04.08.2022 – 04:04 Uhr

Hisense glänzt bei der UEFA Women's EURO 2022™ und wird Weltmarktführer

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Als eines der am meisten erwarteten Spiele des Jahres 2022 endete die UEFA Women's EURO 2022™ vor der Rekordkulisse von 87 192 Zuschauern mit dem Titelgewinn Englands. Als stolzer Partner des Turniers hat Hisense durch jahrelanges Sportmarketing und technologische Innovationen eine Spitzenposition in Bezug auf Markenbekanntheit und Produktverkäufe erreicht und damit eine solide Grundlage für die globale Expansion und den Ruf von Hisense geschaffen.

Remember The Name: Wie Hisense bei der UEFA Women's EURO 2022 neue Fans gewonnen hat

Als globaler Partner des Turniers hat Hisense die Begeisterung und das Interesse der Verbraucher am Frauenfußball durch verschiedene Marketingkampagnen gesteigert, um den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und den Frauenfußball zu fördern.

Eine der Kampagnen beinhaltete Quiz, tägliche Highlights und Wettbewerbe in den sozialen Medien. Außerdem wurden die Fans aufgefordert, Videos ihrer Fußballtalente hochzuladen, um die Chance zu haben, einen Hisense 4K U7-Fernseher zu gewinnen. Die Kampagne erreichte mehr als 6 Millionen Menschen, mit mehr als 400 000 Beiträgen und über 1 Million Videoaufrufen.

Um den Frauenfußball an der Basis zu unterstützen, bot Hisense im Rahmen der #RememberTheName-Kampagne Cashback-Spenden an. Verbraucher, die während der Kampagne einkauften, konnten ihr Cashback an Women in Sport spenden, und Hisense verdoppelte ihre Spenden.

Hisense glänzt auf dem Fußballplatz, steigert den Ruf des Unternehmens und verbessert seine Marktleistung

Durch die Nutzung der Bekanntheit und der Marketingstrategien des Turniers hat Hisense seine Technologie und seine Stärken erfolgreich bei den weltweiten Verbrauchern präsentiert und engere Partnerschaften mit Geschäftspartnern aufgebaut.

Seit Hisense mit dem Sportmarketing begonnen hat, hat das Unternehmen weltweit viel Lob und Unterstützung erhalten. So hat beispielsweise die Nachfrage der europäischen Verbraucher nach den verschiedenen Produkten von Hisense stark zugenommen; daher hat Hisense vor kurzem ein neues Forschungs- und Entwicklungszentrum in Velenje eingerichtet und mehr als 50 Millionen Euro investiert, um den Verbrauchern qualitativ hochwertige Produkte anbieten zu können. Europäische Marken wie Darty und Boulanger, führende Einzelhändler für Haushaltsgeräte und Elektronik, sind zu den wichtigsten Geschäftspartnern von Hisense geworden. Mit verschiedenen geschäftlichen Erfolgen stiegen die Umsatzerlöse von Hisense International Co. Ltd. in der ersten Jahreshälfte 2022 um 5 % im Vergleich zum Vorjahr und trugen erfolgreich zur internationalen Geschäftsexpansion von Hisense bei.

Neben der Konsolidierung der Markenstärke und der globalen Marktexpansion ist das Sportmarketing eine wesentliche Strategie für Hisense, um weltweit ein bemerkenswertes Geschäftswachstum zu erzielen. Durch umfassende Fähigkeiten, innovative Produkte und Markenstrategien hat Hisense heute einen Wettbewerbsvorteil auf dem globalen Markt.

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/1871473/image_1.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/1871474/image_2.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/1871475/image3.jpg

Pressekontakt:

caroline.chen@ogilvy.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100893205 abgerufen werden.