

JERNEJ PIRC, NACIONALNI DIREKTOR POSLOVNE MREŽE BNI ADRIA

Umrežavanje poduzetnika nije sprint nego je maraton!

*BNI se temelji na našoj filozofiji Givers Gain®
- Tko daje, taj dobiva *Čvrsto sam uvjeren da bi svaki poduzetnik trebao biti profesionalan, pozitivan, predan i proaktivan

Rođen sam u Ljubljani prije 43 godine i još uvijek živim u rodnom kraju iako sam privatno i službeno puno putovao i radio u inozemstvu. Nakon završetka gimnazije studirao sam matematiku i završio program „Primijenjena matematika“, ali me više interesirao posao i rad s ljudima pa sam nastavio na ekonomskom fakultetu gdje sam završio magisterij iz ekonomije. Već za vrijeme studiranja bavio sam se poslom (izradio sam program za vođenje groblja i sam sam ga prodavao po općinama u Sloveniji) i drago mi je bilo, da sam mogao odmah nakon školovanja raditi u veoma uspješnoj firmi na području telekomunikacija. Brzo sam postao voditelj prodaje za Bliski istok, to mi je otvorilo po-

gled u svijet i rad u B2B segmentu. Mislim, da je to za mene bilo stvarno izvanredno iskustvo, drago mi je da sam imao mogućnost već na početku svoje karijere raditi u takvoj zahtjevnoj službi i na toliko zahtjevnoj geografskoj regiji. Poslije pet godina rada mijenjao sam industriju i radio kao komercijalni direktor, a kasnije savjetnik uprave u FMGC industriji gdje sam dobio iskustva s radom u B2C segmentu. Nakon toga sam otvorio svoju firmu koja se trebala baviti povezivanjem poduzeća između Europe i Bliskog Istoka, ali sam bio neuspješan. Poslije par godina rada preuzeo sam novi izazov i postao voditelj kabineta predsjednika uprave najveće slovenske privatne financijske korporacije. Ipak, kada jed-



Zašto je BNI danas daleko najuspješnija organizacija ove vrste na svijetu?

BNI postoji već skoro 35 godina i djeluje u skoro 80 država svijeta. Naša mreža raste svaku godinu bez iznimke. Razlog? Sigurno su glavni razlog baš naše vrijednosti o kojima ne samo pričamo nego ih stvarno živimo. Međusobna pomoć („Tko daje, dobiva“), međusobni odnosi, cjeloživotno učenje, tradicija i inovacije, pozitivnost, odgovornost i priznanje su naše vrijednosti koje mi i naši članovi živimo ne samo kada smo zajedno u našim grupama nego ih širimo i dalje - kod naših obitelji, prijatelja, partnera i drugih.

Mi imamo jasna pravila našega djelovanja i djelovanja naših članova. Pravilnik članstva uključuje i etički kodeks i svaki član koji krši naš etički kodeks je isključen. Mislim da u našem poslovnom svijetu manjka etike i etičkog djelovanja. Zbog toga i mislim da ne samo BNI članovi nego i svi poduzetnici bi trebali raditi po visokim etičkim standardima koji su, mislim, uvjet za dugoročni uspjeh i kvalitetniji razvoj poduzetništva!

nom iskusiš poduzetništvo teško radiš za druge i zbog toga sam krajem 2009. g. odlučio sa suprugom preuzeti master franšizu za BNI Adria države.“

Povod ovog našeg intervjua je Vaš rad u BNI (Business Network International), najvećoj međunarodnoj organizaciji na svijetu za poslovno i poduzetničko umrežavanje. Što je to BNI, predstavite organizaciju?

BNI je najveća međunarodna organizacija za poduzetničko povezivanje i suradnju. Glavna svrha članstva

KONTAKT: BNI Adria d.o.o.
www.bni-croatia.com
info@bni-croatia.com

je da naši članovi kroz osobna preporučivanja pomažu doći do novih klijenata. BNI se temelji na našoj filozofiji Givers Gain® - Tko daje, taj dobiva. To znači, ako ćete vi davati posao drugima, drugi će u zamjenu davati posao vama. Naša vrijednost je međusobna pomoć i to je mene najviše privuklo u BNI jer potičem iz obitelji gdje su mi majka i otac bili liječnici, isto i djed i njegov brat - znači živim s

vrijednošću međusobne pomoći već cijeli život. Stvarno vjerujem da ono što daješ i dobivaš. Možda ne od iste osobe. Možda ne uvijek. Ali stvarno sve dobro nam se uvijek negdje vrati.

Vi ste nacionalni direktor za poslovnu mrežu BNI Adria. Koga sve obuhvaća BNI Adria, na koji način i kojim principima ona funkcionira?

BNI Adria obuhvaća države biše Jugoslavije. Trenutno imamo grupe u Sloveniji, Hrvatskoj, Srbiji i Makedoniji. Već ove godine počinjemo s prvim koracima i u Bosni i Hercegovini, a slijedeće godine planiramo širenje u Crnoj Gori i na Kosovu. U Hrvatskoj razvijamo BNI u 4 regije: Zagreb Istok i Zapad, Slavoniji i Istri. Imamo više grupa u Zagrebu, jednu grupu u Osijeku i osnivamo dodatne nove grupe u Zagrebu, Slavonskom Brodu, Vinkovcima, Novigradu, Rijeci. Dodatno tražimo zainteresirane poduzetnike koje bi interesiralo da na taj način razvijaju svoje poslove i u Puli, Zadru, Šibeniku, Splitu, Čakovcu, Varaždinu i u drugim gradovima u Hrvatskoj. BNI se širi po potrebi - ako netko prepoznaje moć za povećanje svog posla u BNI i njegovo mjesto je već zauzeto u grupi ili živi u drugom gradu može sam izgraditi svoju, novu grupu. Naime jedna od važnih pravila naše organizacije je, da je u svakoj pojedinačnoj grupi samo po jedan predstavnik pojedine djelatnosti. U svakoj grupi imamo samo jednog računovođu, jednog arhitekta,

jednog tiskara i tako dalje. Zašto? Svrha članstva je međusobno preporučivanje kada izgradimo međusobno povjerenje. Ako bi imali dva arhitekta u jednoj grupi i kada bi naišao na priliku da mogu kod svog prijatelja preporučiti arhitekta - kojeg bi preporučio? S tim pravilom izbjegavamo konflikte, a na drugoj strani kada se netko učlani dobije u grupi monopol jer će članovi preporučivati samo njega.

Iako odlično poznaju svoju djelatnost poduzetnici još uvijek nisu savladali sva pravila uspješnog poslovanja. Možete li, ukratko, nabrojati neka od ovih pravila?

Slažem se. Kako sam rekao, ne znaju i ne vole neka područja poslovanja, ali još je gore kada ne poslušaju pošteno. U tom smislu opet spominjem naš etički kodeks - kvalitetne usluge, dogovorene cijene, poštenje, dobro ime i povjerenje, odgovornost, pozitivnost - to su važne vrijednosti iz našeg etičkog kodeksa i to bih rekao da su pravila uspješnog poslovanja.

Biti profesionalan i poslovan je nužno, ali znam iz iskustva da mnogi to ne poštuju, čak na elementarnim stvarima. Rekli ste da nam fokus treba biti na 4P. Pojasnite nam ovo?

Spomenuo sam da sam prije BNI radio u nekim većim korporacijama i tamo su pravila jasna i svi ih trebaju poštivati. Kada sam ušao u poduzetništvo uvidio sam kako nisu svima



sva pravila poslovanja jasna i još manje da i oni koji ih poznaju ne poštuju ih sve. Kako bi se to mijenjalo smislio sam krilaticu 4P poduzetništvo. Čvrsto sam uvjeren da bi svaki poduzetnik trebao biti 1. profesionalan, 2. pozitivan, 3. predan i 4. proaktivan. Mislim da to stvarno obuhvaća toliko stvari da bi mogli reći da je 4P nužan i skoro dovoljan uvjet za uspjeh poduzetnika. Kako ste sami spomenuli i ja sam stavio profesionalnost na prvo mjesto. Profesionalnost ne znači samo stručnost (to je za mene pre-

duvjet svega!) nego i poslovnost - kako se radi posao (dođem na vrijeme, vratim poziv, uradim što kažem i slično). Pozitivnost sam stavio na drugo mjesto jer je veoma važno. Ali za mene pozitivnost nije da se samo smijemo i se pravimo da nema problema. Suprotno. Pozitivnost znači da smo svjesni da imamo svi svojih problema, ali da ...

BNI podaci govore da se 98% kompanija oslanja na stjecanje novih klijenata pomoću preporuka. Ali,

Iznenadio me podatak da u SAD 40% poduzetnika propadne u prvoj godini, u Sloveniji pak samo 65% poduzetnika preživi prvih 5 godina. Zašto je to tako? Kakva je situacija u našoj regiji, koja je uloga BNI Adria?

Odlično pitanje. Meni je isto bilo to fascinantno i pročitao sam kasnije jednu odličnu knjigu i slušao sam autora te knjige na jednoj od naših BNI konferencija baš na tu temu. Gospodin Michael Gerber u knjizi E-myth govori o tome da najviše puta poduzetnik ulazi u poduzetništvo jer mu se sviđa i ima strast za tim što radi - recimo voli dizajn i radio kao grafički dizajner. Ali kada postane poduzetnik i posao mu se počne širiti, nije dovoljno da samo dobro obavlja svoj stručni rad nego treba raditi i druge stvari - financije, administraciju, zapošljavanje i rad s timom, marketing i prodaju... I dogodi se da poduzetnik nema ni iskustva, ni znanja, niti ne voli sve to raditi i zbog toga ne može više rasti, odnosno zatvore firmu.



problem je što samo 3% kompanija ima razvijen sustav za generiranje biznisa tom metodom. Razvili ste univerzalni sistem?

Da, točno je kako ste rekli. Poduzeća očekuju da dobijaju nove klijente putem osobnih preporuka (engl. Business Referral), obično zadovoljnih klijenata. Također poduzetnici, odnosno pogotovo mali poduzetnici koji nemaju velikih budžeta za oglašavanje, očekuju i dobivaju nove klijente putem preporuka. Naime, znamo da s klijentima koji dođu do nas putem preporuka lakše sklopimo posao, obično s njima imamo manje reklamacija i najvažnije obično su nam takvi klijenti lojalniji i duže ostaju s nama. Zbog svega toga svi smo svjesni kako su nam važni zadovoljni klijenti koji nam donose nove klijente. Ali to nije jedini kanal kojim bi poduzetnik došao do novih klijenata putem preporuka. Nisu samo zadovoljni klijenti vaš izvor preporuka i novih klijenata. Naime mogao bi svaki poduzetnik razviti svoj sistem dobivanja preporuka, ali za to trebate znanje, novac i vrijeme - i puno toga.

BNI je sistem dobivanja novih klijenata putem osobnih preporuka kojeg dobiju poduzetnici koji se uključe u naše udruženje poduzetnika. I da, u nekom smislu mogli bismo reći kako je to univerzalni sistem za svakog poduzetnika koji vidi sebe u takvoj po-

duzetničkoj grupi u aktivnoj ulozi.

Imate li podatke o tome koje efekte na gospodarstvo ima BNI sustav?

Jedna od važnijih stvari u BNI je praćenje aktivnosti naših članova. U pojedinačnoj grupi pratimo koliko su članovi razmijenili poslovnih preporuka i koliko poslova su s time dobili. Statistika za prošlih 12 mjeseci pokazuje da su članovi globalno razmijenili više od 13 milijardi USD neto novih poslova. U našoj regiji više od 10 milijuna eura samo u prošlih 12 mjeseci, a od početka našeg razvoja BNI u Adria regiji već skoro 40 milijuna eura kao rezultat od skoro 100.000 poslovnih prilika. Kako vidite broj poslova brzo se povećava i naš cilj je da naši članovi za 5 godina u Adria regiji ostvare više od 300 milijuna eura godišnje! I to je utjecaj na lokalno gospodarstvo. S time stvaramo uspješnije poduzetnike, koji zapošljavaju više ljudi i stvaraju više zadovoljnih ljudi i obitelji.

Kada se pojavila ekonomska kriza mnogi poduzetnici su očekivali rješenje od politike. Rekli ste da ona ipak nije znala pronaći izlaz iz krize. Što ustvari politika treba napraviti kako bi olakšala poslovanje, izlazak iz krize ne može se dogoditi sam od sebe?

Veoma dobro se sjećam kada je Oba-



5. BNI konferencija, svibanj 2017 - pogled na punu dvoranu



ma u Americi preuzeo prvi mandat kako je istaknuo da mala poduzeća imaju značajan utjecaj na izlazak iz krize i kako će u SAD uraditi sve da bi im pomogli kod njihovog lakšeg razvoja i rada. No, kod njih ipak vidimo da se puno promijenilo i nije im trebalo dugo da se stanje u gospodarstvu poboljša. Vidimo da se dogodilo slično i drugdje u razvijenom svijetu (s nekim izuzecima), ali ne i kod nas. Ipak demokracija je nešto novo u na-

šoj regiji, isto važi i za poduzetništvo. Politika nema dovoljnog fokusa za pomoć poduzetnicima jer ne razumiju da možda SME ne donose veliki dio u BDP, ali ipak zapošljavaju puno i imaju velik utjecaj na gospodarstvo. Na kraju krajeva i na klimu među ljudima. Ako mali poslovi rade dobro to se osjeća kod svih. Rekao bi da SME značajno stvaraju klimu u državi. Zna se što treba uraditi politika kako bi dala podršku poduzetništvu - recimo

Mnogi misle kako je dovoljno dati nekome posjetnicu (vizit kartu) i sve je riješeno. Na prvom mjestu je njihov biznis, sugovornika čak ni ne slušaju. Posjetnicu treba znati upotrijebiti?

Umrežavanje nije sprint nego je maraton. Umrežavanje je izgradnja međusobnih odnosa i za to treba vremena. Nitko ne sklopi posao odmah kada dobije ponudu. Treba biti uvjeren da ono što mu prodavač obećava bude i isporučeno.

Isto važi kod umrežavanja. Nije dovoljno da smo samo vidljivi - da drugi imaju našu vizit kartu, nego trebamo izgraditi i svoju kredibilnost - kako bi drugi bili uvjereni da ono što govorimo i radimo, radimo dobro. Tek kada drugi imaju u nas povjerenje i znaju što radimo i kakve klijente tražimo, tek tada budu spremni da nas preporučuju.

U tom smislu umrežavanje je više kmetovanje nego lov. Na engleskom ima riječ „Networking nomads“ - to su ljudi koji idu od događaja do događaja i dijele vizit karte misleći da rade umrežavanje. Da, vjerojatno dobiju i neke nove klijente, ali to nije to umrežavanje, mogli bi biti puno efikasniji kada bi to radili na pravi način.

Manje obećanja, više djela...

Postoji nešto što bi politika mogla uraditi bez puno potresa, ali možda ni ne znaju da bi to mogli i kakav utjecaj bi to imalo na sve nas, a pogotovo na razvoj poduzetništva. To je da manje obećavaju, a više toga da urade. Lako je pričati što sve treba uraditi, ali ako onda i pola toga ne urade ljudi su nezadovoljni. Ako bi u politici manje obećavali, a više uradili ono što su obećali svi bi mi bili zadovoljniji, a na kraju i oni jer bi ponovno pobijedili na izborima. Znači negdje treba početi, neka uredi nešto, jednu stvar za svaki segment u državi čiji su važan dio i poduzetnici. Mogli bi se prvo fokusirati na one koji ne plaćaju poreze ili ga izbjegavaju na nelegalne načine (znaju oni tko su to - poneki baš i veliki igrači u državama). Naime, znamo koliko je izgubljenog novca u tome i koliko to velik utjecaj ima na visinu različitih poreza koji stvarno guše poduzetnike i sprečavaju daljnji razvoj i rast poduzetništva.

u Sloveniji Privredna komora Slovenije GZS ima već i program, ali čini se da se politika više bavi svojim životom nego s onim zbog čega i dobivaju plaću - životom svih nas.

Pokrenuli smo projekt „Biti Bolji-Be Better“, namijenjen učenicima i studentima. Želimo im putem zanimljivih gostiju omogućiti edukaciju o osnovnim kompetencijama koje mora imati mlad čovjek (financijska pismenost, digitalna i medijska pismenost, STEM zanimanja, kultura, glazba, književnost...) Postoji li mogućnost da na jesen ili iduće godine budete gost neke od škola u Hrvatskoj/Slavoniji?

Da, apsolutno možete računati na mene. Mislim da je to dobar primjer društveno odgovornog rada i čvrsto vjerujem u značaj toga. Mene osobno je važno da što više poduzetnika i ljudi uopće bude svjesno važnosti poslovnog umrežavanja. Da upoznaju važnost međusobne suradnje i međusobne pomoći.



I možda na kraju nešto o meni osobno. Moj djed i otac su radili u cijeloj Jugoslaviji i nekako sam i ja sentimentalno vezan za ovu regiju. Baš nam je to bila vizija kada smo počeli s BNI u Adria regiji, da poduzetnici u našim državama opet surađuju više i međusobno si pomognu do više poslova i do boljih

života. Drago mi je da već vidim naše članove iz različitih država u našoj Adria regiji koji se povezuju, surađuju i međusobno si pomažu. Kada nas bude još više, kada bismo surađivali još bolje imat ćemo utjecaj ne samo na nas, naše zaposlenike i naše obitelji i prijatelje nego i šire. BNI pomaže poduzetnici-

ma doći do novih poslova i pokazuje da ima mogućnost da se rade poslovi i na drugi način. BNI mijenja način kako se radi posao i mijenja naše živote. Mislim da stvarno imamo veoma pozitivan utjecaj na društvo i to je moja najveća motivacija da radim to što radim!

Vladimir Mihajlović



DIZALA-DURČEVIĆ

📍 J. J. Strossmayera 43, Virovitica

☎ 033 731-008

☎ 098 722-922

✉ dizala-djurcevic@vt.t-com.hr

🌐 www.dizala-djurcevic.hr




**SERVIS,
REKONSTRUKCIJA,
MONTAŽA DIZALA I
PLATFORMI**



**20
GODINA
DIZALA-DURČEVIĆ**



STROJOBRAVARSKO-LIMARSKI OBRT

RAJKOVIĆ

VI. Jure Rajković, Vinkovci, Brčanska 7
Tel. 032/363-131, Mob. 098/414 245, 098/652-253



**-Ručno i strojno oblikovanje metala
 -Izrada i montaža kovanih kapija
 -Izrada stubišnih i balkonskih ograda
 -Izrada ukrasnih elemenata po narudžbi
 -Izrada ostale bravarije po narudžbi**




www.bravarija-rajkovic.hr
 rajkovic.bravarija@windowslive.com
 info@bravarija-rajkovic.hr