

Az LG ismét a TOP 100 márka között

Az LG Electronics (LG) jelentős előrelépést tett a globális piacon innovatív márkastratégiájával, ennek köszönheti, hogy ismét a legkiemelkedőbb globális márkák között szerepelhet.

Az Interbrand globális márkaszakértő cég nemrégiben megjelent Best Global Brands 2024 jelentésében az LG a 97. helyen végzett mintegy 6,5 milliárd dolláros márkaértékével.

Az Interbrand Best Global Brands jelentése átfogóan elemzi egy vállalat pénzügyi teljesítményét, a márka szerepét és erejét a márkaérték megállapításához. A jelentésben olyan tényezőket vesznek figyelembe, mint egy márka iránya, elkötelezettsége, valamint relevanciája. Az iparág úttörőjének tartott Interbrand ISO-tanúsított értékelési kritériumait széles körben a legmegbízhatóbb módszertannak tekintik a márkaépítés és marketing területén.

Az LG márkaértéke az előző évhez képest meredeken emelkedett, amely tükrözte az üzleti és márkaversenyképesség jelentős javulását ebben az időszakban. Az LG brand értéke jelentősen nőtt az elmúlt év azonos időszakához viszonyítva, amelyet a vállalat elsősorban a márka szerepe és a márka erőssége kategóriákban elért magas pontszámainak köszönhet.

Az Interbrand ezt a pozitív értékelést az LG okos életmódmegoldásokra fókuszáló világos jövőképének, valamint a fenntartható növekedés új lehetőségeinek feltárása iránti törekvésének tulajdonítja. A vállalat ehhez igazította márkastratégiáját is, hogy biztosítsa a következetes ügyfélkapcsolatot a különböző régiókban és generációk között is, olyan kommunikációs módszereket alkalmazva, amelyek rezonálnak a közönséggel online és offline egyaránt.

Az LG 2023. júliusában mutatta be jövőképét, miszerint okos életmódmegoldásokat kínáló vállalattá kíván átalakulni, javítva az ügyfelek élményeit különböző környezetekben, beleértve az otthonokat, kereskedelmi tereket, mobilitást és virtuális szférákat. Azóta a társaság márkaértéke jelentősen nőtt: a 2022-es körülbelül 3,1 milliárd dollárról több mint kétszeresére, mintegy 6,5 milliárd dollárra gyarapodott 2024-re.

Az Interbrand ugyancsak méltatta az LG Brand Reinvent kezdeményezését is, amely arra törekszik, hogy a vállalatot olyan fiatalos és dinamikus márkává tegye, amely minden generáció és régió fogyasztójával képes megtalálni a közös hangot.

Ennek érdekében az LG egységesítette márkaüzenetét a 'Life's Good' márkaígéret alatt, biztosítva ezáltal, hogy ezt minden szervezet globálisan elfogadja és beépítse a márkaélmény minden elemébe, ahol az az ügyfelekkel kapcsolódik. Ebbe beletartozik a márkaidentitás és vizuális kifejezés újradefiniálása is. A 'Life's Good' üzenet magában foglalja a márka küldetését, hogy segítsen átélni az élet értékes pillanatait termékein, szolgáltatásain és kommunikációján keresztül. A digitális térben a 'Face of the Future' márkaszimbólum barátságos mosollyal és kacsintással vonja be az ügyfeleket, erősítve a kapcsolódás érzését különböző digitális kifejezéseken keresztül.

Emellett az LG márkakampányokat és pop-up eseményeket indít, amelyek meghívják a jövő ügyfeleit, különösen a Z generációt az online és offline részvételre.

Az "Optimism your feed" globális kampány célja, hogy pozitivitást terjesszen az online algoritmusokon keresztül, és ösztönözzön egy jobb életre és optimista szemléletre. Ez a kezdeményezés jelentős figyelmet kapott és több mint 1,8 milliárd megtekintést ért el két hónap alatt a YouTube és a TikTok platformokon.

Az LG továbbá folytatni fogja a Z generációval való kapcsolatának erősítését olyan offline terek

kialakításával, amelyekben az életmód, a játékok, valamint a zene kap hangsúlyos szerepet.

Az LG korábban három egymást követő évben, 2005 és 2007 között szerepelt a top 100 globális márka között.

„Egy vezető háztartási készülék és fogyasztói elektronikai vállalatból egy okos életmódmegoldásokat kínáló társasággá alakulunk át. Ennek keretében kezdtük el újraalkotni brandünket régről ismert márkáigéretünk, a 'Life's Good' alapján” - mondta William Cho, az LG Electronics vezérigazgatója. „Az üzleti átalakulás e történelmi pillanatában büszkék vagyunk arra, hogy a top 100 globális márka egyike lehetünk, amely erős márkajelenlétünk és növekedési potenciálunk bizonyítéka.”

Az Interbrand Best Global Brands 2024 jelentése ezen a linken érhető el:

<https://interbrand.com/best-brands/>

Sajtókapcsolat:

- Buzás Andrea
- andrea.buzas@lge.com

Eredeti tartalom: LG Electronics

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/16244/az-lg-ismet-a-top-100-marka-kozott/>