

Forrás:

https://www.boschmediaservice.hu/sajtokozlemenyt/bosch_likeabosch_2019_januar_hun-225.html

2019.01.15.

ID: 225

#LikeABosch - IoT-kampányt indított a Bosch

Pozicionálás a dolgok internete (IoT) világszerte vezető vállalatoként

- Hip-hop zenével és humorral utal IoT-kompetenciájára a Bosch
- Boris Dolkhani márkamenedzsment-igazgató: „A Bosch aligha kerülhető meg az IoT területén”

Stuttgart/Las Vegas – „Like a Bosch” – e szlogen köré szerveződik a technológiák és szolgáltatások szállítójának most indított kampánya. A kampány üzenete: a Bosch a hálózatba kapcsolt termékek és megoldások vezető szállítója. Fő eleme egy hip-hop zenei videó, amelynek hétköznapi főhőse a dolgok internetének (IoT) értő és ügyes felhasználója. A „Like a Bosch” kampányt az 1886-ban alapított vállalat mindaddig nem megszokott megközelítés és hangvétel jellemzi. A PR-megoldás a „Like a Boss” internet-jelenségre épít, amely a világhálón vírusvideók és mémek formájában terjedve kattintások tízmillióival büszkélkedhet. A videók szereplői hétköznapi emberek, akik bizarr mutatókat adnak elő vagy épp nagy ügyességgel kerülnek ki nehéz helyzetekből. A „Like a Bosch” kampány néhány betűt megváltoztatva ad új értelmet az internetes jelenségnek. A Bosch-film hőseként egy fiatalember minden helyzetet megold a mindennapok során – a Bosch hálózatba kapcsolt megoldásaival. Okostelefonjával a kezében egyaránt menő, intelligens és magabiztos módon vezérli autóját, fűnyíróját vagy éppen kávéfőzőjét, s mindig ura a helyzetnek – „Like a Bosch.”

IoT-víruskampány indul

„Egy globális internet-jelenséget vettünk alapul, amit humorral dolgoztunk át” – mutatott rá Boris Dolkhani, a Bosch márkamenedzsment-igazgatója. „A Bosch aligha kerülhető meg az IoT területén, ez a kampány egyértelmű üzenete.” A minél nagyobb közönség elérése érdekében a vállalat online, IoT-víruskampányt indított. Ennek során a Bosch több mint 400 ezer munkavállalójára is számít, akik

e videók lájkjaival és megosztásával segíthetik a kampányt. Még idén megjelennek további termékvideók hálózatba kapcsolt mobilitás (Connected Mobility) és hálózatba kapcsolat élet (Connected Living) IoT-domainnevek alatt. A hamburgi Jung von Matt ügynökség által készített kampány a digitális és közösségi média csatornákon jelenik meg.

Fejlődő vállalat

A Bosch tovább kívánja erősíteni vezető IoT-vállalatként elfoglalt pozícióját. A vállalat 2017-ben mintegy 38 millió web-kompatibilis termékét értékesítette, s jelenleg nagyjából 27 ezer szoftverfejlesztője 20 százaléka a dolgok internete (IoT) szakterületen dolgozik. A Bosch szerint a globális IoT-piac 2020-ig évente 35 százalékkal, 250 milliárd dollárra bővül. E kilátások alapján a vállalat – igencsak nagyratörő célkitűzéseket megfogalmazva – ekkorra már minden elektromos eszközt internetkompatibilissé tervezi fejleszteni, sőt, mindegyikhez adatalapú szolgáltatásokat is kínál, amelyben kulcsszerep jut a mesterséges intelligenciának.

További információ a „Like a Bosch” kampányról: iot.bosch.com

További információ:

Hack Mónika

+36 70 510 5516

Háttér információ:

A Bosch csoport különböző technológiák és szolgáltatások vezető nemzetközi szállítója. Világszerte mintegy 402 000 munkatársat foglalkoztat (2017. december 31-én) és 78,1 milliárd euró árbevételt ért el 2017-ben. A cégcsoport négy üzleti területen végzi tevékenységét, ezek a mobilitási megoldások, az ipari technika, a fogyasztási cikkek, valamint az energia- és épülettechnika. Vezető IoT-vállalként a Bosch innovatív megoldásokat kínál az intelligens otthonokhoz, az intelligens városokhoz, a hálózatra kapcsolt mobilitáshoz, és a hálózatra kapcsolt gyártáshoz. Szakértelmét az érzékelők technológiájában, a hálózatra kapcsolt szoftverek és szolgáltatások területén, valamint saját IoT felhőjében is hasznosítja, ügyfelei számára hálózatra kapcsolt, cross-domain megoldásokat kínál egyetlen forrásból. A Bosch csoport stratégiai célja innovatív megoldások létrehozása a hálózatra kapcsolt világ számára. A Bosch csoport termékei és szolgáltatásai hasznos megoldásokkal javítják az élet minőségét. Az „Életre tervezve” szlogen ezt a világszerte elérhető technológiát jelenti. A Bosch csoport magában foglalja a Robert Bosch GmbH-t, annak mintegy 60 országban működő csaknem 440 leányvállalatával és regionális vállalataival együtt. Értékesítési és szolgáltatási partnereit is beleszámítva a Bosch globális gyártási és értékesítési hálózata a világ szinte minden országát lefedi. A jövőbeli növekedés alapja a vállalat innovatív ereje. A Bosch 64 500 munkatársat foglalkoztat a kutatás és fejlesztés területén világszerte 125 telephelyen.

A vállalatot 1886-ban Robert Bosch (1861-1942) „Finommechanikai és Elektrotechnikai Műhelyként” alapította Stuttgartban. A Robert Bosch GmbH tulajdonosi szerkezete szavatolja a Bosch csoport vállalati önállóságát. Ez lehetővé teszi a vállalat számára jelentős, a jövő biztosítása érdekében történő befektetések megvalósítását. A Robert Bosch GmbH üzletrészeinek 92 százaléka a Robert Bosch Stiftung GmbH közhasznú alapítvány tulajdonában van. A szavazati jogok többsége a Robert Bosch Industrietreuhand KG-é, amely a vállalati társasági jogokat is gyakorolja. A maradék üzletrészek a Bosch családnál és a Robert Bosch GmbH-nál vannak.

További információért látogasson el honlapunkra: www.bosch.hu, iot.boschblog.hu, www.bosch.com, www.iot.bosch.com, www.bosch-press.com, www.twitter.com/BoschPresse