

KAKO SE NOSITI S TRENDOVIMA?

Vječni trendovi – integritet i prave ljudske vrijednosti

Nova 2017. godina je započela. U tom duhu, prije nego što se uistinu razmaše svojim žestokim tempom, zastanimo i promislimo – kakvi su trendovi bili nekada? Što ostaje isto, što se mijenja i što možemo očekivati?

Autorica: Tanja Kranjc, direktorica, Integra znanja d.o.o.



U poslovnom svijetu

Budući da se cijeli svoj radni staž bavim poslovnim savjetovanjem i edukacijama koje provodimo za tvrtke, mogu prenijeti svoje viđenje i promjene koje sam tijekom vremena uočila.

Situacija se na tržištu rada drastično promijenila, kvalitetnog kadra nema *ni za lijek*. Tvrtke su u konstantnoj i intenzivnoj potrazi za kvalitetnim zaposlenicima. Direktori tvrtki i manageri svakim danom postaju sve svjesniji da svojim odnosom prema ljudima utječu na zadovoljstvo zaposlenika i na imidž tvrtke kao poslodavca.

Sve veći broj tvrtki zapošljava voditelje ljudskih potencijala

(*human resource manager*) koji će se baviti područjem zadovoljstva zaposlenika, planom razvoja karijere ključnih ljudi i lojalnošću zaposlenika. Tvrtke danas žele postati poželjan poslodavac, jer jedino tako mogu privući kvalitetne zaposlenike koji će kreirati nove projekte i generirati sve bolje prihode. Jedan od važnih segmenata je ulaganje u znanje i vještine zaposlenika. U skladu s tim surađujemo sa 70-ak tvrtki (naših dragih klijenata) te provodimo niz projekata i interaktivnih radionica iz područja komunikacijskih vještina, upravljanja vremenom, stresom, konfliktima, vještina prezentiranja, prodajnih vještina, *leadership* programa i sl. Neke se tvrtke uz nas odlučuju provoditi *coaching* za članove uprave i njihove *managere*, što je dobar signal da su se ključni ljudi u organizacijama spremni mijenjati i raditi na sebi.

Također, sve se više važnosti pridaje *talent managementu*, što znači da svaka ključna osoba u tvrtki ima svoj *back up* u situaciji da osoba odluči otići iz tvrtke. Ništa se ne smije prepustiti slučaju, posao mora ići naprijed. Tako danas razmišljaju *pravi igrači*.

Nekada su ljudi čitav svoj radni vijek radili u jednoj tvrtki,



posla je uvijek bilo, plaće su bile redovite, ljudi su bili opušteniji, postojala je sigurnost radnog mjesta. Danas, ako se zaposlimo u privatnoj tvrtki, već na samom početku nam daju do znanja da trebamo zaraditi svoju plaću, biti profitabilni organizaciji u kojoj radimo i da će se naši rezultati pratiti. Nekada nije bilo tako, ali danas se očekuje sve veća proaktivnost, nema više *spavanja*. U posljednje vrijeme vrlo često provodimo interaktivne radionice, osobito za velike kompanije, pod nazivom *Proaktivnost i odgovornost*. Na taj način potičemo poduzetnički način razmišljanja kod zaposlenika. Sve su veća očekivanja od ljudi, poslovi zaposlenika koji odlaze često se raspodijele kolegama koji ostaju, što nekada nije bio slučaj.

Na tržištu rada zaposlenici stariji od 40 godina nisu više poželjni kandidati. Smatram da ljudi u tim godinama imaju veliko iskustvo i znanje, a k tome su i relativno dovoljno vitalni da mogu biti uspješni i još uvijek korisni tvrtki. Budući da uglavnom teško pronalaze posao na tržištu rada, dosta njih odlučuje se za novi korak – otvaraju svoje tvrtke. Tako se u posljednje vrijeme povećao trend otvaranja malih tvrtki.

Kriza koja je na našim prostorima počela od 2009. godine i te kako je utjecala na sve nas. Moje iskustvo je bilo davanje otkaza i donošenje odluke da krenem u svoj *business*. Poslušala sam svoje srce, iako je, moram priznati, strah bio velik. U tom trenutku kao da

je sve stalo. Direktori su rezali sve troškove, smanjivali plaće, provodili reorganizacije, dijelili otkaze. Imala sam snažnu volju koja me, u to sam danas sigurna, dovela do toga da svih ovih godina dobro poslujem. Sada sam izuzetno zahvalna za to što sam proživjela takvu situaciju – ona me dodatno razvila, osnažila i iz nje sam mnogo toga naučila o sebi.

Razvoj tehnologije, nastup na tržištu

Sjetimo se (barem neki od nas) vremena kada nije bilo računala, interneta i mobitela. Bilo je to posve različito vrijeme. Danas je tehnologija postala alat za socijalizaciju, nove su tehnologije jednostavno postale prevažne u današnjem načinu komuniciranja, što se uvelike odrazilo i na poslovni svijet. Nekad su se e-mailovi slali u bilo koje doba dana, noći ili vikenda. Sad se polako vidi promjena i e-mailovi se u velikoj većini šalju tijekom radnog vremena.

U neka prošla vremena oglašavanje je postojalo u tiskanim medijima, na radiju, televiziji i na plakatima. Sveprisutni *content marketing* predstavlja marketinški sadržaj koji ciljna publika želi vidjeti, čak i aktivno traži, pa i dijeli s drugima. *Content marketing* nema svrhu da potiče kupce na kupnju, nego da ih informira, zabavi i da im pomogne. Ako svojeg kupca kontinuirano informirate i zabavljate, on će vas nagraditi kupnjom i lojalnošću. Naravno, ništa danas nije tako jednostavno, pa se i ovaj pristup sastoji od nekoliko različitih pristupa kroz blog, slike, video, e-book, webinar, prezentacije.

Relationship marketing novi je trend kojim promoviramo stalnu i otvorenu komunikaciju putem personaliziranih marketinških kampanja koje su usmjerene na pojedince, za razliku od masovnih ciljeva.



Trend kompletnog prelaska na internetsko pretraživanje i interakciju putem tableta i pametnih telefona, nastavit će svoj rast. Stoga, svakako treba imati mobilno prilagođen web-dizajn, bez kojega danas praktički niste ni prisutni na tržištu. Naravno, socijalne mreže su postale najpopularnija i najčešća *online* aktivnost više od polovice internetskih posjetitelja.

Velik potencijal leži u mogućnosti implementacije virtualne stvarnosti (*virtual reality*) u mobilne aplikacije na pametnim telefonima. Marketinške su agencije počele otvarati posebne marketinške odjele za virtualnu stvarnost, te će zasigurno s vremenom taj trend u potpunosti zaživjeti i kod nas. Ikea ge je već iskoristila kako bi svojim kupcima pružila nezaboravno iskustvo omogućivši im

prikazivanje željene kuhinje u stvarnoj veličini, uz samostalno osmišljavanje dizajna i još mnoge druge opcije. Već sada neki brandovi luksuzne odjeće imaju posebne naočale u buticima gdje možete šetati i odjeću isprobavati virtualno.

LIFESTYLE

Stresne situacije i sve veći prohtjevi utječu na naše zdravlje, a to nas dodatno

osvještava o važnosti njegova očuvanja. U posljednje su vrijeme poznati trendovi bezglutenske prehrane, bezmliječne ili vegetarijanske prehrane.

Svakako bih spomenula i sve važniji trend mladolikog izgleda. Nekada su žene posjećivale kozmetičara i frizeira. Danas uz njih posjećuju i estetske kirurge te koriste male tajne kako bi izgledale mlađe, jer pritisak javnosti sve je jači. Muškarci također sve više razmišljaju u tom smjeru.

I... NA KRAJU

Promjene su normalna pojava u našim životima i tako ih treba prihvatiti. Svatko treba poći od sebe i, naravno, do određene granice biti prilagodljiv nadolazećim i prolazećim trendovima. Sve zahtjevniji i brži trendovi potiču nas na razmišljanje o tome kako možemo biti proaktivniji, uspješniji, brži, ljepši, mlađi... Mi sami postavljamo svoje granice i ograničenja.

U svemu tome najvažnije je zadržati svoj integritet i prave ljudske vrijednosti. To su – VJEČNI TRENDOMI. Jer, znate kako kažu: *Kada nas više ne bude, ljudi nas neće pamtiti po rezultatima, nego po emociji.* ■

Osobni razvoj

Više nego ikada ljudi su u tvrtkama opterećeni planovima, produženim radnim vremenom, radom od kuće i sl. Stoga pronalaze načine koji će im pomoći da se lakše opuste i stvore svoj unutarnji balans. Taj *ispušni ventil* može biti sport, osobni razvoj kroz čitanje literature ili pohađanje seminara, joga, meditacija, obiteljske konstelacije, NLP, autogeni trening, *life & business coaching* i sl. Svatko od nas danas može pronaći nešto za sebe.