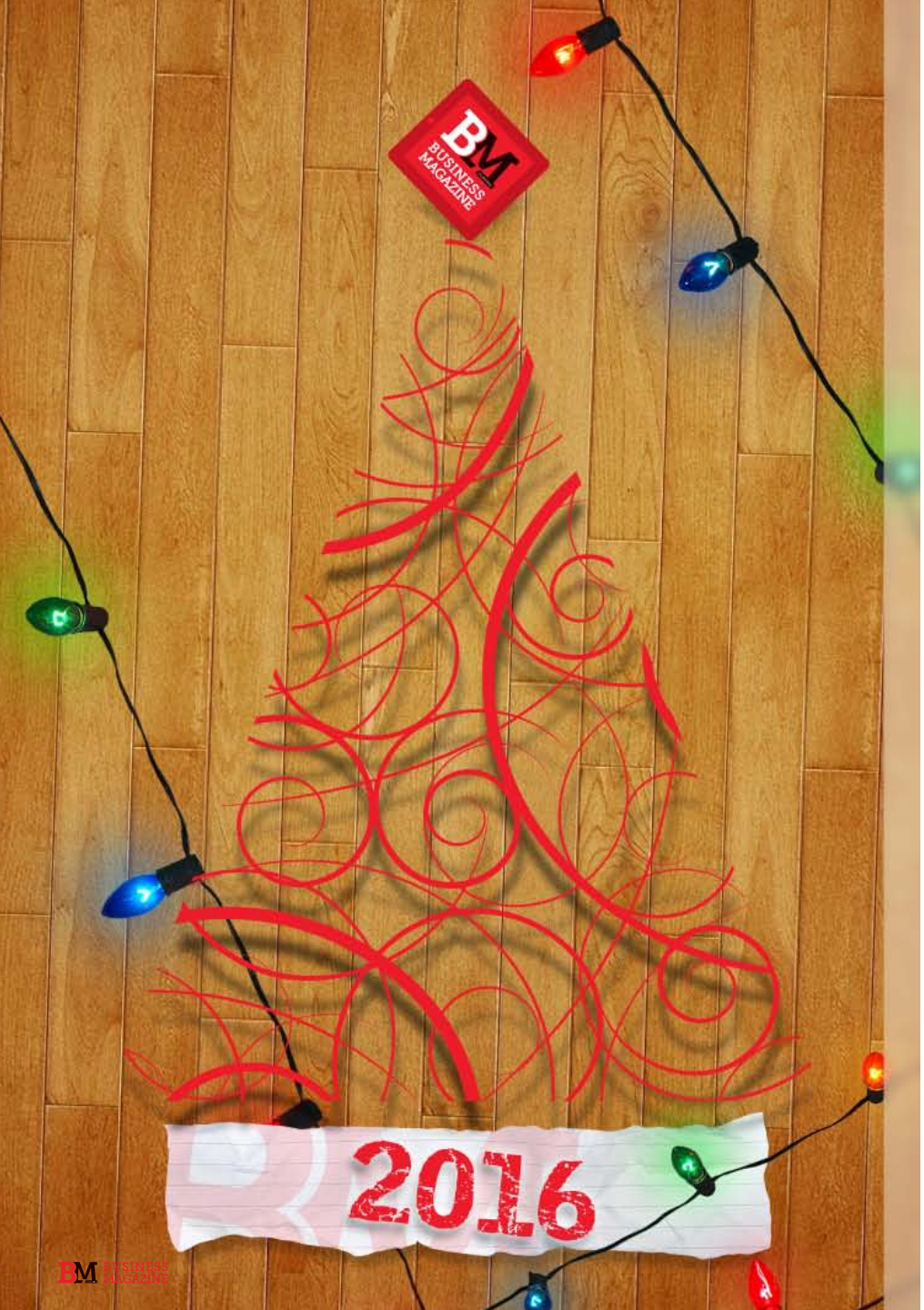
© Copyright InfoAlbania 2015. All rights reserved.



Miq,

Ky edicion i 8-të i revistës tonë online u realizua me shpejtësi marramendëse veç për t'ja dalë të jemi pranë jush në atmosferën e festave.

Për t'ju falenderuar që na keni ndjekur dhe për ta bërë këtë sipas mënyrës tonë. Nëpërmjet një numri plot me këshilla se si sipërmarrësit, njerëzit e biznesit, menaxherët dhe liderët duhet të veprojnë ndërsa përshëndesin vitin që po mbyllet dhe përgatiten për vitin e ri që po vjen.

Ky vit, shënoi edhe për Business Magazine Albania, vitin e parë të publikimit online dhe jam shumë i nderuar të ndaj me ju gëzimin që ja dolëm të realizojmë 8 publikime profesionale, të jemi pjesë e një ekosistemi të sipërmarrjeve të reja që po zhvillohet dhe të kemi një Portal dedikuar biznesit të cilin e kanë vizituar më shume se 50 000 persona që nga krijimi në Korrik 2015.

Falenderojmë
partnerët me të cilët udhëtuam së bashku në këtë vit te parë:

Startup Grind Tirana, Startup Weekend Tirana, Albanian ICT Awards, Garazh, Startups.al, ISN Albania, Revista Travel, Design Overview Tirana, AllWeb MK, Yunuss Social Business, Spark ME, SVOD Europe etj.

Falenderojmë stafin e revistës, ata me të cilët e nisëm dhe ata që na janë bashkuar gjatë këtij viti.

Ju falenderojmë juve, që po e lexoni tani dhe e keni shfletuar dhe ndarë revistën me miqtë. Pa ju, nuk do të arrinim deri këtu.

Pa ju nuk mund të vazhdojmë të ecim!

Ndaj, **Shijojeni këtë numër bashkë me festat dhe...**

Prisni supriza të reja në 2016!

PËRMBAJTJA

BUSINESSMAGAZINE ALBANIA

5 DHURATAT KUR TË BËNI DHE KUJT?
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

7 8 IDE DHURATASH QË NUK KUSHTOJNË "ASGJË"
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

9 4 KËSHILLA STRATEGJIKE PËR TA MBYLLUR 2015 ME SUKSES!
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

10 6 KËSHILLAT E WARREN BUFFET PËR NJË 2016 TË BEGATË DHE MË TEPËR...
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

12 10 TRENDET E MARKETINGUT TË FESTAVE
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

15 15 MËNYRA TË PROVUARA SHKENCËRISHT SE SI TË JENI MË TË SUKSESSHËM NË PUNË GJATË 2016-ËS
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

19 7 MËNYRAT PËR TË PËRGATITUR NJË 2016 TË SUKSESSHME
SPECIALE "FESTIVE 2015 DREJT 2016"

21 10 PYETJE TË ÇUDITSHME, GJATË INTERVISTAVE PËR PUNË TË APPLE
KARRIERA

23 GET IN THE RING SI E SOLLËM NË KOSOVË
SPECIALE "GET IN THE RING"

26 ALBANIAN FRIENDS APLIKACIONI QË ZGJIDH PROBLEMET E MARTESAVE TEK SHQIPTARËT
SPECIALE "GET IN THE RING"

30 DARKO BULLDIOSKI MARKETINGU DIXHITAL DUHET TË JETË THEMELI BAZË I NJË FUSHATE MARKETING
MARKETING

34 NJIHUNI ME N.O.X NJË VEND KU NJERËZIT TË PROVOJNË EKSPERIENCA TË LARMISHME!
SPECIALE STARTUP WEEKEND TIRANA

36 VIZIONI ËSHTË I QARTË, TË JEMI GJITHMONË KOMPANI QË OFRON PRINTIM FALAS PËR STUDENTËT
SPECIALE STARTUP WEEKEND TIRANA

39 ERSION MEÇULI: JA SI MENDOJMË TË REVOLUCIONARIZOJMË SHËRBIMIN URBAN
SPECIALE STARTUP WEEKEND TIRANA

42 4 PERSONALITETET QË NDODHEN TEK ÇDO SIPËRMARRËS
STARTUPS

44 NIAMH BUSHNELL: NDËRTONI BIZNESE TË REJA ME BESIM TË PLOTË TEK VETJA DHE SKUADRA
STARTUPS

47 LIDERËT E SUKSESSHËM E DINË QË NUK JANË PERFEKT
LIDERSHIP

SPECIALE
“FESTIVE 2015 DREJT 2016”

BUSINESSMAGAZINE
ALBANIA

DHURATAT

Kur të bëni dhe kujt?

Ju nuk keni pse të prisni deri për pushime për të dërguar dhurata në biznes. Nëse po pyesni veten se kur duhet të jepni dhurata në kompani dhe cilëve duhet t'ua jepni, një rregull i përgjithshëm është që t'u dërgojmë dhurata njerëzve, të cilët e ndihmojnë kompaninë të rritet.

Në përgjithësi kjo përfshin klientët, punonjësit dhe furnitorë të shërbimeve të caktuara.

Dhurata për klientët

Ju duhet t'u dërgoni diçka të vogël dhe simbolike të gjithë klientëve të kompanisë suaj të paktën njëherë në vit. Dhuratat i bëjnë klientët tuaj që t'ju kenë në krye të listës vitin e ardhshëm, shkruan autori i Forbes John Hall. Edhe pse disa kompani i kanë shkurtuar shpenzimet kohët e fundit, për shkak të vështirësive ekonomike, të tjera vazhdojnë të kenë bindjen se dhuratat janë të rëndësishme për të ruajtur marrëdhëniet - raporton Sacramento Business Journal.

Nëse kompania juaj ka një numër të vogël klientësh, ose një numër të vogël klientësh me llogari shumë të mëdha bankare, ju duhet të përpiqeni t'i personalizoni dhuratat për ta sa më shumë të jetë e mundur.

Kushtojini vëmendje zakoneve të secilit klient ose merrni sa më shumë informacione nga forcat e shitjes të cilët kanë pasur kontakt me ta.

Për shembull, nëse një klient përdor verë gjatë takimeve, vera është një zgjedhje më e sigurt. Nëse e keni takuar klientin në fushën e golfit, atëherë një dhuratë e vogël nga motivet e tij / saj të preferuara mund të jetë më e përshtashme. Këto dhurata të personalizuara mund t'i bëjnë klientët tuaj të ndihen sikur janë specialë dhe shumë të rëndësishëm për biznesin tuaj.

Por nëse biznesi juaj ka shumë klientë, për të cilët ju nuk mund të menaxhoni dot të gjitha blerjet personale, artikuj më të vegjël dhe të përgjithshëm bëjnë punë. Vetëm kini kujdes që të shmangni artikujt e lirë promocionalë si stilolapsa ose blloqe me logon e biznesi tuaj. **Edhe një kartolinë e shkruar me dorë duket më e ëmbël se sa këto artikuj të pastër promocionalë.**

Gjithashtu duhet të kujdeseni edhe për kohën e duhur për dorëzimin e dhuratave ndaj klientëve të veçantë. Disa klientë, për shembull, mund të mos i festojnë Krishtlindjet. Ju

mund të pyesni klientët nëse ata i festojnë ose jo, pa u bërë pyetje specifike rreth besimit apo fesë së tyre. Por e mira do të ishte t'i dërgonit dhuratat sipas preferencave të klientëve dhe jo tuajat.

Ekziston edhe alternativa tjetër, ju mund të mendoni t'ia dërgoni dhuratën klientëve gjatë një periudhe tjetër të vitit. Ju mund të dërgoni një dhuratë pas kompletimit të një projekti, lançimit të një produkti të ri, ose një eventi tjetër të rëndësishëm.

Por ama, kujdesuni të mos i dërgoni dhuratat gjatë periudhave të papërshtatshme. Për shembull, nëse aktualisht po përpiqeni të mbyllni një llogari me një kompani tjetër ose jeni të përfshirë në një luftë ofertash me një konkurrent, të jepni një dhuratë mund të dërgonte mesazhin e gabuar.

Dhurata për punonjësit

Të paktën një herë në vit punonjësit presin një dhuratë të vogël vlerësimi nga punëdhënësit e tyre. Kjo zakonisht ndodh gjatë sezonit të festave ose fundvitit, shpjegon një studim i festave nga CareerBuilder.

Sigurisht, pjesa më e madhe do të preferonin një bonus të thjeshtë në para. Kështu nëse kjo është një mundësi për kompaninë tuaj, mos hiqni dorë nga ajo për hir të një dhurate të vogël që vetëm disa punonjës mund ta vlerësojnë.
Nëse nuk mund të përballoni bonuse të konsiderueshme për çdo punonjës, një dhuratë e vogël si kartolina mund t'i bëjë ata të ndihen të vlerësuar, sugjeron Salary.com.

Për pjesën më të madhe të punonjësve, ju duhet t'u rrini besnikë të njëjtit lloj të dhuratave ose të paktën dhuratave me të njëjtën vlerë. Por nëse keni një ose dy lloje kolegësh me të cilët punoni më ngushtësisht, si një asistent ose partner, dhurata më të mëdha duhet të jenë më të përshtatshme. Aspekti më interesant i dhuratave për punonjësit është që të mbani mend secilin prej punonjësve. Kolegët kanë mundësi të shkëmbejnë informacione dhe ju nuk doni që askush të ndihet i nënvlerësuar ose i harruar.

Dhurata për furnitorët e shërbimeve

Tipe të caktuara të furnitorëve të shërbimeve të biznesit tuaj mund të duan dhurata për pushime ose fundvitin. Kjo mund të përfshijë asistentë, konsulentë dhe madje edhe punonjësit e dërgesave postare.

Ju mund të zgjidhni t'u dhuroni dhurata këtyre njerëzve gjatë pushimeve gjithashtu (duke marrë në konsideratë preferencat dhe zakonet e tyre, sigurisht).

Ose ju mund t'u dërgoni një dhuratë pas një projekti ose një periudhe kohe gjatë së cilës ata kanë qenë rreth kompanisë suaj për t'ju ndihmuar.

Këta bashkëpunëtorë ka më shumë gjasa që të preferojnë dhurata si paratë cash ose kartolinat. Ju mund të zgjidhni ndërmjet një shume të caktuar bazuar në marrëdhënien e afrimitetit në punë dhe nga lloji i shërbimit që furnizojnë ata.

Por ju mund t'i personalizoni këto dhurata duke u shtuar edhe ndonjë gjë të vogël simbolike. Për shembull, nëse ju punoni ngushtësisht me një asistent virtual dhe e dini llojin e karameleve dhe ëmbëlsirave që preferojnë ata, këtë bëjeni dhuratë së bashku me kartolinën. Por preferencat e postierit ka më pak mundësi t'i dini, kështu që, një shumë parash brenda një zarfi të vogël mund të jetë një mënyrë më e sigurt.

8 IDE DHURATASH
që nuk kushtojnë "asgjë"

Një dhuratë e lirë është e mrekullueshme, po ku ka si një falas?

Këtë vit përmbushni "detyrimet" sociale për t'u bërë të tjerëve dhurata pa sakrifikuar shumë nga llogaria juaj bankare.

1. Ndani aftësitë tuaja me të tjerët

A dini të bëni koktejle? Bëni dhuratë një mësim të përgatitjes së koktejleve. Jeni i zoti në një lojë tenisi? Ndihmoni një shok të praktikojë dorën. Muzikant? Dhurojini miqve leksione piano.

2. Gatuani diçka

Zgjidhni një recetë të thjeshtë ëmbëlsire, si një tip çokollate, e cila zakonisht kërkon vetëm mbushje me artikuj. Bëni racione dyshe, një për familjen dhe një për miqtë.

7 MENTORË QË TASHMË I KENI, POR NUK I DALLONI!

Mentorët e mirë mund të përcaktojnë trajektoren e biznesit tuaj njëherë e përgjithmonë. Ata ju bëjnë ti shikoni gjërat ndryshe. Ata ju drejtojnë ju tek pyetjet e duhura dhe ata drejtojnë duke qenë shembull vetvetja dhe duke ndarë me ju historitë e tyre. Ajo çfarë është interesante për mentorët e mëdhenj është se ata nuk kanë nevojë ta dinë se janë duke të "mentoruar"

...

3. "Bëje vetë"-Dhuratë nga duart e tua

Perfekte për prindërit dhe të afërmit më të vjetër, të cilët i kanë shtëpitë të mbushura me sende antike. Ofrohuni të rafinoni një mobilie të vjetër druri ose të restauroni me lëndë të re një karrige që duket shumë keq.

4. "Rrisni" dhuratat tuaja

Për ata që kanë një kopësht të begatë në oborrin prapa shtëpisë ose edhe një parcelë me produkte bujqësore, bëni dhuratë perimet. Kjo mund të përfshijë perimet e rritura në oborrin e shtëpisë ose edhe një buqetë me lule.

5. Krijoni një foto-album

Fotot origjinale janë një dhuratë shumë personale, dhe kërkojnë vetëm një printer ose letër për foto.

Vendosni brenda një kornize të vjetër fotosh ose ngjitni mbi letër fotot dhe krijoni një album.

6. Shkruani një letër

Dërgoni letra të shkruara me dorë ose poezi për të dashurit tuaj.

Edhe një këngë funksionon, edhe pse do ishte më mirë t'ia linit në dorë një profesionisti.

7. Ofroni shërbime

Dhurojini një xhiro me makinë gjithë ditën një shoku/shoqeje që nuk ka makinë.

Bëjini një shoqeje makeup-in ose flokët për një dalje të rëndësishme në darkë.

Ofroni të pastroni shtëpinë e një prindi të ri ose të zënë me punë. Më mirë do të ishte që të kujdeseshit për fëmijën e tyre dhe të ofronit edhe shërbimin e pastrimit për shtëpinë.

Të gjitha janë falas për ju, dhe një çlirim për atë që e mërr "shërbimin."

8. Bëni dhuratë gjërat tuaja që jua kanë dhuruar më parë

Sepse askush nuk ka nevojë ta dijë se shishja e pahapur e verës që po dhuroni është një shishe e ngelur nga festa e mbrëmshme.

4 Këshilla Strategjike për ta Mbyllur

2015 ME SUKSES!

Fundi i vitit është periudhë e ngarkuar për të gjithë.

Por njësoj e rëndësishme është perspektiva e vitit të ri: sfidat, sukseset, qëllimet që na presin! Po ju ndihmojmë sado pak me disa këshilla për ta filluar 2016 me energjinë e duhur:

Vlerëso Performancën! (nuk ka dalë jashtë mode ende)
Por bëje me të vërtetë, jo për formalitet sa për të shpërndarë bonusin apo justifikuar një largim nga puna. Vlerësimi bëhet efektiv kur shpërndahet gjatë vitit (çdo 1 ose 3 muaj për shembull), kur rekomandon ndërhyrje konkrete, dhe kur mat rezultate që kanë lidhje direkte me funksionin.

Rishiko Strategjinë!
A je i pozicionuar për rritje në 3-5 vitet e ardhshme, apo je pozicionuar për të mbajtur nivelin aktual? Një kompani e pozicionuar për rritje ka një plan të qartë investimesh, kanale të reja shitjeje por ende të pa eksploruara, dhe një cikël të qartë trajnimi për punonjësit.

Analizo Efektivitetin e Financave!
Gjatë vitit ke bërë shpenzime dhe ke investuar. Ndalo dhe analizo çfarë të kanë sjellë ato investime, dhe shiko nëse ka shpenzime që mund t'i mënjanosh ose bësh ndryshe (për shembull: nënkontrakto funksione jo-thelbësore për kompaninë).

Kujdesu për Frymën e Korporatës!
Ndalo një moment dhe shiko mjedisin: a sillen punonjësit si ç'do deshe ti? A janë në harmoni? A komunikojnë prerë por me dashamirësi? A janë vigjilent ndaj oportuniteteve të reja për kompaninë? E ndajnë informacionin? Ndjekin të rejat dhe zhvillimet e fundit?
Nëse jo, kujdesuni që të punoni sot për një frymë të re nesër!

Ndihmojmë çdo ditë sipërmarrës të trajnojnë stafin, të marrin ide dhe mësojnë taktika për të përmirësuar bizneset e tyre. Si mund t'ju ndihmojmë ju!

6 këshillat e WARREN BUFFET për një 2016 të begatë dhe më tepër...

Kërkoni që të jeni më të zgjuar vitin e ardhshëm me paratë dhe më të mirë në ndërtimin e pasurisë suaj më shumë se këtë vit?
Kujt mund t'i drejtohemi më mirë për këshilla se sa Warren Buffett-it?

Orakulli i Ohamas ka ndërtuar pasurinë e tij personale prej 72 miliardë $, çka e ka bërë atë personin e tretë më të pasur në botë.

Jo vetëm kaq, ai ka ofruar shumë këshilla të arsyeshme për ndërtimin e një pasurie që padyshim se mund të ndiqen nga kushdo, pak rëndësi ka, nëse këta të fundit kanë ose jo njohuri mbi investimet.

Website i financave personale GOBanking Rates së fundmi ka përpiluar një listë me këshillat më të mira financiare që Buffett ka dhënë ndonjëherë. Ja cilat janë më të mirat prej tyre.

1. Mos i "humbisni" kurrë paratë

"Rregulli nr.1: Mos i humbisni paratë. Rregulli nr. 2: Mos e harroni rregullin nr. 1," ka thënë Buffet.

Sigurisht kjo është një nga ato këshillat që nuk kërkon mend, kush është ai që do donte t'i humbiste? Por kapërceni përtej asaj që është e dukshme dhe kjo është një këshillë shumë praktike dhe e zgjuar: Shmangeni riskun sa herë që të mundeni.

Në mënyrë të veçantë, thotë ai, për të qenë të lumtur dhe të suksesshëm, mos rrezikoni një gjë për diçka tjetër vetëm sepse e dëshironi, edhe pse keni një mijë fakte në favorin tuaj.

Me këtë rregull në mendje vetë Bufffett, u është përmbajtur shumë investimeve të rrezikshme gjatë viteve dhe ka lënë "t'i rrëshkasin" nga duart fitime të majme, si për shembull në sektorin e teknologjisë.

Me kalimin e kohës gjithsesi, strategjia risk-kundërshtuese ia ka shpërblyer në mënyrë spektakolare.

2. Merrni vlerë të lartë me çmim të ulët

"Çmimi është ai që paguani, vlera është ajo që merrni," ka shkruar Bufffett për aksionerët e Berkshire Hathaway. Kështu që ju mund të humbisni paratë (dhe të dhunoni rregullin nr. 1) nëse për diçka paguani më shumë se vlera që merrni në këmbim. Kjo mund të ndodhë për shembull kur përdorni një kartë krediti dhe ngarkoni interesa përtej çmimit të paguar për blerjen.

Ose kur ju blini diçka, duke filluar nga një aksion tregu deri te një pasuri e patundshme, sepse po blejnë të gjithë dhe për pasojë çmimet e tregut rriten.

"Nuk ka rëndësi se bëhet fjalë për çorape (socks) apo aksione (stocks), më pëlqen të bëj pazar me leverdi kur kërkesa në treg ka rënë," ka shkruar për këtë Buffett.

Kjo është përqasje e zgjuar në treg.

3. Përvetësoni zakone të shëndetshme financiare

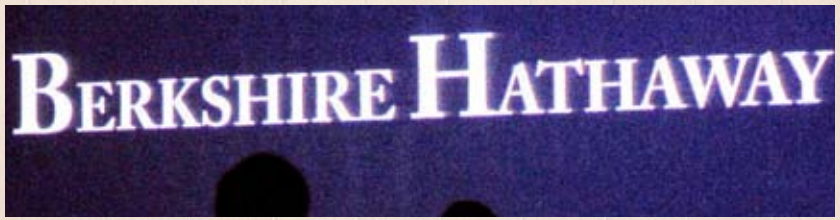
"Pjesa më e madhe e sjelljeve vijnë prej zakonit," ka thënë njëherë Buffett gjatë një fjalimi për studentët e një universiteti, "dhe thonë se zinxhirët e zakonit janë të lehtë për t'u ndjerë derisa bëhen shumë të rëndë për t'u thyer."
Ne të gjithë kemi zakone që do donim t'i thyenim dhe disa të tjera që do donim t'i formonim te vetja. Buffett thotë se, gjëja më e rëndësishme është të kursehen paratë.

"Gabimi më i madh është të mos mësosh të kursesh ashtu siç duhet," thotë ai.

Për ta bërë këtë zakon për vete në mënyrë sa më pak të dhimbshme, konsideroni kalimin e fondeve nga llogaritë e çeqeve dhe ato rrjedhëse drejt llogarive të kursimit ose të investimit.

4. Mbani shumë likuiditete të disponueshme

Buffett thotë se Berkshire Hathaway gjithmonë gjendet me 20 miliardë $ mënjanë, dhe zakonisht më shumë se kaq, në ekuivalentë monetarë për t'u përdorur në raste nevojash. Edhe njëherë, kjo është një strategji shumë risk-kundërshtuese, që do të thotë të sakrifikosh fitime më të mëdhaja që mund t'i kishit fituar nëse do t'i kishit investuar ato para gjetkë. Por, sipas tij, kjo strategji e mbajti kompaninë jashtë problemeve gjatë krizës financiare të 2008-ës kur shumë të tjera u gjenden në telashe ose të tjera falimentuan.



Nuk keni 20 miliardë $ për t'i ruajtur "poshtë dyshekut"?

Pasja e një sasi të konsiderueshme parash mënjanë në llogari si obligacione qeveritare ose çertifikata depozite me afat të shkurtër është një ide shumë e mirë. Kjo ka veçanërisht shumë rëndësi kur je sipërmarrës dhe mund të kesh të ardhura të pasigurta.

Siç thotë vetë ai, paraja cash është për biznesin si oksigjeni për organizmin:

"Për sa kohë që është prezent nuk mendon kurrë për të, kur mungon nuk bën dot pa të."

5. Investoni te vetja

Buffett e ka thënë shpesh se duhet të investoni te vetja, dhe në çfarëdolloj mënyre që të mundeni, që nga kujdesi për trupin tuaj, te gjetja e një pune që dashuroni, deri te edukimi. "Çfarëdo që bëni për të përmirësuar talentet që keni dhe ta bëni veten më të vlefshme, do t'ju shpërblehet në termat e fuqisë së vërtetë," ka thënë ai për një intervistë.

Kthimet do t'ju 10-fishohen, vëren ai, dhe ndryshe nga asetet e tjera, aftësitë dhe zotësitë tuaja nuk i merr dot askush nga ju.

Pra kjo mund të thotë që ju të shkoni në shkollë, ose të merrni pozicionin e një trajneri, të startoni biznesin tuaj, ose edhe marrja e një pozicioni vullnetar nëse do t'ju mësojnë zotësi që nuk i zotëronit më parë. **Çfarëdo që ju bën më të zgjuar, ju bën më të pasur.**

6. Vendosni objektiva afatgjatë

Gabimi që bëjnë rëndom pjesa më e madhe e njerëzve është se rendin të kapin valën e çmimeve në rritje ose të kthimeve më të shpejta në periudhën afatshkurtër, thotë Buffett. Por, kjo mënyrë mendimi pothuajse gjithmonë u hap probleme atyre. Në vend të kësaj, ai këshillon, "investoni për një horizont kohor që përfshin disa dekada."

Në vend që të përpiqeni që të bëni para shpejt, thotë ai, ju duhet të fokusoheni në rritjen e fuqisë suaj blerëse përgjatë gjithë jetës. Kjo do të më tingëllonte si një përqasje më e drejtë.

10 TRENDET
e marketingut të festave

Bizneset e vogla kanë shumë për të ofruar gjatë kësaj periudhe të vitit, kështuqë kur vjen puna për marketingun e sezonit të festave, mund të jetë pak trullosës. Ne ofrojmë më poshtë disa këshilla për bizneset e vogla se si të përfitojnë nga trendet më të mira të sezonit.

1. Mos injoroni shitjet e të Hënës më të famshme

Ka një arsye sepse Cyber Monday është kaq populore: Të gjithëve u pëlqejnë pazaret e mira. Dhe blerjet online mund të bëhen nga shtëpia, zyra ose gjatë udhëtimeve.

Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Sigurohuni që website i biznesit tuaj (desktop dhe mobile) është i optimizuar për eksperiencën e përdoruesve javë para ditës së madhe dhe sigurohuni gjithashtu që website të mund të përballojë trafikun ekstra nëse ju bëni ulje të konsiderueshme. Të keni një aplikacion ose website për mobile është shumë e rëndësishmë për blerësit që do jenë duke duke naviguar ekskluzivisht nga smartphonat dhe tabletat. Përditësojeni teknologjinë tuaj për periudhën e festave në mënyrë që biznesi të mos hasë pengesa.

2. ...Por mos harroni "raftin"

Fokusi nuk duhet të jetë tërësisht mbi shitjet online, megjithatë pronarët e bizneseve të vogla dhe të mesme me dyqanet e tyre nuk mund ta përballojnë që të harrojnë se çfarë po ndodh në dyqan. "Gjuetarët" e ujdive të mira janë të gatshëm që të heqin dorë prej pajisjeve të tyre atë ditë dhe t'u drejtohen dyqaneve për ofertën e duhur dhe speciale.

Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Duke përdorur analizat e të dhënave në të cilat keni akses, gjeni se cilat produkte kanë kërkesën më të lartë për tregun e targetuar dhe më pas jepuni konsumatorëve atë çfarë duan: një pazar që nuk e gjejnë dot askund tjetër.

3. Ofroni përfitime për të qenë konkurrues

Një mënyrë që të tërhiqni konsumatorë është duke u ofruar përfitime të tilla si transportin falas të artikujve, paketimin e dhuratave dhe shpërndarjen e tyre para Krishtlindjeve.

Biznesi juaj duhet të menaxhojë ekzaktësisht kohën që kërkohet për shpërndarjen e artikujve të porositur online në shtëpitë e konsumatorëve dhe duhet të jetë realist për afatet pasi janë vendimtare.
Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Shtojini një tipar "countdown" faqes suaj online ose aplikacionit për t'i bërë me dije konsumatorët në lidhje me datat e shpërndarjes deri para 25 dhjetorit. Mbajini mjetet e paketimit dhe transportimit në stok në mënyrë që të shpërndani porositë në kohë. Kapset janë mjeti kryesor i paketimit dhe transportit.

4. "Përqafoni" dhe shpërbleni besnikërinë e konsumatorëve

Ngelen gjithë ato ditë për blerje pas "frenezisë" së të Premtes së Zezë dhe Cyber Monday dhe para se sezonit të festimeve t'i vijë fundi. Për të tërhequr konsumatorët gjatë të gjithë periudhës së festave shpërblejini ata duke i nxitur që të kthehen sërish dhe t'ju klikojnë.
Si mund të përfitojjnë nga kjo bizneset e vogla dhe të mesme: Me anë të fushatave të marketingut të segmenteve duke u dërguar më shpesh mesazhe të personalizuara, ulje dhe oferta besnikëve të markës ose konsumatorëve që blejnë më shpesh.

5. Angazhohuni në media sociale

Mediat sociale janë një mundësi e shkëlqyer për bizneset e vogla për t'u lidhur me konsumatorët në një nivel personal dhe për të menaxhuar marrëdhëniet me konsumatorët.

Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Ofroni ulje online ose brenda në dyqan për klientët të cilët ju ndjekin dhe ju bëjnë "pëlqime" dhe më pas t'i mbani të mbërthyer duke postuar materiale "të forta" dhe "imponuese" vizualisht. Shmangni mbi-promovimin e vetes suaj dhe në vend të kësaj përdorni një ton të ëmbël bisedor.

6. Dhuroni për një kauzë të drejtë

Njerëzit janë në frymën e pushimeve dhe u pëlqen që të dhurojnë dhe falin gjatë kësaj periudhe. Bizneset e vogla duhet të marrin në konsideratë një element të bamirësisë në planin e tyre të "pushimeve".

Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Ofroni një pjesë të vogël të të ardhurave për bamirësi që ka një domethënie për komunitetin tuaj, ose vendosni një kuti dhurimi. Konsumatorët do t'ju vijën ndërsa bëni mirë edhe vetë.

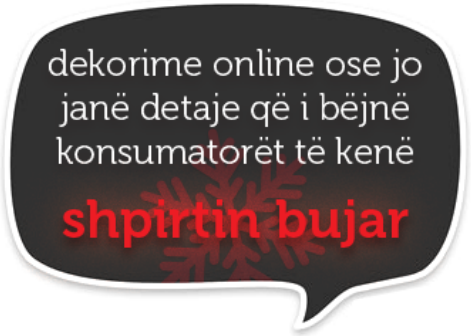
7. Ndani "shpirtin" e festave me klientët

Ndërsa klientët presin të marrin një kartolinë Krishtlindjesh nga gjyshërit e tyre, me siguri që nuk e presin një të tillë nga ju. Të shpërndani kartolina me logon e biznesit tuaj gjatë festave mund të jetë një mënyrë e lezeçme për të përfituar dhe shpërndarë "thashethemet" e një biznesi të lulëzuar.

Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Bëni një vizitë në dyqanet e kancelarive për çmime të ulëta të produkteve të personalizuara në mënyrë kreative, dhuratat dhe kartolinat e festave. Sigurohuni që të t'i qëndroni të vërtetë dhe të sinqertë markës suaj me emaile dhe çdo dhuratë që do të shpërndani në dyqane.

8. Shpërbleni punonjësit tuaj dhe ndajeni gëzimin

Në mes të sezonit të çmendur të biznesit, mos harroni njerëzit që e bëjnë të mundur biznesin tuaj, punonjësit tuaj. Organizoni një festë gjatë pushimeve, shkëmbeni ëmbëlsira brenda kompanisë suaj, jepuni dhurata kolegëve dhe shefit dhe më pas ndajeni gëzimin me klientët.



Si mund të përfitojnë bizneset e vogla dhe të mesme nga kjo: Çdo brand dhe kompani ka një ose disa njerëz pas faqes së kompanisë. Shpërndani fotot e atmosferës që krijohet në kompani gjatë festave në platformat sociale si Facebook dhe Instagram. Nëse nuk e keni bërë më parë, tani mund të jetë koha më e çmuar për të startuar një blog, të bëni një video ose ta sillni kompaninë tuaj në paltformat "agresive" që tërheqin vëmendjen si Instagram, Pinterest ose Snapchat.

9. Zbukuroni vitrinat

Shumë shitës e dinë këtë, dhe ju duhet ta dini gjithashtu: Ka diçka magjike kur shikon nga dritarja e një dyqani të mbushur me dekorimet e festave.

Gjeni kohë për t'i dhënë një atmosferë festive vitrinës së dyqanit me dekore shumëngjyrëshe. Edhe bizneset online mund të bëjnë "të njëjtën gjë" për t'iu përshtatur estetikës së atmosferës festive.

Si mund të përfitojnë nga kjo bizneset e vogla dhe të mesme: Mund të jetë po aq e thjeshtë sa edhe vendosja e një kurore me lule ose si përpunimi në mënyrë të përpiktë i dekorit te dritareve, dekorime online ose jo janë detaje që i bëjnë konsumatorët të kenë shpirtin bujar.

9. Vit i ri, fillim i ri

Janari mund të jetë një ristart për biznesin tuaj, në mënyrë të veçantë nëse 2015 nuk ka shkuar ashtu siç e patët planifikuar.

Nëse bëhet fjalë për një rimarkim të firmës suaj, një përditësim teknologjik ose

një "egërsim" të prezencës suaj online, është një periudhë e mirë për të përcaktuar objektiva, ridizenjuar një logo të vjetëruar ose të shfrytëzoni edhe llogarinë në Twitter të firmës suaj për të punuar me të.

Si mund të përfitojnë nga kjo bizneset e vogla dhe të mesme: Shpenzoni pak kohë gjatë "përgjumjes" së post-pushimeve për të reflektuar mbi objektivat e biznesit, performancën e fushatës së marketingut dhe strategjisë së përgjithshme të markave dhe ejani me 3 objektiva të rinj për 2016-ën që shkojnë përtej atyre të kaluara.

15 mënyra të PROVUARA SHKENCERISHT

se si të jeni më të suksesshëm në punë gjatë 2016-ës

Gjatë 2015-ës u bë shumë punë studimore në fushën e psikologjisë.

Nga tema që flasin për produktivitetin, lidershipin e deri te dinamikat e skuadrës, kërkimet e këtij vitit ofrojnë informacione të reja në lidhje me mënyrat se si të bëhemi më kreativë, më efiçientë dhe punonjës më efektivë në ambjentin modern të punës.

Me afrimin e vitit të ri, ne kemi sjellë studimet më bindëse.

1. Orari më i mirë për të pirë kafen mund të jetë në mes të mëngjesit
E ndërsa dita ecën, energjitë tuaja dhe përqëndrimi bien, kështu që është më e vështirë të ruash informacione gjatë orarit të pushimit.
Për maksimumin e produktivitetit, studiuesit sugjerojnë se duhet të dilni prej zyrës pas mëngjesit të hershëm dhe jo në mesditë.

2. Një tryezë e rrëmujshme mund t'ju bëjë më produktivë
Kur përballemi me kaosin fizik, studiuesit thonë se ne përpiqemi të vendosim rregull duke ndjekur objektiva të qartë dhe të mirëpërcaktuar.

Për aq kohë sa kolegët tuaj nuk kundërshtojnë, konsideroni ta mbani hapësirën e punës lehtësisht të ç'rregullt.

3. Fikni telefonin-Vetëm duke e dëgjuar që vibron mund t'ju bëjë më pak produktivë
Në një studim, performanca e njerëzve në një detyrë ku e dinë se çfarë duhet të bëjnë ishte në mënyrë të konsiderueshme më e dobët kur telefoni i tyre binte, se sa kur ishte vënë në opsionin "heshtje."

Mbajeni telefonin të fikur ose të fshehur nga pamja juaj në mënyrë që të fokusoheni në një detyrë.

4. Copëzimi i detyrave të mëdha në pjesë më të vogla mund të ndihmojë në parandalimin e zvarritjes së punëve
Ndonjëherë ne kemi frikë të nisim detyra sepse duken shumë të mëdhaja dhe frikësuese.

Prandaj duhet t'i ndajmë në punë më të vogla, do të kënaqeni duke shënuar si të përfunduar artikuj të vegjël nga lista jonë e gjërave për të bërë, dhe pa e kuptuar , do ta kemi mbaruar të tërë punën.

5. Përdorimi i një tavoline të lëvizshme pune mund t'ju bëjë ju më pak produktivë
Në një studim, njerëzit ishin shkrues më të këqinj në kompjuter dhe kishin më shumë vështirësi në mbajtjen mend të fjalëve dhe numrave nëse ecnin në një pistë të lëvizshme, se sa kur rrinin ulur në karrige.
Mund të jetë mendim i mirë nëse ngriheni nga tavolina juaj e punës dhe të shëtisni për disa minuta në ditë.

6. Multi-tasking mund t'ju bëjë më të lumtur në kontekstin afatgjatë
Ekzekutimi i shumë detyrave në një periudhë të shkurtër, gjithsesi, mund t'ju bëjë më pak të lumtur.

Nëse duhet të bëni shumë detyra të ndryshme në rrjedhën e një ore, studiuesit sugjerojnë që t'i "derdhni" ato me mendje në një kategori të vetme, si "gjëra që kanë lidhje me punën" ose "punë për të fituar ngritje në detyrë."

7. Ju mund të jeni më shumë kreativë kur mendërisht jeni të rraskapitur
Kjo mbase ndodh pasi nuk keni më 'fuqi' të filtroni jashtë trurit, informacione të panevojshme, kështu që ju mbetet të jeni më të hapur ndaj ideve të reja dhe jo-konvencionale.
Konsideroni kthimin në shtëpi nga puna duke bërë "brainstorming" në lidhje me sugjerimet për projektin e ri të ardhshëm në vend që të vegjetoni përballë televizorit.

8. Jini të "përulur"

Liderat që nënvlerësojnë zotësitë e tyre janë përgjithësisht ata që konsiderohen më efektivët. Kjo ndodh pasi këta liderë janë gjithmonë në përpjekje për tu përmirësuar.
Nga ana tjetër, liderat që mbivlerësojnë zotësitë e tyre janë vlerësuar si më pak efektivët nga shefat më të lartë, kolegët dhe ata që ndodhen nën tyre në hierarkinë e organizatës, sipas të dhënave në një studim.

9. Vazhdoni të mësoni ashtu siç keni bërë kur nisët të punonit në fillim

Studimet sugjerojnë se të rinjtë në moshë mund të jenë menaxherë më të mirë se kolegët më të moshuar, mbase sepse ka më shumë gjasa që ta pranojnë të renë, të pranojnë më shumë feedback, dhe të vendosin objektiva sfidues.

10. Menaxhoni në mënyrë aktive nivelin e stresit

Meshkujt me nivele të larta të hormoneve të stresit, kortizolin, mund të menaxhojnë më pak vartës, sipas një studimi.

Ideja e këtij studimi qëndron tek fakti se stresi mund ta bëjë më të vështirë për cilësitë e lidershipit të depërtojnë, kështu që bëjeni prioritet menaxhimin e stresit.

11. Qëndroni të hapur ndaj feedback-ut në vend që të kundërpërgjigjeni për mbrojtje

Në një studim, liderat që përpiqen të vetëmbrohen u cilësuan si më pak efektivët nga menaxherët e tyre në vlerësimet që përfshinin komunikimin dhe aftësinë për të arritur objektivat e biznesit.

"Të mbrohesh" përfshin të paturit një mendje të "ngushtë" kur sfidohesh ose merr një kritikë negative.

Rezistojini tundimit për t'iu përgjigjur menjëherë kritikave dhe qëndroni gjithmonë të hapur ndaj mundësisë së përmirësimit.

12. Kofliktet ndërpersonale mund të dëmtojnë performancën e skuadrës, por debati i shëndetshëm mund të jetë i dobishëm

Skuadrat në të cilat pjesëtarët shkojnë mirë midis njëri-tjetrit në nivel personal, e megjithatë janë në gjendje të mos bien dakord në lidhje me një çështje, janë më të suksesshmet, sipas një studimi, ndaj mos kini frikë të thoni atë që mendoni.

13. Të punosh në grupe nuk është domosdoshmërisht mënyra më e mirë për të zgjidhur problemet

Bashkëpunimi ndërmjet shumë njerëzve ndihmon kur mblidhet informacion për një çështje të caktuar.

Por kur është fjala për t'u ulur dhe për të zgjidhur problemet, kërkuesit thonë se është mundësisht më mirë të punohet në grupe dyshe ose prej pak vetash.

14. Disa konflikte të caktuara mund të forcojnë lidhjen tuaj me kolegët

Komunikojini kundërshtitë tuaja në mënyrë të qartë, pa u inatosur dhe pa hedhur sulme personale.

Situata ideale është debati, thonë studiuesit, ashtu siç

ndodh në politikë me opozitën ose për një drejtë të shkelur.

15. Kini kujdes prej paragjykimeve gjinore që mund të ndikojnë në vlerësimin e performancës

Menaxherët ka më shumë mundësi t'i përshkruajnë femrat si agresive në rishikimet e performancave, krahasuar me meshkujt. Ndërkohë, një studim ka zbuluar se meshkujt ka më shumë mundësi që të dëgjojnë se stili i tyre i komunikimit është gjithashtu i butë.

Një zgjidhje mund të jetë që të jeni të qartë dhe konsistentë në lidhje me kriteret mbi të cilat duhe të vlerësohen punonjësit.

7 MËNYRAT
për të përgatitur një 2016 të suksesshme

Fundi i vitit është një kohë e mirë për të festuar dhe kaluar kohë me miqtë tuaj. Dhjetori është muaji ku ne mund të bëjmë një përmbledhje të vitit që do të lëmë pas dhe të hartojmë planin për vitin tjetër.

Një Vit i RI me pikësynime të qarta është më i lehtë për t'u filluar.Ja çfarë mund të bëni këto ditë të mbetura të vitit 2015, për të pasur një vit 2016 sa më produktiv :

1. Rishikoni arritjet dhe dështimet

Çdo vit krijon mundësi për të mësuar. Uluni me një kalendar përpara dhe rikujtoni fitoret dhe gabimet tuaja. Më e rëndësishmja është të nxirrni mësimet e duhura nga çdo eksperiencë.

2. Pastroni ambjentin ku punoni dhe jetoni

Është e veshtirë ta filloni vitin mes rrëmujës. Shpenzoni ditët e fundit pas Krishtlindjeve duke sistemuar dokumentet, orenditë dhe ambjentin ku shpenzoni kohë qëndrimi. Një dhomë apo zyrë e rregullt do t'iu bëjë të ndiheni më të organizuar.

3. Zgjidhni problemet në punë

Në qoftë se dëshironi një vit të mbarë, nuk duhet të lejoni që problemet e zyrës t'ju ulin produktivitetin tuaj. Bisedoni dhe qartësoni marrdhëniet me personat që nuk ju lejojnë të ecni në trajektoren tuaj. Lini pas zënkat dhe punoni në shpirtin e bashkëpunimit.

4. Listoni 3 aftësi që doni të përmirësoni.

Çdo njeri ka nevojë për t'u përmirësuar në aftësitë e tij. Rritja në jetën personale dhe profesionale ju ndihmon të ndiheni të përmbushur. Analizoni se çfarë ndryshimesh ju duhen për t'u bërë njeriu që kërkoni të jeni. Shkruajini në një bllok shënimesh apo në pasqyrë për të kujtuar qëllimet tuaja.

5. Planifikoni një objektiv parësor

N.q.s doni të arrini diçka të rëndësishme në vitin 2016, çfarë do të ishte? Tani është koha të vendosni për qëllimin tuaj madhor dhe të bëni një plan për ta arritur. Listoni veprimet dhe burimet që iu duhen. Bëni një prezantim ngacmues dhe ngrini skuadrën tuaj të punës. Atëherë ju mund të festoni me siguri arritjet tuaja në fundvitin tjetër.

6. Hartoni një listë "Për t'u bërë" për vitin 2016

Të krijoni një plan të Hënën e 4 janarit do t'ju lërë pas në kohë për të filluar një vit në rrugën e duhur. Shfrytëzoni pushimet tuaja për të menduar se si mund të jeni më produktivë vitin që vjen.

7. Shijoni ditët e mbetura të 2015

Këto ditë do jenë të ngjeshura me përgatitje dhe planifikime, por të gjitha këto në dobi tuajën. Të përgatiteni për një të ardhme të ndritur është emocionuese dhe kërkon energji. Shijojeni vitin 2015 duke menduar për një Vit të Ri sa më të gëzueshëm.

KARRIERA

BUSINESSMAGAZINE
ALBANIA

Josh Edelson—AFP/Getty Images

10 Pyetje të çuditshme, gjatë intervistave për PUNË TË APPLE

"Çfarë ju sjell këtu sot?"

Apple njihet si vendi më emocionues dhe sfidues ku mund të punojë dikush, dhe s'ka asnjë surprizë kur marrim vesh se të punësohesh në këtë kompani nuk është detyrë e lehtë.

Si Google dhe kompani të tjera të mëdha, Apple bën edhe pyetje teknike bazuar në eksperiencën e kaluar të punës dhe disa "puzzle"për trurin.

Ndër pyetjet më të vështira të pyetura gjatë një interviste pune disa përfshijnë probleme me kleçka matematikore, ndërsa të tjerat janë të thjeshta, por mjaftueshëm të paqarta për t'ju mbajtur pezull.

1. **"Shpjegojani një 8-vjeçari se çfarë është një modem (ose router) dhe funksionet e saj."** - Një kandidati për At-Home Advisor

2. **"Cili është miku juaj më i mirë?"**— Një kandidati për Family Room Specialist

3. **"Nëse keni 2 vezë, dhe doni të zbuloni se cila është dyshemeja më e lartë nga e cila mund të hidhni vezët pa i thyer ato, si do ta realizonit? Cila është zgjidhja optimale?"**- Një kandidati për Software Engineer

4. **"Keni 100 monedha që ndodhen në tryezë, secila me një anë 'lek'dhe një anë 'stemë'. 10 prej tyre janë në anë 'kokë', 90 janë në anë 'stemë'. Ju nuk mund ta ndjeni, shikoni apo në ndonjë mënyrë tjetër se në ç'anë janë monedhat. Ndajini monedhat në dy pjesë në mënyrë të tillë që në secilën bashkësi të ndodhet një numër i njëjtë i monedhave 'lek'.**- Një kandidati për Software Engineer

5. **"Jepen tre kuti, në njërën ndodhen vetëm mollë, në një tjetër ndodhen vetëm portokalle, dhe në tjetrën ndodhen edhe portokalle edhe mollë. Kutitë janë emërtuar gabim në një mënyrë të tillë që asnjë nga etiketat mbi kutitë nuk tregon përmbajtjen e vërtetë të asaj çfarë ndodhet brenda tyre. Pa e parë kutinë, hapni njërën prej tyre dhe nxirrni një frut. Duke parë frutin, si mund t'i etiketoni menjëherë kutitë në mënyrë korrekte?"**- Një kandidati për Softaware QA Engineer

6. **"Si do ta reduktoni koston e këtij stilolapsi?"**- Një kandidati për Global Supply Manager

7. **"Pse ndryshoi Apple emrin nga Apple Computers Incorporated në Apple Inc.?"**- Një kandidati për Specialist

8. **"Ju vendosni një gotë me ujë në një disk rrotullues rregjistrimi dhe filloni dalëngadalë të shtoni shpejtësinë. Çfarë ndodh në fillim, del gota nga baza e diskut, rrëzohet mbi të, apo shpërndahet uji jashtë gotës?"**- Një kandidati për Mechanical Engineer

9. **"Nëse ju jepet një vazo me monedha origjinale dhe fallco së bashku, dhe ju nxirrni një dhe e hidhni 3 herë, merrni me rradhë rezultatet 'kokë', cilat janë shanset që të keni nxjerrë një monedhë origjinale ose fallco?"**- Një kandidati për Lead Analyst

10. **"Cilat janë dështimet tuaja, dhe si keni mësuar ju prej tyre?"**- Një kanddati për Software Manager

SPECIALE
“GET IN THE RING”

BUSINESSMAGAZINE
ALBANIA

Intervistoi Gerti Boshnjaku

GET IN THE RING

Si e sollëm në Kosovë

1. Do doja nga ju përshkrimin më të shkurtër të Alejtin Berishës.

Alejtin Berisha është një ndërmarrës serial, drejtor ekzekutiv në kolegjin Universum dhe themelues i rrjetit Kosovar të Business Angels; Kosban - Kosovo Business Angels Network.

2. Të flasim pak për Get in the Ring. Ideja ka lindur në Hollandë? Është format televiziv i viteve të fundit, apo jo?

Po, në Hollandë. Në fakt ky është viti i katërt i Get in the Ring, ka filluar diku nga viti 2011 si koncept, por është koncepti me zhvillimin më të shpejtë në botë, ka arritur të shpërndahet në mbi 100 shtete. Dhe kjo për shkak se përmbush disa zbrazëtira. Pikë së pari sepse i mbledh në një vend startupet dhe investitorët, që është shumë e rëndësishme. Elementi tjetër janë fansat; publikut i jep qasje për herë të parë dhe për atë arsye konsiderohet si Olimpiada e Startupeve, prandaj organizohet në këtë formë.

2. Shumë interesante. Po si arritët ta sillnit në Kosovë?

Në kuadër të Kosban, kemi një bashkëpunim strategjik me BiD Network në Hollandë (http://www.bidnetwork.org/), që është organizatë që mbështet sipërmarrjen nëpër botë. Në vitin 2014, ne ishim në Hollandë, kishim takime të organizuara me Business Angels Networks të Hollandës dhe disa Angel Investors, Venture Capitalists etj. Ndër to ishte edhe finalja e Get in the Ring, ku ne ishim pjesëmarrës në finalen e Get in the Ring. Pas finales BiD Network na organizoi një takim me ideatorin, themeluesin e Get in the Ring, Hendrikun (Hendrik Halbe) dhe aty ishte ku bëra një prezantim të shpejtë (pitch). Ai u befasua nga ambiciet tona dhe kështu lindi faktikisht. Më pas, sigurisht na janë dashur 4-5 muaj diskutime në lidhje me kontratën, detajet etj. për atë që mund të bëhej. Diku nga fundi i prillit kemi nënshkruar kontratën, nga ku kemi filluar të punojmë më pas për këtë projekt.

3. Edicioni i organizuar që sapo lamë pas ishte edicioni i parë për Kosovën apo jo?

Po, për Kosovën ishte edicioni i parë.

4. Si ishte pjesëmarrja? Pati audiencë?

Si fillim ka pasur një numër të mirë startupesh, por nuk mund të them se ka qenë befasues në fakt. Dua të them se nuk kanë konkurruar me qindra startup-e dhe ne kemi përzgjedhur 6 më të mirët për tu ndeshur, por ishin përafërsisht 4 startupe konkurruan për një pozicion.

Kur e lançuam ishte kohë e shkurtër dhe ka shumë evente që organizohen në lidhje me sipërmarrjen. Në fakt kjo ndodh pasi aktualisht, Kosova ka filluar të dalë pak në pah në

rajon - kur them rajon po flas për Kosovë, Shqipëri, Maqedoni dhe Mal të Zi - dhe vihet re se po vijnë të gjithë për të marrë diçka dhe startup-et e mira, duket se po përtojnë, nuk po futen nëpër gara apo të ekspozohen së tepërmi. Pra ka shumë kompeticione / gara të tilla, gjë që mund të na ketë dëmtuar paksa. Megjithatë, publik ka pasur shumë, kanë qenë mbi 250-300 pjesëmarrës.

Kemi pasur përparësinë të sjellim edhe studentët tanë prej kolegjit tonë Universum duke e pasur pak më të lehtë për të promovuar ngjarjet. Mendoj se organizimi ka qenë shumë i mirë, ndoshta nuk mundem ta vlerësoj tërësisht, por pritjet e mia janë tejkaluar. Kam pasur pak skepticizëm, sepse nuk është e lehtë të organizosh një Get in the Ring.

Misioni im jetësor është të promovoj sipërmarrjet shqiptare në Kosovë, Shqipëri dhe trevat shqiptare. Vetëm për atë punoj çdo ditë. Të njëjtën gjë e di se e keni edhe ju. ndaj mendova se si ta bënim më interesante. Që nga fillimi e realizuam në atë mënyrë që të prodhonim një TV Show. Ky ishte projekt pilot që do të transmetohet së shpejti në Klan Kosova. Ideja jonë është që vitin e ardhshëm ta realizojmë për Kosovën, Shqipërinë dhe pjesën shqiptare, ku të realizojmë një TV Show me 15 episode.

5. Gjithçka u organizua brenda një episodi?

Një episod se ne ishim në fazën pilot. Ne mund ta kishim organizuar shumë më thjeshtë, me një sallë normale, kemi vendosur një ring të vogël, pa ndonjë pompozitet por ne vendoswm ta bwnim me 12 kamera në studio. Studion e kemi organizuar të veçantë për këtë event, me juri, biznesmenë, investitorë, të ftuar. Pra, jemi munduar ta bëjmë sa më mirë që kemi mundur dhe tani jemi duke punuar për formatin e parë botëror televiziv të Get in the Ring. Thashmë jemi në bisedime me Hendrikun për marrëveshjen që t'i shpërndajmë këto përmes Get in the Ring edhe në të gjithë botën.

6. Nga ndryshon Get in the Ring nga kompeticionet e tjera?

Get in the Ring përveçse është një kompeticion ku startupet bëjnë pitching (prezantojnë biznesin e tyre) dhe garojnë me njëri-tjetrin brenda ringut, është shumë argëtuese, ka masën e argëtimit, që do të thotë se publikun e zgjon shumë më tepër, e bën ndërmarrësinë shumë më interesante, e vë në fokus dhe e rrit interesimin e publikut për sipërmarrjen. Për këtë arsye ne mendojmë se kjo ka për të patur një ndikim të mirë me publikun e gjerë shqiptar, në mënyrë që njerëzit duke i parë këto, të motivohen. Mendojmë të ketë 48 startupe konkurruese deri tek fituesi në finale. Nuk do të jenë prezantime vetëm nga teknologjia. Ka shqiptarë anembanë botës që kanë bërë zbulime të caktuara dhe ne do të mundohemi që ato t'i shndërrojmë në biznese, t'i ndihmojmë, të tregojnë për suskesin e tyre. Dhe në këtë mënyrë duke argëtuar publikun, të rrisim nivelin e sipërmarrjes.

7. Kam përshtypjen se qëllimi kryesor i komplet formatit ai ka qenë, një ndërgjegjësim në nivel të gjerë i publikut për sipërmarrjen dhe startupet e reja. Dhe përveçse publiku është pjesë aktive, në këtë rast do të jetë edhe televizioni, që rrit audiencën dhe efekti është shumë herë më i fuqishëm në krahasim me një sallë.

Absolutisht po, ky është edhe qëllimi ynë. Videot e finales së Get in the Ring janë befasuese dhe ka shumë gjasa që finalja e ardhshme rajonale të mbahet në Kosovë. Por më vonë kemi pretendime edhe më të mëdha. Vitin e ardhshëm do ta organizojmë me patjetër edhe në Shqipëri.

Por ideja ime është që të bëhet jo një event i ndarë, si vetëm në Kosovë apo Shqipëri, por që t'i përfshijë të gjitha trojet shqiptare, edhe trevat shqiptare në Maqedoni. Licencën e kemi marrë për të treja vendet.

kemi pretendime edhe më të mëdha

8. Në këtë rast kam përshtypjen se Tirana do të jetë një pikë strategjike për shkak të afërsisë, ambjenteve, plus që i shton vlerën rajonit tonë, Shqipëri, Kosovë, Maqedoni dhe Mali i Zi për të garuar me Serbinë dhe Kroacinë. Startupet i keni trajnuar përpara për pjesën e pitching ose konkursit?

E vërtetë. I kemi trajnuar. Ka qenë një trajnim rreth 4 orë një ditë para finales dhe jemi marrë me secilin veç e veç. Kishte disa që kishin vërtet nevojë por kishte edhe nga ata që ishin shumë të përgatitur duke bërë Show në skenë.

9. Fituesin e Get in the Ring Kosova, Valon Hasanin, çfarë e pret më pas? Ku do të konkurrojë?

Valoni do të konkurrojë në finalen rajonale, por nuk është përcaktuar ende nëse do të jemi në finalen rajonale për Evropën Lindore që mbahet në Bullgari, apo në rajonalen për Evropën Jugore që mbahet në Greqi, Athinë. Pavarësisht se pritet që të konkurrojmë në Greqi, nuk është vendosur përfundimisht ndarja e shteteve se në të cilën rajonale do të konkurrojnë startupet.
Pastaj hapi i rradhës tjetër, është gara globale e cila mbahet në Kolumbi këtë vit, në kuadër të Global Entrepreneurship Congress. Ne po shpresojmë se nëse Valoni arrin të kalojë finalen rajonale, pra të fitojë rajonalen e Greqisë ose Bullgarisë, të kalojë në finalen globale, e cila do të ishte e jashtëzakonshme. Ne po punojmë me të për ta suportuar.

10. Po e mbështesni për modelin e biznesit? Kur do të zhvillohet rajonalja?

Po, patjetër. Po e ndihmojmë në përmirësimin e tij me disa kolegë tanët, gjithashtu po i mbulojmë edhe shpenzimet. Ndërsa Valoni po punon mbi prototipin final, me shpresën se shumë shpejt do ta nxjerrë aplikacionin e tij në mënyrë që të ketë diçka më konkrete për prezantim.
Finalja rajonale, nëse do të zhvillohet në Greqi mendohet të organizohet në javën e fundit të janarit, ndërsa nëse do jetë në Bullgari mendohet në javën e parë të shkurtit.

11. Siç e përmendët edhe ju, Busines Magazine ka në fokus inkurajimin e sipërmarrjes së lirë dhe të gjitha kompeticionet e startupeve për të drejtuar të rinjtë drejt suksesit, qoftë teknologjik, qoftë edhe në biznese të tjera. Paraprakisht ju garantojmë se do të jemi mbështetës me kënaqësi.

Ju falemnderit shumë. Patjetër, sapo të kemi takimin final me Hendrikun dhe të qartësohen të gjitha detajet për Tv Show. Në fillim kishim idenë e 4 episodeve, por duke qenë shumë pak menduam për 15 të tilla. E kemi parë, testuar dhe ka funksionuar shumë mirë. Ngelet për t'u parë edhe me cilën nga mediat shqiptare do të relizohet bashkëpunimi për projektin. Besoj se interesi kurrsesi nuk do të mungonte në televizionet shqiptare duke qenë se asnjëra nuk e ka një format të tillë 'argëtues' që është njëkohësisht edhe biznes.

Alejtin, Ju Falemnderit!

Kush është Valon Asani
Profesioni / Fusha e Ekspertizës:
Sipërmarrës / Specialist i IT
Pozicioni aktual në kompani
CEO MIK Agency, Bashkë-Pronar Klinika Gjermane, Themelues i KOSFON Call Center, Albanian Friends, Anëtar i Bordit Kidz Planet.
Info shtesë që dëshiron të japësh:
Jam 27 vjeçar, i lindur në Zvicër dhe jetoj në Kosovë dhe Zvicër. Udhëtoj çdo muaj atje dhe kthehem. Unë flas Shqip, Anglisht, Gjermanisht dhe Frëngjisht dhe fillova karrierën time si sipërmarrës në vitin 2012. Motoja ime është: "Ji dyshues për çfarëdo pune që nuk sjellë produkt apo klientë"
Hobi:
Sipërmarrja, Tenisi & leximi i librave bazuar në ngjarje të vërteta.

ALBANIAN FRIENDS

Aplikacioni që zgjidh problemet e martesave tek shqiptarët

Get in the Ring – Edicioni i parë i organizuar në Kosovë pati si fitues Valon Asanin me platformën Albanian Friends. Një platformë për Online Dating.

1. Si ndodhi që dëgjuat për aktivitetin Get in the Ring-Kosova? Çfarë ju shtyu të merrnit pjesë?

Albina Berisha nga EYE Kosova (Projekti për Fuqizimin e Punësimit tek të rinjtë) më dërgoi një email për këtë ngjarje. Kështu që i pashë disa video në youtube dhe po mendoja që kjo është vërtetë një ngjarje interesante, pasi që është ndërkombëtare dhe gjithashtu një format interesant për të fituar investitorë.

Mendoj që projekti ynë ka potencial për të fituar GITR dhe mund të përfitojmë nga lidhjet që i krijojmë ndërkombëtarisht, kështu që kjo është arsyeja përse kemi aplikuar.

2. Pasi u përzgjodhët për të marrë pjesë, cila ishte pjesa më e vështirë e kësaj sfide?

Nuk është njësoj sikur të ulesh për të pirë një kafe me një investitor sikur që është të jeshë para disa qindra njerëzve dhe ke kohë vetëm 30 sekonda për raund që të bindësh jurinë rreth idesë tënde. Vetë formati është shumë special por në të njejtën kohë shumë interesant. Më pëlqen të luftoj, kështu që ndihem shumë rehat në ring.

3. Na trego pak për projekt-idenë tuaj fituese? Në çfarë faze e kishit para konkursit?

Sot jetojnë përafërsisht 12 milion shqiptarë në botë, ndërsa shumica prej tyre janë në diasporë. Gjithsesi, ata nga tani do ta keni më lehtë të gjejnë fatin e tyre të jetës dhe të martohen në mes veti përmes aplikacionit digjital "Albanian Friends". Ashtu siç edhe gazetat kanë

shkruar "Fiton biznesi që zgjidh problemin e martesave tek shqiptarët". Mendoj që shumë Shqiptarë menduan për të njejtën ide, për të krijuar një portal / aplikacion takimesh vetëm për Shqiptarët, por askush nuk e bëri, kështuqë unë vendosa herët në vitin 2012 të filloja një uebfaqe për online dating, por në të njejtën kohë po punoja me projekte të tjera dhe e themelova agjensinë e marketingut 'MIK', që është e vendosur në Prishtinë dhe gjithashtu në Zvicër.

Çfarë kemi bërë deri tani është që kemi bërë shumë kërkime; ne e përfunduam planin tonë të marketingut dhe atë të biznesit, gjithashtu bëmë shumë kërkime rreth potencialit të këtij projekti, që është i madh. E krijuam logon, dizajnin e faqes dhe aplikacionit, si edhe prototipin e parë. Tani po formojmë një ekip të developër-ve (zhvilluesve) për të realizuar aplikacionet për iOS dhe Android. Për këte ne jemi gjithashtu të interesuar që të gjejmë investitorë.

4. Dukej se konkurrenca ishte e fortë, kishit frikë?

Të jem i sinqertë, unë nuk i kam njohur konkurentët para fillimit të programit, sepse kjo është pjesë e konceptit të Get in the ring. Ata nuk japin ndonjë detaj / informatë rreth konkurrentëve, ndaj natyrisht unë vetëm para-mendoja se kush mund të jenë ata dhe çfarë ofrojnë. Por në fund isha i sigurt që, nëse do të mund ta shpjegoja projektin tim në mënyrë të thjeshtë, do të fitoja. Kështu që u fokusova vetëm në vetën time, si të flas dhe çfarë përgjigje të jap. Ky ishte çelësi i suksesit.

5. Në këtë periudhë duket se startup-e të reja po tentojnë të zhvillohen në Shqipëri dhe Kosovë. Por, raste suksesi shohim pak. Çfarë mungon?

Në fakt, ekzistojnë shumë startup-e të reja të suksesshme nga Kosova dhe Shqipëria, për shembull Gjirafa (Makinë kërkimi në Shqip) dhe Baruti (Call Center, 220 punëtorë, që filluan 3 vite më parë). Gjithashtu kemi organizata si Innovation Centre Kosovo (ICK) që u ndihmon startup-eve me infrastrukturë të përballueshme dhe kurse. Ne kemi shumë rini kreative, shumë të motivuar për të krijuar gjëra, për t'i realizuar ëndrrat e tyre. Mendoj që po bëhet mirë e më mirë, por çfarë mungon, janë paratë.

Në Kosovë, Alejtin Berisha me të tjerë themeluan KOSBAN-in, Rrjetin

e Bizneseve Engjëj në Kosovë, që është një fillim i mirë, por ne definitivisht kemi nevojë për më shumë investitorë për të bërë ndryshimin. Nëse dëshiron t'a masësh një biznes nëse është një ide e mirë, duhet të investosh para në të.

6. Të qenit fitues në Get in the Ring – Kosova, si do ndikojë në planet tuaja të ardhshme?

Realisht, kjo nuk i ka ndryshuar planet tona, pasi ne ishim duke punuar në projektin e Albanian Friends me planin tonë. Tani jemi duke i zhvilluar aplikacionet dhe pasi të përfundojnë, do të fillojmë me të dhe do të ftojmë vetëm 100 persona për t'i testuar aplikacionet. Kjo do të bëhet në tremujorin e dytë të vitit 2016. Get in the Ring është një platformë e mirë për të promovuar Albanian Friends, për arsye se pasi fituam vendin e parë, të gjitha mediat kryesore në Kosovë dhe disa nga Shqipëria dhe Zvicra shkruajtën për ne. Ne kemi pothuajse 170.000 Fansa në Facebook dhe ata po presin dhe pyesin çdo ditë se kur do të dalin aplikacionet, kështu që ne kemi shumë presion dhe motivim që të jemi online sa më shpejt që të jetë e mundur.

7. Business Magazine Albania inkurajon sipërmarrjen e lirë dhe promovon mënyrat që i drejtojnë të rinjtë në rrugën e suksesit, në fushën e Teknologjisë dhe më gjerë. Si sipërmarrës i suksesshëm, cili është mesazhi që do doje të përcillje për komunitetin e Startup-eve që sapo e kane nisur sipërmarrjen e tyre?

Më pëlqen kjo pyetje, pasiqë mendoj se e kam përgjigjen e duhur për këtë dhe shpresoj që do t'i motivojë sipërmarrësit e rinj që të ndjekin rrugën e tyre:

1.) Duhet të kesh aftësi. Duhet të mësosh. Duhet të fitosh aftësi të reja dhe të mos ndalosh kurrë së mësuari.

2.) Duhet të punosh shumë. Nuk duhet vetëm të besosh në idenë tënde, por duhet të punosh për të. Kjo është pika ku shumica e njerëzve dështojnë. Ata nuk punojnë aq sa duhet.

3.) Duhet të kuptosh që gjërat po ndryshojnë shumë shpejtë, kështu që tani e kemi edhe një faktor shumë të rëndësishëm, që është shpejtësia e adaptimit në një situatë të re.

Kjo nënkupton që, ekzistojnë situata të reja, status kuo të reja dhe shtrohet pyetja, sa shpejt ti reagon, sa shpejtë i vëren ndryshimet. Dhe sa shpejt mund t'i përdorësh këto ndryshime që ta sjellësh veten dhe biznesin tënd në një nivel të ri.

Çdo katër ditë ekziston një startup i ri multibilionësh që fillon sikur Facebook-u, Twitter-i, Uber & co. – kështu që shihe çdo mundësi. Cila është pjesa më e mirë e fillimit të një biznesi sot? Teknologjia. Sepse për shkak të atij smartphoni që unë e di që është aty diku, afër teje në këtë moment, ti ke shumë më tepër mundësi që hapen për ty.

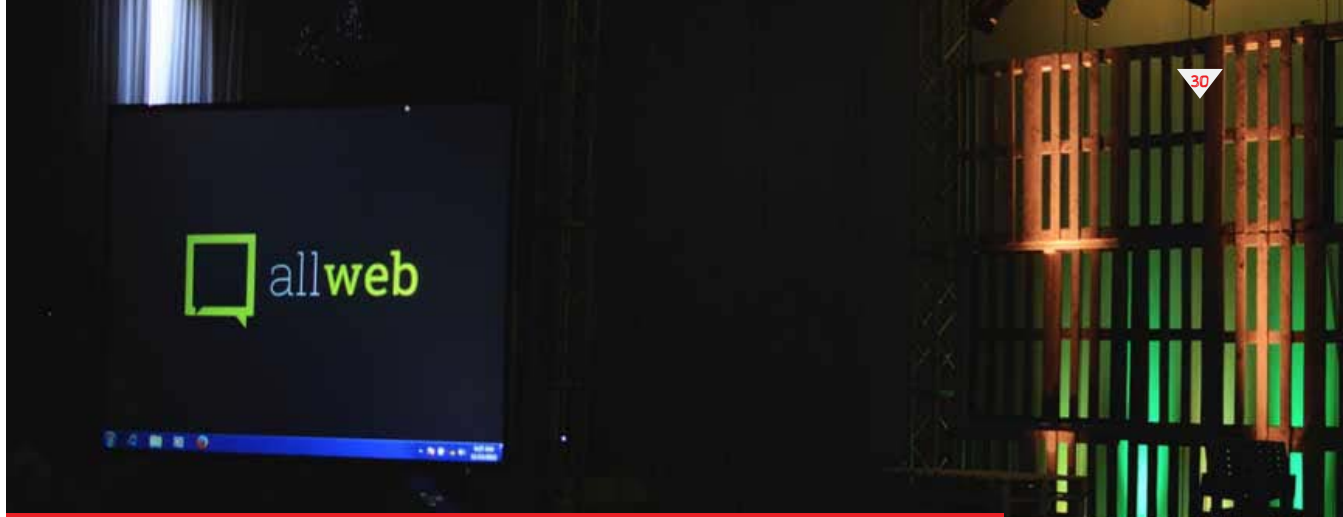
Ai telefon, aplikacionet në të, fuqia e rrjeteve sociale, ndryshojnë çdo gjë. Dhe mund t'i ndryshojë gjërat edhe për ty gjithashtu. Përdore atë për të krijuar diçka për veten tënde. Të lutem. Fillo të punosh në të qysh sot. Në vend se të shikosh TV sonte, do të doja që ti të bëje diçka për veten tënde. Bëj diçka mahnitëse. I'a ke borxh vetes, dhe më e rëndësishmja, ti e meriton.

Falemnderit dhe suksese të mëtejshme!
Faleminderit shumë për intervistën, ishte kënaqësi!

MARKETING

BUSINESSMAGAZINE
ALBANIA

Kush është Darko Buldioski?
Vendi i Lindjes: Maqedoni
Profesioni / Fusha e ekspertizës: Marketingu Dixhital
Pozicioni aktual:
CEO NewMediaMK – Agjensi për marketingun dixhital, Drejtor programacioni në konferencën AllWeb
Informacione shtesë:
Autor në komunikacii.net, në një blog marketingu dhe #komkast (video podcast)
Çmime të fituara:
Finalist në SoMo Borac, Fitues i çmimit "Kompani e përkushtuar ndaj shoqërisë" (Social Bakers)
Hobi:
Basketbolli



DARKO BULLDIOSKI

Marketingu dixhital duhet të jetë themeli bazë i një fushate marketing

Business Magazine Albania, pati kënaqësinë të ishte Partner Mediatik për Shqipërinë e eventit AllWeb – Digital Marketing Conference – e cila organizohej për vitin e katërt rradhazi në Shkup, Maqedoni.

AllWeb është një konferencë vjetore që zhvillohet në Maqedoni prej vitit 2012. Në këtë konferencë marrin pjesë folës të njohur të fushës së teknologjisë që ndajnë me të tjerët njohuri të rëndësishme dhe studime të dobishme për mjedisin teknologjik Ballkanas. Ky event ofron një mundësi të mirë për çdo kompani, organizatë, sipërmarrës dhe individë që duan të rrisin prezencën e tyre online.

Mëposhtë gjeni intervistën për Business Magazine Albania të drejtuesit dhe organizatorit Darko Buldioski, i cili ndan me ne përvojën e tij në këtë aktivitet si edhe këndvështrime mbi marketingun dixhital në rajonin tonë.

1. Çfarë ndodhi në Konferencën AllWeb Dixhital Marketing në datën 13 nëntor, në Shkup?

Shumë gjëra. Ne kishim 15 folës të ftuar në një ditë të vetme.

Gjatë ditës u diskutuan tema të ndryshme për sa i përket zhvillimit dhe prirjeve të marketingut dixhital dhe biznesit në Ballkan.

Si gjithmonë kishte të dhëna dhe statistika të reja për tregun, disa fjalime motivuese, studimeve të rasteve të mëparshme, këshilla dhe dy prezantime të rëndësishme për prirjet e marketingut dixhital dhe inovacionit.

2. Folësit në këtë konferencë vinin nga disa vende të globit dhe kishin perceptime të ndryshme të botës dixhitale.Duke marrë parasysh tendencat e tregut në Maqedoni dhe në rajon, ku jemi sot në krahasim me vendet perëndimore?

Zhvillimet perëndimore në këtë fushë janë të vështira të ndiqen. Ne

i njohim këto trende dhe e dimë që janë shembuj shumë të mirë për t'u marrë parasysh. Problemi qëndron tek niveli që kanë tregjet tona. Ne i kemi aftësitë që kërkon bota dixhitale, por klima e të bërit biznes dhe shoqëria nuk është njësoj si në vendet e zhvilluara perëndimore.

3. Duke pasur një eksperiencë të gjatë në fushën e marketingut dixhital dhe zhvillimit online, mund të na thoni për impaktin që këto zhvillime kanë në Maqedoni?

Gjithmonë e më shumë marketingu dixhital po bëhet pjesë e rëndësishme e të bërit biznes. Ne vazhdojmë ende të përdorim si mjet komunikimi kryesor televizionin por po shohim një përdorim të madh të medias dixhitale veçanërisht tek më të rinjtë. Ekonomia e sotme po përpiqet të gjejë mënyra sa më efiçente për të promovuar produktet. Kjo po ndodh dhe në Maqedoni, ku shumë biznese po përdorin kanale dixhitale si Facebook për të marketuar produktet e tyre. Rezultatet në fund të ditës janë shumë pozitive nga kjo metodë e re.

4. A mendoni se marketingu dixhital duhet perceptuar si aktori i vetem apo një faktor shtesë në fushatat e marketingut?

Unë mendoj se marketingu dixhital duhet të jetë themeli bazë i një fushate marketing. Kjo nuk do të thotë se duhet të ketë shumicën e parave, por ajo duhet të përcaktojë të gjithë fushatën. Kur zhvillon një fushatë që ka marketingun dixhital në themel është shumë më e lehtë ta përshtasësh në kanale të tjera. Për shembull, është shumë e vështirë të adaptosh një fushatë të ndërtuar mbi bazën e një spoti televiziv në kanalet e botës dixhitale .

5. N.q.s do flasim me numra, çfarë pjese zë marketingu dixhital në buxhetin e kompanive për reklama?

Fatkeqësisht në Maqedoni nuk ka të dhëna të sakta për këtë çështje, por duke u bazuar në

të dhënat publike të kompanive, ato shpenzojnë afër 10% të buxhetit të reklamimit në marketingun dixhital.

Ky numër po rritet, por ritmi nuk është shumë i shpejtë.

Gjithsesi, kjo sa i përket buxhetit për reklama. Një pjesë e mirë e parave të kompanive po shkojnë tani në projekte që lidhen me prezencën në kanale të ndryshme të botës dixhitale.

6. Sipas mendimit tuaj, si po ecën zhvillimi dixhital në rajonin e Ballkanit dhe ku e shikoni në të ardhmen, përfshirë këtu Maqedoninë, Shqipërinë, Kosovën, Malin e Zi dhe Serbinë?

Serbia dhe Kroacia janë një hap përpara vendeve të tjera në rajon për këtë drejtim. Unë nuk mund të flas shumë për Kosovën dhe Shqipërinë, por për aq sa di, nuk është se janë të ndryshme nga Maqedonia në botën dixhitale.

Ne jemi në një fazë ku nuk mund ta trajtojmë marketingun dixhital thjesht si një mjet më vete, por si një pjesë integrale e marketingut në tërësi.

7. A mendoni se të gjithë vendet e rajonit mund të përfitojnë nga konferenca të tilla si AllWeb? Ndonjë plan?

Sigurisht. Një gjë të rëndësishme që kemi mësuar nga organizimi për 4 vjet i konferencës AllWeb është se gjithmonë ka nevojë për shpërndarje të njohurive të reja. Pavarësisht videove dhe artikujve online që mund të ndiqni dhe lexoni, eksperiencat që merr nga konferenca të tilla janë të pazëvendësueshme.

Një gjë tjetër tejet e rëndësishme, është mundësia e krijimit të kontakteve të reja, gjë e cila nuk vlerësohet sa duhet në tregjet e vogla. Për sa i përket planeve, ne duam që në vitin 2016 të zhvillojmë një konferencë AllWeb në Tiranë.
Falemnderit për intervistën,
Gerti Boshnjaku

SPECIALE
STARTUP WEEKEND TIRANA

BUSINESSMAGAZINE
ALBANIA

NJIHUNI ME N.O.X

Një vend ku njerëzit të provojnë eksperienca të larmishme!

Emri i projektit: N.O.X
Anëtarët e ekipit: Erik Tamo, Renis Krisafi
Drejtues i ekipit: Erik Tamo

Ishte java e fundit e Nëntorit e cila shënonte javën e inovacionit koha kur Erik Tamo, Renis Krisafi dhe Ervin Kurti u bënë pjesë e kompeticionit Startup Weekend Tirana. Pas 54 orëve intensive ata përjetuan emocionet e mrekullueshme të fitores dhe morën trofeun nga juria e këtij aktivitetit. Ishte N.O.X. – Night Out Experiences emri i aplikacionit që ata ideuan dhe prezantuan, ide e cila e prezantuar bukur dhe me profesionalizëm nga Erik Tamo, gjeneroi kureshtjen dhe interesimin e jurisë dhe të të pranishmëve.

Tani që ka kaluar pak kohë nga aktiviteti, anëtarët e ekipit të N.O.X gjenden përpara vetes me detyra dhe sfida për të kthyer në biznes idenë e tyre!

Lexoni në vazhdim intervistën me Drejtuesin e ekipit Erik Tamo.

• Cila është ideja e biznesit që propozon projekti juaj?

Shkurtimisht N.O.X (Night Out Experiences) është një aplikacion për platformën iOS + Android, i cili synon të ndryshojë mënyrën e argëtimit të qytetarëve.

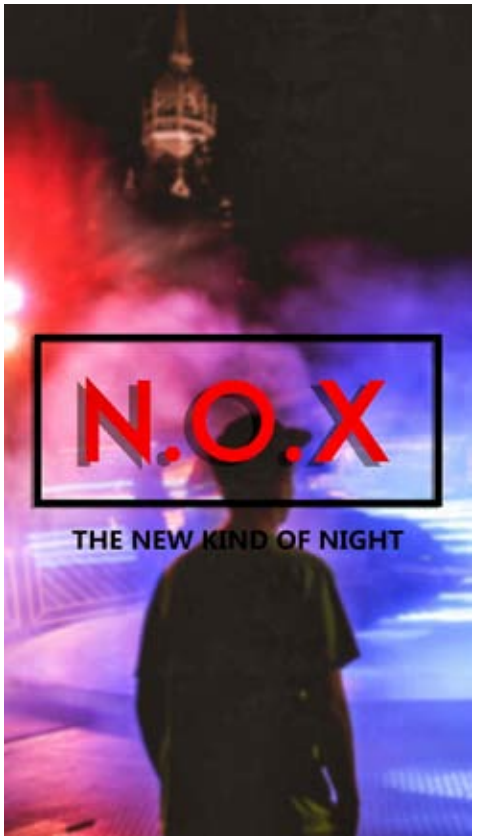
Në vetvete është një platformë reklamimi për vendet e industrisë së argëtimit si lokale, restorante dhe klube. Ky është reklamim alternativ dhe shumë më pak i kushtueshëm sesa shërbimet e tjera.

• Çfarë zgjidhje ofron dhe kujt i shërben? Çfarë ju motivoi për të ndërtuar këtë aplikacion?

Për qytetarët, në vend që të shkojnë gjithmonë në të njëjtin vend, në të njëjtin lokal, të konsumojnë të njëjtat gjëra, N.O.X ofron mundësira të tjera duke u ofruar sugjerime, oferta dhe shërbime informimi në mënyrë që të provojnë diçka ndryshe. E gjitha kjo, në mënyrë sa më të shpejtë, efiçente dhe të thjeshtë (on the go). P.sh. nëse dikush kalon pranë një bari/klub-i/restoranti/ apo nje vendi tjetër interesant që është i lidhur me N.O.X, përdoruesit do i dalin njoftime për produkte të reja, ndryshe dhe me ofertat më të mira të mundshme.

Gjithashtu, kjo funksionon edhe kur përdoruesi do të gjejë një produkt apo një shërbim të caktuar dhe N.OX. e drejton në vendin e duhur. Për më tepër, duam të promovojmë kulturën duke dhënë sugjerime për teatro, grupe libri, pikture etj dhe landmark-e të rëndësishme të vendit tonë.

Ideja doli nga nevoja për të provuar diçka të re dhe



për të mos rënë në atë rutinën e zakonshme ku frekuenton të njëjtat vende dhe konsumon të njëjtat gjëra. Nga këtu, nisi edhe formimi i idesë dhe zhvillimi i saj.

• Cilat ishin pritshmëritë tuaja nga Startup Weekend? Ishte hera e parë që merrnit pjesë?

Pritshmëritë për Startup Weekend nuk ishin që të fitonim. Duket si një gjë e gabuar për të thënë por në të vërtetë doja të njihja njerëz të rinj, të krijoja lidhje (networking), të shkëmbeja ide, të mësoja diçka të re dhe pse jo, të kaloja kohën duke bërë diçka tjetër. Në fakt, kam marrë pjesë edhe në disa evente të tjera të këtij lloji nga organizatorë të tjerë. Ky ishte Startup-i i katërt ku marr pjesë dhe i treti në të cilin jam fitues.

• Si do ta përshkruanit me 1 fjali këtë përvojë?

Ishte një përvojë shumë frytdhënëse ku njoha njerëz të rinj, krijova lidhje (networking), shkëmbeva ide dhe mësova gjëra të reja.

• Pas Eventit, Startup Weekend Tirana, si ndiheni? Keni mbështetjen e duhur? Cilat janë hapat në vazhdim?

Të gjithë pjesëtaret e grupit ndihen shumë mirë dhe ende të emocionuar nga vlerësimi që morëm. Mendoj se e kemi një farë mbështetje dhe po krijojmë lidhje të reja. Jemi duke diskutuar me partnerë potencialë për ta çuar edhe më tej N.O.X-in.

• Mund të na thoni ndonjë datë se kur del në treg produkti juaj? Në çfarë faze jeni? Çfarë nevoje tjetër keni?

Nëse gjërat shkojnë mirë dhe sipas planit mendohet që të jemi në treg për 6-7 muaj. Për momentin kemi bërë planin e punës dhe jemi në diskutime për të filluar ekzekutimin.

Na duhen njerëz kreativë dhe me aftësi në fushën e programimit për ta çuar në një nivel më të lartë produktin tonë.

• Na flisni pak për modelin e biznesit të NOX. Cili është vizioni juaj për këtë produkt?

Ne ofrojmë shërbime reklamimi për biznese si restorante, klub-e dhe lokale. Klienti direkt është pronari i venue-s. Biznesi do të gjenerojë të ardhura nga reklamimi që do i bëhet nëpërmjet platformës. Kaq mund të themi pasi ende po e përmirësojmë.

Vizioni është të ndërtojmë një platformë të re për vendin tonë, diçka ndryshe që të dhuron emocione. Një vend ku njerëzit të provojnë eksperienca të larmishme.

• Ku e shikoni biznesin tuaj pas 6 muajsh? Po pas 1 viti?

Shpresojmë që pas 6 muajsh të dalim në treg me një produkt të një cilësie te lartë. Pas 1 viti? N.O.X-i të ketë një bazë të gjerë përdoruesish dhe të jetë platforma "go-to" për argëtimin

dhe informimin në vendin tonë. Do ishte fatastike sikur të shihnim N.O.X-in në celularin e shumë njerëzve dhe të jetë një nga aplikacionet më te përdorura. Mund të jetë plan ambicioz por me punë mund të arrihet.

Vizioni është i qartë, të jemi gjithmonë kompani që ofron PRINTIM FALAS për studentët

Anëtarët e ekipit:
Ermal Muharremi, Fisnik Pula, Norik Krasniqi, Edon Muharremi
Drejtues i ekipit:
Ermal Muharremi

Lexoni mëposhtë intervistën me Drejtuesin e ekipit Ermal Muharremi.

• Cila është ideja e biznesit që propozon projekti juaj

GreenCopy është shërbim për studentët që ju mundëson të printojnë/shtypin falas. GreenBox Print është një inovacion në tregun tonë, i cili është eco-friendly, kursen para për studentët dhe ka një model unik të biznesit. Ky shërbim për print falas do të jetë prezent në hapësira të fakulteteve dhe librarive.

• Çfarë zgjidhje ofron dhe kujt i shërben? Çfarë ju motivoi për të propozuar këtë aplikacion?

Green Copy ofron hapësirë promocionale për klientët tanë duke shënjestruar studentët në përgjithësi si dhe grupe tjera të shoqerisë. GreenCopy ofron printim falas në vecanti për studentët dhe grupet e tjera të shoqërisë.

Ky shërbim ka për qëllim që koston e printimit ta largojë nga xhepi i studentëve.

Motivimi është i qartë duke marrë parasysh që vitin e kaluar kam qenë vetë student në për master në Universitetin e Antwerp-it në Blegjikë, dhe gjatë studimeve kam shpenzuar jashtëzakonisht shumë para në printimin e slide-ve, skripteve dhe ushtrimeve.

STEVE JOBS, ZUCKERBERG, GATES BËHEN PERSONAZHE "LEGO"

Historia e "High-Tech" transformohet në kukulla "Lego". Kështu për Apple, Steve Jobs dhe Steve Wozniak, bash-këthemeluesit e "Apple", Tim Cook, CEO aktual, Phil Schiller, zëvendës presidenti për marketingun e produkteve i Cupertinos dhe dizenjatori Jony Ive bëhen kukulla.

Por listës i shtohen edhe personazhe të ...

Në të njejtin problem kanë hasur edhe studentët dhe kolegët tjerë. Prandaj motivi ka ardhur nga eksperienca / nevoja si student. Nga një hulumtim që kemi bërë, përafërsisht një student shpenzon 8-10 Euro në muaj për të printuar. Ne besojmë që studentët nuk duhet të brengosen, së paku për shpenzimet e printimit, dhe të fokusohen më shumë në studime dhe hulumtime.

• Cilat ishin pritshmëritë tuaja nga Startup Weekend? Ishte hera e parë që merrnit pjesë?

Pritshmëritë tona nga Startup Weekend ishin të mëdha për arsye se nëse këto raste shfrytëzohen, atëherë kjo mundësi mund të jetë një kthesë e këndshme në karrierën e ndërmarrësisë. Personalisht, unë kam marrë pjesë edhe në Startup Weeknd Antwerp, Belgjikë dhe dallimi I vetëm ka qënë te numri i pjesëmarrësve.

• Si do ta përshkruanit me 1 fjali këtë përvojë?

Një përvojë e cila na lë të kuptojmë se me punë është gjithçka e arritshme, dhe kuptuam kapacitetin tonë kur ka përkushtim.

• Pas Eventit, Startup Weekend Tirana, si ndiheni? Keni mbështetjen e duhur? Cilat janë hapat në vazhdim?

Pas kësaj përvoje ndihemi shumë mirë. Kemi pasur kontakte me persona nga sfera e biznesit dhe ka interesim të vazhdueshëm për bashkëpunim. Momentalisht jemi në fazen e ri-konstruktimit të idesë e cila kërkon analizë të detajuar.

Deri më tani, pritshmëritë tona janë arritur mirëpo kemi edhe shumë punë për të bërë. Për momentin kemi mbështetje të madhe nga organizuesit e Startup Weekend Tirana dhe jemi në bisedime që ato t'i zgjerojmë edhe më shumë. Gjithashtu mbështetja nuk mungon edhe nga ana e bizneseve që shohin veten si klient potencial.

Tani jemi duke e planifikuar zbatimin e projektit për vitin e ardhshëm dhe të lançimit në treg të produktit tonë.

• Mund të na thoni ndonjë datë se kur del në treg produkti juaj? Në çfarë faze jeni ? Çfarë nevoje tjetër keni?

Nuk kemi ndonje datë të saktë se kur presim te dalç produkti ynë por shpresojmë ta kemi një prototip në qerekun e dytë të vitit të arshëm. Pasi që jemi në një fazë te hulumtimit dhe ri-konstruktimit të idesë, cdo datë e premtuar do të ishte e parakohshme.

Momentalisht jemi në fazën e parë të projektit nga 6 fazat që parashihen në total.

Kjo do të thotë qe jemi duke berë të gjitha hulumtimet në treg, duke krijuar ekipin e nevojshëm për ndërtimin e projektit, si dhe duke kërkuar bashkëpunëtorë. Ne kemi nevojë për mundësinë e prezantimit tonë tek me shumë biznese dhe institucione publike në mënyre që ta shfaqim idenë tonë. Në këtë fazë, nevojë tjetër kemi edhe të konsultohemi me mentorë rreth kostove dhe njëkohësisht diskutime me profesionistë në industrinë e printit/shtypit.

Gjithashtu nevojë tjetër, që është esenciale, do të ishte mundësia e bashkëpunimit ose mundësia e krijimit të një fondi, i cili do të na mundësonte zhvillimin e biznesit në mënyrë efektive.

• Na flisni pak për modelin e biznesit tuaj. Cili është vizioni juaj për këtë produkt?

Model i biznesit për GreenCopy është i njohur si Reklama /Marketing. Kjo nënkupton që klientet tanë do të kenë mundësinë e promovimit /reklamimit apo informimim e studentëve përmes hapësirës promocionale (footer) në fletët të paraqesin brandin / logon / sloganin e tyre. Përmes kësaj metode klintët tanë do të kenë mundësi reklame / informimi për një treg të caktuar dhe shumë specifik.

Si shembull: Kompania farmaceutike "AAC" ne Tiranë do t'i shënjestrojë vetëm studentët e mjeksisë, departamenti i farmacisë, apo shtëpia e projektimit "XXL" do t'i shënjestrojë vetëm studentët e drejtimit të arkitektures etj.

Model tjetër për të krijuar të hyra për GreenCopy do të jetë shitja e pyetësorëve / anketave, gjithmonë sipas kërkesës për kompani të ndryshme.

Vizioni është i qartë, të jemi gjithmonë kompani që ofron printim falas për studentët.

• Ku e shikoni biznesin tuaj pas 6 muajsh? Po pas 1 viti?

Mendojmë që pas 6 muajsh do të kemi disa pika në Shqipëri dhe Kosovë të cilat do të jenë funksionale dhe në shërbim të studentëve për printim.

POST STARTUP WEEKEND TIRANA: FITUESIT DHE RISITË E EVENTIT

Tirana Business Park, mbështetësi dhe partneri kryesor i këtij edicioni, hapi dyert për eventin e fundjavës, ndërsa Banka Societe Generale Albania ishte mbështetësi më i madh financiar për të dytin vit radhazi.

Qasja Smart City, Qyteti Inteligjent, synonte gjetjen e zgjidhjeve të sfidave ekologjike, sociale, ekonomike dhe ...

Ersion Meçuli:
Ja si mendojmë të revolucionarizojmë
SHËRBIMIN URBAN

Emri i projektit:
Tirana Operating System
Anëtarët e ekipit:
Gentjan Kolicaj, Jonid Merdanaj, Korado Capja ,Endrit Abdiaj, Olta Leka, Ersion Meçuli
Drejtues i ekipit:
Ersion Meçuli

• Cila është ideja e biznesit që propozon projekti juaj

Ideja është tu ofrojmë shërbim për të menaxhuar linjat urbane kompanive të autobuzëve që operojnë në Tiranë por jo vetëm. Gjithashtu ne mund t'i ofrojmë një shërbim edhe bashkisë së Tiranës për të kontrolluar kompanitë dhe cilësinë e shërbimit që ata ofrojnë.

Përdoruesit e urbanëve në kryeqytet do të jenë në gjëndje që me anë të një aplikacioni në celularin e tyre të shohin për sa minuta vjen autobuzi në stacion si edhe shumë informacione të tjera.

• Çfarë zgjidhje ofron dhe kujt i shërben? Çfarë ju motivoi për të propozuar këtë aplikacion?

Ky është një shërbim që i shërben të gjithëve dhe kjo është pika më e fortë e këtij biznesi. Në rradhë të parë u shërben të gjithë qytetarëve që përdorin transportin publik ata do kenë mundësinë që të shikojnë në kohë reale se sa larg stacionit ndodhet autobuzi dhe për sa kohe pritet te mberrij në stacion.

Kompanive të urbanëve gjithashtu do tu shërbejmë duke u ofruar statistika rreth gjendjes së çdo linje që ato menaxhojnë gjithashtu do mundohemi ti japim zgjidhje

për shumë nga problemet që ata kanë. Më e rëndësishmja është optimizimi i linjave në mënyrë që ata të kursejnë dhe qytetarëve tu ofrohet një shërbim me i mirë. Bashkia gjithashtu do jetë një përfituese e rëndësishme e këtij shërbimi pasi do ketë mundësinë që në kohë reale të menaxhojë dhe kontrollojë shërbimin që japin kompanitë kundrejt qytetarëve.

• Cilat ishin pritshmëritë tuaja nga Startup Weekend? Ishte hera e parë që merrnit pjesë?

Pritshmëritë e mia ishin të larta pasi ne punuam shumë dhe ne arritëm të kishim një produkt dhe një webpage të ndërtuar për 54 orët që kishim në dispozicion. Gjithashtu dhe një plan biznesi goxha të mirë.

Për mua ishte hera e dytë që merrja pjesë është një eksperiencë mjaft e vlefshme. Herën e parë që mora pjesë nuk fitova ndonjë çmim të paktën këtë herë arritëm të fitonim vendin e tretë.

• Si do ta përshkruanit me 1 fjali këtë përvojë?

Është një përvojë shumë interesante dhe mund të vlejë shumë më shumë se sa çmimi, njohjet që ti krijon dhe mundësitë që të hapen mbas këtij eventi .

• Pas Eventit, Startup Weekend Tirana, si ndiheni? Keni mbështetjen e duhur? Cilat janë hapat në vazhdim?

Vazhdojmë të kemi të njëjtin entuziazëm dhe të njëjtin vullnet për të punuar siç patëm ato 54 orë. Deri tani, kemi siguruar zyrat se ku do punojmë. Në muajt në vijim, do jemi te Tirana Busines Park, tek Talent Garden Tirana dhe te Bashkia e Tiranës.

• Mund të na thoni ndonjë datë se kur del në treg produkti juaj? Në çfarë fazë jeni? Çfarë nevoje tjetër keni?

Ne momentalisht jemi në fazë testimi. Po punojmë në mënyrë intensive për të bërë të mundur që nga muaji Mars të jemi në treg. Në momentin e parë që do të kemi realizuar një produkt final, gjë që besoj se do ta realizojmë nga fundi i janarit, do kemi nevojë edhe për investime që të jemi në gjëndje të hyjmë në treg.

• Na flisni pak për modelin e biznesit tuaj. Cili është vizioni juaj për këtë produkt?

Ajo që ne ofrojmë, nuk është thjesht produkt por edhe shërbim çka do të thotë që mundësitë janë të mëdha për tu bërë një biznes i qëndrueshëm i cili mund të ndikojë shumë në sistemin urban.

Unë pres, që kjo që ne po bëjmë, të revolucionarizojë sistemin urban dhe të sjellë risi në Shqipëri. Ka ikur koha kur ne jemi të fundit që fusim teknologjitë e reja në zbatim.

Në qoftë se ne arrijmë ta implementojmë si teknologji, do jemi në një hap me botën dhe madje nuk ka arsye pse ne mos të jemi nga vendet e para në Ballkan që e mirëpresim si teknologji dhe e vëmë në zbatim duke përmisuar njërin nga shërbimet më të prekshëm nga qytetarët.

• Ku e shikoni biznesin tuaj pas 6 muajsh? Po pas 1 viti?

Pas 6 muajsh mendoj se ne do kemi hyrë në treg dhe do kemi inpakt të madh. Në atë moment besoj të gjithë do ta ndiejnë këtë.

Pas 1 viti, mendoj se do jemi në gjendje ta shtrijmë edhe në qytete të tjera dhe nëse gjërat shkojnë mbarë dhe linjat interurbane do kenë mundësinë të jenë pjesë e projektit tonë.

STARTUPS

BUSINESSMAGAZINE
ALBANIA

4 PERSONALITETET
që ndodhen tek çdo sipërmarrës

> Ka mënyra të pafundme për të krijuar një sipërmarrje të re, por ka vetëm një kuadrant të ngjeshur të karaktereve që përcakton formën e saj, realitetin që shpreh dhe manifestimin e arsyeve së ekzistencës së saj.
>
> **Këto kuadrante të ngushta të karaktereve sipërmarrëse përcaktojnë realitetin e një sipërmarrësi.**

Ato janë: Ëndërruesi, Mendimtari, Rëfimtari dhe Lideri.

Unë kam shkruar gjatë për këtë në librin tim, "Të zgjosh sipërmarrësin brenda vetes." Por, për të adresuar ato nëpërmjet kontekstit të një sipërmarrjeje të re, më lejoni t'ju jap ato informacione që do ju duhen për t'i aplikuar në kërkimin tuaj.

Ëndërruesi është absolutisht personaliteti esencial në zemër të një sipërmarrësi. Ëndërruesi shikon dhe angazhohet për krijimin e rezultateve të mira. Këto rezultate të mira në binom me Ëndrrën, do të thonë gjithçka për një ndërmarrje të madhe. Ato janë zemra dhe shpirti i saj.

Në nisje të karrierës sime ndërmarrëse, Ëndrra ime, Rezultati i Madh, u përmblodh në këto fjalë: "Të transformoj gjendjen e bizneseve të vogla në të gjithë botën."

4 SIPËRMARRËSIT MË TË MIRË DHE GJUHA E TRUPIT ME TË CILËN ATA FLASIN

Liderët më të mirë dinë të komunikojnë edhe pa folur. Ja çfarë mund të mësoni nga zakonet e tyre.

Një lider i madh nuk dallohet vetëm nga ato që thotë. Por gjithashtu edhe nga mënyra se si i thotë fjalët e tij.

Ndaj sipërmarrësit e suksesshem janë gjithashtu mjeshtëra të ...

Kjo ishte ajo që doja të bëja në 1975, dhe vazhdon të ngelet ëndrra ime edhe sot e kësaj dite, rreth 40 vite pas angazhimit tim për ta bërë atë.

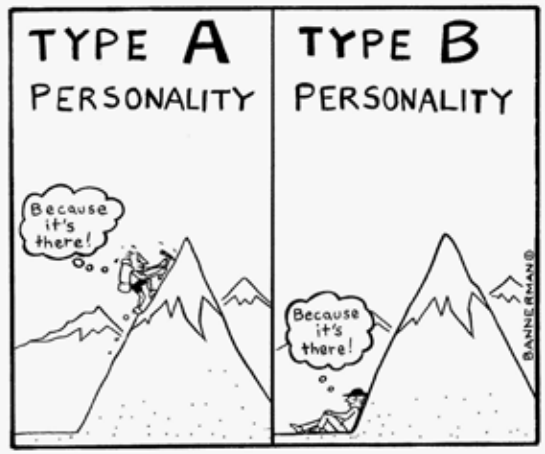
Ëndrra juaj nuk ndryshon me kalimin e kohës; ajo qëndron konstante. Si e manifeston Ëndrrën tënde, gjithsesi, mënyra se si e përmbush atë, do të ndryshojë me kalimin e kohës, por zemra dhe shpirti i saj jo.

Prandaj, mund të themi se sipërmarrësit e rinj maten nga madhësia dhe karakteri i Ëndrrave të tyre, dhe aftësia për ti kthyer ato në realitet.

Mendimtari është kuadranti i dytë i personalitetit të një sipërmarrësi.

Ëndërruesi ka një Ëndërr; Mendimtari ka një Vizion.

Mendimtari është personi që e strukturon Ëndrrën dhe i jep formë asaj në biznes, forma në të cilën Ëndrra bëhet realitet. Është ajo që ngjiz trungun e saj, le të themi.
"Ky është modeli i biznesit," thotë Mendimtari, "kjo është mënyra me të cilën do t'i shfaqet botës sipërmarrja."



Në rastin tim mendova McDonald's. Nëse Ëndrra ime ishte të transformoja gjendjen e bizneseve të vogla botërisht, atëherë vizioni im ishte të shpikja 'McDonald's'-in e shërbimeve të konsulencës së bizneseve të vogla.

Pra kuptoni. Shikoni sistemin e zhvillimit të biznesit që "fëmijët" do të zhvillonin, me kosto shumë të ulët, e gjitha nëpërmjet inteligjencës së një sistemi të zhvillimit të ndërmarrjes.

Një sistem universal, i cili mund të aplikohej te çdo biznes, në çdo industri pavarësisht se sa e vogël është dhe se çfarë produktesh apo shërbimesh ka ajo. Gjithçka në dorë të fëmijëve me pagë minimale, ashtu si McDonald's.

"E pamundur," më thanë të gjithë. Por, po sikur të ishte e mundur? "Po pastaj?" i thotë Mendimtari, Endërruesit, i cili vetëm qesh.

Kjo është në fund të fundit thelbi i natyrës së një Ëndërruesi dhe një Mendimtari.

Për **Rrëfimtarin** dhe **Liderin** do të flasim në artikullin e ardhshëm tek *www.BusinessMag.al*. Na ndiqni Online.

Niamh Bushnell
NDËRTONI BIZNESE TË REJA
me besim të plotë tek vetja dhe skuadra

Zonja Bushnell është një nga folësët kryesore të konferencës SVOD- Sillicon Valley Open Doors, ku Business Magazine është partnere mediatike. Ajo është Komisionere e Startup-eve në Dublin dhe roli i saj është promovimi i Irlandës si një qendër kryesore në botë për zhvillimin e sipërmarrjeve të reja. Niamh Bushnell është një sipërmarrëse nga natyra dhe një investitore engjëll duke themeluar kompani të ndryshme në fushën e teknologjisë siç janë IDIRUS dhe TechResources.

Jeta e saj është e pasur me eksperienca në botën e biznesit, sidomos në tregun amerikan. Ajo u rikthye në Irlandë me një qëllim të caktuar, shndërrimin e Irlandës në ofruesin më të mirë të shërbimeve për Startup-et.

Përshëndetje znj. Bushnell! Falemnderit që pranuat ftesën për këtë intervistë, megjithëse jemi vetëm dy ditë para Krishtlindjeve.

Përshëndetje Business Mag!

Është kënaqësia ime të jap një intervistë për ju. Këtu në Irlandë punohet çdo ditë për të ndërtuar një ekosistem sipërmarrjeje sa më aktiv. Megjithëse vetëm dy ditë para Krishtlindjeve, sot organizohet një event i madh për diasporën irlandeze në Dublin.

Shumë irlandezë nga e gjithë bota si:
Azia, Afrika, Amerika dhe Europa do të mblidhen në Dublin për t'u prezantuar me Startup-et më të rëndësishme Irlandeze.

Është një ngjarje e rëndësishme që mbledh së bashku irlandezët nga e gjithë bota për t'u njohur më mirë me zhvillimin socio-ekonomik të vendit të tyre të origjinës.

Ne duam të mbledhim sa më shumë irlandezë në këto ditë festash që të ndërtojmë një komunikim të drejtpërdrejtë me diasporën tonë.

1. Profili juaj në LinkedIn ishte i pasur me informacion, por dua t'ju bëj një pyetje të drejtpërdrejtë. Kush është Niamh Bushnell? Si mund ta përshkruani veten tuaj shkurt?

Unë jam një sipërmarrëse nga natyra dhe nga eksperiencat që kam pasur në jetën time. Pozicioni që kam është rezultat i shumë përpjekjeve në botën e sipërmarrjes. Unë kam zhvilluar dy startup-e dhe jam një investitore engjëll për të gjithë kompanitë e reja që unë i shoh me perspektivë. Gjithmonë kam pasur dëshirë të vetëpunësohem dhe të kem një biznes timin.

2. Viti 2015 për ekosistemin e sipërmarrjeve të reja ishte mjaft aktiv. Shumë konferenca, aktivitete, konkurse dhe takime për të zgjeruar komunitetin e sipërmarrësve të rinj u zhvilluan gjatë vitit. Mund të na flisni pak më gjatë për rolin e Komisionerit të Startup-eve.

Në Irlandë ka shumë organizata që mbështesin komunitetin e sipërmarrësve nëpërmjet trajnimeve, financimeve dhe aktiviteteve të tjera. Zyra e Komisionerit të Startup-eve ka si qëllim promovimin e Dublinit si një qytet startup global dhe të përkrahë sipërmarrjet e reja për t'u njohur ndërkombëtarisht. Ne gjithashtu ndihmojmë komunitetin lokal të sipërmarrësve për të krijuar lidhje më

të ngushta me gjigandët teknologjikë që ndodhen në Irlandë si Google, Microsoft, Oracle etj. Gjithashtu ne kemi një revistë online të quajtur "Dublin Globe". Synimi i kësaj reviste është promovimi i ekosistemit irlandez të sipërmarrjes. Ne jemi një organizatë e pavarur dhe jofitimprurëse që lobon për ekosistemin në qarqet politike për përmirësimin e infrastrukturës financiare dhe mbështetjen e këtij komunitetiti nga parlamenti dhe qeveria. Dëshira jonë është që Dublini të jetë ofruesi i shërbimeve, më i mirë në botë për startup-et.

3. Të kesh startup tëndin në Irlandë sot është një trend. Çfarë po ndodh atje? Duket që kriza ekonomike e vitit 2009 është lënë pas. A ka ndikuar ekosistemi i sipërmarrjes për këtë zhvillim ekonomik?

Ekonomia e Irlandës ka rritjen më të shpejtë në Europë për momentin dhe kriza ekonomike është lënë tërësisht pas. Ky është fruti i projekteve që shoqëria irlandeze i vuri vetes, përfshirë këtu sipërmarrësit, qeverinë, investitorët apo botën akademike. Irlandezët e perceptuan krizën si mundësi për të zhvilluar ide të reja dhe ia dolën. Ata kanë dëshirë që të jenë vetë kapitenët e anijeve ku lundrojnë. Kjo gjë lidhet dhe me traditën tonë. Ekonomia irlandeze është mbështetur më parë tek bujqësia dhe shpirti i sipërmarrësit nuk ka munguar asnjëherë tek ne. Siç e dini shumë muzikantë, shkrimtarë apo aktorë kanë dalë nga Irlanda dhe kjo lidhet me natyrën tonë sipërmarrëse. Shumë nga gjyshërit tanë preferonin të hapnin kompanitë e tyre të vogla dhe të mesme se sa të punonin për korporatat. Megjithëse këto 50 vitet e fundit numri i kompanive të mëdha është rritur, baza e ekonomisë sonë janë pikërisht sipërmarrjet e vogla dhe të mesme.

4. A ka luajtur rol qeveria në zhvillimin e këtij modeli të ri ekonomik?

Sigurisht që po. Qeveria është përkrahës i rëndësishëm i kompanive të reja në Irlandë duke i ndihmuar ato me trajnime, fonde dhe informacion. Irlanda ka 35 zyra ndërkombëtare të shpërndara në të gjithë kontinentet. Këto zyra ndihmojnë Irlandezët që duan të zgjerojnë biznesin e tyre në tregjet e jashtme. Organizatat ndërkombëtare përfaqësohen nga individë që janë specialistë për tregjet e huaja dhe ata ndihmojnë kompanitë irlandeze që të futen në këto tregje sa më shpejt dhe me më pak kosto. Vlen për t'u përmendur dhe rëndësia strategjike që ka Dublini ditët e sotme. Irlanda shikohet si një urë midis tregut europian dhe atij amerikan. Shumë kompani amerikane si Airbnb, Eventbrite, Indiegogo janë vendosur tani në Irlandë për të hyrë më shpejt në tregun europian. Po ashtu ndodh dhe e kundërta, ku kompani europiane apo aziatike vendosen në Irlandë për t'u katapultuar më tej në Amerikë. Ekosistemi i startup-eve këtu në Irlandë ofron një ambjent të ngrohtë dhe të përshtatshëm për sipërmarrësit e rinj nga e gjithë bota.

5. Çfarë mendimi keni për Shqipërinë? Ose më mirë çfarë dini për Ballkanin si rajon? A mundet që Shqipëria të ndjekë hapa të njëjtë si Irlanda? Cilat janë prioritetet kryesore?

Po, jam e sigurt që Shqipëria mundet të ndjekë këtë model zhvillimi. Të qenit një treg i vogël ndonjëherë përbën avantazh. Kjo është historia

e Irlandës. Kompanitë irlandeze gjithmonë janë përpjekur të eksportojnë jashtë për shkak se tregu i brëndshëm ka qenë i limituar. Kjo është arsyeja që ne kemi 35 organizata ndërkombëtare që ndihmojne bizneset tona të dalin në tregun botëror. Gjithmonë duhet të keni parasysh të krijoni lidhje të forta me tregjet botërore. Prania e diasporës irlandeze ka qenë një avantazh për ne, kështu mund të jetë dhe për ju. Ne nuk jemi perfekt, por gjithmonë duam të mësojmë gjatë rrugës. Parimi ynë është mbështetur tek analiza e avantazheve krahasuese, pra kemi gjetur kush janë aftësitë tona më të mira dhe i kemi zhvilluar ato për të qenë prezent dhe jashtë Irlandës.

6. Duke pasur një eksperiencë botërore si një investitor engjëll për startup-et, mund të na thoni diçka më tepër për potencialin e tyre? Mundet që një startup nga Shqipëria të futet në tregun botëror?

Ky është koncepti i startup-it. Një startup është një kompani globale që kur krijohet. Tani nuk kanë më rëndësi kufijtë. Bota është e lidhur më shumë se kurrë. Në qoftë se keni një produkt të mirë që shton vlerë në shoqëri dhe punoni fort në grup, ju mund të merrni investime dhe të jeni të suksesshëm kudo.

Dublini është një qytet perfekt për këtë qëllim. Këtu mund të takoni mentorë, të bëheni pjesë e akseleratorëve dhe merrmi investime që do ta shndërrojnë kompaninë tuaj në një biznes global. Ju duhet të jeni global që nga dita e parë e biznesit tuaj.

7. Mund të na thoni një histori suksesi nga investimet tuaja në sipërmarrje të reja?

Po. Kam investuar në 10 kompani që kanë dalë nga një akselerator shumë i rëndësishëm i quajtur Entrepreneurs Roundtable Accelerator (ERA). Jo të gjitha investimet ishin të

sukesesshme. Dy prej tyre dështuan, dy janë të afirmuara si biznese të suksesshme dhe 6 të tjerët po ecin në rrugën e rritjes.

Mund të them se të qenit një investitor engjëll, është një biznes me risk të madh. Për të qenë i suksesshëm duhet të investosh në ato fusha ku ke më shumë njohuri. Në të njejtën kohë, duhet të jesh investitor dhe mentor për kompanitë ku do të investosh. Të gjithë qeveritë duhet ta promovojnë këtë lloj kulture të investitorëve engjëj n.q.s duan zhvillim të ideve të reja.

8. Rikthehemi tek SVOD-Sillicon Valley Open Doors. Çfarë do të prezantoni në këtë konferencë?

Prezantimi im do të përqëndrohet më shumë për situatën e ekosistemit të startup-eve në Dublin dhe çfarë mësimesh kemi nxjerrë këto vite nga ky zhvillim i vrullshëm. Një temë që dua të prek është se si Irlanda mund të jetë një portë hyrëse në tregun amerikan për çdo sipërmarrje të re. Një pikë kyçe do të jetë dhe paraqitja e Dublinit si ofruesi i shërbimeve më të mira për startup-et. Gjithsesi i gjithë prezantimi do të varet dhe nga audienca që do të jetë në konferencë atë ditë.

9. Ndoshta në edicionet e tjera të SVOD- Sillicon Valley Open Doors mund të shikojmë startup-e që vijnë nga Shqipëria dhe Ballkani. Është e mundur?

Po sigurisht, pse jo? Mjafton të shikosh një mundësi në treg dhe të zhvillosh një produkt që i shërben konsumatorit.
Gjithçka është e mundur sot.

10. Në fund, një urim për audiencën e Business Mag.

Ndërtoni biznese të reja me besim të plotë tek vetja dhe skuadra. Mos harroni që të bëni sa më shpejt lidhje jashtë kufijve së Shqipërisë.

Falemnderit!

LIDERËT E SUKSESSHËM

e dinë që nuk janë perfekt

Sipas kërkimeve të Universitetit të Harvard-it, liderët që marrin role kyçe në kompani nuk ndihen plotësisht të sigurt për atë që do të bëjnë. Ky studim është mbështetur në intervistat e mijëra drejtorëve që janë rritur në detyra të rëndësishme brënda kompanive. Përgjigjet e tyre tregojnë se 69% e drejtorëve të rinj ndihen të papërgatitur për rolin që do të marrin. 45% nuk e dinë se çfarë sfidash i presin para dhe 76% thonë që kompanitë nuk i kanë ndihmuar të përgatiten për pozicionin e ri. **Në vazhdim mund të gjeni 3 besime të gabuara që drejtorët e rinj kanë:**

" Unë duhet të jem perfekt"

Shumë drejtorë e kanë të vështirë të pranojnë se gabimet janë pjesë e natyrës njerëzore. Kur një lider vepron si një perfeksionist, ai pret dhe nga punonjësit e tjerë të jenë të pagabueshëm.

Punonjësit që duhet të punojnë me këtë stil perfeksionist zakonisht ngrihen kundër dhe nuk e mbështesin më drejtorin e tyre. Ata presin çastin që drejtori të gabojë dhe kështu iu krijohet shansi të hidhen kundër tij me kritika. Kjo është frika më e madhe e një drejtori perfeksionist.

Një drejtor që e pranon se dhe ai është i gabueshëm, i heq një barrë të rëndë punonjësve.

Ata do ta kryejnë detyrën me më

ZUCKERBERG DHE GATES PREMTOJNË AKSES INTERNETI NË GJITHË BOTËN BRENDA 2020-TËS

Themeluesi i Facebook, Mark Zuckerberg, miliarderi i Microsoft Bill Gates dhe një sërë ekzekutivësh të tjerë në fushën e teknologjisë kanë firmosur një deklaratë përmes të cilës premtojnë akses në internet për çdo banor të botës në vitin 2020.

Kjo deklaratë vjen si pjesë e fushatës 'Connect The ...

pak presion dhe do i presin komentet e drejtorit për diçka që nuk shkon, më mirë. Një drejtor që pranon dobësitë e tij fiton më shumë pikë para skuadrës së punës se sa një lider që beson se është i pagabueshëm.

"Unë duhet të jem 100% i drejtë"

Kur vjen momenti i promovimit dhe rritjes në detyrë të punonjësve të gjithë drejtorët duan të jenë të drejtë, për të shmangur pakënaqësitë. Të qenit 100% i drejtë në këto raste pothuajsë është një mision i pamundur. Padrejtësia fillon që kur shohim diferencën midis rrogave të shefave dhe të punonjësve. Është shume e vështitë për liderët të vendosin se kë punonjës do të promovojnë dhe do rrisin në detyrë.

Të gjithë punonjësit duan të trajtohen në mënyrë të barabartë, por jo të gjitha pozicionet janë të barabarta duke parë vlerën e kontributit që i japin kompanisë.

Kur drejtorët mundohen t'i trajtojnë të gjithë njësoj, kjo shkakton një paqartësi në strukturën e dhënies së bonuseve dhe promovimit.

Punonjësit ndjehen të shqetësuar nga ky trajtim, sepse ata e dinë që nuk janë të barabartë me të gjithë punonjësit e tjerë të kompanisë.

N.q.s punonjësit e dinë që në fillim se si do të shpërndahen bonuset dhe promovimet, atëherë ata do të besojnë se drejtori ka qenë i drejtë në vendimet që janë marrë.

Kur drejtori pranon faktin që sistemi i bonuseve dhe promovimt nuk funksionon siç duhet, kjo ul besimin e punonjësve ndaj liderit.

"Unë duhet të jem i disponueshëm 24/7 "

Drejtorët ankohen se nuk kanë kohë t'i përgjigjen problemeve apo pyetjeve të çdo punonjësi. Po ashtu punonjësit ndihen se nuk marrin gjithmonë përgjigjen e drejtorit për ndonjë pyetje apo përkrahje që duan . Sfida e çdo lideri është si të negociojë me çdo punonjës për të sqaruar çfarë ata kërkojnë dhe se si ata mund t'i ndihmojnë.

Një drejtor nuk duhet t'i mbyllë derën punonjësve të tij, por gjithashtu nuk mund të lejojë hyrjet në çdo moment të ditës.

Më parë punonjësit duhet t'i zgjidhin vetë problemet që kanë dhe në raste të veçanata mund të kërkojnë ndihmë apo sugjerime.

Mbledhjet në grup janë më efektive dhe të përshtatshme për të zgjidhur këtë problem, se sa takimi me çdo njërin prej tyre.

Punonjësit kërkojnë nga drejtorët e tyre besuëshmëri dhe mbështjetje për problemet që kanë. Ata duan të sigurohen se nëse nuk arrijnë të zgjidhin një çështje, lideri do i vijë në ndihmë.

Puna e një drejtori nuk është gjithmonë e lehtë. Një lider me parime të qarta dhe transparente e ka më të lehtë për të menaxhuar pakënaqësite e skuadrës.

Zgjidhni problemet kryesore që ka kompania juaj dhe mos u shqetësoni të jeni perfekt në çdo punë që bëni.

Infoalbania.al është produkt i New Media Communications, kompani marketingu që operon në Shqipëri prej vitit 2009. Infoalbania.al, ndër të parët portalë të pavarur në Shqipëri, solli një risi në format dhe në mënyra përdorimi të teknologjisë së informacionit dhe mediave sociale në funksion të përcjelljes së informacionit tek audiencat e gjera online.