

The background of the image is a blurred photograph of a group of people in a meeting or collaborative work environment. They appear to be gathered around a table, possibly discussing documents or a screen. The image is out of focus, with a soft, bokeh-like effect, and the color palette is dominated by cool blues and greys.

Haier

БРЕНД N°1 В МИРЕ
СРЕДИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КРУПНО БЫТОВОЙ
ТЕХНИКИ *

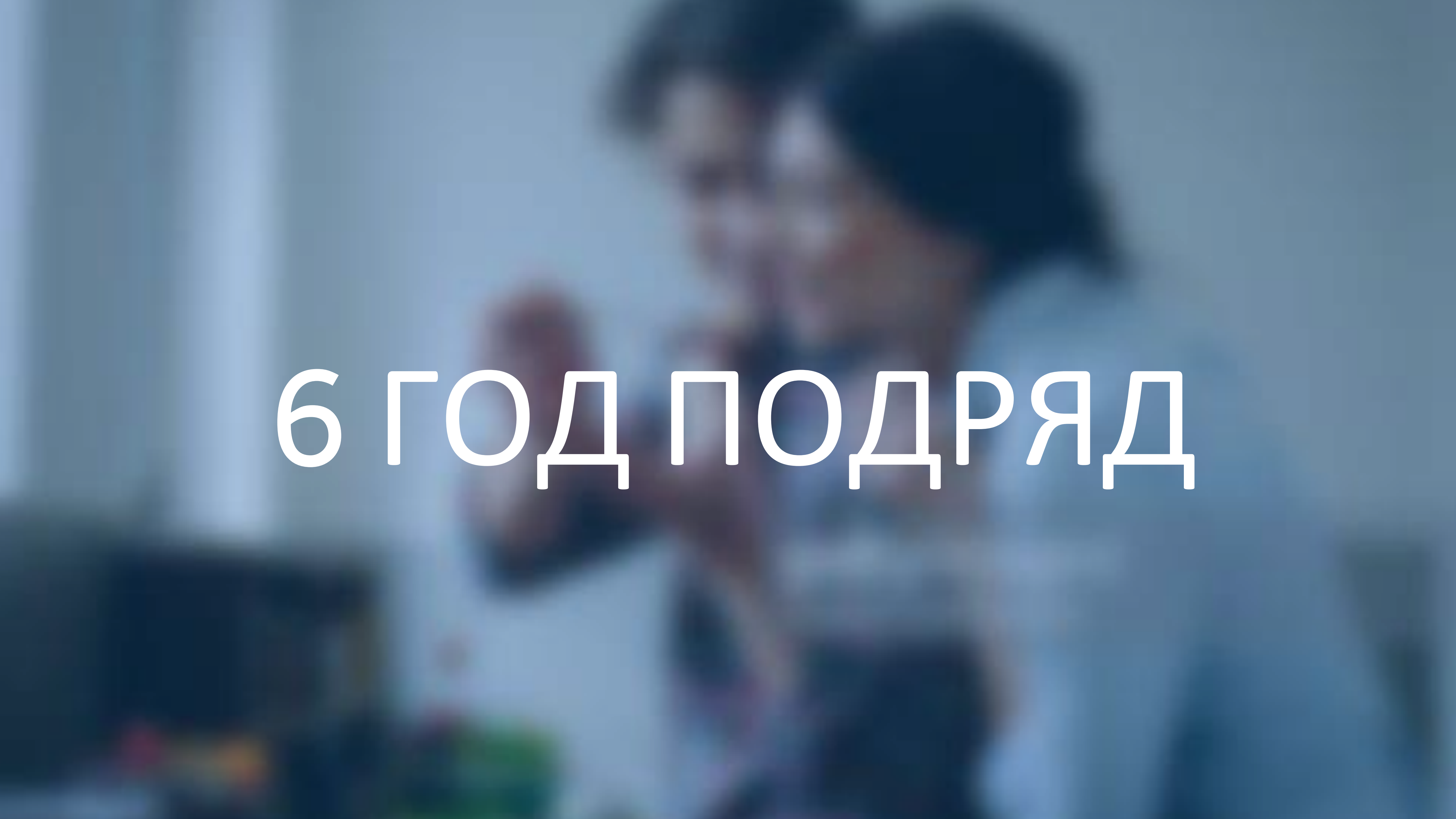
*Источник : Euromonitor international 2014

10.2%

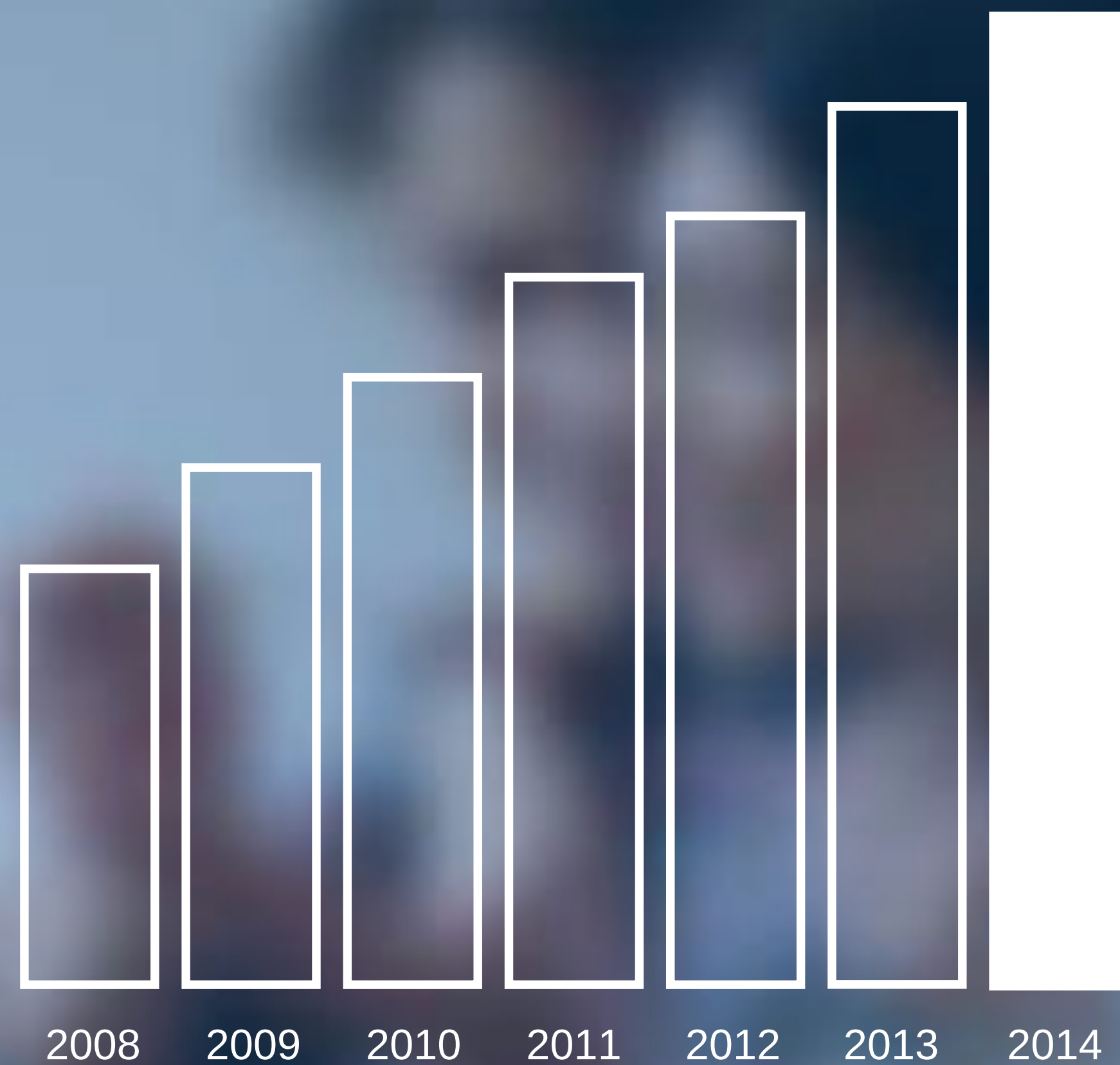
ДОЛЯ РЫНКА В МИРОВЫХ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖАХ

*

*Источник : Euromonitor international 2014



6 ГОД ПОДРЯД



ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫЙ РОСТ

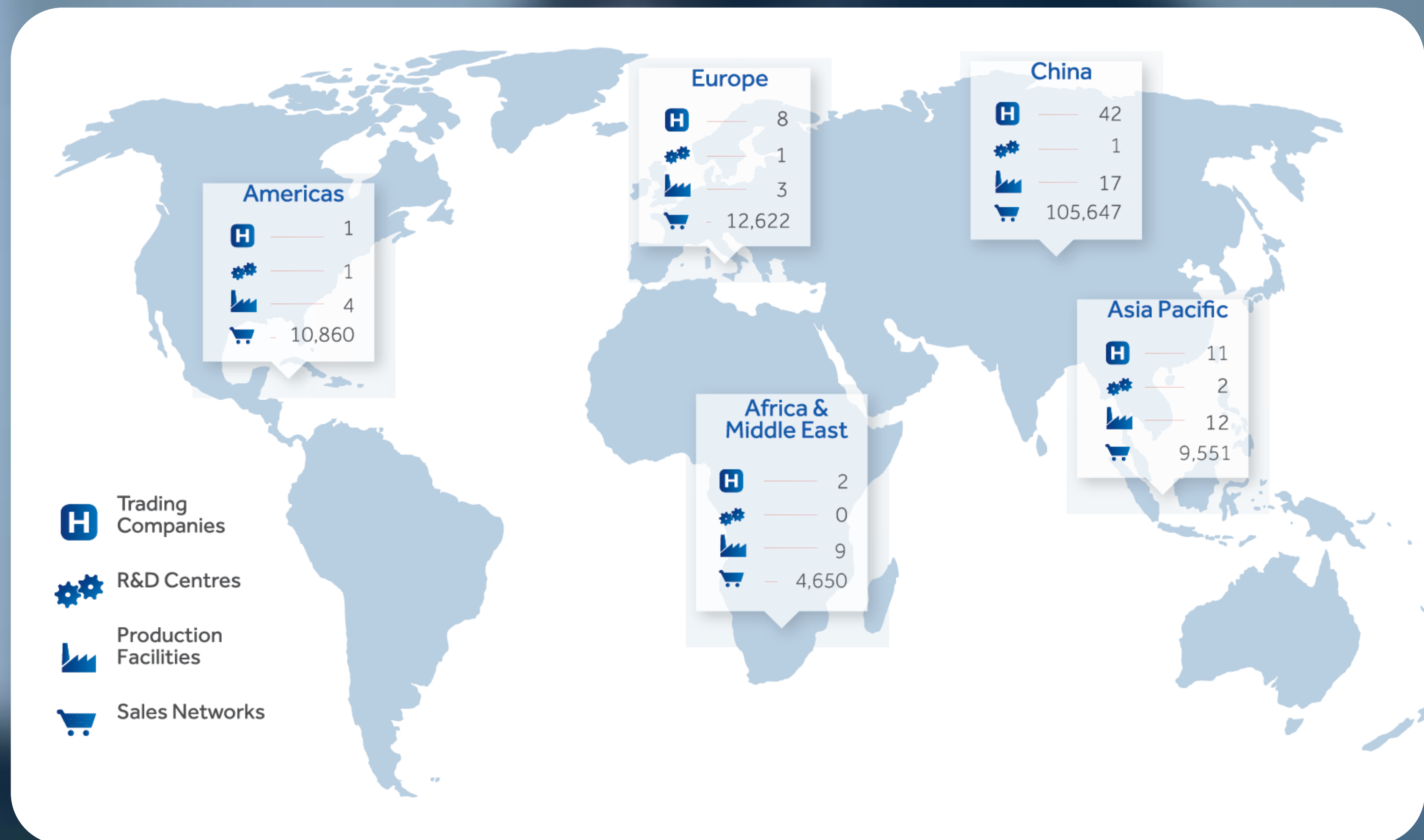
\$32.6

МИЛЛИАРДОВ

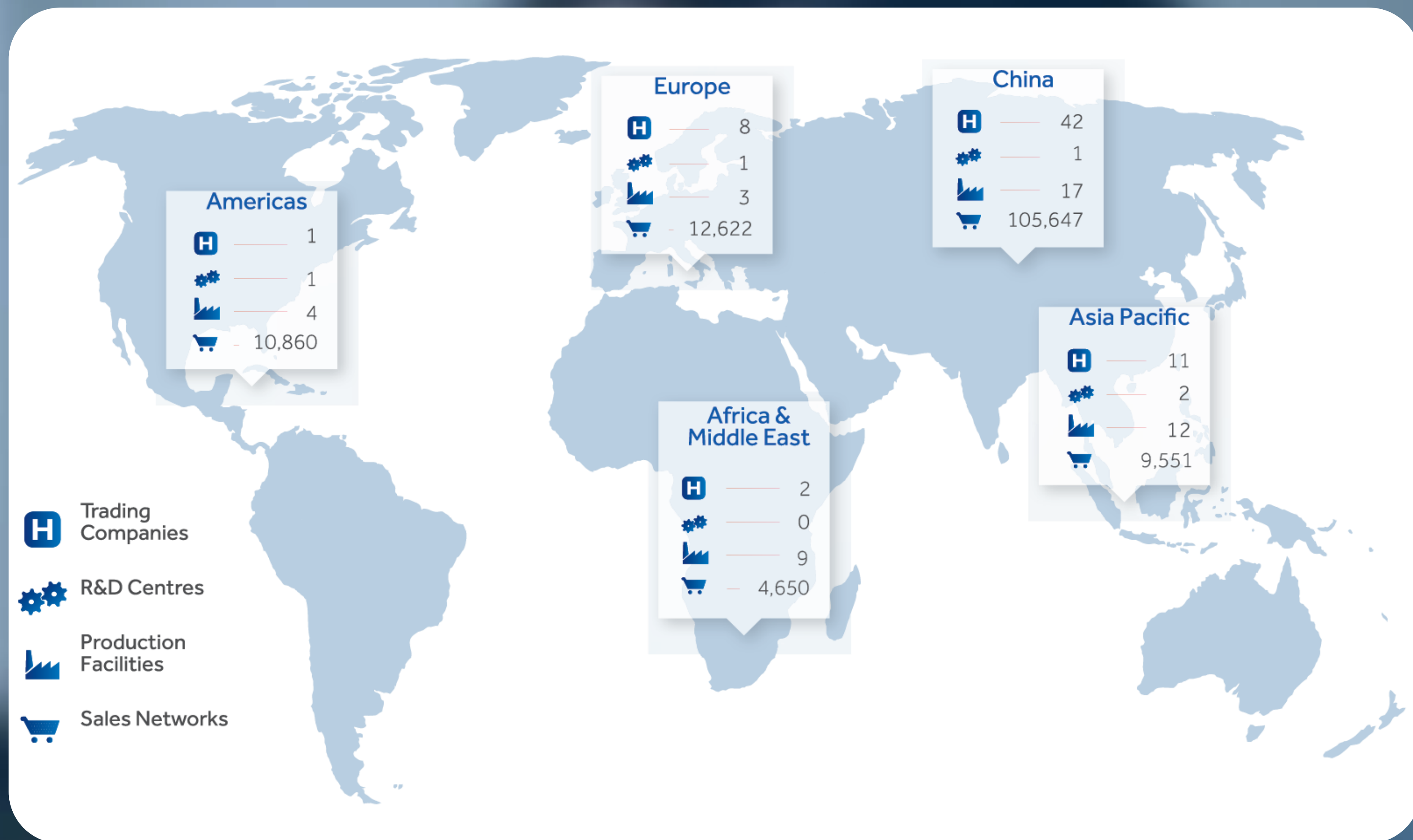
РЕКОРДНЫЙ ОБОРОТ ЗА 2014
+ 78% С 2009

ДЕЙСТВИТЕЛЬНО

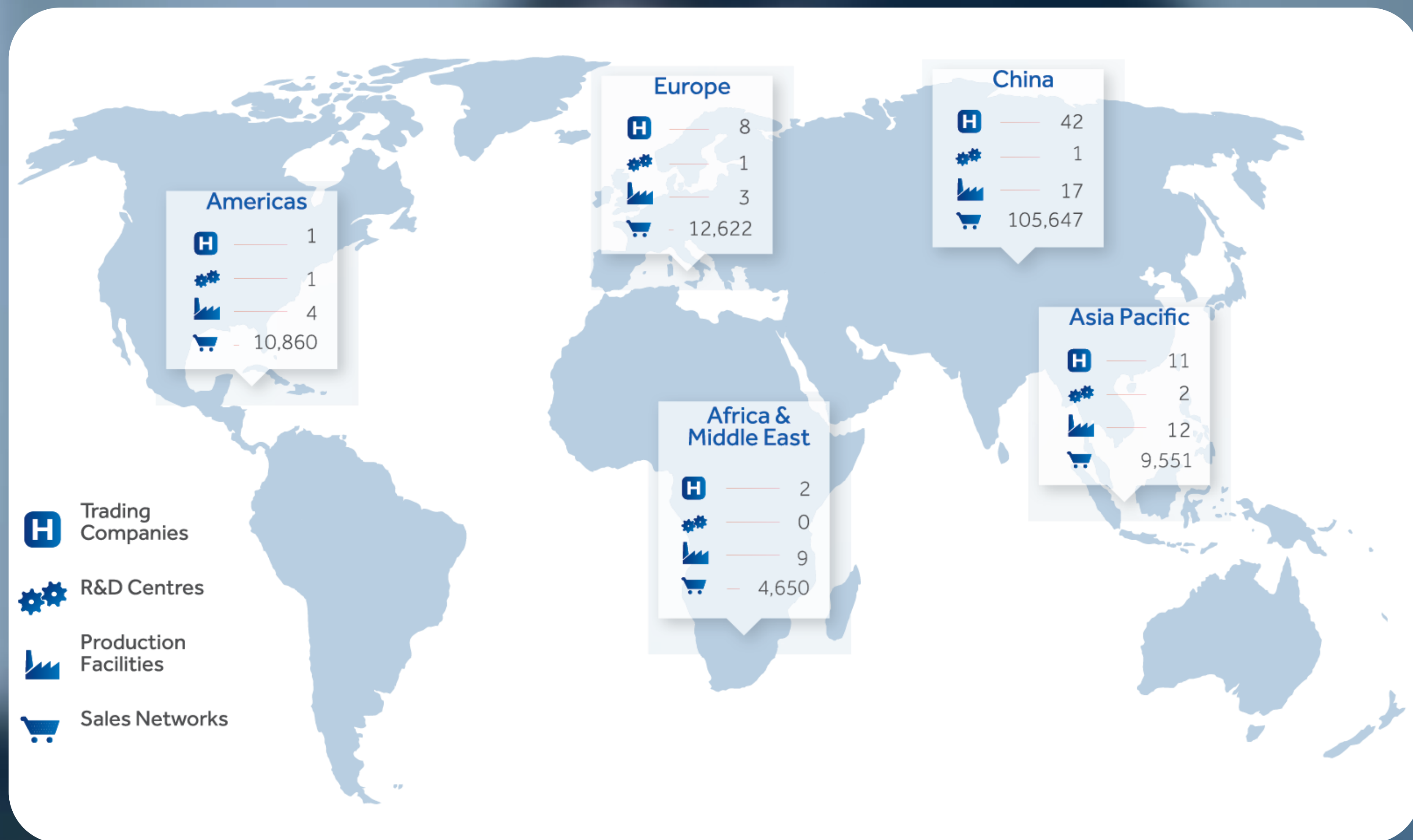
GLOBAL ЭНД



165 CTPAH



143,330 ДИСТРИБЬЮТЕРОВ



60 000 СОТРУДНИКОВ

Haier

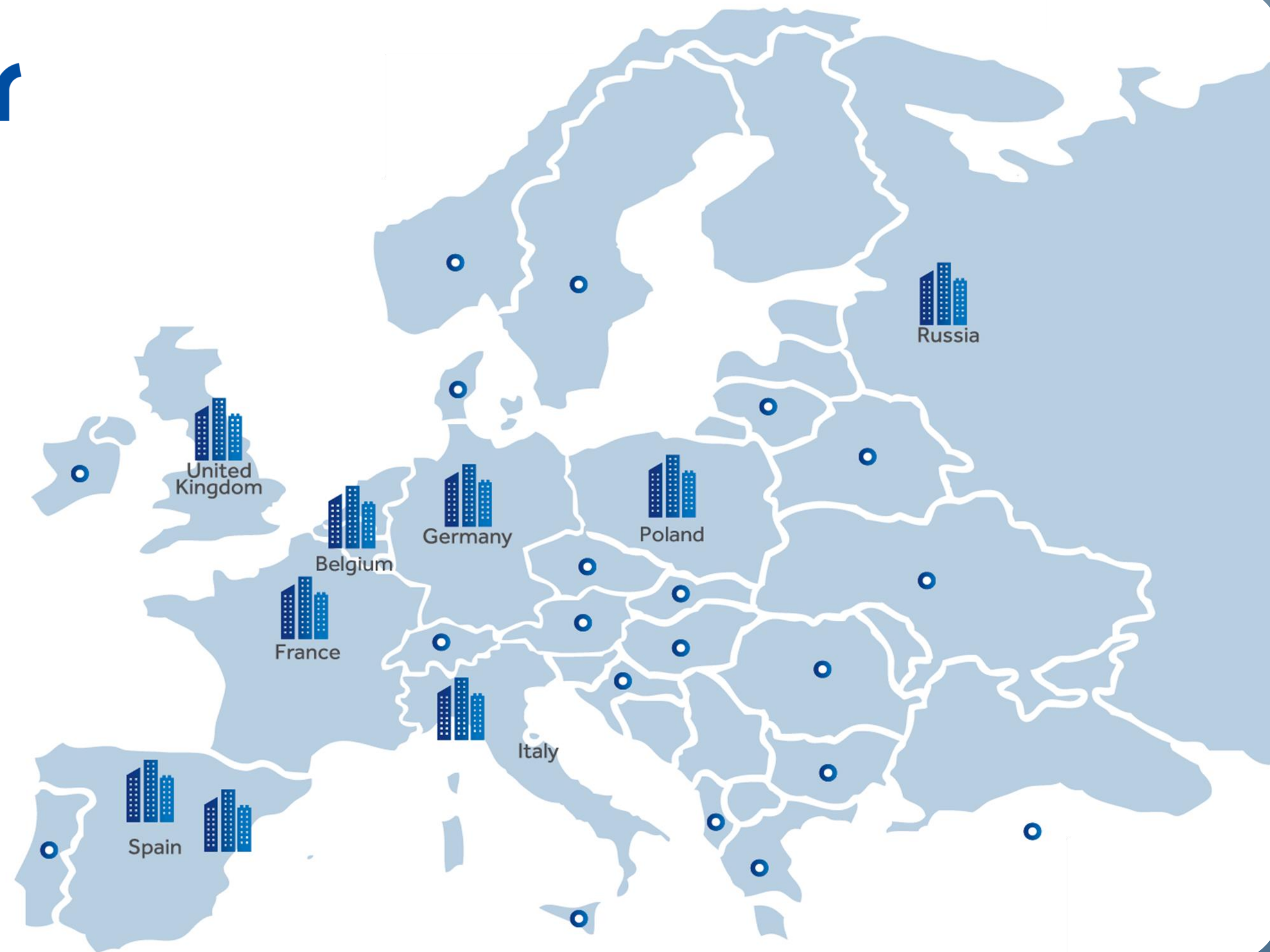
В Европе



Haier Local
Offices



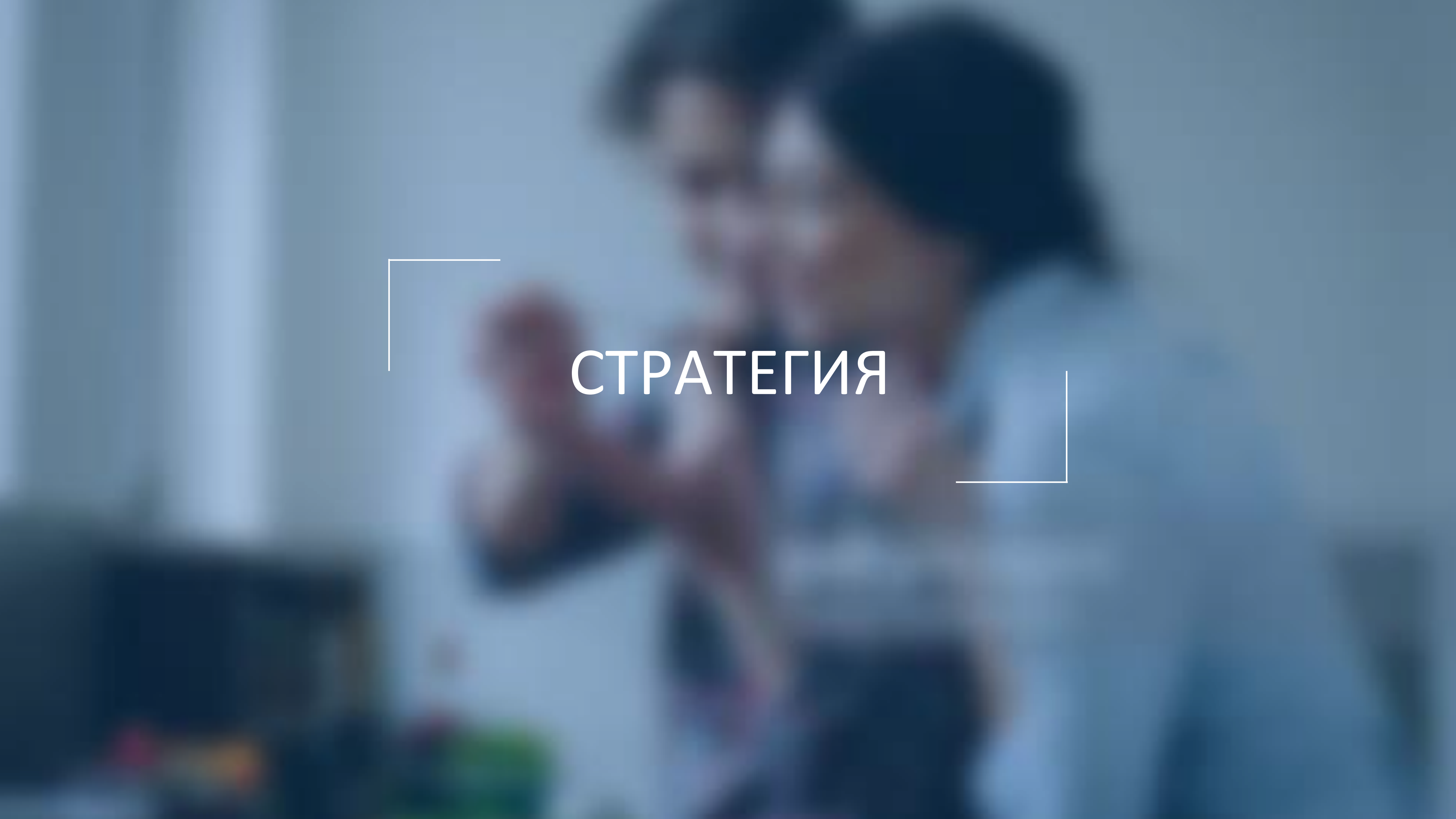
Haier Products
Available



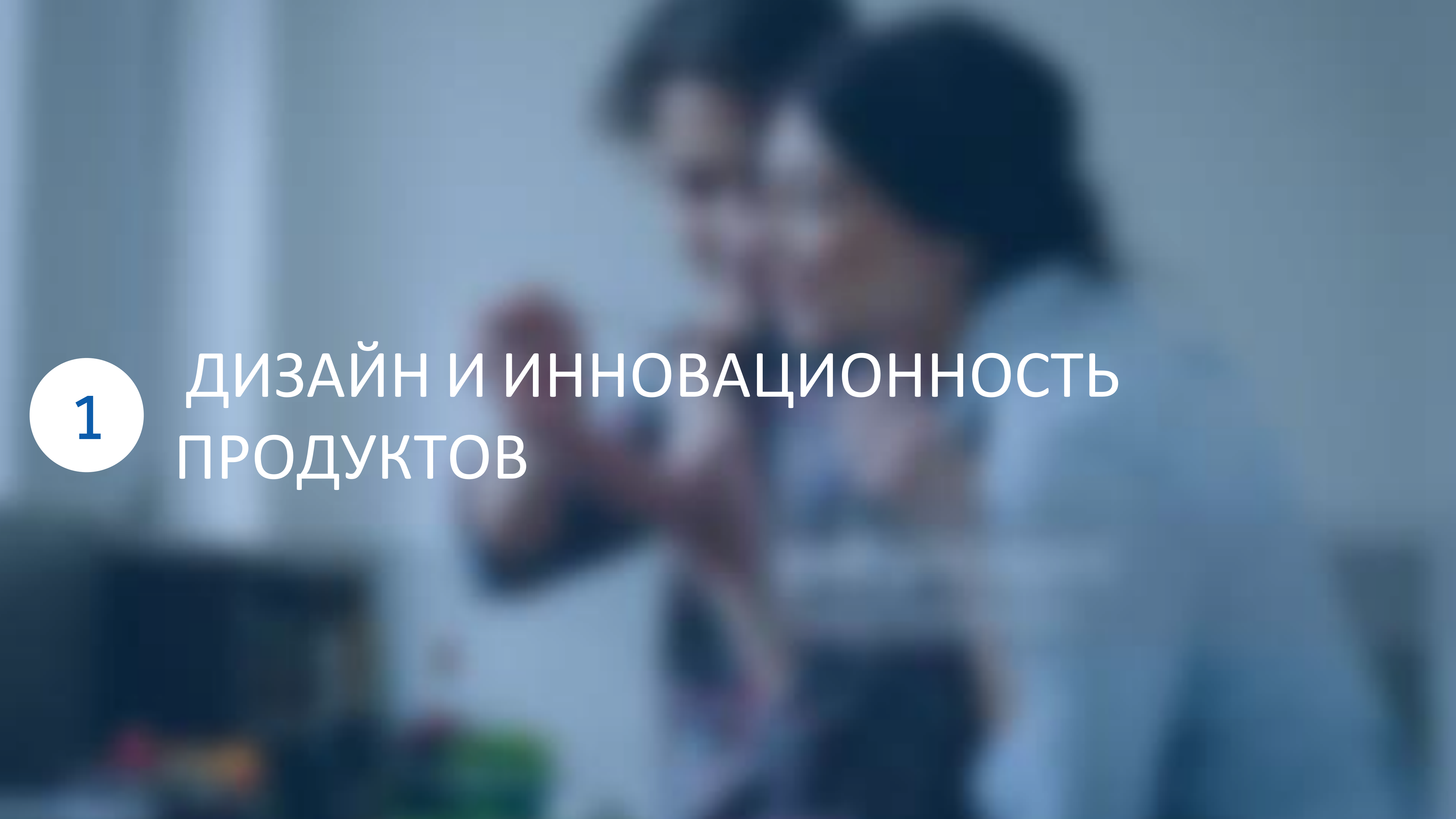
+30 СТРАН



НА ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ ВХОДИТ В ТОР 5 ПО БЫТОВОЙ ТЕХНИКЕ



СТРАТЕГИЯ

A blurred background image showing a group of people in a meeting or collaborative work environment. The focus is on the text overlay.

1 ДИЗАЙН И ИННОВАЦИОННОСТЬ ПРОДУКТОВ

ИННОВАЦИИ 2015



НОВАЯ HAIER
DUO

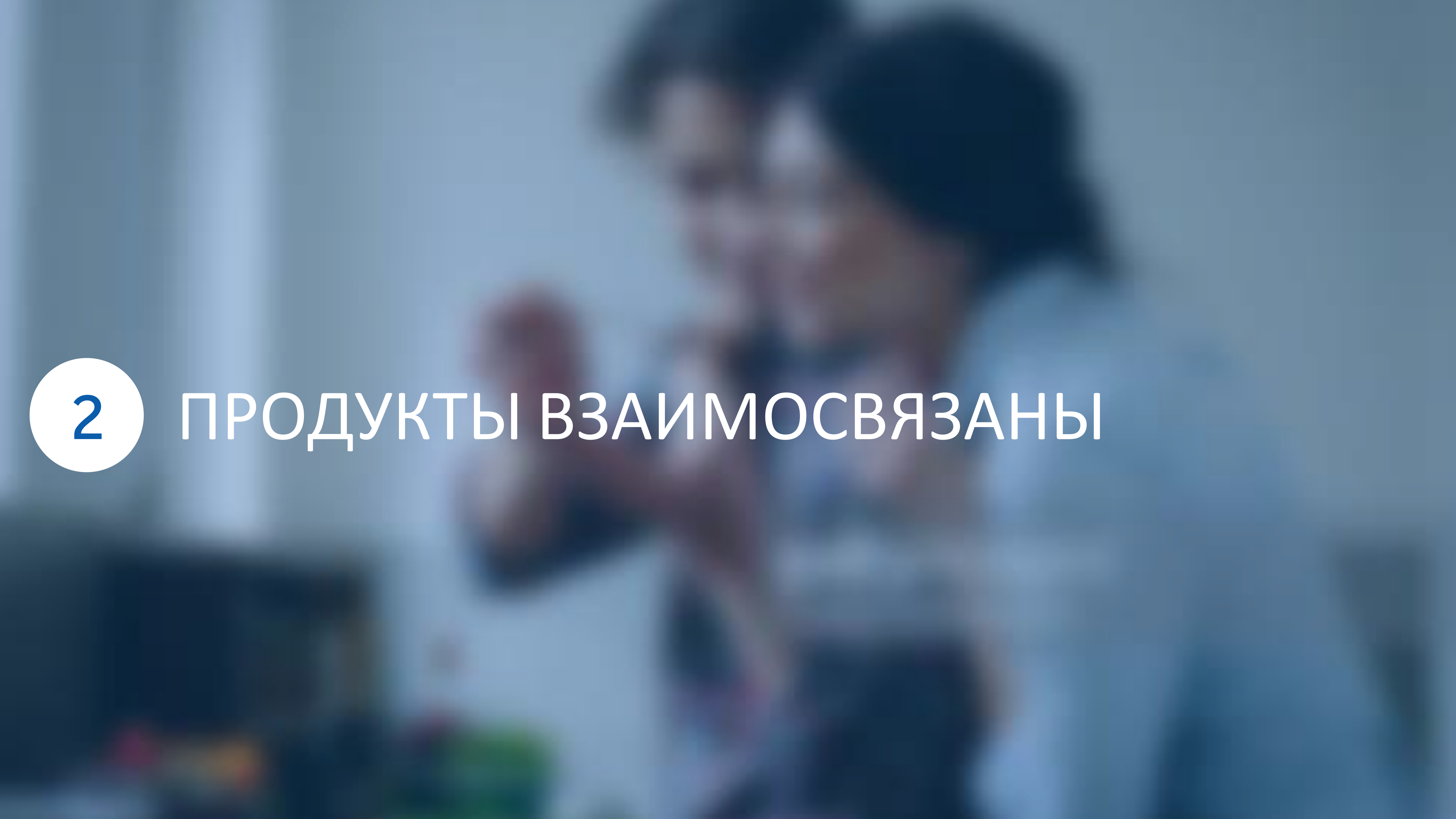


Haier duo

НОВЫЙ HAIER AIR



Haier AIR



2

ПРОДУКТЫ ВЗАИМОСВЯЗАНЫ

РОСТ БЛАГОДАря ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКЕ В КОНЦЕПЦИИ "УМНЫЙ ДОМ"



ОТ 200ВТ ДО 5000КВТ



AIR MINI



ЧИЛЛЕР С ВОДЯНЫМ ОХЛАЖДЕНИЕМ

ОТ 1'' ДО 105''



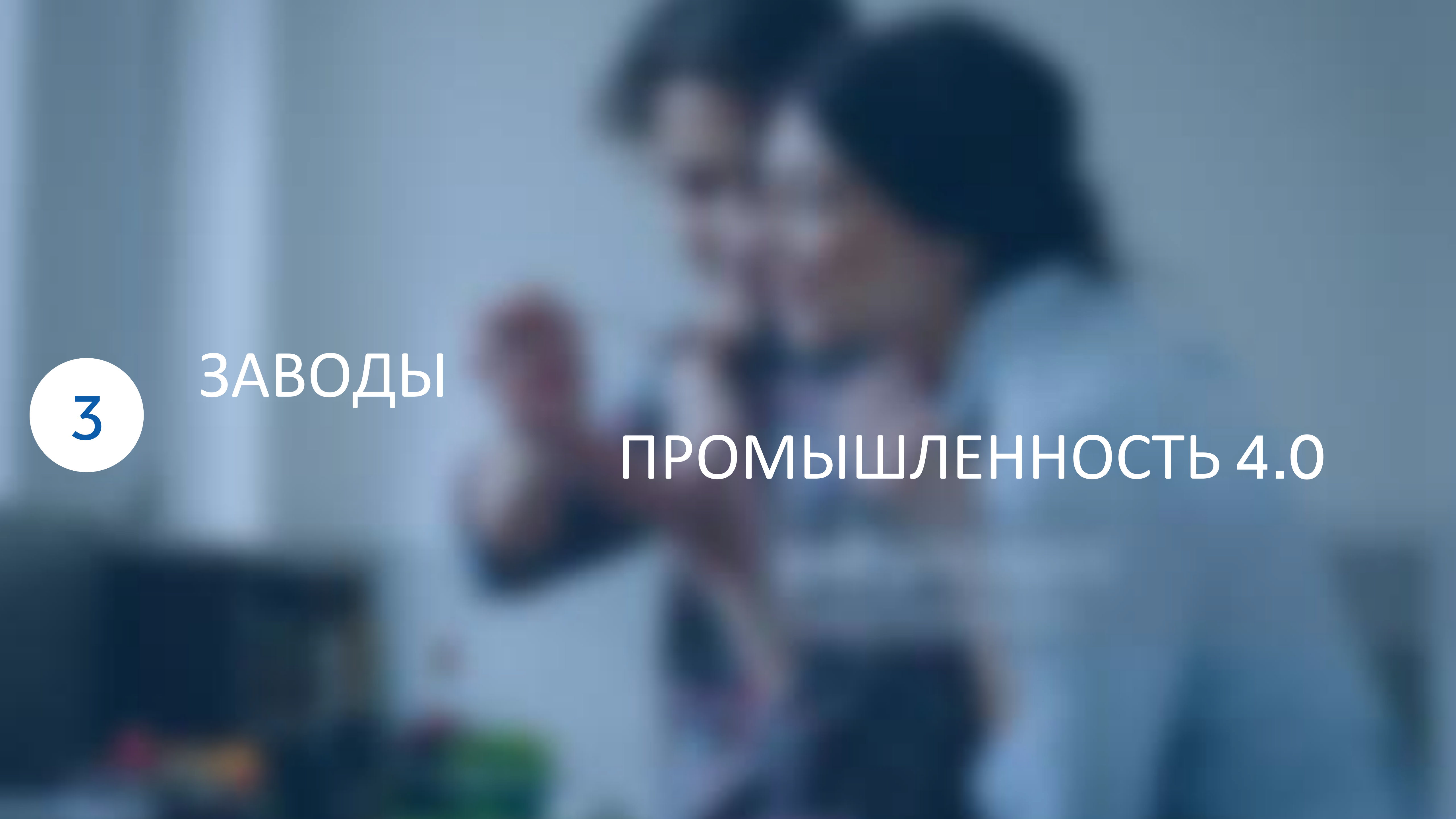
HAIER E-ZY SOS WATCH



HAIER 105'' 5K SMART CURVED LED TV



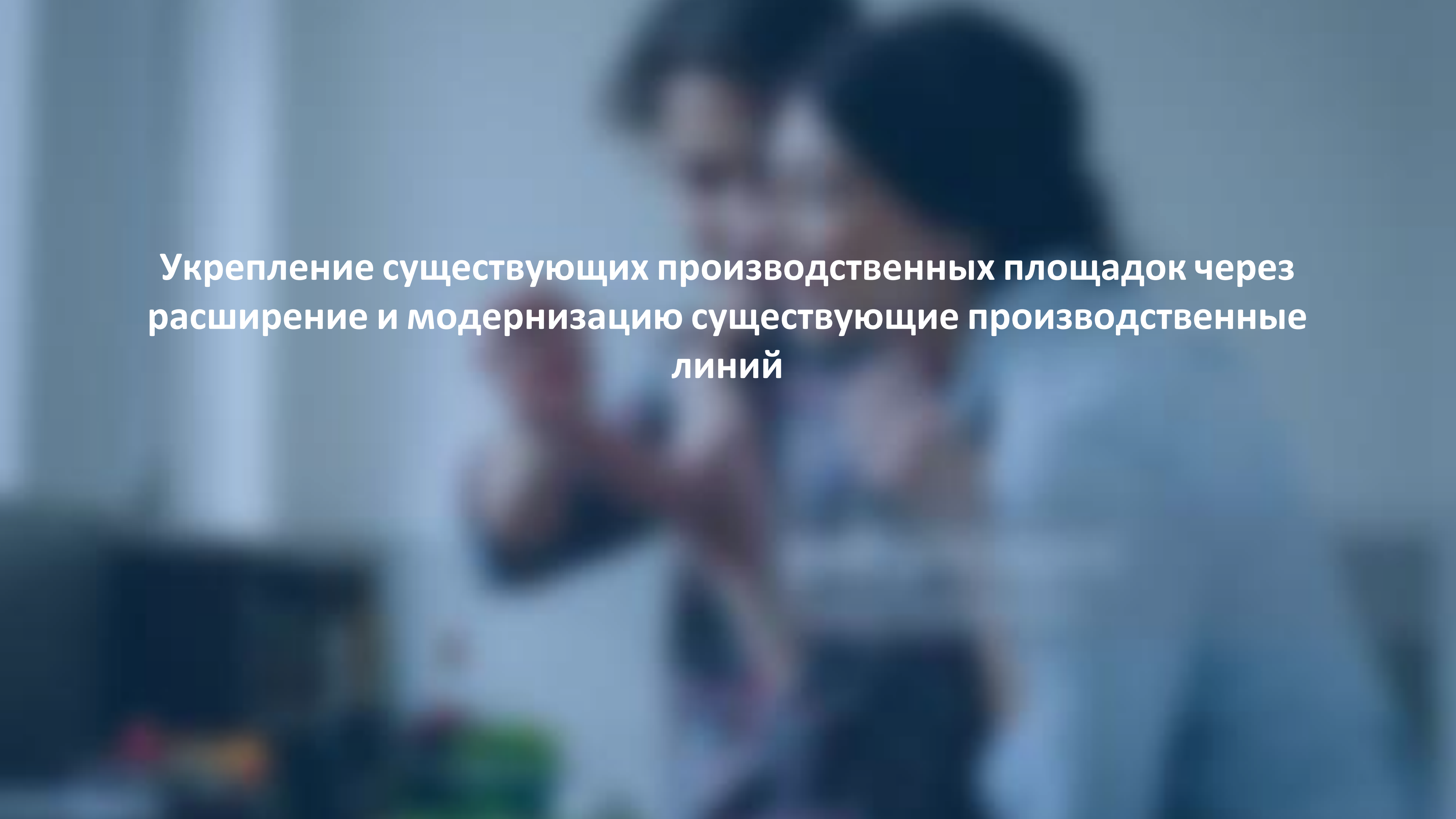
HAIER VOYAGE V SERIES



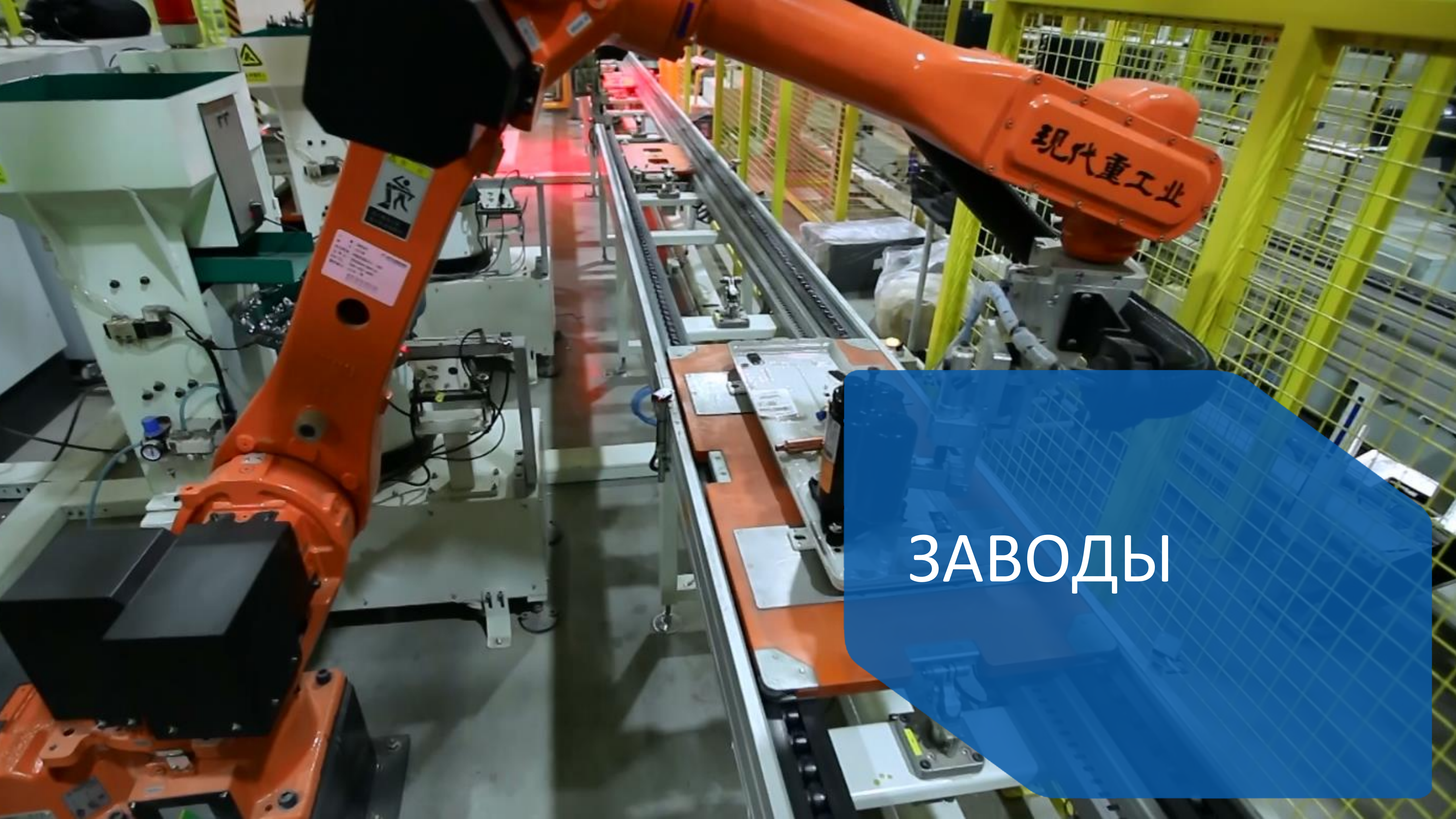
3

ЗАВОДЫ

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ 4.0



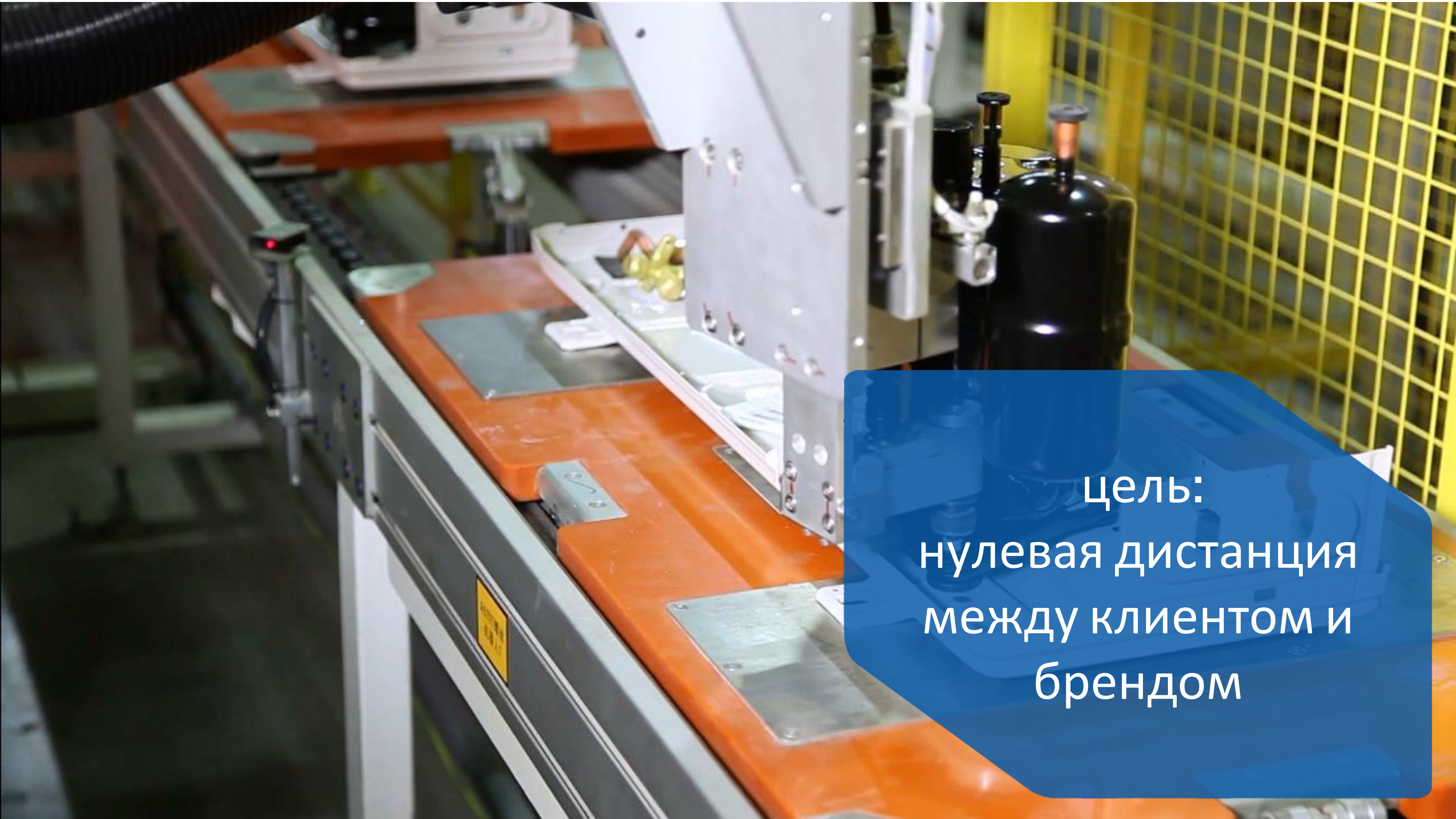
**Укрепление существующих производственных площадок через
расширение и модернизацию существующие производственные
линий**



ЗАВОДЫ

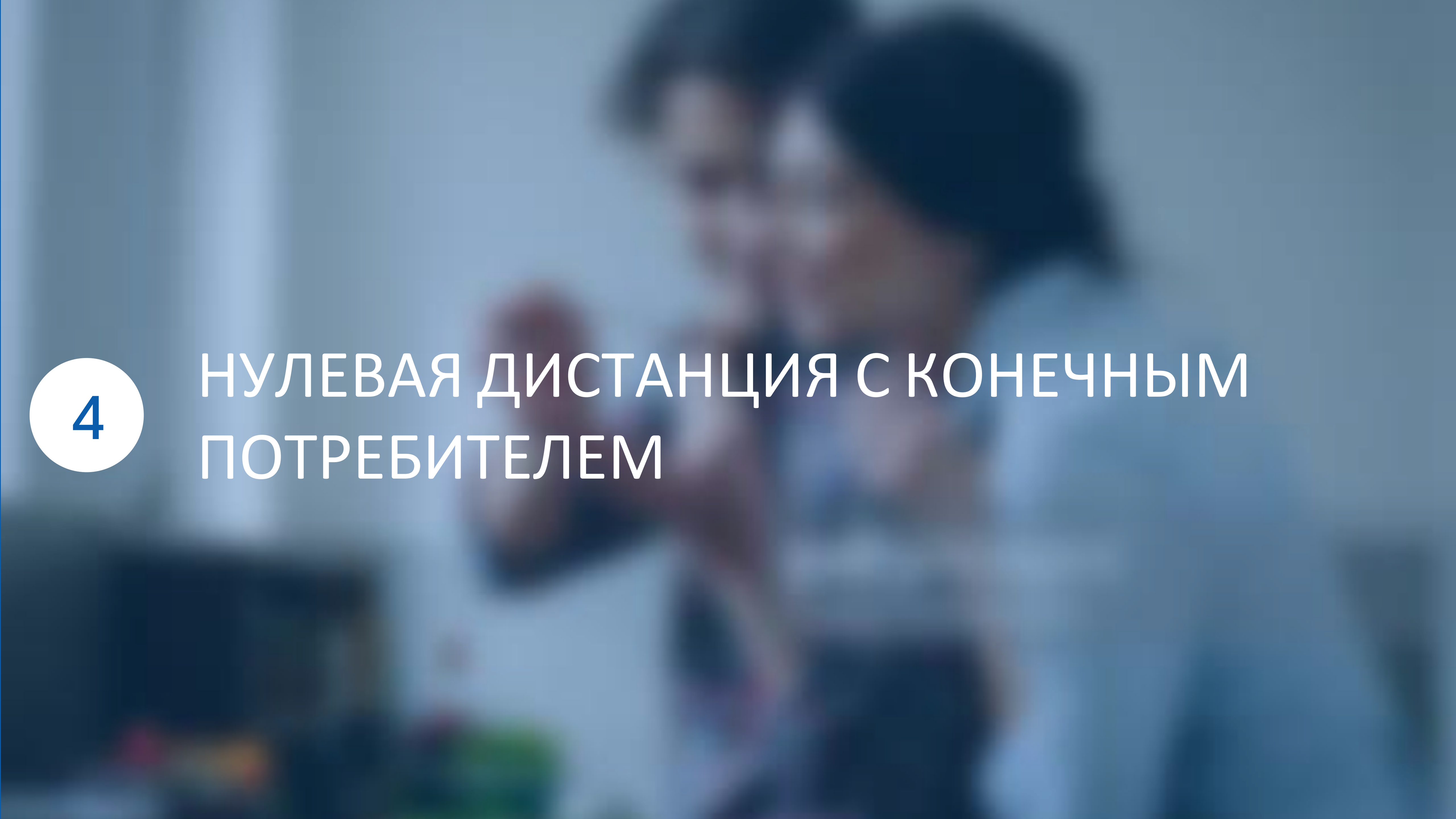


Haier представляет в 2015
году полностью интерактивную
производственную систему



цель:
нулевая дистанция
между клиентом и
брендом

Завод по производству
Холодильников в г
Набережные челны



4

НУЛЕВАЯ ДИСТАНЦИЯ С КОНЕЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

ПАРТНЕРСТВО КХЛ



Haier традиционно уделяет больше внимание спорту в разных странах мира

С 2006 года Haier – стратегический партнер NBA (Национальная Баскетбольная Ассоциация) и гонок серии NASCAR (Ассоциация гонок серийных автомобилей).

В 2007 году Haier и Российская Федерация тенниса заключили официальное соглашение о стратегическом сотрудничестве и продвижении своего бренда через спортивные мероприятия.

□ В 2007 компания стала официальным спонсором китайской спортивной делегации на Олимпийских Играх 2008 года в Пекине.

□ Haier – официальный спонсор XXIX Олимпийских игр в Пекине в 2008 году.

□ Компания – поставщик оборудования для объектов Зимних Олимпийских Игр в Сочи 2014 года.

Текущий опыт (Мир):

□ ANZ championship 2014 (Нетбол), команда Haier Pulse.

□ Титульный спонсор Haier T20 Cup (Крикет) 2014-15 в Пакистане (Пакистанский совет по крикету).

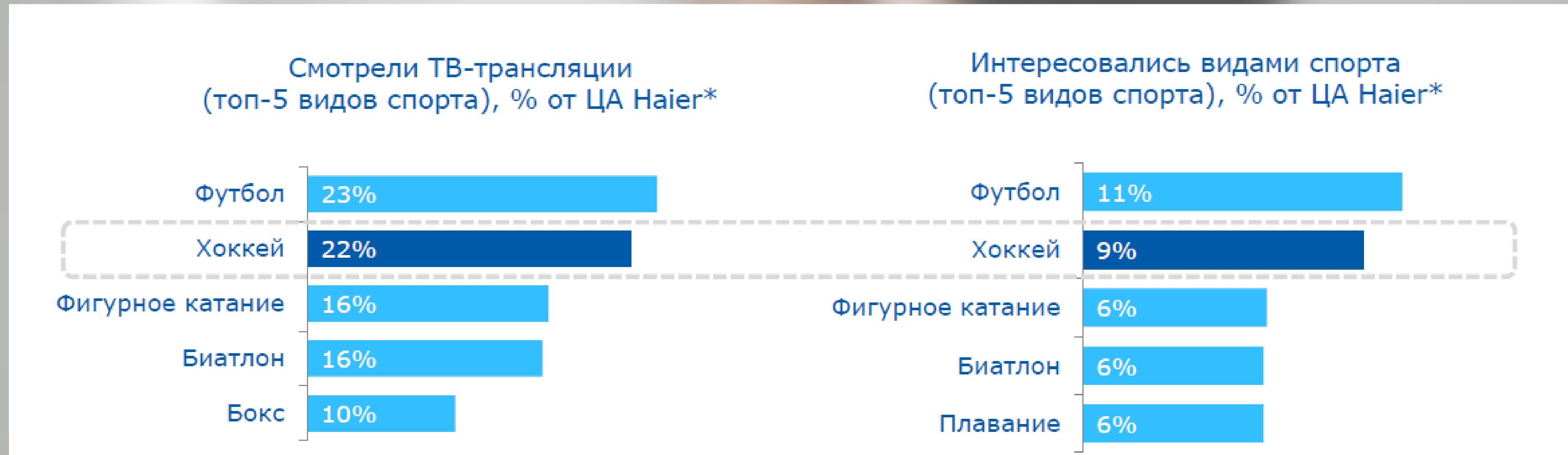
Текущий опыт (Россия):

□ Haier – спонсор КХЛ 2015 – 2016

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ HAIER О СЕБЕ

- Я знаю бренд Haier (120)
- Я не представляю себе жизнь без Интернета (127)
- На мое мнение о товарах и марках влияют комментарии и отзывы, которые оставляют в Интернете другие люди (122)
- Я не боюсь покупать новинки техники, даже если мои знакомые их не пробовали (116)
- Я готов платить больше за качественные товары (110)
- Мне нравится покупать вещи, делающие меня более солидным (109)
- Люди советуются со мной прежде чем купить что-то новое (107)
- Я всегда ищу новые идеи для улучшения моего дома (107)
- ЦА Haier: все 25-55, семейные, доход выше среднего

ПОПУЛЯРНОСТЬ ХОККЕЯ



Для целевой аудитории бренда Haier хоккей – второй по популярности вид спорта. По объему ЦА, заявившей что они смотрели хоккейные трансляции за последние полгода хоккей практически не уступает футболу.

Хоккей также же занимает второе место по доле заинтересованных болельщиков – тех, кто осознанно ищет информацию о хоккейных событиях в интернете или печатных изданиях.

Целевая аудитория Haier

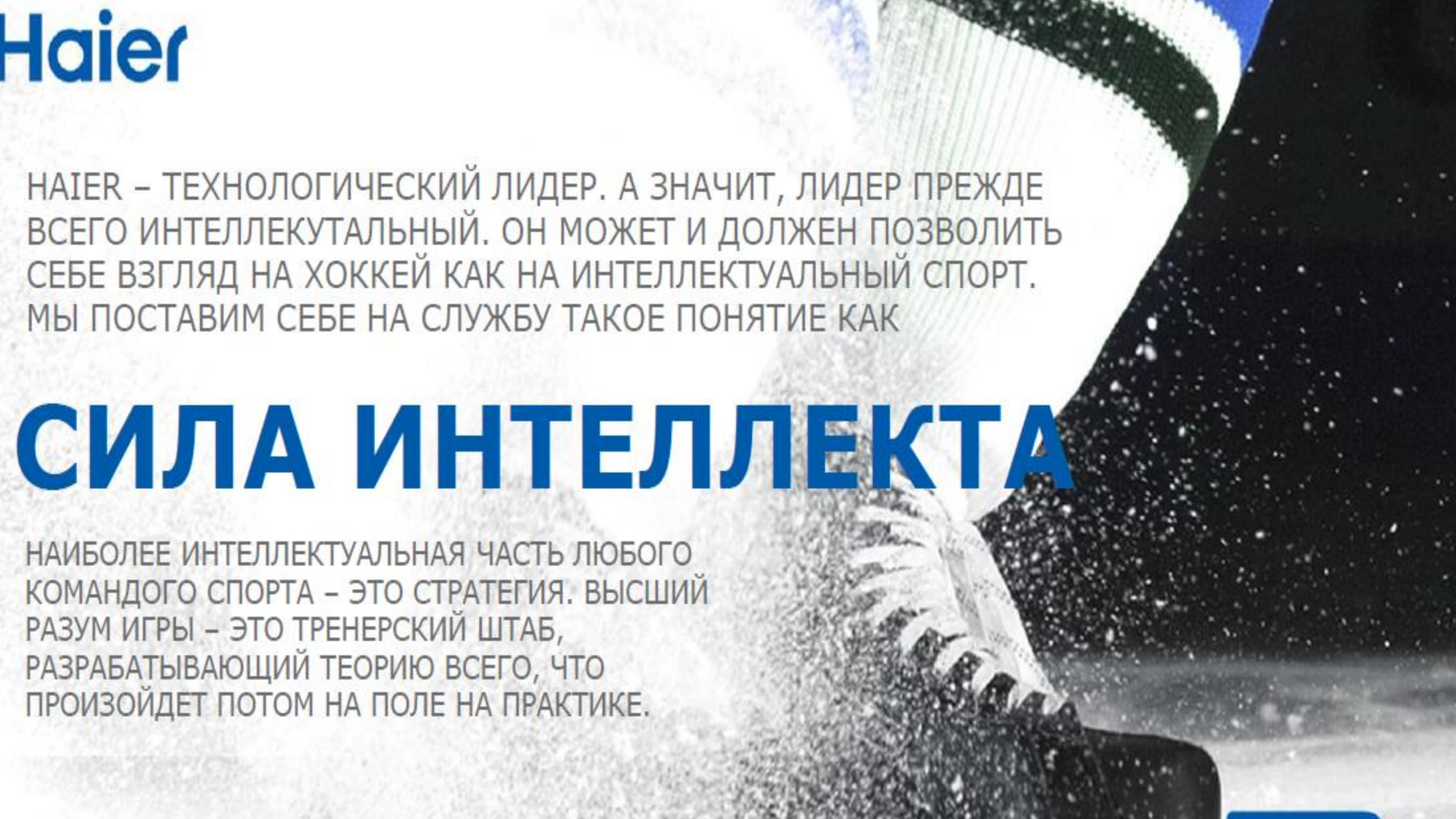
- Целевая аудитория Haier – лидеры мнений, активные пользователи Интернета, модные, заботящиеся о своем доме. При этом они достаточно хорошо знакомы с брендом.
- Хоккей – второй по популярности вид спорта у целевой аудитории бренда Haier.
- Более 22% ЦА заявили, что смотрели хоккейные трансляции за последние полгода, при этом общий телевизионный охват трансляций КХЛ за сезон 2013/2015 составил 43% целевой аудитории бренда.
- С каждым сезоном увеличивается интерес целевой аудитории бренда к трансляциям КХЛ.

ХОККЕЙ КАК И HAIER ПОЛОН ИННОВАЦИЙ

ИДЕЯ ПОЛОН ИННОВАЦИЙ

Раскрывается через сопоставление технологических прорывов Haier – и технологических решений в хоккее.

Хоккей в рамках этой идеи предстает перед нами как спорт, инновационность которого скрыта от глаз (как и в бытовой технике), но определяет его суть.



Haier

HAIER – ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЛИДЕР. А ЗНАЧИТ, ЛИДЕР ПРЕЖДЕ ВСЕГО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ. ОН МОЖЕТ И ДОЛЖЕН ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ВЗГЛЯД НА ХОККЕЙ КАК НА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ СПОРТ. МЫ ПОСТАВИМ СЕБЕ НА СЛУЖБУ ТАКОЕ ПОНЯТИЕ КАК

СИЛА ИНТЕЛЛЕКТА

НАИБОЛЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ЧАСТЬ ЛЮБОГО КОМАНДОГО СПОРТА – ЭТО СТРАТЕГИЯ. ВЫСШИЙ РАЗУМ ИГРЫ – ЭТО ТРЕНЕРСКИЙ ШТАБ, РАЗРАБАТЫВАЮЩИЙ ТЕОРИЮ ВСЕГО, ЧТО ПРОИЗОЙДЕТ ПОТОМ НА ПОЛЕ НА ПРАКТИКЕ.



THANK YOU