08.07.2021 – 04:44 Uhr

Hisense Hero Products Umsatz steigt um 209 % und zeigt damit den Technologien und Markenerfolg in Europa

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Das Endspiel der UEFA EURO 2020 wird bald angepfiffen. Auch wenn das Turnier wegen COVID-19 verschoben wurde, hat die Begeisterung der Fußballfans nicht nachgelassen. Als offizieller globaler Sponsor der UEFA EURO 2020 hat Hisense mehrere Marketing-Kampagnen gestartet und viel Lob von den Fußballfans erhalten, was die Markenstärke und den Einfluss von Hisense erfolgreich gestärkt hat.

Laut Hisense stieg von Januar bis Juni 2021 der Gesamtumsatz der ULED-TVs U7 und U8 in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Russland um 209 % im Vergleich zum Vorjahr, und das Verkaufsvolumen stieg um 145 % im Vergleich zum Vorjahr. Infolgedessen erreichte der Umsatz von Hisense 2021 im ersten Quartal 5,366 Mrd. $, mit einem Wachstum von 66,65 % im Vergleich zum Vorjahr; der Umsatz in Übersee von Januar bis März betrug 2,26 Mrd. $ und machte 42,1 % des Gesamtumsatzes aus.

EURO 2020 Fan-Zonen verbesserten das Spielerlebnis

Als offizieller Sponsor sicherte sich Hisense exklusive Möglichkeiten der Markenpräsenz, indem es auf den Festival-Türmen von Fan-zones zu sehen war, was Hisense half, seine Markenbekanntheit zu steigern. Außerdem baute Hisense mehrere kommerzielle Displays in den Fan-Zonen auf, um Hero-Produkte zu präsentieren.

Die Anzahl der Nutzer, die sich Spiele über die UEFA.tv-App auf der Hisense Smart TV VIDAA-Plattform angesehen haben, ist stark gestiegen, die Anzahl der Nutzer hat sich in nur drei Monaten verdoppelt.

Social-Media-Kampagne zur Steigerung des Erlebnisses bei der EURO 2020

Hisense erstellte viele interaktive und interessante Social-Media-Kampagne, um das Engagement der Fußballfans für die EURO 2020 zu erhöhen. Zum Beispiel erreichte das Video der #UpgradeYourHome-Kampagne von Hisense und dem globalen Botschafter Dwyane Wade über 1,69 Millionen Aufrufe auf YouTube und 176.000 Aufrufe auf Instagram.

Vom 4. Juli bis zum 12. Juli startete Hisense eine spezielle Werbeaktion auf Twitter, bei der deutsche Verbraucher eine 50 EUR Amazon-Geschenkkarte und 150 EUR Cashback bei Einkäufen auf der Website von Amazon Deutschland gewinnen können.

Qualifizierte Produkte und technologische Innovationen sind der Schlüssel zum Erfolg

Durch das Sponsoring von weltweiten Top-Events erhielten die Technologie und Produkte von Hisense viele Anerkennungen.

Hisense hat die ULED-TVs U7 und U8 als Hero-Produkte der EURO 2020 auf den Markt gebracht, um Fußballfans ein perfektes Spielerlebnis zu bieten. Beide Fernseher sind gut durchdacht. Die schlanken, funktionsreichen Modelle kombinieren KI-Bildverarbeitung, Dolby Vision HDR und einen ganzen Korb an Streaming-Diensten. Außerdem verfügen beide Fernseher über einen Sportmodus, der Ton und Bild für das Spiel optimiert. Außerdem können Nutzer mit der UEFA.tv-App spannende Spiele mit engen Freunden teilen, alles mit nur einem Fingerklick.

Im Laufe der Jahre war das Sportmarketing eine wichtige Taktik der Globalisierungsstrategie von Hisense. Infolgedessen war von Januar bis Mai 2021 die TV-Produktion der Hisense Group (Hisense und Toshiba) die Nummer 1 in Japan und Hisense TV die Nummer 2 in Australien in Bezug auf das Verkaufsvolumen. Darüber hinaus profitiert Hisense von den sozialen Medien und den globalen Marketingkampagnen, wodurch der Bekanntheitsgrad der Marke weltweit dramatisch gestiegen ist. Hisense wird sich auch in Zukunft auf technologische Innovationen und Produktentwicklung konzentrieren, um den Ruf und die Wettbewerbsfähigkeit der Marke weiter zu stärken.

Video - https://www.youtube.com/watch?v=xKhFlimrrPU

Video - https://www.youtube.com/watch?v=L3q3lY8VEKI

Video - https://www.youtube.com/watch?v=OpTl5NeIcPU

Pressekontakt:

Lori Luo (Ogilvy PR Team)
+86-135-1278-4739
lori.luo@ogilvy.com

HisenseGlobal@ogilvy.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100873868 abgerufen werden.