ไฮเซ่นส์ สร้างความตื่นตาในการแข่งขันฟุตบอล EURO 2020 ขณะที่ยอดส่งมอบ Laser TV โตกว่า 10 เท่าในช่วงครึ่งแรกของปีนี้

หลังจากแมตช์การแข่งขันอันเข้มข้นหลายต่อหลายแมตช์ ในที่สุดการแข่งขันฟุตบอล EURO 2020 รอบชิงชนะเลิศก็ได้ปิดฉากลงโดยที่ทีมชาติอิตาลีคว้าแชมป์ไปครอง ในฐานะผู้สนับสนุนระดับโลกของ EURO 2020 ที่สั่งสมประสบการณ์นานหลายปีด้านการตลาดผ่านกีฬาและนวัตกรรมเทคโนโลยี ไฮเซ่นส์ (Hisense) ก็คว้าแชมป์เช่นกันในด้านชื่อเสียงของแบรนด์และยอดขาย ด้วยยอดส่งมอบ Laser TV ทั่วโลก (ไม่รวมจีน) เพิ่มขึ้นกว่า 10 เท่าในช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน 2021 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว

ใช้การตลาดผ่านกีฬาเพิ่มยอดขายLaser TV ระดับไฮเอนด์

เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์และขยายตลาดทั่วโลก การตลาดผ่านกีฬาถือเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่สากลของไฮเซ่นส์ และด้วยความโด่งดังทั่วโลกและอิทธิพลของการแข่งขัน EURO 2020 ส่งผลให้วลี “Hisense 100′ Laser TV”ที่ฉายผ่านจอโฆษณาริมสนามนั้นดึงดูดความสนใจของผู้ชมอย่างมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมเป็นที่รู้จักมากขึ้น แสดงให้ผู้บริโภคทั่วโลกเห็นถึงเทคโนโลยีและความแข็งแกร่งของไฮเซ่นส์ และก่อให้เกิดการสร้างความร่วมมือเชิงลึกกับพันธมิตรทางธุรกิจหลายรายทั่วโลก

ด้วยการสั่งสมชื่อเสียงระดับโลกตลอดระยะเวลาหลายปีและผลพวงจากการตลาดผ่านกีฬา ส่งผลให้ Laser TV ของ

ไฮเซ่นส์ประสบความสำเร็จอย่างสูงในสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ ดูไบ ฝรั่งเศส และตลาดสำคัญอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรป ยกตัวอย่างเช่น ในระหว่างการแข่งขัน EURO 2020 ทีมชาติสเปนได้ซื้อ Laser TV ขนาด 100 นิ้วของไฮเซ่นส์รวม 8 ชุด โดย 6 ชุดจากทั้งหมดได้มอบให้แก่นักเตะในทีม ขณะที่ Boulanger ผู้ค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านชั้นนำของฝรั่งเศส ได้กลายเป็นพันธมิตรทางธุรกิจรายใหญ่ของไฮเซ่นส์ โดยนำ Laser TV ของไฮเซ่นส์ไปจำหน่ายในร้าน 13 สาขาในฝรั่งเศส ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ระดับไฮเอนด์ของไฮเซ่นส์เป็นที่รู้จักมากขึ้นในยุโรป

นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดระดับไฮเอนด์ในดูไบ ไฮเซ่นส์ได้ผสานเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ากับศิลปะ ด้วยการผลิต Laser TV กรอบสีทอง ซึ่งได้รับความชื่นชมจากผู้บริโภคจำนวนมากในดูไบ ด้วยเหตุนี้ ราชวงศ์ นักร้องดัง และองค์กรชั้นนำในดูไบต่างก็เป็นลูกค้าที่เหนียวแน่นของไฮเซ่นส์ โดยสามารถพบเห็น Laser TV ของไฮเซ่นส์ได้ตามสถานที่สำคัญ ๆ ตั้งแต่กอล์ฟคลับในย่าน Arabian Ranches ไปจนถึง Sheikh Zayed Road และกลายเป็นผลิตภัณฑ์สุดฮิตนำเทรนด์ในดูไบ

ณ สิ้นปี 2020 รายได้รวมจากการขาย Laser TV ในต่างประเทศพุ่งขึ้นถึง 120% เมื่อเทียบรายปี นอกจากนี้ ไฮเซ่นส์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องและขยายตลาดอย่างไม่หยุดยั้งแม้ว่าสถานการณ์โรคระบาดจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในปี 2020 ก็ตาม

ก้าวขึ้นเป็นผู้นำของโลกในอุตสาหกรรมLaser TV ผ่านการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี

Laser TV ของไฮเซ่นส์ประสบความสำเร็จได้ด้วยการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยไฮเซ่นส์ได้เริ่มพัฒนา Laser TV มาตั้งแต่ปี 2007 หลังจากพยายามอย่างไม่ลดละตลอด 7 ปี ในที่สุดไฮเซ่นส์ก็ประสบความสำเร็จในการเปิดตัว Laser TV ครั้งแรกในปี 2014 และล่าสุดในปี 2021 ไฮเซ่นส์ได้นำ Laser TV ก้าวสู่ยุคใหม่ด้วยการเปิดตัว TriChroma Laser TV แบบ full-colour ขนาด 100 นิ้ว ครั้งแรกของโลก

ไฮเซ่นส์ยื่นจดสิทธิบัตรเกี่ยวกับ Laser TV มากถึง 1,366 ฉบับทั่วโลก และมุ่งมั่นผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรม Laser TV ด้วยการแบ่งปันสิทธิในสิทธิบัตร เทคโนโลยี และทรัพย์สินทางปัญญากับอุตสาหกรรมตลอด 5 ปีข้างหน้า คุณเจีย เส้าเฉียน ประธานของไฮเซ่นส์ กรุ๊ป กล่าวว่า “ปัจจุบัน Laser TV ประสบความสำเร็จพอประมาณ ไฮเซ่นส์ตั้งเป้าว่าจะสร้างระบบนิเวศเทคโนโลยีในอนาคต เพื่อเปิดโอกาสให้บริษัทต่าง ๆ ได้เข้ามาสู่อุตสาหกรรมนี้มากขึ้น”

การที่ Laser TV ของไฮเซ่นส์ประสบความสำเร็จในระดับโลกไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่เป็นผลพวงของความแข็งแกร่งทางเทคโนโลยี ศักยภาพของแบรนด์ และนวัตกรรมของไฮเซ่นส์ ทั้งนี้ การที่ Laser TV ของไฮเซ่นส์ปรากฏอย่างโดดเด่นในการแข่งขัน EURO 2020 ได้ช่วยเร่งกลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่สากล ในขณะที่ไฮเซ่นส์กำลังผลักดันให้ Laser TV และอุตสาหกรรมเติบโตอย่างมหาศาลทั่วโลก

รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/1573191/image1.jpg

คำบรรยายภาพ: การแข่งขันฟุตบอล EURO 2020 รอบชิงชนะเลิศระหว่างอิตาลีกับอังกฤษ

รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/1573192/image2.jpg

รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/1573193/image3.jpg