

Konačni izvještaj o učešću BiH na Expo 2020

U trajanju od šest mjeseci Bosna i Hercegovina bila je izložena za više od 25 miliona posjetilaca i to sa svime onim što je čini jedinstvenom i zemljom na koju treba obratiti pažnju. U tom periodu priliku da posjeti Expo 2020 Dubai, na osnovu provedenog javnog poziva, ostvarilo je više od 80 predstavnika iz bosanskohercegovačkih kompanija. U ovom periodu više od 45 miliona ljudi vidjelo je Bosnu i Hercegovinu na nekom od medijskih kanala, a u okviru PR kampanje Bosna i Hercegovina se redovno pojavljivala u medijima Ujedinjenih Arapskih Emirata.

Svrha preuzimanja organizacije učešća Bosne i Hercegovine bila je sačuvati dobar imidž kod samog organizatora koji je uložio velike napore da BiH bude dijelom ovog velikog događaja, te da bi odbijanje učešća BiH značilo svojevrsno zatezanje diplomatskih veza između Ujedinjenih Arapskih Emirata i Bosne i Hercegovine.

Sasvim je izvjesno da bi se još neko vrijeme čekalo na otvaranje konzulata UAE u BiH da nas nisu vidjeli tamo i da smo odbili njihovo gostoprimstvo. BiH je bila među svega dvije tri zemlje čiji je nastup na Expo-u bio upitan upravo zbog negativne političke klime u BiH u tom periodu. Zato smo čvrstog stava da je pojavljivanje na Expo 2020 neprocjenjiva nematerijalna investicija koju smo napravili od rata na ovamo.

Ističemo i da je prohodnost investitorima umnogome olakšana, te da je nekoliko velikih investitora pokazalo interesovanje za BiH nakon Expo-a, ali i da se u Sarajevu već realiziraju investicije veće od 200 miliona KM, a koje su stigle posredstvom Expo-a.

Trenutno se realiziraju investicije vrijedne više od 200 miliona na širem području Kantona Sarajevo. Ono što je signifikatorno je da smo mogli imati i regionalno predstavništvo velike kompanije Hot Pack, čiji su predstavnici još za trajanja Expo-a dolazili u BiH s ciljem istraživanja naših investicionih prilika. Njima je Srbija ponudila sve, mi nismo imali šta da im ponudimo jer u BiH ne postoji strategija privlačenja i zadržavanja investitora. Oni još nisu donijeli odluku gdje će biti njihovo regionalno predstavništvo, ali sve su prilike da će to biti Srbija koja im nudi i poticaj i zemljište i povrat na investiciju.

O tome šta ustvari predstavlja Expo za jednu zemlju najbolje je kazao Vjekoslav Domjan, stručnjak za oblast, koji je kazao da o značaju učešća na EXPO izložbi za bilo koju zemlju najbolje govori činjenica kako se radi o manifestaciji koja se održava od sredine 19. stoljeća pa do danas.

„Prva svjetska izložba održana je u Londonu 1851. godine, nakon čega ovakav koncept postaje popularan i organizuje se u načelu svake pete godine, kako bi se na jednom mjestu predstavili naučni, tehnološki, ekonomski i društveni napredak, s ciljem poboljšanja znanja čovječanstva. Kako je kazala generalna direktorica Expo 2020 Reem Al Hashimy, olimpijske igre su mjesto gdje svijet dolazi da se takmiči u sportu, Ujedinjene nacije mjesto gdje svijet dolazi da raspravlja o politici, a Expo mjesto gdje svijet dolazi da razmjenjuje ideje. Jednostavno kazano, Expo je platforma za ljudski napredak“, istakao je prof. dr. Domjan.

Naveo je i da je ovo do sad najveći Expo koji je okupio 192 zemlje svijeta, te da je zahvaljujući Kantonu Sarajevo na njemu bila predstavljena i BiH.

„Zahvaljujući dalekovidnosti Vlade Kantona Sarajevo Bosna i Hercegovina bila je dijelom ovog velikog događaja. U protivnom, BiH bi bila globalni izuzetak“, podcrtao je dr. Domjan.

I prof. dr. Admir Čavalić sa Univerziteta u Tuzli mišljenja je da je EXPO Dubai predstavljao jedan od najvažnijih događaja u protekloj deceniji, a kada je riječ o privredi konkretno, EXPO Dubai nastavlja tradiciju svjetskog sajma.

„Fokus je bio na održivosti, prilikama i mobilnosti. Upravo su ovakvi događaji ključni kako bi se istaknule manje zemlje poput Bosne i Hercegovine. Prisustvom na sajmu, stvorene su pretpostavke za unaprijeđenje imidža zemlje i jačanje stranih direktnih investicija. Naravno, sve koristi je teško mjeriti jer će najviše datih biti na bazi konkretnih odnosa i partnerstava koja su sklopljena od strane pojedinačnih kompanija učesnica. Svaka od bosanskohercegovačkih kompanija je na najbolji način iskoristila prisustvo, odnosno da privuče investiciju, kapital, osigura prodaju ili pak uvede novog stejkholdera u vlastiti lanac vrijednosti“, izjavio je dr. Čavalić.

Čavalić je stava da je nematerijalna korist neprocjenjiva, te da BiH ne bi mogla platiti cijenu štete koju bi proizvelo izostajanje BiH na ovoj najvećoj do sad svjetskoj smotri nacija.

„Sve u svemu, oportunitetni trošak eventualnog neprisustva BiH na Expo-u bi bio izuzetan“, podcrtao je dr. Čavalić.

Šestomjesečno predstavljanje Bosne i Hercegovine sa svim troškovima organizacije i opremanja paviljona koštalo je 3,6 miliona KM, što je prema mišljenju mnogih stručnjaka mala cijena za svu materijalnu i nematerijalnu korist koju će Bosna i Hercegovina imati u narednih nekoliko godina. Stručnjaci ističu i da bi nepojavljivanje Bosne i Hercegovine na ovoj smotri nacija bilo daleko skuplje i pogubnije, kako u diplomatskim, tako i u poslovnim krugovima.

U prilogu ovoj informaciji nalazi se i konačni izvještaj na engleskom jeziku sa dodacima (apendiksima), a ovdje donosimo kratak pregled izvještaja:

KRATKI IZVOD IZ IZVJEŠTAJA (nezvanični prijevod)

Dokument služi kao izvještaj o napretku sa informacijama o realizaciji projekta učešća Bosne i Hercegovine na EXPO Dubai 2020.

Izvještaj ima nekoliko dijelova, od kojih svaki prati određenu fazu projekta.

Sadržaj ovog izvještaja će dati jasnoću svih aktera projekta na svim projektima i aktivnostima u okviru organizacije učešća BiH na Expo 2020 Dubai.

U 21. vijeku, svjetske izložbe predstavljaju jednu od najvažnijih prilika za susrete globalne zajednice. One pružaju platformu bez premca za povezivanje preduzeća, vlada i međunarodnih partnera, kao i miliona građana koji posjećuju Expo izložbe.

Od 1851. godine, kada je organizovana prva Svjetska izložba Expo, one su jedan od najiščekivanijih globalnih događaja. Sa preko 192 zemlje koje su registrovane i uzele učešće, Expo 2020 Dubai se održao između 1. oktobra 2021. i 31. marta 2022. i zasigurno je bio jedan od najupečatljivijih svjetskih sajmova u historiji.

Svjetske izložbe su jedinstvene prilike za unaprjeđenje međunarodnog imidža nacije. One stvaraju jedinstvenu vezu između estetike, zabave, politike, kulture, diplomacije, funkcionalnosti i inovacije.

Važnost brendiranja u današnje vrijeme nije nešto što je ograničeno samo na poslovni sektor. Koncept “brendiranja nacije” omogućava zemljama da repliciraju tehnike marketing brenda kako bi izgradile nacionalni imidž i postale utjecajnije na međunarodnoj sceni.

Ulaganjem u bosanskohercegovački paviljon na Expo 2020 u Dubaiju, BiH je dobila mogućnost ostvarenja dugoročnih koristi, kao što su trgovinske prilike, razvoj dugoročnih partnerstava, globalno pozicioniranje, nova ulaganja i još mnogo toga.

Expo 2020 Dubai bio je **idealna prilika za jačanje i unaprjeđenje nacionalnog brenda zemlje** u globalnoj zajednici i među relevantnim međunarodnim sudionicima.

Svjetska izložba je okupila mnoge nacije pod jednom univerzalnom temom, dajući im šest mjeseci da razgovaraju o univerzalnim izazovima koji prijete planeti.

U tom smislu, izložbe u 21. stoljeću su dizajnirane da budu forumi za teme vezane za svjetsku budućnost.

Privlačeći pažnju potencijalnih domaćih i međunarodnih posjetilaca i kompanija, Bosna i Hercegovina se pozicionirala kao strateški partner za trgovinu i investicije pod temom „**Zemlja u obliku srca**“.

Državni paviljoni na Svjetskim izložbama bili su jedinstvena prilika za učesnike da uspostave značajne veze licem u lice sa međunarodnim akterima.

Svjetska izložba je omogućila smislene veze između aktivnosti javne diplomatije zemalja učesnica. Osim vladinih zvaničnika, ovom globalnom događaju prisustvovala su mnoge međunarodne organizacije, korporacije i predstavnici nevladinih organizacija.

Svaka zemlja ima jedan zajednički cilj da učestvuje na Svjetskoj izložbi, a to je predstaviti ono najbolje što može ponuditi. Zato su nacionalni paviljoni dugoročna korisna investicija.

Veličina i stil paviljona zavisili su od dvije glavne prednosti: resursa namijenjenih za Expo i prakse brendiranja planirane za događaj.

1. PRIPREMNE AKTIVNOSTI ZA NASTUP IZLAGAČA

1.1. Koordinacija, izrada tehničke dokumentacije i dokumentacija sa uputama za preuzimanje i obuku za Bh. paviljon

Pripremljen je i analiziran set aktivnosti (smjernica, dokumentacije i sl.) za pojavljivanje izlagača kao vodič za koordinaciju bh. paviljona, pripremu i razumijevanje tehničke dokumentacije, kao i sve ključne upute bosanskohercegovačkom timu za preuzimanje paviljona i menadžment, kao i obuku ključnih kadrova.

Svaki dio seta aktivnosti imao je svoju dodatnu dokumentaciju za podršku koja je priložena uz ovaj izvještaj, a koja je bila obavezna i po koj se moralo postupati i koristiti za daljnje dublje razumjevanje određenih tema i aktivnosti.

Ovaj dio/faza je obuhvatio/la dokumentaciju i detaljne smjernice priložene uz dokumente, kao i druge materijale koji su se u to vrijeme razvijali, kao što su *opća projektna strategija, komunikacijska strategija, vremenski okvir projekta i plan paviljona*, te neki drugi dokumenti trećih strana, a koji su povezani sa projektom.

Glavni dokument *Pripreme aktivnosti za nastup izlagača* sadrži uputstvo za preuzimanje bh. paviljona sa priložima u priložima.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti :

1.1.1. Opći dokumenti

1.1.2. Smjernice organizatora i tehničke specifikacije za brendiranje paviljona

1.1.3. Marketinške i komunikacijske smjernice

1.1.4. Smjernice za protokol

1.1.5. Smjernice za akreditaciju

1.1.6. Smjernice za događaje/programiranje

1.1.7. Posebni propisi i vodiči

1.1.1. Opći dokumenti

Sveukupni *Opći dokumenti* EXPO 2020 Dubai pokrivaju i objašnjavaju ciljeve projekta i uputstva i vodiče za prezentaciju zemlje, dok se prateći dokumenti mogu vidjeti u Dodatku br. 2:

- *Kratak vodič*
- *Tematski vodič*
- *Brošura*
- *Vodič za učesnike*

1.1.2. Smjernice organizatora i tehničke specifikacije za brendiranje paviljona

Ovaj dokument dao je detalje o operativnim aktivnostima unutar bh. paviljona i postavljen je na EXPO portal.

1.1.3. Marketinške i komunikacijske smjernice

U ovom dokumentu uspostavljena su dva kriterija za usklađenost — kontrole i vodiči — kako bi se učesnicima pružile potrebne informacije kako bi se osiguralo da i oni i Expo 2020 Dubai mogu ispuniti svoje marketinške i komunikacijske aspiracije.

Kontrole su „obavezne“ izjave koje utvrđuju obavezne zahtjeve koje sudionici moraju poštovati kako bi ispunili marketinške i komunikacijske zahtjeve Expo 2020 Dubai.

1.1.4. Smjernice za protokol

Odeljenje za protokol Expo 2020 odgovorno je za omogućavanje, upravljanje i isporuku usluga protokola tokom posjete Protokol gostiju izložbi Expo 2020 tokom vremenske faze prije događaja i tokom događaja. On nadgleda standardno planiranje protokola i integraciju u organizaciji i zajedno sa državnim menadžerima, služi kao tačka kontakta između organizatora i gostiju protokola.

1.1.5. Smjernica za akreditaciju

Sistem akreditacije Expo 2020 Dubai dizajniran je i konfiguriran za rukovanje velikim količinama podataka i za olakšavanje podnošenja zahtjeva za akreditacijske propusnice za vrijeme događaja. Expo 2020 je uključio četiri različite metode podnošenja prijava.

1.1.6. Smjernice za događaje/Programiranje

Najveći događaj na srednjoj sceni ikada Dubai 2020. je revolucionarni spektakl koji okuplja više od 200 učesnika, detalji o svakom posebnom vodiču (OPP za pomoć u zemlji, predložak događaja, kalendar događaja, nacionalni dan, programiranje vodič) možete pronaći u Dodatku 7.

1.1.7. Posebni propisi i uputstva

Expo 2020 Dubai je posvećen tome da omogući nesmetano putovanje za sve učesnike i drugo povezano osoblje koje putuje u UAE u vezi sa događajem Expo. Dokumenti o posebnim zahtjevima sastoje se od sljedećih datoteka koje se nalaze u Dodatku 12.

1.2. Troškovi tima koji su pokrili sve aspekte upravljanja projektom, organizacije bh. paviljona, komunikacije, logistike i promocije na tržištu UAE za period od 6 mjeseci, uz maksimalno korištenje raspoloživosti koje osigurava organizator

Timovi koji su pokrivali sve aspekte upravljanja projektima, organizacije, komunikacije, logistike i promocije za vrijeme trajanja projekta.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti

- 1.2.1. **Tim za upravljanje projektima** (glavni menadžer projekta, prvi asistent, drugi asistent)*
- 1.2.2. **Upravljački tim paviljona** (direktor paviljona, koordinator paviljona, direktor proizvodnje, menadžer zdravlja i sigurnosti)*
- 1.2.3. **Medijski tim** (Službenik za vezu s medijima, Koordinator za odnose s javnošću i medijima, PR menadžer)*
- 1.2.4. **Tim za upravljanje događajima** (menadžer događaja x2, koordinator događaja, A/V tehničar)*
- 1.2.5. **Logistički tim** (menadžer logistike, administrativni pomoćnik za carinu, koordinator skladištenja)*
- 1.2.6. **Pravni i finansijski tim** (specijalista za nabavke, menadžer finansija, administrativni asistent)*
- 1.2.7. **Fokalna tačka za programiranje***
- 1.2.8. **Transport** (menadžer transporta, koordinator transporta, menadžer za koordinaciju transporta na licu mesta)*
- 1.2.9. **Tim za putovanja i ugostiteljstvo** (menadžer smještaja, menadžer putovanja, pomoćnik administracije viza, menadžer za usklađenost)*
- 1.2.10. **IT menadžer i menadžer za telekomunikacije***

Glavni menadžer projekta - međunarodni viši stručnjak je također registrovan kao MLO pod nadležnošću Ministarstva ekonomije kako bi imao pristup medijima, medijskim lokacijama i upravljanje kampanjama i sadržajem u UAE tokom EXPO 2020.

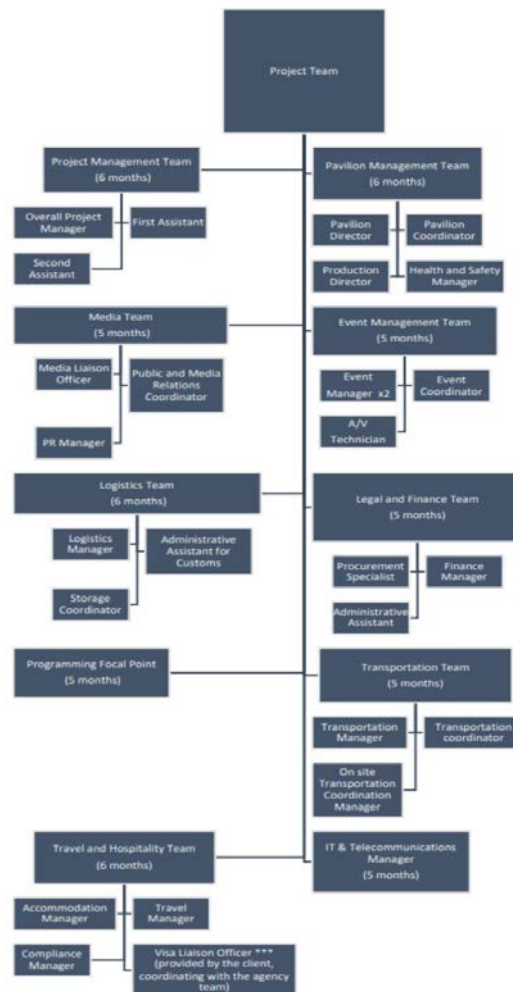
Prema tenderu i budžetu, medijski tim je bio planiran da ima 3 stručnjaka, ali s obzirom na procedure EXPO 2020 tim je imao:

- *Službenik za vezu sa medijima koji ima licencu UAE i govori arapski*
- *Licenca koordinatora za odnose s javnošću i medijima UAE*
- *Licenca PR menadžera UAE*
- *Licenca PR asistenta UAE*
- *Licenca menadžera društvenih medija UAE*

Tim je bio ovlašten i odgovoran za sve komunikacijske procedure od dolaska bosanskohercegovačkih timova. Tim je morao imati PR stručnjaka, koji osim engleskog govori i bosanski jezik, poznaje ekonomske, političke i kulturne i medijske aspekte BiH i može upoznati i pripremiti PR UAE agenciju sa aspektima važnim za BiH.

Pored registracije pomenutih MLO-a, izvođač je imao poslovnog savjetnika UAE - međunarodnog višeg stručnjaka, registrovanog kao MLO da bi imao pristup medijima, medijskim kućama i upravljanju procesima bez ograničenja na medijske lokacije EXPO 2020, posebno prilikom posjeta visokih delegacija i poslovne delegacije. Poslovni savjetnik

imao je pristup medijskim EXPO 2020 lokacijama na kojima se snimaju izjave delegacija i/ili predstavnici biznisa i gosti.



Tim bh. paviljona na EXPO 2020 Dubai sastojao se od 26-35 ljudi, koji su radili na razvoju kreativnih ideja, dizajna i proizvodnih dijelova.

Kreativni bh. tim:

- kreativni direktor • umjetnički direktor • viši dizajner • mlađi dizajner 2x • DTP operater • copywriter

Produkcijski bh. tim:

- direktor - BIH /UAE • videograf/fotograf • video editor • animator • audio producent • kreativni direktor • umjetnički direktor • viši dizajner • mlađi dizajner • DTP operater • copywriter

Logistički bh. tim:

- menadžer putovanja / koordinator za zdravlje i sigurnost • koordinator logistike • koordinator događaja - lokalni umjetnik • menadžer transporta • pomoćnik za logističku podršku

Tim za kreiranje sadržaja:

- menadžer za kreiranje sadržaja • kreator sadržaja društvenih medija • IT menadžer i IT podrška tim za medijsko planiranje BiH • Ddirektor za medije • viši savjetnik za medije •

Planer društvenih medija:

- viši medijski strateg • pomoćnik za praćenje medija

1.3. Koordinacija organizacionih aspekata sa lokalnim privrednicima i interesnim grupama

Expo 2020 Dubai je angažovao neke agencije da pokrenu proces koordinacije i organizovanja lokalnih privrednika i interesnih grupa. Također, kreirana je mapa i sadržaj za web stranicu kao i dizajn i postavljanje web platforme za registraciju i registraciju poslovanja.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

1.3.1. Dizajn i postavljanje web platforme za registraciju i registraciju poslovanja

1.3.2. Održavanje web platforme

1.4. Pružanje svih tehničkih i organizacionih aspekata prema planu programa EXPO

Izrađen je tehnički i organizacioni plan za sve aktivnosti vezane za nastup izlagača na EXPO Dubai 2020.

Vremenski okvir pokrio je sve ključne aspekte i detaljan obim za sljedeće segmente:

- Pripremne aktivnosti za nastup izlagača na EXPO Dubai 2020
- Plan adaptacije i održavanja enterijera po predloženom dizajnu paviljona
- Razvoj koncepta za nastup izlagača i EXPO Dubai 2020
- Organizacija, logistika, priprema i podrška učešću i promociji bh. kompanija u bh. paviljonu na EXPO Dubai 2020
- Provođenje ceremonije obilježavanja Dana državnosti
- Logistički troškovi organizacije učešća BiH na EXPO 2020
- Pravni i finansijski troškovi bh. paviljona
- Usporedni troškovi organizacije, učešća i prisustva BiH na EXPO 2020.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

1.4.1. Izrada vremenskog okvira projekta

Izrada vremenskog okvira projekta koji je korišten za koordinaciju svih aktivnosti u vezi sa prisustvom i promocijom BiH na paviljonu EXPO 2020, kao i vremenski okvir aktivnosti: *kulturni program i plan bh. paviljona.*

2. ADAPTACIJA I ODRŽAVANJE ENTERIJERA PO PREDLOŽENOM DIZAJNU PAVILJONA U SKLADU SA SMERNICAMA ORGANIZATORA I PROGRAMSKIM AKTIVNOSTIMA IZLAGAČA

2.1. Pripreme i koordinacija sa organizatorom EXPO 2020 za adaptaciju paviljona prema tematskom sadržaju tima BiH

Bh. pavilion tim osigurao je da dizajn novog koncepta opremanja bude u skladu sa standardima 'zelene knjige' EXPO Dubai 2020 kako bi sveo na minimum vrijeme potrebno za sva dodatna odobrenja i dozvole.

Prije svakog daljnjeg rada Tim bh. paviljona je garantovao da će biti sva potrebna pokrivanja osiguranja za cijelo vrijeme boravka na licu mjesta od posjedovanja paviljona prije Expo događaja do primopredaje paviljona po završetku događaja. Bh. paviljon je prošao i zadovoljio uslove specijalne H&S inspekcije na odobrenje za otvaranje i rad.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.1.1. Prikupljanje informacija sa web platforme organizatora u vezi sa tehničkim procedurama

2.1.2. Analiza tehničkih informacija o paviljonu

2.1.3. Svakodnevni kontakt sa organizatorom i državnim tijelima u pripreмноj fazi

2.1.4. Osiguravanje vladinih odobrenja/certifikacija

2.1.1. Prikupljanje informacija sa web platforme organizatora u vezi sa tehničkim procedurama

Podizvođač Simetrico je angažiran da izradi glavni plan vremenskog plana aktivnosti opremanja paviljona kako bi se osiguralo da će sve aktivnosti slijediti pravila, propise i politike EXPO 2020 Dubai.

2.1.2. Analiza tehničkih informacija o paviljonu

Tim bh. paviljon i ostali bili su u svakodnevnoj komunikaciji sa timom PT EXPO 2020 Dubai, kao i sa izvođačem i menadžerskim timom EXPO projekta kako bi razumjeli sve tehničke aspekte opremanja i kako bi se izbjegla kašnjenja u radu.

2.1.3. Svakodnevni kontakt sa organizatorom i državnim tijelima u pripremnoj fazi

2.1.4. Osiguravanje vladinih odobrenja/certifikacije

2.2. Razvoj teme za 6 mjeseci nastupa BiH na EXPO-u, uključujući odabrane grane i industrije prema opisu teme

Tema i koncept dizajna su razvijeni za nastup BiH na EXPO Dubai 2020, odabrane grane i industrije su odabrane prema početnoj temi. Sveukupno iskustvo paviljona proizlazilo je iz glavne komunikacijske poruke Bosne i Hercegovine za EXPO 2020, a to je da je BiH *“Prilika u obliku srca”*.

Bosna i Hercegovina je zemlja u obliku srca koja se nalazi u srcu jugoistočne Evrope. Tu su se susretale istočne i zapadne civilizacije, ponekad sukobljavale, ali češće obogaćivale i pojačavale jedna drugu, kroz svoju dugu i fascinantnu historiju. Oblik zemlje je povezan sa ličnošću građana BiH, koji ulažu srce u sve što rade.

Paviljon “Prilika u obliku srca” podrazumijevao je:

- *Promovisanje mogućnosti ulaganja u specifične sektore i inovativne projekte*
- *Izgradnju svijesti o BiH kao zemlji u obliku srca koja je mjesto susreta zapadnih i istočnih civilizacija*
- *Promocija kulture, gostoprimstva i otvorenosti ljudi, pričajući priču o multikulturalnom prosperitetu i suživotu*
- *Promoviranje inovatora u BiH i sveukupno posvećene radne snage*
- *Promoviranje potencijala ulaganja u turizam i promociju destinacije*

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.2.1. Prijedlog koncepta ključnih tematskih sadržaja: sažetak dizajna paviljona i prijedlog sadržaja (Izrađe ključni tematski koncept i sažetak za dizajn i izradu paviljona Bosne i Hercegovine)

2.3. Adaptacija enterijera predloženim dizajnom paviljona i usklađenost sa temom BiH, prema smjernicama organizatora i tehničkoj specifikaciji odabranog rješenja

Angažovan je podizvođač radova na demontaži i pakovanju postojeće paviljonske instalacije, a tim bh. paviljona je koordinirao sa EXPO logističkim timom za transport i sigurno skladištenje panela i sadržaja do EXPO skladišta. Sve novo je isplanirano,

koordinirano i implementiran cijeli paviljon, novi koncept dizajna u skladu sa propisima izložbe, držeći paviljon otvorenim preko dana, dok se na novom dizajnu radilo samo u noćnim smjenama kada je EXPO 2020 zatvoren za posjetioce.

Nakon što je opremanje završeno, odgovorni tim je uvjerio paviljon u operativnu spremnost prema protokolima i propisima EXPO 2020.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.3.1. Demontaža postojećeg postavljanja paviljona, transport i skladištenje svih postojećih sadržaja; Osiguravanje svih odobrenja od strane organizatora

2.3.2. Realizacija predloženog dizajna paviljona

2.4. Angažovanje dizajnera enterijera za usklađivanje predloga paviljona sa temom, izradu tehničkih detalja i specifikacija za postavljanje na web sistem organizatora, na odobrenje i eventualne korekcije

Izrađene su tehničke specifikacije na osnovu odobrenog koncept projekta i postavljen je paviljon u roku od 12 dana s obzirom da je paviljon bio u potpunosti u funkciji danju, a izmjene opremanja izvršene su noću u dozvoljenom radnom vremenu.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.4.1. Prijedlog za uređenje interijera

2.4.2. Tehnička specifikacija za postavljanje paviljona

2.4.3. Učitavanje specifikacije na web sistem organizatora

2.5. Troškovi zakupa tehničke opreme, LED ekrana, rasvjete, nabavke reprezentativnih eksponata i izrade svih materijala za transformaciju bh. paviljona po mjesečnim temama

AV dobavljači su odabrani i nastavljeno je sa uređivanjem AV opreme potrebne kako bi se uklopila u novi koncept dizajna.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.5.1. Specifikacija potrebne tehničke opreme

2.5.2. Iznajmljivanje AV opreme (najam u periodu od 5 mjeseci (1 projektor i glavno platno, 5 sekundarnih platana)

2.5.3. Održavanje AV opreme

2.6. Osposobljavanje, opremanje i brendiranje poslovnog prostora bh. paviljona na prvom spratu, vizuelna adaptacija prema temi i vizuelnom identitetu bh. nastupa na EXPO-u

Prijedlog je kreiran za brendiranje uredskog prostora paviljona BiH prema cjelokupnom vizuelnom identitetu za nastup zemlje na EXPO Dubai 2020.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.6.1. Prijedlog za brendiranje

2.6.2. Izrada naljepnica za brendiranje

2.6.3. Implementacija brendiranja poslovnog područja

2.7. Angažovanje ljudskih resursa za potrebe paviljona na period od 6 mjeseci, 2 smjene

Regrutirani i obučeni tim domaćina bh. paviljona obavljao je ulogu gostujućih ambasadora. Ova ekipa je svakodnevno u 2 smjene bila prisutna u bh. paviljonu i dočekivala sve goste u paviljonu i vodila ih kroz paviljon. Za goste ambasadore obezbeđen je smeštaj za prvi mesec, dok je za preostala 4 meseca projekta tim preselio u apartmane EXPO Village, smeštaj je obezbijedio EXPO 2020 doo. Obezbeđeni su im paketi mobilnih telefona, naknada za prevoz u vidu mjesečne karte za dopunu metroa, kao i pokriće za sve dodatne sate odrađene tokom decembra mjeseca u pripremnoj fazi za organizaciju ND i CBB.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

2.7.1. Tim domaćina paviljona

2.7.2. Brifing, obuka i onboarding

3. RAZVOJ KONCEPTA ZA NASTUP IZLAGAČA NA EXPO 2020

3.1. Kreativni koncept i prijedlog sadržaja za bh. nastup na EXPO-u

Kreativni koncept i strategija sadržaja razvijeni su kao sastavni dio ukupna marketinška strategija.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.1.1. Razvoj kreativnog koncepta

3.1.2. Strategija sadržaja

3.2. Adaptacija postojećih grafičkih rješenja i izrada vizualnog identiteta i slogana bh. nastupa na EXPO 2020 uz priloženi brandbook

Opsežna knjiga brendova je razvijena i odobrena od EXPO-a, prateći stroge procese odobravanja.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.2.1. Prijedlog slogana

3.2.2. Brend Book razvoj i vizuelna ažuriranja

3.2.1. Prijedlog slogana

Logo i slogan

Slogan i logo su razvijeni kako bi se izgradio jedinstven i prepoznatljiv imidž Bosne i Hercegovine na EXPO-u. Zvanični slogan BiH bio je „*Prilika u obliku srca*“, koja odražava dvije ključne komunikacijske poruke o brojnim mogućnostima ulaganja koje zemlja može ponuditi, istovremeno izgrađujući emocionalnu vezu sa ljudima koji ulažu srce u sve što rade.

3.2.2. Razvoj brenda i vizuelna ažuriranja

Bosna i Hercegovina, kao zemlja u obliku srca, predstavlja mjesto susreta istočne i zapadne civilizacije, modernog i tradicionalnog sa dugom i fascinantnom historijom. Oblik zemlje može se povezati sa karakterom građana BiH koji ulažu sve svoje srce u sve što rade.

3.3. Izrada posebnog logotipa i naziva zemlje izlagača, komunikacijski slogan i korištenje gore navedenog u kombinaciji s EXPO brendom, te za komunikaciju i društvene mreže

Logotip je razvijen za primjenu na svim komunikacijskim materijalima kao jedinstvena i prepoznatljiva slika Bosne i Hercegovine na EXPO-u.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.3.1. Razvoj logotipa

3.4. Dizajn i otvaranje kanala za društvene mreže BH EXPO koje je potrebno povezati na glavnu web stranicu organizatora EXPO 2020 Dubai

Za uspostavljanje glavnih kanala komunikacije na društvenim mrežama objavljene su i kreirane sljedeće platforme društvenih medija, koje su služile kao službeni računi učešća Bosne i Hercegovine na Expo 2020 Dubaiju: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube i LinkedIn.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.4.1. Dizajn naslovnice i profilnih fotografija za društvene mreže

3.4.2. Postavljanje profila na društ. mrežama (domena, odjeljak, O nama i početni sadržaj)

3.5. Idejna ideja i dizajn suvenir seta

Prijedlog kompleta suvenira, razvojna metodologija odabira i upravljanje procesima selekcije

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.5.1. Prijedlog kompleta suvenira za izložbu proizvoda u paviljonu

3.6. Izrada video i grafičkog sadržaja za vizualizaciju mjesečne teme i projekcije dok je postojeća oprema na paviljonu prema tehničkim smjernicama odabranog dizajna paviljona

Planirano je da se proizvede i postavi u bh. paviljon 25 storyboarda za 25 videa, ali je ukupno 28 proizvedenih storyboarda i videa koji su zadovoljavali sve zahtjeve ekrana i paviljona.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.6.1. Izrada storyboarda za promotivne spotove u paviljonu

3.6.2. Izrada promotivnih videa za ekrane paviljona

3.7. Izrada i adaptacija video sadržaja domaćeg izlagača za digitalne ekrane koji prate obavezne događaje poput priznanja 12 svjetskih događaja

Razvijen je konceptualni razvoj pristupa produkciji videa koji prepoznaje **12 svjetskih događaja**.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.7.1. Razvoj storyboarda za video

3.7.2. Izrada promotivnih videa

3.7.1. Razvoj storyboarda za video - Razvijeno je 12 storyboarda za sljedeće svjetske događaje:

1. Međunarodni dan djeteta

2. Međunarodni dan gradova

3. Međunarodni dan invaliditeta

4. Međunarodni dan sreće

5. Međunarodni dan obrazovanja
6. Međunarodni dan zdravlja
7. Međunarodni dan ljudskih prava
8. Međunarodni dan tolerancije
9. Međunarodni dan volontera
10. Međunarodni dan voda
11. Međunarodni dan divljih životinja
12. Međunarodni dan žena

3.9. Izrada izložbenog sadržaja

Izložbeni sadržaj je pripremljen, u smislu grafike, tekstova i slika koji su korišteni za postavljanje paviljona. Sadržaj je pripremljen na engleskom i arapskom jeziku.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.9.1. Fotografije i autorska prava za dizajn paviljona i izložbe

3.10. Idejno rješenje i izrada seta promotivnog materijala uključujući video prezentaciju aktivnosti tematskih sekcija i promocije BiH na štandu

Koncept i storyboard su razvijeni za promociju ukupnog potencijala BiH, kao i video koji promovira zimski turizam u BiH.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.10.1. Izrada promotivnog spota za turizam i jednog videa ukupnog bh. potencijalnog

3.10.2. Adaptacija materijala za PR i digitalnu kampanju uključujući fotografije za vizuelne reklame

3.10.1. Izrada promotivnog spota za turizam i jednog videa ukupnog bh. potencijalnog

Materijali za PR i digitalnu kampanju korišteni su prema planu i rasporedu kampanje. Linkovi do proizvedenih video zapisa, kao i screenshotovi materijala mogu se vidjeti na linkovima, a video datoteke se mogu naći na CD-u priloženom ovom izvještaju.

3.11. Izrada video i grafičkog sadržaja za vizualizaciju mjesečne teme i projekcije korištenjem postojeće opreme na paviljonu prema tehničkim smjernicama uključivanja materijala koji će obuhvatiti sve bitne aspekte - grane industrija u okviru „teme prilika“

Grafikom je pripremljen sa sadržajem za promociju ključnih industrija u okviru paviljona, zajedno sa tekstovima koji ukazuju na ključne mogućnosti svake industrije. Pored toga, angažovani tim na storyboardima razvio je faze za 7 ključnih video zapisa.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.11.1. Autorska prava na fotografije i dizajn vizualnih materijala koji pokrivaju ključne industrije koje treba promovirati

3.11.2. Razvoj koncepta i storyboarda za video koji promovira 6 ključnih video zapisa u industriji

3.11.3. Produkcija 6 ključnih video zapisa u industriji

3.12. Kupovina medijskih usluga za promociju zemlje u UAE za trajanja EXPO 2020

Izrađen je medijski plan koji je pokrivaoglašavanje putem digitalnih medijskih kanala, s fokusom na UAE. Po odobrenju media plana, obrađena je kupovina digitalnog medijskog prostora, uz svakodnevno praćenje i optimizaciju parametara kampanje, kako bi se osiguralo dostizanje zacrtanih ciljeva.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.12.1. Izrada plana kupovine medija

3.12.2. Kupovina medija

3.12.3. Izvještavanje

3.12.1. Izrada plana kupovine medijskog prostora

Media plan je razvila treća strana koja pokriva oglašavanje putem digitalnih medijskih kanala, s fokusom na UAE. Po odobrenju media plana pristupilo se redovnom otkupu digitalnog medijskog prostora, uz svakodnevno praćenje i optimizaciju parametara kampanje, kako bi se osiguralo postizanje postavljenih ciljeva.

Sadržaj objavljen na društvenim mrežama je uključivao i njegovo oglašavanje, prema prethodno odobrenom planu oglašavanja.

Oglašavanje je uključivalo sljedeće:

- *povećanje objava na Facebooku, Instagramu, LinkedIn-u*
- *Povećanje Instagram priča*
- *Promociju poslovnog takmičenja*
- *Kampanja sviđanja stranice*
- *Instagram oglasna kampanja*

3.13. Izrada marketinškog plana za stratešku promociju BiH

Izrađena je marketinška strategija koja sadrži detaljan plan promocije BiH kao destinacije, sa ključnim sektorima koje treba promovirati.

Sa predviđenih 25 miliona posjeta, Expo 2020 Dubai imao je za cilj inspirirati ljude i učesnike da se udruže kako bi podijelili ideje i inovacije kako bi se riješili neki od najvećih svjetskih izazova i stvorili bolju budućnost za sve. Expo 2020 Dubai težio je da svi posjetiooci i učesnici odu sa osjećajem osnaženosti i svrhe i obnovljenim i vječnim optimizmom u pogledu budućnosti. Svaka nacija učesnica imala je svoj paviljon po prvi put na Svjetskoj izložbi, što znači da su posjetitelji mogli istražiti stotine zemalja bez potrebe za pasošem. Expo je platforma bez premca za zemlje da podijele svoju priču sa svijetom, a organizator je imao za cilj pružiti punu podršku učesnicima da iskoriste prednosti događaja. Bosna i Hercegovina, kao zvanični učesnik EXPO 2020, imala je unikatnu priliku da bude prisutna u centru mogućnosti poslovnog umrežavanja, prikazujući najbolje od svoje historije, kulture, tradicije i poslovnih potencijala.

Pored paviljona koji se nalazio u sklopu Opportunity distrikta, promociju nastupa Bosne i Hercegovine na EXPO-u tretirala je opsežna Marketing i komunikacijska strategija.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.13.1. Izrada marketinškog plana za stratešku promociju BiH (kao destinacija "Mogućnosti" sa ključnim sektorima sa potencijalom za razvoj)

3.14. Kreativna ideja i dizajn komunikacijskog i promotivnog materijala, proizvodnja komunikacijskog i promotivnog materijala BiH kao državnog izlagača. Kreativna ideja je razvijena za promociju zemlje na teritoriji UAE.

Kreativna ideja je korištena kao osnova za razvoj različitih komunikacijskih materijala, kao npr.:

- *Glavni promo video*
- *Sadržaj društvenih medija*
- *Digitalni mediji - oglasi/baneri*
- *Press Release fotografija*

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.14.1. Kreativna ideja i dizajn komunikacijskog i promotivnog materijala, autorska prava

3.14.2. Dizajn i adaptacija reklama za različite formate prema media planu

3.14.3. Izrada 4 seta oglasa u skladu sa odobrenim media planom (24 oglasa)

3.14.4. Izrada spota za promociju Dana državnosti

Kreativna ideja i dizajn komunikacijskog i promotivnog materijala, proizvodnja komunikacijskog i promotivnog materijala BiH kao državnog izlagača. Kreativna ideja je razvijena za promociju zemlje na teritoriji UAE.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.14.1. Kreativna ideja i dizajn komunikacijskog i promotivnog materijala, autorska prava

3.14.2. Dizajn i adaptacija reklama za različite formate prema media planu

3.14.3. Izrada 4 seta oglasa u skladu sa odobrenim media planom (24 oglasa)

3.14.4. Izrada spota za promociju Dana državnosti

3.15. Angažman agencije UAE za PR podršku i promociju BiH u UAE

Partnerske agencije su angažovane za promociju ključnih komunikacijskih poruka na teritoriji UAE. Kao dio zadatka, razvijen je i PR plan koji je realizovan do kraja EXPO 2020 Dubai.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

3.15.1. Izrada PR plana - priprema i podrška UAE PR agencije, upoznavanje sa BH PR strategijom za UAE

3.15.2. Angažman UAE agencije za PR podršku i promociju BiH u UAE PR. Plan PR predstavljao je ključno sredstvo za uspješnu promociju ključnih komunikacijskih poruka.

Glavne PR aktivnosti bile su orijentirane na teritoriju UAE, usmjerene uglavnom na poslovnu zajednicu. Osim toga, glavni fokus PR aktivnosti bio je:

- *Promocija paviljona Bosne i Hercegovine*
- *Promocija Nacionalnog dana Bosne i Hercegovine (18. decembar)*

- *Promocija ključnih aktivnosti poslovne zajednice (Informacije o poslovnom programu, Biznis networking događaji, Country Business Briefings, izlagači bh. kompanija na EXPO-u*
- *Mogućnosti govora za predstavnike vlada u BiH*
- *Podrška bh. novinarima u posjeti EXPO 2020 i Paviljonu BiH*
- *Razvoj web sadržaja*
- *Koordinacija sa ključnim zainteresovanim stranama*
- *Monitoring i medijske analize*

Prije realizacije PR aktivnosti, medijski tim je bio uključen u pripremne aktivnosti koje između ostalog uključuju:

- *Uključivanje službenika za vezu sa medijima*
- *Obilazak lokacije EXPO-a, Media centra i Press centra, gdje će se održati konferencija za novinare*
- *Uvod u korištenje Tawassul-a – Medijskog informacionog sistema*
- *Dozvole za bavljenje medijskim aktivnostima*
- *Pravila upravljanja u odnosu na Regulatorno tijelo za telekomunikacije (TRA), Međunarodnu uniju za telekomunikacije (ITU)*
- *Uvod u sadržaj generiran sa stranice EXPO 2020 Dubai*
- *Upoznavanje sa pravilima ponašanja*
- *Upoznavanje sa ograničenjima posebnih događaja*
- *Upoznavanje sa opštim propisima za akreditovane medije*
- *Upoznavanje sa pravilima osiguranja i medijskim obavezama priznatim prema zakonu UAE*
- *Uvod u intelektualnu svojinu,*
- *Pripreme Media Kita*
- *Aktivnosti su sprovedene u oktobru i novembru 2021. godine.*

Promocija Paviljona Bosne i Hercegovine

Osim promotivne kampanje kojom je obilježeno otvaranje redizajniranog paviljona BiH, osigurana je dodatna ekspozicija kroz tematski članak koji sadrži ključne informacije o iskustvu koje posjetitelji mogu očekivati. Članak je fokusiran na live nastup bh. majstora i jedinstveno iskustvo dobrodošlice uz svježu bosansku kafu. Nadalje, u članku su prethodno identificirani elementi brenda, dajući jasan dokaz tvrdnji da je BiH “prilika u obliku srca”. Tematski članak sadrži fotografije iz paviljona i fotografije snimljene u okviru promo kampanje. Osim toga, članak je dao link na posebno proizveden promo video. Članak je pripremljen i objavljen u medijima UAE nakon Nacionalnog dana Bosne i Hercegovine.

Medijsko praćenje Nacionalnog dana/konferencije za štampu

Na Nacionalni dan Bosne i Hercegovine pružena je puna podrška, u smislu organizacije press konferencije u EXPO medijskom centru, kao i kroz izradu i distribuciju Saopćenja za javnost. Pružena je puna podrška u svim fazama Nacionalnog dana, počevši od pripreme i koordinacije aktivnosti lokalnih medija sa EXPO medijskom kancelarijom. Sedmicu dana prije Nacionalnog dana, media tim BiH povezuje se s predstavnicima medija EXPO-a kako bi potvrdili detalje konferencije uključujući imena, uloge i titule svake osobe koja govori ili zahtijeva prisustvo na konferenciji za medije. Pored koordinacije organizacije konferencije za štampu, podržana je priprema i organizacija kratkog emitovanog intervjua sa šefom zvanične delegacije.

Prevođenje, prilagođavanje i distribucija najava o Nacionalnom danu (mediji su 18. decembra biti pokriveni. Originalni tekst dostavljen agenciji Via Media na engleskom) Svi materijali za Nacionalni dan su izrađeni po rasporedu, uključujući medijske savjete i saopćenje za javnost. Saopćenje za javnost je objavljeno na Tawassul-u i distribuirano medijima u UAE. Media Advisory je distribuiran medijima u UEA, uz najavu o Tawassulu. Urađen je scenario i

scenario konferencije za novinare, a svi detalji su se trebali dogovoriti sa Expo Media centrom.

3.16. Provedba marketinške kampanje, upravljanje kampanjama, PR i društvene mreže, 6 mjeseci Nakon usvajanja cjelokupne marketinške strategije, medijski tim je pristupio realizaciji marketinške kampanje, u skladu sa niže navedenim rezultatima.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

- 3.16.1. Realizacija marketinške kampanje, prema odobrenom planu*
- 3.16.2. Izrada 4 seta oglasa u skladu sa odobrenim medija planom (24 oglasa)*
- 3.16.3. Upravljanje društvenim mrežama, objavljivanje sadržaja, odgovaranje na pitanja*
- 3.16.4. Planiranje i kupovina medijskog prostora*
- 3.16.5. Realizacija PR aktivnosti, prema odobrenom planu*
- 3.16.6. Mjesečni kalendar sadržaja društvenih medija (do 30 objava mjesečno)*

4. ORGANIZACIJA, LOGISTIKA, PRIPREMA I PODRŠKA ZA UČEŠĆE I PROMOCIJU BH. KOMPANIJA NA PAVILJONU BH EXO 2020

4.1. Identifikacija mogućnosti i pomoć za poslovno umrežavanje zemlje izlagača, kompanija izlagača, sa drugim zemljama – „Događaji poslovnog umrežavanja“

Tim za poslovni razvoj radio je na detaljnom planu poslovnog umrežavanja istražujući poslovne mogućnosti koje su dostupne na Expo-u. Tim je došao do 75 poslovnih predstavnika iz Expo zemalja s ciljem stvaranja mogućnosti. Business Content Manager je u periodu od 10.-17.11.2021. godine održao 15-20 sastanaka sa poslovnim predstavnicima različitih zemalja i drugim poslovnim ljudima.

Poslovni tim je pronašao priliku da organizuje Country Business Briefing kako bi iskoristio prisustvo šefova država BiH, lidera i stručnjaka iz industrije kako bi istakli njihove komercijalne mogućnosti i uspostavili smislen diskurs i odnose sa različitim poslovnim akterima Expo-a. Poslovni tim je rezervirao mjesto, odabrao govornike i izradio detaljan dnevni red događaja. Koordinacija i upravljanje na licu mjesta su se odvijali od 15.12. – 20.12.2021. Nakon državnog poslovnog brifinga, poslovni tim se fokusirao na razvoj umrežavanja i plana sastanaka i logističku organizaciju putovanja za pet poslovnih delegacija za period 01.01.-31.03.2022.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

- 4.1.1. Tim za razvoj poslovanja sa sjedištem u BiH i UAE*
- 4.1.2. Izrada plana umrežavanja poslovnog programa*
- 4.1.3. Planovi sastanaka i logistička organizacija*
- 4.1.4. Organizacija i koordinacija poslovnog brifinga u zemlji*

4.2. Izrada poziva za posjete bh. kompanijama, uz uključenu pomoć za organizaciju individualnih i grupnih putovanja

Kako bi pozvao ključne stručnjake iz industrije i vodeće kompanije iz Bosne i Hercegovine, Poslovni tim je kreirao pozivna pisma za odabrane učesnike. Kako bismo na adekvatan način pozvali kompanije da se prijave za Expo 2020 podršku, razvijeni su i osmišljeni pozivi za bilten. Distribucija je vršena preko klijenta i privrednih komora.

Pored toga, poslovni tim je kreirao bilten sa podsjetnikom Country Business Briefing koji je poslovni tim distribuirao svim gostima Country Business Briefinga.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

4.2.1 Razvoj i dostava biltena

Bilteni kreirani i isporučeni, kao i vidljivost se mogu vidjeti na snimcima ekrana.

4.3. Pomoć prilikom dolaska na EXPO 2020, transport, smještaj, logistika i kreiranje rasporeda koji će omogućiti maksimalan učinak posjete

Poslovni tim je napravio detaljan plan putovanja koji uključuje avionske karte, plan prevoza u BiH i UAE (aerodrom, hotel, Expo mjesto) i rezervaciju hotela, prvo za CBB govornike 87 osoba. Osim postavljanja plana putovanja, poslovni tim se fokusirao na definiranje poslovnih prilika i događaja koje posjete poslovne delegacije.

Poslovni tim se fokusirao na pripremne aktivnosti od strane poslovnih predstavnika, pripremne aktivnosti za prezentaciju bh. kompanija, implementaciju poslovnog plana programa, kreiranje baze podataka i praćenje i izvještavanje.

Rezultati realizovanih projektnih aktivnosti:

4.3.1. Uspostavljanje plana putovanja uključujući transport (međunarodni i lokalni UAE) i smještaj za 40 firmi iz BiH - hotelske i avio karte

4.3.2. Definiranje poslovnih prilika i događaja koje treba posjetiti - Pripremne aktivnosti poslovnih predstavnika

4.3.3. Definiranje poslovnih prilika i događaja za posjetu - Pripremne aktivnosti za prezentaciju bh. kompanija

4.3.4. Definisanje poslovnih prilika i događaja koje treba posjetiti - Implementacija plana poslovnog programa

4.3.5. Definiranje poslovnih prilika i događaja koje treba posjetiti - Kreiranje baze podataka o kontaktima

4.3.6. Definiranje poslovnih prilika i događaja koje treba posjetiti - Praćenje i izvještavanje / KPI poslovnog tima

4.3.7. Definiranje poslovnih prilika i događaja koje treba posjetiti - Usluge prevođenja

4.3.8. Usluge fotografije/videografije za poslovne grupe

4.3.9. Potrebe za gotovinom tima za upravljanje projektima za Business Group