

14.03.2023 – 19:45 Uhr

Ein Erlebnis jenseits aller Erwartungen (Beyond-Expectation Experience): Hisense feiert sein drittes Jahr mit Paris Saint-Germain

Qingdao, China, 14. März 2023 (ots/PRNewswire) -

Die Bekanntheit der Marke Hisense in Frankreich ist seit Beginn der Partnerschaft um 8 Prozentpunkte gestiegen.

Hisense, eine weltweit führende Marke für Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik, und Paris Saint-Germain feierten kürzlich ihr drittes Jahr der Partnerschaft mit einem neuen Werbespot.

In dem Werbespot, der die neuesten ULED- und Laser-Fernseher und intelligenten Kühlschränke von Hisense vorstellt, sind Marco Verratti, Nuno Mendes und Fabio Ruiz zu sehen. Außerdem kehrt der Kapitän der Fußballweltmeisterschaft, Lionel Messi, zum zweiten Mal zurück, nachdem der Spot, in dem er letztes Jahr auftrat, sehr positiv aufgenommen wurde.

Die dreijährige Partnerschaft und die Rückkehr einiger der besten Spieler von Paris Saint-Germain in einen Hisense-Spot spiegeln die Anerkennung und Unterstützung von Hisense durch den Club wider und zeigen, dass die Marke Hisense weltweit respektiert und geschätzt wird.

Hisense und Paris Saint-Germain versprechen Ihnen ein Erlebnis jenseits aller Erwartungen (Beyond-Expectation Experience)

Der Inhalt der Werbung untermauert das übergreifende Thema von Hisense und Paris Saint-Germain für die Partnerschaft in diesem Jahr: Jenseits aller Erwartungen. Der Slogan zielt darauf ab, Verbrauchern und Fans zu zeigen, wie sowohl die Produkte und Technologien von Hisense als auch das Star-Fußballteam von Paris Saint-Germain Ihre Erwartungen übertreffen.

In dem Clip werden Marco Verratti, Fabian Ruiz und Nuno Mendes auf das Spielfeld versetzt, nachdem sie mit Hilfe der Sportmodus-Technologie auf ihren Hisense-Fernsehern die Fähigkeiten junger Fußballer bei einem Spiel beobachtet haben. Als sich das Spiel zuspitzt, wird Lionel Messi eingewechselt, um das Spiel zu retten und den jungen Spielern und den Stars von Paris Saint-Germain ein Erlebnis zu bescheren, das ihre Erwartungen übertrifft.

Hisense lanciert diese Anzeige nach einem erfolgreichen Auftritt im vergangenen Jahr im Ausland. Eine neue Analyse von Ipsos, einem führenden Marktforschungsunternehmen, hat ergeben, dass die Markenbekanntheit von Hisense in Frankreich seit der Unterzeichnung der Partnerschaft mit dem Pariser Fußballverein um 8 Prozentpunkte gestiegen ist und seit 2020 jedes Jahr zunimmt.

Hisense und Paris Saint-Germain haben zahlreiche Projekte gemeinsam in einer spannenden dreijährigen Partnerschaft durchgeführt, von den neuen LED-Displays im Parc des Princes bis hin zu gemeinnützigen Projekten wie der Spende von intelligenten Geräten zur Verbesserung der digitalen Trainingserfahrung für bedürftige Jugendliche durch den Paris Saint-Germain Endowment Fund

Da Hisense weiterhin die Grenzen der Displaytechnologie verschiebt und sein internationales Wachstum erweitert, zeigt dieser Meilenstein mit Paris Saint-Germain das Engagement des Unternehmens für den Aufbau starker, nachhaltiger Beziehungen zu Verbrauchern auf der ganzen Welt.

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2018408/image_1.jpg

Video – <https://www.youtube.com/watch?v=j-ifYe513ng>

Logo – https://mma.prnewswire.com/media/2007399/3919654/Hisense_Logo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/ein-erlebnis-jenseits-aller-erwartungen-beyond-expectation-experience-hisense-feiert-sein-drittes-jahr-mit-paris-saint-germain-301772008.html>

Pressekontakt:

patrick.chen@bluecurrentgroup.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100904395> abgerufen werden.