

Zegarek Roku

Już od sześciu lat odbywa się konkurs „Zegarek Roku” organizowany przez portal Chronos24.pl w ramach współpracy z Klubem Miłośników Zegarów i Zegarków i naszym magazynem. Galowa kolacja odbyła się w Pałacu Sobańskich w Warszawie

■ Piotr Stefański

Jury – z udziałem zagranicznych specjalistów branży – przyznało Grand Prix zegarkowi Vacheron Constantin Harmony Chronograph. W zgodnej opinii jurorów i uczestników gali, wśród których znaleźli się przedstawiciele szwajcarskich manufaktur, Harmony Chronograph to czasomierz znakomity zegarmistrzowsko i wizualnie: złota koperta, srebrny cyferblat, manualny mechanizm ze złotym, grawerowanym mostkiem

i komplikacją chronografu obsługiwane jednym przyciskiem. Nagrodę Specjalną jury przyznało organizacji Only Watch. Kilka zdań wyjaśnienia: co dwa lata kilkadziesiąt najlepszych zegarkowych manufaktur tworzy po jednym, unikatowym egzemplarzu czasomierza, który trafia na aukcję. Cały dochód z licytacji zasila konto fundacji zajmującej się walką z dotykającą dzieci dystrofią mięśniową Duchenne’a.



Wybór

internautów

Longines Heritage Diver 1967 jest połączeniem klasycznego zegarka sportowego dla nurków z chronografem – całość w stalowej kopercie z kontrastowym, czerwonym bezelem



Zegarek klasyczny

Vacheron Constantin Harmony Chronograph. Świetna manufaktura z Genewy, która obchodzi 260. urodziny, stworzyła najbardziej skomplikowany zegarek mechaniczny świata



Zegarek z komplikacjami

A. Lange & Söhne Zeitwerk Minute Repeater. Liczba detali, jakie wbudowano w ten model, z minutową repetycją zestawioną z cyfrowym wskazaniem czasu już sama w sobie zasługuje na laury



Zegarek damski

Richard Mille RM 19-02 Tourbillon Fleur. W charakterystycznej, bezułkowej kopercie wysadzonej diamentami zamknięto manualnie nakręcany mechanizm z tourbillonem.



Zegarek sportowy

Rolex Yacht-Master zestawiono ze znakomitym, gumowym paskiem Oyster Flex. Rolex gumowemu paskowi poświęcił tyle uwagi, co każdemu innemu elementowi zegarka



Innowacje w zegarmistrzostwie

Audemars Piguet Royal Oak Concept Acoustic Research. Aspekty konstrukcyjne tego zegarka w dużej mierze owiane są tajemnicą. Znakomite koncepcyjne zegarmistrzostwo



Zegarek do 10 tys. zł

Oris Divers Sixty-Five. Za niecałe 7,5 tys. zł można kupić szlachetny czasomierz w stylu vintage, z automatycznym mechanizmem i datą

Pozostałe nagrody przyznano zegarkom: Oris Divers Sixty-Five, A. Lange & Söhne Zeitwerk Minute Repeater, Rolex Yacht-Master, Longines Heritage Diver 1967. Vacheron, poza Grand Prix, otrzymał również wyróżnienie w kategorii „Zegarek klasyczny”.

– Bardzo mnie cieszy, że wraz z kolejnymi edycjami konkurs zyskuje coraz większą rozpoznawalność na arenie nie tylko polskiej, lecz także międzynarodowej – podkreślił Tomasz Kiełtyka z Chronos24.pl. – Właśnie dzięki takim inicjatywom jak nasza marki dostrzegają zaangażowanie naszego kraju w działania mające na celu promocję zegarmistrzostwa.

Partnerami gali byli: Dariusz Fabrykiewicz i firma Pernod Ricard, Klub Polskiej Rady Biznesu, fundusz ubezpieczeniowy Prudential, Kiehl's, Leastake.pl, Netwide Invest SA oraz Commerson. ☺



Michał Czerwiński,
prezes agencji InDreams

Jubileusz firmowy na Seszelach

Polacy znaleźli się na czele listy zagranicznych turystów z centralnej Europy, którzy odwiedzili Seszele

Władze tego wyspiarskiego kraju na Oceanie Indyjskim chcą wypromować uroki archipelagu wśród turystów biznesowych jako znakomite miejsce na konferencję, wyjazd incentive lub jubileusz firmowy. A jest o co walczyć. W Polsce rynek Incentive Travel wart jest 950 mln zł rocznie.

– Rynek wyjazdów dla biznesu bardzo dynamicznie rozwija się w tempie 12-15 proc. rocznie, a cena wyjazdu biznesowego incentive na osobę jest trzykrotnie wyższa niż w przypadku klientów indywidualnych. Stąd tak duże zainteresowanie naszym krajem – potwierdza Michał Czerwiński, prezes agencji InDreams, która rozpoczęła bliską współpracę z władzami Seszeli.

Z analiz InDreams wynika, że 60 proc. firm stosuje incentive travel jako stały element polityki sprzedażowej firmy. Średnia cena na pracownika wyjazdów incentive to 3 tys. zł i ok. 6 tys. zł w przypadku wyjazdów, na które zapraszani są najważniejsi klienci i dystrybutorzy. Tymczasem budżet jubileuszowych wyjazdów w dalsze zakątki świata wyceniany jest dwukrotnie wyżej (12 tys. zł). Średni wydatek polskiej firmy na wyjazd incentive dla partnerów handlowych wynosi ok. 300 tys. zł.

Wprawdzie egzotyczne i dalekie podróże są kosztowne, ale warto wziąć pod uwagę dwie rzeczy. Po pierwsze, każdą wyprawę incentive należy traktować jako inwestycję. Praktyka wskazuje, że zyski osiągnięte dzięki umiejętnemu zastosowaniu narzędzia, jakim jest incentive travel, zwykle znacznie przewyższają poniesione koszty. Po drugie, klient zawsze może wybrać bliższy i tańszy kierunek. Może przy tym być pewien, że i tak osiągnie zakładany rezultat, a impreza będzie bardzo dobrze odebrana przez uczestników, choćby ze względu na jej indywidualny charakter. Każdy taki projekt jest bowiem „szyty na miarę”. ●