

Ukoliko i na jedno pitanje odgovore s „ne“, imaju razloga za preispitivanje strategije razvoja tvrtke.

1. Tvrtka ima definirani proces rješavanja problema koje javljaju kupci.

2. Neprestano provjeravate poslovanju u potrazi za nepotrebnim aktivnostima u materijalnom, financijskom, proizvodnom i prodajnom procesu, i rješavate ih se.

3. Uravnotežili ste efikasnost kapitala između današnjih potreba i dugoročnog rasta. Imate dobru ravnotežu u financiranju dnevnih obveza i dugoročnog ulaganja.

4. Definiran je proces za stvaranje, lansiranje i razvijanje novih proizvoda i usluga.

5. Jasno ste definirali ciljeve rasta i investirate u osoblje i procese potrebe da ostvarite te ciljeve.

Iskrena briga za djelatnike, ali podjednako i za rezultate stvarni su temelji na kojima manager gradi svoj osobni kredibilitet. Sa suradnicima je ponekad teško izići na kraj. Natjecanje, zavist i osobno isticanje prečesto dovode do problema u odnosima. No kad je manager timski igrač onda uvijek pomaže svojim suradnicima u ostvarivanju njihovih zadataka.

Jedna od najvećih frustracija u čovjekovu životu jesu neostvarena očekivanja u ponašanju drugih ljudi. Manageri se često pitaju zašto se njihova djeca, žene (ili muževi), djelatnici, klijenti, prijatelji itd. ne ponašaju, razmišljaju ili osjećaju na način na koji oni misle da bi trebali. Zašto ti isti ljudi rade, misle i osjećaju na svoj, a ne na način na koji oni to rade?

Uloga managera je da motivira druge ljude, znajući da je stvar-

na motivacija dvosmjernan proces. Kada vjerujemo da možemo motivirati druge ljude pretpostavljamo da smo u stanju nagnati ih da učine ono što od njih očekujemo. Naša je uloga stvaranje sredine u kojoj ljudi žele biti te odnosa i uvjeta rada koji im odgovaraju kako bi dali svoje najbolje rezultate.

Ako promatramo dva tradicionalna motivacijska čimbenika - strah i nagradu - uvidjet ćete da su zasnovani na istoj filozofiji. Uspješni su samo ako je osoba dovoljno pripremljena da strah ili nagrada mogu djelovati. Na primjer, ako se manager služi metodom zastrašivanja zaposlenika, recimo prijetnjom gubitka posla, kako će ih pridobiti da bolje rade. U slučaju krize unutar tvrtke, koja nije izazvana krizom na tržištu, zaposlenici mogu reći: „Ne trebam vaš

posao. Ja sam talentiran i vrijedan pojedinac i zato odlazim“, pa prijetnja managera postaje beskorisna i kontraproduktivna.

Strah i nagrada kao čimbenici motivacije djeluju samo onda ako se osoba ili grupa koju manager pokušava motivirati brine ili se zanima samo kako izbjeći prijetnju kaznom ili kako dobiti nagradu. Takvi motivacijski čimbenici su, dugoročno gledajući, više negativni nego pozitivni, jer čak i motivacija nagrađivanjem može imati negativne posljedice. Ako neko bude nagrađen (na primjer, bonusom) za loše obavljen posao, što će tražiti da taj posao obavi dobro?

U sljedećem broj govorit ćemo o uobičajenim zamkama motivacije te pristupu grupama zaposlenika.

I RIJEČI I DJELA ZA POSLOVNE KORISNIKE

Niske cijene, odlična korisnička podrška, potpuna kontrola troškova i pun spektar mobilnih usluga koje za optimizaciju poslovanja trebaju današnje moderne tvrtke, sve to nudi Tele2.

promo

Poslovne korisnike nedavno je Tele2 iznenadio svojom recesijskom ponudom – tarifnim portfeljom koji nudi najveću vrijednost za novac, a na najbolje cijene Tele2 je dodao i nove pogodnosti u svojoj ponudi. Od sada poslovni korisnici mogu koristiti fiksno-mobilna VPN rješenja i pouzdane funkcionalnosti koje tvrtkama u ovo doba uštede nad svakom mogućom stavkom nude kontrolu nad troškovima. Povrh svega toga Tele2 sada na promotivnoj ponudi nudi i 30 popusta na svoje Unlimited Business tarife. Upravo ta recesijska ponuda zadovoljava sve komunikacijske potrebe malih i srednjih tvrtki na hrvatskom tržištu.

Tele2 se na tržištu privatnih korisnika već dokazao kao pružatelj najveće vrijednosti za novac - svojim korisnicima nude „i ovce i novce“, niske cijene i kvalitetne usluge. Na tržištu poslovnih korisnika Tele2 je niskim cijenama i kvaliteti pridodao i novu dimenziju, odličnu korisničku podršku koja svakoj tvrtki, neovisno o broju mobilnih linija, pruža kraljevski tretman te Tele2 sada svojim poslovnim korisnicima nudi „i riječi i djela“.



I prije predstavljanja VPN rješenja i funkcionalnosti za kontrolu, poslovni su korisnici svakog mjeseca u prosjeku štedjeli 30 posto na svojim mobilnim telekomunikacijskim uslugama prelaskom na Tele2 mrežu.

Tele2 poslovni tarifni portfelj čine Unlimited Business, Knock-out, Revolucija te Super business tarife. Upravo je na Unlimited tarifa Tele2 sada ponudio promociju od 30 posto popusta na mjesečnu naknadu. Tele2 tarife Unlimited Business među najpopularnijima su u Tele2 poslovnoj ponudi, s obzirom da ko-

risnicima za određen iznos mjesečne naknade nude paket besplatnih razgovora bez naknade za uspostavu poziva, sms poruka te podatkovnog prometa. Uz bogat tarifni portfolio, Tele2 nudi i bogat izbor najmodernijih smartphone-ova koji su poslovnim korisnicima dostupni već od 1 kunu. Poslovni korisnici mogu unutar svoje tvrtke kombinirati različite vrste tarifa, a svaka odgovara specifičnim potrebama, tako da uvijek pruža optimalan omjer glasovnih i podatkovnih usluga te sms-a prema najboljim cijenama.