide u maloprodaju. Bio&bio danas je Biovegin najpoznatiji brand, poznatiji od nje same. Danas imamo 12 trgovina i internet trgovinu, a do kraja godine planiramo otvoriti još dvije trgovine u Hrvatskoj te sljedeće godine izaći i u regiju.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Jadranka: *Moje mišljenje poklapa se s piscima koji su (Viktor Frankl jedan je od njih) pisali i govorili da kad se predaš radu koji za tebe ima smisao i sav si u tome ne razmišljaš o uspjehu. Uspjeh ti nije cilj, zadovoljstvo vidiš u dobro obavljenom poslu i posljedicama koje to ima na druge, to ti daje unutrašnji osjećaj zadovoljstva, radosti i smisla. Frankl kaže da takvim ljudima uspjeh dolazi kao posljedica njihovog rada i upravo takvi ljudi najčešće su uspješni. Ili, netko drugi rekao je da bi bio uspješan u budućnosti trebaš biti zadovoljan sada. **Dakle radi ono što voliš, voli ono što radiš, predaj se tome i uživaj ne misleći o uspjehu.***

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Jadranka: *I to će proći.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Jadranka: *Slušati je često važnije nego govoriti.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Jadranka: *Najvažniji su ljudi, okruži se kvalitetnim ljudima. Budi i ponašaj se onako kako želiš da se drugi ponašaju prema tebi.*

Business Café: Jeste li sretni?

Jadranka: Da

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Jadranka: *Isto ono što me i prije motiviralo, financije mi nisu bile motivacija ni na početku, ni sada. Pri tome, ne mislim da novac nije važan. Novac je i te kako važan jer je sredstvo kojim se mogu ostvariti neka bitna unapređenja u poslovanju, življenju i sl. No, novac me ne može ujutro “podignuti iz kreveta”. Podiže me osjećaj da ono što radim ima smisla, zadovoljstvo zaposlenika, kupaca.*

Business Café: Vaš komentar na žensko poduzetništvo.

Jadranka: *Čini mi se da same sebi još više pojačavamo pritisak (koji i tako postoji od sredine) da stalno moramo dokazivati da smo vrijedne, te da možemo (a često uvjerene i da moramo!) pokazivati kako smo i pametne i lijepe tj. savršene. Kad smo duboko sigurne u ono što jesmo onda smo i opuštenije, a kada smo opuštenije puno smo kreativnije, a time i više uživamo i u poslu i u životu. Količina nije i neće nikada značiti i kvalitetu, stoga nisam pristalica rada od jutra do mraka. Umor i gubitak koncentracije, obavljanje nekoliko stvari u isto vrijeme te brzopleto donošenje odluka i siljenje situacije koštaju nas puno više od usporavanja i uzimanja predaha.*

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Tomislav: *Ne mogu reći da je to bila neka racionalna odluka, bili smo jednostavno premladi. Moj kolega Matej i ja smo nekoliko godina razvijali softver za svoj vlastiti gušt, više kao hobi. U jednom trenutku odlučili smo se pokušati nešto od tog softvera i prodati. Nakon što smo zaradili nešto novaca, skužili smo da tu ima nešto. Dogovorili smo se da probamo napraviti firmu, pa vidimo što će biti. Imali smo 19 godina.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Tomislav: *Infinum je osnovan 2005. godine. Tada smo Matej i ja bili na prvoj godini faksa (FER). Odlučili smo osnovati tvrtku i radili smo paralelno uz studij. Kad smo završili faks u principu smo već imali dosta znanja, iskustva i svega, počeli smo zapošljavati ljude i ozbiljnije to sve raditi. U neke tri i pol godine narasli smo od dvoje do 30 ljudi. Mislimo da to tako može rasti i dalje.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Tomislav: *Gotovo sve u početku što smo radili bile su pogreške. Jednostavno, ni Matej ni ja nismo nikada bili nigdje zaposleni pa smo sve morali naučiti sami, od određivanja cijena, do strukturiranja biznisa i slično. Danas nam to nije toliki problem, iako naravno, svaki dan naučimo nešto novo.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Tomislav: *Ja sam po zanimanju programer, i dok tvrtka nije narasla na nekih šest-sedam ljudi, ja sam aktivno radio produkciju za klijente, uz to što sam paralelno vodio poslovanje, prodaju, financije itd. Negdje u tom trenutku shvatio sam da, iako sam kao programer bio produktivan, tvrtka ima puno više koristi od mene ako se bavim razvojem biznisa, nego ako se bavim produkcijom. Unatoč tome što to volim raditi, fokus mi se preselio na upravljanje Infinumom i to je nekako bio trenutak kad smo jako porasli te udvostručili brojku ljudi unutar godinu dana.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Tomislav: *Uspjeh za mene jest što Infinum danas ima 30-ak ljudi, što dobiju plaću svaki mjesec koja ne kasni. Također smatram uspjehom da smo još uvijek zadržali iste principe od prije osam godina kad smo ga osnovali, principe kvalitete, poštenja i transparentnosti. **Osobni uspjeh mi je da ne moram razmišljati o novcu. Novac mi ionako ne znači previše jer ga uglavnom ne trošim zato što najčešće nemam kada.***

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Tomislav: *Nema predaje, samo se Talijani predaju.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Tomislav: *Moj otac koji je bio u vojsci naučio me neko vojno pravilo - čovjeka treba javno pohvaliti, a privatno pokuditi. To koristim vrlo često.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Tomislav: *Uložite puno više vremena nego što ste ga dosad uložili u istraživanje tržišta i razgovore s potencijalnim kupcima. Mislite da ste to već napravili dovoljno? Uložite još više vremena. Vidim jako puno ljudi koji krenu s nekom idejom, bez realnog pregleda konkurencije, razgovora s kupcima, pregleda tržišta i slično. Misle da su prvi i jedini na tržištu, u principu - ne istraže dovoljno poslovnu priliku. Ljudima nije problem investirati mjesece i mjesece u razvoj nekog proizvoda ili usluge, ali im je puno investirati recimo tjedan dana samo u istraživanje.*

Business Café: Jeste li sretni?

Tomislav: *Najiskrenije - kako koji dan. U biznisu je poznat taj termin "emotional rollercoaster" (emocionalni tobogan) što znači da si neke dane ekstatičan, dok ti druge dane dođe da sve zapališ kao Ivica Kičmanović. Sva sreća pa je energija ovih dana kad je sve dobro puno bolja nego ovih drugih dana. Moj je kolega Matej to jednom dobro opisao: "Ovo što mi radimo, to poduzetništvo, to je kao profesionalni sport. Vjerojatno ni Ivici ili Janici nije bilo lako svaki dan trenirati po 14 sati i smrzavati se, ali to rade jer vide neki cilj, jer vide da će to što rade polučiti neki uspjeh."*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Tomislav: *U principu me iste stvari motiviraju cijelo vrijeme, a novac nije jedna od njih. Novac je u biznisu način na koji pratim rezultat, radim li dobro ili ne i da imam za natočiti gorivo u auto, ali nije razlog zašto ovo sve radim. Glavna motivacija mi je izgraditi nešto uspješno, veliko i kvalitetno, nešto što će možda nadživjeti mene, što će doprinjeti društvu na neki način. Mene to veseli, isto kao što ono dijete veseli graditi kule od pijeska na plaži, tako ja volim graditi kompaniju.*

MIRELA ŠPANJOL MARKOVIĆ, vlasnica Cicerona

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Mirela: *Radila sam kao savjetnica u Ministarstvu za europske integracije i imala sam osjećaj da se stvari odvijaju sporo i da moje znanje koje sam stekla školovanjem u Hrvatskoj i inozemstvu ne nalaze pravu primjenu u poslu kojeg sam tada obavljala. Osim toga, imala sam potrebu za slobodom u organizaciji radnog dana, posao od 9 do 17 gušio me, kao i hijerarhija, sporost velikog sustava te administrativna ograničenja rada u državnoj upravi. Jednostavno više nisam mogla tako raditi, otisnula sam se u nepoznato bez obzira na rizik, jer gore nije moglo biti za energiju i ideje koje sam u tom trenutku imala.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Mirela: *Vozila sam se biciklom po Jarunu i smišljala što bih mogla raditi. U to vrijeme u Hrvatskoj nitko se specijalizirano nije bavio poslovnom edukacijom iz retorike i javnog nastupanja. U jednoj pauzi na poslu otišla sam u tadašnje Ministarstvo malog poduzetništva i tamo su mi rekli da otvorim obrt. To je bio najmanji rizik i nije zahtijevalo početna ulaganja. Tog trena odlučila sam, vratila se u ured i dala otkaz. Drugi dan otišla sam i registrirala a što drugo nego – Ciceron. Bila je jesen 2004. Kao obrtnik poslovala sam pet godina, a kad je obim posla, brojnost klijenata i administrativna ozbiljnost poslovanja toliko porasla da je sve to nadilazilo mogućnosti obrta, prešla sam u d.o.o. Uzbuđenje koje sam osjećala kad sam došla kući s obrtnicom nikada neću zaboraviti. Uložila sam manju količinu uštedevine u uređenje radnog kutka u okviru stana, kupila cvijeće, novi radni stol i otvorila mapu s natpisom Ciceron – „ponude i predračuni“ kojeg i danas čuvam. Preplavio me osjećaj slobode i neovisnosti kakav nisam osjetila nikad u životu – sama odlučujem o svemu, nema ni roditelja, ni profesora, ni poslodavaca, konačno mogu primijeniti svoje znanje i ponuditi tržištu originalnu, jedinstvenu uslugu kakva još ne postoji u Hrvatskoj.*

*Imala sam silno mnogo energije koju sam jedva čekala pretočiti u uslugu i ponuditi je tržištu. Prvih mjesec dana bila sam zaokupljena vizualnim identitetom Cicerona, slanjem ponuda i osmišljavanjem jedinstvenog programa edukacije, budući da nisam imala nikakvih uzora. Prvi posao kao poduzetnik bio je trening u Ljubljani za internacionalnu skupinu PR stručnjaka, a moj entuzijizam bio je toliko zarazan, da s nekim ljudima iz Bosne, Srbije i Slovenije i danas, nakon deset godina njegujem istinsko poslovno i privatno prijateljstvo. Svakome tko razmišlja o samostalnom biznisu poželjela bih da jednom u životu iskusi taj **neponovljiv osjećaj slobode i kreativnog stvaralaštva**.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Mirela: *Nakon deset godina u poduzetništvu naučila sam da sve te pogreške vidim samo kao stanice na putu učenja, punktove koji vode prema uspjehu. Tako sam jako dugo radila sama i tek sam se nakon šest godina samostalnog konzultantskog posla odvažila zaposliti novu osobu i odlučila podijeliti svoje znanje s novim talentima te uspjela delegirati posao koji se sve više širio. To sam učinila u trenutku kad već nikako sama nisam sve stizala, a i rizik od burnouta opasno mi je prijeto. Stalno razmišljanje o tome da sam nezamjenjiva, što ako se razbolim ja ili moja djeca, a treninzi su bili odavno zakazani. Tek kad je stres postao prevelik, odlučila sam se na zapošljavanje, a možda sam mogla i trebala to učiniti i puno ranije. Nakon prve, zapošljavanje druge osobe išlo je puno lakše. Stekla sam povjerenje u ljude kojima sam se okružila i samopouzdanje koje me sprečavalo da negativno razmišljam o rizicima zapošljavanja s kojima se sreće svaki poduzetnik.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Mirela: *Nije bilo trenutka velikog preokreta. Biznis se razvijao polako, umjerenim tempom, novi klijenti dolazili su preporukom, sve je bilo postepeno. U prvoj godini moj promet bio je 200 000 kuna i ja sam bila prezadovoljna. U drugoj se udvostručio, a trenutno nam je ukupni promet oko 1.000 000 – 1.200 000 kuna i to je za tvrtku od troje zaposlenih po mom mišljenju izvrstan rezultat, s obzirom da je kriza pogodila i našu industriju i velik broj naših klijenata. Unatoč tome i potražnji za našom edukacijom na tržištu, tvrtku ne namjeravam širiti. Želimo vrhunskom uslugom biti najbolji na tržištu, a educirati eventualno nove zaposlenike, povećati promet ali i troškove, te uz povećani obim posla riskirati mogući pad kvalitete – to ne želim priuštiti Ciceron komunikacijama. Za sada. U međuvremenu smo zajedno osmislile čak 15-ak novih programa edukacije menadžera, lidera i poslovnih ljudi koji nadilaze temu komunikacije i retorike, stekle smo nove vještine neprekidnom obrazovanjem i radom na sebi i nudimo tržištu stalno nove zanimljive teme. Uživamo u edukaciji i kad je primamo i kad je dajemo, a svaki naš novi klijent izazov nam je i veselje.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept/ za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Mirela: *Možda baš upravo stav **da nema neuspjeha** i osobna motiviranost i doživljaj posla kao poslanja i misije – podići razinu komunikacijske kulture u zemlji i uživati u poslu i radu s ljudima. U dobrim vremenima prisjećam se koliko je važno biti skromna i zahvalna, u lošima se oslanjam na rezerve i crpim inspiraciju u svijesti da su životni ciklusi neminovno puni uspona i padova te da se fokusiram na ono na što moj tim i ja možemo učiniti najbolje u tom trenutku. Ne trošim vrijeme na negativno razmišljanje, ograničenja lošeg sustava, krizu itd. Također imam stav da su pogreške koje učinimo ulaganje u edukaciju i sastavni dio razvoja, pa ne stavljam ni sebe ni druge u stres zbog toga što bi bilo kad bi bilo jer istinski vjerujem u to da se sve događa s nekim razlogom i najbolje za nas.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Mirela: *Kad je loše – i to će proći, a kad je dobro – i to će proći, ali uživajmo u sadašnjem trenutku.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Mirela: *1. Zaposli nekog, nisi nezamjenjiva, ne možeš više sama i 2. Prelazak iz obrta u d.o.o. i razdvajanje privatnog od poslovnog života obrt je u vlasništvu osobe, d.o.o je poslovni subjekt.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Mirela: *Nije ni odustati najgore, ako netko zaista nema više volje ni strasti za obavljanje nekog posla. Neka odustane i pokuša nešto drugo što će ga činiti sretnim. Svakako bih rekla da je najvažnije prilikom otvaranja svog biznisa da vas vodi strast i želja za uspjehom, a ne san o velikoj zaradi u kratkom vremenu. To se nikome do sada nije pokazalo kao održiv koncept. Shvatite da ćete imati puno ograničenja, poslovno nerazumljive administracije i borbe s državom koja je u startu nažalost antipoduzetnički raspoložena, ali ako se pomirite s tim da na to ne treba gubiti živce, ako sve teškoće shvatite kao dio putovanja u kojem treba uživati bez obzira na brzace i struje protiv kojih ćete morati plivati, ako zadržite fokus na cilju kojeg ste postavili te ako ne budete slušali savjete onih koji nikada nisu pokušali napustiti sigurnost „stalnog posla“, ali zato Vas pokušavaju spriječiti u avanturi hrvatskog poduzetništva, ako imate mrvicu ludosti i puno hrabrosti ili barem inat da uspijete nevoljama unatoč, na dobrom te putu da uspijete. I još jedan savjet – družite se sa sebi sličnima, poduzetnima i pozitivnim ljudima. Oni su nepogrešiv motivator.*

Business Café: Jeste li sretni?

Mirela: *Iznimno, ali tek odnedavno sam toga i potpuno svjesna. Sad kad sam se nakon mnogo godina borbe na tržištu, nepoštene pa i kriminalne konkurencije koja je u nekim godinama prijetila da uništi ugled cjelokupne industrije, a onda naglo nestala zbog nekvalitetnog ili kriminalnog načina poslovanja, nestalo je straha, a s njim i najvećeg blokatora sreće. Svijest da sve mogu poslovno preživjeti ako imam znanja, dobre namjere i da se energija uloženog vraća točno onakva kakvu ja šaljem i to kad tad, motivira me da šaljem oko sebe dobru, pozitivnu energiju poštovanja prema ljudima, sebi, Svemiru... i to me čini sretnom, zadovoljnom i zahvalnom.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Mirela: *Najviše osobni rast i razvoj, neprekidno sam na nekakvoj dodatnoj edukaciji, trenutno se posvećujem razvoju sebe kao coacha (poslovnog trenera), uživanje u promjenama koje svaka nova spoznaja donosi sa sobom, kao i novim ljudima koji s mojim osobnim razvojem ulaze u moj život. Ono što se nije promijenilo to je moja strast prema dalekim putovanjima na koja jednom godišnje odlazim sa svojom obitelji. Ona za mene znače slobodu, razvijaju u meni i mojim dječacima osjećaj zahvalnosti, tolerancije i razumijevanja za drugačiji način života, daju mi jedan kozmopolitski pogled na svijet i ispunjavaju me ponosom što sa svim tim različitim ljudima i civilizacijama dijelim postojanje na ovom planetu. To je moj motivator i na poslu kad je teško i kad se svakodnevni poduzetnički naponi čine besmislenima, slika da imam uvijek izbor drugačijeg života – recimo negdje na Kubi ili u Africi sa tri dolara mjesečno podsjetite me da još nije vrijeme za to, jer trenutno istinski uživam u onome što radim i kako i s kim živim.*

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Hrvoje: *Moj odlazak u poduzetništvo bio je motiviran nedostatkom novaca.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Hrvoje: *HGspot osnovao sam 1994. godine, ali je bio neaktivan sve do 1997. godine. Te se godine promijenio zakon i trebalo je povećati temeljni kapital tvrtke. S obzirom na to da sam morao dati 500 njemačkih maraka, što je tada meni bio ogroman novac odlučio sam da je vrijeme da aktiviram tvrtku i krenem u posao. Nakon četiri mjeseca u HGspot sam uključio i partnera, mog dugogodišnjeg prijatelja, a već krajem te iste godine imali smo dva zaposlena, svi skupa skupljeni u malu prostoriju manju od 15 metara kvadratnih.*

Poduzeće se u početku bavilo sklapanjem i prodajom računala, a već 1998. godine HGspot prodavao je oko 150 računala mjesečno. Slijedeći svoj poslovni model fokusiran na prodaju računala i računalne opreme građanima, HGspot je u periodu od 1998. do 2003. godine udvostručavao rast svoje prodaje iz godine u godinu da bi 2003. u velikoj poslovnoj zgradi od 4 000 metara četvornih otvorio prvi veliki maloprodajni objekt informatičke opreme. U kratkom roku prodajni se asortiman HGspota proširio na potrošačku elektroniku i fotoopremu, a zbog jačanja potražnje počeli smo otvarati poslovnice po cijeloj Hrvatskoj i kasnije u BiH i Srbiji. HGspot vodio sam do prosinca 2004., a već u ožujku 2005. otišao sam u Australiju s obitelji gdje smo ostali godinu dana. Za vrijeme mog boravka u Australiji HGspot kupio je Senso i time zaokružio ponudu od veleprodaje i maloprodaje pa do sistem integracija. Manje od godinu dana nakon povratka u Zagreb odlučio sam prodati svoj udio u novo stvorenoj grupaciji koja je te 2007. godine ostvarila oko 120 milijuna dolara prometa. Nekoliko dana nakon prodaje mog udjela tvrtka je plasirana na Zagrebačkoj burzi.

Nakon tog razdoblja počinje drugi dio mog života. Osnovao sam Smee, internet trgovinu specijaliziranu za parkete od bambusa, 2008. postao sam jedan od suosnivača mreže poslovnih anđela CRANE-a, prve organizacije poslovnih anđela. Iste godine uložio sam u Craneov prvi projekt offSpace, servis za male tvrtke (virtualni uredi, sobe za sastanke, konferencijske sobe, uredi za iznajmljivanje, itd.), 2009. počeo sam raditi na Trillenyumu, futurističkoj 3D online trgovini, kombinirajući najnovije tehnologije. Sa šest poslovnih anđela investirao sam 2011. godine u Once Football, projekt profesionalne nogometne statistike. Danas se predstavljam kao poslovni anđeo i trenutno imam udjele u šest tvrtki i nalazim se u izvršnom odboru CRANE-a. U srednjoj školi bio sam 'darker i potpuno izvan struje'. Prije HGspota radio sam kao konobar, čuvar i na rasvjeti u Hrvatskom narodnom kazalištu.

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Hrvoje: *S obzirom na to da nisam bio školovani menadžer, napravio sam sve moguće pogreške koje su se dale napraviti i naravno iz svake od njih naučio pravi put.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje (što sad radite, planirate dalje)?

Hrvoje: *Ako gledamo prvu tvrtku, HGspot, rekao bih da je presudno bilo kad smo napravili internetsku stranicu i osvježavali cijene svakodnevno.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Hrvoje: *Upornost i perfekcionizam. Volim kad je sve što izade iz tvrtke jako dobro ispolirano i bez grešaka. Što ne znači da neću izbaciti poluproizvod, ali znači da neću nikad stati na popravljanju istog.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Hrvoje: *Nikad mi nije teško. Nekako se smatram odgovornim za obitelj i društvo da potegnem ispred svih i nikad se ne predajem. Cilj nikad nije nedostižan samo se ponekad dogodi da je potrebno više vremena da se dostigne.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Hrvoje: *Ne drži sva jaja u istoj košarici.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Hrvoje: *Poručio bih im da budu uporni. Upornost je najvažnija osobina, upornost i marljivost.*

Business Café: Jeste li sretni?

Hrvoje: *Izuzetno*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Hrvoje: *Motivira me tuđi uspjeh, izuzetno mi je drago biti dijelom današnje start-up* scene i ponosno reći da sam i ja zaslužan za dio uspjeha koji već ostvaruju ili će tek ostvarivati današnji start-upovi**

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Aleksandra: *Motivi se mijenjaju iz godine u godinu, nekada sam samo željela reviju s kojom ću biti zadovoljna ili pak showroom (prostor za izlaganje odjeće) u centru grada. Danas želim postati bolji čovjek. No, misija je uvijek ista: zadovoljne klijentice.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Aleksandra: *Oduvijek sam bila dizajner. Šivala sam već s 15 godina. Vrlo brzo uvidjela sam da bi se moglo od toga i živjeti. Međutim nisam slutila da će put biti toliko težak. Radila sam danonoćno, u nekim fazama svog života i nisam imala neki život. Puno puta moj je posao bio ispred moje uloge djevojke, prijateljice, kćeri. Bile su to moje odluke, znala sam zašto, kako i gdje idem. Osjećala sam neku neobičnu odgovornost prema svom talentu. Pomislila bih: pa ljudi funkcioniraju bez ikakvih posebnih sposobnosti i bore se tako sami sa sobom i svijetom. Ja osim što sam blagoslovljena imam i mozga, a moram priznati i muda za preuzeti odgovornost. Iznad moje glave nikada nije bilo upitnika ni dvojbi.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Aleksandra: *Pogreške su moja najdraža škola. Uvijek iz njih izvlačim maksimalno. Znalo se dogoditi da svi paničare, a ja razmišljam: “Sada znam kako dalje, ovo je genijalno, zahvalna sam na ovom problemu”. No, ne treba zaboraviti na male propuste, one sitnice koje jedva da primijetiš. Upravo su te sitnice na dobrom putu da postanu veliki gubici s rastom firme. Od njih ne možemo pobjeći, ali ih možemo osvijestiti i riješiti.*

**start-up – novoformirane tvrtke s vrlo ograničenim poslovnim iskustvom*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje (što sad radite, planirate dalje)?

Aleksandra:

Početak je 2012. Maja i ja sjedimo u uredu i razgovaramo.

Maja: Alex, brand se mora dalje razvijati. Mi cure razgovarale smo, vrijeme je za novi prostor.

Imaš najbolju ekipu, mi to možemo bez problema.

Alex: Kukulele, baš nam je fino. Sve ide po planu, promet je savršen, a ti želiš da pomičemo granice.

Maja: Što ću, ti stalno od nas tražiš isto.

15.11.2012.

20:00 Našminkana sa zgodnim frizom, oblačim lijepu haljinu i pripremam se za odlazak u svoj novi dućan. Da, dućan na čijem smo otvorenju radile šest mjeseci. Pogledam se u ogledalo i doživim nezaboravan trenutak. Sve je odjednom postalo stvarno. Trud i znanje mene i mojih cura, sva ušteđevina, sve je bilo u tom trenutku.

Lejla me gleda i vidi da sam u panici: Alex u redu je, sve je sada gotovo.

Ja joj odgovaram: Gotovo? Draga moja ovo je upravo još jedan u nizu novih početaka.

Ovo je samo jedna od mojih priča. Da, priče koje traju mjesecima su ono što stvara uspjeh.

Danas firma uspješno posluje, rastemo nešto više od 200 % godišnje i svjesna sam da to neće vječno trajati. Upravo smo završili poslovni plan za narednih godinu i pol. Planiramo i dalje pomicati granice, griješiti, zabavljati se i uživati sa svojim klijentima.

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Aleksandra: Ja sam odrasla u kvartu, u radničkoj obitelji. Znate, tamo nije bilo puno toga za naučiti, barem se nije moglo naučiti ono što je mene zanimalo. Mene je moj posao odgajao, moj put je od mene tražio da budem disciplinirana i vrijedna. E, to je uspjeh, postala sam čovjek kakav nisam ni sanjala da mogu biti. To nema veze s lovom ni mojom fotkom u novinama. To je samo moje i potpuno je zasluženno.

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Aleksandra: Upitam se: “Što me ovaj trenutak želi naučiti?”

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Aleksandra: Lead by example – Druge vodi vlastitim primjerom.

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Aleksandra: Prvo provjeri jesi li zaista dovoljno sposoban za ono što želiš biti. Zatim, odluči želiš li biti najbolji ili želiš samo biti, i jedno i drugo je u redu. I na kraju: ponašaj se u skladu sa svojim odlukama.

Business Café: Jeste li sretni?

Aleksandra: *Da, sretna sam osoba. Zašto? Zato što živim svoju slobodu. Nisam rob svoga posla, kredita, obitelji ili okoline. Imam pravo donositi odluke i rezultati su moja odgovornost i moje veselje. I još nešto, nikada nije dosadno.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Aleksandra: *Teško je pronaći motivaciju kada si financijski osiguran. Kroz razne faze svoga poslovanja nalazila sam motive u različitim segmentima. Trenutno me motiviraju brojke. Točnije, prvo su me šokirale, a sada me motiviraju.*

Business Café: Vaš komentar na žensko poduzetništvo.

Aleksandra: *Za mene su to samo isprike. No s druge strane, ja sam u specifičnoj branši.*

Damir Ciglar, vlasnik najnagrađivanije marketinške agencije IMAGO

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Damir: *Zato jer nisam ništa znao. Pa sam mislio da sve mogu. Neznanje i naivnost dobar su motiv za takve odluke – ako znaš unaprijed da je teško uspjeti, zašto se truditi? Ako ne znaš, zašto ne pokušati?*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Damir: *Sva sreća da se dio početničke energije zadržao i sada! Pa mogu iskrenije o tome govoriti i sada, 20 godina kasnije. Meni je stvaranje izvor energije. Kreacija. Nešto novo, barem novo meni. A sve što sam radio tada je bilo novo, svaki kreativni uradak pomicanje granica. I onda ushićenje rezultatom koji daje novu energiju. Pravi perpetuum mobile!*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Damir: *Ne vjerujem da ću u ovom odgovoru biti nešto originalan ako kažem da sam vjerojatno napravio sve početničke pogreške koje vam mogu pasti na pamet. Kao i da nisam baš puno iz njih naučio, uporno sam ih ponavljao dok te pogreške nisu digle ruke od mene, odustale. Iskreno, nisam se opterećivao poslovnim pogreškama jer nisam mislio da sam u poslu. Već da se zabavljam, pa koliko traje! I eto, još traje.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje (što sad radite, planirate dalje)?

Damir: *Pa rekao bih da je to bio trenutak kada smo odlučili biti i pametni, a ne samo kreativni. Dakle, kada smo odlučili prerasti iz dizajnersko-produkcijskog studija u agenciju, tamo negdje sredinom 90-ih. A kako opet nismo puno znali o tome kako agencija trebaju raditi, postavljali smo Imago onako kako smo mislili da bi agencija trebale raditi. Recimo, naplaćivati svoje usluge prema proizvedenim kreacijama, a ne prema satima. Ili se organizirati u timove. Ili na jednom mjestu pružati integrirane usluge. I imali sreću da smo sve to napravili prvi, a danas je to način rada gotovo svih značajnijih agencija.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Damir: *Gledajući unatrag, s obzirom na to da Imago možemo smatrati uspješnom agencijom, uvjeren sam da je razlog za taj uspjeh postavljanje svrhe postojanja, a ne cilja poslovanja. Novac nam nije bio cilj, a to je dio temeljne ekonomske definicije poslovnog subjekta. A svrha nam je bila kreirati nešto što će veseliti nas i one za koje to kreiramo. I danas su najbolji radovi oni u kojima se najviše vidi ova svrha.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Damir: *Ako želiš biti uspješan – budi!*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Damir: *Nabroji do deset prije nego što reagiraš. I, iznad svega, slušaj!*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Damir: *Ako osjetite želju ili poriv da krenete u nešto svoje, onda jednostavno nemate izbora – morate to napraviti. Prilike su sigurno tu, čekaju, i ako ih vi nećete iskoristiti, netko drugi hoće. Ili, još malo poslovice, ako vi ne pokrenete nešto, tko će?*

Business Café: Jeste li sretni?

Damir: *Rekao je jednom gospodin Flaubert kako su potrebna tri uvjeta da čovjek bude sretan: da je zdrav, da ima nešto novaca i da je – glup. Ali su ona prva dva uvjeta uzaludna ako treći nije ispunjen. A ja ne volim o sebi misliti da sam glup. Razlikujem nivoe zadovoljstva, a kako sreća nije nešto što je konačno ili trajno, već je postupak traženja sreće trajan, onda mogu sigurno tvrditi da još uvijek tražim!*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Damir: *Ostaviti trag.*

ANA FRESL, vlasnica tvrtke Projekt jednako razvoj

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Ana: *Previše mi je išlo na živce „cvikanje“ karticom pri ulazu/izlazu iz državne agencije u kojoj sam radila pet godina. Imala sam osjećaj lišenosti slobode, osjećaj da mogu bolje, želju da biram s kime, kada i kako raditi, ali zaista i radoznalost koliko bih toga mogla izgraditi u poslovnom životu i kolikima bih mogla pomoći i prenijeti na njihovo zadovoljstvo ono što ja znam u sustavu EU fondova.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Ana: *Dok sam još radila u SAFU-u, dvije godine mi se vrtila po glavi ideja da ću otvoriti firmu. Cijelo to vrijeme studirala sam na Executive MBA programu Poslovne škole Cotrugli, gdje sam upoznala 100 divnih osoba, profesionalaca, menadžera i poduzetnika vrijednih divljenja koji su me inspirirali. Ljudi iz te škole zaista mi jesu promijenili kurs u životu.*

U jednom trenutku ideja je sazrila i u isti sam dan otvorila firmu i dala otkaz. Tko riskira, taj profitira. Sve je naravno ispalo i mnogo bolje nego sam mislila ili se čak nadala da će biti.

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Ana: Klasika. Radim previše, osjećam da je sve hitno, da će sve propasti bez mene, nemam dovoljno vremena koliko bih htjela raditi s mojim timom. Još griješim.

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Ana: Presudna točka bila je zapošljavanje prvog djelatnika. Nisam ga ni planirala. Da, pucala sam po šavu s vremenom i preuzetim obvezama, i podsvjesno se činilo da bih imala posla za dvoje, no tek nakon što sam, zapravo posve slučajno, sjela s jednom bivšom kolegicom na piće, kliknule smo u razgovoru, željama i pozdravima, i pao je dogovor te iste večeri da će ona doći i probati raditi kod mene. Tada je cijela priča prirodno postala veća i ozbiljnija i od onda je samo nastavila rasti.

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Ana: Vjera u sebe. Kad to postoji, posao sam dolazi. Uspjeh čine mnoge stvari; tim ljudi s kojima radiš u kojemu uživaš i koje biraš tako da jesu ili mogu biti bolji od tebe, bezbrižno stanje žiroračuna i osobnog računa štednje; cijenjenost u javnosti zbog kompetencija i poslovnih rezultata, naročito u stručnoj javnosti, no na kraju dana, sam u sebi čovjek mora imati osjećaj da radi najbolje što može i da brzo može vidjeti rezultate svog rada.

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Ana: Danas je moj dan. Unutarnjom snagom postižem da uvijek to i jest.

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Ana: Život, a time i posao, samo je igra. Nemojte posao shvatiti preozbiljno. Igrajte se, više ćete naučiti, a i postići bolje rezultate. S osmijehom na licu odluke se donose intuitivnije i brže.

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Ana: *Ne treba vam ništa od klasičnog: novac, prostor, poslovni plan... Treba vam samo jaka želja koju ste prema sebi dužni poslušati. Poduzetništvo je iskonski oblik poslovanja, tu ste sami ovisni o sebi i nema ništa ljepše od toga. Tu zaista vidite svoj razvoj i napredak svaki dan. Imate priliku biti spontani, proračunati, fleksibilni, hrabri, kakvi god hoćete. I u tome leži ljepota. Dakle: "Skočite pa recite hop". Jednom kad ste skočili morate plivati, i to je dobro za vas!*

Business Café: Jeste li sretni?

Ana: *Itekako. Imam osjećaj postignuća, imam osjećaj da sam stvorila nešto što prije nije postojalo. Imam osjećaj da sam pomogla mnogim klijentima da oni budu bolji, nadam se da i svojim kolegama omogućavam ugodan i lijep radni tijek s mnogo učenja i napretka te slobode koju im dajem u provedbi posla.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Ana: *Mir, sloboda i kreativnost.*

Business Café: Vaš komentar na žensko poduzetništvo

Ana: *Ma nema veze kojeg smo spola. Moguće je da službenik osjeća veći stres s jednim zadatkom, nego li direktor tvrtke od 5 000 zaposlenih s plaćama koje mora isplatiti. Stvar je neracionalna i sve dolazi iznutra. Bavite se sobom, nađite balans, ne mora svakog tjedna, mjeseca ili godine biti isti, no saznajte što vas zaista pokreće i veseli i za to stvorite resurse i najvažnije – vrijeme.*

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Krešimir: *Od samih početaka osnovna misao u Urbanu jest da klijentima ponudimo vrhunsko frizerstvo, maksimalno profesionalan pristup i uslugu - po korektnim cijenama. Motiv mi je bio da izgradim tvrtku na čvrstim temeljima, beskompromisno usmjerenu kvaliteti rada i usluge što je i bit frizerstva. Kvalitetno frizerstvo ne bi trebalo biti elitističko. Izazov mi je bio izgraditi poslovni model koji zadovoljava baš sve potrebe profesionalnog frizerstva i koji doista funkcionira na tržištu.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Krešimir: *Tvrtka Urban nije nastala naglo već se kontinuirano i planski nadograđivala i razvijala. Počeli smo s jednim salonom u Zagrebu pa smo nakon nekoliko godina otvorili i salon u Splitu. Tada se pojavila potreba za uvođenjem standarda poslovanja te je nastala Urban akademija na kojoj školujemo vlastiti kadar. Kao korak dalje u poboljšanju usluge i zadovoljavanju viših standarda poslovanja, prije šest godina informatizirali smo cijelu tvrtku i izradili vlastiti kompjuterski program. Otvorili smo još dva salona u Zagrebu tako da ih sada u Hrvatskoj imamo četiri. Kao jedan od najkrupnijih poslovnih koraka bilo je lansiranje vlastite linije kozmetike za kosu koja je vrlo brzo postala sinonimom kvalitete i koju su naši klijenti prepoznali, ali i šire. Prije dvije godine svoje poslovanje proširili smo i na područje EU-a, uskladili smo cijelo poslovanje tvrke s regulativama EU-e, dobili sve certifikate za kozmetiku i dobili status izvoznika. Imam osjećaj da svake godine počinjem po nekoliko puta iznova – uvodeći nove projekte u poslovanje. Ona početna energija nikada ne jenjava, samo se nadograđuje.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Krešimir: *Kada sam kretao imao sam više od desetak godina internacionalnog iskustva, na neki sam način bio spreman i sve stvari ponovio bi na isti način. **Bilo mi je jasno da ne postoji instant uspjeh i da ne postoji način da se neki strani poslovni model samo preslika u Hrvatsku.** Da sam imao manje iskustva vjerojatno bi ovo bila početna greška. Također, bilo mi je jasno da sve ovisi o meni i mojoj procjeni i da je veliki teret donijeti odluku.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Krešimir: *Pa, 2007. i 2008., koje su mnogima bile rekordne godine u hrvatskom gospodarstvu, procijenili smo da bi moglo doći do krize i počeli smo s restrukturiranjem tvrtke i troškova. Naravno da nismo očekivali da će kriza tako dugo potrajati. Imamo nekoliko salona na vrhunskim lokacijama u kojima rade visokoobrazovani frizeri. Od 30-ak zaposlenih samo su dvoje pomoćni radnici, a i oni već imaju višegodišnje iskustvo. Sve ostalo su frizeri, vrlo često majstori frizeri što čini natprosječnu koncentraciju izrazitoiskusnih zaposlenika, a to u konačnici rezultira vrlo visokom razinom usluge i zadovoljstvom klijenata. Urban akademija također je dio te osobitosti jer kao tvrtka ne ovisimo o kadru na tržištu već ga sami stvaramo i neprestano educiramo. Iz aspekta akademije i njezine otvorenosti frizerima iz drugih salona sasvim je prirodno da moramo stalno biti prisutni na izvoru mode i novih tehnika što nas u salonskom poslu čini vrlo konkurentnima jer sve novitete uvodimo puno prije ostalih. Vlastita kozmetika za kosu vrlo je važna jer smo našim klijentima osigurali kozmetiku koja zadovoljava sve njihove potrebe, ekskluzivna je, profesionalna i definitivno pojačava lojalost naših klijenata.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Krešimir: *Tajna uspjeha veže se uz zadovoljstvo naših klijenata koji doista cijene cijeli taj trud. Imao sam mogućnosti naslijediti obiteljski obrt no odlučio sam se izgraditi samostalno, po vlastitim visokim kriterijima, raditi uz najbolja svjetska imena struke u Londonu i Münchenu. Sva znanja i sve prestižne titule koje sam obnašao samo su mi pomogle da frizerstvo razumijem dovoljno dobro da klijentima mogu prenijeti ono najbolje. U radu s klijentima oduvijek njeujemo individualni pristup i svakom poslu prethodi konzultacija s klijentom. Maksimalno smo posvećeni svakoj pojedinoj klijentici i pratimo njezino zadovoljstvo i nakon izvršene usluge, pamtimo svako ime i potrebe, a najveća je satisfakcija njihovo zadovoljstvo. S druge strane, kako je rasla naša tvrtka, tako je rastao i broj naših klijenata. Činjenica da sve činimo upravo zbog naših klijenata i oni to prepoznaju kao dobro, daje nam novi poticaj i motivaciju za daljnje stvaranje.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Krešimir: *Radim u uslužnoj djelatnosti i jednostavno nemam pravo pokazati da je teško. Svakodnevno se borim sa svakojakim administrativnim besmislicama, no planiranjem poslovanja, detaljnim radom i angažmanom cjelokupnog tima nastojim održati pozitivan duh. Usmjeravamo se natjecanja i pobjede, izazovima osmišljavanja vlastitih kolekcija, izvozu itd.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Krešimir: *Bilo koji izgovor ili isprika za neobavljeni posao zapravo je dokaz da ste preuzeli posao koji nadilazi vaše sposobnosti.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Krešimir: *Adrenalin, količina rada, stupanj odgovornosti i suočavanje s posljedicama vlastitih odluka daleko su izraženije u vlastitom biznisu pa iz tog aspekta svatko bi za sebe trebao objektivno procijeniti vlastite sklonosti i ambicije prije konačne odluke o pokretanju biznisa.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Krešimir: *Obzirom da smo u desetgodišnjem radu razvili apsolutno primjenjiv i efikasan know-how (cjelokupna znanja koja imamo), da posjedujemo golemi potencijal u ljudstvu, akademiji i kozmetici, bilo bi šteta ne proširiti svoje djelovanje i pozicionirati se na regionalnom nivou. Do sada smo razvili i uspješno franšizno poslovanje pa smatram da će to biti jedan od načina širenja ali smo naravno, zainteresirani i za opciju dotoka novog kapitala jer smo u nekim aspektima na granici kada je poslovanje malo preveliko da bi ostalo u okvirima obiteljske tvrtke.*

Business Café: Jeste li sretni?

Krešimir: *Jako sam sretan. No, sam posao ne bi bio dovoljan. Imam prekrasnu obitelj i nekoliko hobija koji me ispunjavaju.*

SANJA OPAČAK vlasnica projekta Paprenjak, tradicionalni hrvatski kolač

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Sanja: *Brodanka sam, zaljubljena u Hrvatsku i njezinu baštinu, volim prostor u kojemu sam rođena. Stvorila sam Paprenjak, no ustvari stvorila sam javno dobro, komadić dobro organizirane tradicije pretočene u proizvod.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Sanja: *Primijetila sam 1997. godine da kada god nam netko stigne u Lijepu Našu, ništa mu nemamo dati kao dar i znak dobrodošlice. Otvorivši Paprenjak, bila sam pionir tog posla, sama sam stvarala potrebu tržišta za proizvodom, određivala kriterije i bavila se razvojem. Nisam tada znala da je to najteži put poduzetništva. Baveći se razvojem, zapravo igrate igru sami sa sobom, a to je igra koja ima zahtjevan ritam i jedno pravilo - ostati svoj.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Sanja: *Kako sam ulagala u proizvodnju i istovremeno se zaduživala nisam na vrijeme to isto učinila i s ljudima, nijedan stroj nije vredniji od čovjeka, trebala sam se od početka bolje ekipirati, pa ako treba, i za to zadužiti.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Sanja: *Odlučivši se strateški pozicionirati kao lider i brend u ponudi tradicionalnih proizvoda ubrzo se otvorila prilika za sklapanjem ugovora s Croatiom Airlines, koja nam je dala dodatni poticaj. Danas ulažemo dodatno u proširenje proizvodnih kapaciteta i asortimana te planiramo izvoz.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept/ za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Sanja: *Nema tu neke tajne – rad, rad i bezrezervni rad.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Sanja: *Možemo učiniti sve što želimo, ali moramo poštovati vrijeme u kojemu je to ostvarivo. Tako se i ponašam. Dobila sam priliku osmisliti nešto novo, svoje, od toga i živjeti. Time se baviti i ostaviti iza sebe trag. To sam napravila. Dalje je kao i zauvijek...kako Bog da.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Sanja: *Da se za ništa pa čak ni ono što sami stvorimo ne vežemo emotivno.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati (što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj; koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali)?

Sanja: *Nije poduzetništvo za svakoga. I dobro je da je tako.*

Business Café: Jeste li sretni?

Sanja: *Jesam*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Sanja: *Sad je to već uhodani sistem. Naradila se jesam, ali zaradila nisam koliko još mislim da mogu.*

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Tomislav: *Moje poduzetništvo krenulo je bez plana i saznanja što sve poduzetništvo nosi sa sobom. Ili barem tada ja toga nisam bio svjestan, odnosno svakako nije bilo velikog poslovnog plana. S obzirom na to da sam još uvijek bio student, nisam imao precizno definiran plan što bi točno želio raditi nakon diplome. Motiv za ovaj poduhvat bio mi je džeparac. Zapravo, malo bolji džeparac od onog koji sam tada zarađivao držeći seminare za informatičko opismenjavanje kao honorarni predavač u jednoj privatnoj školi stranih jezika. Definitivno sam smatrao da se posao informatičke edukacije može raditi na znatno višoj razini i širem području, te da je generalno moguće raditi znatno bolje. Među ostalim, imao sam i dojam da me moj tadašnji poslodavac ne cijeni koliko sam ja smatrao da sam zaslužio. Vjerujem da sam jednim dijelom htio i pokazati da me podcijenio.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Tomislav: *U početku je to bila samo jedna dobra partija monopola koji sam obožavao igrati. I bilo je zabavno igrati je s prijateljima koji su mi i danas partneri. Entuzijazam je bio neograničen, radna energija također, a bilo je i puno prostora za zabavu. Nas trojica prijatelja nekako smo skrpali 20-ak tisuća kuna neophodnih za osnivanje tvrtke, zakucali ploču s nazivom tvrtke na pročelje zgrade u Zvonimirovoj i dali se na posao. Prvu učionicu u kojoj smo držali nastavu otvorili smo u stanu Mislavove bake Bernice. On je u to vrijeme bio u vojsci pa mu soba i tako nije trebala. Kupili smo furnir ploče, traku za kantiranje, noge za stolove u Ikei, posudili bakinu peglu i prionuli izradi stolova u dvorištu zgrade. Susjedi su nas sa znatiželjom pogledavali i pitali što smo se dali u proizvodnju namještaja! Za osnivački polog kupili smo četiri računala, a Hrvoje i ja donijeli smo još svoja dva. Budući da nismo više imali novaca za stolce, posudili smo bakine. Tapecirani stolci nisu se baš uklapali u naše moderno informatičko učilište, no to nas nije obeshrabrilo. Bacili smo se na oglašavanje. Glavno marketinško oružje bili su nam plakati koje smo sami dizajnirali, kopirali i lijepili po gradu. Bilo je gušt naći se navečer, polijepiti 500-tinjak plakata po cijelom gradu tako da se sve „narančastilo“ i nagraditi se burekom i Coca-Colom na Trgu sportova, uz pregršt viceva, smijeha i zabave. U danima nakon, ponosno smo zapimali pozive, objašnjavali, uvjeravali i upisivali polaznike. Još veći je bio gušt i ponos primiti polaznike u učionicu i osjetiti autoritet predavača koji strpljivo prenosi znanje. Ponavljanjem ove radnje iz dana u dan i tjedna u tjedan, radeći bez honorara, skupljali smo novce za dodatna računala i opremu.*

Paralelno s time, ja sam upisao postdiplomski studij poslovnog upravljanja i prije preuzimanja diplome FER-a i tu sam stjecao prva prava znanja o tome kako se razvija poslovanje i vodi firma. Kruna studija bilo je pisanje poslovnog i marketinškog plana što sam ja iskoristio za pisanje prve vizije razvoja Algebre. Realizacija nije bila jednostavna, ali iz ove perspektive bila je zabavna. Jer suočavali smo se sa svim onim ljepotama koje donosi poduzetništvo, od zdrave konkurencije do one ne baš fer, poslovne špijunaže, krađe fizičke i intelektualne imovine, borbe s antipoduzetničkom klimom, brojnih priznanja i pohvala, manjih i većih uspjeha. Ali ono što je važno, upornost, zalaganje, neprospavane noći, rad i samo rad se isplati se i u Hrvatskoj.

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Tomislav: *Od samih početaka pa do danas posao nam je uvijek išao u pozitivnom smjeru. Bilo je tu raznih propusta koji su nas koštali manje ili više, ali smo vrlo brzo naučili da se oko svega treba osobno potruditi i da se jako malo dobrih stvari događa samo po sebi. Naučili smo i da u poslu treba emocije staviti sa strane i ponekad progutati ponos, te znati prepoznati svoju poziciju. Na to nas je naučila lekcija koju smo skupo platili, a zove se hrvatska administracija. Naime, javljali smo se na natječaj za edukaciju zaposlenika jedne velike hrvatske kompanije u državnom vlasništvu, na kojem smo procjenjivali da imamo relativno velike šanse. Radili smo već nekoliko godina informatičku edukaciju za njih, poznavali mi njih i oni nas. Dobro smo procjenjivali i konkurente koji su se mogli pojaviti na otvorenom natječaju, a koji su mogli zadovoljiti postavljene uvjete. Proučili smo natječajnu dokumentaciju i odredili cijenu koja nam i nije donosila neku visoku jediničnu zaradu, ali radilo se o do tada najvećem poslu za koji smo konkurirali. Super referenca. Na žalost, po obavijesti o rezultatu natječajnog postupka saznali smo da je posao dobio konkurent koji se do tada nije pojavljivao u području informatičke edukacije i prema našoj procjeni nije ni mogao zadovoljiti tehničke uvjete na natječaju. Žalili smo se jer smo smatrali da smo u pravu, čak sve do državne komisije za javnu nabavu. Međutim naša je žalba odbijena i to na način da su točke kojima smo mi nepobitno utvrdili da izabrani ponuditelj ne udovoljava uvjetima natječaja, u tumačenju jednostavno preskočene. Može li biti jednostavnije od toga? I ne samo to, vodstvo kompanije zamjerilo nam je ovaj postupak žalbe tako da idućih pet godina nismo uopće dobivali posla od njih, pa čak i u područjima u kojima smo samo mi mogli isporučiti uslugu. **Tu smo naučili da uvijek treba procijeniti svoju poziciju i ponekad podvinuti rep, jer jedan poraz ne znači i izgubljenu bitku.***

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Tomislav: *Točka preokreta dogodila se klasičnom utrkom u naoružanju. Naime, 2003. godine krenuli smo proučavati novu metodologiju učenja – e-learning (učenje na daljinu). Nismo bili jedini u tome jer se time bavio i tada najveći konkurent. Natjecali smo se tko će razviti bolja rješenja, više sadržaja, osvojiti više klijenata. Međutim, mi smo ipak išli konzervativnijim pristupom, nismo slijepo vjerovali da će ovaj novi pristup izbaciti klasične oblike edukacije u potpunosti i za razliku od konkurenta razvijali smo nove programe edukacije i u klasičnom obliku, edukacije u učionici. Konkurent je sva sredstva ulagao u razvoj e-learning rješenja i pri tome zanemarivao dotadašnji glavni izvor prihoda. Nakon nekoliko godina iscrpljivanja, konkurent je pokleknuo i prodao tvrtku. Na našu sreću novi vlasnik nije se baš snašao u ovom poslu. Inovativnost u osmišljavanju novih edukacijskih programa, nove ponude na tržištu, glavno nam je sredstvo za širenje posla. U zadnjih nekoliko godina, možda ne toliko za širenje, koliko za održavanje stabilnosti, a uslijed negativnih trendova u gospodarstvu koji utječu i na smanjivanje ukupne vrijednosti tržišta edukacije. Naša vizija je i dalje širiti ponudu edukacije u neka nova područja i na nove geografije, dokazujući se kvalitetom rada i uspješnim korisnicima naše usluge.*

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Tomislav: *Jedan od naših slogana u vrijeme klonirane ovce Dolly bio je „Informatički stručnjaci – mi ih stvaramo, dok ih neki pokušavaju klonirati.“ Ono što nas najviše nosi dalje zadovoljstvo je korisnika naših usluga i njihov uspjeh. Bilo da se radi o uspješnim karijerama naših polaznika koji postaju vrhunski stručnjaci u svom poslu, voditelji timova, direktori ili o tvrtkama koje uspješno posluju na ovom konkurentnom tržištu zato što svoje zaposlenike školuju kod nas i vjeruju u naš rad. Do toga smo došli ustrajnošću na kvaliteti i vjerodostojnosti. Kandidate koji nisu spremni potruditi se da bi dobili diplomu ili završnu potvrdu za postignute rezultate u edukaciji već očekuju da će im se ista pokloniti jer edukaciju plaćaju, mi odbijamo i ne žalimo za njima. Čvrsto smo uvjereni da nas samo kvalitetan rad i vjerodostojnost potvrda koje izdajemo samo zaslužnim polaznicima vode postavljenom cilju – edukacijske ustanove čija diploma znači prestiž i sigurnost da su kod nas stečene vještine i znanja dostatne za nemilosrdnu borbu koju zahtijeva današnje globalno tržište. A uspjeh je kada drugi primjete i pričaju o vama, vašoj kvaliteti, uspjehu, veličini. Uspjeh je kada u usporedbi s konkurencijom postižeš bolje rezultate, u našem slučaju kada polaznici i studenti dolaze s uspješnim pričama o dobivenim poslovima, karijerama, postignutim pozicijama.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Tomislav: *Jedno od važnih saznanja koje je meni pomoglo u razvoju poslovanja jest povjerenje. Bez povjerenja u partnere, kolege, djelatnike, suradnike, nemoguće je napraviti velike stvari u životu.*

Bez povjerenja u partnere, kolege, djelatnike, suradnike, nemoguće je napraviti velike stvari u životu. Bez povjerenja nećete ući u poslovni poduhvat, teško ćete sklapati poslovne dogovore, otežano širiti poslovanje. U davanju povjerenja treba biti oprezan i mudar, ali lakše je ići s povjerenjem makar bilo djelomično i na slijepo jer nepovjerenje čovjeka sputava, smanjuje mu granice vlastitih mogućnosti.

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Tomislav: Jedan od najboljih poslovnih savjeta kojeg se i dalje držim jest držati se područja poslovanja u kojem si dokazano dobar i tu tražiti prostor za dalji razvoj i širenje poslovanja. Iskakanje u potpuno druga i nepovezana područja dovode te na teren na kojem nisi doma, unose preveliki rizik, smanjuju koncentraciju na temeljne stupove poslovanja. Ovo smo osjetili i na vlastitom primjeru. Pokrenuli smo i upoznali na vlastitoj koži granu poduzetništva kojom se ne možeš baviti kao klasičnim biznisom – ugostiteljstvo. Riječ je o „obiteljskom poslu“ koji zahtijeva 100 % angažmana vlasnika i drugačije ne ide te smo ipak prepustili taj dio poslovanja koncesionarima koji sada vode ovaj mali segment našeg poslovanja u Zagrebu.

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

*Tomislav: Ključ uspjeha u poduzetništvu općenito je biti uporan u svom nastojanju i biti spreman uložiti enormnu energiju i vrijeme u razvoj poslovanja. Važno je cijelo vrijeme biti inovativan. Inovativan u načinu kako radite posao, inovativan u stvaranju ponude, u promociji vaših roba/usluga, inovativan u organizaciji poslovanja. Inovativan znači drugačiji. Ključno je i dobro snimiti konkurenciju, ukoliko postoji, te ne skidati oko s nje. Prepoznajte koje stvari možete raditi drugačije i bolje i nastojite da to svi primjete. Jednom kad postanete vodeći onda morate biti i inventivni jer oni koji vas slijede nastojat će svojim inovacijama ono što vi radite raditi bolje i drugačije. **A da biste kao poduzetnik mogli biti inovativni morate biti spremni živjeti poduzetnički. A to znači da i kada spavate vi zapravo razmišljate kako biti inovativni.***

Business Café: Jeste li sretni?

Tomislav: Ja sam jako zadovoljan poslom koji radim i ponekad se pitam što bih radio kada bi mi netko dao nemoralnu ponudu za otkup mog poslovanja. Još uvijek nisam našao odgovor što bi mi dalo više zadovoljstva.

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Tomislav: *Današnja motivacija mješavina je straha i izazova. Izazov je zavladatai novim tržištima, uspjeti s novim proizvodima, dok je globalizacija ta koja donosi strah. Danas čovjek mora jako brzo trčati da bi stajao na mjestu. U poslovnom smislu, morate uvijek nastojati razvijati se, imati pozitivne trendove rasta jer se stečene pozicije mogu brzo izgubiti. A stalni rast zahtijeva stalnu inovaciju, održavanje stečene kondicije. I jednom kada osjetite slobodu da si možete priuštiti, bez razmišljanja o financijama, one male, svakodnevne užitke, slobodno putovati, onda živite i radite za svaki takav idući trenutak.*

DAMIRKA PONGRAČIĆ, HRVOJE PRANJIĆ - ANUŠIĆ vlasnici Radilice

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Damirka i Hrvoje: *Kao i većina stvari u životu naša poduzetnička priča krenula je sasvim slučajno, iz potrebe.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Damirka i Hrvoje: *Prije pet godina oboje smo radili u telekomu, a usluge „alternativnih“ telekom operatera prodavale su se odlično. Sa svakim novim korisnikom ili novom marketinškom kampanjom pritisak na kontaktni centar bio je sve veći. Trebalo je osigurati dovoljan broj agenata, studenata u vrlo kratkom vremenu, a istovremeno zadržati razinu kvalitete isporučene usluge jer i konkurencija je nudila vrlo slične usluge. I dan po dan, stalno isti izazovi, a naša motivacija za radom u korporaciji sve manja. Jedan dan, onako uz kavu, zaiskrili smo oboje na ideju o vlastitom biznisu. Nismo tada još imali jasnu sliku što ćemo i kako ćemo raditi, ali smo znali da želimo na tržištu ponuditi usluge koje će suportirati rad kontaktnih centara i svih onih koji su u izravnoj komunikaciji s korisnicima, a istovremeno i ojačati samu kontakt centar industriju u Hrvatskoj. Odluka je pala i poprilično brzo krenuli smo u realizaciju – dali otkaz u korporaciji i uputili se nadobudno u bespuća hrvatskog poduzetništva. Zahvaljujući pomoći brojnih dragih prijatelja i poznanika koji su nas strpljivo slušali i savjetovali, početak naše poduzetničke priče bio je poprilično bezbolan. Hvala puno svima!*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Damirka i Hrvoje: *Ufff, početničkih grešaka bilo je na pretek i teško je sada baš jednu izdvojiti, ali ono što bismo svakako istaknuli je to da smo se trudili iz svake takve situacije nešto naučiti i pokušati to više ne ponoviti. I dan danas dogodi nam se da se spotaknemo na slične stvari kao na počecima, ali imamo to iskustvo i puno lakše stvari vratimo u balans. U svakom slučaju shvatili smo da što god da ti netko priča školu naučiš nažalost na vlastitim greškama.*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Damirka i Hrvoje: *Naš najveći zaokret i usudili bismo se reći prekretnica koja je rezultirala time da danas i dalje postojimo i poslujemo definitivno je bila odluka o smanjenju fiksnih troškova tj. o outsourcingu (delegiranje dijela posla koji nije naš osnovni posao odabranim podizvođačima) svega što se može. Upravo oslobođenje od fiksnih mjesečnih utega dalo nam je vjetar u leđa i slobodu da radimo stvari koje nas vesele, a ne one koje moramo da bismo preživjeli i na kraju mjeseca završili na pozitivnoj nuli. Ta energija prenosila se na posao, a novi ugovori i klijenti počeli su pristizati. Danas kada imamo znatno veći broj klijenata i puno veću financijsku stabilnost poslujemo na jednak način – radimo ono što nas veseli i u čemu uživamo, ali fiksni mjesečni troškovi su u skladu s trenutnim potrebama i mogućnostima.*

Business Café: Koji je Vas tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Damirka i Hrvoje: *Nekako nismo pobornici toga da postoje univerzalni recepti, više zastupamo ideju da je važno da svako za sebe definira što je za nju/njega uspjeh i da onda predano i s puno povjerenja ide k tome. Za nas je uspjeh definitivno to da radimo što volimo i od toga pristojno živimo, a da pri tom imamo dovoljno energije i vremena za drage ljude oko nas i sve one druge stvari koje nas usrećuju. Jesmo li došli do toga? Na dobrom smo putu.*

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Damirka i Hrvoje: *Poslije kiše uvijek dođe sunce. Važno je samo imati povjerenja i strpljenja. Ponekad malo i pokisnemo čekajući to sunce, ali na kraju ipak dođe. Super je to što nas je dvoje pa se uvijek nekako dogodi da barem jedno od nas ima malo više povjerenja i strpljenja pa izvuče stvari.*

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Damirka i Hrvoje: *Naš dragi prijatelj nam je na samom početku, dok je Radilica još bila u fazi ideje, dao neprocjenjiv savjet, a to je “da u životu radiš ili za pare ili za džabe” i hvala mu na tome. Te se filozofije i danas držimo.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Damirka i Hrvoje: *Teško nam je reći što je danas ključno za uspjeh poduzetništva u Hrvatskoj jer ni sami ne znamo. Naš savjet je možda više onako životni. Uvijek stvari nazovite pravim imenom i što god da radite budite sretni! Ako je za vas uspjeh imati malu pekaru, peći najfinija peciva i od toga skromno živjeti – TO i napravite, ako za vas uspjeh pak znači imati gigantsku tvornicu koja će godišnje proizvesti stotine tisuća osrednjih peciva, a vama priskrbiti ogromnu zaradu – napravite TO. Važno je da je to ono što VI želite i što vas veseli, a ne nešto što se očekuje ili je poželjno.*

Business Café: Jeste li sretni?

Damirka i Hrvoje: *Da.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Damirka i Hrvoje: *Možda će zvučati kao klišej no i danas nas kao i na samim počecima motivira upravo ljubav prema onome što radimo i mogućnost da uskladimo posao i privatni život.*

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Davor: *Nisam osoba koja bi uživala radeći za nekog drugog i toga sam oduvijek bio svjestan. Ne bojim se rizika i preuzimanja odgovornosti, radoholik sam koji uživa u poslu, ali smatram i da imam pravo odlučivati o svojoj sudbini i uživati u plodovima svog rada. Prvi način da dobijem sve to bilo je pokretanje vlastitog posla. Druga opcija koju sam jako ozbiljno razmatrao je znanstveni rad, ali na kraju je ipak prevagnulo poduzetništvo.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Davor: *Tomislav Uzelac, moj kolega s FER-a, za diplomski rad napisao je MP3 engine AMP i predložio mi da zajedno napravimo tvrtku koja bi dalje razvijala tehnologiju za distribuciju glazbe online. Meni se sviđala ideja da dva klinca s tek završenim fakultetom mogu raditi softver koji će se preko interneta prodavati po cijelom svijetu. Davne 1998. to je bila toliko revolucionarna ideja da sam to jednostavno morao pokušati. Složili smo ured na tavanu kuće mojih roditelja, povezali dva računala na internet dial-up modemom i krenuli raditi. Trebalo nam je devet mjeseci da zaradimo prve novce, a onda je sve krenulo. Tri godine kasnije imali smo 20-ak stalno zaposlenih programera, a glavni klijenti bili su nam AOL i Napster.*

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Davor: *Naučio sam da su međuljudski odnosi u firmi apsolutno najvažniji preduvjet za uspjeh. Možete imati najbolje od najboljih ljudi, ali ako odnosi među njima ne funkcioniraju sve će se srušiti kao kula od karata. Nevjerojatno je kako je dovoljna samo jedna osoba, čak i ne mora biti na nekoj važnoj poziciji, da poremeti odnose među drugim ljudima i da sve krene nizbrdo. Kad se nađem u takvoj situaciji, često se sjetim Jeffreya Treichela iz Kolektive i njegovog savjeta za brzo rastuće tvrtke: “Zapošljavajte brzo, otpuštajte još brže.”*

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Davor: *Presudna točka bila je rad za Napster gdje sam vidio da se mogu uspješno nositi s najboljima iz Silikonske doline. Samopouzdanje koje sam time stekao omogućilo mi je da 2008. godine s Joškom Oršulićem osnujem Drap s idejom da se bavimo marketingom na Facebooku, nekoliko godina prije nego li je Facebook postao popularan.*

Danas nemam nikakvih problema s time da se krenem baviti nečim u što vjerujem, čak i kad sam i sam svjestan da je ideja prije svog vremena. Upravo pokrećem novu agenciju koja će se baviti produkcijom video sadržaja za online kanale, prije svega YouTube, s Ivanom Šarićem. Opet smo pioniri koji su vjerojatno koju godinu ispred svog vremena, ali iskustvo mi govori da se isplati biti prvi.

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Davor: Na kraju dana, brojim uspjehe, a neuspjehe zaboravljam. Da biste uspjeli, morate biti spremni i na neuspjehe. Kad kažem spremni, tada mislim da će ih biti i da ćete se morati nositi s njima. Preuzeti rizik zapravo znači da ste spremni otrpiti neku količinu udaraca koji će sigurno doći. Moja biografija izgleda super kad je čitate, ali to je samo zato što u njoj pišu samo uspjesi. Ovo drugo sam zaboravio.

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Davor: Po prirodi sam veliki optimist i uvijek vjerujem u uspjeh onoga što radim. Ponekad se razočaram, ali vrlo brzo nađem neku novu priliku i neki novi cilj koji me tjera da idem dalje.

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Davor: Sutra je novi dan.

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Davor: Moj savjet svima jest da rade ono što ih čini sretnima. Na kraju dana, bolje je svaki dan biti sretan jer radite ono što volite, nego cijeli život provesti u grču ne biste li možda ipak nešto zaradili. Uspjeh i novac ionako najčešće dođu ljudima koji svoj posao rade iz ljubavi.

Business Café: Jeste li sretni?

Davor: Da

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Davor: *Meni je zapravo gušt raditi. Stalno smišljam neke nove projekte jer me to veseli. Ne bih nikada mogao raditi u banci ili kao konzultant, užitek mi je kad od neke svoje ideje napravim nešto konkretno. Npr., Drap je nastao zato da bih mogao realizirati ideju o Facebook igri Životinjsko carstvo. Cilj nije bio napraviti digitalnu agenciju kakva je Drap sada, cilj u tom trenutku je bio napraviti igru koju će masovno ljudi igrati. Nakon tog uspjeha nastavili smo se dalje razvijati i postali jedna od vodećih digitalnih agencija u Hrvatskoj, ali to nam nije bio cilj na početku. Na samom startu samo smo željeli realizirati ideju koja nam se učinila zabavnom.*

MANUELA ŠOLA, vlasnica PR agencije Abrakadabra, suvlasnica PING PONG komunikacije

Business Café: Zašto ste odlučili krenuti u poduzetništvo?

Manuela: *Teško mi je uopće i odgovoriti na pitanje i reći da sam se „odlučila“ na poduzetništvo. Bolje je reći da mi se dogodilo. Kao dijete često sam gledala roditelje kako rade dan i noć, mamu koja je imala jednu životnu fazu kao poduzetnica kada je radila pet godina bez dana slobodnog, uključujući svaki vikend i praznik. To sam gledala i mislila – ja tako neću nikad. No, baš kad kažeš da nešto sigurno nećeš, e onda prije ili kasnije sigurno hoćeš. Meni se poduzetništvo dogodilo jer se nisam mogla odlučiti želim li raditi u korporaciji ili u manjoj kompaniji – pa je iz te neodlučnosti nastala odlučnost za vlastitom firmom. I upravo zbog toga što sam tada imala 25 godina, vjerujem da sam se upustila u to. U to doba nemate dovoljno znanja i iskustva, ali imate hrabrosti, neustrašivosti, strasti i ludila koje je nužno potrebno. Kako kaže ona stara uzrečica: „Što zna dijete što je 100 kila, digni i nosi“ e tako i to, ne znate u što se upuštate, samo krenete i idete kroz to.*

Business Café: Kako ste točno krenuli?

Manuela: *Prije točno deset godina odlučila sam otvoriti agenciju za event management (organizaciju događaja). Budući da su meni eventovi uvijek predstavljali čaroliju i magiju tako je nastalo i ime Abrakadabra. Krenula sam od nule – radila sam godinu dana od doma, početni kapital bio mi je nula kuna doslovno, i krenula. I spletom okolnosti dobila sam odmah jedan veliki posao za koji mi ni danas nije jasno kako sam ga uspjela odraditi sama. Nakon godinu dana rada unajmila sam prvi mali ured, našla suradnike, zaposlenike i krenuli smo u avanturu koja to još uvijek je.*

Kolega Krešimir Dominić, koji mi je i danas kolega u agenciji Abrakadabra, ali i partner u agenciji Ping Pong koju smo osnovali zajedno s kolegama Markom Galićem i Hrvojem Markešićem, i ja godinama smo radili dananoćno, dobivali manje poslove, rasli polako i širili se. Prijelomni trenutak dogodio se kada smo dobili prvog velikog inozemnog klijenta, a onda su kasnije uslijedili i Nokia, PG, Tele2, i ostali klijenti za koje radimo sada već dugi niz godina. Abrakadabra je nakon nekoliko godina postala etablirana PR agencija (agencija za odnose s javnošću) u Hrvatskoj, a danas smo to i u regiji. U svakoj fazi razvoja imamo svoje izazove, učenja, pogreške, veselja, ali je svaka faza razvojna i za naše agencije i za nas osobno.

Business Café: Koje ste (početničke) pogreške napravili i još puno važnije, što ste iz njih naučili?

Manuela: Sigurno sam ih napravila puno, nekih sam bila svjesna odmah, nekih puno kasnije. Pogreške u to doba početaka bile su zapravo bezazlenije nego što bi to bilo danas. U ovoj fazi razvoja kompanije puno više pazim i odluke ne donosim tako brzo kako sam ih donosila prije, što zbog iskustva i znanja, ali i zbog odgovornosti koju osjećam i prema sebi i prema timu ljudi s kojima radim.

Business Café: Koja je točka na Vašem poslovnom putu bila presudna za Vaš uzlet i kako firma danas posluje?

Manuela: Do sada smo imali nekoliko prijelomnih točaka razvoja. Prva točka je bila kada smo proširili djelatnost kojom se bavimo i iz event management agencije prerasli u PR agenciju koja pruža i event management usluge. S tim preokretom dobili smo velik broj klijenata i uspješnije smo prebrodili početak krize nego što bi to bilo da smo ostali event management agencija. Druga bitna faza za Abrakadabru izlazak je na regionalno tržište i pozicioniranje naše uloge s jakim uredima u Zagrebu i Beogradu. Treća značajna faza brzo je usvajanje novih komunikacijskih trendova, otvaranje specijalizirane agencije za društvene medije, Ping pong i pružanje usluga iz područja komunikacija u skladu s najnovijim svjetskim trendovima.

Business Café: Koji je Vaš tajni sastojak/recept za uspjeh, odnosno koja je tajna Vašeg uspjeha?

Manuela: Ja sam oduvijek vjerovala u puno rada i malo sreće. U tom omjeru.

Business Café: Koji je Vaš životni moto – neka rečenica, misao vodilja što vas drži u trenucima kad je Vama teško pa se toga sjetite i podignete se?

Manuela: Činjenica da je to moj odabir, i da dokle god želim, sve mogu, a još uvijek želim.

Business Café: Koji je najbolji poslovni savjet koji ste dobili?

Manuela: *Dobila sam puno poslovnih savjeta, ali možda ono čega se uvijek sjetim i pitam se jesam li sretna u tome i dokle god je odgovor da, na dobrom sam putu.*

Business Café: Što biste poručili ljudima koji danas razmišljaju bi li krenuli u vlastiti biznis ili ga možda imaju pa su na nekoj točki zaokreta i žele odustati. Što mislite da je ključno za uspjeh u poduzetništvu u Hrvatskoj? Koji je najbolji poslovni savjet koji biste dali?

Manuela: *Ja ne potičem tako lako druge na poduzetništvo jer vjerujem da čovjek u poduzetništvu dobije puno toga ali i da nužno dosta toga izgubi te da je to naprosto stvar prioriteta. Ja svoj izbor ne bih mijenjala i mislim da je za mene bio ispravan u tom trenutku, no to ne znači da svatko treba ići tim putem.*

Business Café: Jeste li sretni?

Manuela: *Pitam se to svaki dan i većinu dana odgovor je da jesam.*

Business Café: Što Vas danas motivira – kad ste manje-više financijski slobodni?

Manuela: *Nikad me nije motivirao novac – ni kada sam ga imala, ni kada ga nisam imala. Novac je posljedica. Ali motivaciju pronalazim uvijek u projektima, klijentima, u razvoju suradnika i kolega i kolegica iz ureda. Motivira me razvoj Abrakadabre i put kojim ide.*

Dodatak: Sažetak rezultata istraživanja časopisa Poslovni savjetnik – Percepcija poduzetnika u Hrvatskoj, lipanj 2013.

Rezultati su očekivano pokazali da Hrvati imaju lošu percepciju o poduzetništvu no u odnosu na protekle godine ipak više cijene i žene i muškarce koji se odvažavaju krenuti tim putem i uspiju.

Za trećinu ljudi poduzetnik je pozitivac, čak svaka druga osoba misli da poduzetnik puno radi, hrabar, riskira i da je ambiciozan, a samo 10 % ljudi misli da su poduzetnici lopovi.

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

87 % smatra da u Hrvatskoj vlada antipoduzetnička klima i 85 % da mediji ne podržavaju dobre primjere, već izvještavaju loše priče u većoj mjeri i time podržavaju i grade lošu sliku o poduzetnicima. Isto tako većina ljudi misli da je danas teže krenuti nego prije 10, 20 godina unatoč poticajima i dostupnim znanjima i novim tehnologijama i tržištima.

Ipak, dvije trećine Hrvata smatra da se može uspjeti usprkos svemu, a njih 20 % njih misli da moraš biti lud da pokreneš vlastiti biznis u Hrvatskoj.

Ono što ljude brine je percepcija problema s naplatom, velikih davanja, ogromne birokracije.

Zaključak

Vjerujem da su priče ovih ljudi pokazale da se može uspjeti i u Hrvatskoj, bez obzira na spol, dob i djelatnost kojom se bavimo, kao i vremena u kojima živimo.

Ove priče samo su dio mnogobrojnih sudbina. Bezbroj je poduzetnika koji imaju puno više novaca od ovih u knjizi, a koji nisu eksponirani u javnosti. Razgovarala sam i s takvima. Ista pravila vrijede, na isti način razmišljaju. Oni su za okolinu “ludi, i čudni”, oni su optimisti, znaju s ljudima, vole davati, teško ih je pokolebati i zaustaviti, oni žive svoj san, uživaju u stvaranju nečega iz ničega, žele ostaviti trag, pritom se zabavljaju, rade ono što vole, jednostavno uživaju u životu punim plućima.

Pravila igre su jednaka za sve. Za sve nas dan traje 24 sata. Pitanje je samo što želimo u životu? Želimo li igrati tu igru?

Nije sve za svakoga.

Ipak razmislite, što će se dogoditi ako pokušate ostvariti svoje snove? A što ćete sve propustiti ako nikada ne pokušate?

Što god odlučite, budite sretni i svoji.

Sretan put i dobar provod! I ne zaboravite drugima otvoriti koja vrata putem.

Kristina

O autorici:



Kristina Ercegović rođena je 8. veljače 1976. u Zagrebu. Diplomirala je marketing 1998. na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu i 2008. završila Executive MBA u poslovnoj školi Cotrugli. Završila je 2010. NLP Leadership Akademiju, a 2013. i NLP majstorski te Advanced Program in Business.

Osnovala je Herakleu 2002., prvu agenciju u Hrvatskoj specijaliziranu za mystery shopping u sklopu koje je pokrenula i niz inovativnih projekata poput Mystery shopping dana, zatim dodjelu Nagrade za posvećenost kvaliteti usluge te Heraklea Customer Service Akademiju. Herakleu je prodala u ožujku 2012.

Od 2010. vodi vlastitu tvrtku Zaokret u sklopu koje projektom Business Cafea educira i umrežava male poduzetnike, redoviti je predavač na Radilica Kontakt Centar Akademiji, piše Zaokret blog, članke i čest je gost predavač na konferencijama i fakultetskim predavanjima. Aktivna je članica i mentorica u Udruzi mladih menadžera YES. Bila je i članica Hrvatske udruge poslovnih anđela (CRANE).

Osnovala je 2013. svoje treće poduzeće Milda d.o.o. za privatno umrežavanje ljudi.

Uz Veronicu Karlsson koautorica je prve stručne knjige o mystery shoppingu na svijetu, naziva *Measuring Management and The Moment of Truth*, a sa Sašom Petrom napisala je knjigu – *Tajna nestalog kupca*.

Dvaput je dobila MSPA Europe PR and Marketing Award, nagradu za najuspješnije promoviranje *mystery shoppinga* u Europi u 2004. i 2005. godini.

Dobila je CROMINU nagradu za najboljeg menadžera 2007. godine u kategoriji mladi menadžer kao prva žena u toj kategoriji i najmlađi menadžer, a u svibnju 2008. dobila je MSPA Hall of Fame Award, priznanje za uspješno promoviranje mystery shoppinga u Jugoistočnoj Europi. Bila je i nominirana za Ženu godine u organizaciji časopisa Zaposlena 2009. godine.

Prije pokretanja Heraklee radila je četiri i pol godine u Plivi, od čega godinu dana u Poljskoj i Češkoj.

Autorica ovom knjigom mijenja percepciju uspjeha na našim prostorima. Znanje, kreativnost, komunikacija, hrabrost, odlike su junaka ove knjige, koje će potaknuti čitatelja da preispita svoje vještine i krene u nove izazove.

Vesna Trnokop -Tanta, potpredsjednica HGK-a za gospodarstvo, europske integracije i pitanja EU-a

Kristina je pravi primjer poduzetnika. Uspjela je prenijeti svoje poduzetničko i životno iskustvo kao i iskustva svojih kolega i prijatelja i pretočiti to u ovu knjigu te nadam se potakla barem jednog novog poduzetnika da krene u poslovni poduhvat.

Mihovil Barančić, predsjednik CRANE-a, Hrvatske mreže poslovnih anđela i suosnivač Zagrebačkog inkubatora poduzetništva

Rizično je biti poduzetnik. Knjiga Sam svoj gazda svima nam daje dodatni poticaj na tom putu. Veoma inspirativna, istovremeno obiluje nizom konkretnih informacija i savjeta. Svakako nezaobilazno štivo za svakog poduzetnika i onog koji to želi postati.

Petar Lovrić, predsjednik Udruge malih i srednjih poduzetnika pri HUP-u