

06.07.2024 – 22:12 Uhr

Hisense präsentiert Tagline seiner neuen Markeninitiative: „Hisense, More Than a Brand“

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Der weltweit führende Hersteller von Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik Hisense hat vor kurzem seine neue Tagline „Hisense, More Than a Brand“ vorgestellt und damit eine wichtige neue Markeninitiative während der UEFA EURO 2024™ gestartet.

Vor kurzem wurde die Tagline „Hisense, More Than a Brand“ zusammen mit den Marken Hisense, ASKO und Gorenje im Stadion gezeigt. Diese jüngste Aufwertung der Marke unterstreicht die unermüdlichen Anstrengungen von Hisense für eine starke globale Präsenz, die sich in den strategischen Sportmarketing-Investitionen des Unternehmens widerspiegelt, insbesondere in der Fortsetzung des langfristigen Fußballengagements als offizieller Partner der UEFA EURO 2024™.

Im Zuge der globalen Ambitionen und des Fußballsponsoring hat sich das Messaging von Hisense weiterentwickelt – von „Hisense TV #2 GLOBALLY Hisense TV #1 IN CHINA“ beim FIFA World Cup 2022™ zu „Never Settle for No. 2 Globally“ bei der UEFA EURO 2024™ – mit einem umfassenden Layout von Displaytechnologie und Smart Home-Geräten in diesem Jahr. Die Strategie des Unternehmens, ein langfristig angelegtes Sportsponsoring zu betreiben, hat laut Ipsos 2023 die weltweite Markenbekanntheit auf 54 % erhöht. Nach Angaben von Omdia lag der Anteil von Hisense am weltweiten TV-Volumen im ersten Quartal 2024 bei 13,6 % und der Anteil am weltweiten Umsatz bei 12,1 %. Hisense ist jetzt weltweit die Nummer 2 bei ausgelieferten Fernsehern und die Nummer 1 bei den 100-Zoll-Fernsehern – sowohl im Jahr 2023 als auch im ersten Quartal 2024.

Die Hisense Group verfolgt eine Mehrmarkenstrategie und besitzt mehrere weitere Marken, darunter Toshiba TV, Kelon, Gorenje, ASKO, VIDAA, SANDEN, Regza, MORA und andere. Durch jahrelange interne Kultivierung und externe Akquisitionen ist das Unternehmen in die globale Betriebs- und Entwicklungsphase mehrerer Marken eingetreten und hat eine vollständige und reichhaltige Markenmatrix aufgebaut. Dies hat zu einer umfassenden und vielfältigen Markenmatrix geführt, die unterschiedliche Markenstrategien in verschiedenen Geschäftsfeldern und Marktsegmenten ermöglicht und den Vorlieben und Bedürfnissen verschiedener Zielgruppen Rechnung trägt.

In seinem Bestreben, ein rund um den Globus anerkanntes Weltklasseunternehmen zu werden, hat Hisense im Verlauf der Jahre eine rasante internationale Expansion durchlaufen und dabei Strategien zur Globalisierung unabhängiger und hochwertiger Marken effektiv umgesetzt.

Mit einem robusten globalen Netzwerk, das 34 Industrieparks, 26 FuE-Zentren und 64 Niederlassungen im Ausland umfasst, beschäftigt Hisense 110.000 Mitarbeiter, von denen etwa 24.000 international tätig sind. Dieses weitreichende Netzwerk ermöglicht die Entwicklung von Spitzenprodukten, eine optimierte Produktion mit globaler Lieferkette und maßgeschneiderte Marketingstrategien für bestimmte Regionen. Hisense ist sich dessen bewusst, dass technologische Innovation der Schlüssel zum zukünftigen Erfolg ist, und wird weiterhin in Forschung und Entwicklung investieren, um innovative Produkte zu entwickeln, die das Leben der Menschen verbessern. Bei der Priorisierung der Nutzerbedürfnisse setzte das Unternehmen 2023 eine „nutzerzentrierte, szenariobasierte Strategie“ um, um ein tieferes Verständnis der Verbraucherbedürfnisse zu gewinnen. Dieser Fokus spiegelt sich direkt in der jüngsten Modernisierung der Marke im Jahr 2024 wider, die den Schwerpunkt auf „benutzerorientierte Technologie“ und „ultimative Qualität“ legt.

Das Engagement von Hisense geht über die hervorragende Bildqualität und Leistung hinaus. Hisense hat erkannt, wie wichtig es ist, auf die unterschiedlichen Verbraucherbedürfnisse einzugehen, regionale Präferenzen mit effektiven Anpassungen der Lieferkette zu berücksichtigen und starke Kommunikationsbrücken unter der Führung von „local for local“ zu bauen. So hat sich Hisense zu einer führenden internationalen Marke entwickelt, die innovative Wissenschaft und Technologie in den Lebensstil von Verbrauchern auf der ganzen Welt einbettet.

Informationen zu Hisense

Hisense ist eine weltweit führende Marke für Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik sowie offizieller Partner der UEFA EURO 2024™. Laut Omdia rangiert Hisense auf Platz 2 der verkauften TV-Geräte weltweit und auf Platz 1 beim Absatz von 100-Zoll-TV-Geräten, sowohl 2023 als auch im 1. Quartal 2024. Das Unternehmen expandierte schnell und ist in über 160 Ländern tätig. Es hat sich auf Multimedia-Produkte, Haushaltsgeräte und intelligente IT-Systeme spezialisiert.

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2454912/Hisense_tagline_UEFA_EURO_2024.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hisense-prasentiert-tagline-seiner-neuen-markeninitiative-hisense-more-than-a-brand-302190324.html>

Pressekontakt:

Patrick Chen,
patrick.chen@bluecurrentgroup.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100921283> abgerufen werden.