

**BEOGRAD - Sledeće godine prema predviđanjima, poslodavci će paziti na svaki dinar potrošen na zaposlene, a tražiće i da njihovi radnici pokažu više veština i bolje rezultate.**



**Imajući to u vidu, za zaposlene u 2013.godini neće biti dovoljno da rade samo u okviru svojih nadležnosti.**

Da bi se osvojio klijent ili dobio posao u sledećoj godini, stručnjaci sve više govore o četiri veštine koje će oni koji su zaposleni ili oni koji traže posao morati da imaju.

### **Jasna komunikacija**

Komunikacija je ključ napretka u nekoj kompaniji, bez obzira u kom delu te kompanije zaposleni radio. Smatra se da je jasna komunikacija ustvari sposobnost jasne artikulacije svog gledišta i sposobnost da se kroz komunikaciju ostvari poslovna veza.

Za nezaposlene, na primer, ona može da dočara potencijalnim poslodavcima jasnu sliku njihovog stila rada.

Sa razvojem interneta, komunikacija u kompanijama sve više je online, pa tako zaposleni gube neke veštine koje su ranije imali, tipa dobro prezentovanje svoje usluge. Drugi ne mogu da napišu ništa što je duže od na primer 140 karaktera, navode u WSJ.

### **Lični brending**

Osobe koji se bave ljudskim resursima neumorno "kopaju" po društvenim mrežama, LinkedIn

profilima i sličnom u potrazi za odgovarajućim kandidatima.

Stručnjaci smatraju da su vaši profili na tim mrežama ustvari ono što predstavlja vas kao brend i da je ono što postavljate na njih, ono što će vas uvek pratiti.

Sve više firmi traži ljude koji će upravo preko svojih mreža promovisati samu kompaniju, pisati blogove, tvitovati u ime kompanije i slično.

### **Fleksibilnost**

Sposobnost da se brzo odgovori na promene koje zahteva vaš poslodavac biće neophodno u sledećoj godini.

### **Poboljšanje produktivnosti**

U 2013. godini zaposleni će morati da nađu nove načine da povećaju produktivnost, kažu eksperti. Prema jednom istraživanju, izvršni menadžeri će sledeće godine tražiti 20 odsto poboljšanja performansi zaposlenih .

Stručnjaci smatraju da će kompanije tražiti ljude koji imaju sposobnost da razumeju šta se od njih traži, a ne da imaju potrebu da im se kaže šta da rade. Oni predlažu da zaposleni budu proaktivni kada je njihova kompanija u pitanju, jer će se jedino tako razlikovati od drugih.

**Ben Datner, psiholog iz Njujorka, kaže da je još jedan problem kompanija u poslednje vreme da zadrže talentovane radnike. On kaže da su kompanije u velikoj meri "uklonile salo", ali da sada moraju da "izgrade mišić".**