

Reci mi što gradiš,
reći ću ti koji cement trebaš!

Što krajnjim korisnicima donosi robna marka?

Na sjeverozapadu Istre gradnja cvjeta

Poslovne edukacije prilagođene skladištima
građevnog materijala

Magazin o stvaranju i stvarateljima

Broj 3 / jesen 2005.

ISSN 1334-997X

MagazinPlus





Alan Šišinački
direktor marketinga
i prodaje
tel 01 6554 033
fax 01 6554 022
alan.sisinacki@holcim.com
www.holcim.hr



Siniša Dimitrijević
v.d. direktor transportnih
betona
tel 01 6554 033
fax 01 6554 022
sinisa.dimitrijevic@holcim.com
www.holcim.hr

Dragi čitatelji,

kako se svijet brzo mijenja! Toliko se različitih stvari događa. Informacije se brzo izmjenjuju. Stalno nešto novo... I znanje se u takvim uvjetima počelo najviše cijeniti. Jednostavno više nije moguće oslanjati se samo na vlastito bogato iskustvo. I zbog toga ima sve više seminara. Te upravljanje ljudima, te osobni razvoj, te prodaja, te upravljanje vremenom...

Da bismo kupcima pružili što bolji proizvod i uslugu i nama je potrebno znanje. Zbog toga Holcim Grupa radi na prikupljanju znanja između zemalja. Uključujući nove akvizicije upravo Vama na raspolaganju u Holcimu stoji znanje više od 61.000 radnika u više od 70 zemalja. Krajem 2004. godine to je značilo 129 tvornica cementa i 729 betonara na svijetu. Zamislite samo koje je to iskustvo u

proizvodnji, kontroli kvalitete, razvoju cementa i proizvodnji betona!

To znanje, međutim, nije spriječilo da se dogodi kvar na mlinu ove godine. Ali je, s druge strane, to znanje ubrzalo popravak i ponovnu proizvodnju punim kapacitetom. To nas je znanje, zajedno s našim dugogodišnjim odnosima s Vama, potaknulo na otvorenu i kontinuiranu komunikaciju. Nadamo se da Vam je takva komunikacija bila korisna.

Znanje i iskustvo brojnih zemalja bilo je uključeno i u istraživanje tržišta na temelju kojeg su razvijene nove vrste cementa. Uključeno je u laboratorijske probe i brojna testiranja koje smo u Hrvatskoj proveli prije nego smo Majstor® i Ekspert® cement uveli na tržište.

Isto tako, EU norme se u europskim zemljama primjenjuju već više od

desetljeća. I zbog čega bismo otkrivali toplu vodu, kad postoje ljudi koji su kroz sve to prošli? Forum kojeg smo organizirali u Zagrebu okupio je više od stotinu stručnjaka. Na njemu su upravo Holcimovci iz Nizozemske, Švicarske i Austrije govorili o svojim vlastitim iskustvima. Nakon Foruma, detaljnije se o utjecaju normi na hrvatsko graditeljstvo razgovaralo na regionalnim radionicama u Poreču, Selcu, Zagrebu i Zadru...

Drago nam je da upravo Vama na raspolaganje možemo staviti sva ta iskustva. Za sve Vaše moguće nedoumice i pitanja slobodno nam se obratite!

Vaš Holcim

Alan Šišinački i Siniša Dimitrijević



Tema broja

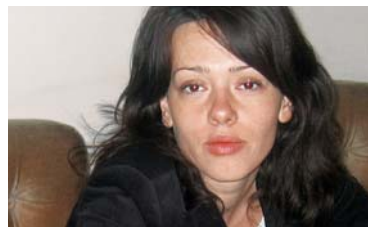
Što krajnjim korisnicima donosi robna marka?

Reci mi što gradiš,
reći ću ti koji cement trebaš!

**Lela Vujančić**

slobodna novinarka

Alan i Siniša su u uvodniku primijetili da sve brže promjene koje nas okružuju prati ponuda sve većeg broja edukacija i seminara. To ne mora značiti da su svi ti programi prilagođeni upravo Vašim potrebama. Lela Vam u ovom broju govori o edukaciji prilagođenoj upravo građevinskoj struci.

**Radenko Vadanjel**

slobodan novinar

Zajedno je s Vama na Libori uživao i bilježio Vaše prve dojmove o cementima prilagođenim određenoj primjeni. Nakon toga, u stopu je pratio Branimira Soptu na turneji pulskim skladištima građevnog materijala. Ovaj Vam put od hobija otkriva kako vlastitim rukama napraviti pravi pravcati brod. A portret kupca izbliza skenirao je u Umagu i Bujama.

**Julija Škoro**

voditeljica marketinga i komunikacija

tel 01 655 40 33
fax 01 655 40 22
julija.skoro@holcim.com
www.holcim.hr

**Jurica Vuković**

direktor web marketing agencije EuroArt93

Sve informacije na pladnju - čak i kad se kupuje stan! U ovom broju Jurica je za Vas pronašao dobar primjer kako kupcu pružiti sve informacije koje mu pomažu... da se odluči upravo za stan u zgradi koju Vi gradite!

**Ivana Šajn**

novinarka studentskog časopisa Infograd

Sigurnost predstavlja jednu od temeljnih ljudskih potreba. I zato Ivana, studentica Građevinskog fakulteta i novinarka studentskog časopisa Infograd, nastavlja razgovor s Miljenkom Kranjčecom započet u prošlom broju.

**Žarko Horvat**

direktor industrijske ekologije

Ukoliko ne poslujemo na održiv način, vrijedi li uopće poslovati? Postavlja pitanje Žarko, naš filozof, koji kroz povećalo promatra sve što radimo.

Sadržaj

Holcim širom svijeta: Forum o utjecaju europskih normi za cement i beton na graditeljstvo u Hrvatskoj	4
Novo na tržištu: Reci mi što gradiš, reći ću ti koji cement trebaš!	6
Novo na tržištu: Majstor i Ekspert cement u osvajanju skladišta i kupaca	9
Tema broja: Što krajnjim korisnicima donosi robna marka?	12
Primjena: Cement prilagođen primjeni!	13
Portret kupca: Na sjeverozapadu Istre gradnja cvjeta!	16
Hobi: Sam svoj majstor	18
Iz stručne literature: Poslovne edukacije prilagođene skladištima građevnog materijala	19
Graditeljstvo na internetu: Surfajući do stana...	20
Održivi razvoj: Holcim Hrvatska objavio Izvješće o održivom razvoju 2004.	21
Zaštita na radu: Ja to radim dugo, meni se ništa ne može dogoditi!???	22
Aktivnosti: Društvena odgovornost: Tata, vozi polako... dođi sigurno domu svom...	23

**Impressum:****MagazinPlus**

Tromjesečni magazin o stvaranju i stvarateljima

Glavna urednica:

Julija Škoro

Uredništvo:

Siniša Dimitrijević
Senka Ljubić
Valentina Stanojević
Nina Šuljak

Nakladnik:

Holcim (Hrvatska) d.o.o.
Koromačno bb
HR - 52222 Koromačno

Tel: 052 876 970, 01 6554 033

Fax: 052 876 250, 01 6554 022

E-mail: cement-hrv@holcim.com
beton-hrv@holcim.com
info-hrv@holcim.com

www.holcim.hr

Forum o utjecaju europskih normi za cement i beton na

Holcim posluje u 74 zemlje svijeta i prisutan je na svim kontinentima. S novim akvizicijama u Velikoj Britaniji, SAD-u i Indiji zapošljava više od 61.000 ljudi. Stoga je znanje i iskustvo sa svih strana svijeta jedna od velikih Holcimovih vrijednosti, koju želimo podijeliti s Vama.

Holcim u Hrvatskoj prvi organizirao savjetovanje na temu EU normi za cement i beton

Holcim je početkom ove godine organizirao Forum o utjecaju europskih normi za cement i beton na graditeljstvo u Hrvatskoj. Okupio je hrvatske i europske stručnjake, koji su prezentirali brojne mogućnosti novih normi, ali i niz propisa, pogotovo o kontroli kvalitete, koje će hrvatsko gospodarstvo morati usvojiti. Ti su propisi detaljnije obrađeni na regionalnim radionicama održanim u Poreču, Selcu, Zadru i Zagrebu, na kojima su dani odgovori na vrlo specifična i precizno postavljena pitanja naših kupaca, gospodarstvenika koji će se prvi susresti s primjenom normi u praksi.

Više različitih vrsta cementa

Krajem svibnja ove godine hrvatsko zakonodavstvo usvojilo je europske norme za cement i beton. Radi se o važnom dokumentu koji donosi brojne promjene graditeljstvu u Hrvatskoj. Novim je normama propisano čak 27 različitih vrsta cementa, u odnosu na prethodnih 10 vrsta. Pojedine vrste razlikuju se po kemijskom sastavu, dodacima, finoći. Tako na primjer sastojci poput vapnenca, silicijskog letećeg pepela ili granulirane zgure visoke peći smanjuju udio klinkera i omogućavaju smanjenu potrošnju energije i smanjenje emisije CO₂ u atmosferu. Time se cement pridružuje novoj generaciji proizvoda u čiji je razvoj i nastanak utkana ekološka svijest.



Jan Malmström, Holcimov savjetnik iz Švicarske, sudjelovao je aktivno u primjeni normi u nekoliko europskih zemlja, kao i u istraživanju tržišta na temelju kojeg su razvijene nove vrste cementa.



Forumu je prisustvovalo više od stotinu gostiju, građevinara, gospodarstvenika, hrvatskih i europskih stručnjaka za područje cementa i betona.

Novе norme omogućile su i razvoj cementa posebno prilagođenih za specifične primjene. Projektanti, građevinari i mali korisnici od sad mogu birati vrstu cementa koja odgovara namjeni i vrsti konstrukcije, te uvjetima mjesta na kojem se konstrukcija izvodi.

Znanje i iskustvo Holcimovaca iz Europe na korist kupcima

Kolege iz Holcimovih tvrtki u Europi imaju višegodišnje iskustvo u primjeni normi, a Forum je bio odlična prilika da svoja iskustva prenesu hrvatskim stručnjacima. Konkretno, kolege iz Holcima Švicarska surađivali su od početka u istraživanju tržišta i na projektu razvoja Majstor® i Ekspert® cementa, koji su prvi cementi u Hrvatskoj posebno prilagođeni za određene namjene, a prema novim normama.

Dio švicarskog tima, Jana Malströma i Silviju Vieiru, imali ste prilike upoznati na Forumu kao i na predstavljanju Majstor® i Ekspert® cementa. Oni su svojim jezgrovitim i stručnim prezentacijama ukazali na najvažnije promjene i prednosti.

graditeljstvo u Hrvatskoj



Silvia Vieira je na brojnim primjerima pokazala razlike između hrvatskih i europskih normi.

Jedan od Holcimovih veterana je i gospodin Dick Schuiling iz Nizozemske, čije je iskustvo u proizvodnji betona prema europskim normama naišlo na velik interes.

Forum je bio odlična prilika da s kolegama iz europskih zemlja stvorimo temelj za raspravu i izmjenu iskustava. Jedna od velikih prednosti koje Holcim može pružiti svojim kupcima u Hrvatskoj je upravo međunarodna podrška kad se radi o znanju i iskustvima. Ako u nekom trenutku mi u Hrvatskoj nemamo odgovor na pitanja i potrebe naših kupaca, imamo podršku kolega iz drugih zemalja, koji će nam osigurati potrebne informacije i stručno znanje.

Regionalne radionice za naše kupce

Regionalne radionice u Poreču, Selcu, Zadrugu i Zagrebu tematski su se usmjerile prvenstveno na zakonodavne propise. Posebno zanimanje za regionalne radionice pokazali su proizvođači betona i betonskih proizvoda, jer se novim propisima mijenja nadležnost nad dokazivanjem kontrole kvalitete. Proizvođači sami uspostavljaju i provode sustav tvorničke kontrole kvalitete, koji dokumentiraju Priručnikom kontrole proizvodnje. Odgovornost proizvođača time je povećana, a nadzorna tijela ovlaštenih institucija prate sustav tvorničke kontrole kvalitete, a ne više samu kvalitetu proizvoda.

Holcim je i ovog puta prvi zakoračio prema izazovnim temama. Premda je na temu novih normi ostalo još neodgovoreno pitanje, zajedničko okupljanje bio je poticaj da se razgovor na tu temu započne. Stekli smo osjećaj da smo zajedno jači, te da jedino zajedničkim naporima, koristeći podršku i međunarodno iskustvo, možemo biti uspješni. Svi su sudionici Foruma i regionalnih radionica ponijeli sa sobom Izvadak iz europskih normi u praktičnom, džepnom formatu, i CD s korisnim prezentacijama govornika na Forumu.



Praktičan i jednostavan Izvadak iz normi kojeg je Holcim tiskao za svoje kupce i CD s prezentacijama na Forumu možete pronaći na www.holcim.hr, naručiti na broj telefona 01 655 40 33 ili na komunikacije-hrv@holcim.com.



Regionalne radionice su okupile mnoga poznata lica. Imali ste priliku s kolegama podijeliti Vaša očekivanja i nedoumice vezane uz norme.



Nove su norme posebni izazov za proizvođače betona i betonskih proizvoda.

Reci mi što gradiš, reći ću ti koji cement trebaš!

Nakon skoro dvije godine priprema, Holcim Majstor® i Holcim Ekspert® cementi su na Stanciji Libora predstavljeni javnosti. I od tog trenutka više ništa nije isto kao prije!



I dok se konobari diskretno kreću podšišanom engleskom travom na kojoj bi pozavidjeli i neki naši nogometni prvoligaši, nudeći razne slatke i slane delicije, za dobrodošlicu je upriličena i mala izložba vrhunskih istarskih vina.

Gosti polako pristižu, predstavnici građevinskih tvrtki, Holcimovi kupci. Nalazimo se na pomalo egzotičnom, mediteranskim mirisima prošaranom zdanju Stancije Libora pokraj Medulina, gdje se odvija ova vrlo suptilno organizirana prezentacija. I dok se konobari diskretno kreću podšišanom engleskom travom na kojoj bi pozavidjeli i neki naši nogometni prvoligaši, nudeći razne slatke i slane delicije, za dobrodošlicu je upriličena i mala izložba vrhunskih istarskih vina. Raspoloženje prisutnih podgrinjano degustacijom dodatno pojačava legendarni kantautor i zabavljač Dražen Turina - Šajeta, zvani "Šajo".

Dvoječi između "Chardonnaya" vinarije Pilato, Matoševićeva "Merlota" i odličnih Coronica i Ravalico vina, pokušavamo razotkriti teško uhvatljivi "buke" vina.

Pojavljuje se odjednom mađioničar M.G. Taylor, Šajo mu se pridružuje... zanose nas zvuci Carmine Burane, Alan Šišinački kaže da mu je čast predstaviti... Pšššš... čuju se rakete, svima je zastao dah - što ćemo li sad vidjeti?... i pojavljuje se vreća Holcim Majstor® cementa i onda opet pšššš... rakete pršte... i pojavljuje

se vreća Holcim Ekspert® cementa...

- Pljesak. A negdje do desnog uha mi dopire da gospodin Pino kaže: Ma vi ste, vi ste... stvarno ste dobri!

- Reci mi što gradiš, reći ću ti koji cement trebaš! - citirajući slogan velike marketinške kampanje, Alan Šišinački, direktor marketinga i prodaje, otvara kratkim uvodom prezentaciju. Posebno naglašava usvajanje novih europskih normi za cement i beton koje definiraju 27 tipova cementa i koje ovih dana postaju hrvatska realnost. Novi zahtjevi za specifičnim primjenama cementa i klimatsko geografskim uvjetima koji uvjetuju novu kakvoću cementa potaknuli su razvoj novih vrsta cementa.

Slijedi kraća ekspertiza gospodina Jana Malmströma, Holcim Group Support, Švicarska, koji se posebno osvrće na međunarodni Protokol iz Kyota o smanjenju emisija CO₂, čiji je potpisnik i Holcim, a upravo ovom novom paletom proizvoda onečišćenje zraka prilikom njihove tehnološke obrade još se više smanjuje. Proširenje palete Holcimovih proizvoda, saznajemo od gospodina Malmströma, već je učinjeno u Španjolskoj, Austriji, Mađarskoj, Italiji, Češkoj, i sad u Hrvatskoj..., a u tijeku je u Francuskoj, Belgiji i Njemačkoj.



- Nikad još nisam, a vjerujte mi 30 godina prisustvujem poslovnim prezentacijama i druženjima, nikad još nisam, stvarno, naišao na bolju organizaciju jednog sličnog susreta. Sve je perfektno urađeno, cijela organizacija, a ovi evergreeni su fantastični. "Albatros" Petera Greena ili "Apache" The Shadowsa, takvu muziku nisam čuo nigdje na nekoj prezentaciji u Hrvatskoj - ispred zelenog travnjaka usredotočen na zagrebački trio "Duo nos plus", gospodin Luka Čorak, iz firme "Lacus" iz Rijeke, bez zadržke iskazuje svoje prve dojmove i komplimente.





Proširenje palete Holcimovih proizvoda, saznajemo od gospodina Malmströma, već je učinjeno u Španjolskoj, Austriji, Mađarskoj, Italiji, Češkoj, i sad u Hrvatskoj..., a u tijeku je u Francuskoj, Belgiji i Njemačkoj.

Nakon vrlo interesantnog izlaganja tvrtke Puppis o prodaji na skladištima građevnog materijala, dvoje Holcimovih radnika demonstriraju "na licu mjesta" primjenu novog Majstor® cementa, čija je "ljepljivost" prilikom žbukanja doista izvanredna. Mala je novina i otvaranje vreća jednim potezom brzo i jednostavno poput npr. ambalaže zobnih pahuljica ili nekog drugog prehrambenog proizvoda.

Poslovni je ručak idealno mjesto da saznamo prve dojmove naših kupaca. Gospodin Franjo Bačani, "Trgocentar" iz Zaboka, posebno je impresioniran tehničkim karakteristikama novih proizvoda.

- Jedni se bore za brzo stezanje betona, ali s ovim Majstorom, kako sam sad ovdje čuo, dobiva se sporije stezanje da se kvaliteta u poslu dobije. To je novi momenat. Jer za one ljude koji hoće da čim prije stegne cement, da sutra ujutro već mogu zidati, za njih se nudi

ovaj drugi cement Ekspert®. Znači prvi put u ovom poslu postoji izbor. Sve više ima stručnih majstora koji su uključeni u program izgradnje i oni će sigurno prepoznati ove nove materijale.

- Ja se nadam da će to uspjjeti, ali osnovna je cijena. A ja još ne znam cijenu - smije se gospodin Mladen Cvjetković iz "Krešimir trgovine". Do njega je i gospodin Janez Grojzdek, koji diplomatski "umiruje" svoga dugogodišnjeg kolegu kupca obrazlažući da smo ovdje prvenstveno radi proizvoda, a ne cijena.

- Ja sam vjieran Koromačnu od prvog dana. Nas dvojica se znamo već 15 godina. Nikad ni jedna vreća osim cementa iz Koromačna nije ušla u moje skladište - uvjerava nas impozantnom pojavom gospodin Cvjetković.

Gospodina Andriju Đudarića iz "Concorda", cijena novih proizvoda previše ne zabrinjava. - Čini mi se da je sama cijena već definirana tržišnom utakmicom i da tu neće biti nekih velikih iznenađenja. Bit će to u granicama normale, a ako kvaliteta bude bolja, mislim da će to biti prava stvar. U maloprodaji, na prodajnim skladištima možda će 20 - 30% ukupnog cementa pokrivati Ekspert®, a ostalo Majstor® cement. Prodavačima



Znači prvi put u ovom poslu postoji izbor. Sve više ima stručnih majstora koji su uključeni u program izgradnje i oni će sigurno prepoznati ove nove materijale.

Franjo Bačani, Trgocentar





će marketinška kampanja Holcima dobro doći. Jer, iako o cementu nema se što puno govoriti, svaka novina u ovoj branši može se smatrati revolucionarnom. Kad se budu pojavili ljudi na skladištu pa budu pitali - "daj mi ovo, a za šta je dobar ovaj drugi cement?" - to će biti jako interesantno za vidjeti.

Mene kao kupca privlači ono što je upečatljivo, a ova nova ambalaža stvarno je upečatljiva. Iskreno ovo nisam očekivala, možda da će Holcim prijeći na manje vreće, ali ovo nisam očekivala. Ovo je baš iznenađenje. Vjerujem da će uspjeti.

Irena Knego, Ira Grad

Ireni Knego, iz firme "Ira Grad" proizvodi izgledaju vrlo simpatično. - Taman smo se odvikli od one plavo - zelene kombinacije i navikli na crveno - sivu, ali evo ponovno ide ljubičasto - plava. Mene kao kupca privlači ono što je upečatljivo, a ova nova ambalaža stvarno je upečatljiva. Iskreno ovo nisam očekivala, možda da će Holcim prijeći na manje vreće, ali ovo nisam očekivala. Ovo je baš iznenađenje. Vjerujem da će uspjeti. Vjerujem da će majstorima biti najzgodnije uzimati Majstora - zaključuje gospoda Knego.

U međuvremenu mnogo se toga izdešavalo. Damir Modrušan, jedan od ponajboljih hrvatskih kuhara, neumorno, bez prestanka, iznova i opet iznova pobuđuje oduševljenje za gozbenim stolovima uzvanika, a dvije simpatične Playboy zečice dijametralno suprotno odvlače nam pažnju od punih tanjura.

Tu je i karizmatičan M.G.Taylor koji nas na "zdrave oči" voza kidajući konop koji potom opet zateže u jednom komadu, telepatskim sposobnostima otkriva zamišljenu kartu... Pored šatora rastrčavaju se tri ogromne doge, prekrasan konj frizijske pasmine širi nozdrve nakon što se olakšao za punu kantu miomirisnog sadržaja...

Ipak, cjelodnevni boravak na "Stanciji Libora" završavamo u ozbiljnom tonu. Gospodin Nedeljko Zarić, glavni urednik časopisa za graditeljstvo, instalacije, opremu i energiju "GO21" na odlasku kratko nam izlaže svoje utiske.

- Veliki igrači koriste uglavnom Holcimove proizvode jer imaju dobru kvalitetu. Nemaju ni drugi loš cement, ali jednostavno stupnjem kvalitete proizvoda i kvalitete u proizvodnji, ne zaboravimo i sve certifikate koje Holcim posjeduje itd., Holcimu su nekako skloniji veliki potrošači cementa.

- E sad se pojavljuje nova dimenzija. Kao kada imate tri automobila iste klase. Trebate odabrati kojega ćete uzeti od njih. I dođete kod prodavača koji ima sva tri. I što ćete napraviti? Uzet ćete onoga koji vam je najljepši. To je cijeli taj marketinški aspekt. Sad imate dva Holcimova proizvoda jednoga za jednu vrstu i drugoga za drugu vrstu. Jedan ima jedna svojstva, a drugi ima druga svojstva. To će bitno "razbucati" tržište. Napraviti će jednu podjelu na tržištu, a tu su još i Europske norme... Nešto će se bitno pomaknuti na hrvatskom tržištu cementa u pozitivnom smislu, a Holcim je u tome prvi.



'Ma zna se tko je majstor!' kaže Sopta.



Na regionalnim radionicama prisustvovali ste u Labinu i Zagrebu.



Nadamo se da ste savjete od Puppisa mogli već koristiti u praksi.



IntegralCommerce

Majstor i Ekspert cement u osvajanju skladišta i kupaca

Danas u poslovnom svijetu uobičajeno je među partnerima obostrano razmjenjivati kalendre, rokovnike, privjeske za ključeve ili u najnovije vrijeme podloške za "miša". Ponekad se prigodnom daru pridoda pokoja majica ili bejzbol kapa sa zaštitnim znakom partnerske firme. Ali kad se u partnerovo dvorište ogromnim šleperom iskrcia prigodni poklon težak nekoliko tona, to je već gesta koja iziskuje dublju analizu.

Upravo takvim, višetonskim poklonom Holcim je odlučio iznenaditi brojne kupce. U ovoj ćemo reportaži u stopu pratiti gospodina Branimira Soptu, regionalnog direktora prodaje, i gospodina Kristijana Popovića, vozača ogromnog šlepera TransPlusa koji su u ranojutarnjim satima krenuli u neobičnu misiju darivanja po dvije palete novih marki cementa **Holcim Majstor®** i **Holcim Ekspert®**.

Nakon već obavljenih primopredaja mašnicom povezanih ogromnih paleta

cementa u skladištima građevnog materijala "Gratis" u Rovinju i Tinjanu, "Hann Investu" u Poreču, "Eks Žatici" u Labincima, "Elektrometalu" u Poreču, "Trgovačkom obrtu Frane" u Višnjaju, "Trgovačkom obrtu Erman" u Žminju, "Malinu" u Vrsaru, "Teri" u Umagu i Novigradu i "Rudinu" u Bujama, naš vrlo ekspeditivan i vidno raspoložen dvojac sustigli smo u skladištu građevnog materijala "Fercom" u Vodnjaju.

- Akcija je na tome da se kaže "Reci mi što gradiš, reći ću ti koji cement trebaš" - znakovito zastaje gospodin Sopta. - To je ujedno i moto naše marketinške akcije uvođenja ta dva proizvoda. Jedan proizvod, kad praviš žbuku ne mora biti dobar, bez obzira da li je to manje ili više vrijedna radnja od neke konstrukcije mosta ili tunela. Sam europski standard se prilagođava. Taj i taj cement za tu i tu primjenu... - poput iskaljenog misionara koji je neplanirano zalutao duboko u prašume Amazone, okružen radnicima



J&J Dom Projekt

firme "Fercom" i kupcima koji su upravo sad naišli u skladište da natovare male "kamjoncine" vrećama cementa, gospodin Sopta iznosi suštinu i bit novih Holcimovih proizvoda.

Nakon odslušanog izlaganja, navlačimo Holcimove majice pripremajući se za grupnu fotografiju.



Cerovlje Promet

- Sve građevinske poslove radimo - oblačeći novu, Holcimovu majicu, s nama razgovara gospodin Slaven Kisić iz firme "Chianti" d.o.o. iz Pule. Slaven je jedan od tisuću malih građevinskih poduzetnika u Istri.

- Slagati ću vam, da li u Glasu Istre ili u Jutarnjem listu? Negdje sam pročitao. Cijela stranica je bila. I ja sam sve to pročitao i vidio sam šta je Majstor® i šta je Ekspert®. Evo, sad mi je rekao gospodin da je za nas Majstor® prihvatljiviji. Za našu primjenu. Jedino za temelje kuće i ispune možda bolje staviti Ekspert® - zaključuje zadovoljno gospodin Kisić.

Zoran Ferenac je vlasnik firme "Fercom". - S građevinskim materijalom trgujemo od '92. Jedino da se radi o nekoj kompenzaciji ili povratu, inače 99% uzimamo isključivo Holcimov cement. Pošto je Ekspert® specifičan za zahtjevnije građevinske zahvate ne znam koliko će biti nama interesantan. Mislim da će

nama Majstor® biti broj jedan. Mislim, ako nakon ovoga još dođe ona vreća od 25 kg, da će sve biti zaokruženo - zaključuje gospodin Ferenac.

- Od Holcima smo dobili preporučenu cijenu i držat ćemo se preporuke Holcima. Mislim da će Majstor® biti 39,90 kn vreća, a Ekspert® 42 kn vreća, u maloprodaji. Za "keš" će biti ta cijena koju su preporučili oni, pa ćemo vidjeti. Za sad ćemo slušati "starije" - blagonaklono se smiješi gospodin Ferenac, a da ne bi bilo baš sve savršeno, idealno, koristeći naše prisustvo ukazuje na mali propust, koji je, kako kaže, već više puta upućivao ljudima u cementari.

- Fabrika Koromačno je toliko otišla naprijed, napravila je stvarno revoluciju u smislu proizvodnje. Ja inače vozim kamion, sebe doživljavam ujutro kao direktora, a popodne kao šoferu ili obrnuto. Cementara Koromačno bi trebala, kad napravi vriću od 25 kg, lijepo odvojiti prodaju od proizvodnje. Neka

jamo kapučina iz automata "časkajući" s gospodinom Predragom Belančićem.

- Imamo dva skladišta u Puli, jedno u Marčani, jedno u Zagrebu i jedno u Novom Vinodolskom. Imamo više velikih kupaca, nekoliko betonara, ciglana... - izvješćuje nas gospodin Belančić.

- Roza mora ići za Gloriju! - prevrćući po ogromnoj kartonskoj kutiji punoj plavih i roza Holcimovih majica raznih veličina, gospodin Raguž vidno zadovoljan odbire majice za svoje djelatnike.

- Reci mi što gradiš reći ću ti koja ti majica odgovara? - gospodin Sopta malo preinačivši Holcimov slogan pomaže gospodinu Ragužu u biranju veličina majica.

- Gradim punici kupaonicu - odgovara ozbiljno gsp. Raguž.

- Ee, takve majice nemamo - smije se gsp. Sopta.

- Ove godine, kako je Ministarstvo počelo s rušenjem bespravno sagrađenih objekata, nešto je manja prodaja cementa i ostalog građevinskog materijala. Četvrti, peti, šesti mjesec je najveća potražnja za cementom. U tim mjesecima nama dolazi, za naše skladište skoro svaki dan šleper cementa - potaknut izobiljem majica, sunčanim prijepodnevom i roza mašnicama nataknutim na poklonjenim paletama uključuje se u razgovor i



Trgstil

skladištar gsp. Duško Todorović. Uporedo, skladišnim prostorom tužnje kamioni, kombiji i viljuškari.

- Ne mogu vjerovati. Danas dobiti nešto na poklon - smije se gospodin Raguž. - To samo od Holcima još mogu očekivati. Čak i od prijatelja Sopte nisam mogao vjerovati, ali me opet iznenadio ugodno. Pravo iznenađenje i prava firma. Previše jaki su. Naš najvažniji partner.

- Preporučene cijene su sasvim korektne. Ova cijena Majstora, ja vjerujem da će on nama najviše ići, je čak nešto niža od prijašnje cijene cementa.



Exco

lijepo cement pakiraju u jedno skladište di će uvijek biti robe i lijepo s jednim viljuškarom da se može odmah napuniti kamion, a ne da je sve ovisno o proizvodnji, da se mora čekati da se radnici vrate s marende, pa oni gore onda idu na mareнду itd. A radi se zapravo samo o jednom viljuškaru.

Napuštamo Vodnjan probijajući se kroz sve veći i veći promet sporo napredujući prema Puli, odnosno skladištu građevnog materijala "Cerovlje Promet". Iščekujući voditelja skladišta gospodina Raguža, zbrinuti u hladu prijemne kancelarije ispi-

- Više mi se sviđa ova plava majica na kojoj piše Ekspert. Roza mi je previše živahna - zaključuje gospođa Glorija, blagajnica pulskog građevinskog skladišta firme "Cerovlje Promet".

Već smo u firmi "IntegralCommerce"
- Pula. Razgovaramo s gospodinom Brankom Lončarom direktorom firme.

- Firma je otvorena prije sedam godina, a ja osobno radim u ovom poslu 35 godina. Isključivo uzimamo Holcimov cement.

- Bili smo na prezentaciji. Mislim da će Majstor® imati 85% tržišta. Visoka gradnja, da ne govorim mostovi itd. idu s gotovim betonom, rinfuza cementom. Vreće idu više za široku potrošnju - privatnu gradnju. Ovaj novi, Majstor®, bit će nešto jeftiniji. Još nismo napravili kalkulaciju.

- A ovaj poklon, to je doista lijepa gesta. I mi taj cement dijelimo dalje. Već smo dječjem vrtiću na Verudi podijelili deset vreća - zadovoljno zaključuje gospodin Lončar.

Nedžad Meović radi u firmi "Profibau"
- Pula, a cementom se opskrbljuje u "IntegralCommercu". Danas će uzeti baš Majstor cement, da ga testira.

Naša mala karavana kreće dalje prema Medulinu. U "Munidacomercu", trgovini građevinskog materijala u Medulinu, dočekuje nas vlasnik firme Aldo Benussi.

Djelatnici firme zajedno s kupcima i Holcimovim dvojcem namještaju se ispred mašnicama uljepšanih paleta novih vrsta cementa Majstora® i Eksperta®. Fotografija je savršena.

- Uzet ću dosta cementa - klima glavom gospodin Dominik iz Celja. - Radim kuću, manju. Sam nabavljam materijal. Živim malo tu, malo u Sloveniji. Ma uzet ću ovaj Ekspert, taj je jači - zaključuje "ziheraški" gospodin Dominik.

Na posljednjoj stanici dvodnevnih putešestija skladištima građevnog materijala u Istri, u skladištu firme "Mago" u Banjolama, upoznajemo pravog majstora - građevinara građevinske firme "Svemont" iz Pule koji je, nevjerojatno, već isprobao Holcimov novi proizvod.

- Probao sam ovaj Majstor, pred dva, tri

dana, kod mene doma, u Lobarici. Radio sam neke zidice oko kuće. Ima jednu malu razliku od onog prije cementa. Malo je plastičniji. Bolji je, ima ljepšu boju i potpuno manje puca. Zadovoljan sam. Cementat je odličan. Puno se popravila kvaliteta. Pogotovo kad radiš stvari koje trebaju ostati spojene s lamperijom ili desi se to da tamo na spojevima gdje staviš mreže, gdje preklopiš mrežu, desi se to da se pojavi pukotina, kao da "krepa" cement. Međutim sad kad sam doma radio s Majstorom vidio sam da nigdje ne dolazi do pucanja, kao da ima neka vlakna u sebi koja još bolje povezuju.

Vlasnica firme "Mago" d.o.o. iz Banjola je Gordana Titulić. Njezin sveukupni radni staž na poslovima prodaje građevnog materijala je respektabilnih 28 godina.

- Deseta je godina da je otvorena ova moja firma "Mago".

- Danas smo prvi put nabavili novi cement. A za ovaj poklon nisam znala. To me iznenadilo ugodno. Ja sam očekivala samo majice za djelatnike. Razmišljam da ću nešto od te dvije poklonjene palete dati mojim jačim kupcima, da probaju jednu i drugu vrstu. Neka isprobaju kvalitetu jednog i drugog. Vjerujem da će biti ugodno iznenađeni i zadovoljni kao i ja.



Ira Grad



Jadran - Impex



Gratis



Munidacommerce

Što krajnjim korisnicima donosi robna marka?



Nela Milijić
direktorica

Nomen est omen d.o.o.
tel 01 3 666 399
fax 01 3 666 400
info@nomen.hr
www.nomen.hr

Više od cementa ili kako je naziv KREPAT A NE MOLAT uveselio dan jednoj ekspertici za imena

Često sam u prilici uvijek se iznova podsjetiti na to kako se bavim jednim od najljepših zanimanja na svijetu.

Verbalno izražavanje kao podloga za verbalni branding za mene je umjetnost i inspiracija, sredstvo za rad i izvor najvećih radosti, a nerijetko i prilika za zabavu i urnebesni smijeh.

Kreativnost vezanu uz imena ne srećem samo u profesionalnim agencijama, nego me originalne dosjetke obraduju i u »amaterskim« uradcima nadarenih i inspiriranih pojedinaca koji se dosjete frizeraj nazvati imenom »Antifriz« ili, kako smo u jednom od brojeva Holcimovog MagazinPlusa mogli pročitati, nogometnu ekipu nazvati »Krepat a ne molat«.

Kome ovakav naziv ne bi izmamio osmijeh na usne? Čini mi se da bi ime još bolje pristajalo potezačima konopa, ali i svima koje snažni sportski duh ne napušta do posljednjeg daha časne borbe na terenu.

Rekli bismo da ovakav naziv izdiže ekipu iznad svih ostalih i trajno nam se urezuje u pamćenje, zar ne? Primjer je to dva osnovna postulata u umjetnosti i vještini nadijevanja imena proizvodima, uslugama ili tvrtkama, te neprocjenjive moći dobro odabranog imena.

Dobro ime, kao i u životu, i na tržištu zlata vrijedi: daruje nam identitet, čini nas jedinstvenima, originalnima; upada u oči, izdiže nas od konkurencije, diversificira, garantira kvalitetu, pospješuje prodaju i omogućuje razvoj.

Postoje djelatnosti kao što su hrana, parfemi ili piće, u kojima je brandiranje imenom uobičajeno, štoviše nezaobilazno. No postoji i dugi niz tzv. potrošne robe gdje je kreacija imena marke prava rijetkost i stoga svaki vizionarski korak u tom pravcu treba toplo pozdraviti.

Kako ime branda može garantirati kvalitetu? Izgovorite **Volvo**, primjerice: što Vam prvo pada na pamet? Sigurnost. Robusnost. Izdržljivost. Čvrstoća. Sve su to odlike branda, koje Vam pri spomenu i samog imena padaju na pamet. Automobilima marke **Škoda** ulijevaju Vam više povjerenja otkako se proizvode pod korporativnim brandom **VW**? Posve razumljivo: marka **Volkswagen** je već desetljećima u umu korisnika sinonim za kvalitetu. Vozači **BMW-a** ili **Toyote** više ne kupuju samo automobile, oni kupuju određeni stil života, obećanje trajnosti, izdržljivosti, dobrih performansa i sigurnosti.

Holcimovi brandovi cementa u vrećama **Holcim Ekspert®** i **Holcim Majstor®** uvode nove parametre u ponudu na tržištu cementa: više ne kupujemo cement, nego optimalna rješenja za posebne namjene gradnje. Više ne kupujemo cement, nego garanciju kvalitete, izdržljivosti i trajnosti. Najednom na skladištima između više vrsta cementa prepoznamo »naš« brand: onaj koji odgovara našim potrebama u datom trenutku. Diversifikacija prema namjeni gradnje postignuta je cjelokupnim brandiranjem dvaju proizvoda, čija se suština ogleda u imenu: Ekspert® za zahtje-

vniju gradnju i nosive konstrukcije velike otpornosti i izdržljivosti, Majstor® za betoniranje, zidanje i žbukanje. Ekspert® nudi ekspertna i visokoprofilirana rješenja, Majstor® nudi praktična rješenja za svakodnevnu uporabu.



Izgovorite **Volvo**, primjerice: što Vam prvo pada na pamet? **Sigurnost.**

Kako saznati što

Istraživanje tržišta u svijetu ima dugu tradiciju i u današnje vrijeme postaje nezaobilazni korak u procesu planiranja uvođenja novih proizvoda na tržište, marketinških aktivnosti i promocije. Zašto? Odgovor je vrlo jednostavan. Svakoj tvrtki je u interesu ponuditi svojim potrošačima proizvod ili uslugu koja najbolje zadovoljava njihove potrebe i mogućnost neuspjeha mora biti svedena na minimum. To je jedino

Majstor® i Ekspert® osim boljih karakteristika donose i praktičnu prednost: jednostavno otvaranje!





Majstor® i Ekspert® Vam omogućavaju da budete spremni zadovoljiti posebne uvjete.

Kupci, pa i prodavači cementa sad imaju jasniji putokaz na tržištu, transparentniju ponudu, pa čak i indirektnu naznaku cjenovnog razreda.

A **Holcim** kao kreator ova dva branda utire svoj put i etablira se kao vizionarski, inventivni, proaktivni i kompetentni ponuđač koji nikad ne miruje, nego stalno radi na pojednostavljenju suradnje s tržištem i na nudi sve optimalnijih i sve individualnijih rješenja za rastuće i veoma različite potrebe svoje klijentele. Profesionalnost i efikasnost tako se s korporativnog branda prenose na brandove cementa i s njih natrag na Holcim - jedna »win-win« situacija kao formula za uspjeh koji kvalitetnom primjenom strategije brandiranja sigurno neće izostati.

Nela Milijić je ekspertica za ime branda. Direktorica je i suvlasnica tvrtke »Nomen est omen« iz Zagreba koja je jedina na našem tržištu specijalizirana za kreaciju imena marke.

Potrošači kupovanjem brandiranih proizvoda dobivaju dodatnu vrijednost

Dinamika okruženja nameće novu paradigmu djelovanja na tržištu: **usredotočenost na potrošače. I to globalna usredotočenost, fleksibilna prema stvaranju i plasiranju proizvoda, te stvaranje superiornije vrijednosti u odnosu na konkurente. U takvim uvjetima uspjeh na tržištu ostvaruju oni gospodarski subjekti koji diferenciraju svoju ponudu u odnosu na konkurente i to prema kriterijima koje diktiraju potrošači.**

Više je mehanizama za diferencijaciju ponude ali je svakako najznačajnija ona koja se ostvaruje brandiranjem. Brandirani proizvod u odnosu na nebrandirane proizvode generira povećanu prodaju i omogućuje postizanje većih cijena. I to zbog toga što potrošači kupovanjem brandiranih proizvoda dobivaju dodatnu vrijednost iskazanu kvalitetom te pred i post prodajnim uslugama koje prate brandirani proizvod u odnosu na nebrandirane proizvode.

Mnoge hrvatske tvrtke iz različitih djelatnosti uočile su navedenu zakonitost i pristupile stvaranju branda. Čitav je niz uspješnih brandova na tržištu kao npr. u prehrambenoj industriji **Krašuljci** tvrtke Kraš, u mobilnoj telefoniji **Simpa** tvrtke T-Mobile, u proizvodnji bezalkoholnih pića **Lero** tvrtke Istravino, u proizvodnji cementa **Majstor** i **Ekspert** tvrtke Holcim itd.

Stvaranje branda nije moguće realizirati u kratkom razdoblju, nije jednostavno, niti jeftino. Međutim, stvaranje branda spada u najznačajnije strateške odluke a potiče uspješnu diferencijaciju i po toj osnovi ostvarivanje uspjeha na tržištu. Pri tome potrebno je voditi računa da brandiranje ima svoje granice i da će u doglednoj budućnosti doći do određene razine zasićenosti brandiranih proizvoda. Za pretpostaviti je da nakon toga slijedi proces racionalizacije tj. smanjivanja broja brandova u portfoliju pojedine tvrtke. Iz tih razloga korisno je prilikom donošenja odluka o brandiranju voditi računa i njihovom obimu a ne pod svaku cijenu brandirati svaki proizvod.



dr. sc. Bruno Grbac
profesor

Ekonomski fakultet
Sveučilišta u Rijeci
tel 051 355 111
fax 051 212 268
grbac@efri.hr
www.efri.hr

najbolje zadovoljava potrebe potrošača?

moguće ostvariti putem različitih metoda istraživanja prilagođenih problemu i potrebama klijenata.

Današnja situacija postaje još kompliciranija jer je tržišna utakmica velika i nekolicina proizvođača tj. tvrtki „bori“ se za istog potrošača. Razumijevanje kompleksnog odnosa robnih marki različitih proizvođača jedino možemo razumjeti kroz analiziranje podataka prikupljenih kroz istraživanja, ali isto

tako i kombiniranjem podataka iz različitih izvora kako bismo što bolje mogli razumjeti tržište. Sve izraženija je i različita komunikacija robnih marki domaćih i međunarodnih tvrtki kao vrlo učinkovito sredstvo promocije svojih proizvoda. Npr. za uspjeh proizvoda kod kojih je oglašavanje najveća stavka u marketinškom budžetu najbitnije je kroz istraživanje razumjeti koja je glavna poruka oglašavanja i je li u skladu s pozicioniranjem proiz-

voda, a potrebno je dobiti i povratnu informaciju od potrošača jesu li sredstva uložena na najefikasniji način.

Millward Brown pruža savjete temeljene na istraživanju tržišta. Nadalje, pomažemo klijentima u vođenju njihovih robnih marki kroz optimizaciju povrata sredstava uloženi u komunikaciju. Na taj način stvaramo nove vrijednosti za klijenta, njegove djelatnike i dioničare.



Mladen Šimunić
direktor

Millward Brown/Centum
tel 01 4920 970
fax 01 4856 106
msimunic@centum.hr
www.millwardbrown.com

Zbog čega različit cement

Dosadašnja praksa upotrebe samo jedne vrste cementa donosi niz poteškoća u primjeni. Tako na primjer prekomjerno dodavanje vode uzrokuje smanjenje čvrstoće i krvarenje betona. Isto tako, upotreba cementa

viših čvrstoća za zidanje i žbukanje uzrokuje pojavu pukotina.

Za razliku od zidanja i žbukanja gdje je važna obradivost, kod zahtjevnih konstrukcija to nije od presudne važnosti. Tako na primjer,

Cement posebno prilagođen za zidanje, žbukanje i betoniranje

Holcim Majstor® cement

1. **bolje** prijanjanje morta i žbuke
2. **zadržava** vodu
3. **duža** obradivost

Karakteristike važne kod zidanja, žbukanja i betoniranja su obradivost, ugradivost i prionjivost. Veća sposobnost zadržavanja vode kod tih radova važna je zbog olakšane njege morta i betona, a istovremeno smanjuje mogućnost stvaranja pukotina. Produženo vrijeme ugradivosti važna je karakteristika jer uvelike olakšava posao i omogućava pripremu veće količine smjese odjednom.

Holcim Majstor® cement nastao je usklađivanjem recepture da bi zadovoljio gore navedenim karakteristikama. Zadana konzistencija postiže se manjim vodocementnim faktorom te naknadno dolijevanje vode radi produžene obradivosti nije potrebno. Vapnenac, kao jedan od sastojaka u Majstor cementu, zatvara pore u cementnoj pasti, povećava gustoću, stvara kompaktniju mikrostrukturu što rezultira povećanom vodonepropusnošću smjese.



Jedinstveno pakiranje koje olakšava posao zidara!



paleta zaštićena folijom



zaštita od kiše

+



jednostavna manipulacija na gradilištu

+



jednostavan prijevoz

za različite primjene?

za morsko okruženje, važno je spriječiti prodor iona klorida do armature u betonu.

I upravo da bismo gradili na kvalitetan način, važno je imati cement čija je receptura posebno prilagođena zadatku koji trebamo obaviti.

Potražite na Vašem skladištu građevnog materijala!

Veseli radnik, Toni Betoni, čeka na Vas i nudi Vam brošure sa savjetima za primjenu.



Cement posebno prilagođen za zahtjevne konstrukcije i visoku nosivost



Holcim Ekspert® cement

1. dugotrajnost betonske konstrukcije
2. otpornost betona na kloride
3. veća nepropusnost

Kod zahtjevnih konstrukcija važna je dugotrajnost konstrukcije i optimalna čvrstoća. U morskom okruženju izloženost kloridima iz mora izaziva koroziju armature u betonu, bubrenje i pucanje betona, te njegovo raspadanje. Zatim, specifični zahtjev masivnih betona je niska toplina hidratacije jer se time smanjuje mogućnost pojave pukotina pri stezanju betona.

Receptura **Holcim Ekspert®** cementa posebno je prilagođena da udovolji postavljenim zahtjevima. Ekspert cement ima dobru početnu čvrstoću, koja je važna u proizvodnji predgotovljenih betonskih elemenata jer smanjuje trajanje ciklusa proizvodnje, a time i uštedu materijala i tehnološkog procesa. Leteći pepeo i granulirana zgura visokih peći, kao mineralni dodaci Ekspert cementu, poboljšavaju ugradivost betona, te pridonose postizanju dobrih završnih čvrstoća. Nadalje, kemijska reakcija letječeg pepela i troske, dodanih u procesu proizvodnje cementa, onemogućuju prodor iona klorida prema armaturi u betonu.

2.



**jednostavno
otvaranje vreće**



nema rasipanja
i gubitka materijala

+



brži rad

3.



**recepture i savjeti
na svakoj vreći**

Na sjeverozapadu Istre

Sjeverozapadno priobalje Istre prostor je na kojemu se intenzivno grade apartmanska naselja, privatne kuće, marine, dograđuju stare gradske jezgre, premošćuju riječne doline. Područje Buja, Umaga i Novigrada jedinstveni je egzemplar intenzivne gradnje, ekspanzije kapitala koji se stalno oplemenjuje i širi. U posjeti smo dvojici Holcimovih kupaca čiji trgovačko-građevinski poslovi paralelno s privrednim prosperitetom koji ih okružuje, iz godine u godinu, jačaju i šire svoje poslovanje.



Rudin d.o.o.
Buje
Mario Močibob
direktor
tel 052 773 640
fax 052 773 771
rudin@pu.htnet.hr

Naš prvi sugovornik je gospodin **Mario Močibob**, vlasnik firme "Rudin" iz Buja.

Gospodine Močibob, koliko ste već dugo u građevinarstvu?

Firma postoji od '96. Sljedeće godine ćemo slaviti desetogodišnjicu rada. Moto firme kao što piše na reklamnoj ploči je "od ideje do ostvarenja". I mi smo prvi u praksi proveli taj moto! Započeli smo s malim kamiončićem, počeli vozikati tamo-vamo. Uglavnom to šarenilo koje

vidite u firmi, to je naša karakteristika. Nije da se samo bavimo gradnjom, koja pokriva 30% našeg ukupnog prihoda, već je tu i obrada kamena, veletrgovina i malotrgovina građevinskim materijalom.

Upustili ste se u privatno poduzetništvo u vremenima kad je to bilo pomalo neobično i hrabro?

Pa da. U građevinarstvu sam 25 godina. Prije sam radio 15 godina u društvenom

poduzeću "Kamen" iz Pazina, na eksploataciji kamena, preradi i montaži kamena. I onda sam krenuo u taj privatni biznis. Otvorio sam obrt u Sloveniji gdje sam radio 8 godina. I onda je došao rat, nastale nove granice. Morao sam se odlučiti u kojoj ću državi živjeti i vratio sam se, naravno, u Hrvatsku.

Meni su te granice smiješne, dan danas. Ekonomija naprosto netrpi granice.. Ali, da ne duljimo... Onda sam '96 otvorio firmu "Rudin" i to je bio pravi potez. Zaokružio sam planiranu koncepciju firme koja objedinjuje skladište, preradu, vlastiti transport, mehanizaciju, tako da smo sposobni sagraditi građevinski objekt od temelja do krova, po sistemu "ključ u ruke".

Koja su vam trenutno zahtjevnija gradilišta na kojima radite?

Veći građevinski zahvat imali smo nedavno na gradilištu u Roču, gdje smo postavili temelje tvorničke hale i strojeva za novi "Cimosov" pogon. Premda, moram naglasiti, najčešći poslovi su nam gradnja privatnih kuća i apartmanskih kompleksa.

Nastojimo zaokružiti sve što je vezano uz pojam gradnje kuće. Prodajemo i postavljamo keramiku, blanjane grede, daske, kamen, željezo, krovne konstrukcije. Imamo zaposlenih 30-ak djelatnika i koristimo usluge 8 kooperantskih grupa, što je sveukupno 80 djelatnika. Prava mala tvornica. Prisutni smo svuda od Novigrada, Poreča, Labina, a zapravo najmanje ovdje u Bujama.



gradnja cvjeta!



Nakon Buja naša sljedeća postaja, veliko je građevinsko skladište firme "Tera" smješteno na samom ulazu u Umag, pored glavne prometnice. Naš domaćin je gospodin **Tehvid Hadžić**, zvani Teo, osnivač i suvlasnik firme "Tera" zajedno sa svojim poslovnim partnerom gospodinom **Brdar Rankom**. Razgovor vodimo s gospodinom Hadžićem.

Koja je osnovna djelatnost vaše firme?

Osnovna nam je djelatnost prodaja građevinskog materijala. Imamo zaposlenih 30 djelatnika. Nudimo kompletan građevinski materijal, od grubljeg za zidanje do instalacija i završnih radova.

Koliko ste već u tom poslu?

Devedesete sam ušao u graditeljstvo

registrirajući zajednički obrt s mojim sadašnjim partnerom Rankom Brdarom. Započeli smo najprije s djelatnošću u Bujama. U međuvremenu smo otvorili još dva prodajna centra u Umagu i Novigradu.

Zašto Tera s jednim "r"?

He, he. Nije pravopisna greška, a nije ni pisano onako kako se čita. To su zapravo prva dva slova naših imena, evo vidite: TEO + RANKO = TERA.

Da li se planirate širiti - koji su vam poslovni planovi?

Glavni su nam ciljevi zadržati vodeću ulogu u trgovini građevinskim materijalom u našoj regiji i povećati tržišni udio. Godišnji nam je prihod, to nije tajna, među najvećim u skupini trgovina građevinskim materijalom. Tri godine za redom dobivamo priznanje "Prva hrvatska kuna" za ostvarene poslovne rezultate.

Da li se uopće uspijete okupati? Predložite nam neku Vama najljepšu plažu na umaškoj rivijeri.

Ove godine sam uspio samo jednom zaplaviti u moru, još u šestom mjesecu. Premda ne stižem baš često se kupati, a ovu boju sam "zaslužio" na skladištu, mogu Vas sa sigurnošću uputiti - po meni su najljepše plaže i najčišće more u Savudrijskoj vali.



Tera d.o.o.

Umag

Tehvid Hadžić

direktor

tel 052 741 340

fax 052 752 641

tera@pu.t-com.hr



Sam svoj majstor



Branko Ladavac
zamjenik direktora
Plovanija kamen d.o.o.
Buje
tel 052 777 172
fax 052 777 177
komercijala@plovanija-kamen.hr
www.plovanija-kamen.hr

Nalazimo se u Novigradu pored glavnoga veza gradske luke. Sunčano je, sparno ljetno prijepodne. Naš domaćin je član uprave i direktor poduzeća 'Plovanija Kamen' iz Buja, gospodin Branko Ladavac. Omiljene "razbibrige" našeg domaćina su pecanje, krstarenje i voćarstvo. Premda "krstarenje" zvuči skroz mondeno i džet-setovski, iza svih nabrojanih hobija našeg domaćina zapravo se krije marljivi inovatorski rad i talent.

Od kud Vam smjelosti da se sami upustite u izgradnju osammetarske brodice? Da li ste i prije imali nekih sličnih iskustava u gradnji broda?

Nee. Ja sam prije imao jednu kupljenu, malu barku "Dalmatinku" od 6,5 metara. Zapravo, jedna grupa nas iz ovog područja je uglavnom ribarila na moru, oko 8 milja od kopna. Onda sam razmišljao kako brže prijeći tih 8 milja i upustio sam se u samogradnju barke.

Kako uštediti vodu za navodnjavanje sadnica objasnio nam je gospodin Ladavac:

Kad je sadna rupa iskopana treba zabiti stup i uz njega staviti cijev od pola metra u rupu, prije sadnje masline. To je cijev polumjera 50 mm, dužine pola metra. Maslina se inače ovdje sadi na dubini od 30 - 40 cm. Znači, cijev je ispod sadnice i ona služi za navodnjavanje. Kod normalnog navodnjavanja za jednu maslinu treba najmanje 20 litara vode, a kod mog navodnjavanja s postavljenim cijevima ja potrošim 2 litre vode po sadnici. Za cijeli maslinik trebalo bi 3.000 litara vode za jedno dobro zalijevanje, a meni s postavljenim cijevima treba oko 300 litara. Taj patent je jako efikasan. S obzirom da mi ne treba previše vode ja vodu dovezem s autom.

Barka je duga 8 metara. Građena je za ribolov, ali su ambicije u međuvremenu porasle pa je ona prenamjenjena u pravi gliser. Ove godine slavimo 10 godina otkad s barkom krstarimo po Jadranu. Najduža relacija nam je bila do Šibenika i preko Kornata natrag. Njezina je max. brzina 35 čvora, ali vozna brzina je 25 čvora.

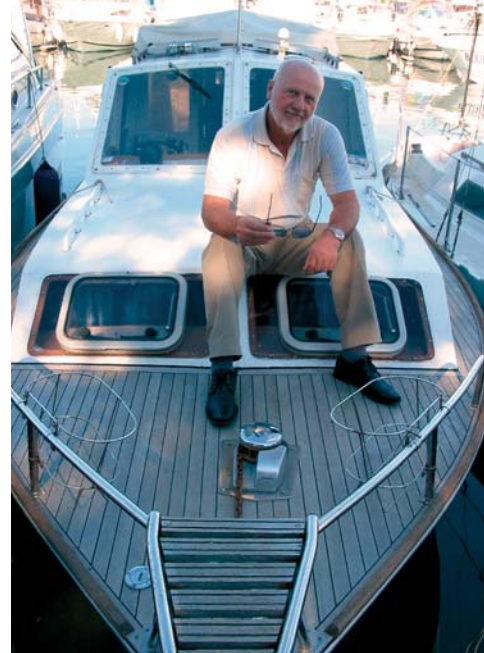
Osnovna joj je konstrukcija od hrasta, a zatvorena je vodootpornom šper-pločom. Nema ništa plastike osim boje.

Ja nisam imao pravi projekt za tu barku već sam pomoću skica iz neke knjige izvlačio elemente i jednostavno sam sam projektirao barku. U projektu je bio predviđen motor od 40 - 120 konja, a ovaj ima 190 konja.

- Recite nam nešto više o motoru? - zavirujemo se u ogromno, zatvoreno kućište, a gospodin Ladavac, znakovito se smješeći podiže poklopac.

- Evo vidite kako je velik. To je zapravo rezervi motor Titova broda, s Brijuna, koji nikad nije bio ugrađen, odnosno bio je konzerviran za slučaj nekog kvara glavnog motora. Kad sam ga kupio i u ovoj marini spojio na barku, odmah je upalio iz prve, a napravljen je 1959. godine. Fabrika u kojoj je napravljen zove se "Moto Marini" iz Milana, marka BPM. To je motor namijenjen brzim barkama. Dva motora u jednom. Ima sve duplo, dvije bobine, dvije razvodne ruke, tako da može raditi pola motora ili cijeli motor.

Drugi vam je hobi voćarstvo? Kako sve stizete, radi se ipak o zahtjevnom fizičkom poslu?



Ljubav za voćarstvom me je "ulovila" prije 20-ak godina. Tad sam isto bio na rukovodećem mjestu. To je uvijek isto - rad u kancelariji, poslovna putovanja i poslovni ručkovi. Ja sam želio zbog vlastita zdravlja ponekad biti i u prirodi, pa sam kupio ovdje između Novigrada i Buja jednu parcelu od osam tisuća metara plodnog zemljišta. Tu sam zasadio 300 sadnica lješnjaka. Prije četiri godine iskrčio sam plantažu lješnjaka, ostavio 50 sadnica i na ostalom terenu zasadio masline. Sad imam pedesetak lješnjaka, pedesetak voćaka i 150 maslina. To sam uglavnom sam sve napravio. Jedino sam rupe kopao strojno.

Kad očekujete prve litre maslinovog ulja?

Prava berba maslina bit će nakon osme godine. To je još uvijek mladi nasad. Premda sam već i nakon treće godine imao simboličnu, prvu berbu. Napravili smo 5 litara maslinovog ulja.

Maslinik mi ne oduzima previše vremena. Za rezidbu mi treba jedan dan. Zaštitu obavim za 2 sata, jedino što mi oduzima malo više vremena je košenje trave. Oko dva dana. Trava se onda pograbi i stavi oko stabla. Oko masline je pogotovo bitno.

Ovdje imam i nešto voćaka posadenih tek toliko da motiviraju i moju suprugu i dečke da mi ponekad prave društvo i dođu na ovu parcelu. Imam smokve, kruške, jabuke, šljive ...

Ovaj maslinik i voćnjak su moje utočišće od svakodnevnice i posla koji potiču stres i nervozu. Ovdje se zapravo odmaram radeći, prikupljajući energiju za sljedeći radni tjedan. Ovdje, kako bi se reklo, "punim baterije".



Poslovne edukacije prilagođene skladištima građevnog materijala

U današnjem poslovnom svijetu napredak nije moguć bez kontinuirane edukacije. U tome Vam zasigurno može pomoći Puppis savjetovanje. U ovom broju govorimo o njihovim uslugama, posebno onim zanimljivim za građevinsku branšu.



Što se krije iza naziva Puppis?

Puppis ima 4 osnovna područja djelovanja: poslovne edukacije, poslovno savjetovanje, team building i mystery shopping. Poslovne edukacije sadrže niz modula - od unapređenja prodajnih vještina, neverbalne komunikacije do programa za direktore prodaje. Značenje naziva Puppis je Pomoć U Prodaji, Promidžba i Savjetovanje. Intencija naših modula edukacije je bolja argumentacija u prodajnom razgovoru i pregovaranju uz postizanje višeg nivoa cijene, te pružanje kvalitetnije usluge kupcu.

Danas ste održali edukaciju koja se tiče trgovina građevnog materijala. Kako to da radite ovako specijalizirane programe?

Da, unutar modula "Novi procesi u prodaji" imamo i specijalizirani program koji se odnosi na učinkovitu prodaju sa skladišta građevnog materijala. Naši klijenti su proizvođači i trgovine građevnog materijala, njihovi prodavači i njihovi voditelji prodaje. Ja sam bivši direktor prodaje i marketinga Schiedel Hrvatske, a Dražen je bio voditelj prodaje u Ytongu; to znači da imamo 8 godina iskustva rada sa svim trgovinama građevnog materijala u Hrvatskoj, projektantima, izvođačima, zapravo sa svim ciljnim skupinama koje su vezane uz graditeljstvo. Služimo se iskustvima iz naših prijašnjih firmi gdje smo vodili prodaju, prodavače na terenu i kupce.

Danas u Hrvatskoj postoji 50-ak firmi koje pružaju usluge poslovne edukacije. Gdje Vi vidite svoje mjesto?

Edukaciju smo fokusirali na velik broj praktičnih primjera i primjenu

suvremenih teorija kroz praksu; s tim otvaramo novi pravac u području poslovnih edukacija u Hrvatskoj. Mi zapravo nemamo seminare već interaktivne poslovne edukacije gdje je veliki dio praktičan i prilagođen klijentu i njegovim specifičnim problemima - tu su klijenti prepoznali našu savjetodavnu funkciju. Današnja poslovna edukacija bila je 60% praktična, s 15 vježbi u dva dana. Ove vježbe se kreću u rasponu od konkretnih primjera prodajnog razgovora, argumentacije proizvoda, argumentacije cijene, osobnog predstavljanja i pokrivaju sve faze poslovno-prodajnog razgovora. Često tijekom edukacija, tako je bilo i danas, obrađujemo gorući problem polaznika edukacije. Nastojimo napraviti spoj domaće i međunarodne teorije s hrvatskom praksom, jer problemi poput nplate i nelikvidnost su specifikum hrvatskog tržišta. Tu pokušavamo davati neka konkretna rješenja.

Da li imate klijente koji koriste sve Vaše usluge, odnosno različite tipove edukacija?

Da, evo sad smo radili s tvrtkom Exco Sisak: firma je najprije imala javni seminar kod nas (sudionici su iz više firmi pa se tijekom edukacije izmjenjuju različita iskustva i mišljenja o određenom problemu); zatim smo s njima radili in-company edukaciju (edukacija samo za potrebe jedne firme); na kraju, treći korak je edukacija njihovih menagera. Znači radi se o jednom procesu koji ne može biti gotov za dva mjeseca već traje duže. Mi pokušavamo graditi jedan dugoročni odnos.

Puppis je pokrenuo i jedan projekat zanimljiv običnim ljudima, proizvođačima, projektantima, svima vezanim uz graditeljstvo. O čemu se zapravo radi?

Puppis je pokrenuo prvu specijaliziranu web stranicu koja se bavi problematikom gradnje kuća i renoviranja u Hrvatskoj, www.gradimkucu.com. Web stranica ima cilj pružiti sveobuhvatne informacije prilikom planiranja i gradnje kuće, odnosno informirati sve krajnje kupce o regulativi - kako ishoditi

građevinsku dozvolu, koje stručne časopise koristiti, koji materijal je prisutan na tržištu; namjera nam je informirati o svim nivoima izgradnje kuće. Na stranicama su kao oglašivači prisutni samo proizvođači građevnog materijala. Veza s kupcima je interaktivna putem mailing liste i upita, a u prva tri mjeseca smo imali već 160.000 pristupa.



Značenje riječi PUPPIS

Latinski: krma, brod

Imenom tvrtke želimo naglasiti naš primarni zadatak, a to je biti brod kojim ćete ploviti na ispravnoj ruti i sigurno uploviti u željenu luku.

Astrologija: ime zvijezda

Puppis je najveće zvijezde povezano s bivšim zvijezdom Argo Navis, Brodom Argonauta.

Sredinom osamnaestog stoljeća, Nicolas Louis de Lacaille je razdijelio staro zvijezde na četiri manja zvijezda: Puppis, Carina, Pyxis i Vela.

Imenom tvrtke želimo ukazati na smjer u kojem se krećemo, odnosno visine kojima težimo.



Puppis d.o.o.

Zagreb
Dražen Trbojević
tel 091 66 222 61
drazen.trbojevic@puppis.hr

Rijeka
Vladimir Kanić
tel 091 66 222 60
vladimir.kanic@puppis.hr
www.puppis.hr
www.gradimkucu.com

Surfajući do stana...

On-line kupnja knjiga, on-line kupnja cvijeća, on-line kupnja glazbenih albuma... a od sad i on-line kupnja stanova.

Internetom pušu neki novi vjetrovi. Brze internet veze omogućile su prosječnom korisniku da istražuje bogate multimedijalne web sadržaje, da pregledava i stvara nove svjetove. Prije 5-6 godina sa strahopoštovanjem smo slušali priče da je netko putem interneta naručio knjigu ili CD, a danas Amazon.com prodaje sve od igle do lokomotive. Tako je došlo vrijeme i za kupnju stana putem interneta... Naravno da se plaćanje vrši tradicionalnim načinima plaćanja, ali pregled stana i odluku o kupnji istoga možete donijeti iz vlastite fotelje, laganim klikom miša...

Zanimljiv i informativan web (www.nivogradnja.hr) koji nudi pregled stanova, download slika i shema, predstavila je tvrtka Nivogradnja iz Zagreba. Vrlo jednostavnog vizualnog sučelja nakon nekoliko klikova mišem možete trodimenzionalno pregledati stan te tlocrte za svaku od prostorija.

NIV GRADNJA 0 nama | Prodaja | Reference | Lokacija | Kontakt

Opis **Lokacija** **Stanovi** **Cijena**

TRJANJSKA 37 - S2
U Tmjanjskoj ulici 37, tvrtka Nivogradnja d.o.o., gradi stambeno poslovni blok s tri stambene zgrade radnih oznaka S1, S2, S3 i poslovnu zgradu radne oznake P.
Blok je lociran na istočnoj strani Tmjanjske ulice, a neposredno uz tržništu Tmje.
Uveljenje u rujnu 2005.
SVI STANOVNI SU PRODATI,
OSIM STANA OZNAKE S2-S01 (5-SOBNI OD 155,95m2)!

Opis **Lokacija** **Stanovi** **Poslovni prostor** **Cijena**

TRJANJSKA 37 - POSLOVNI PROSTOR
U Tmjanjskoj ulici 37, tvrtka Nivogradnja d.o.o., gradi stambeno poslovni blok s tri stambene zgrade radnih oznaka S1, S2, S3 i poslovnu zgradu radne oznake P.
Blok je lociran na istočnoj strani Tmjanjske ulice, a neposredno uz tržništu Tmje.
Uveljenje u rujnu 2005.
OPREMA POSLOVNIH PROSTORA: parket I. klase, aluminijska verzgaska stolarija, talijanska Keramika i sanitarije, protuprovalna vrata, satelitska antena, klimatizirani prostori
POSLOVNI PROSTORI VELIČINE OD 100m2 DO 130m2.

Svaka stambena zgrada ima detaljno prikazane presjeke po katovima, a nakon odabira kata klikom ulazite u željeni stan i pregledavate tlocrt sa svim informacijama (kvadratura, opis prostorija i dr.). Osim pregleda stana postoji i mogućnost pregleda podrumske prostorije te garaže.

Za sve one koji se žele upustiti u dizajniranje svog životnog prostora, bitno je napomenuti da nije nužno posjedovati skupe CAD/CAM programe, već za nešto jednostavnije zahtjeve samo posjetiti stranicu www.smallblueprinter.com. Ulaskom u „malu“ aplikaciju koja funkcioniše iz Vašeg internet preglednika u mogućnosti ste dizajnirati tlocrt Vašeg stana te se prošetati kroz njega u 3D pogledu, i naravno na kraju sve to zajedno isprintati. Vrlo zanimljiv eksperimentalni projekt koji svakako treba pogledati.

Linkovi:

www.nivogradnja.hr

www.smallblueprinter.com

NIV GRADNJA 0 nama | Prodaja | Reference | Lokacija | Kontakt

Opis **Lokacija** **Stanovi** **Cijena**

2.KAT, STAN 51-203, 3 sobe!

ULAZ	5,92 m ²
WC	1,44 m ²
KUHINJA	6,38 m ²
KUHINJA	5,98 m ²
D.B. + BLAGOV.	20,90 m ²
SOBA 1	11,48 m ²
SOBA 2	10,41 m ²
PREPROSTOR	2,87 m ²
STAN UKUPNO	68,43 m²
LOGGIJA (2.97m2x6.78)	2,23 m ²
(2.44m2x0.50)	1,23 m ²
SVEUKUPNO	80,43 m²

Podrum Pritulba 1. kat 2. kat 3. kat 4. kat 5. kat

design isometric view 3D walkthrough print

smallblueprinter

copyright 2004 - euroart93 - www.euroart93.com.hr www.smallblueprinter

EuroArt93 d.o.o.
tel 044 534 944
fax 044 533 931
euroart93@euroart93.hr
www.euroart93.hr

Holcim Hrvatska objavio Izvješće o održivom razvoju 2004.

Temeljeći svoje poslovanje na postavka-
ma održivog razvoja, Holcim Hrvatska
je objavio Izvješće o održivom razvoju
za 2004. godinu; pripremljeno na osno-
vama trobilančnog izvješćivanja.

Holcim svjesno odstupa od uobičajenog
nabrajanja postignuća u ekonomskom,
okolišnom i društvenom segmentu,
navodeći primjere poslovnih odluka koje
objedinjavaju sva tri aspekta. U izvješću
je, na primjer, navedeno da je ukupan
prihod Holcima Hrvatska u 2004. godi-
ni iznosio 454 milijuna kn, a troškovi
ukupno 442 milijuna kn. Međutim,
razrađena je i struktura troškova, pa je
detaljno prikazano koliko je izdvojeno
za dobavljače, plaće i doprinose, amorti-
zaciju, plaćanje poreza, sponzorstva i
donacije.

Jedan od navedenih primjera koji u sebi
objedinjuje sve tri postavke održivog
razvoja je uporaba zamjenskih gori-
va i sirovina - poslovna odluka koju je
uvjetovalo razmišljanje o snižavanju
troškova poslovanja. Razmišljajući kako
smanjiti potrošnju fosilnih goriva i pri-
rodnih sirovina, uzet je obzir i problem
društva pri rješavanju problema zbrin-

Naše izvješće želi predstaviti pogled kojim kvalitetni menadžeri ocjenjuju temeljne vrijednosti poduzeća, uz pitanje, ukoliko ne poslujemo na održiv način, vrijedi li uopće poslovati?

javanja određenih vrsta otpada. Danas
je pametnim gospodarenjem moguće
određene otpadne tokove pretvoriti
u gorivo ili sirovinu za druge industrij-
ske procese. Učinak su manji troškovi
poslovanja, uz očuvanje prirodnih resur-
sa i rješavanje problema društva, dakle,
učinak zadovoljava sve tri postavke
održivog razvoja.

Nadalje, valja istaknuti i pristup kojim
se Holcim Hrvatska vodio prilikom
određivanja nove palete proizvoda. To
su miješani cementi, za čiju se proizvo-
dnju osim cementnog klinkera, materi-
jala koji nastaje pečenjem sirovine, ko-
riste i razni mineralni dodaci. Na ovakav
je način, uz unaprjeđenje kvalitete proi-
zvoda, izravno ostvarena ušteda priro-
dних materijala.

Oba navedena primjera imaju još jed-
nu izuzetno značajnu ulogu: doprinos
smanjenju emisija CO₂, stakleničnog
plina najodgovornijeg za klimatske
promjene. Kako je cementna indu-

strija odgovorna za proizvodnju oko
5% ljudskim djelovanjem proizvedenog
ugljičnog dioksida, jasna je i obveza
koja iz ove činjenice proizlazi. Stoga je
cilj Holcima smanjiti proizvodnju CO₂
po toni proizvedenog cementa za 20%
do 2010. godine, u odnosu na baznu
1990. godinu. Time će Holcim Hrvat-
ska dati značajan doprinos Republici
Hrvatskoj u ostvarenju obveze iz Kyoto
protokola.

Važno mjesto i ovdje zauzima održiva
gradnja, prikazano kao kontekst u ko-
jem ljudi žive, rade, kreću se i djeluju. U
društvenom smislu, riječ je o modelu ko-
jeg ljudi prihvaćaju kao održiv. Poslovno
gledano, radi se o učenju - upoznavanju
novih tržišnih zahtjeva.

Naše izvješće želi predstaviti pogled
kojim kvalitetni menadžeri ocjenjuju
temeljne vrijednosti poduzeća, uz pi-
tanje, ukoliko ne poslujemo na održiv
način, vrijedi li uopće poslovati?



Žarko Horvat
direktor industrijske ekologije
Holcim (Hrvatska) d.o.o.
tel. 01 6554 033
fax 01 6554 022
zarko.horvat@holcim.com
www.holcim.hr



**Izvješće o održivom razvoju
2004, možete pronaći na
www.holcim.hr, naručiti na
broj telefona 01 655 40 33
ili na komunikacije-hrv@
holcim.com.**



Već dugo tako radim, meni se ništa ne može dogoditi!???



Miljenko Kranjčec
tehnički rukovoditelj
M Gradnja d.o.o.
Zagreb
tel 01 6535 004
fax 01 6535 004

Od prošlog broja u MagazinPlusu imamo posebnu rubriku posvećenu jednom od najvažnijih područja građevinske industrije, a to je zaštita na radu. U ovom broju pročitajte drugi dio intervjua s gospodinom Miljenkom Kranjčecom iz tvrtke M Gradnja koji je položio ispit za specijalista zaštite na radu.



Koja je uloga Vas kao specijalista zaštite na radu kod Vašeg poslodavca?

Stručnjak zaštite na radu pruža stručnu pomoć poslodavcu i njegovim ovlaštenicima u provedbi zaštite na radu, potiče poslodavca i ovlaštenike da se otklanjaju utvrđeni nedostaci u provedbi zaštite na radu, surađuje sa stručnim službama, specijalistima medicine rada, osposobljava povjerenike zaštite na radu te vrši unutarnji nadzor nad provedbom mjera zaštite na radu upisujući svoje primjedbe i u knjigu nadzora zaštite na radu.

Kod nas je svijest ljudi još uvijek na vrlo niskom nivou tipa: »ja to radim dugo, meni se ništa ne može dogoditi«.

Rekli ste da Vi kao specijalist zaštite na radu vršite unutarnji nadzor. Tko i na koji način vrši vanjski nadzor, ako ga tako možemo nazvati?

Vanjski nadzor nad zaštitom na radu provode inspekcije rada odnosno inspekcije zaštite na radu.

Inspektor rada u svom nadzoru kontro-

lira propisanu dokumentaciju koju je potrebno imati na mjestu rada uključujući prijavu gradilišta s planom uređenja radilišta, ugovore o radu s radnicima, obrasce EK-1 i EK-2 o radnicima raspoređenim na poslove s posebnim uvjetima rada odnosno osposobljenih za rad na siguran način, spisak propisanog broja djelatnika za pružanje prve pomoći s priloženim uvjerenjima, uvjerenje o položenom ispitu za početno gašenje požara za sve zaposlenike, isprave o ispitanim strojevima s posebnim uvjetima rada te ispitanim električnim instalacijama, knjigu nadzora zaštite na radu te obrasce za prijavu ozljede na radu.

Na koji se način zaštita na radu još može poboljšati?

»Osim osposobljavanja radnika za rad na siguran način, teoretski i praktično, radnike treba tijekom rada usmjeravati da naučeno koriste dosljedno u praksi, da koriste zaštitne šljemove, nose propisane zaštitne cipele, odijela i rukavice,

čuvaju i ne oštećuju alat, koriste zaštitne naprave na strojevima te izrađuju propisno zaštitne skele i ograde. Posebno je potrebno s mjesta rada izbaciti alkohol i druga opojna sredstva.

Što se pak tiče poslodavca i ovlaštenika treba težiti da se atesti za pojedine in-

Rad mimo propisa - kod kojeg je povećana mogućnost ozljede - je najskuplji rad.

stalacije i uređaje te ostala propisana dokumentacija ne ishoduje samo radi zadovoljenja propisa već da se prati i ispravnost uređaja u toku korištenja, radnici kontroliraju i potiču da zaista nose zaštitna sredstva po cijenu kažnjavanja i destimulacije kao i uklanjanja s posla onih koji ne rade na propisani način.

Zakonodavac bi pak morao u budućnosti razmišljati da se u školama posveti veća pozornost zaštiti na radu budući da je kod nas svijest ljudi još uvijek na nivou: »ja to radim dugo, meni se ništa ne može dogoditi«.

Rad mimo propisa kod kojeg je povećana mogućnost ozljede je najskuplji rad.«

»Hvala Vam na iscrpnom izvještaju. Čovjek stvarno stječe dojam da je ovo područje dosta široko i da bi se na ovu temu moglo razgovarati danima.«

»Molim.«

U sljedećim ćemo se brojevima potruditi ovu temu razraditi na konkretnim primjerima te pokazati nedostatke u primjeni pravila zaštite na radu i mjere koje su potrebne za otklanjanje.



Dorijan Rajković otišao u Švicarsku

Dorijan Rajković, dosadašnji direktor transportnih betona i član Uprave u Holcimu Hrvatska, prešao je od 1. rujna na novu funkciju unutar Holcim Grupe. Njegovi novi izazovi vezani su uz vođenje projekata tehničkog razvoja i novih tehnologija u proizvodnji cementa na području Europe, a njegovo novo radno mjesto u sjedištu Holcim Grupe u Zürichu.

Holcim svojim zaposlenicima omogućava da prenose znanja i iskustva na međunarodnoj razini, i ovaj tranfer je jedna takva prilika. Napredak u karijeri kojeg ovim putem Dorijan ostvaruje zaslužen je odličnim rezultatima ostvarenim u Hrvatskoj.

Željeli bismo se zahvaliti Dorijanu na njegovom doprinosu razvoju Holcima Hrvatska, a posebno na odličnim rezultatima koji su postignuti u segmentu transportnih betona. Nadamo se da ćete nam se pridružiti u najboljim željama Dorijanu da na novoj poziciji i u novim izazovima i projektima bude uspješan kao i do sad, te da mu novo radno mjesto pruži puno novih mogućnosti.

Od 1. rujna segment transportnih betona vodi Siniša Dimitrijević, regionalni direktor transportnih betona u Holcimu Hrvatska, dok ne bude imenovan novi direktor transportnih betona.

Društvena odgovornost: Tata, vozi polako... dođi sigurno domu svom...

Sigurno se sjećate pjesme Tomislava Ivčića. Djevojčica pjeva: Tata, vozi polako ... A ni jedan dan ne može proći da dnevne novine budu bez vijesti o nekoj prometnoj nesreći. Donose se sve oštriji zakoni, policija troši milijune na super brze aute, tzv. presretače... Međutim, ono što zbilja treba promijeniti je svijest vozača i naša kultura u prometu.

Vrhunski proizvod Holcim želi isporučiti na odgovoran i siguran način. Zbog toga su u lipnju svi vozači TransPlusovih cisterni i kiperi sudjelovali na tečaju o sigurnoj vožnji u prometu. Tijekom predavanja govorilo se o sigurnosti i novom zakonu o prometu. Svaki je vozač dobio brošuru s odredbama novog zakona. A da ne bi sve završilo samo na priči, svi su polaznici morali proći test provjere znanja u prometu kojeg je svaki od vozača uspješno položio.

Trenutno planiramo tečaj i za vozače miksera i pumpi...
Tata, vozi polako... dođi sigurno domu svom...



Nogometni turnir građevinara

U kišno srpanjsko jutro neki su se građevinari odlučili pobuniti protiv tako lošeg vremena! Šest se hrabrih nogometnih ekipa okupilo i odlučno borilo pod budnim okom profesionalnih sudaca. Brojni i glasni strastveni navijači i navijačice bili su zavaljeni u super udobne stolice s nogama udobno podignutim i „nepris-trano“ navijali. U trenucima su odmora lagano zaigrali odbojku, okušali se u frizbiju, badmintonu ili hula-hopu(?).

Kao kod pravih vozača formule prva su tri mjesta proslavljena lovorovim vijencem i šampanjcem. A poklon im je bio košarkaški derbi s ekipom snažnih žena.

1. BETON LUČKO
2. RAST GRAĐENJE
3. SOLIN MANDIĆ

O pobjednicima: jedna fotografija govori više od tisuću riječi! Iskrene čestitke!!

Zahvaljujemo se svima Vama za komentare, iskreno nam je drago da ste uživali u druženju u prekrasnoj prirodi parka prirode Medvednica. Javite nam ideje da iduće godine druženje i uživanje bude još bolje!





Iskoristite naše raznovrsno iskustvo u prodaji građevnog materijala

Naziv edukacije?	SUPERSTAR	NOVI PROCESI U PRODAJI	TERENSKA PRODAJA
Tko su predavači?	dipl.oec. Vladimir Kanić (PUPPIS) dipl.oec. Dražen Trbojević (PUPPIS)	dipl.oec. Vladimir Kanić (PUPPIS) dipl.oec. Dražen Trbojević (PUPPIS)	dipl.oec. Vladimir Kanić (PUPPIS) dipl.oec. Dražen Trbojević (PUPPIS)
Da li je zanimljivo?	<p>Predstavljanje sadržaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Selektiranje kadrova za prodajni tim + Uvođenje novih prodavača u posao + Planiranje aktivnosti prodajnog tima + Edukacija prodavača kao prioritet + Razvijanje prodajnih vještina prodavača + Sustavi stimulacija prodavača + Troškovno praćenje rada prodavača + Analize aktivnosti prodaje i prodavača + Rukovođenje prodajnim timom 	<p>Predstavljanje sadržaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Što je prodaja? + Tehnike osobnog predstavljanja + Važnost prvog dojma + Poslovno-prodajni razgovor + Argumentacija cijene + Prezentacija cijene + Planiranje radnih zadataka + Planiranje prodaje <p>Individualne razlike važne za uspjeh u poslu:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Osnovne faze prodajnog razgovora + Prigovor - naša šansa + Pravilna obrada prigovora 	<p>Predstavljanje sadržaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Radna mapa za rad na terenu + Kako se koristiti radnom mapom na terenu? + Planiranje rada na terenu + Dnevni, tjedni i mjesečni plan obilaska kupaca + Efikasna terenska prezentacija + Prezentacija prodavača i tvrtke + Prezentacija prodajnog asortimana + Prezentacija ponude + Efikasne metode naplate
Za koga je edukacija?	Edukacija je namijenjena voditeljima prodaje, koordinatorima prodaje, direktorima prodaje, direktorima tvrtke, te ostalim managerima koji spadaju u top management.	Edukacija je namijenjena terenskim komercijalistima, prodavačima na terenu, prodajnim predstavnicima, te prodajnim inženjerima koji rade na terenu.	Edukacija je namijenjena prodavačima na terenu, komercijalistima i unapređivačima prodaje koji rade terensku prodaju i prezentaciju.
Koliko traje?	Dvodnevna edukacija	Dvodnevna edukacija	Jednodnevna edukacija



PUPPIS d.o.o. savjetovanje

kontakt: 091 662 2260

091 662 2261

tel/fax: 01 363 75 71

info@puppis.hr

www.puppis.hr