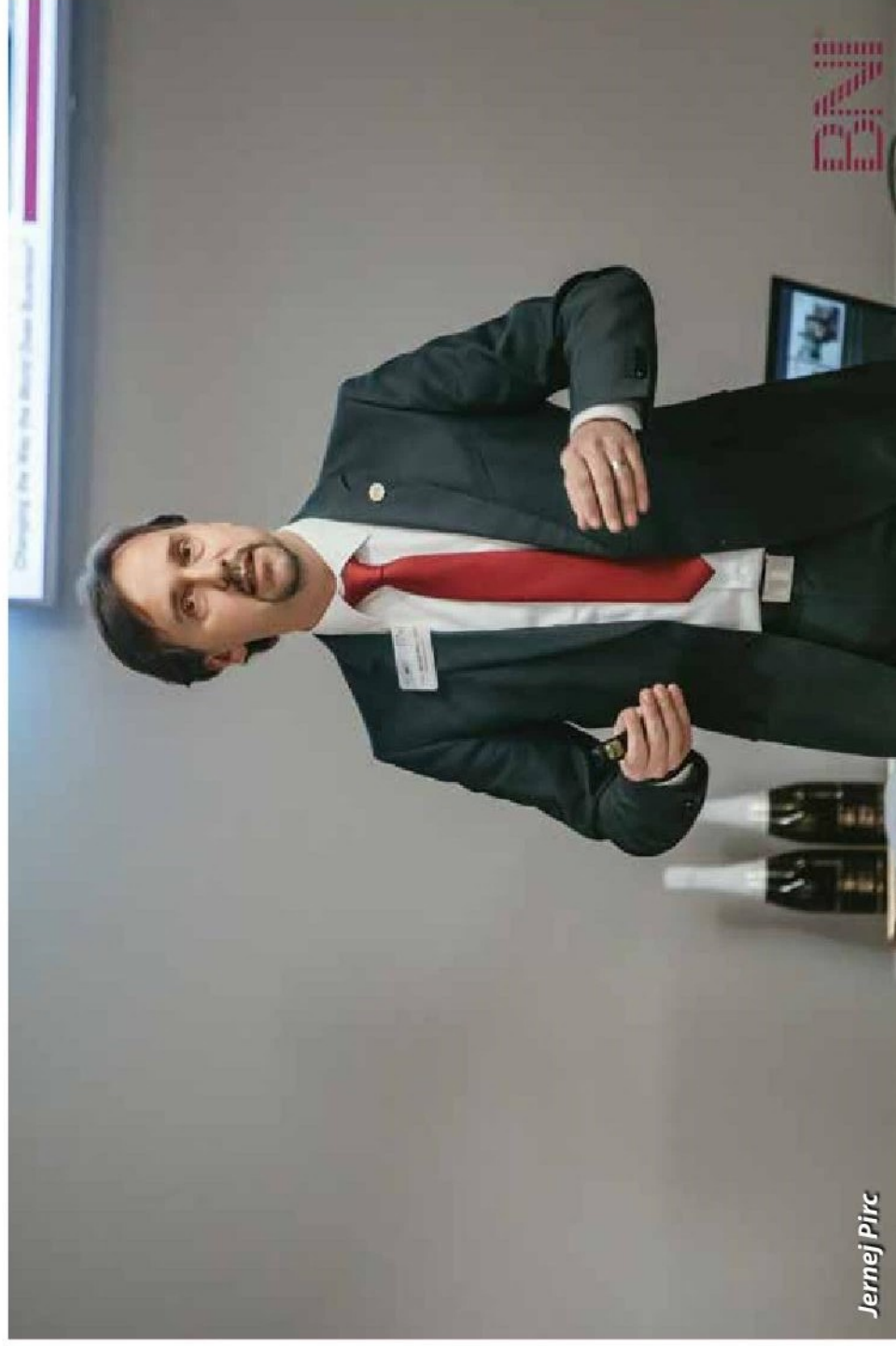


Tko daje, taj dobiva

» Naše ključne riječi su povezivanje, suradnja i međusobna pomoć. Pomoć je vrijednost koju sam upoznao i s njom živim cijeli život. S godinama sam shvatio da što više pomažeš drugima, to više se i tebi dobrog vraća. **Jernej Pirc**, BNI Adria - Ljubljana



Piše: **Mirjana Felinger**

Jernej Pirc je jedan od prvih na ovim prostorima koji je shvatio vrijednost sistemskog umrežavanja i druženja i izvan svoje struke. Originalno inženjer, Jernej je danas regionalni direktor BNI-a (Business Network International), profesionalnog udruženja koja stvara grupe ljudi različitih struka kojima je vrijednost međusobno pomaganje. „Rođen sam u Ljubljani 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 izradio sam program za vođenje groblja i prodavao ga po općinama u Sloveniji, a sretan sam što sam se odmah nakon završetka školovanja zaposlio u veoma uspješnoj firmi na području telekomunikacija. Brzo sam postao voditelj prodaje za Bliski istok, što mi je otvorilo pogled u svijet i rad u B2B segmentu.

Mislim kako mi je to bilo stvarno izvanredno iskustvo i drago mi je što sam imao mogućnost već na početku svoje karijere raditi u takvoj zahtjevnoj službi i na tako zahtjevnoj geografskoj regiji. Poslije pet godina rada mijenjao sam industriju i radio kao komercijalni direktor, a kasnije savjetnik uprave u FMGC industriji. 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, jednom kad iskusiš poduzetništvo, teško radiš za druge i zbog toga sam krajem 2009. g. odlučio sa suprugom preuzeti master franšizu za BNI Adria države.

Kada ste se i kako prvi put susreli s izgradnjom sustava preporuka?

Preporuke su nešto što u principu prati moj cijeli život. Putem preporuka sam dobio kontakte već kao student kada sam prodavao software za vođenje groblja. Putem preporuke dobio sam svoj prvi posao za rad na Bliskom istoku. Putem preporuka sam i kasnije dobio puno prilika za posao, nove poslove ili neke druge stvari. Brzo sam shvatio da je važno koliko ljudi poznaješ te još važnije koliko oni poznaju tebe. Ako drugi imaju povjerenje u tebe, onda su spremni preporučiti te. Jer na kraju to je najvažnije – raditi dobro i graditi dobre međusobne odnose. Ipak sam u jednom trenutku shvatio da bih trebao fokusirati se na raditi pri umrežavanju.

Iako ste inženjer, ipak ste krenuli u privatne poslovne vode, danas ste regionalni direktor BNI. Što je to, ukratko, BNI?

Da, od uvijek su me interesirale komunikacija, prodaja i posao. U nekom trenutku otvorio sam svoju tvrtku i shvatio da nemam dovoljno kontakata i trebam se učlaniti u što više organizacija gdje bih se umrežavao i širio svoju mrežu koja bi mi onda pomogla da dođem do novih dobavljača i novih klijenata. Tada sam se i pitao što je poslovno umrežavanje? Kako se to efikasno radi? Google mi je ponudio odgovor na pitanje „business networking“ i tada sam pronašao BNI, najveću i najuspješniju organizaciju na svijetu za poslovno i poduzetničko umrežavanje i dobivanje novih poslova putem osobnih preporuka – poslovnih uputnica (Business Referrals). Glavna svrha članstva je da naši članovi kroz osobne preporuke 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.

Međusobna pomoć je ono što Vas je privuklo u BNI. I Vaša obitelj je živjela s



Kako Vi gledate na dugoročni uspjeh i kvalitetniji razvoj poduzetništva?

Jedna od naših vrijednosti je i „Lifelong Learning“ – cjeloživotno učenje. Uspješni poduzetnici uvijek uče. Uspješni ljudi znaju da nikada ne znaju sve. Slavni Sokratov paradoks, glasi: „Sad znam da ništa ne znam“. Prije nekoliko tjedna razgovarao sam s prijateljem i rekao sam da ne smijemo vjerovati svemu što nađemo na internetu. A on mi kaže da ne smijemo vjerovati ni u ono što sami mislimo.

Svijet se toliko brzo mijenja da trebamo pratiti što se dešava te učiti i uvijek uraditi ono što mislimo da je u svakom trenutku potrebno.

Akcija je ono što često nedostaje poduzetnicima jer, ili ne znaju kako bi nešto uradili ili imaju strah da ne budu uspješni. I o tome će biti riječi na našoj konferenciji. Strah je prisutan kod svih nas, ali premalo pričamo o tome kako bismo unatoč strahu trebali poticati ostvarenje svojih snova.

vrijednostima međusobne pomoći.

Najbliža grupa bila je u Beču i to je bilo moje prvo direktno iskustvo s BNI. Ono što je mene privuklo u BNI bila je baš međusobna pomoć. Već na prvoj mojoj posjeti grupe shvatio sam da se tamo okupljaju ljudi kojima je najvažnija vrijednost pomoć. Dolazim iz obitelji u kojoj su moji roditelji, djed i njegov brat te još nekoliko ljudi iz naše obitelji bili liječnici. Kada je netko trebao pomoć, moj otac i moja majka su uvijek priskočili. S godinama sam shvatio da što više pomažeš drugima, to više se i tebi dobroć vraća.

Razumiju li ljudi što je to zapravo networking? Kao da neki ljudi ne čuju i imaju odbojnost prema tom načinu širenja posla. A svaki čovjek kojeg

upoznamo je budućí kapital. Važno je upoznavati ljude i obrnuto.

Networking ili umrežavanje kod nas i u drugim zemljama ponekad ima negativnu konotaciju. Ljudi povezuju umrežavanje s nekim sustavima MLM (multi level marketing) koji su takav način rada iskoristili u krivom smjeru (npr. Ponzijeve sheme). Ali nasreću, danas velika većina ljudi i poduzetnika shvaća koliko je umrežavanje važno. Možemo pogledati samo sve najveće konferencije ili druge događaje i vidimo „odmor i umrežavanje“ ili „ručak i umrežavanje“. Kada smo mi doveli BNI u regiju, nije bilo tako i trebali smo podučavati druge što znači umrežavanje. Što znači networking? Definicija je jednostavna. Umrežavanje je upoznavanje novih ljudi i građenje međusobnog odnosa



s njima kako bi došli do koristi za sve. U mrežavanje je kao investiranje novca u banku gdje nam se pomoć vraća u obliku kamata, a ako investiramo dovoljno novca, imat ćemo tih kamata do kraja života ☺.

Sve se temelji na filozofiji „Tko daje taj dobiva“. Postoje neke vrijednosti koje bismo svi mi trebali živjeti kako bismo bili uspješni?

Naša filozofija „Tko daje, taj dobiva“ je ono što je najvažnije za uspjeh BNI i spomenuli smo i ovdje više puta da je to primjenjivo i važno i na drugim razinama našeg života. Zamislite kada bismo svi živjeli po tim vrijednostima, koliko dobrog bi se dešavalo i koliko lošeg se ne bi moglo desiti. Nemoguće. Slažem se. Ali mi ipak želimo da se što više ljudi upozna s tim konceptom i da što više ljudi barem počne razmišljati o tome. Osjećam već sada da BNI radi promjene. Mijenjaju se i rastu naši članovi. Oni utječu na svoja poduzeća, zaposlenike te obitelji i prijatelje. Naš rad ima utjecaj. Što više budemo o tome pričali, i što više nas bude na taj način radilo, imat ćemo veći utjecaj na naše živote i svijet oko nas.

Mala poduzeća su imala značajan utjecaj na izlazak iz krize u SAD-u. A kod nas?

Situacija je ista. Svugdje u svijetu najveći udjel broja svih poduzetnika predstavljaju mala i srednja poduzeća (SME – Small and Medium Enterprises). Nažalost, države su u prošlosti premalo fokusa davale baš njima. Velike korporacije imaju veliki medijski utjecaj i više se priča o njima, ali pravi razvoj predstavljaju svi ostali. Bez njih mogli bismo preživjeti. Bez nas razvoja gospodarstva nema.

Ipak imam osjećaj da su danas ljudi više okrenuti sebi, manje su spremni na davanje. U poslovnom svijetu manjka etike i etičkog djelovanja, a etički kodeks je osnovni zakon poslovanja.

Slažem se da su ljudi previše okrenuti sebi. Ali istovremeno kroz zadnjih 10 godina koliko već radimo BNI u regiji vidimo da se broj takvih ljudi smanjuje. Nove tehnologije koje su nam donijele nove mogućnosti istovremeno su donijele i loše stvari. Zadnjih godina osobni kontakt se transformirao u digitalni kontakt, ali u zadnjih par godina (zanimljivo najviše kod mladih) ljudi su se počeli vraćati u offline svijet. Shvaćamo da nove tehnologije

omogućuju puno novih informacija, ali ipak to nije isto kao osobni kontakt. Ljudi se vole stresti i vidjeti i u fizičkom svijetu. U tom kontekstu važno mi je naglasiti da se nalazimo u vremenima koja su veoma „poremećena“. Svaki dan čitamo priče o novim velikim razvojnim koracima. Živimo u vremenima gdje su informacije postale demokratizirane. Svatko (skoro) može doći do svake (skoro) informacije, i to besplatno. Demokratizacija informacija sa sobom donosi sigurnost da će naša budućnost biti lijepa. Zašto? Jer danas nove tehnologije ne mogu raditi loš utjecaj na svijet jer svi odmah sve saznamo. Danas se ništa ne može skriti. Sve je dostupno. Pogledajte

sve online knjige. Sve besplatne online seminare. Sve tajne otkrijete na YouTubeu. Skoro da nema stvari koja nije dostupna negdje na internetu. I ono najbolje, gotovo sve je besplatno dostupno. Ovo mijenja

poštiju. Kako bi se to promijenilo, 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

» Dobri političari i uspješne države nemaju druge mogućnosti nego da uđu na vlak „Budućnosti“! Taj vlak vozi u smjeru povezivanja i sudjelovanja po putu pomoći prema sljedećoj stanici koja se naziva „Uspjeh“. Danas ne možemo samo gledati što se dešava u svijetu. Ako ne uđemo na vlak „Budućnosti“ ostat ćemo samo sjećanje prošlosti. Uspješni poduzetnici nemaju druge mogućnosti!

svijet i mijenja našu budućnost. O tim i sličnim stvarima govorit će strani predavači na našoj sljedećoj CONNECT 2020 Adria poduzetničkoj konferenciji (www.connect2020.si/en) 5. i 6. ožujka 2020. u Laškom, Slovenija. Prvi u regiji javno ćemo predstaviti koncept „Exponential Organisations“ koji je s drugim autorima razvio Salim Ismail i objavio istoimeni bestseller. Veoma sam ponosan što ćemo prvi poduzetnicima pokazati što se dešava u svijetu, u kojem

obuhvaća toliko stvari da bi mogli reći da je 4P nužan i skoro dovoljan uvjet za uspjeh poduzetnika. Profesionalnost sam stavio na prvo mjesto. Profesionalnost ne znači samo stručnost (to je za mene preduvjet svega!) nego i poslovnost – kako se radi posao (dođem na vrijeme, uzvratim poziv, uradim što kažem i sl.). Pozitivnost sam stavio na drugo mjesto jer je veoma važno. Ali za mene pozitivnost nije samo smijati se i praviti se kako nema problema. Baš naprotiv! Pozitivnost znači

» Baš nedavno sam opet pročitao rečenicu Ziga Ziglara: „You can have everything in life you want, if you will just help other people get what they want.“ Uvidio sam kod sebe i kod drugih da su najuspješniji oni koji shvate da sami ne mogu postići puno i da što više pomažu drugima postići njihove ciljeve, to više su drugi spremni pomoći njima u postizanju njihovih ciljeva.

se pravcu razvija naša budućnost i kako možemo i trebamo pripremiti se i razvijati svoje poslove kako bismo bili „future-proof“.

Smislili ste krilaticu 4P poduzetništva. Spomenuo sam da sam prije BNI radio u nekim većim korporacijama i tamo su pravila jasna i svi ih trebaju poštovati. Kada sam ušao u poduzetništvo, uvidio sam kako nisu svima sva pravila poslovanja jasna te da ih i oni koji ih poznaju ne

prva navika uspješnih ljudi proaktivnost. Proaktivni ljudi ne čekaju da e-mailovi, telefonski pozivi i drugi ljudi vode njihove živote nego su oni sami ti koji preuzimaju inicijativu i odgovornost za sebe i svoj život.

Svi smo svjesni koliko su nam važni zadovoljni klijenti koji nam donose nove klijente. Ali, uvijek postoji ono ali...

98% kompanija oslanja se na stjecanje novih klijenata putem preporuka. Obično su to preporuke naših zadovoljnih klijenata. Ali, problem je što samo 3% kompanija ima razvijen sustav za generiranje biznisa tom metodom. Jedan od sistema je BNI.

Kada razmišljamo o novim poslovima koje bismo dobivali putem preporuka, najčešće razmišljamo o preporukama kada nas preporučuju naši zadovoljni klijenti. Ali nije to jedina mogućnost. Postoji puno drugih mogućnosti. Jay Abraham (www.jayabraham.com) priča o 93 različita sistema za dobivanje novih klijenata putem poslovnih uputnica (engl. Referrals). Jedino što trebamo je da se upoznamo s tim konceptima i idemo u akciju. Ono što puno puta nedostaje kako bi se to događalo, opet – akcija!

Politika još uvijek nema dovoljan fokus na SME koji značajno mogu utjecati na pozitivnu klimu u gospodarstvu.

Nasreću politike i političari se i državama naše regije mijenjaju zadnjih godina. Danas skoro nema političara koji ne priča i o poduzetništvu. Nemaju naravno svi iste poglede na različita rješenja, ali barem su počeli svi pričati i nadam se da su i svjesni kako je baš poduzetništvo glavni motor razvoja našeg gospodarstva.

Mi u BNI Adria već 10 godina pozivamo sve na povezivanje i suradnju jer jedino tako možemo uspjeti. Budućnost gospodarstva je u potpori i razvoju malog i srednjeg poduzetništva. Uspješne države su svaku recesiju pobijedile zbog podrške poduzetništva. Ako poduzetništvo raste, to ima veliki utjecaj i na razvoj svih drugih važnih elemenata države – obrazovanje, zdravstvo, kulturu, sport, socijalni i mirovinski sistem. Kada to shvatimo, onda će nam svima biti jasno gdje i kojim vlakom trebamo na put.