

06.12.2022 – 18:09 Uhr

Hisense treibt Wachstumsstrategie im Nahen Osten voran und intensiviert seine Globalisierungsanstrengungen

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Hisense, eine der wachsenden Kräfte in der Haushaltsgerätebranche, hat einen weiteren Schritt getan, um seinen globalen Einfluss zu erhöhen. Als offizieller Sponsor der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Katar 2022™ hat die Marke mit einer eindrucksvollen Präsenz in den Stadien der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ weltweit Aufmerksamkeit erregt, was nicht nur das wachsende Engagement von Hisense im Markt des Nahen Ostens belegt, sondern auch als Zeichen für die Globalisierungsstrategie von Hisense zu sehen ist.

Der Nahe Osten ist ein integraler Bestandteil der globalen Strategie von Hisense

Seit Hisense 1996 erstmals in den südafrikanischen Markt eingetreten ist, baut das Unternehmen nun seit mehr als 20 Jahren seinen Markeneinfluss und seine Wettbewerbsfähigkeit in der Region Naher Osten und Afrika auf. Das langfristige Engagement hat für Hisense zu einem beschleunigten Wachstum in diesem aufstrebenden Markt geführt: Von 2017 bis 2021 wuchs der Umsatz von Hisense in der Region Nahen Osten und Afrika von 663 Millionen US-Dollar auf 1,28 Milliarden US-Dollar und erreichte eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 17,88 %. Im Jahr 2022 stieg der Umsatz von Hisense in Dubai in den ersten zehn Monaten um 22 % gegenüber dem Vorjahr.

„Der Nahe Osten ist zu einem der weltweit am schnellsten wachsenden Märkte von Hisense geworden und ist ein integraler Bestandteil der Globalisierungsstrategie von Hisense“, sagte Jason Ou, President von Hisense MEA.

Der Erfolg von Hisense auf dem Markt des Nahen Ostens ist untrennbar mit den Lokalisierungspraktiken des Unternehmens verknüpft. Im Laufe der Jahre hat Hisense seine Anstrengungen für Forschung und Entwicklung mit unterschiedlichen Marktbedürfnissen integriert und erstklassige und lokalisierte Produkte für Verbraucher eingeführt. Im März 2022 erhielt Hisense den „Dubai Quality Global Award“, eine offizielle Anerkennung für die herausragenden Leistungen und positiven Beiträge von Hisense zur Erholung und Entwicklung der lokalen Wirtschaft.

2022 markiert ein weiteres entscheidendes Jahr im Entwicklungsplan von Hisense für den Nahen Osten. In diesem Jahr eröffnete Hisense seinen ersten Flagship-Store in Dubai, und es werden 2022 noch vier weitere Flagship-Stores im Nahen Osten eröffnet. „Hisense geht davon aus, dass die erstklassigen Flagship-Stores das Markenimage des Unternehmens als ein zuverlässiger multinationaler Konzern mit erstklassigen Produkten und hochmoderner Technik stärken werden“, sagte Ou.

FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Katar 2022™: Wichtiger Wachstumsmotor für die Globalisierung von Hisense

Sponsor der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022™ zu werden, war ein Meilenstein in der Globalisierungsstrategie von Hisense. Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ fand erstmals im Nahen Osten statt, und Hisense erhofft sich durch sie seine Beziehungen zu Kunden im Nahen Ostens vertiefen zu können und das globale Markenbewusstsein durch eine intensive Zusammenarbeit mit der FIFA weiter zu stärken.

Beispielsweise hat Hisense Doha beim Aufbau eines intelligenten Transportsystems unterstützt, das seine B2B-Technologie nutzt. Das Projekt zeigt während des Turniers Wirkung und sorgt für effizienten Personenverkehr durch Echtzeitfunktionen wie GPS-Wegberechnung und Video-Tracking.

Für Hisense ist die Sponsorenschaft für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ nicht einfach eine gewöhnliche Marketingentscheidung. Es ist auch eine wichtige Möglichkeit, eine authentische Verbindung zu globalen Verbrauchern über das Medium des Sports aufzubauen, der einem universellen Geist verpflichtet ist und Sprachbarrieren einreißt.

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1961461/image1.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1961462/image2.jpg>

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hisense-treibt-wachstumsstrategie-im-nahen-osten-voran-und-intensiviert-seine-globalisierungsanstrengungen-301696092.html>

Pressekontakt:

Alice Huang,
+86-13763329890