



Forrás:

https://www.boschmediaservice.hu/sajtokozlemeney/bosch_iot_reklamfilm_2019_szeptember_hun-249.html

2019.09.05.

ID: 249

Visszatér a képernyőre, és jól befűt a Bosch IoT sztárja

- A Bosch IoT sztárja a „Heat smart #LikeABosch” című reklámfilmrel tér vissza a képernyőre, és egy új rap videóval indítja a fűtési szezont
- A vállalat IoT reklámfilmje 2019 tíz legnépszerűbb vírusvideója közé került

Stuttgart/Berlin, Németország – Heat smart #LikeABosch. Ezzel a csatakiáltással tér vissza Shawn, a Bosch kiemelkedően sikeres nemzetközi imidzskampányának bajszos IoT sztárja. A technológiák és szolgáltatások vezető szállítója az induló fűtési szezonhoz igazítva indítja útjára Shawn legújabb videóremekét. A videóban a rappelő IoT sztár épp egy utazásról érkezik meg otthonába, amely a Bosch hálózatba kapcsolt megoldásainak köszönhetően előre befűtve várja. Shawn a már ismerősen csengő hip-hop zene kíséretében használja az EasyControl okos fűtésszabályozót, hogy egy okostelefon-alkalmazáson keresztül könnyedén beállítsa az egyes helyiségek hőmérsékletét – még mielőtt belépne a házba.

A vállalat a most kezdődő berlini nemzetközi technológiai kiállításon, az IFA 2019-en mutatja be az EasyControl okos fűtésszabályozó megoldását. A hálózatba kapcsolt technológia azért különleges, mert érzékelők segítségével automatikusan előfűti az otthont, amikor annak közelébe ér a tulajdonos. Az EasyControl okosszabályozóval kényelmesen vezérelhető az egyes helyiségek hőmérséklete, és a világ bármely pontjáról egyszerűen elvégezhető a fűtés beállítása.

Az év legsikeresebb vírusvideói között a Bosch IoT reklámfilmje

Vezető IoT vállalként a Bosch folytatja az eddig sikeres #LikeABosch kampányfilmek sorozatát: a 2019 januárjában bemutatott első videót már több mint 40 millióan látták az interneten, így az bekerült a 2019. évi tíz legnépszerűbb webes reklámfilm (vírusvideó) közé.

A „Like a Bosch” kampányt az 1886-ban alapított vállalatától mindaddig nem megszokott megközelítés és hangvétel jellemzi. A PR-megoldás a „Like a Boss”

internetjelenségre épít, amely a világhálón vírusvideók és mémek formájában terjedve kattintások tízmillióival büszkélkedhet. A videók szereplői hétköznapi emberek, akik bizarr mutatványokat 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 hamburgi Jung von Matt ügynökség által készített kampány a digitális és közösségi média csatornákon jelenik meg.

Vezető IoT vállalat

A Bosch folyamatosan erősíti vezető IoT vállalatként betöltött piaci pozícióját: 2017-ben 38 millió web-kompatibilis terméket értékesített. Jelenleg pedig az alkalmazásában álló mintegy 27 000 szoftverfejlesztő 20 százaléka már csakis IoT feladatokkal foglalkozik. A Bosch várakozásai szerint az IoT piac évi 35 százalékos növekedése 2020-ra 250 milliárd dollár nagyságú éves volument fog eredményezni. A vállalat e kilátások alapján tűzte ki nagyratörő céljait, és tervei szerint 2020-ig valamennyi elektronikus eszközénél biztosítva lesz az internetkapcsolat. Emellett adatalapú szolgáltatásokat kínál majd minden eszközhöz, a mesterséges intelligencia pedig ezen a téren is kulcsszerepet fog játszani.

A Heat smart #LikeABosch videó ezen a linken érhető el:

<https://youtu.be/pCoy77P-lmY>

A #LikeABosch kampánnyal kapcsolatos további információk az iot.bosch.com oldalon található.

További információ:

Varga Zita Hella

Telefon: +36 70 667-6374

Háttér információ:

A Bosch csoport különböző technológiák és szolgáltatások vezető nemzetközi szállítója. Világszerte mintegy 410 000 munkatársat foglalkoztat (2018. december 31-én) és az előzetes adatok alapján 77,9 milliárd euró árbevételt ért el 2018-ban. A cégcsoport négy üzleti területen végzi tevékenységét, ezek a mobilitási megoldások, az ipari technika, a fogyasztási cikkek, valamint az energia- és épülettechnika. Vezető IoT-vállalatként a Bosch innovatív megoldásokat kínál az intelligens otthonokhoz, az intelligens városokhoz, a hálózatba kapcsolt mobilitáshoz, és a hálózatba kapcsolt gyártáshoz. Szakértelmét az érzékelők technológiájában, a hálózatba kapcsolt szoftverek és szolgáltatások területén, valamint saját IoT felhőjében is hasznosítja, ügyfelei számára hálózatba kapcsolt, cross-domain megoldásokat kínál egyetlen forrásból. A Bosch csoport stratégiai célja innovatív megoldások létrehozása a hálózatba 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 69 500 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