



## Lakoća putovanja Lufthansa grupom

Uz pet izravnih povratnih letova za Frankfurt i München, od 28. ožujka Lufthansa uvodi i dodatni jutarnji let iz Zagreba prema Frankfurtu. Zrakoplov tipa Bombardier CRJ900, s dva motora i 84 sjedala, od Frankfurta će voziti sat i trideset minuta. Na taj način je putnicima omogućena odlična povezanost sa širokom mrežom destinacija Lufthanse, osobito u Europi i Sjevernoj Americi. Danas Lufthansa, s 5460 letova, uspješno povezuje više od 215 destinacija u 77 zemalja svijeta, a preko zračnih luka u Frankfurtu i Münchenu, izvrsno je povezana s poslovnim i odmorišnim odredištima Njemačke, Europe i svijeta. No, novi let iz Zagreba prema Frankfurtu nije jedina novost ove

grupacije. Poput Lufthanse i Austrian Airlinesa, koji već lete do Toronta, i Brussels Airlines od 27. ožujka uvodi liniju koja će pet puta tjedno letjeti iz Bruxellesa za taj kanadski grad. Osim toga, floti Brussels Airlinesa se pridružuju dva zrakoplova tipa Airbus A330, a novost je i LOOP program za korisnike europske mreže destinacija, koji na brz i jednostavan način putnicima omogućuje da dođu do besplatnog leta.

Ove godine s novitetima nastavlja i Austrian Airlines koji, uz postojeće letove prema Teheranu, od 4. travnja uvodi novu liniju Beč - Isfahan. Do ovog trgovačkog i sveučilišnog središta u središnjem Iranu Austrian Airlines će letjeti četiri puta tjedno, a let će trajati četiri sata i četrdeset minuta. Ove će godine izuzetno udobno biti letjeti i Swiss-om, čiji novi Boeing 777-300ER nudi jedinstveni doživljaj putovanja. U novim, udobnim sjedalima, uz bežični internet i novi interijer, putovanje do Hong Konga, Los Angelesa i Bangkoka brže će proći.

Izvor: [www.tipTravelMagazine.com](http://www.tipTravelMagazine.com)

brand, dobro je znati koja očekivanja imate od tvrtke u kojoj radite i od samih sebe na tome poslu.

**3. Find your spike!** Tijekom studentskih dana na bečkom Ekonomskom sveučilištu imao sam sreću da mi predmet „B2B Sales“ predaje jedan od globalnih direktora tvrtke McKinsey&Co. Na kraju semestra jedan od kolega ga je upitao: „Kada biste nam mogli dati jedan jedini savjet za razvoj naše karijere, koji bi to savjet bio?“. Gospodin je pogledao vrlo ozbiljno u nas, grupu ambicioznih i neiskusnih studenata, znakovito šutio par sekundi i rekao: **Find your spike.** Pronađite svoj spike. Nastao je tajac jer nitko nije znao što je spike i prošlo je još nekoliko sekundi prije nego smo dobili objašnjenje:

Spike označava nešto po čemu stršimo iz gomile, neku vrlinu koja nas izdvaja od drugih, našu komparativnu prednost koju nitko nema u tom obliku osim nas. Postoji puno ljudi koji su dobri ili vrlo dobri u puno toga, ali ono što se danas traži je izvrsnost u nekom području. To naravno podrazumijeva da svoje slabije strane poboljšamo do razine koja zadovoljava određene

kriterije, no ono što će nam donijeti uspjeh, prepoznatljivost i zadovoljstvo je taj naš posebni osobni doprinos koji nas razlikuje od svih drugih, naš spike! Koji je vaš spike?

**4. Definirajte svoju misiju!** Gotovo svaka tvrtka na svijetu ima svoj *mission statement*, odnosno razlog postojanja, sažet u jednoj rečenici. Neki ljudi definiraju svoj posao na sljedeće načine. „Moja misija je spriječiti mogućnost pogreške.“ „Moja misija je povezivati ljude.“ „Moja misija je uvijek naći najbolje rješenje za kupca.“ „Moja misija je biti kreativan i pronalaziti nove i neobične načine kako riješiti probleme.“ „Moja misija je pomoći svim ljudima da razviju sve svoje potencijale.“ „Moja misija je osigurati da svaka investicija donese optimalan povrat“ itd. Misija je ono što nas usmjerava, što nadilazi naš trenutni opis posla i što opisuje ono za što se zalažemo u poslu. Jednom kada smo svjesni svojih vrijednosti i kvaliteta te kada znamo koji je naš spike, dobivamo vrlo jasno usmjerenje u načinu na koji radimo posao. Koja je vaša misija?

## 5. Gradite svoj brand svakog dana!

Kada smo definirali svoju misiju, možemo ju spustiti na razinu svakodnevnog posla i definirati što je to što možemo raditi na svom poslu kako bismo ispunjavali misiju. To je naš DNK, naš prepoznatljivi trag u pristupanju svakom zadatku, ono po čemu nas svi počinju prepoznavati – naš BRAND! Što će ljudi pomisliti kada čuju da vi radite na nekom projektu? Što će o vama pričati kada jednog dana odete iz firme? Po čemu će vas ljudi pamtit?

### Osobni brand kao dio osobnog integriteta

Postoji uzrečica da je integritet ono što radimo dok nas nitko drugi ne gleda. Drugi kažu da se integritet vidi kada stvari ne radimo zbog okolnosti, već zbog vlastitih vrijednosti i uvjerenja da je to ispravna stvar za raditi. U životu postoje dani u kojima nam sve polazi za rukom, i kada smo puni motivacije, a postoje i oni kada imamo manjak energije, volje itd.

Naš BRAND je upravo ono što se prepoznaje u našem rukopisu i na dobre i loše dane, bez obzira na okolnosti. Kada znamo tko smo, koja je naša misija i ka-

kav trag želimo ostaviti na svemu čega se primimo, možemo svoj osobni potpis jednako jasno ostaviti i na papiru koji je bijel i gladak, kao i na onom koji se čini zgužvan i nesavršen. Gradite svoj BRAND svakoga dana u svakoj prilici! Sretno!

## zašto čitam poslovni savjetnik.com



Današnje poslovanje u bilo kojem segmentu zahtijeva svakodnevnu edukaciju i informiranost. Svjestan sam da

kao nova i mlada tvrtka nemamo puno mjesta za pogreške, a naše usluge moraju biti vrhunske. Upravo zato volim čitati Poslovni savjetnik jer odlično kombinira teme trenutnih trendova, zakonskih propisa i osobnih iskustava poduzetnika. Za svoje marketinške planove uvijek pronađem koristan savjet ili „klik“, čak i kada ga samo listam iz sasvim neodređenog razloga ili znatiželje.

Dragutin Posavec,  
Marketing Manager  
Linea Snella – centar za oblikovanje tijela