



Tekst: Nađa Božović  
Foto: Čikarić boje



PREDSTAVLJAMO: ČIKARIĆ BOJE, POŽEGA

# POVERENJE KUPACA NAJVAŽNIJE ZA USPEH

Veoma je važno posvetiti pažnju analizi proizvoda pre nego što se puste u promet jer se na taj način smanjuje procenat mogućih negativnih reakcija potrošača. Njihovo poverenje teško se stiče, a često lako gubi – smatra Nikola Čikarić

**P**reduzeće Čikarić boje osnovano je 2000. godine i od tada je, usled razvoja, promenilo tri lokacije i znatno proširilo prodajni asortiman. Posle petnaest godina poslovanja može da se pohvali liderskom pozicijom u tom vidu trgovine u Opštini Požega i okolini. – Nastali smo kao porodično preduzeće i veoma sam ponosan što smo taj status zadržali do danas budući da zdravo društvo počiva na kvalitetnim porodičnim odnosima. U posao je od samog početka uključen i moj mlađi brat Nebojša, a trenutno zapošljavao i deset radnika, od kojih očekujem da pre svega budu ljubazni prema kupci-

ma, ali i da pokažu spremnost za usvajanje novih znanja – počinje priču za časopis Ton Nikola Čikarić, vlasnik farbare Čikarić boje. Ideju za pokretanje biznisa dobio je kada je uvideo da na području Požege ne postoje distributeri auto-refiniš programa. Tada su njegov brat Nebojša i on otvorili tezgu na robnoj pijaci, a u međuvremenu su proširili prodajni asortiman, pa se javila i potreba za otvaranjem prodavnice kako bi bili u mogućnosti da odgovore na sve veće zahteve kupaca. – Prvu radnju otvorili smo na raskršnici glavne gradske ulice i magistralnog puta u neposrednoj blizini centra grada. Na toj lokaciji ostali smo do 2005. godi-

ne, a odluku da se premestimo u novi lokal, i to svega 100 metara dalje, doneli smo zbog više razloga, prvenstveno zbog nedostatka prodajnog prostora i nepostojanja odgovarajućeg parkinga za kupce – navodi Čikarić. Njihova prva prodavnica prostirala se na 56 kvadratnih metara. Posle višegodišnjeg rada u tom prodajnom prostoru odlučili su da izgrade sopstveni objekat da bi zadovoljili sve potrebe za prodajom i skladištenjem robe. – Smatram da je lokacija veoma važna za poslovanje, a tom idejom vodio sam se i u odabiru mesta za izgradnju novog objekta. Novi lokal otvorili smo u maju 2014. godine, na magistralnom putu,

oko 800 metara od centra grada, u industrijskoj zoni. Pokazalo se da je lak dolazak do objekta iz svih delova grada veoma važan, kao i broj ljudi koji tuda svakodnevno prolaze, jer oni predstavljaju potencijalne kupce – objašnjava Čikarić. On dodaje da za uspeh nije važna samo lokacija već i asortiman. Farbara Čikarić boje, kako s ponosom ističe naš sagovornik, nudi više od 5.000 artikala, među kojima su boje i lakovi, termoizolacija, hidroizolacija, auto-refiniš proizvodi, premazi za drvo i metal, program za poliranje, sprejovi, alati, HTZ i još mnogo šta. Trenutno su, kako navodi Nikola Čikarić, veoma traženi sistemi za suhu gradnju, hidroizolaciju i termoizolaciju.

– Posebno me raduje povećana prodaja termoizolacionih materijala, što je pokazatelj da lokalna zajednica sve više prati trendove u gradnji energetski efikasnih objekata – ističe Čikarić. Kada žele da uvedu nešto novo u asortiman, kako naglašava vlasnik Čikarić boja, artikle prvenstveno biraju prema proizvođačima, ali i na osnovu iskustava potrošača. – Smatram da je veoma važno posvetiti pažnju analizi proizvoda pre nego što se puste u promet, jer se na taj način smanjuje procenat mogućih negativnih reakcija potrošača. Njihovo poverenje teško se stiče, a često veoma lako gubi – napominje Čikarić.

- Za uspeh nije važna samo lokacija već i asortiman.
- Farbara Čikarić boje, kako s ponosom ističe naš sagovornik, nudi više od 5.000 artikala, među kojima su boje i lakovi, termoizolacija, hidroizolacija, auto-refiniš proizvodi, premazi za drvo i metal, program za poliranje, sprejovi, alati, HTZ...

Poverenje je, smatra on, najvažnije za poslovni uspeh, a bitno je i pružiti mušteriji mogućnost izbora. Na taj način, kupca ne dovodite u neprijatnu situaciju da mora da priušti sebi nešto što prelazi njegovu platežnu sposobnost, već mu ostavljate alternativno rešenje. Pitali smo Nikolu Čikarića i koji su njegovi najznačajniji poslovni principi, nešto od čega u poslu ne odustaje. – Nikada ne treba odustajati od poštovanja rokova. Poštujući tuđe vreme i postignuti dogovor, pokazujemo ozbiljnost u poslovanju, a predstavljamo se i kao neko na koga partner uvek može da se osloni, što je i više nego potrebno u današnje vreme – ističe Čikarić. On smatra da je osim saradnje s postojećim kupcima, među kojima je približno jednak broj profesionalnih majstora i amatera, važno i upoznavanje s potencijalnim mušterijama. – Osim širenja asortimana i praćenja trendova, važno je i ulaganje u marketing. Želim da napomenem da posedujemo sopstveni bilbord na magistral-

nom putu, a vodimo računa i o promociji preduzeća u medijima. Veoma je važno ulagati u lokalnu zajednicu, jer vas kupci prepoznaju i na taj način. Trudimo se da budemo pokrovitelji svake sportske manifestacije u gradu i okolini, ali i da pomognemo zbivanja u oblasti kulture – kaže Čikarić. On navodi da je zadovoljan radom prodavnice boja i lakova s obzirom na trenutnu ekonomsku situaciju i ističe da je poslovanje u tom sektoru u Opštini Požega na relativno dobrom nivou. Čikarić su razmišljali i o širenju posla na druga tržišta, ali smatraju da bi pre toga trebalo uraditi ozbiljniju procenu i uporednu analizu mogućnosti i rizika. – Često nas zadovoljne mušterije iz okolnih gradova pitaju kada ćemo otvoriti maloprodaju u njihovoj sredini, ali zbog trenutnih ekonomskih prilika na realizaciju tih ideja moraćemo da sačekamo. Svaki prelazak na novo tržište traži velike troškove i angažovanje, pa se takve ideje moraju dobro analizirati – zaključuje Nikola Čikarić. ■