

Společnost Hisense představuje nový slogan „Hisense, víc než jen značka“

10.7.2024 - | PROTEXT

Nový slogan „Hisense, víc než jen značka“ měli možnost vidět fanoušci na celém světě během nedávného čtvrtfinálového zápasu mistrovství Evropy mezi Německem a Španělskem. Slogan, který je vytvořený speciálně k příležitosti ME, vyjadřuje odhodlání společnosti Hisense vybudovat si pevnou globální pozici, a to cestou strategických investic společnosti do sportovního marketingu i díky roli dlouhodobého oficiálního partnera UEFA EURO.

Slogan se přímo před zraky fanoušků postupně rozvíjel od sdělení **„Hisense globální číslo dvě v TV“** přes **„Nikdy se nespokojit s globálním druhým místem“** až k mottu **„Hisense, víc než jen značka“**, doprovázeného reklamou na zobrazovací technologie a chytré domácí spotřebiče Hisense.

Strategie dlouhodobého sportovního sponzoringu, kterou společnost uplatňuje, zvýšila podle agentury Ipsos v roce 2023 celosvětové povědomí o značce na 54 %. Podle agentury Omdia činil globální podíl objemu dodávek televizorů Hisense za první čtvrtletí letošního roku 13,6 % a globální podíl na tržbách z dodávek dosáhl výše 12,1 %. Společnost Hisense nyní zaujímá celosvětově druhé místo v dodávkách televizorů, přičemž si udržela pozici lídra v dodávkách 100palcových televizorů v roce 2023 i v prvním čtvrtletí roku 2024.

Skupina Hisense přitom uplatňuje strategii více značek a v jejím portfoliu jsou značky jako Toshiba TV, Kelon, Gorenje, ASKO, VIDAA, SANDEN, Regza, MORA a další. Díky dlouholeté interní kultivaci a externím akvizicím společnost vstoupila do fáze globálního působení a rozvoje více značek, z nichž vytvořila kompletní a bohatý ekosystém. Výsledkem je ucelená a rozmanitá struktura značek, která umožňuje různé brandové strategie v různých oblastech podnikání a tržních segmentech a uspokojuje preference a potřeby široké škály spotřebitelů.

Ve snaze stát se firmou světové úrovně s globálně uznávanou pověstí prochází společnost Hisense rychlou mezinárodní expanzí, přičemž v průběhu let účinně uplatňuje strategii nezávislé, špičkové globalizace jednotlivých značek.

Společnost Hisense disponuje robustní globální sítí zahrnující 34 průmyslových parků, 26 výzkumných a vývojových center a 64 zahraničních poboček. Může se pochlubit 110.000 pracovníky, z nichž přibližně 24.000 tvoří mezinárodní zaměstnanci. Tato rozsáhlá síť zajišťuje vývoj pokročilých produktů, optimalizovanou výrobu s globálním dodavatelským řetězcem a marketingové strategie šité na míru konkrétním regionům.

Společnost Hisense dobře ví, že klíčem k budoucímu úspěchu jsou technologické inovace. Proto hodlá i nadále investovat do výzkumu a vývoje a vyvíjet výjimečné inovativní produkty, které pomohou zlepšovat lidské životy. Co se týče péče o potřeby uživatelů, společnost v roce 2023 zavedla tzv. prouživatelskou scénářovou strategii (user-centered, scenario-driven strategy) s cílem dosáhnout hlubšího porozumění požadavkům svých spotřebitelů. Toto zaměření se přímo promítá do nejnovější strategie značky z roku 2024, která klade důraz na „technologie zaměřené na uživatele“ a „nejvyšší kvalitu“.

Závazek společnosti Hisense však sahá dál než jen k vynikající kvalitě obrazu a výkonu. Díky uspokojování rozmanitých uživatelských potřeb, upřednostňování místních preferencí a v neposlední

řadě i díky budování silných komunikačních vazeb v duchu hesla „místní pro místní“ se společnost Hisense transformovala v přední mezinárodní značku, která vnáší inovativní technologie do životního stylu spotřebitelů po celém světě.

Skupina Hisense přitom velmi dbá na udržitelnost svého podnikání, a sportovní marketing i partnerství s organizacemi UEFA či FIFA vnímá jako platformu k propagaci udržitelnosti a odpovědných investic v celé Evropě. Proaktivní závazek k udržitelnému rozvoji stvrzuje například poslední “Zpráva o udržitelnosti Hisense Europe za rok 2023” nebo stříbrná medaile EcoVadis - toto mezinárodně uznávané hodnocení podniků řadí Hisense Europe mezi 11 % nejlépe hodnocených společností. První stříbrnou medaili EcoVadis přitom skupina získala již vloni za rok 2022.

O společnosti Hisense

Hisense je přední světová značka domácích spotřebičů a spotřební elektroniky a oficiální partner šampionátu UEFA EURO 2024. Podle údajů společnosti Omdia se značka Hisense v roce 2023 i v prvním čtvrtletí roku 2024 umístila na druhém místě žebříčku celkového celosvětového prodeje televizorů a na prvním místě v kategorii televizorů s úhlopříčkou 100 palců. Společnost prošla rychlou expanzí a nyní působí ve více než 160 zemích. Specializuje se na multimediální produkty, domácí spotřebiče a inteligentní informační technologie.

Více informací: cz.hisense.com, global.hisense.com

Sense For Technology

Fotogalerie a video jsou trvale přístupné zde:

<https://1drv.ms/f/s!ALDUuB6kZhh4gZIBkJk2-lCZMJnfsQ?e=XmhKN9>

ČTK Connect ke zprávě vydává obrazovou přílohu, která je k dispozici na adrese <https://www.protext.cz>.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/spolecnost-hisense-predstavuje-novy-slogan-hisense-vic-n-ez-jen-znacka/2541982>