

09.06.2023 – 16:32 Uhr

Hisense setzt seine Sportpartnerschaft auf dem europäischen Markt fort, da neue Verkaufsergebnisse die Effektivität der globalen Sportmarketingstrategie des Unternehmens beweisen

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Hisense, das führende Unternehmen für Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte, ist erfreut, seine offizielle Partnerschaft mit den Nations League Finals 2023 bekannt zu geben. Hisense ist bereits zum dritten Mal Partner der Finals und kann auf neue Verkaufszahlen verweisen, die zeigen, dass die umfassende Sportmarketingstrategie von Hisense erfolgreich ist.

Der Vertrag mit der UEFA bedeutet, dass die riesigen Bildschirme im Stadion mit dem Hisense-Logo versehen werden und Hisense am Spielfeldrand und bei den Pressekonferenzen zu sehen sein wird. Die Partnerschaft bedeutet auch, dass das Unternehmen für Unterhaltungselektronik als Sponsor der Turnierserie „Skill of the Day“ auftritt, in der die bemerkenswertesten Momente des individuellen Flairs bei jedem Spiel der Finals hervorgehoben werden.

Während des Turniers wird Hisense eine maßgeschneiderte Kampagne mit dem Titel „Way to Glory“ starten, die sowohl den kontinuierlichen Fortschritt von Hisense auf internationaler Ebene als auch die Reise widerspiegelt, welche die vier Finalisten auf ihrem Weg zum Sieg in den Finals antreten werden. Hisense wird die Way to Glory Kampagne nutzen, um seine ULED-Fernseher, Laser-TVs, Kühlschränke und Klimaanlage zu bewerben.

Die Way to Glory Kampagne und die Partnerschaft mit den UEFA Nations League Finals 2023 fallen in eine Zeit des beträchtlichen internationalen Wachstums für Hisense. Von Januar bis April verzeichnete Hisense einen Anstieg der Verkaufszahlen bei Fernsehgeräten um 71,14 % im Vergleich zum Vorjahr und bei Waschmaschinen kam es zu Zuwächsen in Höhe von 63,73 % in Europa, was das Unternehmen vor allem auf seinen engagierten und stetig wachsenden Einsatz in der Welt des Sports zurückführt.

Der Aufbau starker Beziehungen zu Verbrauchern und Partnern durch die bestmögliche Ausschöpfung des Sportmarketings war seit seiner internationalen Gründung ein Schwerpunkt von Hisense. Die Partnerschaft mit hochkarätigen globalen Sportstätten verleiht Hisense nicht nur eine Präsenz in einigen der meistgesehenen kulturellen Momente der Welt, sondern zeigt auch das Engagement des Unternehmens, eine globale Marke von Weltklasse zu sein.

Hisense verfügt derzeit über 66 ausländische Unternehmen und Niederlassungen, zusammen mit einer regionalen Sportmarketingstrategie, die auch eine wichtige Rolle bei der Unterstützung der lokalen Geschäftsentwicklung spielt. Ein wichtiges Beispiel ist die Partnerschaft mit Inter Milan, von der die Fans vor Ort besonders begeistert sind. Der italienische Fußballverein, der auch als „Internazionale“ oder „Nerazzurri“ bezeichnet wird, ist seit August 2022 Partner von Hisense und wird zum ersten Mal seit 13 Jahren am Samstag, dem 10. Juni, in den Champions League Finals antreten.

Die Vereinbarung verkörpert den gegenseitigen Wunsch des Clubs und des Unternehmens, ihre Leistungen kontinuierlich zu steigern, den Erfolg anzustreben und die Vorteile auszubauen, welche die beiden Organisationen miteinander teilen können. Hisense hat diese drei Überzeugungen mit seinem #alwaysbetter-Ethos, das alle Mitteilungen von Hisense im Zusammenhang mit Inter begleitet, unter einem Banner zusammengefasst.

Weiterhin präsentiert Hisense die „Chill Fridge Inter Limited Edition“ mit dem Club-Wappen und den Teamfarben. Letzten Monat eröffnete Hisense eine Wohltätigkeitsversteigerung auf eBay für eine spezielle Version des Mini-Kühlschranks, die vom Vice President Javier Zanetti signiert wurde. Der Erlös aus dieser Auktion wird an UNICEF gespendet. Mit der Einführung unter dem Slogan „I'M CHILL“ ist das Produkt jetzt für Inter-Fans bei [Amazon](#) und [Euronics](#) erhältlich.

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/2096708/1.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/2096710/2.jpg>

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

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hisense-setzt-seine-sportpartnerschaft-auf-dem-europaischen-markt-fort-da-neue-verkaufsergebnisse-die-effektivitat-der-globalen-sportmarketingstrategie-des-unternehmens-beweisen-301847262.html>

Pressekontakt:

patrick.chen@bluecurrentgroup.com