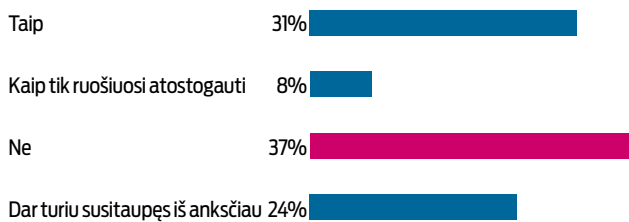


## Savaitės klausimas

## Ar šiemet išnaudojote visas atostogas?



ŠALTINIS: MANOKARJERA.LT

## Pramonė

## Be naujienų – pasmerkti

Net ir sunkmečiu gamintojai privalo pasiūlyti naujienų, nes tik jos, o ne garsūs koncernų ar prekių ženklų pavadinimai, atveria perspektyvas.

Kad be naujienų sunkiai išgyvensi, įsitikinusi „Porsche“ vadovybė. Koncerno finansiniai metai prasideda rugpjūčio 1 d., tad dabar pateikiami tik pirmojo ketvirčio duomenys. O jie – ne tokie džiuginantys kaip tikėtasi: per 3 mėnesius parduoti 25.200 prabangūs sportiniai automobiliai, pernai per tą patį laikotarpį buvo parduota 30.700, rašo *spiegel.de*.

Tai reiškia, kad koncerno pajamos vos persirito per 2 mlrd. EUR ribą, nors pernai tokiu metu jos siekė 2,36 mlrd. EUR. Todėl tikėtina, kad „Porsche“ šie finansiniai metai bus prastesni nei praėjusieji, kai nuo konvejerio nuriėjo 98.652 automobiliai.

„Padėtis JAV, kur yra didžiausia „Porsche“ rinka, by-

loja, kad planus gali tekti koreguoti“, – neslepia Vendelinas Vydekingas (Wendelin Wiedeking), koncerno valdybos pirmininkas.

Praėjusiais finansiniais metais „Porsche“ pajamos buvo 8,57 mlrd. EUR. Tokį gerą rezultatą lėmė apdairi akcijų prekyba ir auganti prestižinių sportinių automobilių paklausa. Vien iš jų gamybos koncernas uždirbo per milijardą eurų. Vis dėlto mažėjantys pardavimai lėmė sprendimą pristatyti tik vieną naują „Porsche“ modelį.

„Krizė palietė visus. Bet tiems, kas nepasiūlys naujų produktų, išlikti bus iš tiesų sunku“, – vadybos sprendimais dalijasi p. Vydekingas.

Tačiau krizė nesutrukdė koncerno vadovams savo asmenines pajamas pasididinti milijoninėmis sumomis. Šešioms vadovybės nariams praėjusiais finansiniais metais išmokėta 143,5 mln. EUR. Užpraėjusiais metais jie pasidalijo 112,7 mln. EUR.

## Pardavimai

## Vietoj restorano – receptų knyga

Finansų krizė žodį taupymas privertė prisiminti ir gyvenančiuosius už Atlanto. Prognozuojama, kad išmušė nebrangių prekių valanda. Sukrusti turėtų ir kulinarijų knygų leidėjai, nes vis daugiau amerikiečių patys stoja prie puodų.

Dar visai neseniai televizijos žiūrovus viliojo JAV banko „Wachovia“ reklama. Šiandien tokio banko jau nebėra.

Nebėra ir tiek dolerių amerikiečių pinigines, kiek jie turėjo kad ir metų pradžioje. Net ir kreditinių kortelių jose mažta, nes bankai kaip niekad sugriežtino skolinimosi sąlygas. Tad nelieka nieko kita, kaip prisiminti, ką reiškia taupyti. Ne vienas amerikietis apskritai su šiuo reiškiniumi susipažįsta pirmąsyk, praneša portalas *wiwo.de*.

„Emporio Armani“ vietoj „Giorgio Armani“. „Gap“ vietoj „Yves Saint Laurent“. Nauji vidpadžiai vietoj naujų batų. Receptų knyga vietoj vakarienės restorane, apie naujus amerikiečių vartojimo įpročius rašo žurnalas „New York“.

## Pasimatymai – brangu

Beje, pačiam stoti prie puodų – daugeliui amerikiečių didžiausia naujiena. Todėl turėtų su-

klestėti leidėjai, siūlantys nebrangius kulinarijos pradžiūmokslus.

Nesnaudžia ir spauda, siūlo patarimų pradėjusiems taupyti: „Pamirškite „Starbucks Latte“ kavą, vietoj jos į darbą pasiimkite termosuoką namie užsiplikytos kavos; net 2.000 USD gali sutaupyti amerikietė, jeigu vietoj apsilankymų nagų studijoje juos paprasčiausiai pati nusilakuotų namie; drabužius galima skalbti ir vilkėti jais ne vieną kartą – nebūtina kartą apsilankyti juos išmesti ir įsigyti naujus; rinkitės pigesnes maitinimo įstaigas – jose irgi galima pavalyti.“ Tokiais ir panašiais patarimais bombarduojami amerikiečiai.

Būtent pigesniems prekėms ar vidutinės bei žemesnės klasės prekių ženklams ekspertai prognozuoja atgimimą.

Netruksta ir primityvių ar net šypsena keliančių patarimų norintiesiems sutaupyti: „Vietoj taksi važinėkitės viešuoju transportu; žuvelę akvariume laikyti kur kas pigiau nei šunį.“ Ir pagaliau: „Jei dabar esate vieniši, susitaukite su buvusiu partneriu ar partnere, nes taip bus pigiau – nereikės mityti pinigų gėlėms, kokteilams ar dovanoms, kad padėtų pelyti naujo meilės objekto prielankumą.“ (VŽ)



## I nuomonė

Jei darbuotojas plūša po 12 val. per dieną ir nesiili savaitgaliais, jis – blogas darbuotojas. Toks žmogus pervargęs, negali dirbti visu pajėgumu, dažnai klysta, o jo klaidas tenka taisyti. Toks darbas neefektyvus.

► KRISTINA KOVAITĖ, verslo konsultacijų UAB „Projekona“ direktorė



## II nuomonė

Jei darbuotojai nenori eiti atostogauti, vadovas turėtų pareikalauti tai padaryti, parengti atostogų grafiką ir jį suderinti su pavaldiniais. Įstatymas šiuo atveju vadovui netgi suteikia „prievarotos“ teisę.

► INGA SIMINIENĖ, „Alpha Consultants“ Klaipėdos skyriaus vadovė

## Iš tarnybos į...

AB Rytų skirstomieji tinklai išsirinko bendrovės valdybos pirmininku ir generaliniu direktoriumi Rimantą Vaitkų.

Baltijos TV (BTV) kanalui pradėjo vadovauti Romas Mironas, buvęs „Spaudos TV“ direktorius ir „Lietuvos ryto TV“ prodiuseris. Michailas Garberis,

ankstesnis BTV vadovas, pereina į koncernui „Achemos grupė“ priklausančią kontroliuojančią bendrovę „Balto media“, kur dirbs generalinio direktoriaus pavaduotoju.

Antrinei UAB „Blue Bridge Code“, kuri veiklą pradės 2009 m., vadovaus Vyktas Arlauskas.

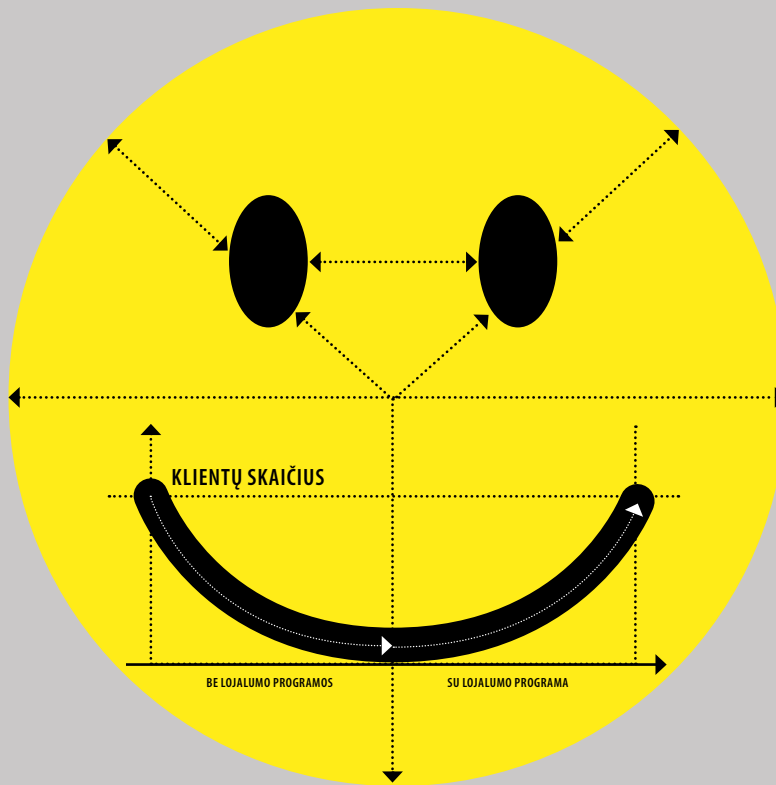
Į Lietuvos laivų savininkų asociacijos vykdomojo direktoriaus pareigas grįžo Gintautas Kutka, iki šiol dirbęs UAB „Nevallio jūrų agentūra“.

Saulius Buteliauskas, buvęs UAB „Baltisches Haus“ finansų direktorius ir valdybos narys, tapo šios įmonės direktoriumi.

Mažmeninės prekybos tinklus Baltijos šalyse ir Bulgarijoje valdančiai UAB „Maxima grupė“ pradėjo vadovauti Mindaugas Bagdonavičius. Naujasis generalinis direktorius pakeis kadenciją baigusį Gintarą Marcinkevičių.

# KLIENTŲ LOJALUMO ŽINYNAS

(manokarjera.lt)



## ILGALAIKĮ ĮMONĖS AUGIMĄ UŽTIKRINA LOJALŪS KLIENTAI

- Konkrečių Lietuvos įmonių patirtis ir atvejų analizė (AB TEO LT, UAB „Alna Business Solutions“, AB „Rimi Baltic Group“ ir kt.)
- Naujaisi aptarnavimo kokybės ir klientų lojalumo ugdymo tyrimai
- Patarimai, kaip sudaryti lojalumo programas
- Teisiniai klientų aptarnavimo aspektai
- Praktiniai patarimai, kaip efektyviai valdyti klientų aptarnavimo kokybę

## Žinyno redaktorė

Jurgita Adomaitytė, DIVE Group, kuriai priklauso SPECT-DIVE, generalinė direktorė ir partnerė

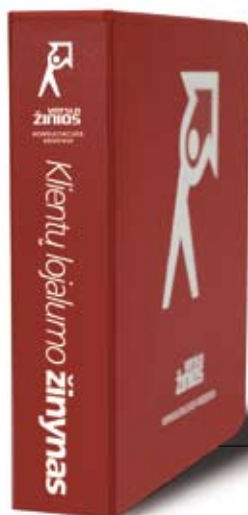
spect Dive

## Partneris

aa aptarnavimo kokybės asociacija

## Nuolat atnaujinamas turinys!

400 p. segtuvas, kas 3 mėnesius papildomas naujausia ir aktualiausia informacija apie klientų aptarnavimą ir lojalumo ugdymą. Be to, žinyne pateiktas dokumentų formas galėsite parsisiųsti prisijungę prie elektroninės žinyno versijos internete ir pritaikyti kasdieniams įmonės poreikiams.



VERSLO ŽINIŲ

Daugiau apie žinyną galite sužinoti telefonu (8 5) 252 6412, e. paštu konsultacijos@verslozinios.lt arba internete [www.vz.lt/konsultacijos](http://www.vz.lt/konsultacijos)

Žinyno metinės prenumeratos kaina – 695 Lt ir 5% PVM „Verslo žinių“ prenumeratoriams taikoma 7% nuolaida