

MOJE BIZNIS LEKCIJE

Saveti iz iskustva
uspešnih preduzetnika

Moje biznis lekcije
/ Saveti iz iskustva
uspešnih preduzetnika /

Beograd 2015.

Finansira:



Britanska ambasada
Beograd

Izdavač:

smart
KOLEKTIV

Publikacija je realizovana uz podršku Britanske ambasade u Beogradu. Svi stavovi izneti u ovoj publikaciji su stavovi pojedinačnih autora i ne odražavaju nužno stavove Britanske ambasade u Beogradu.

MOJE BIZNIS LEKCIJE

Saveti iz iskustva
uspešnih preduzetnika

Impressum

Izdavač:

Smart kolektiv

Za izdavača:

Neven Marinović, izvršni direktor

Autor:

Nedeljko Kovačić

Dizajn:

Vjeko Sumić

Zahvaljujemo se preduzetnicima Vladimiru Marinkoviću, Borislavu Miljanoviću, Ivanu Stojisavljeviću, Vladimiru Kopriću i Marku Marinkoviću na pričama koje su podělili sa nama u ovoj publikaciji. Zahvaljujemo se i međunarodnoj mreži Youth Business International (www.youthbusiness.org) i njenim članicama UnLtd (www.unltd.org.uk) i Startup Direct (www.startupdirect.org) na tekstovima i fotografijama britanskih preduzetnika predstavljenih u ovoj publikaciji.

Sadržaj

I DEO Odluka i rad — 06

- 06 Saveti uspešnih preduzetnika iz Srbije
- 08 Sedam stvari koje sam okačio na svoj ekser
- 14 Vizija, disciplina i strast
- 18 Za sve u životu postoji pravo vreme
- 24 Ništa nam nije palo s neba

II DEO Od ideje do uspeha — 32

- 32 Primeri uspešnih startap kompanija iz Velike Britanije
- 34 Učili smo u hodu, ali nismo bili sami
- 37 Nagrada mi je spasila život
- 40 Od barake do uspeha
- 42 Odaberite nešto prema čemu gajite strast
- 45 Najbolji deo ovog što radim je kad vidim da su devojke uspele
- 49 Sve bolje funkcioniše kad novac nije jedini cilj

I DEO

Odluka i rad

Saveti uspešnih
preduzetnika iz Srbije



Priče koje slede rezultat su dobre volje nekoliko uspešnih domaćih preduzetnika koji su se odazvali našem pozivu da sa mladima podele svoja najdragocenija preduzetnička iskustva. Verujući, kao i mi, da se preduzetnik ne rađa već se preduzetnik postaje, na ovaj način su želeli da doprinesu razvoju preduzetništva mladih u Srbiji.

Vođenje sopstvenog biznisa zahteva različite veštine u različitim fazama poslovanja. Mladi preduzetnici najčešće nemaju iskustvo i kontakte i ne znaju kako da prevaziđu mnoge prepreke na koje nailaze. Nadamo se da će mnogi od njih u ovoj publikaciji naći inspiraciju, ideje i korisne savete, ali pre svega ohrabrenje da istraju u onome što rade.



SEDAM STVARI KOJE SAM OKAČIO NA SVOJ **EKSER**



Vladimir Marinković
CEO kompanije SUNCE Marinković

Moje iskustvo sa ulaskom u biznis je došlo kao rezultat nastavka angažovanja u porodičnoj firmi koju je moj deda Aleksandar osnovao daleke 1929. U tom smislu je put i razvoj kroz biznis bio lakši i odgovornost mnogo veća, imajući u vidu da preko 100 porodica direktno zavisi od plata koje im SUNCE Marinković svakog meseca obezbeđuje.

Započeti posao u Srbiji je kao kucanje eksera na zidu. Ono što je važno je šta ćemo na taj ekser na kraju okačiti: jaknu, pršutu, ponos, uže, šešir... Na žalost, neki ljudi se na kraju sami obese o taj ekser koji su zakucali, kako je to Čehov u nekoj od svojih pripovetki opisao. Na svoj ekser sam okačio sledećih 7 stvari: približnu tačnost u izveštavanju, nanometarsku preciznost u ciljevima, iskrenost, inovativnost, vagu, prodaju i podršku lokalnoj zajednici.

PRIBLIŽNA TAČNOST

Kako sam lingvista po obrazovanju i prodaja je nešto što me u potpunosti ispunjava, uvek sam se trudio da “teške” ekonomske teme ostavljam po strani. Jednom prilikom sam u razgovoru sa tadašnjom menadžerkom nabavke dobio informaciju da smo na 1059 šrafova ukupno uspeali da uštedimo 379,17 dinara. Tačna i precizna informacija koja je potpuno budalasta. Tada mi je postalo jasno da je bolje biti približno tačan nego precizno pogrešan. Ovo bih primenio na sve sektore poslovanja, osim kada se radi o ciljevima.

CILJEVI

Velika je stvar imati kristalno jasan i motivišući cilj ispred sebe, detaljno opisan i sagledan sa svih strana. Ono što radimo danas, oblikuje mnogo više našu sutrašnjicu nego sadašnjost. Zato treba da zažmurimo i zamislimo gde smo to za 10–20 godina. Kako izgleda naša firma, u kom se gradu nalazi, koliko ljudi zapošljava, koliko osoba sa hendikepom, na kojim tržištima poslujemo, na kom jeziku komuniciramo, kolike su plate ljudi, šta tačno proizvodimo, sa kolikim profitom. Poslovni ciljevi treba da budu usaglašeni sa našim ličnim ciljevima. Takođe, treba da zamislimo i sebe za tih istih 10–20 godina.

ISKRENOST

Mene i mog brata su roditelji vaspitavali da budemo iskreni, otvoreni i da pomažemo drugima. Iz tog razloga sam uvek imao otežanu komunikaciju sa neiskrenim ljudima. Zapravo, doneo sam odluku da ne saradujem sa njima. Od svog dobrog druga i profesora ekonomije Marka Slavkovića naučio sam da pored raznih brojki i pokazatelja, treba slušati svoj stomak. Interni osećaj može da bude prijatan ili nelagodan i može da pomogne u donošenju važnih odluka. Mladi ljudi su u poslu vrlo energični i iskreni, posebno na samom početku, kada su entuzijazam i želja za uspehom na izuzetno visokom nivou. Energičnost je neophodna, dok iskrenost ljudi ne umeju da cene. Ovo se naročito odnosi na pregovore sa "velikim" investitorima. Želim da istaknem iskrenost kao vrhunsku osobinu, pre svega ljudi, a samim tim i preduzetnika, koja na našem tržištu teže dolazi do izražaja, te stoga treba biti rezervisan i suzdržan u pregovorima sa njima. Jedan od ozbiljnijih poslova (radi se o velikoj količini prozora i roletni) dogovorio sam sa uglednim kragujevačkim poslovnim čovekom, Draganom Spasićem. Sećam se kako me je „cedio“ na pregovorima i zapamtio kako je važno uvek biti čovek. Na kraju, kada smo pružili jedan drugom ruku, rekao mi je: „Slušaj Vlado. Ja sam trgovac i to znam najbolje da radim i neprijatan sam dok se ne dogovorimo. Kad se dogovorimo, onda sam čovek.“ Kada govorimo o ljudima, posebno u poslu, mi se uvek prema njima ophodimo kao prema racionalnim bućima, zaboravljajući činjenicu da su ljudi u osnovi emocionalna bića. Zato nam je važno, bilo da se radi o zaposlenima, kupcima, bankarima, ministrima – da za sve što radimo dobijemo njihovu emocionalnu saglasnost.

INOVATIVNOST

Uz mladost i energičnost ide i inovativnost i poznavanje informacionih tehnologija. Poslovni saradnik koga jako cenim, Ivica Maurović, mi je jednom prilikom rekao da svaka firma može da radi i proizvođa nešto. Ako želi da to uspešno radi, neophodno je da ima prave ljude i dobar softver. Nemoguće je napraviti ozbiljnu firmu i ozbiljan razvoj kompanije bez dobrog poslovnog softvera.

VAGA

Moj otac Ljubiša Marinković nas je uvek učio da “vaga mora da bude tačna”. Štagod radili uvek treba da imamo na umu da sve strane treba da budu zadovoljne. Njegova “vaga” se odnosila na to da svi treba da budu podjednako zadovoljni, što nije tako lako sprovesti. Njegovu vagu nosim uvek sa sobom. Od njega smo takođe naučili da ne postoje problemi, već samo rešenja. On je uvek imao po nekoliko rešenja za mnoge situacije. Bolje je doneti bilo kakvu odluku, nego je ne doneti. Naša veličina zapravo zavisi od veličine problema koji smo u stanju da rešimo. Što imamo više problema, to znači da brzo rastemo. Lingvisti u meni probleme voli da nazove – izazovima, otpad – resursom, ugovor – dogovorom, cenu – vrednošću, ubeđivanje – uveravanje, cenkanje – pregovaranje. U principu, pozitivna komunikacija i argumentacija mogu samo da pomognu.

PRODAJA

Krizna situacija za sve nas predstavlja veliki stres, nepoznanicu i strah od neizvesnosti. U 2009. i 2015. godini, sa produblјivanjem finansijske krize u svetu koja se prenela i na poslovanje na srpskom tržištu, svi smo se u SUNCU suočili sa velikim izazovom. Tada smo reorganizovali naše poslovanje, puno sporednih i pomoćnih procesa autsorsovali, okrenuli se prodaji krajnjim kupcima, umesto da radimo za neizvesne velike kupce i počeli intenzivno da radimo na prodaji. Moj tast uvek kaže da nam ništa ne vredi vrhunski proizvod, velika hala, najbolje mašine i softveri, ako to nema ko da proda. Ako su finansije krvotok firme, onda prodaja čini ruke i noge organizma koji se zove – naša kompanija. Za krizna vremena se uvek treba pripremati. Svi mi padamo, pre ili kasnije. Samo je pitanje kako i koliko brzo ustanemo. Dakle, ne postoje porazi i padovi, već samo lekcije. Pitanje je koliko smo mi zapravo spremni da učimo, padamo i ustajemo.

POMOĆ LOKALNOJ ZAJEDNICI

Na kraju, preduzetnici stvaraju svoje kompanije da bi ostvarili profit. Mi prodajemo prozore ljudima, najviše u lokalnoj zajednici. Mi od nje živimo i stvaramo bolje SUNCE i sasvim je normalno da se zajednici odužimo kroz humanitarni i volonterski rad.

Kako svaki kraj ima i svoj početak: šta ćete Vi sutra okačiti na svoj ekser?

VIZIJA DISCIPLINA I STRAST



Dr Borislav Miljanović
Generalni direktor agencije
Represent Communications

Verujem da su za uspeh u biznisu potrebne tri stvari: vizija, disciplina i strast. Kada sam 2002. godine napravio agenciju McCann Erickson Public Relations, nisam imao puno iskustva ni sa odnosima s javnošću ni sa vođenjem agencije. Ali imao sam jasnu viziju da taj biznis ima perspektivu i kako on treba da izgleda. I onda sam disciplinovano, iz dana u dan, radio kako na svom obrazovanju u oblasti PR-a tako i na osvajanju klijenata i formiranju tima stručnjaka. Strast i volja da budem sam svoj gazda, da živim svoj san, da je samo nebo granica i da mi je svaki dan drugačiji, dali su mi snagu da do 2010. godine stvorim najveću PR agenciju ne samo u Srbiji već i na teritoriji cele bivše Jugoslavije.

NEMA USPEHA BEZ DOBRIH LIČNIH ODNOSA

Šta sam još naučio baveći se privatnim biznisom u jednoj oblasti koja beleži vrlo dinamične promene iz kvartala u kvartal? Prva bitna lekcija je da nema uspeha bez dobrog poslovnog umrežavanja. Kada sam se 2012. godine odvojio od dotadašnjeg partnera i izašao iz velike McCann grupacije, promenio sam ime agencije u Represent Communications i skoro da sam morao da počnem sve iz početka. Morao sam pre svega da umirim zaposlene i dam im nadu da se za njih neće puno toga promeniti i da će imati kvalitetne uslove za rad, kako finansijske tako i profesionalne. Morao sam klijente, sve velike svetske kompanije kao što su Coca Cola, Philip Morris, Eurobanka, Hemofarm, Strauss Adriatic i druge, da uverim da će naša usluga biti i bolja i fokusiranija sada kada smo mi sami odgovorni za naše poslovanje. I Weber Shandwick, najveći svetski lanac agencija za odnose s javnošću, trebalo je ubediti da nam ostave licencu – agenciji koja je u tom trenutku bila no name. Sve smo to uspeali pomoću mojih dobrih ličnih odnosa kako sa zaposlenima tako i sa svim ključnim ljudima u ovim kompanijama. Dobro poslovno umrežavanje mi je pomoglo i u osvajanju novih klijenata, jer su direktori kompanija bili skloniji da počnu saradnju sa novom agencijom ako su poznavali mene i moj tim.

PRAVI LJUDI NA PRAVIM POZICIJAMA

Još jedan moj nauk za sve ove godine provedene u privatnom biznisu je veliki značaj odabira pravih ljudi za ključne pozicije. Kao i svaki preduzetnik, ja sam čovek koji gleda napred i spreman sam da rizikujem i investiram u nove stvari. Kada bih sada pogledao unazad, video bih puno potrošenog vremena i bačenih para na projekte koji nisu uspeali. I

takvih je mnogo više od onih koji su danas operativni. Ali ni tih uspešnih kompanija u okviru Represent System-a koji sada vodim ne bi bilo da nisu bile više ili manje rizična investicija na početku. Ali zašto su jedni uspešni a oni drugi nisu? Odgovor je vrlo jednostavan. Počeli su da ih vode pravi ljudi. Kada nešto smislite, da bi to radilo imate dva puta. Jedan je da sami tu ideju sprovedete u delo. Za to su vam potrebni vreme i posvećenje, čega često nemate u dovoljnoj količini. Moj prvi poslovni uspeh, stvaranje PR agencije, postigao sam sam. Međutim, kada tom biznisu dodate stvaranje pres kliping agencije Real Time Clipping, pa onda podizanje Represent Communications-a u Crnoj Gori, zatim medijske kuće Bizlife sa portalom, dnevnim njuzleterom i štampanim mesečnikom, i na kraju nešto što je doslovno prvo u Srbiji, a to je The Content Studio za *content marketing* i *native advertising* – onda vam ni snaga supermena nije dovoljna. Zato je jedino mogući drugi put, a to je da nalazite kvalitetne i vredne ljude i postavljate ih na ključne pozicije i dajete im šansu da zablistaju. Bilo je nekoliko odličnih ideja, ali nisam napravio pravi izbor i onda sam sopstvenim očima gledao kako konkurencija te ideje, do kojih su i oni došli, čak i kasnije od mene – realizuje u dobar biznis. Jednostavno nisam imao prave saradnike da povuku i moje ideje pretoče u svakodnevnu poslovnu operaciju.

UVEK I SVUDA... KOMUNIKACIJA

I na kraju, a za mene i na početku i u sredini i celog života – komunikacija! Komunikacija sa zaposlenima, komunikacija sa klijentima, komunikacija sa vašim bitnim javnostima. Otvorena i poštena, jasna i precizna. Ona razrešava sve probleme i predstavlja najbitnije vezivno tkivo u stvaranju svakog biznisa. Bez nje, bilo koja poslovna građevina predstavlja samo ruinu sklonu padu i na čarlijanju prolećnog povetarca.

ZA SVE U ŽIVOTU POSTOJI PRAVO VREME



Ivan Stojisavljević

CSO i jedan od osnivača kompanije Nordeus

Nordeus je rođen 2010. godine u Beogradu, ali je kao ideja i cilj začet znatno pre toga u jednom drugom gradu, Kopenhagenu, gde smo Branko, Milan i ja radili. Za sve u životu postoji pravo vreme, a ono obično dođe onda kada si za to spreman ili bar dovoljno odlučan. Za nas je to bilo proleće uoči Svetskog prvenstva u fudbalu 2010, kada smo postali sigurni da svetu nedostaje još jedna fudbalska menadžerska igra – i to baš naša.

Iz tog perioda uglavnom se sećam kako neprestano radimo u našoj prvoj kancelariji, ne znajući koje je doba dana, a često ni koji je dan, kada smo poslednji put jeli ni kada ćemo izaći odatle. Strastveno smo voleli fudbal i video igre i, kao i svi inženjeri, imali smo potrebu da od toga nešto napravimo. Tako je rođen Top Eleven Football Manager, igra u koju smo tako čvrsto verovali i verujemo i danas. Razlikuje se samo broj ljudi koji danas na njoj radi i broj ljudi koji je igra. Dok pišem ovaj tekst, Nordeus čini oko 170 sjajnih ljudi iz celog sveta, a više od 120 miliona ljudi širom sveta je igralo Top Eleven.

ODLUKE I ODLUKA

Ne znam ni sam kako bih opisao proces odlučivanja da se napusti uspešna karijera u korporaciji u inostranstvu zarad neizvesne budućnosti u Srbiji. Pokretanje sopstvene kompanije u bilo kojoj oblasti je velika odluka. Suština je u veri i ljubavi prema poslu i samostalnosti. Ne verujem da postoji uspeh preko noći. On se gradi napornim radom, učenjem i odricanjem. U pravljenju životnih izbora, iskrenost prema sebi je najvažnija, a nakon toga ti više nisi bitan, nego ideja – ti i ceo tim ste u službi vizije i ciljeva koje želite da postignete.

NEUSPEH NE DOLAZI U OBZIR

Ovakav stav nam je pomogao da ostanemo usredsređeni i da se posvetimo samo radu na svojoj ideji – razvijanju igre Top Eleven. Žurilo nam se da je pustimo u svet i proverimo da li je sav taj trud imao smisla. Postojao je samo taj cilj i tako smo se i ponašali. Ustajali u sedam, odlazili u kancelariju bez prozora na Konjarniku, sa tri računara i jednom belom tablom, jeli u lokalnom restoranu “za kamiondžije” i radili do ponoći, zatim išli kući da se odmorimo. I tako svaki dan, godinu dana. Ne ograničavajte sebe misleći o alternativama, već svu svoju energiju i znanje usmerite na ostvarenje svoje vizije – tako ćete biti sigurni da ste dali sve od sebe.

SVI TREBA DA VERUJU U ISTU VIZIJU

Pitanje od milion dolara je – kako prepoznati prave ljude? Naravno, moraju imati prave veštine (*skill set*), ali to nije i dovoljno. Stanje uma (*mind set*) vredi možda i više. Za Nordeus, naročito na početku, takvi ljudi su se lako prepoznavali – jer su dolazili privučeni samo idejom i našom misijom. Neki su ostavljali i plaćene poslove i dolazili da rade sa nama znajući samo da svi verujemo u uspeh onoga što pravimo, ali ne i kada ćemo dobiti prvu platu.

**NE OKLEVAJTE DA ZAPOSLETE PRAVE LJUDE,
ALI NI DA OTPUSTITE POGREŠNE**

Verovatno ste već mnogo puta čuli savet da treba zapošljavati bolje od sebe. Lakše je reći nego učiniti. Ali, ima smisla. Budite svesni onoga što znate, a još više onoga što ne znate. Ostavite svoj ego po strani i ne oklevajte. Delegiranje pravim ljudima brzo pomera stvari unapred. Čak i samo jedan čovek na pravom mestu u organizaciji pravi ozbiljnu razliku. Isto tako, jedan pogrešan čovek u dobrom timu, može da vas košta i celog tima.

DAJTE PRIMER DELIMA, NE REČIMA

Voditi jednu sada već uspešnu kompaniju velika je privilegija i velika odgovornost. S jedne strane, veći tim omogućava bolju podelu posla i otvara vreme za neke druge stvari. S druge strane, u vas je uprto više očiju. Svaki nesklad između onoga što propovedate i onoga što činite dugoročno mnogo košta.

NE PODRAZUMEVAJTE VEĆ KOMUNICIRAJTE

Dok je tim mali i svaki dogovor se potigne razgovorom u pet minuta, nije teško održati timski duh i dobru atmosferu. Kultura kompanije i njene vrednosti su među najvažnijim aspektima koji će je sutra razlikovati od drugih, a ne lokacija, tehnologija ili paketi za zaposlene. Bez kvalitetne komunikacije među ljudima pojedinci uglavnom ostaju pojedinci bez obzira na to koliko su kvalitetni. Jasna podela odgovornosti i, što je takođe važno, jasna očekivanja od svakog pojedinca, uklanjaju nedoumice i čine da cela organizacija bude efektivna a ljudi motivisani i zadovoljni. Tada je pravi trenutak da se pomerite u stranu i pustite ih da rade svoj posao najbolje što umeju.

FOKUS, FOKUS, FOKUS

Na kraju dana, važni su rezultati – treba se fokusirati na konačno mnogo stvari, sve ostalo pokušajte da zanemarite. I uvek imajte na umu šta su prioriteti. Gubitak fokusa obično znači da ništa neće biti urađeno kako treba.

ZAVRŠENO BOLJE NEGO SAVRŠENO

Doneti pogrešnu odluku je ponekad bolje nego biti neodlučan u donošenju bilo kakve odluke. Zapravo, sve je bolje od neodlučnosti.

NIŠTA NAM NIJE PALO S NEBA



Vladimir Koprčić i Marko Marinković
Osnivači startapa Coprix Media

Naša kompanija Coprix media bavi se razvojem interaktivnih edukativnih aplikacija. Za decu školskog i predškolskog uzrasta, kojoj su danas bliži tableti od krede i školske table, osmislili smo inovativne aplikacije: Interaktivni Bukvar, Interaktivnu Matematiku, Interaktivni Svet oko nas i COPRIX laboratoriju. Od osnivanja 2012. godine, osvajali smo nagrade na međunarodnim takmičenjima, učestvovali na Web sammitu i sajmovima u EU, Aziji i SAD.

Interaktivni Bukvar smo razvili ličnim sredstvima, a razvoj Interaktivne Matematike i Interaktivnog Sveta oko nas je finansirao Fond za inovacionu delatnost iz sredstava pretpripravnih fondova EU IPA I 2011 u okviru Projekta podrške inovacijama u Srbiji koji sprovodi Svetska banka. Finansijsku podršku za dalji razvoj aplikacija na stranim jezicima, širenje na međunarodna tržišta i unapređenje poslovanja pružio nam je i akcelerator Eleven FOND iz Bugarske.

ŠTA JE ZAISTA STARTAP

Nijedna dosadašnja podrška nije pala s neba i nismo je dobili na lepe oči. Svako je prethodio studiozan rad, svakodnevno i po 18 sati, i naša posvećenost poslovnom cilju. Svi koji misle da je svet startapa glamurozan i da će dobijanjem novca od investitora da se na brzinu i lako obogate – jako se varaju. Da bi shvatili šta je zaista startap, takvi treba da se u prepunom gradskom autobusu, bez klima uređaja i gde stalno upada kontrola, provozaju celom trasom kroz Beograd.

NEMA USPEHA PREKO NOĆI

Preduzetnici koji misle da će za jednu ili tri godine da postanu multimilioneri u velikoj su zabludi i ne treba da ulaze u startap, pošto to nisu pravila već izuzeci. Pravilo je da se startap razvija 10 godina i da za to vreme ljudi daju sve od sebe da se posao završava kvalitetno i na vreme. Istovremeno, osnivači moraju da ulažu dodatni trud i usavršavaju se kako bi u svakoj prilici mogli da realno sagledaju svoje mogućnosti u svetlu novih poslovnih šansi i da se u hodu prilagođavaju datim okolnostima.

POTREBAN JE I DRUGI CILJ OSIM NOVCA

Svi oni koji prevashodno zbog novca, a ne zbog krajnjeg cilja u vidu konkretnog proizvoda, žele da uđu u startap, ne treba to da čine. Ima previše da se radi, između 12 i 18 sati dnevno, a prvi put kad naiđu na finansijski problem, kad se novac iscedi, padaju u depre-

siju. Osim cilja kojem teže, osnivačima startapa, to kažem iz ličnog iskustva, veoma je važna podrška, pomoć i razumevanje porodice u svakoj prilici. Zahvaljujući tome istrajavamo i crpimo novu snagu za inovativne projekte, bez obzira na finansijske efekte.

SARADNICI

Vrlo bitna stavka je tim saradnika. Ti ljudi moraju da znaju koja je vaša ideja, da i oni veruju u nju i da žele da maksimalno doprinesu realizaciji. Samo u tom slučaju saradnici će davati 120% svojih mogućnosti, a neće samo 100% odrađivati radno vreme ili sa 60% svojih kapaciteta otaljavati posao za koji su plaćeni. Bez dobrog tima i najbolja ideja će propasti, sa dobrim timom i malo slabija ideja može postati odlična.

RADITE KAKO TREBA I TRŽIŠTE ĆE VAS PRIMETITI

Što pre treba napraviti prototip s najosnovnijom funkcionalnošću, pokazati ga najbližima i potencijalnim kupcima, testirati ga. Ne treba težiti ka savršenom prototipu, već dovoljno dobrom da bi se zainteresovali investitori i potom dobilo vreme za usavršavanje finalnog proizvoda. Razvijajući Interaktivni Bukvar i Matematiku, naše ideje smo predstavili i velikim izdavačima školskih udžbenika i učila, i neki od njih su nam u startu rekli da to nikad neće zaživeti u Srbiji, da bi posle dve godine ti isti izdavači želeli da naš proizvod imaju u svom portfoliju. Dakle, ti početni koraci ne treba da obeshrabre. Na tržištu ćete biti primećeni ako radite kako treba.

KAKO SA VELIKIM KOMPANIJAMA?

Ne treba gubiti nadu i ako propadne dogovor sa velikom multinacionalnom kompanijom. Takvi neuspesi mogu samo da vas ojačaju, da iz njih izvučete nove pouke. Naučili smo da sa velikim multinacionalnim firmama, koliko god da su one za vas zainteresovane, morate biti oprezni i znati da ste vi samo tačkica na njihovom svetskom biznis planu. I da će vas oni doživeti kao nešto što je dobro i što je možda i njima potrebno. Ali ne možete biti sigurni da ćete posao sklopiti a da obe strane budu zadovoljne, iako se mnogi startapi u svetu i pokreću zato što velike kompanije ne vide određeni segment proizvodnje ili usluga za kojima postoji potreba na lokalnom ili globalnom tržištu.



**SA
VE
TI**



SAVETI ZA PONETI

✘ ODLUKA

Pokretanje sopstvene kompanije u bilo kojoj oblasti je velika odluka – životna prekretnica koja od vas zahteva hrabrost, veru u sebe i svoju ideju, želju za samostalnošću i ljubav prema svom poslu.

✘ VIZIJA

Veoma je važno da imate što jasniju viziju i perspektivu svog biznisa – kako on treba da izgleda i danas i za 10 godina. Jasna vizija omogućići će vam postavljanje jasnih i realističnih ciljeva i pravljenje preciznih planova.

✘ STRAST

Da bi se opstalo i uspelo u preduzetništvu, neophodno je na ličnom planu imati postavljen i drugi cilj osim novca – lični cilj, nešto prema čemu gajite strast i što će vam održavati motivisanost kroz različite teške okolnosti.

✘ SARADNICI

Odabir pravih ljudi za prave pozicije i dobra raspodela odgovornosti među njima ključni su za uspeh svakog poslovnog poduhvata. Zato je nužno da zapošljavate što bolje saradnike – bolje i od sebe po mogućnosti – a najbolji saradnici su oni koji veruju u istu viziju i misiju, koji dele vašu ideju.

✘ KOMUNIKACIJA I UMREŽAVANJE

Otvorena i jasna komunikacija, kako unutrašnja – sa saradnicima unutar kompanije, tako i spoljašnja – sa svima ostalima s kojima ste u kontaktu, još jedan je preduslov uspeha vaše kompanije. Iskrenost i lični odnos će vam pomoći u izgradnji vaše poslovne mreže koja se može pokazati od ključnog značaja za vaš posao.

✘ RAD I DISCIPLINA

Budite spremni na dugotrajan i naporan rad, odricanja i lična ulaganja – i zato je bolje da već na početku budete spremni da u svom biznisu dajete 120% od sebe i ne pristajete na neuspeh. A uspeh nikada ne dolazi preko noći.

II DEO

Od ideje do uspeha

Primeri uspešnih startup
kompanija iz Velike Britanije



Na narednim stranicama predstavljamo vam nekoliko uspešnih startapa iz Velike Britanije. Njihove priče sa nama su podelile britanske organizacije UnLtd i Startup Direct, koje se bave podrškom preduzetnicima i socijalnim preduzećima. Obe organizacije su, kao i mi, članice međunarodne mreže Youth Business International.

Nadamo se da ćete u ovim pričama takođe pronaći inspiraciju i ohrabrenje, a za sve ove preduzenike je karakteristično da su uspeli zahvaljujući različitim vrstama podrške na samom početku poslovanja. Zato, ne propuštajte konkurse, obuke, radionice, niti bilo koju drugu priliku za učenje, umrežavanje i podršku.



UČILI SMO U HODU, ALI NISMO BILI **SAMI**



***Džejms Litl i Kloi Hul**
Osnivači kompanije Darlo*

Kloi i Džejms su imali ideju da proizvode liniju etičke odeće za bebe koja bi mogla da obezbedi novčanu pomoć deci u zemljama u razvoju. Njihova kompanija danas prodaje etički proizvedenu odeću za bebe od organskog pamuka, a svaka kupovina obezbeđuje jednom detetu u Indiji obroke tokom nedelju dana.

Sad deluje kao da je već mnogo vremena prošlo od kako smo sedeli razmišljajući nad formularom za prijavu za startup kredit kod organizacije Startup Direct, pokušavajući da izrazimo nade i snove koje smo gajili za Darlo, naš projekat etičke odeće za bebe. Godinu i po dana kasnije, mnogo smo srećni što smo to uradili!

Ova početna sredstva koja smo dobili očigledno su bila ključna za početak našeg startup putovanja, ali podjednako važna je bila dobrodošlica Startup Direct porodice, koja nam je omogućila da iskoristimo različite radionice i dešavanja, i da, naravno, dobijemo mentora. Sad kad se prisetimo naših prvih meseci rada, jasno je koliko je bilo dragoceno imati na raspolaganju znanje i iskustvo našeg mentora. To nam je dalo čvrst osnov i nivo pouzdanja na kom smo mogli da gradimo dalje. Mentor svakako nije tu da uradi posao umesto vas – on će pomoći da se stvore povoljni uslovi u kojima će vaša strast i entuzijizam kog gajite prema vašem projektu

moći da se iskažu na najbolji mogući način. Na primer, pre nego što smo otputovali za Indiju kako bismo odabrali fabriku s kojom ćemo saradivati, vodili smo dug razgovor s našim mentorom u vezi s time na šta treba da obratimo pažnju i koja pitanja da postavimo vlasniku.

Pre nego što smo pokrenuli Darlo, ni jedno od nas dvoje nije imalo iskustva s odećom za bebe ili vođenjem biznisa! Morali smo u hodu da učimo o proizvodnji tekstila, uvozu u Britaniju, marketingu proizvoda, knjigovodstvu, finansijskom planiranju. Startup Direct nam je mnogo pomogao u vezi sa nekima od ovih stvari, što samo pojačava naš opšti utisak da nismo morali da kroz sva ova pomalo zastrašujuća iskustva prolazimo sami! Nauk za svakog ko započinje svoj posao je da sasluša što je moguće više različitih saveta. Vremenom se nauči šta treba poslušati i iskoristiti a šta zanemariti. Na primer, dobra radionica sa nekoliko kolega preduzetnika, gde jedni s drugima diskutujete o vašim projektima, može da vam uštedi mnogo vremena, truda i novca na vašem projektu. Takođe je izuzetno korisno razmišljati o stvarima s kojima se ostali preduzetnici susreću jer to često može da baci novo svetlo na segmente vašeg sopstvenog biznisa. Ovakve radionice vam pomažu i da započnete da gradite svoju mrežu s ostalim preduzetnicima, i nikad se ne zna šta od toga može da bude u budućnosti!

NAGRADA MI JE SPASILA ŽIVOT



Stiv Selers

Osnivač startapa CreU Media

Dobitnik UnLtd nagrade Stiv Selers je osnivač socijalnog preduzeća CreU Media koje u Zapadnom Velsu pruža podršku mladim ljudima uzrasta od 11 do 25 godina da razviju veštine vezane za medije i tako poboljšaju svoje mogućnosti za zapošljavanje.

Misija preduzeća CreU Media je da doprinese rešavanju socijalnih teškoća u Velsu kroz pozitivne promene u imidžu mladih – dajući mladim ljudima sredstva, znanja i veštine koji su im potrebni kako bi napravili kreativne proizvode koje oni žele.

Stivu je UnLtd nagrada pružila samopouzdanje da svoju ideju pretvori u stvarnost.

“Nagrada mi je spasila život. Nikad ne bih imao hrabrosti da pretvorim ideju u nešto više od sna, a onda je za svega par dana moja ideja postala stvarnost zahvaljujući podršci, usmeravanju i znanju menadžera nagrade. UnLtd me prihvatio i moj san se ostvario u realnosti. To je bio nov početak, nova perspektiva.”

Uz pomoć podrške koju mu je obezbedila UnLtd nagrada, Stiv je razvio novu ideju zvanu SoUp, za koju je dobio Spark nagradu.

“UnLtd mi je omogućio da razvijem novu ideju koja će ljudima mnogo značiti. To se dešavalo u dosta lošem trenutku u mom životu, kada sam sumnjao u sebe i ono što hoću da radim.”

Cilj projekta SoUp je da okupi socijalne preduzetnike kako bi jedni drugima davali podršku, razmenjivali znanja i diskutovali međusobno o svojim projektima, ohrabujući deljenje ideja s kolegama i negujući saradnju. Stiv planira da održi tri večeri na kojima će se okupiti predstavnici udruženja, socijalni preduzetnici, i svi drugi kojima treba podrška, kako bi predstavili svoje ideje i dobili pomoć i savete. Stiv misli da ništa slično ne postoji na jugozapadu Velsa i da bi ovakvo umrežavanje bilo jako korisno za ovaj kraj.

“Mogu iskreno da kažem da bi mi sada bilo dosta gore da nije bilo nagrada koje sam dobio – UnLtd i prethodne dve, a sada i Spark nagrade. Strast, znanje, iskustvo, trening i mentorstvo koje sam tako stekao bili su od neprocenjive vrednosti. Započeo sam da gradim svoje mreže, stekao veštine, samopouzdanje, kao i doživotne prijatelje i poslovne veze. UnLtd je oživeo moju ideju i pretvorio je u stvarnost.”

OD BARAKE DO USPEHA



Pipa Marej

Osnivač kompanije Pip&Nut

Pipa Marej je uočila priliku na tržištu luksuznih prirodnih putera od orašastih plodova i osnovala svoju kompaniju Pip&Nut 2013. godine, pošto je dobila kredit od organizacije Startup Direct.

Budući da trenira trčanje, Pipa je uvek tražila nešto ukusno da pojede pre nego što se zaputi u prirodu. Čvrsto verujući da hrana mora da bude jako ukusna, ali takođe i prepuna hranjivih sastojaka i energije, počela da je pravi sopstvene putere od orašastih plodova. Želeći da pojednostavi stvari, izbacila je rafinirani šećer i palmino ulje a onda dodala druge prirodne sastojke kako bi orašasti ukusi dobili dodatnu aromu.

Njen početni biznis plan predviđao je šest osnovnih, jedinstvenih vrsta putera od orašastih plodova, uz mogućnost – a i nameru – da se ponuda proširi različitim kombinacijama divnih ukusa i drugim proizvodima od istih plodova. Koristeći 100% prirodne, etički nabavljene domaće britanske sastojke, Pipa je namenila svoj brend i proizvod odraslima i postavila sebi jasne godišnje ciljeve kako bi obezbedila uspeh svog biznisa i izdvojila se od konkurencije.

Kako bi uštedela na troškovima, Pipa je u početku živela u baraci kako bi sakupila novac za svoj biznis. Uskoro je prodavala Pip&Nut putere na pijaci u Londonu, i njena ponuda ubrzo naprosto nije mogla da zadovolji potražnju. Njeni proizvodi sada najzad stižu i na police velikih maloprodajnih lanaca. Jasna misija, oprezne finansijske odluke i precizno planiranje doveli su njen biznis za kratko vreme od barake do uspeha.

ODABERITE NEŠTO PREMA ČEMU GAJITE STRAST



Dejna Elemara
Osnivač kompanije Arganic

Dejna Elemara, osnivač kompanije Arganic, zavela je kuvanje još kao dete, kada je došla u dodir sa različitim kuhinjama i njihovim sastojcima. Usvojila je arapsku tradiciju gostoprimstva ugošćujući i hraneći prijatelje koji su je često pitali šta je to što stavlja u svoje specijalitete a što im daje tako poseban ukus. Dejna je čula za arganovo ulje od rođaka koji su njime bili oduševljeni, ali joj je bilo teško da ga nabavi u Velikoj Britaniji. U isto vreme je želela da radi nešto smisleno, da se bavi nečim čemu stvarno može srcem da se posveti. Tada je odlučila da napusti svoj poziv matematičara i dobro plaćenu korporativnu karijeru u banci Goldman Sachs – i ideja o Arganic-u je bila rođena. Dejnina kompanija je danas glavni uvoznik i distributer arganovog ulja u Velikoj Britaniji.

“Budite spremni za naporan rad – to će vam pomoći da odaberete nešto prema čemu gajite strast. Slušajte savete i iskoristite svaku pomoć koja vam se nudi, ali uvek poslušajte svoj instinkt. Uradite to, život će vam biti raznovrstan, stalno ćete učiti i razvijati se, i to je izuzetno dobar osećaj.”

Tokom poslednjih nekoliko godina, ulje koje se pravi od plodova arganovog drveta koje raste na severu Afrike, postalo je zbog svojih dobrih svojstava veoma cenjeno i traženo kako u kulinarstvu tako i u pravljenju kozmetike.

“U Arganic-u gajimo strast prema dve stvari – zdravlju i lepoti. Verujemo da se na vašem izgledu vidi kada se dobro hranite.”

Što je više učila o arganovom ulju, Dejna ga je sve više volela – naročito zbog važne društvene uloge koju igra za žene u Maroku.

Arganovo ulje se najvećim delom proizvodi u seoskim oblastima jugozapadnog Maroka, gde ga koristeći tradicionalne metode pravi veći broj ženskih kooperativa, što je mnogim ženama i njihovim porodicama obezbedilo redovne prihode i popravilo socijalni položaj, pri tome ohrabrivši i druge poljoprivredne proizvođače da oprobaju kooperativni model. Brojne žene su iskoristile prihod koji im posao u kooperativi donosi da plate školovanje sebi ili svojoj deci. Sve ovo im pruža određen nivo samostalnosti u društvu u kom tradicionalno dominiraju muškarci i pomoglo je mnogima od njih da postanu svesnije svojih prava.

Kroz direktan rad s jednim berberskim selom, Arganic danas obezbeđuje posao za preko 600 Marokanki, i Dejna je ponosna što daje pozitivan doprinos njihovim životima.

NAJBOLJI DEO OVOG ŠTO RADIM JE KAD VIDIM DA SU DEVOJKE USPELE



Korina Best

Osnivač startapa 21st Century Female

Korina Best već dve i po godine vodi 21st Century Female, projekat koji opisuje kao “društveni pokret” koji koristi kreativnost kako bi okupio žene i pružio im sredstva da ostvare uspešne i ispunjene živote. Cilj njenih programa je razvoj samopoštovanja i samopouzdanja mladih žena. Korina u londonskom predgrađu Boremvud vodi radionice kojima pomaže devojkama da steknu snažnu samosvest i nove veštine i da progovore svojim sopstvenim glasom o onim stvarima koje su za njih važne.

Radionice za uzrast od 11 do 16 godina sastoje se od plesa, fitnesa i osveščivanja prirodnog stila i lepote, kroz koje učesnice grade samopoštovanje i poverenje u svoje telo i stižu nove prijatelje. Radionice za uzrast od 16 do 24 godine kombinuju životne veštine sa mentorstvom i ličnim razvojem. Ovaj program se fokusira na pitanja bitna ženama i traži od njih da istražuju, organizuju dešavanja i kampanje i učestvuju u kreativnim umetničkim radionicama. Cilj je da se ženama omogući kreativna ostvarenost kako bi iskazale ono što osećaju prema stvarima koje utiču na njih i govore o tome.

“Reč je u stvari o građenju zajednice. Okupljamo mlade žene koje dolaze iz različitih okruženja i pomažemo im da stvore sebi jedan siguran prostor i dobre uslove u kojima mogu da rastu.”

Korini je pre šest godina prvi put palo na pamet da uradi nešto čime bi pomogla mladim ženama, ali nije znala da nađe pravi put kojim bi krenula.

“Htela sam da pomognem devojkama, ali nisam bila sigurna kako. Kroz niz pokušaja i grešaka napravila sam ova dva programa. Najzad je ideja dobila oblik – posle par godina u potrazi za pravim putem, naprosto se desilo.”

UnLtd je pomogao Korini da pokrene svoju karijeru socijalnog preduzetnika.

“Sredstva koja mi je dao UnLtd pomogla su mi novčano, ali je još važnije bilo to što su mi pomogli da dobijem biznis mentora. To mi je stvarno pomoglo da počnem.”

“To što sam preduzetnik omogućava mi da ostanem iskrena prema sebi radeći ovaj posao. Biram svoje sopstvene ciljeve i radim u partnerstvu sa onima koji dele moje moralne principe. Mogu da radim ono što ja želim, umesto da me kontrolišu fondovski kriterijumi.”

Tako je Korina u prilici da pravi svoje programe tako da odgovaraju ljudima s kojima radi, da posluša žene i napravi radionice koje će stvarno zadovoljiti njihova interesovanja.

“Mislim da naš rad uspeva zato što nam je stvarno stalo do svakog pojedinca, zato što pravimo programe koji im znače. Na primer, deo u kom obrađujemo kosu, lepotu i modu je posebno bitan. Fokusira se na stvarnu, prirodnu lepotu – teme kao što su građa vašeg tela i kako se dobro obući. Ženama to pomaže da ličnije upoznaju sebe i steknu samopouzdanje.”

Korinu pokreće strast da pronade način da pruži mladim ženama i devojkama s kojima radi pouzdanje da budu ono što jesu i ostvare svoje snove.

“Najbolji deo ovog što radim je kad vidim da su devojke uspele. Često dolaze na radionicu sa niskim samopoštovanjem i pouzdanjem, a onda započnu svoje putovanje – na kom shvate da su i one neko, da imaju nešto vredno da ponude svetu, i da mogu da ostvare sve što poželevale.”

SVE BOLJE FUNKCIONIŠE KAD NOVAC NIJE JEDINI CILJ



***Tomaš Danielec i Arkadiuš Glanovski**
Osnivači startapa Baker Street Boysa*

Tomaš Danielec i Arkadiuš Glanovski osnovali su preduzeće za proizvodnju nameštaja Baker Street Boys prošle godine, uz pomoć kredita organizacije Startup Direct.

Tomašov san je bio da dizajnira nameštaj, a obojica su oduvek želeli da imaju svoj sopstveni biznis. Iskoristili su novac od kredita da pronađu proizvođače, naprave prototipe, podignu svoj veb sajt i društvene medije, kao i za marketing i promotivne materijale, foto snimanja i brending.

“Mentorstvo je bilo od izuzetne važnosti. To je bio glavni razlog zašto smo se prijavili za Startup Direct. Nema ničeg bolje nego podeliti teškoće, probleme, ali i uspehe sa iskusnim profesionalcima.”

Upravljanje vremenom se ispostavilo kao jedan od najvećih izazova.

“Vođenje sopstvenog biznisa znači raditi više stvari u isto vreme, i veoma je teško opustiti se. Sve planiram unapred, svaki pojedinačni dan.”

Njihova prva kolekcija nameštaja, “The Line”, rođena je iz njihove zajedničke strasti prema linijama kao motivu i inspirisana je industrijskom revolucijom i Londonom 19. veka. Stolovi i stolice su ručno napravljeni od čelika i od prirodnog, dva veka starog hrastovog drveta, i svaki pojedinačni komad je unikatno umetničko delo – ne postoje dva ista.

“Naučili smo da sve bolje funkcioniše kada novac nije jedini cilj našeg biznisa. Kad uđemo sa strašću u to što radimo i uživamo u dizajniranju našeg nameštaja, ispostavi se da ljudi žele da kupe rezultat. Ljudima se dopadaju naša strast i ljubav prema tome što radimo.”

U budućnosti, Tomaš i Arkadiuš žele da Baker Street Boys postane lifestyle brend.

“Želimo da u ponudi imamo nameštaj, gedžete, aksesoar kao i modne detalje. Želimo da imamo međunarodnu prodaju i svoj sopstveni lanac butika.”

SAVETI ZA PONETI

✘ VOLITE TO ŠTO RADITE

Zarada ne treba da bude jedini cilj vašeg biznisa – potrebno je da vas pokreće i strast – lično interesovanje i želja da nešto promenite i u svom i u životima drugih ljudi. Ako odaberete nešto prema čemu gajite strast, pronaćićete smisao u svom poslu i lakše ćete prebroditi probleme i izdržati naporan rad.

SA VE TI

✘ IDEJA

Dobra poslovna ideja je ona koja ispunjava neku do sada nezadovoljenu potrebu koju ljudi imaju i koju ste uočili kao šansu na tržištu – a najbolja poslovna ideja je ona koja u isto vreme zadovoljava i vašu ličnu potrebu, ono što vama pokreće strasti.

SAVETI ZA PONETI

✘ NADITE MENTORA

Biznis mentorstvo je dragoceno iskustvo za sve mlade preduzetnike, koje im pruža pomoć od neprocenjive vrednosti. Koristeći svoja znanja i poslovno iskustvo, mentor će vam pružiti priliku da kroz svoj trud razvijete sopstvene talente i sposobnosti, steknete novo znanje i veštine, ali isto tako i samostalnost i samopouzdanje.

SA VE TI

✘ UČITE I SLUŠAJTE

Razvijanje sopstvenog biznisa zahteva neprestano učenje u hodu – sticanje znanja o nizu oblasti s kojima se možda nikada ranije niste sreli. Zato je nužno iskoristiti svaku moguću pomoć i saslušati sve savete koji vam se nude, vremenom učeći koje poslušati a koje ne. Sastanci i radionice sa drugim preduzetnicima i osnivačima startup kompanija su izuzetna prilika za učenje, razmenu saveta i razgovor o poslu i novim projektima.

Ova publikacija je realizovana uz podršku Britanske ambasade u Beogradu, u okviru programa Biznis mladih Srbije koji Smart kolektiv sprovodi u partnerstvu sa Erste Bankom.

Misija programa Biznis mladih Srbije je razvoj preduzetničke kulture kod mladih u Srbiji, uz pružanje konkretne podrške onima koji se odluče da pokrenu sopstveni posao. Metodologija programa razvijena je po ugledu na metodologiju prestižne međunarodne mreže **Youth Business International**, čiji smo član od oktobra 2012. godine.

Saznajte više o programu na www.biznismladihsrbije.org.



Britanska ambasada
Beograd

smart
KOLEKTIV

BIZNIS
MLADIH
SRBIJE

ERSTE
Bank

ybi | Youth
Business
International

Svi stavovi izneti u ovoj publikaciji su stavovi pojedinačnih autora i ne odražavaju nužno stavove Britanske ambasade u Beogradu.

