

Ericsson Nikola Tesla i svijet novog milenija

Razmišljajući o Ericssonu, sjetio sam se Ridderstrallea i Nordstroma, također Šveđana, autora Funky Businessa, kojima sam bio domaćin pri jednom od njihovih posjeta Hrvatskoj. Svoje su predavanje počeli tvrdnjom da živimo u čudnom svijetu. U njemu je najbolji igrač golfa crnac, najbolji rapper bijelac, najbolja skijašica dolazi iz Hrvatske, a najomraženiji političar iz Amerike. Svijet je to sve upitnijeg sustava vrijednosti koji na tisućama TV kanala vrti različite sadržaje sustavno prekidane kišom reklamnih poruka. Svijet je to izazova, promjena, kriza i prilika koje donosi globalizacija, europska integracija i internetizacija. U njemu preko milijardu ljudi može u djeliću sekunde izmijeniti e-mail poruku, naručiti, kupiti i platiti bilo koju robu i uslugu, a pritom biti fizički udaljeni na tisuće kilometara. To je svijet temeljen na znanju i tehnologijama koje se, među inim drugim mjestima stvaraju i razvijaju i u Ericssonu Nikoli Tesli.

Koje je naše mjesto u tom svijetu?

Najvažniji ekonomski resurs Hrvatske u novom mileniju bit će ljudi, prirodne ljepote i geopolitički položaj. Naša osnovna razvojna snaga bit će ljudsko znanje. Društvo znanja gradi se na intelektualnom kapitalu, na filozofiji inventivnog menadžmenta, na ideji organizacije koja uči i na informacijskoj tehnologiji koja je istovremeno tehnološka infrastruktura i ključni faktor promjene stanja. Svijet novog milenija nije monolitan, cjelovit i jednoznačan, kao što nije do kraja upravljiv, predvidljiv niti shvatljiv. On je kombinacija mnogih "svjetova" koje valja sagledati istraživati i osmišljavati da bismo u njima preživljavali ili pobjeđivali, radovali se ili tugovali. Pokušajmo napraviti malu inventuru tih svjetova koji nas okružuju. Učinit ćemo to kroz prizmu naslova ovog teksta. Kakvo je u njima mjesto i uloga Ericssona Nikole Tesle, barem kako ga ja vidim.

Svijet u kojem vladaju imidž i hit

Što čini poduzeće dobrim, ideju uspješnom, karijeru blistavom, tim pobjedničkim ili proizvod briljantnim? Osobno vjerujem, a Ericsson Nikola Tesla je dobar primjer, da uspjeh donose dvije komponente: imidž i hit. U poslovnom okruženju imidž znači prepoznatljivost robne marke, tržišni položaj, organizacijski ugled, integritet menadžmenta, brižljivo izgrađene odnose s javnošću i medijima i slične vrline te predstavlja bitnu stratešku prednost kompanije. Ekonomski hitovi su stalni porast tržišnog udjela, uspješni proizvodi i usluge, inventivni poslovni model, ostvareni ugled u struci, niz godina rasta dobiti.

Svijet rata za talent

Najvrednija stvar svake kompanije, a Ericssona Nikole Tesle posebno, ljudski je kapital. Nekad smo zapošljavali ljude zbog znanja i vještina, a onda ih odgajali u skladu s organizacijskom kulturom tvrtke. Danas ih zapošljava zbog



Prof. dr. Velimir Srića:

„Odrastao sam na Trešnjevci, par stotina metara od lokacije Ericssona Nikole Tesle. Dobar sam prijatelj s mnogim bivšim i sadašnjim djelatnicima. Kao ministar znanosti detaljno sam upoznao rad kompanijinog Instituta za telekomunikacije i njegove sjajne rezultate. Bio sam profesor ili mentor značajnom broju menadžera, a kao konzultant vodio niz radionica iz leaershipa i upravljanja inovacijama za zaposlenike kompanije. Sve su to lijepa sjećanja.“

karaktera, a onda učimo potrebnim znanjima i vještinama. Glavna borba na tržištu radne snage

ERICSSON NIKOLA TESLA JE PRIMJER KOJI POKAZUJE DA DOBAR STRUČNJAK VRIJEDI SAMO AKO JE I DOBAR ČOVJEK.

zapravo je bitka za talente. Treba pronaći i zaposliti inovatora, pobjednika, rođenog prodavača, dobrog timskog radnika. Treba stvoriti okruženje u kojem najbolji, najpametniji i najposposbniji mogu dati sve od sebe. Valja ih čim prije prepoznati i dati im prostora za napredovanje tako da je posao head huntinga postao jedan od najvećih izazova moderne korporacije.

Svijet emotivne inteligencije

Novi milenij afirmira značaj zajedništva, dobrih međuljudskih odnosa, težnje da se bude etični poslovni subjekt, a ne samo financijski uspješna tvrtka. Nekad su nas učili struci, a ne kako se snalaziti u međuljudskim odnosima. Danas je emotivna inteligencija jednako važna kao i profesionalnost. Ericsson Nikola Tesla je primjer koji pokazuje da dobar stručnjak vrijedi samo ako je i dobar čovjek. Ljudi koji samo razvijaju sposobnosti, ne postižu vrhunске rezultate. Najbolji kombiniraju stručnost s razumijevanjem pravila igre svoje djelatnosti, orijentirani su međuljudskim odnosima i posjeduju snažnu emotivnu inteligenciju. Pobjednik je onaj koji jače «grize» jer

mu je više stalo, a ne nužno onaj koji je tehnički spremniji.

Virtualni i mobilni svijet

U poslovno okruženje stižu generacije odgojene na Ratovima zvijezda, Gospodaru prstenova, video spotovima i kompjuterskim igrama. Za njih je virtualni svijet jednako normalan i prihvatljiv koliko i fizička realnost. Danas mi je radno mjesto tamo gdje su telefon i kompjuter. Svijet mobilne telefonije i bežične komunikacije razbija sve prostorno-vremenske barijere. Rad od kuće, virtualni timovi, učenje na daljinu, pokretni ured, telemedicina, virtualno poduzeće i elektronička trgovina pojavni su oblici nezaustavljivog trenda mobilnosti koji postaje temelj poslovnog i privatnog okruženja novog milenija.

Zašto-ne svijet

Moto Ericssona Nikole Tesle kao inventivne korporacije mogao bi glasiti: Sanjajmo zajedno! Poput genijalnog inovatora Tesle razvijajmo i primjenjujmo poslovne ideje koje graniče s maštom. Igrajmo se, radeći. Svijet uspješnih, kakav je recimo Institut za telekomunikacije u Ericssonu Nikoli Tesli, predstavlja prostor za kreativnu igru u kojoj sve postaje moguće, u kojem se izazovi, šanse i nove poslovne ideje temelje na starom pitanju: zašto ne?

Svijet butik

Na aktualnom svjetskom tržištu znanja više ne prolazi konfekcija nego butik. Prepoznamo se po tome što se želimo razlikovati od drugih, a ne po tome što im želimo sličiti. Tehnologija koju koristiš produžetak je tvoje osobnosti i traži sve više individualizacije. Neću biti prosjek, masa, broj, bezimni klijent i anonimni kupac. Želim da me poštuju! Kupci, građani, potrošači, korisnici ili klijenti modernog doba traže individualiziranu

uslugu, proizvod koji će biti drukčiji od ostalih. Tesla je uvijek bio jedinstven, takva mora biti i kompanija koja nosi njegovo još uvijek nedovoljno poznato i priznato ime.

Svijet svih boja duge

Moderni je poslovni svijet globalno dvorište suradnje s ljudima raznih kultura, sustava vrijednosti i navika. Ericsson Nikola Tesla je za nas sjajna prigoda da učimo od drugih i da se usavršavamo. Svjedoci smo jačanja globalizacije koja u prvi plan stavlja ukupnost svjetskog tržišta, afirmira snagu multinacionalnih korporacija, dovodi do opće medijske integracije putem

informativskih tehnologija. Iako se lako složiti s idejom da valja misliti globalno, a raditi lokalno, mnogi ne vole posljedice globalizacije koja nekritički nameće vrijednosti, ugrožava kulture malih naroda, dovodi u pitanje egzotične i nestandardne proizvode, pretvara u konfekciju ono što je do nedavno imalo značaj butika. Nevolja globalizacije o kojoj valja voditi računa je u tome da lokalno često gubi kad globalno dobiva.

Oduševi-me svijet

Poslovno okruženje prošlog milenija bilo je upravljano ponudom. Oskudica nas je tjerala da

kupujemo kad smo mogli i konzumiramo što god nam se nudilo. Modernim poslovnim okruženjem Ericssona Nikole Tesle upravlja potražnja. Kupac je kralj kojega treba oduševiti. Prodavač, šef, partner ili suradnik koji želi oduševiti dat će sve od sebe. Ostvarit će rezultat iznad svojih mogućnosti. Uradit će i ono što je mislio da ne može i nije u stanju. Pritom će morati biti inicijativan i samostalan, morat će gaziti neutabanim stazama, morat će se potruditi duže, jače i temeljitije te imati više vjere u sebe.

Svijet Feniksa

Kao što se legendarna ptica Feniks uvijek iznova rađa iz svog pepela, tako se u suvremenom poslovnim okruženju valja stalno vraćati na početak i propitivati ustaljene stavove i norme. Osobno vidim tvtku Ericsson Nikola Tesla kao reinženjersko i inventivno okruženje koje se dinamično mijenja u skladu s potrebama okruženja. U njemu vrijede ideje poput ovih: Mijenjaj način gledanja na problem pa ćeš ga bolje sagledati! Jednako je važno učiti nove stvari kao i odučiti se starih stvari koje više ne vrijede!

Kad naideš na problem koji ne možeš riješiti, redefiniraj ga pa ćeš ga možda riješiti! Victor Hugo je jednom rekao da nema ničega jačeg od ideje čije je vrijeme nastupilo. Mislim da to vrijedi za većinu ideja na kojima je utemeljen današnji svijet tvrtke Ericsson Nikola Tesla. Kao vodeća hrvatska tehnološka tvrtka, a ujedno dio snažne multinacionalne kompanije, ona hrabro gazi u izazovni svijet novog milenija, donoseći Hrvatskoj i široj regiji znanja, tehnologije i rješenja bez kojih se više ne može zamisliti uspješno poslovanje niti svakodnevni život. U tome joj treba poželjeti mnogo sreće, a za ostalo će se njen menadžment i djelatnici sami pobrinuti.

E

Naglasci iz biografije prof. dr. Velimira Srića

Rođen je u Zagrebu gdje je završio Klasičnu gimnaziju. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, a magistrirao je na Elektrotehničkom fakultetu s temom "Tehnika i ekonomika automatizacije". Kao Fulbrightov stipendist magistrirao na Columbia University, New York, Graduate School of Business (dvogodišnji MBA program) na smjeru Upravljanje proizvodnim sustavima (Production Systems Management), gdje je nagrađen nagradom TIMS-ORSA (The Institute of Management Science). Doktorirao na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu s temom "Model informacijskog sistema društva". Dobitnik je više domaćih i međunarodnih nagrada i nositelj međunarodnih stipendija. Član je mnogih međunarodnih profesionalnih društava iz menadžmenta i informatike te kao predavač gostuje na više svjetskih univerziteta. Bio je direktor Zavoda za informatičku djelatnost Hrvatske te Ministar za znanost, tehnologiju i informatiku i član Hrvatske vlade od 1986. do 1990. godine.

Novije knjige:

1. Srića V. i dr. Kako prodavati u EU – strategije, tehnologije i standardi prodaje, Delfin, Zagreb, 2006.
2. Srića V. i Tudor G., Menadžer i pobjednički tim – čarolija timskog rada, MEP Consult, Zagreb, 2006.
3. Muller J., Srića V., Upravljanje odnosom s klijentima: primjenom CRM poslovne strategije do povećanja konkurentnosti, Delfin, Zagreb, 2005.
4. Srića V., Biblija modernog vođe, Znanje i Delfin, Zagreb, 2004.
5. Srića V., Kliment A., Knežević B., Uredsko poslovanje: Strategije i koncepti automatizacije ureda, Sinergija, Zagreb, 2003.
6. Srića V., Inventivni menadžer u 100 lekcija, Znanje i Delfin, Zagreb, 2003.
7. Srića V., Kako postati pun ideja – menadžer i kreativnost, MEP Consult, Zagreb, 2003.
8. Srića V., Muller J., Put k elektroničkom poslovanju, Sinergija, Zagreb, 2001.

Naša inovativnost na djelu

Piše: S. Marušić

Portal za podršku kupcima

U našoj je kompaniji nedavno predstavljen portal za podršku kupcima (Enterprise Services Web CSR Tool). Nastao je prije dvije godine u odjelu za usluge poslovnim korisnicima u koautorstvu Kristijana Meića, sistemskoga inženjera u tom odjelu i Dalibora Ljubića, tada rukovoditelja odjela, a danas menadžera u Poslovnim sustavima.

CSR Tool nudi jednostavnu administraciju zahtjeva korisnika poslovnih sustava za uslugu podrške (CSR - Customer Service Requests); njihovo zaprimanje i praćenje u realnom vremenu te osiguravanje kontrole ispunjavanja ugovornih obveza. Našim se klijentima pruža i veliki broj dodatnih usluga zanimljivih kupcima poput geografskog topološkog pregleda MD110 mreže, instaliranih hardverskih pločica i slično. Razine usluge ovoga tipa iznimno doprinose zadovoljstvu i lojalnosti klijenata. Dalibor Ljubić komentira: "Slične alate Ericsson je već razvio za puno veća i isplativija tržišta mobilne i fiksne telefonije. Međutim, segment poslovnih sustava je toliko dinamičan, podložan čak višestrukim promjenama u tijeku jednog dana, da su postojeći alati bili praktično neupotrebljivi. Stoga smo krenuli s idejom razvoja vlastitog web portala. Nakon analize tržišta zaključili smo da je tržište iznimno zainteresirano za takvu uslugu. To nam je dalo krila za daljnji razvoj i postupno uvođenje usluga koje idu u korak s najnovijim svjetskim tehnologijama."

Alat pruža veliki broj mogućnosti i zaposlenicima naše kompanije, bilo da se radi o centru koji zaprima pozive korisnika (CIC - Customer Interaction Centre), voditeljima odjela podrške te i zaposlenicima koji rješavaju zahtjeve korisnika. Mogućnost kompletne prilagodbe alata svakom od klijenata, kao i svakom rukovoditelju i zaposleniku te njegova stabilnost, dostupnost 24 sata na dan i prihvatljiva cijena rezultirale su njegovom dobrom prihvaćenošću. Trenutačno se putem ovoga alata administrira oko 40 ugovora o podršci za poslovne sustave. Modularan pristup kod ovoga alata također osigurava



Vesna Jarnjak, rukovoditeljica odjela za usluge poslovnim sustavima i Kristijan Meić, sistem inženjer predstavili su CSR Tool

njegov razvoj prema budućim potrebama pa već sada postoje definirani koraci za buduće dodatke alatu. Vesna Jarnjak, rukovoditeljica odjela za usluge poslovnim korisnicima istaknula je napredne poslovne mogućnosti koje alat nudi: "Želimo osigurati da organizacija podrške za poslovne korisnike u potpunosti ispunjava svoje ugovorne obveze te s druge strane da kontinuirano radi na poboljšanju zadovoljstva naših korisnika

usluga podrške. Jedan od preduvjeta za obavljanje tog zadatka je imati organiziran proces za zaprimanje i praćenje zahtjeva korisnika za uslugom podrške u realnom vremenu, imati definiran efikasan eskalacijski model u slučaju ažurnih intervencija, osigurati korisnicima podrške prijavu problema 24 sata na dan i biti u mogućnosti na jednostavan i brz način kontrolirati parametre kvalitete usluge podrške, kao što je npr. ugovoreno vrijeme odziva. Sakupljanje različitih statistika, posebno je važna i zanimljiva mogućnost alata, a najvažnije kod toga je da je do takvog izvješća moguće doći u bilo kojem trenutku uz dva do tri klika mišem."

E