



kron media

akcijska pretplata u tijeku

tel: +385 21 315440 ili +385 98 9832577

pretplata@kronomedia.hr, www.satovinakit.hr

## Vrijeme je...

...da i vi saznate kako funkcioniraju najstroženi mehanizmi koje je ljudski rod izumio. Sve tajne visokog urarstva, ali i brojni noviteti i zanimljivosti iz svijeta satova i nakita u novom broju našeg časopisa. Uživajte.



tsku industriju diljem svijeta; istraživačke centre; nevladine organizacije kao što su Liječnici bez granica i Oxfam, te pojedince filantropo kao što su **Bill & Melinda Gates** fondacija i mnoge druge. Svi imaju drukčiji program, no zajednički cilj: iskorijeniti nekoliko smrtonosnih dječjih bolesti, to je najveći svjetski problem i zahtjeva hitno rješenje. I alijansa funkcionira! Činjenica je da nijedan veliki problem nije nikad riješen bez prave suradnje.

### 6. GOOGLE I LUXOTTICA

Partnerstvo Google/Luxottica je briljantno. Googleove naočale su visoko tehnološke, ali ne znaju za modu, a brendovi Luxottice su moderni, no ne i tehnološki.

Partnerstvo će rezultirati atraktivnim Googleovim naočalama koje će se htjeti kupiti i samo zbog izgleda, a najnovija tehnologija može opravdati cijene brendovima Luxottice. Luxotticine naočale sve se više prodaju po sniženoj cijeni u trgovinama na malo kao što su Costco, TJ Maxx i Warby Parker.

### 7. SPOTIFY I UBER

Mogućnost da se aplikacija za unajmljeni auto ubaci na vlastiti popis favorita stvara dodatnu vrijednost, značajnu kompetitivnu prednost i ekskluzivnost za aute Uber. Za Spotify predstavlja poticaj kod korisnika da ažuriraju program do razine koja se plaća i jedinstvenu stavku kojom se razlikuje od Pandore, iTunesa ili YouTubea, koju ovi potonji nemaju.

### 8. SNAPCHAT I SQUARE'S SNAPCASH

Ovo je još jedno inovativno partnerstvo. Square pridonosi sigurnošću novčanih transfera, te je ujedno mlad, komplementaran trendov-

ski brand okrenut ciljanoj publici u okviru usluga koje nudi. Za Square, koji donosi povećanje dobiti te još više potiče modernizaciju, to znači trendovski brand imidž kroz suradnju sa Snapchatom.

### 9. ALEXANDER WANG I H&M

Nastavlja se tradicija H&M da na ograničeno vrijeme nudi vrhunske brandove koji dovode kupce u njihove trgovine, te kao trendovska modna trgovina podržava penjanje brandova na modnoj ljestvici. Kao i svim H&M-ovim dizajnerskim partnerima, ograničeno vrijeme ponude povećava spoznaju o maloprodaji. Dopuštajući (doslovce) limitirano iskustvo sa svojim brandom, **Alexandar Wang** se povezuje s novim naraštajem potencijalnih kupaca koji će sve više težiti da posjeduju više komada iz njegove vrhunske kolekcije.

### 10. APPLE I IBM

Citiramo li IBM, to je novo partnerstvo s Appleom "koje spa-ja analitiku i računarsko poduzetništvo IBM-a s elegantnim iskustvom korisnika iPoda i iPhonea kako bi se isporučila nova razina vrijednosti za biznis". Udruživanje će biti definirano Appleovim poslovnim iskustvom, integracijom hardwarea i softwarea, te će to osnažiti IBM-ov imidž koji je posljednjih godina pomalo opao.

U partnerstvu će se iskoristiti IBM-ovi velike baze analitičkih podataka i preko 100.000 prodajnih savjetnika i razvojnih programera kako bi se pomoglo Appleu da se plasira na globalnom korporativnom poduzetničkom tržištu. Da citiramo Apple: "partnerstvo će donijeti novu klasu aplikacija preko kojih će se korisnici spajati s bazama podataka i analitikama na svojim iOS uređajima".