AsiaNet 97324 （1828）

ハイセンスは2022年UEFA欧州女子選手権で輝き、グローバル市場のチャンピオンの座獲得

【青島（中国）2022年8月3日PR Newswire＝共同通信JBN】2022年に最も待ち望まれた大会の1つ、UEFA Women's EURO 2022（TM）（2022年UEFA欧州女子選手権）は、決勝で新記録の観客8万7192人を集め、イングランドが優勝して幕を閉じた。ハイセンス（Hisense）はトーナメントの誇り高きパートナーとして、長年のスポーツマーケティングと技術革新を通じて、ブランド認知と製品販売でチャンピオンの座を獲得し、そのグローバル展開と高評価の堅固な基盤構築に成功した。

▽Remember The Name：ハイセンスはいかにUEFA Women's EURO 2022で新ファンを獲得したか

トーナメントのグローバルパートナーとして、認知度を高め女子サッカーを振興するハイセンスは、さまざまなマーケティングキャンペーンを通じて、女子サッカーに対する消費者の興奮と興味を高めた。

キャンペーンはクイズ、日々のハイライト、ソーシャルメディ上のコンペを盛り込んだほか、ファンに好きなサッカー選手の動画を投稿し、賞品のハイセンス4K U7テレビを当てるよう勧めた。一部の幸運なファンは、ウェンブリー（ロンドン）での決勝観戦チケットを獲得した。キャンペーンは600万人以上に達して40万人余りが参加、動画視聴は100万回を超えた。

ハイセンスは女子サッカーを草の根レベルで支援するため、#RememberTheNameキャンペーンを通じてキャッシュバック寄付を提供した。キャンペーン期間中ハイセンス製品を購入した消費者は慈善団体Women in Sportに寄付できたが、ハイセンスも同額を寄付した。

▽ハイセンスはサッカー場に衝撃を与えて企業の評判と市場実績を向上

ハイセンスはトーナメントの認知度とマーケティング戦略を活用、その技術と強みを世界の消費者に紹介してビジネスパートナーとの提携を深めた。

ハイセンスがスポーツマーケティングの取り組みを開始して以来、世界中から多くの称賛と支持を受けた。例えば、ハイセンス各製品に対する欧州消費者の需要は大きく伸びた。ハイセンスはこれを受けて最近、ベレニエ（スロベニア）にR&Dセンターを新設し、消費者に対する高品質製品の提供を適正化する5000万ユーロを投資した。

大手家電量販店DartyやBoulangerなどの欧州ブランドは、ハイセンスの主要なビジネスパートナーになっている。2022年上半期に各種事業実績を上げ、ハイセンスインターナショナル（Hisense International Co., Ltd.）の売上収益は前年同期比5%増加して、ハイセンスの国際事業展開に見事な成果をもたらした。

ブランド力とグローバル市場展開の強化とともに、スポーツマーケティングはハイセンスが世界的に目覚ましい事業成長を達成する最重要戦略である。総合能力、革新的製品、ブランディング戦略を通じて、ハイセンスは今やグローバル市場内で競争上の優位を維持している。

ソース：Hisense

画像添付リンク：

Link: <http://asianetnews.net/view-attachment?attach-id=426885>

Link: <http://asianetnews.net/view-attachment?attach-id=426886>

Link: <http://asianetnews.net/view-attachment?attach-id=426887>