



# **Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju**

## **17.5. – 18.5.2017.**

# **Hrvatska obrtnička komora, Zagreb**

**Dan 2, četvrtak 18.5.2017.**

**Predavanje:**

## **Strateška partnerstva. Networking i umrežavanje.**



# Predavanje: Strateška partnerstva. Networking i umrežavanje.

**Hrvatska obrtnička komora, Zagreb  
četvrtak, 18.5.2017.**

**Predavač:**

**Berislav Čižmek, direktor**



**konzultantsko-lobistička tvrtka, CBBS d.o.o., Zagreb**



## Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



Tvrtka CBBS je konzultantsko – lobistička tvrtka specijalizirana za:

- lobiranje u Hrvatskoj i inozemstvu (EU),
- međunarodnu suradnju, akvizicije i strateška partnerstva,
- pokretanje, pripremu i koordinaciju EU konzorcija i projekata,
- istraživanje, promociju i izlazak na nova tržišta,
- priprema marketinških i razvojnih studija.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## CBBS – članstva u međunarodnim i domaćim udruženjima:

- **HDL** (Hrvatsko društvo lobista)  


HRVATSKO DRUŠTVO LOBISTA  
CROATIAN SOCIETY OF LOBBYISTS  
www.hdl.com.hr
- **SEAP** (Europsko lobističko udruženje poslovnih ljudi i organizacija, Bruxelles)  


society of  
european affairs  
professionals
- **UFI** (Svjetsko sajamsko udruženje, Pariz)  


Associate Member
- **CEFA** (Udruženje sajmova srednje i JI Europe, Beč)  


Central European Fair Alliance
- **HUP** (Udruga malih i srednjih poduzetnika)  


# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Uvod u temu – Partnerstva i networking



## Očekivanja polaznika i dosadašnja iskustva.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Predavanje

# Networking – partnerstva, povezivanje i umrežavanje



# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Ciljevi predavanja:

Kako se uspješno povezati i surađivati s domaćim i stranim partnerima/dionicima na projektima od zajedničkog interesa za ostvarivanje ciljeva projekata vezanih uz strukovno obrazovanje.

Kako stvoriti i održati stabilnu mrežu pouzdanih, aktivnih i angažiranih partnera za uspješnu realizaciju projekata HOK-a. Kako izabrati optimalan način povezivanja i kako najbolje predstaviti ciljeve i interes HOK-a i njegovih članova.



## Networking - poslovno umrežavanje

Poslovna mreža je ista kao i svaka druga društvena mreža koja okuplja ljudе oko zajedničke teme i cilja - **bolje i uspješnije poslovanje.**

Poslovno umrežavanje (**business networking**) je društveno-ekonomska aktivnost u kojoj se poslovni ljudi istih interesa okupljaju, dijele ideje i poslovno djeluju.





## Prednosti povezivanja i stvaranja mreža

**Podjela znanja – Nove mogućnosti – Stvaranje vlastite  
mreže kroz povezivanje - Promocija**





## Kako stvarati mreže poslovnih partnera? (1)

### Offline

- **Događanja, sajamske priredbe, poslovna okupljanja** – stručne konferencije u zemlji i inozemstvu, matchmaking programi, poslovne misije (trade missions) s Vladom, gospodarskim institucijama, dolazak stranih delegacija i partnera u Hrvatsku, **rad i aktivnosti u mješovitim komorama**: Hrvatsko – turska poslovna platforma, AHK, AmCham ...



## Kako stvarati mreže poslovnih partnera? (2)

Online



- Internet marketing, virtualne konferencije i sajmovi, webinari, prodajni portali (eBay, Alibaba, Amazon), blogovi i socijalne mreže – Twitter, FB, Linkedin, WhatsApp (veze, komentari i postovi).





## Suradnja i partnerstva/ulazak u međunarodna udruženja (1)

Ulazak u domaća/međunarodna udruženja i suradnja s drugim partnerima daje hrvatskim tvrtkama, institucijama i lokalnoj samoupravi sljedeće mogućnosti:

**Nove poslovne i partnerske mogućnosti, povezivanje i ulazak u zajedničke projekte, stvaranje konzorcija/alijansi /partnerstava, suradnju na EU i drugim međunarodnim projektima, učenje i edukaciju kroz interakciju s partnerima i članovima udruženja, korištenje baza podataka i znanje pojedine asocijacija/udruženja i njenih članica, međunarodnu promociju i afirmaciju.**

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Suradnja i partnerstva/ulazak u međunarodna udruženja (2)

### Mogućnosti/Opportunities

Vs

### Troškovi/Investments



# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Vježba 1

**Zadatak:** Pronaći partnere od interesa za HOK-ov projekt reforme strukovnog obrazovanja (sadašnji i potencijalni domaći i strani partneri).

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Elevator Pitch

30 - 60 sekundi za prenijeti poruku o sebi/tvrtki/instituciji, čime se ona bavi i na koji način može doprinjeti uspjehu i rezultatima tvrtke/institucije kojoj se predstavlja.

Tko ste? - Što radite? - Na koji način djelujete? - Zašto ste drugačiji? – Poziv na suradnju.



## Vježba 2 – Elevator Pitch



**An Introduction to Your Business**

Your elevator pitch (30-sec intro) & online profiles should answer "WHAT DO YOU DO?"

**TRANSLATION TO YOUR AUDIENCE:**  
What do you do that can benefit me?

- Focusing on how you can help someone else makes you more memorable.
- Share your excitement and passion about your business!
- In-Person = "an elevator pitch" (how you would introduce yourself if you met someone in passing and had only 30 secs)
- Online = profile (quick summary of you with a photo, links and bio)

A simple formula for your brand

**WHO**  
**WHAT**  
**WHERE**  
**WHY**  
**HOW**



### Umrežavanje/networking - kako početi?

1. Istražite što se zanimljivo dešava u vašoj okolini.
2. Organizirajte se i pripremite za dolazak na događanje.
3. Upoznajte se s pravilima grupe/okruženja.
4. Pošaljite e-mail novim kontaktima nakon događanja.
5. Umrežavajte se „online“.



## Pravila za uspješni „networking“ (1)

Prilike za networking uz uobičajeno poslovno komuniciranje otvaraju se i na brojnim konferencijama, sajamskim priredbama i izložbama, poslovnim i drugim događanjima, radionicama, seminarima i stručnim usavršavanjima.

1. Davanje vs primanje.
2. Potrebe drugih su ispred mojih vlastitih potreba.
3. Kvaliteta umjesto kvantitete.
4. Ne sakupljajte prekomjerno „virtualne prijatelje“.
5. Ne ciljate previsoko – odredite realne ciljeve.
6. Bolje upoznajte svoje kontakte.
7. Naučite slušati.



## Pravila za uspješni „networking“ (2)

7. Budite aktivni – komunikacija mora biti dvosmjerna.
8. Izgradite vlastiti brand
9. Budite iskreni.
10. Dugoročno vs kratkoročno.
11. Ne posjećujte događanja reda radi – napravite plan/cilj.
12. Follow up.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Preporuke:

„Ugled/kredibilitet se gradi godinama, a ruši se u sekundi.”



Etika je preduvjet za dobre poslove i uspješnu/trajnu saradnju, umrežavanje/networking nije alat za beskrupulozno probijanje na tržištu i u društvu - **ljudi možete prevariti samo jednom.**



## Građenje poslovnih odnosa (1)

Upoznavanje/rukovanje – otvorenost/osmijeh – odijevanje (dress code) – prezentacije i sastanci – pozitivan pristup – ulaganje u razvoj poslovnih odnosa.





## Građenje poslovnih odnosa (2)

Kod networkinga može pomoći **FORD** metoda:

Razgovor na sljedeće teme:

- Obitelj (**Family**)
- Posao (**Occupation**)
- Slobodno vrijeme (**Recreation**)
- Planovi za budućnost (**Dreams**)

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## E- poslovanje i networking

Pod pojmom **e-poslovanje (elektroničko poslovanje)** podrazumijeva se primjena informacijsko-komunikacijskih tehnologija u svakodnevnom radu i stvaranju poslovnih kontakata/poslovnih mreža.

Uključuje upravljanje internim procesima, kao što su ljudski potencijali, finansijski i administrativni sustavi, kao i vanjskim procesima: prodajom i marketingom, nabavom te odnosima s kupcima i partnerima.



## Prednosti e-poslovanja u održavanju i stvaranju poslovnih mreža

Prednosti uvođenja alata za e-poslovanje su u ubrzaju provođenja poslovnih procesa te lakšem pristupu poslovnom okruženju i novim partnerima.

Glavne prednosti su:

- Brža i jednostavnija komunikacija,
- Produljenje radnog vremena (web-stranica omogućuje prisutnost – 24/7/365),
- Pristup većem broju informacija,
- Smanjenje troškova snižavanjem troškova transakcija (npr. online bankarstvom, poštarinama),
- Mogućnost usvajanja novih poslovnih metoda te kreiranje korisničke podrške “po mjeri”.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Internet i nove tehnologije - pomoć u poslovanju i komunikaciji



- Brza i jeftina komunikacija, slanje informacija na drugi kraj svijeta gotovo je besplatno.
- Promocija proizvoda i usluga putem web-stranica/web trgovine omogućava prihvatanje narudžbi, doslovno 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, uz sigurna plaćanja (npr. kreditnim karticama).
- Pregledom drugih web-stranica otkrivaju se nova tržišta, nove poslovne mogućnosti, novi partneri i nove ideje, ali se ujedno dobiva i pregled stanja tržišta i potencijalnih konkurenata.



## Digitalni marketing

Prisustvo na digitalnim kanalima i digitalna prezentacija od presudne su važnosti za uspjeh tvrke/obrta/branda: **web stranica/web trgovina**.

**Ciljano oglašavanje** - najučinkovitija metoda oglašavanja u svijetu digitalnog marketinga, vezano uz oglašavanje na tražilicama (Google, Yandex, Seznam, Bing, Yahoo....).

**Ciljano oglašavanje – Google AdWords** (račun – grupe oglasa - ključne riječi – troškovi).

**Optimizacija stranica za tražilice (SEO)**, koja podrazumijeva optimizaciju internetske stranice za tražilice (prvenstveno Google), kako bi se stranica pojavila što više u rezultatima pretraga preko određenih ključnih riječi.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Izbor društvenih mreža i B2B portala za umrežavanje i networking (1)

### Facebook



- Postoji blizu 2 milijarde korisnika s otvorenim Facebook profilom (travanj 2017.).
- 1,55 milijardi ljudi mjesečno koristi FB.
- 55 % korisnika Facebook svakodnevno, a čak 87 % tih korisnika Facebooku pristupa putem pametnih telefona.



## Izbor društvenih mreža i B2B portala za umrežavanje i networking (2)

### Twitter



- Twitter je internetska društvena mreža za mikro-blogging, tj. namijenjena je za slanje kratkih poruka do 140 znakova koje su prema imenu mreže nazvane tweetovima.
- Više od milijardu registriranih korisnika, a više od 330 milijuna aktivnih korisnika je stalno “priključeno” na Twitter,



## Izbor društvenih mreža i B2B portala za umrežavanje i networking (3)

### Linkedin



- 500 milijuna korisnika u više od 200 zemalja svijeta, 15 milijuna različitih grupa povezanih zajedničkom temom ili interesima.
- 50% korisnika ima višu ili visoku stručnu spremu, dostupan u 20 jezika.
- Više od 3 milijuna službenih stranica, 1,45 milijuna poslova, objavi se oko 50 000 aplikacija za posao.



# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Berislav Čizmek - LinkedIn Network

Svibanj 2017



3,452 Connections

<https://www.linkedin.com/in/berislavcizmek/>



## Izbor društvenih mreža i B2B portala za umrežavanje i networking (4)

### WhatsApp



- WhatsApp je mobilna aplikacija za razmjenu poruka, fotografija i videozapisa putem mobilnog interneta pametnim telefonima, usluga se za sada ne naplaćuje.
- WhatsApp ima preko 1,2 milijarde aktivnih korisnika.
- Tvrđtu WhatsApp Inc. su 2009. osnovali Jan Koum i Brian Acton. U 2014. godini Facebook kupuje mobilnu aplikaciju WhatsApp za 19 milijardi USA\$.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Izbor društvenih mreža i B2B portala za umrežavanje i networking (5)

### You Tube



- Googleov servis, s više od milijardu korisnika.
- YouTube je popularna mrežna usluga za razmjenu videozapisa na kojoj korisnici mogu postavljati, pregledavati i ocjenjivati videozapise.
- Više od polovine korisnika posjećuje YouTube sa svojih mobilnih uređaja.
- YouTube ima lokalne verzije u više od 88 zemalja.



## Što prepoznajemo pod uspješnim networkingom? (1)

Tradicionalisti: rođeni prije 1946.

“Baby boomers”: rođeni između 1946. i 1964. godine



# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Što prepoznajemo pod uspješnim networkingom? (2)

**Generacija X:** rođeni između 1964. i 1980. godine  
**Generacija Y:** rođeni između 1981. i 2000. godine



# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



## Što prepoznajemo pod uspješnim networkingom? (3)

Generacija Z: rođeni između 1995. i 2014. godine (poznati kao Gen Z ili "post-millennials," "the iGeneration").





## Radionica – lobiranje i partnerstva

**Cilj radionice:** Osmišljavanje i priprema radionice (u okviru projekta EP4A: European Partnerships for Apprenticeships, održavanje radionice predviđeno za srpanj 2017.) s ciljem predstavljanja dobre prakse i primjera iz područja sklapanja partnerstava iz područja naukovanja, reformi učenja na radnom mjestu i uzimanja naučnika s ciljem stvaranja uspješnije osnove za izmjenu politika na institucionalnoj razini (podizanje svijesti o istaknutim temama i problematici i uključivanje dionika u aktivno osmišljavanje i uspostavljanje partnerstva u području naukovanja).

**Glavne ciljne skupine/sudionici radionica (srpanj/2017. godine):** obrti, mala i srednja poduzeća, predstavnici nadležnih institucija (ministarstva i agencije), predstavnici komora, ravnatelji škola.

# Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Završetak drugog dana radionice.

## Komentari, pitanja i prijedlozi polaznika ekonometrije.

## Zaključci i preporuke radionice.

## Radionica o lobiranju i javnom zagovaranju



# Hvala Vam na pažnji.

Informacije/kontakt :



**Berislav Čižmek, CEO**

**Konzultantsko-lobistička tvrtka CBBS d.o.o.**

Kozarčaninova 2, 10 000 Zagreb

Phone : + 385 1 2304 001

Fax : + 385 1 2301 280

GSM : + 385 91 911 8035

Skype : berislav.cizmek

E mail : [ceo@cbbs.hr](mailto:ceo@cbbs.hr)

Web page : [www.cbbs.hr](http://www.cbbs.hr)