

Kweichow Moutai Overseas Distributors Convention 2019 erweist sich als voller Erfolg, Online-Marketing von Moutai sorgt für Interesse

Zhuhai, China (ots/PRNewswire) - Am 10. November fand die Kweichow Moutai Overseas Distributors Convention 2019 in Zhuhai statt. Unter dem Motto "Let Moutai Prosper Together with China, Let Moutai's Flavour Spread All over the World" ("Lasst Moutai gemeinsam mit China gedeihen und den Geschmack von Moutai auf der ganzen Welt verbreiten") wurden auf dieser Zusammenkunft, die mehr als 200 ausländische Vertriebspartner aus fünf Kontinenten anzog, Moutais Erfolge im Auslandsmarketing im Jahr 2019 und die entsprechenden Ausrichtungen für 2020 zusammengefasst.

Moutai hat 2019, unterstützt durch verschiedenste Arten von kreativen Online-Marketingstrategien und 310 Offline-Aktivitäten, die tiefgreifende Integration von Moutais und anderen Kulturen gefördert und die Kultur Chinas über Moutais edle Spirituosen in alle Teile der Welt getragen.

Das Unternehmen hat im vergangenen Jahr durch ausgesuchte Artikel, kreative Videos, Interaktion über Erfahrungsangebote etc. ein klares, dreidimensionales Markenimage auf verschiedenen Mainstream-Social Media aufgebaut, und zeigt für 2019 laut Convention-Statistik eine gute Mainstream-Social Media Performance. Bis Oktober kann Moutai 1,8 Millionen Fans auf Facebook vorweisen, mit einem Wachstum von 230% gegenüber dem Vorjahr und mehr als 3,994 Millionen Interaktionen. Auf Twitter hat Moutai 300.000 Fans, mit einem Wachstum von 120.000 im Jahresvergleich und mehr als 900.000 Likes, weitergeleiteten Posts und Kommentaren. Mainstream-Social-Media vermittelt damit auf signifikante Weise Einblicke, durch die die Welt mehr über die chinesische Kultur erfährt.

Moutai hat die erfolgreiche Zusammenkunft der ausländischen Vertriebspartner als Chance genutzt, um zum weiteren Ausbau der globalen Aktivitäten aufzurufen. Im kommenden Internationalisierungsprozess wird Moutai konsequent sein Konzept von "auf Qualität aufbauen und die Kultur von Moutai weltweit fördern" weiter umsetzen. Das Unternehmen wird mit der Theorie von "Kooperation und Wettbewerb" ein neues Muster für chinesische Spirituosen im Ausland kreieren, und weitere Erfolge für eine nationale Marke Chinas erzielen, die Kultur vermittelt und global

agiert.

~

Rückfragehinweis:

Ada +86-010-57488431

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/PR138645/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0142 2019-11-18/12:56

181256 Nov 19

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20191118_OTS0142