

MIRJANA PRLJEVIĆ

# Ključ uspeha za sopstveni biznis

Kao krunu desetogodišnjeg rada na mestu savetnika firmi za strateško pozicioniranje, ova Beograđanka koja trenutno živi i radi u Parizu izdala je svoj prvenac, korisno štivo za svakog ko ozbiljno razmišlja o uspehu, a posebno o razvoju sopstvenog biznisa ili brenda. Osnovna načela predstavila je Cosmu...



## Definišite ciljeve

Pozicioniranje nije ono što ste vi uradili za vaš proizvod, već ono što ste učinili za potrošačevu svest u odnosu na poimanje vašeg proizvoda. U to ime, morate prvo definisati svoj cilj poslovanja koji mora biti realan, merljiv, izazovan, ambiciozno postavljen i iznad svega dostižan u određenom roku. Pola posla je tada urađeno, jer vi znate gde želite da stignete. Ostaje sad da to uspešno saopštite i drugima.

## Odredite strategiju

Strategija se odnosi na definisanje načina i sredstava kojima bi se ciljevi postizali. Od osnovne važnosti jeste poznavanje mogućnosti vas samih i vaše organizacije. Strategija

pozicioniranja podrazumeva objedinjavanje strategije diferenciranja i strategije segmentiranja, odnosno kako da pronađete pravi način da odabranoj ciljnoj grupi ponudite jedinstveni paket ponude.

## Istražite sve što možete

Ovo je ključna aktivnost na koju treba da obratite pažnju. Bez znanja šta se dešava na tržištu nećete moći uspešno odrediti ni gde bi trebalo da bude vaše mesto. Ovde obavezno naučite da pravite razliku između termina „podaci“ i „informacije“. Podaci su u osnovi sirov materijal za istraživanje tržišta, dok je informacije najbolje odrediti kao nešto što kod primaoca umanjuje ne-

sigurnost u nešto. Samo se prikupljanjem praktičnih informacija sumnje mogu svesti na minimum i postaviti praktični i efikasni planovi za budućnost poslovanja.

## Formula 3x3

Ona označava precizno definisanje (1) Marketinškog Paketa Ponude, odnosno njegovih elemenata: proizvod+cena+promocija+distribucija+politika+javno mišljenje+personaliti, (2) Jedinstvenog Prodajnog Predloga i (3) POS, „point of sale“ materijal. Kao kod pazlovanja kada se u kutiji u kojoj se nalaze pazle nalazi i slika koju treba da oformite, tako i kod strateškog pozicioniranja, kad definišete sliku koju

želite da uputite ka svesti potrošača, klijenata, poslovnih partnera, krenite u formiranje paketa ponude kojima ćete tu sliku učiniti vidljivom, prepoznatljivom i jedinstvenom. Tada drugi neće moći lako da naruše vašu tržišnu poziciju.

## Pozicionirajte se

Svoja saznanja zasnivajte od početka na trima osnovama: edukaciji, informaciji, motivaciji. Tako ćete uvek napredovati i vaš posao neće trpeti. Dugoročno uspešna pozicija na tržištu gradi se mudrim postavkama i pametnim pripremama, stalnim osluškivanjem tržišta i primenom inovativnih rešenja u poslovanju, i to od najsitnijih do krupnijih poslovnih zahvata.

## NEKOLIKO SAVETA KOJE SAM USVOJILA TOKOM SVOG RADA

Kada su međuljudski odnosi u pitanju, kineska mudrost:

- „Nijedan čovek nije tvoj prijatelj, nijedan čovek nije tvoj neprijatelj, svaki čovek je tvoj učitelj“, pomogla mi je da prihvatim druge samo u pozitivnom svetlu, da zaboravim na sujetu i mudrije pozicioniram samu sebe.
- Kako posao sačinjavaju susreti sa drugima, saradnja sa partnerima i kolegama, vi morate svaki put zauzeti lični stav u odnosu na njih, a reči našeg Ave Doroteja:

„Kriv lenjir i ono što je pravo meri krivim“, opominju i upućuju na tom putu.

- Formula uspeha u biznisu za mene je samo jedna i jedina: „Prvo rad, drugo rad i treće rad“! A onda vas i sreća pogleda, sigurna sam...

- I za kraj, reči Ive Andrića koje vode ka poziciji najboljeg: „Sreća sveta zida se iz svake duše čovečije“! Volite one sa kojima radite, volite ono što radite i radite ono što volite!