

Upgrade der HONOR-Marke zur Steigerung des Geschäftswachstums

Die Einführung von HONOR View20 markiert ein neues Kapitel für die Technologiemarke, die bei Jugendlichen auf der ganzen Welt beliebt ist

Paris (ots/PRNewswire) -

"Die starke Geschäftsentwicklung von HONOR im Jahr 2018 führte zu einem Anstieg von 170 % in unseren Überseemärkten im Vergleich zum Vorjahr. Damit sind wir unserem Ziel nähergekommen, innerhalb von drei Jahren zu den "Top 5" der globalen Smartphone-Marken zu gehören. Unser Ziel ist es, eine Technologiemarke zu werden, die bei Jugendlichen auf der ganzen Welt beliebt ist. Um die Bedürfnisse junger Menschen in Bezug auf Technologie, Design, persönlichen Ausdruck und gesellschaftliches Engagement besser zu erfüllen, verbessern wir unsere Marke. Dieses neue Branding wird den nächsten Schritt in unserem globalen Geschäftswachstum darstellen", so George Zhao, Präsident von HONOR.

Während der CES 2018 erwähnte HONOR zunächst das Ziel, innerhalb von drei Jahren zu den "Top 5" der globalen Smartphone-Marken zu gehören. Bereits im ersten Jahr der Expansion von HONOR in Überseemärkte wurde dieses Ziel in vielen Ländern erreicht. Laut dem aktuellen GfK-Bericht hält HONOR in Russland den Rang einer "Top 2"-Marke. In Italien, Deutschland, Finnland, Saudi-Arabien, den VAE und der Ukraine sind sie "Top 4" und in Frankreich, Großbritannien und Tschechien "Top 5".

Junge Menschen verstehen, respektieren und mit ihnen auf der ganzen Welt in Kontakt treten

HONOR hat sich zum Ziel gesetzt, eine Technologiemarke zu werden, die bei Jugendlichen auf der ganzen Welt beliebt ist. Für junge Menschen, die in einem digitalen Zeitalter geboren wurden, hat die Technologie Hightech vollständig in ihren Alltag integriert. Ihre Leidenschaft für einzigartiges Design motiviert HONOR auch, nach neuen Inspirationen zu suchen. In diesem Sinne bietet HONOR eine Reihe von Produkten an: HONOR Magic 2 steht für technologischen Idealismus, HONOR View 20 für ultimative Technologie und HONOR 10 für "Chic Tech".

Laut einer Studie (World Youth Congress und Disrupt Creative) bezeichnen sich 52 % der jungen Menschen als Weltbürger und 65 % bevorzugen die gemeinsame Nutzung anstelle von Eigentum. Junge Menschen verlangen mehr persönlichen Ausdruck und Gemeinschaftsinteraktion als bisher. Im Hinblick auf diese Werte baut HONOR eine große HONOR-Gemeinschaft auf, die eine Verbindung mit der globalen Jugend herstellt und sich intensiv engagiert. Die 21 Fanclubs von HONOR auf der ganzen Welt veranstalteten 2018 mehr als 200 Fan-Events. Bisher hat die Zahl der registrierten HONOR-Fans 120 Millionen überschritten, eine für eine so junge Marke unvorstellbare Zahl.

Wir stellen vor: das neue HONOR

Um dem internationalen ästhetischen Trend gerecht zu werden, hat HONOR ein neues Logo eingeführt, das jetzt "HONOR" mit Großbuchstaben schreibt. Außerdem wurde es um bewegende Farben ergänzt. Das Konzept der sich bewegenden Farben repräsentiert die Wärme und die freundlichen Seiten der Technik und die Vielfalt der Jugendkultur. Dieses kreative Design ermöglicht es HONOR, ästhetische Theorie und Spitzentechnologie zu verbinden, um stilvollere Produkte für die globale Jugend zu entwickeln.

HONOR hat sich zum Ziel gesetzt, bahnbrechende Technologie und Design, eine intelligente und personalisierte Benutzererfahrung und einen stilvollen digitalen Lebensstil für Jugendliche auf der ganzen Welt anzubieten und Trends in Bezug auf Pionierkultur und modernen Lebensstil zu setzen. Gemäß dem neuen Slogan "HONOR MY WORLD" ermutigt HONOR junge Menschen auf der ganzen Welt, aktiv zu werden und jeden Moment ihres Lebens zu genießen.

Die globale Jugend mit beliebten jugendlichen Marken begeistern

Durch die Zusammenarbeit mit Marken, die von jungen Menschen auf der ganzen Welt bewundert werden, versucht HONOR, seine Markengrenzen zu erweitern und qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, die ihren Bedürfnissen entsprechen.

Heute gibt HONOR die Partnerschaft mit MOSCHINO bekannt, ein erster großer Schritt für das neue HONOR-Branding im Jahr 2019. Diese Zusammenarbeit mit MOSCHINO stellt eine grenzüberschreitende Konvergenz von High-End-Mode und High-End-Technologie dar.

HONOR hat auch eine Zusammenarbeit mit der internationalen Modedesignerin Vivienne Tam begonnen. Mit der Einführung der Designphilosophie von VIVIENNE TAM in die HONOR-Produkte demonstriert HONOR seine Transformation zu einer trendigen Technologiemarke.

Darüber hinaus ist HONOR bestrebt, das Benutzererlebnis zu verbessern und schätzt jede Erkenntnis, die den Verbrauchern mehr Zufriedenheit bringt. Anlässlich der Markteinführung des HONOR View20 arbeitet HONOR mit Epic Games zusammen, um das mobile Spielerlebnis von Fortnite auf ein neues Niveau zu heben. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit haben die Besitzer des HONOR View20 exklusiven Zugang zum HONOR GUARD-Outfit in Fortnite.

Informationen zu HONOR

HONOR ist eine führende E-Smartphone-Marke. Die Marke zielt darauf ab, den Bedürfnissen der Digital Natives mit Produkten gerecht zu werden, die für das Internet optimiert sind. Sie sollen erstklassige Benutzererlebnisse ermöglichen, zum Mitmachen anregen, Kreativität fördern und junge Menschen befähigen, ihre Träume zu verwirklichen. Dabei hat HONOR Mut gezeigt Neuland zu betreten und arbeitet unermüdlich an den neuesten Technologien und Innovationen für seine Kunden.

Um weitere Informationen zu erhalten, besuchen Sie HONOR online unter

www.hihonor.com oder folgen Sie uns auf:

<https://www.facebook.com/honorglobal/>

<https://twitter.com/honorglobal>

<https://www.instagram.com/honorglobal/>

<https://www.youtube.com/c/honorofficial/>

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/811791/George_Zhao_HONOR.jpg

Kontakt:

Frankie

+852-9137-1748

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058465/100824167> abgerufen werden.