

## Poslovni uzlet grada Virovitice

Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici

Matije Gupca 78, Virovitica

20. svibnja 2016.

### Cloud usluge - Poslujte uspješno i kada niste u uredu

#### Powered by Hrvatski Telekom

Tijekom predavanja saznat ćete odgovore na sljedeća pitanja vezano za Cloud usluge: što je uopće Cloud; kako korištenjem Clouda smanjiti troškove poslovanja; zašto je za vaše poslovne podatke Cloud sigurniji od tradicionalnih informatičkih rješenja; što znači dostupnost Cloud usluga za moj posao i koje koristi imam od toga.

O predavaču: **Krešimir Jusup, Hrvatski Telekom**



Savjetnik za prodaju poslovnim korisnicima u Hrvatskom Telekomu tijekom predavanja će vam pojasniti i upoznati vas sa cloud tehnologijom. Kvalificirani trener i specijalist za prodaju i efikasnost koji tijekom svog dugogodišnjeg rada u Hrvatskom Telekomu ima veliko iskustvo rada upravo sa poslovnim korisnicima i konstantno pomaže njihovoj edukaciji kako bi unaprijedili posao.

## Kako kreirati i realizirati pobjedničku strategiju

Powered by: Konter savjetovanje

U duhu Arhimedove izjave: „Dajte mi dovoljno dugu polugu i jednom ću rukom pomaknuti svijet“, u poslovnom svijetu su najuspješnije UČEĆE ORGANIZACIJE, one koje su spremne i osposobljene učiti i mijenjati se brže od svojih konkurenata, bolje razumjeti izazove iz okruženja, te motivirati svoje ljude i iskoristiti njihove potencijale. „Pritisnuti“ tržištem i konkurencijom, poduzetnici imaju zadatak permanentno stvarati sve veću vrijednost za kupca kroz nova poslovna rješenja i modele koji se kvalitativno razlikuje od drugih, a stvoreni su uz prihvatljive troškove i ulaganja. To zahtjeva razumnu inovativnost, fleksibilnost i brzinu reakcije, odnosno „dobitnu kombinaciju“ poslovne i operativne izvrsnosti, efektivnosti i efikasnosti. Veliki broj projekata, inicijativa, eksperimenata, specijalnih zadataka za pojedince ili radne timove, „razbijaju“ shemu klasične funkcionalne organizacije te mogu zamagliti prioritete. Da se pri tome izbjegnu nepotrebne i ponekad skupe pogreške, potrebno je kontinuirano provjeravati i po potrebi redefinirati strateške namjere (viziju i misiju, temeljne vrijednosti organizacije i dugoročne ciljeve), pomno analizirati eksterno i interno okruženje. I, potom, na temelju obrađenih informacija i izvedenih preporuka, kreirati POBJEDNIČKU STRATEGIJU, pravilno je implementirati i sustavno upravljati njenom provedbom, uz spremnost na brze reakcije, promjene i unaprjeđenja.

O predavaču: **Nikola Nikšić, Konter savjetovanje**



Nikola Nikšić je 25 godina proveo radeći na pozicijama menadžera za upravljanje strategijom, financijama, računovodstvom i kontrolingom. Dugogodišnji je predavač u raznim područjima menadžmenta i ekonomije poslovanja. Bavi se poslovima menadžerskog savjetovanja, uslugama iz područja organizacije i ekonomike poduzetništva. U tiskanim poslovnim medijima redovito objavljuje članke s osvrtima i analizama na gospodarske aktualnosti. Inicijator je koncepta „Mali hrast“, kontrolinga ‘na daljinu’, klasteriranih savjetodavnih i menadžerskih usluga za potrebe organizacijskih promjena i unaprjeđenja u brzorastućim mikro i malim poduzetničkim organizacijama. Dobitnik je nagrade Primus 2012., za najboljeg poslovnog savjetnika u Hrvatskoj na području strateškog menadžmenta i organizacijskog razvoja.

## Kako brendirati poljoprivredni proizvod

### Powered by Red Point

Ovo praktično predavanje osmišljeno je s ciljem savjetovanja poduzetnika i poljoprivrednika pri analizi preduvjeta i realizaciji brand strategije. Krenut će se od osnovnih stvari od kojih se sastoji svaki brand. Razgovarat će se o karakteristikama vaših proizvoda ili usluga koje su ključne, uputiti vas kako gledati druge brandove s kojima se natječete te što je ključno u pristupu vašem kupcu. Kako su zakoni brandinga uvijek isti, predavanje će biti korisno i vlasnicima i direktorima tvrtki koji nemaju trajno zaposlene u marketingu, početnicima, ali i prekaljenim marketingašima koji žele naučiti i iskoristiti alate koje koriste i one globalne korporacije koje posluju u Hrvatskoj.

O predavaču: **Karlo Stojčević, RedPoint Direktor i član uprave transmedijske kreativne agencije RedPoint (Styria).**



Tijekom petnaestogodišnje karijere u prodaji, marketingu i tržišnim komunikacijama radio je kao licencirani broker, menadžer prodaje, direktor marketinga u Reliance Capital Inc (Kalifornija, SAD), regionalni direktor strateškog planiranja u internacionalnoj kreativnoj agenciji Publicis na brandovima Heineken, Nestle, Renault (Hrvatska, Adriatic), business leader u internacionalnim kreativnim agencijama Leo Burnett i Saatchi&Saatchi na brandovima Samsung, Procter&Gamble, T-hrvatski telekom, Bonbon, WWF (Hrvatska, BiH). Ekspert je u transformaciji brandova, brand dijagnostici i strateškom planiranju, izradi brand komunikacijskih platformi te diferencirajućih kreativnih taktika.

**EU fondovi za proizvodnju i ruralni razvoj****Powered by: EGK**O predavaču: **Jurica Zorman, Euro Grant Konzalting**

Jurica Zorman je menadžer s dugogodišnjim iskustvom. Diplomirao filozofiju na Filozofskom fakultetu Družbe Isusove u Zagrebu. Trenutno je apsolvent poslijediplomskog studija Business Intelligence na Warsaw School of Economics uz stalna školovanja i treninge iz međunarodne prodaje i poslovnih pregovora. Jedan je od osnivača i član Upravnog odbora Poljsko-hrvatske industrijske i trgovinske komore, te pokretač Zajednice Hrvata u Poljskoj. Posljednje 4 godine odgovoran je za razvoj prodaje i zastupanje na tržištima SEE zemalja, kao i vođenje strategije širenja u regiji. Sudjelovao je na poslovnim forumima privatnog i javnog sektora na međunarodnoj razini. Njegove radionice i savjetodavne procese karakterizira nekonvencionalan pristup rješavanju poslovnih problema i upravljačkih dilema. Posebna značajka njegova rada je otvorenost i usredotočenost na razvoj rješenja prikladnih za klijenta i u skladu s njegovim vrijednostima.

O predavaču: **Antonio Surjan Žanko, Euro Grant Konzalting**

Antonio Surjan Žanko je u Euro Grant Konzaltingu zadužen za pripremu i vođenje projekata. Diplomirao je financije na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Započeo karijeru kao suradnik u Odjelu za ekonomske analize u Institutu za elektroprivredu i energetiku d.d., a nastavio u HBOR-u, gdje je radio na financiranju velikih investicija u gospodarstvu. Posjeduje bogato iskustvo u vođenju projekata za dodjelu bespovratnih sredstava, izradi investicijskih studija te razvojnih i marketinških studija za potrebe poduzetništva i lokalne samouprave. Naknadno se usavršio za PR menadžera.

