



NEWS





1

**OVO JE
NOVO****BRENDOVI**

KNJAZ MILOŠ PONOVO DEO NAŠE TRPEZE	8
KNJAZ MILOŠ FACEBOOK KAMPANJA	8
STIŽE BLAŽE GAZIRANI KNJAZ MILOŠ U BOCI 1,75L	9
KNJAZ MILOŠ STIGAO I DO NBA LIGE	9
NOVA SOVA! NOVA GUARANA!	10
'AL' RADI OVAJ AFRODIZIJAK	11
WORK HARD PLAY HARDER	11
NOVA RECKA U GRADU	12
NEZAUSTAVLJIVA KAO VODA	13
AQUA VIVA - PUNA ŽIVOTA	14
SPECIJALNA NAGRADA ZA NEZAUSTAVLJIVU NATAŠU KOVAČEVIĆ	14

MOJI BRENDOVI

KOMPANIJA MOJI BRENDOVI KUPILA 350 FIAT VOZILA	15
DONACIJA BALANS+ KISELOG MLEKA DOMOVIMA ZA BOLESNU I NEZBRINUTU DECU	16
BAMBI I FON POTPISALI MEMORANDUM O STRATEŠKOJ SARADNJI	16
8. MART	17-18

KOLEGE IZ NATURE

KNJAZ MILOŠ NATURA - PRESELJENJE U NOVOM SADU	19
NOVE UNIFORME	19
PROCES OCENJIVANJA UČINKA - PAP	20-21

2

**NOVA
ZNAJKA**

PRVI TASK FORCE TIM	24
INTELEKTUALNA SVOJINA, INVESTICIJA ZA BUDUĆNOST	25
UPRAVLJANJE OTPADOM U KOMPANIJI	25

3

NOVI
USPESI

IT HELP DESK APLIKACIJA	28
KOMUNICIRAJMO BRŽE BOLJE I EFIKASNIJE UZ LYNC /SKYPE FOR BUSINESS	28
USPEŠNO ZAVRŠENA PROVERA SISTEMA UPRAVLJANJA	29
KABANICE ZA SALES FORCE	29

4

NOVO
U TIMU

NOVE KOLEGE	32
UNAPREĐENJA	33
INTERVJU	34-37
25 / POJAČANJE	38-39

5

NOVO I
ODGOVORNO

AKCIJA ČEPOM DO OSMEHA SE NASTAVLJA I U 2016. GODINI	42
ZAJEDNO SA DECOM PRIHVATILIŠTA PROSLAVILI 58. ROĐENDAN	42
KNJAZ OBELEŽIO SVETSKI DAN VODE	43
KNJAZ MILOŠ ČUVA ŽIVOTNU SREDINU	43

6

KNJAZ
HEALTH & SAFETY

HEALTH & SAFETY	46-47
-----------------	-------

7

KNJAZ
FUN

LAVIRINT, SUDOKU, REBUSI, VICEVI, OSMOSMERKA	50-51
----------------------------------------------	-------

UVOD



Poštovane kolege,

Sa zadovoljstvom mogu da kažem da i u 2016. nastavljamo trend koji smo započeli prošle godine. Kao što smo najavili, ova godina biće u znaku konsolidacije našeg poslovanja, investicija u proizvodnju i prodaju, ulaganja u potrošače i tržište, nastavka započetih promena u menadžmentu i načinu na koji razmišljamo - svi zajedno.

Jedan od najintenzivnijih perioda (CAPEX-a i inovacije) počeo je promenom menadžmenta u fabrici gde nam na čelo dolazi Goran Savović. Svima su dobro poznati Goranova posvećenost, entuzijazam, znanje i pristup poslu. Siguran sam da će zajedno sa svojim timom i svima nama moći da ostvari veoma zahtevnu agendu u proizvodnji. Zahtevan posao je i pred i komercijalnim timom, a još jedan Arandelovčanin, Dalibor Jelesić, dobio je priliku da vodi jednu od najvećih prodajnih sila u zemlji. Zajedno sa njim, komercijalna ekipa, osnažena dolaskom 30 novih kolega, uz podršku svih nas, imaće zadatak da Knjaz Miloš vrati na mesto koje mu pripada na tržištu Srbije. Želim da budemo primer jakog, složnog i moćnog prodajnog tima. Prodajna SILA.

Njihov rad biće ugodniji i efikasniji jer, pored prodajnih alata koji će im biti na raspolaganju, predstoji nam i veoma značajno obnavljanje voznog parka komercijale sa više od 100 novih vozila. Nova vozila svakako će pomoći da povećamo sigurnost naših ljudi na putu, kao i bezbednost prilikom svakodnevnog obavljanja posla.

Osim Srbije, moramo da osnažimo naša izvozna tržišta koja očekuju transformacije i intenzivne aktivnosti kako bi zadržali, učvrstili i povećali svoje tržišne pozicije.

Takođe, inovacije koje spremamo imaju za cilj da vrate naše proizvode u veliki broj potrošačkih korpi, na trpeze, veselja, proslave, frižidere, stolove naših potrošača, a sasvim sam siguran da ćete da budete ponosni na kampanje koje smo pokrenuli i na one koje tek dolaze.

Timskim radom, dobrom atmosferom, domaćinskim poslovanjem i otvorenim pristupom u komunikaciji pravimo neke od najbitnijih koraka na putu ka uspehu. Hajde da nastavimo u istom ritmu.

S poštovanjem,

Miloš Stojisavljević

1

OVO JE NOVO

BRENDVI

KNJAZ MILOŠ PONOVO DEO NAŠE TRPEZE
KNJAZ MILOŠ FACEBOOK KAMPANJA
STIŽE BLAŽE GAZIRANI KNJAZ MILOŠ U BOCI 1,75L
KNJAZ MILOŠ STIGAO I DO NBA LIGE
NOVA SOVA! NOVA GUARANA!
'AL' RADI OVAJ AFRODIZIJAK
WORK HARD PLAY HARDER
NOVA RECKA U GRADU
NEZAUSTAVLJIVA KAO VODA
AQUA VIVA - PUNA ŽIVOTA
SPECIJALNA NAGRADA ZA NEZAUSTAVLJIVU NATAŠU KOVAČEVIĆ

MOJI BRENDVI

KOMPANIJA MOJI BRENDVI KUPILA 350 FIAT VOZILA
DONACIJA BALANS+ KISELOG MLEKA DOMOVIMA ZA BOLESNU I
NEZBRINUTU DECU
BAMBI I FON POTPISALI MEMORANDUM O STRATEŠKOJ SARADNJI
8. MART

KOLEGE IZ NATURE

KNJAZ MILOŠ NATURA - PRESELJENJE U NOVOM SADU
NOVE UNIFORME

PROCES OCENJIVANJA UČINKA - PAP

BRENDOVI

KNJAZ MILOŠ PONOVO DEO NAŠE TRPEZE

KNJAZ MILOŠ SE VRAĆA SVOJIM
KORENIMA I PONOVO ZAUZIMA
SVOJE PRIRODNO MESTO: ZA
TRPEZOM NAŠIH POTROŠAČA.



Kao brend koji čuva prave vrednosti, Knjaz Miloš slavi nedeljni ručak – tradicionalni porodični ritual koji je već decenijama prisutan u našem društvu. Jedini dan kada čitava porodica može da se okupi za stolom zaslužuje poseban tretman, i zato Knjaz Miloš, kroz novu kampanju na mestima prodaje, budi ponos majki koje kroz spremljen obrok okupljaju svoju porodicu svake nedelje uz divne đakonije, poslastice i naravno Knjaz Miloš.

KNJAZ MILOŠ FACEBOOK KAMPANJA



POSTOJE LIČNE STVARI I LIČNE
PRIČE NA KOJE SMO PONOSNI.
ONE KOJE PRENOSIMO SA
KOLENA NA KOLENO, KOJE ČINE
NAŠU ISTORIJU...

Knjaz Miloš te priče prikuplja i čuva od zaborava. Jer zna da su nas one načinile ljudima kakvi smo danas.

STIŽE BLAŽE GAZIRANI KNJAZ MILOŠ U BOCI 1,75L!

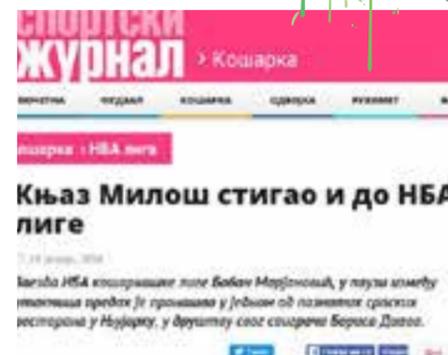
PREDSTAVLJAMO VAM
NAJNOVIJEG ČLANA KNJAZ MILOŠ
PORODICE: BLAŽE GAZIRANI
KNJAZ MILOŠ U AMBALAŽI
OD 1,75L. IAKO SMO UVEČALI
AMBALAŽU, CENA JE OSTALA ISTA
KAO ZA AMBALAŽU OD 1,5L, PA
ĆE NAŠI VERNI POTROŠAČI MOĆI
VIŠE DA UŽIVAJU BEZ DODATNIH
TROŠKOVA.



Verujemo da će ova atraktivna ponuda osigurati dobru prodaju, kao i da će naši lojalni potrošači, ali i potrošači konkurentskih brendova, prepoznati naš trud da odgovorimo na njihove potrebe. Nov format ambalaže blaže gaziranog Knjaz Miloša će ojačati našu poziciju na tržištu i pomoći u stvaranju potrošačke baze, neophodne za osvajanje pozicije lidera u volumenima.



KNJAZ MILOŠ STIGAO I DO NBA LIGE



ZVEZDA NBA KOŠARKAŠKE LIGE BOBAN MARJANOVIĆ, U PAUZI IZMEĐU UTAKMICA PREDAH JE PRONAŠAO U JEDNOM OD POZNATIH SRPSKIH RESTORANA U NJUJORKU, U DRUŠTVU SVOG SAIGRAČA BORISA DIAOA.

Uz neizostavne specijalitete tradicionalne srpske kuhinje, na stolu je svoje mesto pronašla i boca Knjaz Miloš mineralne vode koja se uz ovu hranu idealno slaže i pomaže varenju. Na ovaj način, još jedan ambasador naše zemlje koristi svaku priliku da promoviše Srbiju konzumiranjem jednog od naših najpoznatijih proizvoda. Kompanija Knjaz Miloš izgradila je prepoznatljivost svojih proizvoda van granica Srbije zahvaljujući kontinuiranom kvalitetu koji pruža svojim potrošačima.

NOVA SOVA!
NOVA GUARANA!
GUARANA NO SLEEP



Drage kolegice i kolege,

Kategorija energetske piće će od početka februara izgledati drugačije. I to upravo zbog našeg **brenda GUARANA!** Kako i priliči lideru u ovoj kategoriji, **GUARANA** je nastavila da postavlja trendove i godinu započela:
 • redizajnom **ORIGINAL** (Green) portfolija
 • potpunom promenom **MOJITO** limenke i
 • uvođenjem funkcionalne inovacije pod nazivom **APHRODISIAC**.

Drago nam je što smo videli i čuli pozitivne reakcije na redizajniranu ORIGINAL limenku, na priličan zaokret za MOJITO koji će od sada biti u belo mat limenci, kao i najrazličitije originalne komentare povodom novog proizvoda GUARANA APHRODISIAC koji podstiče :)

Tranzicija "sovice" u sovu je prihvaćena odlično i došla je kao sasvim prirodan korak u evoluciji Brenda. Raduju nas pozitivne reakcije, entuzijazam i spremnost da se marketing inicijativama dā presudni podsticaj za postizanje definisanih biznis ciljeva.

Energija koju smo osutili na prezentacijama nas uverava da ćemo zajedno timskim radom uspeti da ostvarimo zacrtane ciljeve. GUARANA će nastaviti da definiše kategoriju, pomera granice i postavlja trendove. **Ovo nije sve...čeka nas još novih i dobrih stvari iz brenda GUARANA!**

Stay tuned!
HVALA!

GUARANA tim



POKUPI
ME I
PALIMO!

JA SAM PREDERA
OSTAO JE NA TER

'AL' RADI OVAJ
AFRODIZIJAK

'KIDA KIDA! KAO I UVEKI!'

Genes Kocmi Koca BUKVALNO SAM VIDEO SURIK OTISAO I KUPIO JE Vrhunska je !!
Like Reply Message February 15 at 2:37pm

Kida, kida! 😂 Kao i uvek.
Najbolje energetske piće na trzistu!
Jedinstven ukus! 😊

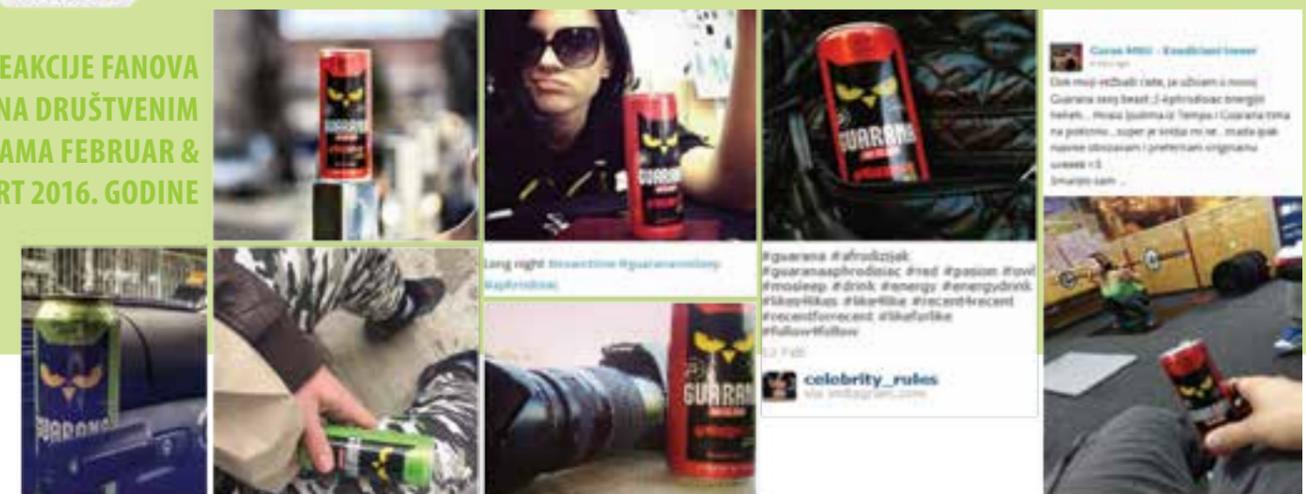
Al radi ovaj afrozdizjak ahahahha 😂

Strava je 😂

#GUARANANOSLEEP #SEXYBEAST #NOVARECKA #GUARANAAPHRODISIAC

Nova SOVA, nova limenka i nov proizvod GUARANA APHRODISIAC istovremeno su izazvali pozitivne reakcije na društvenim mrežama tokom februara i marta. Fanovi GUARANE spontano šalju svoje fotografije sa novim limenkama, postavljaju ih na svoje i profile Guarane na Instagramu, Fejsbuku a oduševljeni su novim proizvodom!

REAKCIJE FANOVA
NA DRUŠTVENIM
MREŽAMA FEBRUAR &
MART 2016. GODINE



WORK HARD
PLAY HARDER



GUARANA NO SLEEP i ove godine podržava ekipu snoubordera **WACKY SHEEP TURA**. **Wacky Sheep (Čaknuta ovca)** je grupa entuzijasta, talentovanih mladih dizajnera i bordera koji su uvezali svoje energije, kreativne ideje iza brenda Wacky Sheep (dizajn snoubording odeće) i ekstremnih snoubording tura. Guarana ih ove godine podržava kao zvanično piće snoubording tura u januaru i martu 2016. godine.

EKIPA NA BORDU
JANUAR, LES SYBELLES SKI RESORT,
FRANCUSKA



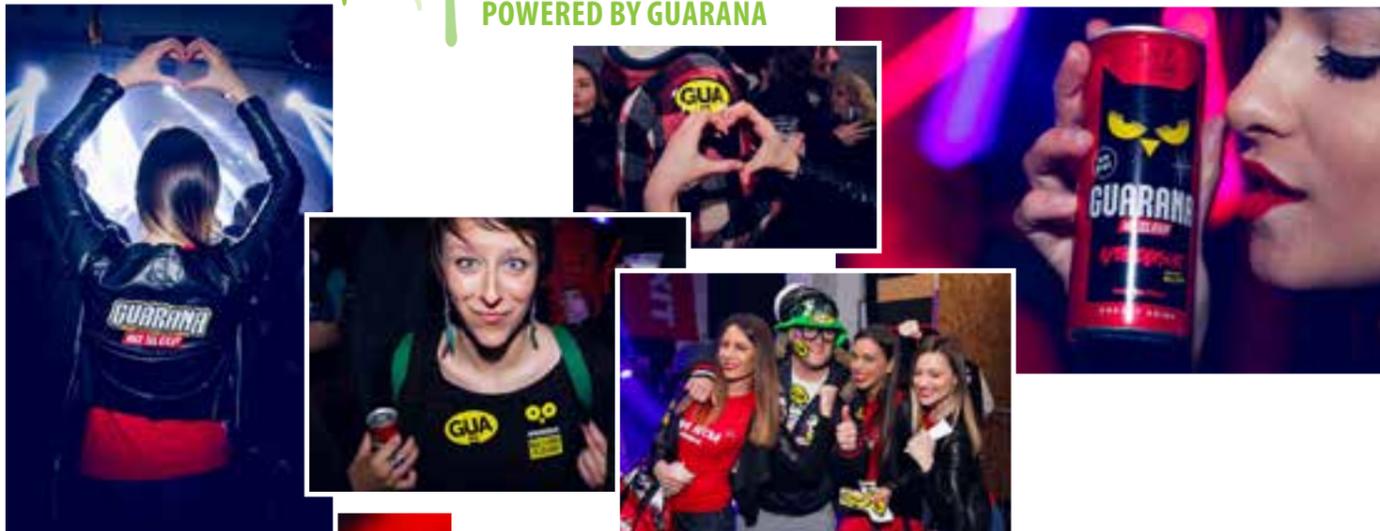
NOVA RECKA U GRADU

Velika kućna žurka na Dedinju - 'MI JESMO ANĐELI' obeležila je noć zaljubljenih uoči februarskog vikenda ljubavi u Beogradu. GUARANA APHRODISIAC je bila deo zavodljive intimne atmosfere ovog partija, uz DJ setove 'Đavola & Anđela - glumca Žike Todorovića i umetnika Uroša Đurića' i Bege Fank!

MI JESMO ANĐELI & EXIT AWARDS CELEBRATION PARTY FEAT. GUARANA APHRODISIAC



„MAGIC PEOPLE – EXIT PEOPLE! CELEBRATION PARTY“ POWERED BY GUARANA



Koji vikend kasnije, u Novom Sadu, EXIT je proslavljao svoj uspeh. U konkurenciji najvećih evropskih muzičkih festivala, Exit festival proglašen je za najbolji letnji festival za ovu godinu. Tim povodom, organizovana je velika žurka u klubovima The Quarter i Fabrika pod nazivom "Magic People - EXIT People"! Žurka je prvenstveno bila namenjena fanovima Exit festivala. Najlojalniji fanovi, koji su već kupili karte za EXIT & SEA DANCE festivale 2016, dobili su poseban poziv i karte za žurku.



NEZAUSTAVLJIVA KAO VODA

KOŠARKAŠICA

NATAŠA KOVAČEVIĆ,

POZNATA PO SVOJOJ NEISCRPNOJ
ENERGIJI I OPTIMIZMU OHRABRUJE
MNOGE DA OSTANU SNAŽNI,
ISTRAJNI I NEZAUSTAVLJIVI, KAO
I DA UPRKOS PREPREKAMA NE
ODUSTAJU OD SVOG ŽIVOTNOG SNA.
NATAŠA JE INSPIRISALA NOVI
KONCEPT AQUA VIVA KAMPANJE
POD NAZIVOM „NEZAUSTAVLJIVA“,
KOJU ĆE KAO BREND AMBASADOR
U NAREDNOM PERIODU I
PREDSTAVLJATI.



NATAŠINO VIĐENJE NEZAUSTAVLJIVE ŽENE

Nezaustavljiva žena je svaka žena koja uspeva da pored brojnih obaveza na poslu i kod kuće, zadrži osmeh na licu. Vreme je ono što nas konstantno ograničava i sve je manje trenutaka koje možemo posvetiti sebi, dragim ljudima, kao i stvarima koje nas ispunjavaju. Potrebna je velika količina elana da bi pratile savremeni tempo života, a uz to i zadržale neophodnu vitalnost. Kao brend ambasador Aqua Viva vode, Natašina želja je da inspiriše pripadnice nežnijeg pola da samouvereno i sa pozitivnim stavom idu u korak sa svojim svakodnevnim obavezama, a da pritom ne odustaju od svojih snova. Da budu nezaustavljive.

PUNA ŽIVOTA KAO ŽIVOTNO OPREDELJENJE

Za svakodnevne prepreke koje život donosi, potrebna je velika doza optimizma da bismo uvek gledali napred. Pozitivna energija je oduvek Natašin zaštitni znak i upravo zato vođena je time da uz pomoć vedrog duha mnogo brže pronalazi način da ide dalje i stremi ka novim pobedama. Prema Nataši, slogan „Puna života“ na pravi način ilustruje pozitivne životne vrednosti.

NATAŠIN AKTIVNI STIL ŽIVOTA

Budući da vodi veoma aktivan stil života, svaki Natašin dan je maksimalno ispunjen, kako profesionalnim tako i privatnim obavezama. Pored svakodnevnih treninga i drugih poslovnih angažmana, Nataša uspeva da pronađe dovoljno vremena za ostale stvari koje voli kao i da provede kvalitetno vreme sa svojom porodicom i prijateljima. Uprkos tome što je Natašin stil života izuzetno užurban, ona se svakodnevno trudi da ostane pozitivna i nezaustavljiva.

SINERGIJA NATAŠE I BREND AQUA VIVA

Nataša je poznata po tome da podržava aktivan stil života i promoviše prave životne vrednosti, i upravo iz tog razloga saradnja sa Aqua Viva brendom je došla sasvim prirodno. Brend Aqua Viva je inače Natašin idealni saveznik u svakodnevnom životu i zbog toga je rado prihvatila da postane njen brend ambasador. Natašina želja je da udruženim snagama nastoje da istaknu značaj zdravog duha, bavljenja sportom, kao i negovanja pozitivnog stava jer uz nezaustavljivu snagu volje smatra da ne postoje granice.





PUNA ŽIVOTA

U MARTU MESECU SMO POČELI SA KAMPANJOM AQUA VIVA PUNA ŽIVOTA NA WEB-u. OD APRILA MESECA NASTAVLJAMO KAMPANJU KOJA JE PODRŽANA KROZ KANALE: TV, OOH, WEB-u i Print.



SPECIJALNA NAGRADA ZA NEZAUSTAVLJIVU NATAŠU KOVAČEVIĆ



NATAŠI KOVAČEVIĆ, AMBASADORU BRENDA AQUA VIVA, POZNATOJ PO NEISCRPNOJ ENERGIJI I OPTIMIZMU, U APRILU JE URUČENA SPECIJALNA NAGRADA ZA IZUZETAN DOPRINOS U DRUŠTVENO-ANGAŽOVANOM RADU NA OVOGODIŠNJOJ PRO-FEMINA KONFERENCIJI.

Na skupu koji već tradicionalno okuplja uspešne žene iz celog regiona, mlada košarkašica održala je inspirativni motivacioni govor i poslala važnu poruku svim ženama - da ostanu jake, snažne i nezaustavljive, bez obzira na trenutne poteškoće.

„Izuzetno sam počastvovana Pro-femina nagradom, jer potvrđuje da sam na dobrom putu da svojim primerom pokažem koliko je važno sa optimizmom gledati na život. Odnedavno sam brend ambasador Aqua VIVE i srećna sam što mi je to partnerstvo omogućilo da se još dalje i glasnije čuju poruke koje želimo da pošaljemo i u koje Aqua Viva i ja čvrsto verujemo. Mislimo da je važno da podržimo i slavimo hrabre i snažne žene na ovakvim skupovima, kao i u svakodnevnom životu“, izjavila je Nataša Kovačević.



MOJI BREND OVI



KOMPANIJA MOJI BREND OVI KUPILA 350  VOZILA



KOMPANIJA MOJI BREND OVI, POTPISALA JE SA KOMPANIJOM FCA SRBIJA UGOVOR O KUPOVINI 350 VOZILA MARKE FIAT.

Ugovor o kupovini uključuje više različitih putničkih modela vozila marke Fiat: Fiat 500L sa pogonom na tečni (LPG) i pogonom na prirodni gas (CNG), Fiat Tipo, kao i laka dostavna vozila Fiat Punto Van, Fiorino Cargo i Doblo Cargo.

„Ulaganje u vozni park je od izuzetnog značaja za celokupno poslovanje kompanija koje su u sastavu holdinga Moji brend ovi. Potpisani ugovor

za nas predstavlja početak uspešne i dugoročne saradnje između kompanija Moji brend ovi i FCA Srbija. Nadamo se da ćemo na ovaj način uspeti da podstaknemo i druge kompanije da kupuju domaće, ekološke proizvode koji su u isto vreme i kvalitetni i pouzdani. Takođe, želimo da pomognemo domaću privredu i vodimo računa o okruženju kroz smanjenje zagađenja“ - izjavio je Andrej Jovanović, generalni direktor kompanije Moji brend ovi.



DONACIJA BALANS+ KISELOG MLEKA

DOMOVIMA

ZA BOLESNU I
NEZBRINUTU DECU

KOMPANIJA IMLEK JE, U FEBRUARU, U SARADNJI SA CRVENIM KRSTOM BEOGRADA, DONIRALA 2,5 TONE BALANS+ KISELOG MLEKA ODNOSNO 12.000 PORCIJA TOG PROIZVODA, DOMOVIMA ZA BOLESNU I NEZBRINUTU DECU.

Ova donacija obradovala je štićenike Prihvatilišta za decu, Svrtišta za decu, Centra za zaštitu odojčadi, dece i omladine i Doma za decu i omladinu ometenu u razvoju.

Balans+ je jedinstveno kiselo mleko na našem tržištu koje ima pozitivan efekat na metaboličke procese organizma. Pored hranljivih aspekata tog proizvoda,

klinički je dokazano da Balans + fermentisani mlečni napitak, zahvaljujući probiotičkim i prebiotičkim kulturama, povoljno deluje na digestivni trakt i uspešno reguliše probavu već nakon 10 dana redovne upotrebe. Kompanija Imlek će u skladu sa politikom društveno odgovornog poslovanja nastaviti da pruža najveću podršku deci i socijalno ugroženima.



POTPISAN MEMORANDUM O
SARADNJI SA
FAKULTETOM ORGANIZACIONIH NAUKA



VOĐENI IDEJOM I ŽELJOM DA ZAJEDNIČKIM SNAGAMA KREIRAJU BUDUĆE LIDERE, KOMPANIJA BAMBI I FAKULTET ORGANIZACIONIH NAUKA UNIVERZITETA U BEOGRADU POTPISALI SU POČETKOM FEBRUARA MEMORANDUM O STRATEŠKOJ SARADNJI I OVIM PUTEVIMA OZVANIČILI POČETAK RADA NA RAZVOJU POTENCIJALA MLADIH I OBRAZOVANIH LJUDI.



„Kako su praktično znanje i iskustvo jedna od ključnih stvari tokom studija, kompanija Bambi će podržati FON tokom svih važnih projekata. Za kompaniju Bambi je od izuzetne važnosti da podržimo mlade talente i omogućimo im usavršavanje u jednoj od najboljih kompanija u Srbiji,“ istakao je **generalni direktor kompanije Bambi g. Bojan Radun.**

Pored promovisanja razvoja u oblasti praktičnog znanja, kompanija Bambi će studentima jednog od najsavremenijeg fakulteta, pružiti priliku da svoje radno iskustvo steknu kroz program praksi unutar kompanije, ali će ih podržati i tokom „Case Study“ takmičenja. Takođe, studenti fakulteta organizacionih nauka Univerziteta u Beogradu imaju priliku da

slušaju i predavanja od strane stručnih kadrova menadžmenta kompanije Bambi.

„Potpisivanje ugovora sa kompanijom Bambi je veoma značajno za Fakultet organizacionih nauka, pre svega za studente. Naš cilj je da studenti imaju mogućnost da svoja znanja prikažu u najuspešnijim kompanijama, kao i da znanja unaprede uz mentorstvo vrhunskih stručnjaka,“ izjavio je **dekan FON-a, prof. dr Milija Suknović.**

Kompanija Bambi se uvek trudila da bude odgovoran partner društva i zajednice u kojoj posluje, i zato je oduvek veliki značaj pridavala razvoju obrazovanja kao jednoj od najbitnijih oblasti svake zemlje.

8. MART

DŽENTLMENI KNJAZ MILOŠA, SU ISKORISTILI PRILIKU DA SE POVODOM 8. MARTA, MEĐUNARODNOG DANA ŽENA, ZAHVALE DRAGIM KOLEGINICAMA NA POSVEĆENOM RADU, TRUDU I REZULTATIMA KOJE SVAKODNEVNO POSTIŽU.



Uz poklon vaučer u iznosu od 4.000 dinara, koji je svakoj kolegici izmamio osmeh na lice, imali smo priliku da svoje najlepše emocije pretočimo u fotografije koje ćemo čuvati kao drage uspomene.

Kolege iz Knjaz Miloš Nature su pored vaučera imale dodatno iznenađenje za dame. Direktor, Dragan Trifunović je kolegice prvo pozvao u krug firme i obavestio kako je za 8. mart planirana akcija sređivanja okoline, i podelio je kolegicama zaštitna sredstva za rad.

Zavladala je neverica koja je kratko trajala, jer je nakon podele zaštitnih sredstava usledila i podela poklon vaučera. Iznenađenje i lepo druženje nisu izostali, a sve je propraćeno osmesima i zajedničkom fotografijom.



KOLEGE IZ KNJAZ MILOŠA CRNE GORE I BIH SU TAKOĐE IZNENADILE SVOJE DAME POKLON VAUČERIMA.



KNJAZ MILOŠ A.D.
Verni vama i prirodi

MART
MEĐUNARODNI
DAN ŽENA

Drage dame,
8. Mart je izuzetna prilika da vam se zahvalimo na izvanrednom i posvećenom radu i dostignućima. Svaka od vas je važan i jedinstven član ove kompanije. Biti uspešan, znači iskreno i snažno podržavati vrednosti različitosti i jednakosti. U tom uverenju, Hvala vam još jednom, za sve što radite.

Sa željom da vam dan bude ispunjen dobrotom i toplinom.

*Miloš Stojisavljević
i džentlmeni Knjaz Miloša*

*DM poklon vaučer u vrednosti od 4.000 dinara.

KOLEGE IZ NATURE

KNJAZ MILOŠ NATURA PRESELJENJE U NOVOM SADU

KRAJEM MARTA ZAVRŠENO JE PRESELJENJE KOLEGA IZ KNJAZ MILOŠ NATURE IZ NOVOG SADA U NOVE PROSTORIJE.



Koordinirano dejstvo dva privredna društva, Knjaz Miloš i Knjaz Miloš – Natura d.o.o, njihovih tehničkih i organizacionih struktura, predstavljaju dobar primer sinergije u ostvarivanju zajedničkog cilja korišćenja svih zajedničkih resursa.

Iz novih prostorija, naše kolege iz DC Novi Sad, kreću ka novim izazovima.

NOVE UNIFORME

TOKOM JANUARA KOLEGE ZAPOSLENE U SEKTORIMA LOGISTIKE (VOZAČI I MAGACIONERI) I PRODAJE (SERVISERI) DOBILI SU NOVE UNIFORME.



Preko 50 kolega je dobilo uniforme, koje pored funkcionalnosti i primarne zaštitne uloge, doprinose stvaranju novog vizuelnog identiteta, koji Knjaz Miloš Natuiri daje prepoznatljivost širom Srbije.

PROCES OCENJIVANJA UČINKA PERFORMANCE APPRAISAL PROCESS (PAP)



KOMPANIJA KNJAZ MILOŠ JE OD JANUARA 2016. GODINE POKRENULA NOVI PROCES OCENJIVANJA UČINKA – PAP (PERFORMANCE APPRAISAL PROCESS).

U prvoj godini PAP-a u proces će biti uključeni svi menadžeri (uključujući kolege iz BiH, Crne Gore i Nature). Proces upravljanja učinkom ili skraćeno PAP je godišnji ciklus učinka, razvoja i procene pojedinca. PAP se zasniva na davanju važnosti postizanju održivih poslovnih rezultata u skladu sa vrednostima, odnosno kompetencijama.

SVRHA PAP JESTE DA:

- Menadžeri efektivno sarađuju u pogledu Performance ciljeva i Vrednosti / Ponašanja koji su povezani sa ključnim kompanijskim ciljevima.
- Obezbedi da zaposleni (menadžeri) budu usredsređeni na prave prioritete i da tako ispunje funkcionalne ciljeve.
- Pruža i dobija povratne informacije i da utiče na razvoj i napredovanje zaposlenih.
- Pomognu da njihovi neposredno podređeni budu uzeti u obzir za nove uloge i prilike, na osnovu interesovanja za napredovanje u karijeri, preferencija, veština i sposobnosti.
- Povežu rezultate sa nagradama.

Regrutacija

Onboarding

Performance appraisal proces

Trening i razvoj

Nagrada i priznanje

CILJEVI

Performance ciljevi i Vrednosti / ponašanja su podjednako važni u Knjaz Milošu. Oni nam omogućavaju da shvatimo koji rezultati (Šta?) su postignuti i na koji način (Kako?) smo postigli rezultate:

PERFORMANCE

- Svi zaposleni postavljaju max 13 ciljeva učinka na početku godine
 - Ciljevi nam govore šta je to što bi trebalo da uradimo kako bismo bili uspešni
 - Ciljevi su podeljeni u **2 oblasti** (težina cilja je navedena na kraju oblasti):
- 1. BUSINESS CILJEVI – 80%**
 - Core business ciljevi - Basic business algoritam, Core individual performance drivers.
 - Non core business ciljevi - Create productivity / efficiency; Long term / Future performance.
 - 2. PEOPLE CILJEVI – 20%**
 - Development (self & others)

*Opciono cilj koji zaposleni mogu i ne moraju da popune:
INOVACIJE - Thinking out of box

PONAŠANJE

- Postoji 5 unapred određenih poželjnih oblasti ponašanja i težinski svaka oblast nosi istu vrednost 20%
- Ponašanja nam govore kako treba da reagujemo da bismo bili uspešni
- Ponašanja su podeljena u **5 oblasti**:
 1. Liderstvo
 2. Dodatna milja
 3. Domaćinsko poslovanje
 4. Saradnja
 5. Pozitivan stav

CILJEVI PERFORMANCE

Ciljevi koji se odnose na učinak nam govore šta je to što bi trebalo da uradimo kako bismo bili uspešni.

CORE BUSINESS CILJEVI	NON CORE BUSINESS CILJEVI	PEOPLE CILJEVI	INOVACIJE
20%	40%	10%	10%
Basic buiness algoritam (BBA):	Core individual performance drivers:	Create productivity / efficiency:	Long term / Future performance:
Unapred definisani ciljevi koji se odnose na ispunjenje godišnjeg operativnog plana i isti su za sve zaposlene uključene u PAP proces: volume, gros profit, net prodaja, volumenski market shares, vrednosni market shares.	Ciljevi koji najviše utiču na BBA i u najvećoj meri su povezani sa opisom posla. Postavlja se max 5 ciljeva iz ove oblasti.	Ciljevi koje se odnose na povećanje produktivnosti, uštede, poboljšanja procesa. Postavlja se max 2 cilja iz ove oblasti.	Ciljevi koji se odnose na poslovanje u naredne dve godine. Obuhvataju aktivnosti koje dovode do dugoročnog razvoja. Postavlja se max 2 cilja iz ove oblasti.
		20%	10%
		Razvoj (sebe i drugih):	Thinking out of box (Inovativnost)
		Ciljevi koji se odnose na razvoj, pojedinca i tima, a posledično i na razvoj organizacije. Postavlja se max 3 cilja iz ove oblasti. Utiču sa 20% na ukupan učinak i odnose se na razvoj zaposlenih.	Inovativnost - Ciljevi koji su izvan opisa poslova, odnose se na postavljanje „out of box“, smernica. Ovi ciljevi su opciono, i zaposleni može da ih postavi ukoliko želi, ali nema obavezu. Postavlja se 1 cilj iz ove oblasti.

Težina cilja je izražena u procentima

CILJEVI PONAŠANJE

Ciljevi koji se odnose na ponašanje nam daju smernice na koji način bi trebalo da se ponašamo kako bismo bili uspešni.

LIDERSTVO	DODATNA MILJA	DOMAĆINSKO POSLOVANJE	SARADNJA	POZITIVAN STAV
20%	20%	20%	20%	20%
Zaposleni koji ispoljavaju ovu kompetenciju umeju da vode efektivne timove, komuniciraju viziju i uvažavaju različitosti.	Zaposleni koji pokazuju ovu komeptenciju teže unapređenju poslovanja. Oni nastoje da prevazilaze postavljena očekivanja.	Zaposleni koji pokazuju ovu komeptenciju brinu o ekonomskom interesu kompanije, kao i o uspostavljanju i održavanju iskrenih odnosa.	Zaposleni koji ispoljavaju ovu kompetenciju su efikasni u radu sa kolegama na svim nivoima u cilju ostvarivanja pozitivne saradnje.	Zaposleni koji imaju ovu kompetenciju odlikuju se po kontinuiranom ispoljavanju pozitivnog stava u pogledu odnosa prema radnim zadacima, kolegama i spoljnim saradnicima.

Težina cilja je izražena u procentima

FAZE PAP PROCESA

Proces ocenjivanja učinka se odvija u tri faze: postavljanje ciljeva; polugodišnja ocena i revizija ciljeva; godišnja ocena i kalibracija ciljeva. Svaka faza se fokusira na specifične akcije kojima se menadžeri usmeravaju tokom godine. Proces počinje i završava se sa fazom "postavljanje ciljeva".

PAP TRENING

Knjaz Miloš HR tim je organizovao PAP trening, kako bi zaposlene menadžere koji su uključeni u proces ocenjivanja učinka informisao o procesu i njegovim koracima, i detaljno uputio u korake koji se odnose na realizaciju prve faze procesa – "Postavljanje ciljeva". Prva faza PAP-a je uspešno završena 08.03.2016.

KALENDAR AKTIVNOSTI

Postavljanje ciljeva: Februar – Mart
Polugodišnja ocena i revizija ciljeva: Jul – Avgust
Godišnja ocena i kalibracija ciljeva: Januar – Februar





2

NOVA ZNAJANJA

PRVI TASK FORCE TIM

INTELEKTUALNA SVOJINA, INVESTICIJA ZA BUDUĆNOST

UPRAVLJANJE OTPADOM U KOMPANIJI

PRVI TASK FORCE TIM

TOKOM FEBRUARA SMO NAPRAVILI PRVU TASK FORCE PRODAJNU RADIONICU, KOJOJ SU PRISUSTVOVALE KOLEGE IZ SEKTORA PRODAJE, IZ SVA TRI KANALA PRODAJE (HORECA, KEY ACCOUNT, TRADITIONAL TRADE).



ŠTA JE TASK FORCE TIM?

Tim kolega iz prodaje, iz svih kanala prodaje i sa različitim pozicija, dobrovoljno se prijavio da učestvuje u kreiranju prodajnih treninga. Sastav ovog tima je promenljiv, a prisustvo radionicama je na dobrovoljnoj osnovi.

Ideja za kreiranje **TASK FORCE** prodajnog tima je došla iz HR odeljenja u saradnji sa Sales Development-om, a imala je više ciljeva:

• Treninzi

Pre svega hteli smo da naše svakodnevne aktivnosti sa terena segmentiramo u **Postulate prodaje i Korake prodaje**, kao osnovu našeg rada i bazu na koju se svaka naša dalja aktivnost na terenu oslanja. Na ovaj način hteli smo da kroz definisan i sistematičan pristup postavimo osnovu svake naše aktivnosti na terenu.

• On-boarding

Sa druge strane, ovo nam omogućava da nove kolege uvek dobro informišemo i upoznamo sa prodajnim procesom, a da stare podsetimo na značaj **Postulata prodaje i Koraka prodaje**.

• Prodajni procesi

Na kraju, stvaramo dobru osnovu za dalju implementaciju seta prodajnih procesa (Front Line Sales Management Process), koji treba da pomogne kolegama u prodaji da kroz jasno definisane aktivnosti upravljaju, sprovedu i mere učinak svih realizovanih zadataka.

Ono što je nama važno, uključivanjem kolega sa terena, svi zajedno postajemo ambasadori novog imidža koji hoćemo da prodaja nosi, kako u našoj organizaciji tako i van nje.

Prva radionica je organizovana u Požarevcu.

INTELEKTUALNA SVOJINA INVESTICIJA ZA BUDUĆNOST

U FEBRUARU, U PROSTORIJAMA BOP-A, USPEŠNO JE REALIZOVANA EDUKACIJA KOLEGA IZ SEKTORA MARKETINGA I PRAVNIH POSLOVA IZ OBLASTI INDUSTRIJSKE SVOJINE, SA POSEBNIM AKCENTOM NA SISTEM ZAŠTITE ŽIGA I INDUSTRIJSKOG DIZAJNA, KAKO NA NACIONALNOM TAKO I NA MEĐUNARODNOM NIVOU.



Edukaciju je organizovao Sektor pravnih poslova, u saradnji sa predavačima Edukativno informativnog centra pri Zavodu za intelektualnu svojinu iz Beograda.

Predavači su ukazali na veliki značaj zaštite industrijske svojine, obzirom da je svaki proizvod tržišno vredniji ako je označen prepoznatljivim, registrovanim žigom, dok je među brojnim sličnim proizvodima u prednosti uvek onaj koji ima privlačan industrijski dizajn, pravno zaštićen od imitiranja.

S obzirom na to da je oblast industrijske svojine ključni činilac u osmišljavanju politike i strateškom planiranju kompanije Knjaz Miloš a.d., učesnici edukacije su održani trening ocenili kao jako uspešan i saglasni su u zaključku da saradnji sa predavačima Zavoda za intelektualnu svojinu treba nastaviti i ubuduće.

UPRAVLJANJE OTPADOM U KOMPANIJU

KNJAZ MILOŠ JE KOMPANIJA KOJA SE ODGOVORNO ODNOSI PREMA ŽIVOTNOJ SREDINI I SPREČAVA ZAGAĐENJE OKRUŽENJA U KOME POSLUJE.



Kompanija upravlja svojim značajnim aspektima na način da obezbeđuje osnovno pravo čoveka na život u zdravom okruženju, i usklađuje svoj poslovni razvoj sa očuvanjem prirodnih vrednosti.

U tom kontekstu, kompanija racionalno koristi prirodne resurse, razvrstava otpad nastao u procesu proizvodnje, a preko ovlašćenog operatera "Sekopak" upravlja ambalažnim otpadom koji je nastao na tržištu nakon korišćenja naših proizvoda. U skladu sa tim, Knjaz Miloš preduzima mere koje imaju za cilj razvijanje svesti zaposlenih o uticaju na poboljšanje učinka u pogledu upravljanja otpadom.

U aprilu su kolegice Danica Hadži Manić, menadžer sistema upravljanja i Danijela Ivović, supervizor bezbednosti i zdravlja na radu održale trening u okviru zaštite životne sredine sa temom „Upravljanje otpadom u kompaniji“. Zaposlenima je na taj način približen ovaj veoma značajan aspekt.

Cilj treninga je bio isticanje važnosti preventivnog delovanja i sprečavanja nastajanja otpada kao i pravilnog razvrstavanja.

Trainingu su prisustvovali menadžeri, supervizori i poslovođe iz sektora Operacija.

PREDSTAVNICI TT KANALA

Veran Adamović – SPV TT North
Vladimir Janjušević – SPV TT Centar
Goran Terzić - SPV TT South
Darko Čingelić – MD TT South
Petar Bogičević – MD TT South
Igor Mladenović - MD TT South
Jovan Anđelić – MD TT North
Saša Lajić – MD TT North
Nenad Milosavljević – MD TT Centar
Karlo Karatošić – MD TT Centar
Marko Rosić – MD TT Centar

PREDSTAVNICI HORECA KANALA

Milica Polić – MD HRC centar
Marko Gojković – MD HRC jug
Siniša Sukara – MD HRC sever

PREDSTAVNICI KA KANALA

Vladimir Petrović – SPV KA Centar
Vladimir Kiza – SPV KA North
Uroš Stefanović – MD KA Centar
Slaviša Rusić – MD KA North



3

NOVI USPESI

IT HELP DESK APLIKACIJA

KOMUNICIRAJMO BRŽE BOLJE I EFIKASNIJE UZ LYNC /SKYPE FOR BUSINESS

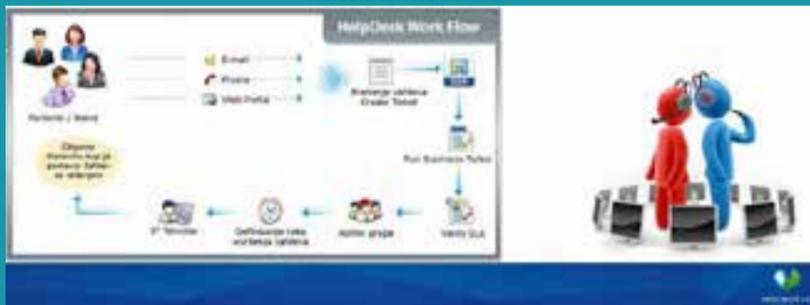
USPEŠNO ZAVRŠENA PROVERA SISTEMA UPRAVLJANJA

KABANICE ZA SALES FORCE

IT HELP DESK APLIKACIJA

KRAJEM JANUARA, IT JE STARTOVAO NOVU APLIKACIJU ZA UPRAVLJANJE KORISNIČKIM ZAHTEVIMA KOJA OMOGUĆAVA KORISNICIMA IT USLUGA DA NA JEDNOSTAVAN NAČIN KREIRAJU ZAHTEV ZA IT USLUGU (TICKET).

Aplikacija nam omogućava da problem lako i brzo prijavimo slanjem maila, kreiranjem Ticket-a na WEB portalu ili pozivanjem telefonom kolega u IT-u. Uz pomoć aplikacije, komunikacija između IT tima i korisnika je unapređena, funkcionisanje je olakšano i ubrzano a samim tim i korisnicima je omogućeno veće zadovoljstvo pri korišćenju IT resursa.



KOMUNICIRAJMO BRŽE, BOLJE I EFIKASNIJE UZ LYNC / SKYPE FOR BUSINESS



U SKLADU SA SAVREMENIM POSLOVNIM TRENDOVIMA NASTAVILI SMO SA PODIZANJEM KORPORATIVNE KULTURE NA LESTVICU VIŠE.

Korišćenjem Microsoft-ove aplikacije Lync / Skype for Business olakšavamo kros-funkcionalnu komunikaciju i saradnju kao i brzo i efikasno povezivanje sa kolegama.

Aplikacija nam omogućava da veoma lako, brzo i jednostavno:

- komuniciramo sa kolegama,
- obavljamo pozive i video pozive,
- organizujemo timske sastanke,
- šaljemo i delimo fajlove.

Pozivamo sve kolege da aktivno koriste Lync / Skype for Business, jer će doprineti smanjenju nepotrebne razmene mailova i učiniti razmenu informacija brzom i efikasnom.

USPEŠNO ZAVRŠENA PROVERA SISTEMA UPRAVLJANJA

EKSTERNA PROVERA SISTEMA UPRAVLJANJA U KOMPANIJI KNJAZ MILOŠ JE ODRŽANA 24. I 25. FEBRUARA.

Proveru je sproveo sertifikaciono telo YUQS pod nadzorom ATS – Akreditacionog tela Srbije. Proveravana je usklađenost sa međunarodnim standardima za upravljanje:

- sistemom kvaliteta (QMS), SRPS ISO 9001:2008
- sistemom bezbednosti proizvoda (FSMS), SRPS ISO 22000:2007
- sistemom zaštite životne sredine (EMS), SRPS ISO 14001: 2005
- sistemom zaštite i bezbednosti na radu (OHSAS) SRPS OHSAS 18001:2008



Još jednom je potvrđeno da Knjaz Miloš upravlja procesima, rizicima i resursima u skladu sa standardima i da obezbeđuje:

- usmerenost na ostvarenje ciljeva
- kvalitet i bezbednost proizvoda
- povećanje zadovoljstva kupaca
- mogućnost povećanja tržišnog udela i osvajanje novih tržišta
- poboljšanje poslovne sposobnosti i produktivnosti
- zaštitu životne sredine u okviru svojih značajnih aspekata
- uslove za smanjenje povreda na radu na minimum
- mogućnost učestvovanja na tenderima.

Kolege su kao i uvek dale maksimum u prezentovanju svojih procesa, procedura i prateće dokumentacije što je ukupno rezultiralo pozitivnim zaključcima i produžavanjem sertifikata.

Resertifikacija je još jedna potvrda o odgovornom poslovanju i kvalitetu naših proizvoda, što nas čini liderom na tržištu i u svakom trenutku kroz primenu kontrolnih mera garantuje da jedino zdravstveno ispravan proizvod može da izađe na tržište.

KABANICE ZA SALES FORCE

KOLEGE IZ PRODAJE SVOJE RADNO VREME PROVODE NA TERENU TOKOM SVIH GODIŠNJIH DOBA.

Kako bismo olakšali rad, tokom kišnih dana, kompanija Knjaz Miloš je celom sales force-u obezbedila kišne kabanice.

Drago nam je da korak po korak podižemo kvalitet opreme za rad naših zaposlenih.





NEWS

4

NOVO U TIMU

NOVE KOLEGE
UNAPREĐENJA
INTERVJU
25 / POJAČANJE

NOVE KOLEGE

PREDSTAVLJAMO VAM NOVE KOLEGE KOJE SU NAM SE PRIKLJUČILE U PRETHODNOM PERIODU, OSVEŽILE I POJAČALE KNJAZ MILOŠ TIM:

Milana Petrović, PR Menadžer

Milana nam dolazi iz kompanije Delta Holding, gde je radila na poziciji PR Associate-a. Započela je i gradila svoju karijeru u ovoj kompaniji, kroz učešće u brojnim biznisima Delta Holdinga, sa različitih PR aspekata, imala je priliku da uči, radi i da ih vodi. Njeno iskustvo u PR oblasti je sveobuhvatno i podjednako bogato u oblasti korporativnih komunikacija, ali i u odnosima sa javnošću, kojima se posebno bavi u poslednje dve godine.

U našoj kompaniji će biti zadužena za upravljanje celokupnom agendom za odnose sa javnošću, u smislu planiranja, razvoja i implementacije korporativne i brend PR strategije i njenih ciljeva; njeno sprovođenje kroz interne i eksterne komunikacione kanale kao i sredstva javnog informisanja; planiranje i podržavanje CSR aktivnosti, realizaciju sponzorstava i donacija; za definisanje i planiranje svih aktivnosti eksternih komunikacija kompanije i brendova, uz sprovođenje i kontrolu njihove realizacije. Milana je završila žurnalistiku na Filozofskom fakultetu, Univerziteta u Novom Sadu, a dalje studije je nastavila na Fakultetu organizacionih nauka na odseku za Marketing i odnose sa javnošću, gde je stekla zvanje Master menadžera organizacionih nauka. Milana će direktno odgovarati Marini Mateković Romčević, koja radi na poziciji Marketing Menadžera.

Sandra Kužet Pantić, Senior analitičar za ključne kupce

Na poziciji Senior analitičar za ključne kupce, našem timu se priključuje Sandra Kužet Pantić. Sandra je završila Ekonomski fakultet, Univerziteta u Beogradu a karijeru je gradila stičući višegodišnje iskustvo i radeći u FMCG organizacijama, pretežno u oblasti prodaje i marketinga.

Priključuje nam se sa pozicije Key Strategic Brand Manager za brendove Davidoff, West, Gauloisses. Sa iskustvima koje nosi iz organizacija Imperial Tobacco, Japan Tobacco i International i Direct Media, verujemo da će biti značajan član tima.

Mladen Bobar, Menadžer prodaje za Bosnu i Hercegovinu

U Knjaz Miloš timu, Mladen će upravljati prodajnim planovima i strategijama, vodiće prodajni tim i biće odgovoran za unapređenje poslovanja i procesa, kao i za prodajna ostvarenja na tržištu Bosne i Hercegovine.

Mladen je svoju karijeru gradio kroz sektor prodaje, razvijajući se kroz sva tri kanala prodaje: moderne trgovine (KA), tradicionalne trgovine (TT) i ugostiteljskih objekata (HoReCa). Iskustvo je stekao kroz rad i razvoj u uspešnim korporacijama kao što su Orbico, Aleva, Nestle. Nama se pridružuje iz kompanije MCI d.o.o. koja je jedan od vodećih distributera na ovom području. Radeći u Nestle diviziji, na poziciji Regionalnog menadžera prodaje, bio je odgovoran za implementaciju Nestle globalne prodajne strategije na lokalnom tržištu.

UNAPREĐENJA



KOMPANIJA KNJAZ MILOŠ VODI RAČUNA O RAZVOJU KARIJERE SVOJIH ZAPOSLENIH. KOLEGE SU VREDNO RADILE I USPEH NIJE IZOSTAO.

**Goran Savović, Menadžer Fabrike**

Od februara 2016. godine, Goran Savović će voditi odeljenja proizvodnje, održavanja i inženjeringa i vode i pripreme soka na poziciji Menadžera fabrike. Goran će biti odgovoran za kompletan proces operacija proizvodnje i njegovu efikasnost. Goran se timu Knjaz Miloša priključio 1992. godine od kada je bio na pozicijama menadžera energetike, menadžera održavanja i menadžera proizvodnje.

Goranovi dosadašnji rezultati kao i uloženi rad i trud u razvoj kompanije Knjaz Miloš osnov su da verujemo da uspeh neće izostati i na novoj poziciji.

**Dalibor Jelesić, Nacionalni TT & HoReCa menadžer za Srbiju**

Od aprila 2016. godine, poziciju Nacionalnog TT & HoReCa menadžera za Srbiju će preuzeti Dalibor Jelesić. Dalibor će na novoj poziciji biti odgovoran za prodajne rezultate kanala tradicionalne trgovine i HoReCa kanala. Učestvovaće u definisanju i implementaciji novih poslovnih modela. Postavljaće timove i biće odgovoran za kreiranje nove organizacione kulture u timu kojim će rukovoditi.



DEJAN ĐORĐEVIĆ,
MENADŽER LANCA SNABDEVANJA

INTERVJU

INTERVJU

INTERVJU



GORAN SAVOVIĆ,
MENADŽER FABRIKE

1. NA KOJIM RADNIM MESTIMA STE BILI PRE NEGO ŠTO STE DOŠLI NA OVU POZICIJU?

Relevantna iskustva sam stekao na različitim pozicijama. Iskustvo sam stekao u banci, na poziciji regionalnog menadžera za mala i srednja preduzeća. Tu sam dobio znanja iz oblasti finansija, što je bilo vrlo korisno jer je ceo lanac snabdevanja veliko troškovno mesto. Zatim sam radio na pozicijama menadžera logistike i nabavke u više kompanija, a u kompaniju Knjaz Miloš dolazim sa pozicije direktora logistike/SAP tim lidera kompanije Peštan. Pozicija na kojoj trenutno radim je menadžer menadžer lanca snabdevanja.

2. KAKVA JE VAŠA VIZIJA RAZVOJA SEKTORA OPERACIJA / LANCA SNABDEVANJA U OVOJ I NAREDNAJ GODINI?

Vizija koja vodi ceo tim lanca snabdevanja je da našim internim i eksternim saradnicima u pravom trenutku obezbedimo prave informacije/materijale/gotove proizvode u najboljem kvalitetu i sa minimalnim troškovima. Lanac je jak onoliko koliko je jaka njegova najslabija karika, a lanac ne čine samo interne službe ili sektori kompanije već i naši kupci i dobavljači. U srednjoročnom periodu dosta energije i vremena ćemo posvetiti razvoju novih i postojećih dobavljača kao i modela nabavke, novim alatima za planiranje i optimizaciju proizvodnih kapaciteta i zaliha repromaterijala odnosno gotovih proizvoda. Radićemo na uvođenju WMS (warehouse management system) za repromaterijale, implementaciju EUR paleta, razvoj službe za brigu o kupcima (customer service za distributere i KA) u cilju brzog rešavanja reklamacija i kvalitetnog upravljanja ambalažom i dokumentacijom, skraćenje vremena od ideje do inovacije proizvoda.

3. KOJU NOVINU ŽELITE DA UNESETE U FUNKCIONISANJE SVOG SEKTORA?

Što manje mail-ova. Cilj mi je da smanjimo broj mailova koji se dnevno šalju, a da povećamo "živu" komunikaciju. Trošimo (kompanijski) velike količine vremena u dugim prepiskama umesto jednog telefonskog razgovora ili razgovora u kancelariji uz čašu našeg Knjaza, Aqua Vive, Guarane ili Golfa.

4. KOJA SU OSTVARENJA VAŠIH SEKTORA U PRETHODNOJ GODINI?

Početak 2016 je završen strateški projekat uvođenja 3PL (third part logistic) partnera u procese izlazne logistike (transport, magacinsko poslovanje i špediciju), odnosno prepustili smo izlaznu logistiku kompaniji Milšped. Ovaj projekat je trajao veći deo 2015. godine. Uz ovo, u 2015. uspešno smo da spustimo trošak logistike po litru u odnosu na 2014. uz istovremeno bolje performanse. Zadržali cene repromaterijala na planiranom nivou što je bio veliki izazov uzimajući u obzir drastične oscilacije cena polimera na svetskom tržištu (čine 50% ukupnih troškova repromaterijala- pretforme, folije, zatvarači). Lansirali smo sve nove proizvode prema projektnom planu i obezbedili optimalne zalihe, što je bio izazov, obzirom da su skoro sve inovacije lansirane na ulazu u sezonu. Ono što je možda najznačajnije, kroz projekte i izazove prepoznali smo nove talente i stvorili smo tim u lancu snabdevanja koji ima integritet i kompaktnost.

1. NA KOJIM RADNIM MESTIMA STE BILI PRE NEGO ŠTO STE DOŠLI NA OVU POZICIJU?

U kompaniji Knjaz Miloš sam počeo da radim 1992. godine i od tada sam radio na pozicijama rukovodioca službe za energetiku, rukovodioca službe održavanja, menadžera odeljenja proizvodnje. Trenutno radim na poziciji menadžera fabrike.

2. KAKVA JE VAŠA VIZIJA RAZVOJA SEKTORA OPERACIJA / LANCA SNABDEVANJA U OVOJ I NAREDNAJ GODINI?

Sektor operacija ove i naredne godine prolazi kroz izuzetno dinamičan period u kome će se značajno tehničko-tehnološki unaprediti što će obezbediti dodatni kvalitet svih proizvoda koje isporučujemo našim kupcima. Takođe, unapređenja će omogućiti pouzdaniji proces proizvodnje, smanjenje broja zastoja, razvoj novih proizvodnih programa, a sve u cilju povratka kompanije na leadersku poziciju na tržištu.

3. KOJU NOVINU ŽELITE DA UNESETE U FUNKCIONISANJE SVOG SEKTORA?

Jačanje timskog rada kroz uzajamno poverenje, otvorenu i iskrenu komunikaciju sa kolegama. Razvoj potencijalnih talenata u okviru kompanije, naslednika u okviru sektora operacija, što ima za cilj obezbeđenje održivog poslovanja. Takođe, kontinuirani razvoj kulture bezbednosti i zdravlja je proces na kome ćemo konstanto raditi, kako bi naši zaposleni bili bezbedni u obavljanju svojih svakodnevnih poslova.

4. KOJA SU OSTVARENJA VAŠIH SEKTORA U PRETHODNOJ GODINI?

Najveća ostvarenja u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu se odnose na uštede, efikasnost i na realizaciju projekta. Na polju ušteda trebalo bi posebno istaći: manji rastur repromaterijala; manja potrošnja gradske vode; manja potrošnja vode sa kaptaze po utrošenom litru; manji troškovi održavanja; manja potrošnja gasa i električne energije; veće uštede na vodi iz recirkulacije. Kada je reč o povećanju efikasnosti želeo bih posebno da naglasim povećanje proizvodnje u 2015. godini za 3.6 miliona litara u odnosu na 2014. godinu, kao i povećanje efikasnosti proizvodnih linija 2015. vs 2014. Od realizovanih projekata u 2015. godini koji su uspešno realizovani timskim radom kolega iz proizvodnje posebno bih istakao: novi tank za aqua vivu; novi formati KM 1.75L - PET4; aqua viva flavor 0.5L - PET 2; guarana 0.5L; nova LED rasveta na staklu 5.

DEJAN ĐORĐEVIĆ,
MENADŽER LANCA SNABDEVANJA

INTERVJU

INTERVJU



5.

LJUDI U LANCU SNABDEVANJA UVEK RADE NA INTERESANTNIM PROJEKTIMA, DA LI MOŽETE DA NAM OTKRIJETE NEKE PLANOVE ZA BUDUĆNOST?

U Q4 2016 je planiran GO LIVE pilot projekta za VMI (vendor menedž inventori) ili upravljanje zalihama kupaca / dobavljača. Zapravo se radi o web aplikaciji koja je povezana sa našim internim S&OP sistemom / softverom preko koje dobavljač repromaterijala može "videti" naše nedeljne i dnevne planove proizvodnje – potrebe za njegovim repromaterijalom i stanje svog repromaterijala na osnovu čega sam može praviti planove dopune zaliha u fabrici. Na ovaj način prepuštamo upravljanje zalihama dobavljaču, a mi samo želimo da ga uvek imamo dovoljno. Po istom principu želimo mi da upravljammo zalihama gotovih proizvoda kod naših velikih distributera. Na ovaj način optimizujemo i sinhronizujemo operacije i zalihe u celom lancu snabdevanja.

6. **KO SVE ČINI VAŠ TIM?**

Iza svih uspeha i prevaziđenih izazova u lancu snabdevanja stoji ceo tim koji čine menadžer ulazne logistike Dejan Pantić, menadžer planiranja snabdevanja i tražnje Miša Ljubić, menadžer nabavke Violeta Mijatović Steljić i menadžer servisa kupaca Aleksandar Kačarević. Izuzetno sam ponosan na svoj tim, a izazov za mene je da ispred njih postavim dovoljno velike i motivišuće zadatke.

7. **KAKAV JE VAŠ STIL UPRAVLJANJA?**

Trudim se da stvorim relaksiranu, opuštenu i neformalnu atmosferu jer mislim da se u takvom ambijentu rađaju kreativnost i inovativnost, ali sa visokom granicom odgovornosti i posvećenosti ciljevima. Svoje i vreme svojih saradnika usmeravam na aktivnosti koje donose vrednost.

8. **RECITE NAM O VAŠEM NAJBOLJEM DANU U KNJAZ MILOŠU.**

Svaki dan koji je sunčan i preko 32C°. Mislim da je svakom zaposlenom takav dan najbolji, a najpre kolegama iz prodajnog tima.

GORAN SAVOVIĆ,
MENADŽER FABRIKE



5.

LJUDI U PROIZVODNJI UVEK RADE NA INTERESANTNIM PROJEKTIMA, DA LI MOŽETE DA NAM OTKRIJETE NEKE PLANOVE ZA BUDUĆNOST?

Dolaskom novog vlasnika, Mid Europa Partners (MEP) pokrenut je ciklus ulaganja, investicija i projekata u kompaniji Knjaz Miloš koji u 2016. podrazumeva povećanje produktivnosti na pet linijama. Na proizvodnoj liniji PET 3 će se raditi nabavka duvaljke, kompresora, sliverice i zatvaračice. Ovom nabavkom ćemo povećati kapacitet na formatu od 0.5L uz smanjenje težine predformi i troškova održavanja. Duvaljka koja će se nabaviti ima kapacitet do 18000 boca/h i prva je te serije na Balkanu. Na proizvodnim linijama PET 1 i PET 4 na bocama KM i AV u aprilu mesecu menjamo postojeća dna boca sa novim – StarLite dnom koje zbog specijalne konstrukcije omogućava, smanjenje gramaže od 1g do 2g po predformi. Na proizvodnoj liniji PET 2 za april mesec planirano je lansiranje nove boce Aqua Viva flavor od 1L i to u 2 ukusa. Na proizvodnoj liniji Baloni u toku aprila i maja meseca će biti realizovana dva velika projekta: nov balon od 5L i boca od 2.5L. Za jun mesec, na proizvodnoj liniji Staklo 3, planiran je početak proizvodnje „Aqua Vive“ u novu navojnu povratnu bocu od 1L. Na proizvodnoj liniji Staklo 5 za jun mesec planiran je početak proizvodnje „Aqua Vive“ i „Knjaz Miloša“ u novim bocama od 0.75L i u bocama od 0.25L (bez kapljica). Svi navedeni i budući projekti predstavljaju veliki izazov za sve nas kao i priliku da pokažemo ko smo i šta zaista možemo.

6. **KO SVE ČINI VAŠ TIM?**

Moj tim čini preko 230 kolega koji su raspoređeni u sektoru kvaliteta i odeljenjima u operacijama. Radimo timski kako bismo obezbedili da dovoljne količine kvalitetnih proizvoda budu svakodnevno dostupne našim kupcima. Tim kontrole kvaliteta vodi

Snežana Agatunović; odeljenje vode i pripreme soka vodi Gorica Pantelić; odeljenje održavanja fabrike i inženjeringa vodi Ivan Joksimović; službu PET linija vodi Milan Obradović i službu linija stakla, balona i limenki vodi Dragan Radin.

7. **KAKAV JE VAŠ STIL UPRAVLJANJA?**

Moj stil upravljanja bih okarakterisao kao neposredan. Poštujem i uvažavam podjednako svakog člana svog tima. Mišljenja sam da se izazovi ne rešavaju putem mejlova i telefonom već direktno na mestu gde nastaju. Imam poverenje u svoj tim i oni su uključeni u kreiranje novih rešenja i odlučivanje.

8. **RECITE NAM O VAŠEM NAJBOLJEM DANU U KNJAZ MILOŠU.**

Ne mogu izdvojiti samo jedan dan jer ih je bilo više i svi oni su se odnosili na puštanje novih proizvodnih linija u rad nakon dugotrajnog timskog planiranja, priprema, montaže mašina i pripadajuće opreme i na kraju testiranja. To su bili izuzetni trenuci kada sam se osećao ostvareno i kao inženjer i kao rukovodilac. Nadam se da ću imati još takvih trenutaka u kompaniji Knjaz Miloš.

9.

RECITE NAM INTERESANTNU ČINJENICU O SEBI.

Za vreme studija u Beogradu aktivno sam išao u plesnu školu i tada naučio da plešem sve standardne i latino plesove. To znanje mi i sada pričinjava veliko zadovoljstvo mada ga retko koristim.

9. **RECITE NAM INTERESANTNU ČINJENICU O SEBI.**

Imam fobiju od visine.



POJAČANJE



**PRODAJNA SILA KOMPANIJE
KNJAZ MILOŠ JE OD
PONEDELJKA, 04. APRILA
JAČA ZA 25 NOVIH KOLEGA.**



Izuzetno nam je drago da smo tokom dva dana, početkom aprila u Arandelovcu imali priliku da organizujemo upoznavanje 25 novih kolega sa našom kompanijom i zaposlenima. Cilj dvodnevog programa je bio da novi zaposleni steknu širu sliku o grupi Moji brendovi u okviru koje posluje kompanija Knjaz Miloš (pored kompanija Bambi i Imlek); da se upoznaju sa kompanijom Knjaz Miloš, sektorima kompanije i kolegama sa kojima će saradivati. Program je omogućio predstavljanje postulata i koraka prodaje, kako bi kolege dobile osnovne alate za rad na terenu. Dvodnevni program je organizovao sektor ljudskih resursa u saradnji sa kolegama iz svih sektora naše kompanije.



- PREPARACIJA
- PRESTAVLJANJE
- ANALIZA OBJEKTA
- PREZENTACIJA
- MENCHAMING
- REALIZACIJA
- ZATVORANJE

DAN I

Dobrodošlicu u kompaniju Knjaz Miloš su pozeleli komercijalni direktor, Dragan Stajković i direktor ljudskih resursa, Rajko Vasojević nakon čega su usledila predstavljanja sektora kompanije. Marketing tim je (Uroš Nedeljković, Katarina Ilić, Aleksandar Tutulić) upoznao nove kolege sa

brendovima Knjaz Miloš kompanije; nakon čega su se nove kolege upoznale sa fabrikom (Goran Savović, Dragan Radin, Milan Obradović, Gorica Pantelić, Snežana Agatunović i Perica Vasiljević). Drugi deo dana je bio rezervisan za predstavljanje sektora lanca snabdevanja (Dejan Đorđević).



DAN II

Početak drugog dana je obeležilo upoznavanje sa mentorima koji će novim kolegama biti tu za svaku pomoć i podršku kako bi se čim pre upoznali sa svim informacijama koje su im potrebne za svakodnevno obavljanje posla. Mentori - kolege iz sektora prodaje, iz sva tri kanala prodaje (HoReCa, Key Account, Traditional Trade), su tokom februara na task force radionici kreirali prodajne treninge, koje su imali priliku da prezentuju novim kolegama. Postulate prodaje prezentovao je Milos Pantović, menadžer za razvoj prodaje, dok su ostale iskusne kolege sa terena predstavljale korake prodaje i delile dragocena iskustva sa novim kolegama. Postulati trade marketinga su predstavljeni od strane Dragana Bjelobabe.

Veoma važan aspekt bezbednosti i zdravlja na radu su prezentovali Slobodan Velinov, Danijela Ivočić i Goran Svorčan; dok je značaj primenjivanja zakona o konkurenciji predstavila Adrijana Despotović. Mirsad Ahmetović je novim kolegama predstavio način na koji će koristiti svoje tablet uređaje.

Program je zatvorila Tamara Pavlović, HR Menadžer za komercijalni deo, pozelevši novim kolegama dobrodošlicu i puno uspeha na novim pozicijama. Nove kolege su nakon onboarding programa počele sa radom na terenu i radujemo se njihovim uspesima. Nakon završenog programa pitali smo nove kolege:

Šta Vam je najviše koristilo od informacija koje ste dobili tokom treninga?

"Kao učesniku sve što sam čuo mi je koristilo"

"Sažete informacije koje ću moći da primenim u praksi"

Koje informacije ćete moći najlakše da upotrebite na poslu?

"Mislim da ću moći sve da upotrebim"

"Informacije koje su nam prenele starije kolege. Informacije iz trade marketinga."



NEWS

5

NOVO I ODGOVORNO

- AKCIJA ČEPOM DO OSMEHA SE NASTAVLJA I U 2016. GODINI
- ZAJEDNO SA DECOM PRIHVATIŠTA PROSLAVILI 58. ROĐENDAN
- KNJAZ OBELEŽIO SVETSKI DAN VODE
- KNJAZ MILOŠ ČUVA ŽIVOTNU SREDINU



AKCIJA ČEPOM DO  SMEHA

SE NASTAVLJA I U 2016. GODINI



POČETKOM FEBRUARA SMO ORGANIZACIJI ČEPOM DO OSMEHA DOSTAVILI DRUGU TURU ČEPOVA KOJU SMO SKUPILI U ARANĐELOVCU I BOP-U.

U akciji učestvuju svi zaposleni koji posle konzumacije naših proizvoda čepove odlažu u kutije sa oznakama "Čepom do smeha". Posebno se zahvaljujemo kolegama iz proizvodnje i laboratorije koji najaktivnije učestvuju i najbrže napune svoju kutiju.

Za kupovinu jednog pomagala koje detetu sa invaliditetom pruža mogućnost daljeg napredovanja i olakšava svakodnevno funkcionisanje, potrebno je prikupiti oko 10 tona čepova ili oko četiri velika kamiona čepova. Veliko je

zadovoljstvo što smo u mogućnosti da pomognemo i intenzivno učestvujemo u ovoj humanitarnoj akciji koja uz veliku pomoć mališanima sa invaliditetom ima za cilj i zaštitu životne sredine.

Zahvaljujemo se svima na dosadašnjem učestvovanju u akciji sa molbom da i dalje svi zajedno odlažemo čepove u obeležene kutije i time donesemo radost nekom novom mališanu. Akcija se nastavlja...

Jedan čep-jedan osmeh!

ZAJEDNO SA DECOM PRIHVATIŠTA PROSLAVILI
58. ROĐENDAN!

U USTANOVU KULURE „VUK STEFANOVIĆ KARADŽIĆ“ 26. FEBRUARA SVEČANO JE OBELEŽEN JOŠ JEDAN ROĐENDAN PRIHVATIŠTA ZA DECU I OMLADINU.



Prihvatilište za decu je ustanova u nadležnosti Sekretarijata za socijalnu zaštitu Grada Beograda, koja zbrinjava najosetljivije kategorije mladih iz cele Srbije, uzrasta od 7 do 18 godina, među kojima su žrtve nasilja, zlostavljanja i zanemarivanja, žrtve trgovine ljudima, deca bez roditeljskog staranja, deca ulice. Tokom 58 godina rada, ova ustanova zbrinula je preko 70.000 dece.

Knjaz Miloš je podržao realizaciju proslave, donirajući vodu i sokove i na taj način ulepšao proslavu rođendana prihvatilišta.

KNJAZ OBELEŽIO
SVETSKI
DAN VODE

KOMPANIJA KNJAZ MILOŠ SE PRIKLJUČILA JKP "BUKULJA" I TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI OPŠTINE ARANĐELOVAC U OBELEŽAVANJU 22. MARTA, SVETSKOG DANA VODE.



Svetki dan voda se obeležava u celom svetu svake godine, 22. marta kao način da se obrati posebna pažnja na značaj resursa vode i zalaganje za održavanje i upravljanje resursima vode.

Na manifestaciji koja je održana u dvorani "Park" u Aranđelovcu su učestvovali hor OŠ "Svetolik Ranković", učenice OŠ "Sveti Sava" i deca iz Predškolske ustanove "Duga" objekat "Osmeh". Promoterke manifestacije su bile rukometašice ŽRK "Izvor Bukovička Banja" koje su posetiocima i učesnicima uručivale poklone: školske sveske, blokčiće, hemijske olovke, balone i flašice vode AQUA VIVA.

KNJAZ MILOŠ
ČUVA
ŽIVOTNU SREDINUSEKO
PAK

KOMPANIJA KNJAZ MILOŠ NASTAVLJA DA VODI RAČUNA O ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE.

Uz pomoć kompanije Sekopak koja nam je poklonila 84 kante nastavljamo sa sortiranjem otpada na mestu nastanka prema vrstama. Proces reciklaže obuhvata: sakupljanje otpada, izdvajanje, preradu i izradu novog proizvoda. Otpad se deli po kategorijama: PAPIR I KARTON, STAKLO, PLASTIKA, LIMENKE i samo odvojeno sakupljeni otpad se može iskoristiti i reciklirati. Knjaz Miloš sortira i razvrstava otpad u kantama koje se nalaze na svakom spratu i na prometnim

mestima u krugu fabrike kako bi svi bili u mogućnosti da naš otpad ubacimo u određenu kantu.

Donacija ovih kanti nam pruža dodatnu mogućnost da otpad sortiramo na mestu nastanka, to jest u svakoj kancelariji. Na ovaj način će količina pravilno sortiranog otpada porasti a samim tim će ekološki doprinos očuvanju naše planete biti podignut na viši nivo.

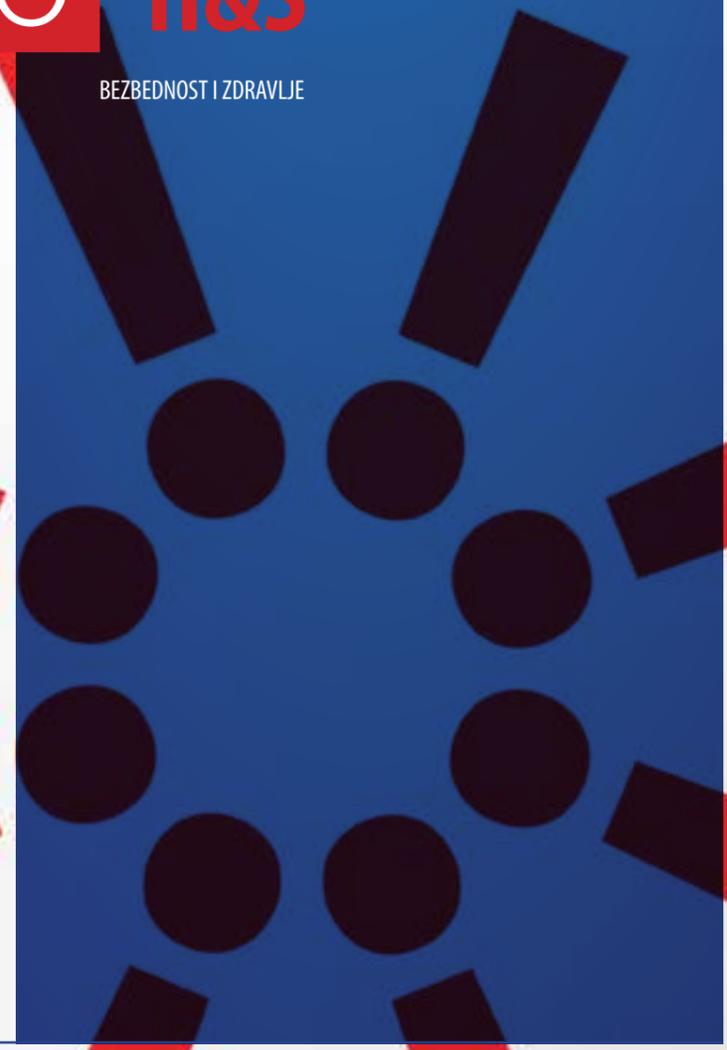


NEWS

6

KNJAZ
H&S

BEZBEDNOST I ZDRAVLJE



BEZBEDNOST I ZDRAVLJE (H&S)



U 2016. GODINI NASTAVLJAMO PROCES UNAPREĐENJA BEZBEDNOSTI I ZDRAVLJA NA RADU. SVE AKTIVNOSTI I POSLOVI KOJE OBAVLJAMO SMATRAJU SE DOBRO URAĐENIM SAMO UKOLIKO SU URAĐENI NA BEZBEDAN I PROPISAN NAČIN.

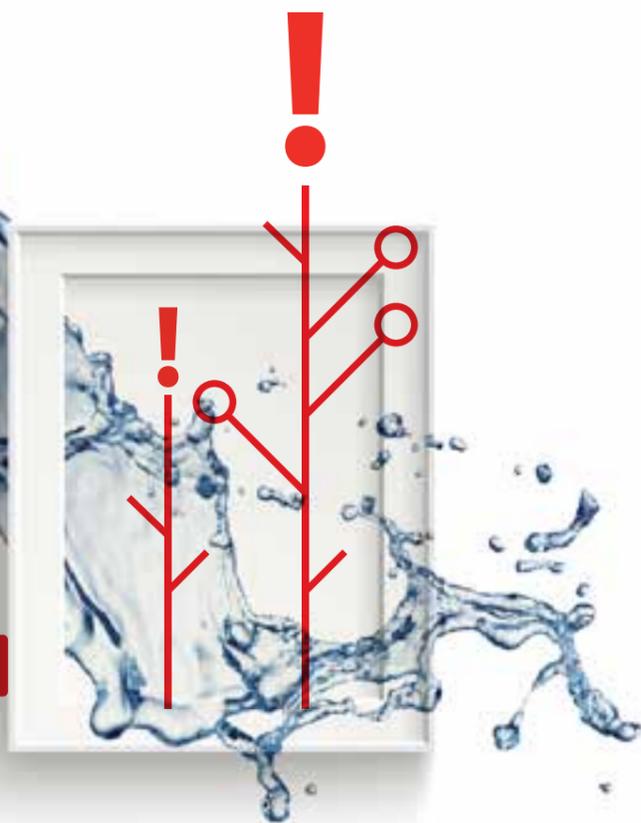
S obzirom da nam se približava sezona i da nas očekuje povećan broj vozila u krugu fabrike (kamioni, viljuškari, treća lica) zajednička je odgovornost da se ponašamo na siguran i bezbedan način. Ovo podrazumeva poštovanje pravaca i brzine kretanja u krugu fabrike, nošenje obavezne zaštitne opreme na mestima gde se to zahteva, kretanje po obeleženim stazama i prelazima, a sve u cilju eliminisanja povrede i uspostavljanja Zero accident culture – Kulture bez incidenata.

Takođe, u toku ove godine nas očekuje rad na promeni ponašanja koji će iz dela bezbednosti i zdravlja na radu podrazumevati važne stvari kao što su: uvođenje kardinalnih pravila, održavanje treninga za podizanje svesti o bezbednosti i zdravlja na radu, treninge koji će unaprediti procese sa aspekta operacija, pripreme procedura procene rizika.... i još mnogo toga.

Od aprila meseca smo počeli sa praksom **Safety alerta** koji ukazuje na rizična ponašanja, a tiču se bezbednosti i zdravlja na radu u okviru naše kompanije. **Safety alert** predstavlja formu obaveštenja o nepoštovanju pravila bezbednosti i zdravlja i čini prikaz negativnih ponašanja zaposlenih na koja želimo da utičemo i da ih menjamo.

Takođe, ovo podrazumeva i pouke, odnosno key learnings kojima naglašavamo da ponašanje treba promeniti i koje su moguće posledice, kako bi umanjili potencijalni rizik i moguće povrede.

Safety alerti će biti ubuduće objavljeni na oglasnim tablama kako bi svi zaposleni bili upoznati sa ovakvim ponašanjem i kako bi na vreme predupredili sve moguće negativne posledice.

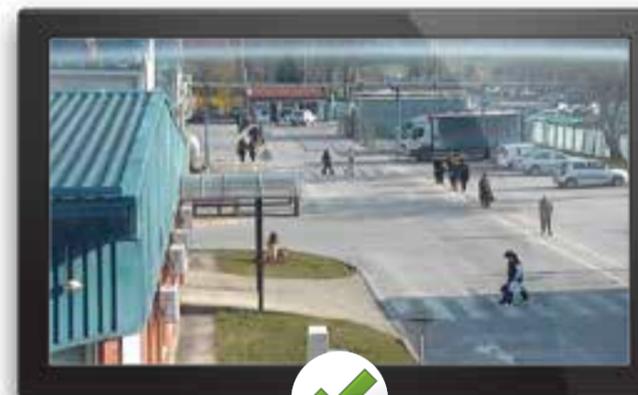


OPREZ!

NEPOŠTOVANJE PRAVILA 24.03.2015.

Vreme	07:00-19:00	Sektor	Zaposleni u Knjaz Miloš a.d. Aranđelovac	Kamera	5
-------	-------------	--------	------------------------------------------	--------	---

Opis događaja	PRIMER BEZBEDNOG I NEBEZBEDNOG KRETANJA U KRUGU KOMPANIJE KNJAZ MILOŠ A.D. ARANĐELOVAC
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------



KLJUČNE PORUKE:

Kretanje zaposlenih u krugu fabrike je u skladu sa zahtevima bezbednosti i zdravlja na radu

Kretanjem po obeleženim stazama izbegavamo potencijalne incidente

Kretanjem po obeleženim stazama smanjujemo rizik od potencijalnih povreda u saobraćaju





7

KNJAZ FUN

LAVIRINT, SUDOKU, REBUSI, OSMOSMERKA, FUN FACTS

LAVIRINT

PRONAĐI PUT DO SVOG OSVEŽENJA.



OSMO SMER KA



AVAN, ANTILOPA, BERETKA, BERNARDINAC, CRVENO, GAVRAN, GAZELA GOLMAN, JAGNJE, KEMELEON, KASETOFON, KAČKET, KAŠIKA, KONJ, KRAVA, KUNDAK, LANE, LENJIR, MANTIL, MARIO, MEGAFON, MORNAR, MOTIKA, NOSILA, OGLEDALO, OPRUGA, PATA, PILE, PIŠTOLJ, SVRAKA, SITO, SRNA, TARZAN, TELEVIZOR, TRANZISTOR, TREŠNJA, CREVO, ČAURA, DŽERI, ŠAJKAČA, ŠAPA, ŠIBICA, ŠIVAČA MAŠINA, ŠIŠARKA, ŠIŠMIŠ, ŠKOLJKA, ŠKORPIJA.

Š L A N E Š G U Š T E R A J A
I M A N T I L A I V O P Č L R
V V Š R T B J T N J Z I I A I K
A K R A Š I Š M I Š O L N J B L
Č U R N P C L V T L E E E A M
A A A R K A E O A E L R R O E
M P O O C L L J D P Č N U T T G
A K A M E L E O N A A I E I A
Š A Ž T A L A Š R Č K K V S F
I A D K G R A D T A Č I J O O
N R R O T S I Z N A R T Š A N
A A E G G N T O K O R L B A Š
M L B D Ž A A N O F O T E S A K
L I E C R R J I P K R A V A O
O S V Z O V E R C E S N J R O L J
G O A B A A U P T A R D A V K
C N O L S G A K A D N U K Č A
S T O N A L A M P A A P A T A

SU DOKU

	5	8			7	1		
6								
						2	9	7
5	4		8			6		
7				1	4			
	8	1	9	6				4
1			2	9		4		5
8		5						7
4	6							3

RE BUS



FUN FACTS:

1. Voda poboljšava mentalne funkcije - Ako se ne možete setiti šta je napisano na prethodnoj strani, vaš mozak je možda žedan.
2. Od trenutka kada osoba oseti žeđ, njeno telo je izgubilo jedan procenat ukupne količine vode u organizmu.
3. Čaša vode može da spreči glavobolju.
4. Ukoliko u organizam ne unosimo dovoljnu količinu vode svakog dana, telo počinje da crpi „rezerve“ iz kože koja na taj način brže stari.

REŠITE MOZGALICU:

- 11 x 11 = 4
- 22 x 22 = 16
- 33 x 33 = ?



