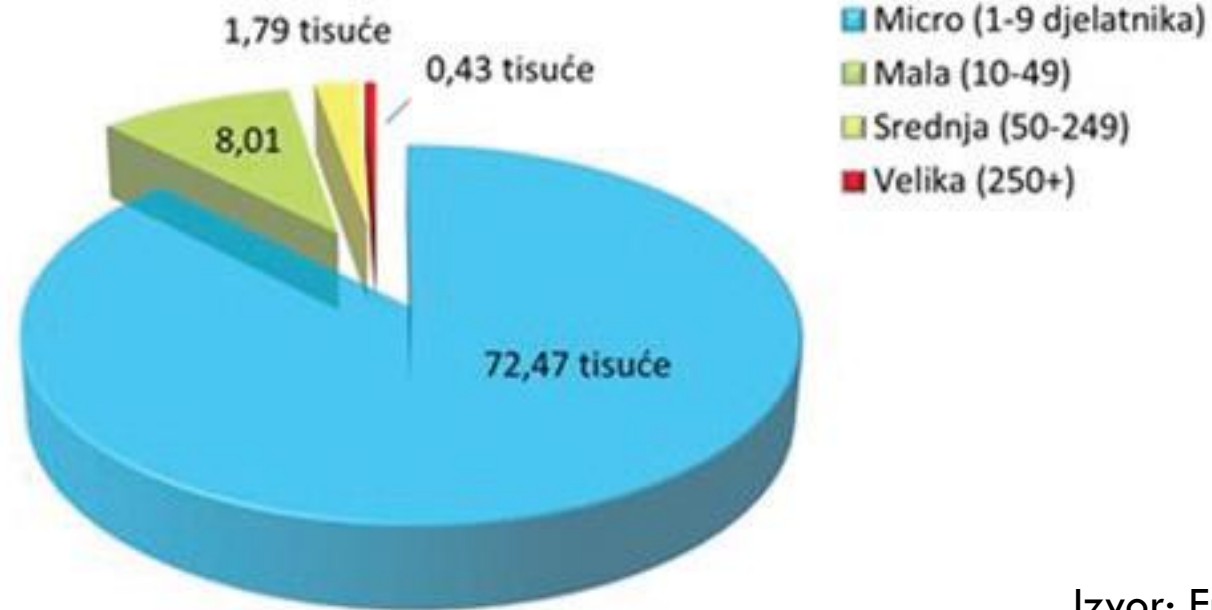


# OTKUDA KRENUTI? – PRVI KORACI

UVIJEK SE ČINI NEMOGUĆE  
SVE DOK SE NE DOGODI.

NELSON MANDELA

# VRSTE PODUZEĆA U HRVATSKOJ



Izvor: Eurostat, 2008

# PROFIL HRVATSKOG PODUZETNIKA



# EMPLOYEE VS ENTREPRENEUR

EMPLOYEE



VS

ENTREPRENEUR



**WORK**

"Something to get away from"



**SERIOUS EFFORT**

"Something to do for a short period of time"



**WORK**

"Something to be excited about"



**SERIOUS EFFORT**

"Something to do all the time"



**SUPPORT**

"Something they deserve"



**INCOME**

"Something to be received immediately"



**SUPPORT**

"Something they create"



**INCOME**

"Something to be earned later"

# HRVATSKA U BROJKAMA



Glavne karakteristike Hrvatske 2014. godine

- nedovoljna razina aktivnosti u pokretanju novih poslovnih pothvata
- mali udio rastućih poduzeća
- administrativne prepreke za provođenje poduzetničke aktivnosti
- nedovoljnu razvijenost financijskog tržišta te
- nedostatak edukacije usmjerene na razvoj poduzetničkih znanja i vještina.

# TEA - UKUPNA PODUZETNIČKA AKTIVNOST PO REGIJAMA

Regija	TEA	TEA Prilika	TEA Nužnost	TEA Muškarci	TEA Žene
Zagreb i okolica	8,43	5,28	3,15	12,6	4,87
Sjeverna Hrvatska	4,4	1,3	2,95	5,74	3,07
Slavonija	4,91	1,74	3,17	8,34	1,32
Lika i Banovina	5,13	3,53	1,58	8,07	2,37
Istra, Primorje i Gorski Kotar	5,74	3,56	1,57	11,73	0
Dalmacija	6,34	1,71	4,62	10,81	1,75
<b>Total</b>	<b>6,11</b>	<b>2,92</b>	<b>3,09</b>	<b>9,78</b>	<b>2,58</b>

GEM projekt - Global Entrepreneurship Monitor

TEA indeks utvrđuje odnos broja poduzetnika čija je poduzetnička aktivnost kraća od 42 mjeseca, na 100 stanovnika

# ŽENSKO PODUZETNIŠTVO



- važna uloga u razvoju sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj
- udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi poduzeća u Hrvatskoj, prema podacima FINA-e, u 2014. godini iznosio je 20,3%
- vlasnička struktura poduzeća u Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2014. godine prema rodnom kriteriju - **lagani rast udjela žena** vlasnica poduzeća sa **17,3% u 2010. godini** na **20,3% u 2014. godini**.



# 10 NAJČEŠĆIH POGREŠAKA MALIH PODUZETNIKA



- Ne ispituju tržište.
- Ne rade poslovni plan.
- Krivo procjenjuju prihode i troškove.
- Ne angažiraju kvalitetno računovodstvo.
- Nemaju obrtna sredstva za poslovanje.
- Zadužuju se s nepovoljnim kamatama.
- Ulaze u krug dugova, iluzija i nadanja.
- Sklapaju nepovoljne ugovore.
- Ne mogu procijeniti rokove i svoje mogućnosti.
- Kreću s previše suvlasnika i previše zaposlenih.

# ZAŠTO PODUZETNICI ODUSTAJU?

\*Uzroci prekida poslovne aktivnosti – usporedba između Europske unije i Hrvatske, 2014. %

➤ Prilika za prodaju	0,83
➤ Poduzeće nije profitabilno	<b>33,60</b>
➤ Problemi u pristupu financiranju	<b>23,55</b>
➤ Drugi posao ili poslovna prilika	12,95
➤ Izlaz je bio planiran	1,44
➤ Umirovljenje	2,51
➤ Osobni razlozi	23,83
➤ Incidentne situacije	7,26

\*Cepor – Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj 2015.

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva

# ŠTO NEDOSTAJE?



- Poduzetnički način razmišljanja (kapacitet za promjenu).
- Pojedinaac – institucija - umreženost.
- Voljnost za promjenu iz unutra.
- Mehanizam za utvrđivanje odgovornosti.

Build your own dreams, or  
someone else will hire you to  
build theirs.

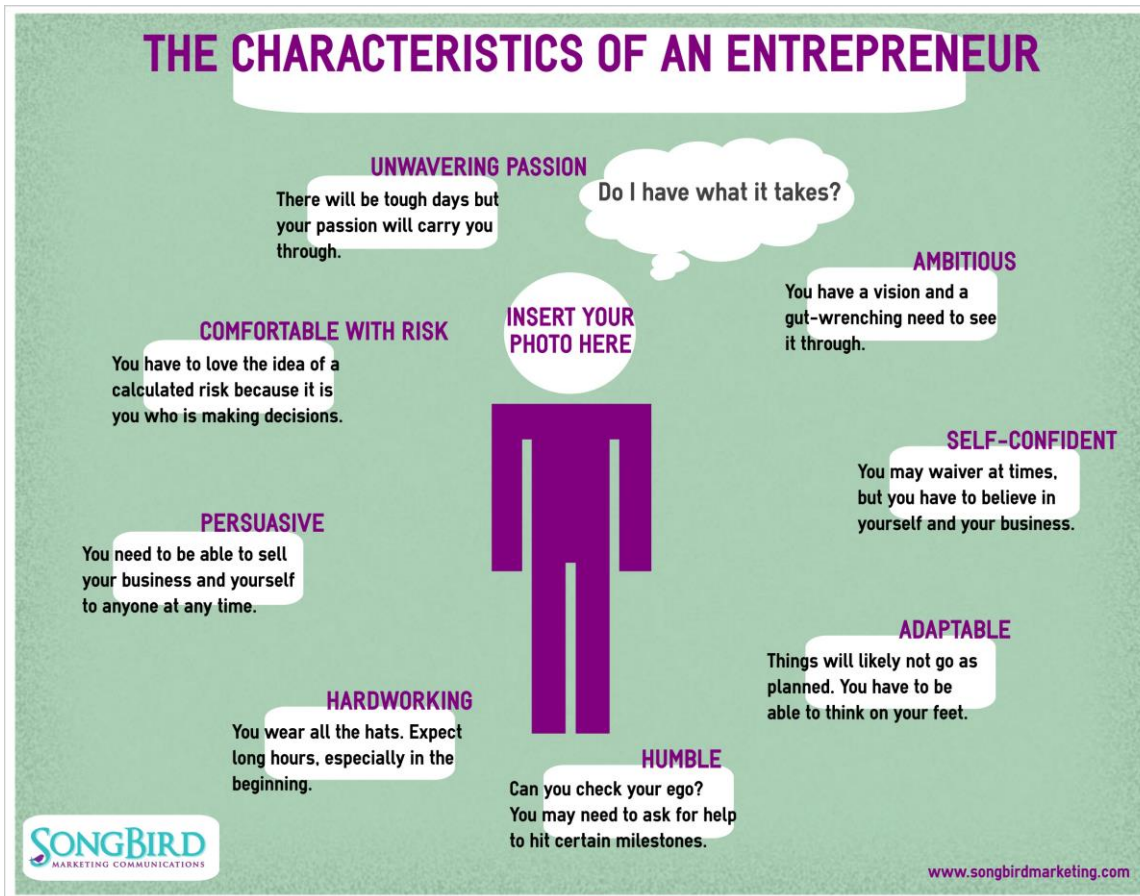
Farrah Gray

Think Like an



Entrepreneur

# GLAVNE OSOBINE PODUZETNIKA



- Povjerenje u svoju sposobnost za uspjeh
- Sklonost dobroj organizaciji
- Sposobnost da komunicirate s onima oko vas
- Shvaćanje da su greške sastavni dio svakog uspjeha
- Upornost i hrabrost
- Želja za uspjehom koja nadilazi novac
- Visoka razina energije
- Orijehtacija ka budućnosti

# JESTE LI PODUZETNIK U DUŠI?

1. Pametni ste
2. Kreativni
3. Uporni
4. Motivirani ste i krećete sami u akciju
5. Razmišljate strateški i fokusirani ste na klijente/kupce
6. Uspješni ste i s napornim klijentima
7. Ne morate uvijek biti u pravu

# REZULTATI

6-7 Što čekate?

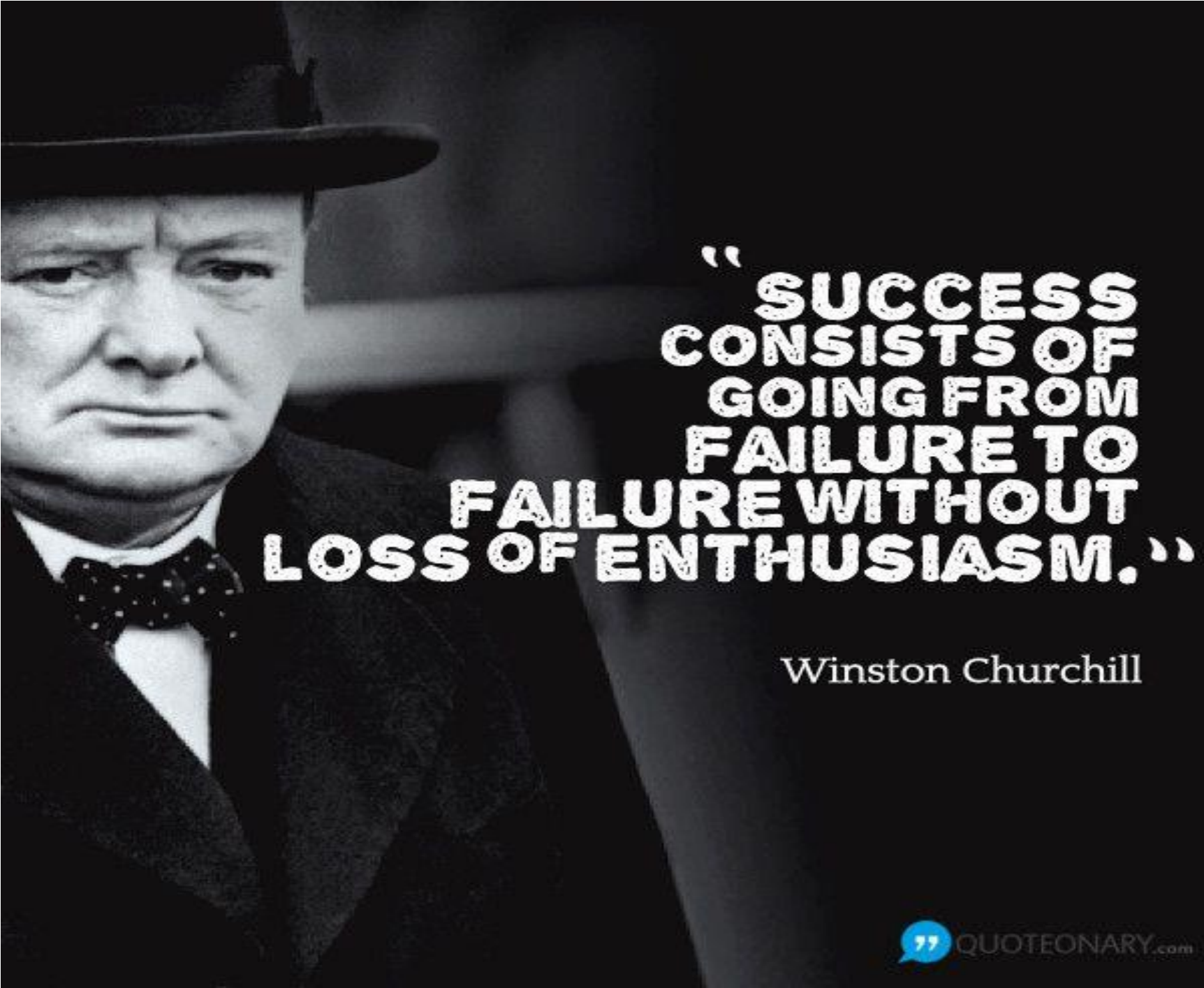
4-5 Da, možete!

2-3 Ovo možda nije vaš najbolji odabir!

0-1 Držite se svog posla!

Nemojte se obeshrabrivati, ako imate ideju pronađite način da ju provedete u djelo!





**“ SUCCESS  
CONSISTS OF  
GOING FROM  
FAILURE TO  
FAILURE WITHOUT  
LOSS OF ENTHUSIASM.”**

Winston Churchill

# KAKO JE TO BITI PODUZETNIK?

- 24/7 tjedni raspored
- Život u uredu
- Trebate naći klijente
- Vi donosite sve odluke
- Fleksibilno radno vrijeme
- Radite od kuće
- Vaši klijenti vas vole
- A vi volite svog šefa -VAS

# OSNIVANJE FIRME - KORACI...

**COMPANY  
REGISTRATION**



- Osmisliti ime
- Javni bilježnik
- Otvaranje računa firme u banci
- Izrada pečata
- Državni zavod za statistiku
- Prijava u HZZMO i HZZO
- Knjigovođa
- Najam prostora - bilježnik
- Porezna uprava

# IME, LOGO, IMAGE I OSTALO



Savjeti za ime firme:

- Kratko
- Efektno
- Zvučno
- Jednostavno za pamćenje
- Odražava ono čime se bavite ili barem navodi na djelatnost

**Ne!**

Centar za rehabilitaciju Hibrid

Mail: [czr-rehabilitaciju-hibrid@rehabilitacijskicentar.hr](mailto:czr-rehabilitaciju-hibrid@rehabilitacijskicentar.hr)

# OBRT, DOO ILI JDOO?

OPIS	OBRT	DOO	JDOO
<b>Temeljni kapital</b>	Nema	20.000,00 kn	10,00 kn
<b>Troškovi osnivanja</b>	Cca 500,00 kn	Cca 6.000,00 kn	Cca 750,00 kn
<b>Vrijeme potrebno za osnivanje</b>	1-3 dana do max 15	40 dana	5 dana
<b>Mjesto registracije</b>	Nadležni ured državne uprave u Županiji	Trgovački sud	Trgovački sud
<b>Odgovornost</b>	Vlastitom imovinom/ cjelokupnom svojom imovinom i imovinom obrta	Visinom temeljnog kapitala i imovinom društva	Vlastitom imovinom
<b>Knjigovodstvo</b>	Jednostavno knjigovodstvo u skladu sa Zakonom o dohotku	Dvojno knjigovodstvo po Zakonu o računovodstvu	Dvojno knjigovodstvo po Zakonu o računovodstvu
<b>Članstvo u Komori</b>	Hrvatska obrtnička komora	Hrvatska gospodarska komora	Hrvatska gospodarska komora
<b>Porezne stope</b>	progresivna 12%, 25%, 40% (ovisno o visini dohotka)	20%	20%
<b>Plaćanje poreza na dodanu vrijednost</b>	Naplaćeni računi R2	Izdani računi R1	Izdani računi R1
<b>Doprinosi za mirovinsko i zdravstveno osiguranje</b>	Vlasnik plaća i u slučaju zaposlenja na drugom mjestu (dvostruko plaćanje)	Vlasnik ne plaća ukoliko je zaposlen drugdje	Vlasnik ne plaća ukoliko je zaposlen drugdje

# TROŠAK HLADNOG POGONA

- Ukupan trošak minimalne plaće: ~~3.656,64~~ bruto; neto: ~~2.496,00~~ kn
- **2017.g.** – ukupan trošak puno radno vrijeme: 5.030,35; neto 3.276,0  
- ukupan trošak 4 sata: 3.750,40 bruto; neto: 2.560,00 kn
- Trošak računovodstva- od 500,00 kn na više
- Članarina HGK (obavezna) ~~55,00 kn~~ mjesečno (20 % manje)- 42 kn
- Za novoosnovane tvrtke članarina se ne plaća godinu dana!
- Turistička zajednica- cca 15,00 kuna
- Trošak vođenja računa u banci – cca 100,00-150,00 kn
- ~~Porez na tvrtku- 1 godišnje- 350,00 kn~~
- Izrada i objava godišnjeg izvješća tvrtke- 500,00 kn



**PREDSTAVITE SE!**

# KAKO SE PREDSTAVITI?

*You never get  
a second chance  
to make a first  
impression.*

*blacklapel.com*

- Vodite računa o svom izgledu i ponašanju.
- Prvi dojam je najvažniji! Za drugi dojam možda nećete imati prilike!
- **Poslovni bonton** može se definirati kao skup opće prihvaćenih pravila ponašanja koja se temelje na društvenim normama i važan je segment poslovne kulture svake radne sredine.



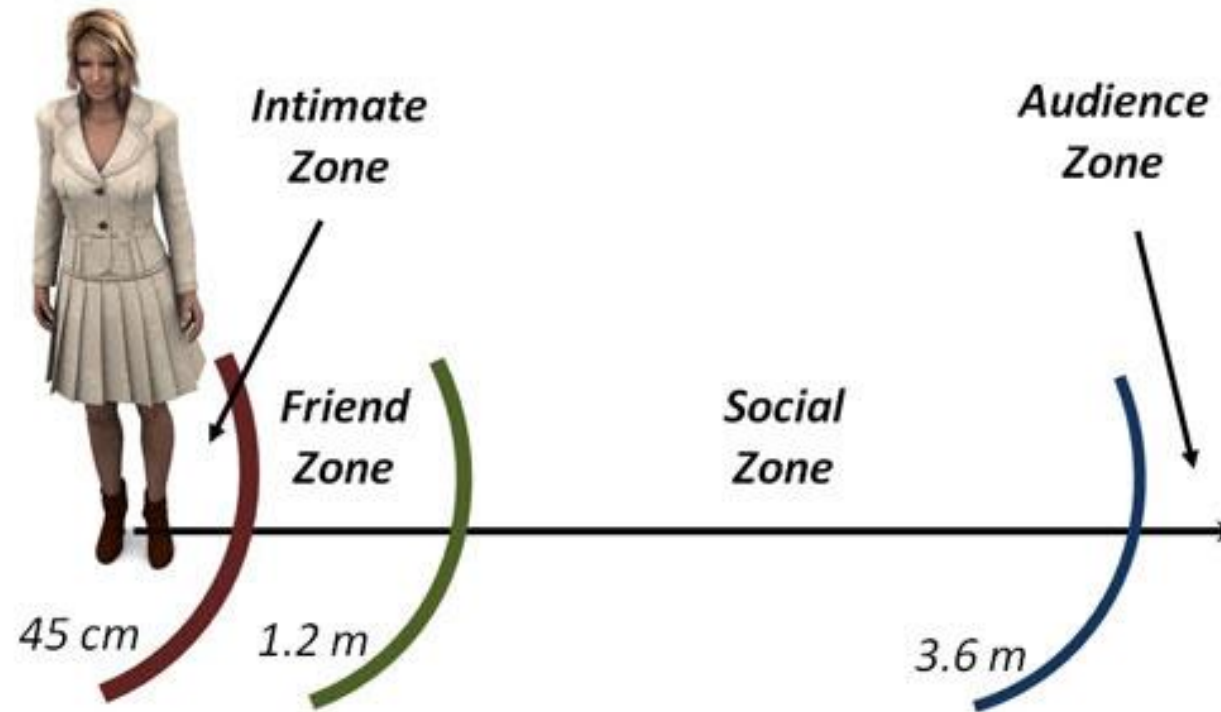
# UPOZNAVANJE I PREDSTAVLJANJE

- Muškarac se prvi predstavlja ženi, ukoliko sjedi treba se ustati.

\*Iznimka: žena se predstavlja muškarcu prva ukoliko je on na višoj hijerarhijskoj ljestvici

- Mlađe osobe se predstavljaju starijima.
- Osobe jednake po položajima iz jedne skupine predstavljaju se osobama jednakima po položaju iz druge skupine, a neslužbena osoba onoj s titulom.
- Prilikom upoznavanja bitno je upamtiti imena
- Treba voditi računa o "osobnom prostoru".

# OSOBNI PROSTOR



*Personal Space*

Uobičajeni prostor na kojem počinjemo poslovne razgovore je od 60 -120 cm



- Stisak ruke neka bude čvrst, ali nikako u stilu odmjeravanja snage
- Ruku sugovornika nije potrebno predugo držati, ni njome tresti
- Sugovornika treba gledati u oči
- Starija osoba prva pruža ruku mlađoj osobi
- Žena pruža ruku muškarcu
- Ženi se ostavlja mogućnost odabira načina pozdravljanja – rukovanje, osmijeh, klimanje glave
- Osoba koja ulazi u prostoriju dužna je prva pozdraviti prisutne.

Ukoliko starija osoba (po godinama ili hijerarhiji) predloži, može se prijeći na oslovljavanje osobnim imenom, npr. "gospođo Ana" ili samo osobnim imenom.

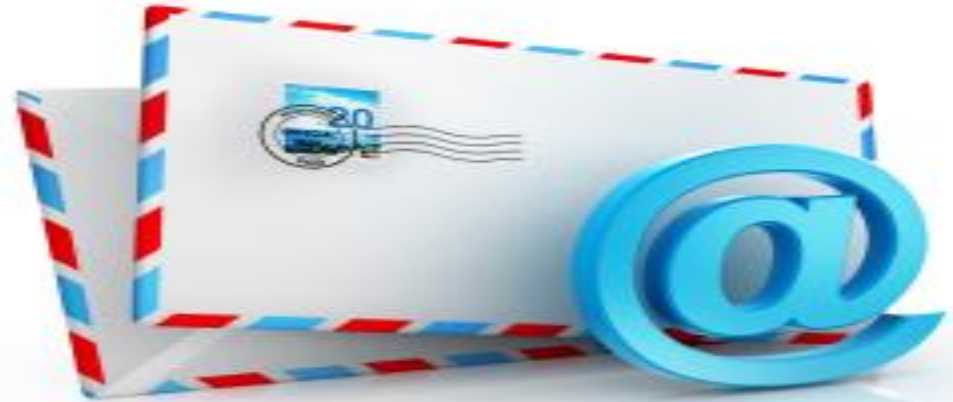
Profesionalni odnosi, institucije s čvrstom podjelom po statusu i hijerarhiji oslovljavanje po zanimanju ili funkciji, primjerice, "gospodine profesore" ili ukoliko je osoba mlađa, samo "profesore" ili samo "direktore".

Obraćanje većem skupu, redosljed oslovljavanja je "dame i gospodo".

Na simpozijima i skupovima posvećenim jednoj profesiji, može se obratiti s "poštovani kolege" ili ako se obraća jednoj osobi "kolega".



# PISMA, E-MAILOVI



- Oslovljavanje počinjete sa : „poštovani gospodine Horvat", "poštovani gospodine direktore" ili samo "poštovani,,
- Tituliranje je dio bontona koji se može raditi samo prema funkciji koju netko obavlja ili stupnju stručne spreme.

# SADRŽAJ POSLOVNOG PISMA

## **Sadržaj poslovnog pisma sastoji se od:**

- uvodne rečenice ("poštovani gospodine"/ "poštovana gospodo")
- uvoda (navodi se razlog pisanja pisma)
- sadržaja/poruke (navodi se predmet ili razlog zbog kojeg se pismo piše)
- završetak (izražava se nada da će se posao sklopiti ili slično)
- pozdrav s potpisom.



# E-MAIL

- Svaki e-mail mora imati jasan naslov te pozdrav, završnicu i potpis
- E-mail mora biti potpisan imenom i kontakt podacima
- Tekst e-maila treba ograničiti na najviše dvadesetak redaka
- Treba izbjegavati uporabu "smileya" u poslovnom dopisivanju
- Odgovoriti na e-mail u roku 24 sata
- Ukoliko se izostaje iz ureda, postaviti auto-odgovor koji sadrži tu obavijest te zamjenski kontakt
- Ako se namjerava poslati veći privitak, provjeriti slaže li se primatelj s tim.



# PRIMJER POSLOVNOG MAILA

pon 6.2.2017 18:31

ivana.radic@the-alpha-group.biz

Alpha grupa- samo za lidere!

Message

Pozivnica - Snažnijim poslovnim modelom do boljih poslovnih rezultata.pdf (645 KB)

The Alpha Group - agenda 14.2.2017..pdf (385 KB)

Poštovani g.

šaljem Vam pozivnicu za sljedeći susret direktora Alpha grupe te Vas ujedno molim i za povratnu informaciju ukoliko želite da se prije toga vidimo na kraćem sastanku.

Svakako vas pozivam da nam se pridružite u utorak 14. veljače 2017.g. u 8 sati ujutro. Na drugom dijelu sudjelujte u rješavanju konkretnog poslovnog izazova u krugu ljudi iz različitih branši. Za sada nemamo nikoga iz Vaše branše i u potrazi smo za jednim članom koji bi nam se pridružio s obzirom da u grupi ne smije biti konkurencije.

Srdačan pozdrav,



Europe's Leading Life & Corporate Coach Training Company  Noble Manhattan Coaching Ltd

 **The Alpha Group**

**IVANA RADIĆ**  
The Alpha Group Regional Director  
South East Europe

[www.the-alpha-group.biz](http://www.the-alpha-group.biz)

+385 91 923 77 01  [ivana.radic@the-alpha-group.biz](mailto:ivana.radic@the-alpha-group.biz)

ivana.radic@the-alpha-group.biz RE: Poslovni centar znanja



13:59

# TELEFONSKA KONVERZACIJA

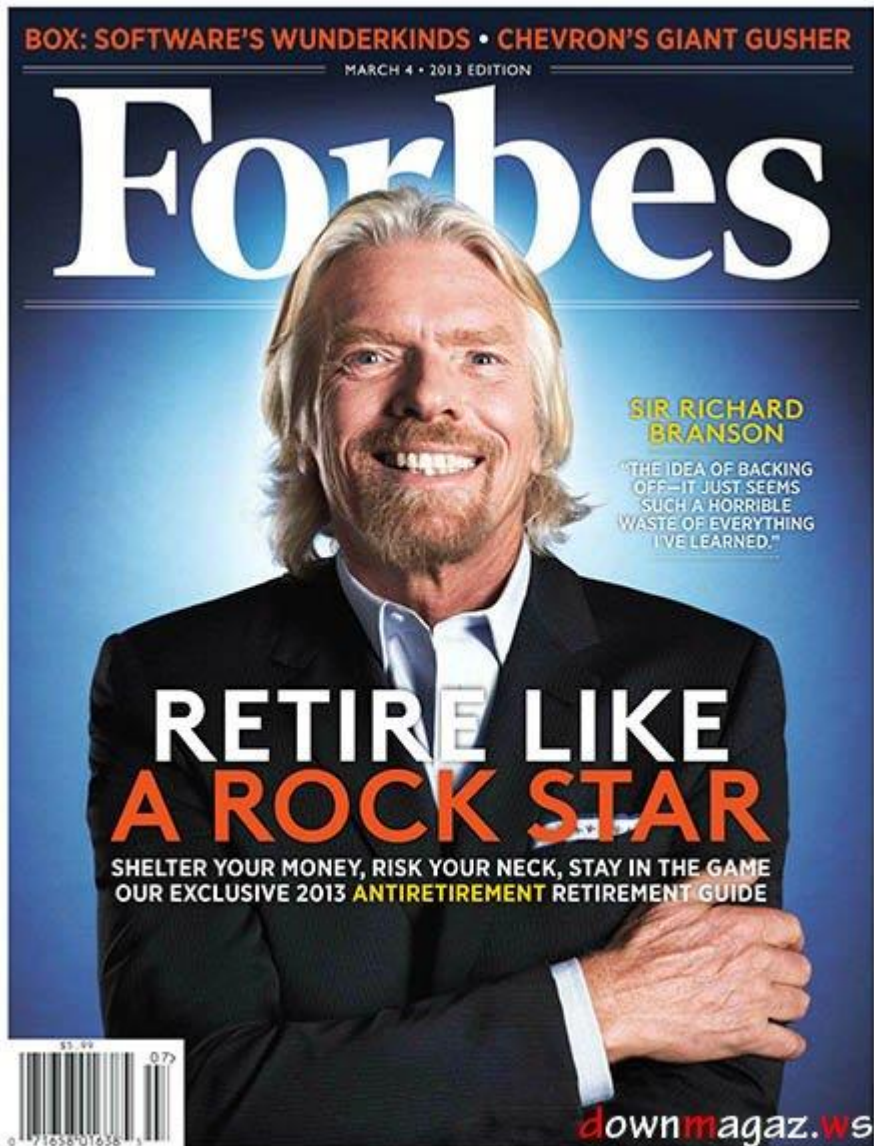


# PRAVILA

- Uvijek se predstaviti
- Razgovor treba biti što efikasniji i kraći
- Ne puštati da telefon dugo zvonj
- Javiti se na telefon tako da zvučite toplo, veselo, sretno i svaki zvuk mora biti razgovijetan, ne govoriti ni prebrzo ni presporo
- Uzvratiti poziv ako niste stigli odgovoriti na njega
- Ne dopustiti da nas netko beskonačno dugo čeka na telefonu
- Ne primati pozive u prisustvu druge osobe
- Ispričati se ako se nazove pogrešan broj
- Onaj tko je prvi nazvao mora i prvi završiti razgovor.

# ODIJEVANJE POSLOVNIH MUŠKARACA

- **Odjela:** crna, siva i tamnoplava. Duljina hlača treba sezati do polovine stražnjeg dijela cipela.
- **Košulje:** bez naglašenih uzorka ili intenzivnih boja. Ovratnik muške košulje treba viriti iznad ovratnika sakoa otprilike jedan centimetar.
  - Rukavi košulje moraju viriti ispod sakoa otprilike dva centimetra. Manšete moraju biti dovoljno uske da se rukavi kod podizanja ruke ne povlače gore. Ispod košulje se preporučuje nositi uske bijele majice sa kratkim rukavima.
- **Cipele** moraju biti čiste, iščerkane i ulaštene, uredno vezanih vezica, tamnijih boja. Glavno je pravilo da muškarci uvijek imaju čarape koje sežu preko listova.
- **Kravata** je odjevni dodatak koji najjače ocrtava ukus i osobnost onoga tko je nosi. Ukoliko se nosi kravata, treba obratiti pozornost na njeno vezanje. Dužina kravate ne smije dosezati ispod razine kopče remena. Igla za kravatu je u visini trećeg dugmeta košulje, brojano odozgo.
- **Poslovna torba** - Najčešći odabir su kožna torbe crne, sive ili smeđe boje.
- **Remen** - čistih linija.
- **Osobna higijena:** Brkove, bradu i ostale dlačice potrebno je urediti tako da ne čine lice čudnim. Nokti kod muškaraca moraju biti podrezani na kratko, a kosa čista, počesljana i oblikovana.



# ODIJEVANJE POSLOVNE ŽENE

- Univerzalno pravilo: **praktično i elegantno**
- Kostimi klasičnog kroja i neutralnih boja: tamnoplavi, sivi ili crni
- **Košulje** nježnih tonova preko kojih se odijevaju puloveri, sakoi ili kostimi u kombinaciji sa suknjom i hlačama
- **Ramena** moraju biti prekrivena
- **Suknje i haljine** duljine do koljena ili duže
- U poslovnim prilikama se uvijek nose hulahopke ispod suknje ili haljine
- **Cipele** moraju biti zatvorene, srednje visine potpetice ili ravne
- **Torbica** poslovne žene treba biti prostrana kako bi u nju mogli stati, uz osobne stvari, svi oni predmeti koji su nužni za poslovanje
- **Nakit** koji se nosi treba biti u skladu s odjećom i jednostavan

**Kosa** kod žena može biti raspuštena ili skopčana, ali obavezno uredno očišćana i čista.

Poželjna je **diskretna šminka**, a na noktima lak pastelnih boja ili crvene boje.

Zabranjena je odjeća koja otkriva previše dekoltea, leđa, prsa, noge, stopala, trbuh ili donje rublje.



# MNOGE ORGANIZACIJE IMAJU KODEKS ODIJEVANJA, IMAJTE I VI SVOJ!

- Ne kasnite više od 5 minuta
- Pazite na rukovanje i predstavljanje
- Ugasite ili stišajte mobitel
- Osmijeh da, cerekanje ne
- Ne prelazite granicu privatnosti
- Izbjegavajte osjetljive teme
- Ne odugovlačite
- *Small talk* DA, a li kratko kao uvod u temu





➤ **Ručak, večera, piće**

Nalazite li se sa svojim klijentom ili kupcem na večeri ili piću, račun morate platiti vi.

➤ **Pripremite se za sastanak**

➤ **Ne stavlajte previše parfema**

➤ **Budite smireni i raspoloženi**

➤ **Pronađite informacije o klijentovoj tvrtci**

➤ **Budite zainteresirani za ono što sugovornik priča, postavite pitanje.**

# KLIJENTI/KUPCI – KAKO DO NJIH?



- Direktni kontakt
- Mailovi
- Marketing
- Sajmovi
- Udruženja
- Članstva

# RED VELVET ROPE POLICY

KAKO ODABRATI VIP KLIJENTE



# KAKVE KLIJENTE ŽELIMO?

- One s kojima rado redovno i dobro komuniciramo
- Netko tko dijeli slične vrijednosti i radnu etiku
- Klijete koji žele poboljšati marketinšku strategiju i ne boje se biti inovativni
- Klijente koji su predani svojim proizvodima i uslugama
- Klijente koji poštuju rokove
- Klijente koji razumiju važnost društvenih medija i koji će vam biti zahvalni za stručnost, savjete i vođenje
- Klijente s osjećajem za humor
- Klijente koji vam dopuštaju da budete kreativni



# KAKVE KLIJENTE ČESTO IMAMO?



- Oni sve znaju najbolje
- Ne cijene naš rad
- Ne žele platiti
- Sitničare
- Imaju zahtjeve koji prelaze profesionalnu sferu
- Iscrpljuju nas

fringe**focus**

# 8 WAYS TO GET BAD CLIENTS

- 1 USE CRAIGSLIST.
- 2 SHOW OLD WORK.
- 3 LOWER YOUR RATES.
- 4 OFFER DISCOUNTS.
- 5 BE SHY.
- 6 DO SPEC WORK.
- 7 WORK FOR FAMILY.
- 8 SAY YES TO EVERYTHING.

DON'T  
LET  
A BAD  
CLIENT  
GET YOU  
DOWN



BAD  
CLIENTS  
WILL  
STEAL  
YOUR  
SOUL



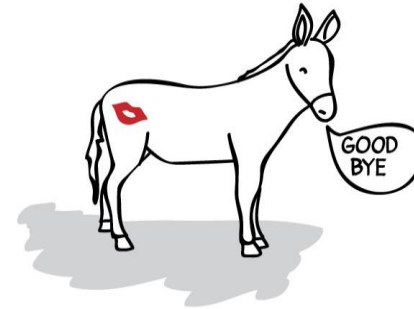
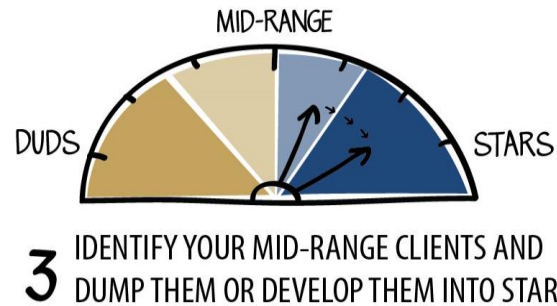
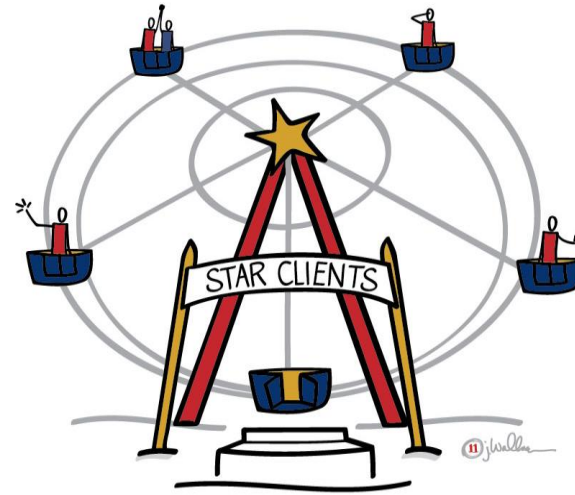


Michael Port: Clients who are not a good fit will suck your energy dry and will take up space in your calendar, leaving less room for the right clients.



THE BOOK YOURSELF SOLID

# RED VELVET ROPE POLICY

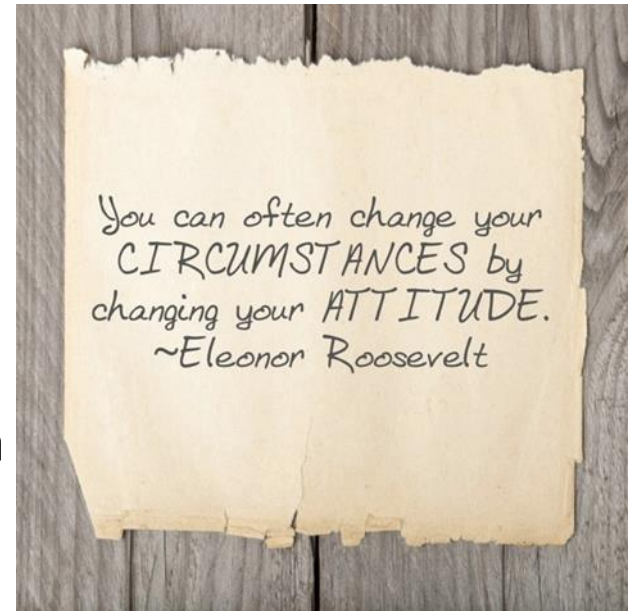



# BIRAJTE SVOJE KLIJENTE JER...

- Bit ćete najbolja verzija sebe i odraditi ćete posao s klijentom na najbolji mogući način
- Bit ćete zadovoljniji i samopouzdaniji te ćete stvoriti bolji odnos s klijentom
- Vi ćete se postavljati s klijentima i birati ćete svoje klijente kao što birate svoje prijatelje
- Ljudi vas ocjenjuju prema vašim klijentima s kojima radite: njihova reputacija=vaša reputacija
- S lošim klijentom odradite ono što se započeli ako možete i prekinite vezu
- Iskoristite vrijeme i energiju za privlačenje dobrih klijenata.

# DOMAĆA ZADAĆA

- Kreirajte svoju listu vrijednosti koje želite ostvariti s klijentima
- Selektirajte klijente koji odgovaraju vašim kriterijima
- Komunicirajte vrijednosti koje zastupate
- Ako klijent odgovara polovici vaših kriterija- dogovarajte se, ako ne - ne razmišljajte o njemu
- Budite samopouzdana kada tražite protuvrijednost za svoje vrijeme, iskustvo, uslugu, proizvod .





**YOU CAN'T  
ATTRACT CLIENTS  
IF NOBODY KNOWS  
YOU EXIST**

[muitsun.com](http://muitsun.com)

# MARKETING I PR

- Definirajte svoju ciljanu skupinu
- Konzultirajte se sa stručnjacima (ako imate nekoga poznatoga)
- Odredite kanale komunikacije
- Uložite jedan dio svoga budžeta na marketing (web, brošura, posjetnica)
- Prednosti:
  1. Facebooka
  2. Linkedina
  3. PR članka?

# NETWORKING, NETWORKING



# MALO POTICAJA

➤ Čitajte kako su drugi uspjeli:

Malcom Gladwell: Treptaj, David i Golijat, Točka preokreta

John Jantash: Selotejp marketing

Krešimir Crnko: Japanski poslovni kodeks

Oprah Winfrey: Ono u što sam sigurna

.....

➤ Pronađite glazbu koja vas motivira i potiče na djelovanje...

➤ Družite se s istomišljenicima, okružite se pozitivnim ljudima koji će Vam dati podršku



Uspjeh je zbir  
malih napora,  
ponavljanih  
iz dana u dan.

©3-8-2013g

# HVALA NA PAŽNJI

Mr.sc. Ivana Radić

Present communications d.o.o.

Email: [ivana@presentcommunication.com](mailto:ivana@presentcommunication.com)

URL: [www.presentcommunication.com](http://www.presentcommunication.com)

Mob: +385 91 923 77 01