

Haier Day, el primer evento digital de Haier deja buenas sensaciones

[Multimedia](#)

El fabricante líder se estrenó en este formato con un webinar en que se analizaron los cambios que atraviesa el sector y las soluciones digitales para afrontarlo. El evento ha obtenido ya más de 700 visualizaciones entre todos los canales en los que fue retransmitido, YouTube, Facebook Live y Twitter/Periscope

Haier se estrenó con un directo y los resultados de audiencia analizados a día de hoy son realmente buenos para el líder en aire acondicionado con conectividad. El evento [“Transformación digital: desafíos del mercado de la climatización”](#) tuvo lugar el pasado jueves 3 de diciembre y cuenta ya con 718 visualizaciones entre los diferentes canales por los que se transmitió, Youtube, Facebook y Twitter/Periscope.

El directo profundizó en los retos que tienen los profesionales del sector por delante y como usar las herramientas digitales que la tecnología ofrece para no perder ninguna oportunidad. Fidel Espiñeira y Oscar Cumí fueron los encargados de dar forma a esta sesión en la que los oyentes, principalmente instaladores y personales del sector, se mantuvieron en todo momento muy participativos.

Las preguntas más demandadas fueron principalmente las relacionadas al factor tecnológico. Desde cómo usar Whatsapp Business para la venta, tener conocimiento de herramientas de organización y hasta saber de CRM para gestionar de una manera más ágil el negocio. También surgió la preocupación entre la audiencia de como empatizar con el cliente en estos tiempos tan complicados para la venta.

Como colofón al directo y tras cerca de una hora y media, se efectuó el sorteo de un equipo de aire acondicionado Haier Jade y dos Google Mini a los acertantes de 3 preguntas que se hicieron al final del evento y cuya respuesta puso a prueba al público ya que era algo que ya se había comentado durante la ponencia.

La intención de Haier es que este ciclo tenga continuidad y ya se está trabajando en la próxima edición. Para que ello suceda, hay que estar muy pegado a la actualidad y de este modo dar de nuevo respuestas a las necesidades que la actualidad demande.

Haier está consolidado como líder en su sector y tiene un alto reconocimiento en

el canal de prescripción. La compañía posee capacidad para desarrollar productos *smartlife* únicos mejorando significativamente su rendimiento, reduciendo sus consumos y satisfaciendo siempre las expectativas de los usuarios.

Acerca de [Haier](#)

Establecido en 1984, Haier Group es un proveedor líder mundial de soluciones para una vida más hermosa. En el proceso de innovación y emprendimiento, Haier siempre defiende el principio de "priorizar el valor de las personas". El Sr. Zhang Ruimin, presidente de la Junta Directiva y CEO de Haier Group, propuso el Modelo Rendanheyi, cuyas características han logrado la fusión y duplicación transindustrial y transcultural.

Centrándose en la experiencia del usuario y manteniéndose siempre al tanto de los tiempos, Haier comenzó como una pequeña fábrica de propiedad colectiva al borde de la bancarrota antes de convertirse en un ecosistema que lidera la era de IoT y la única marca de ecosistema de IoT entre los TopZ globales más valiosos de BrandZ Marcas. En 2018, Haier Group generó una facturación global de RMB 266.1 mil millones con un aumento interanual del 10%. Sus ganancias e impuestos globales excedieron los 33.1 billones de RMB con un aumento anual del 10% y sus ingresos del ecosistema alcanzaron 15.1 mil millones RMB y un aumento anual del 75%.

Hasta la fecha, Haier ha incubado con éxito cuatro compañías cotizadas, dos compañías de unicornios y 12 compañías de cuasi-unicornios y gacelas. Además, Haier posee 10 centros de I + D, 25 parques industriales y 122 centros de fabricación a nivel mundial. También es propietaria de una serie de marcas de electrodomésticos inteligentes, incluidas Haier, Casarte, Leader, GE Appliances de EE. UU., Fisher & Paykel de Nueva Zelanda, AQUA de Japón y Candy de Italia. Por último, marcas de servicio como RRS, Yingkang Life y COSMOPlat; y la cultural y creativa Haier Brothers.

Haier ha encabezado el ránking de marcas mundiales de electrodomésticos de Euromonitor durante once años consecutivos. Su filial Haier Smart Home Co., Ltd. se encuentra entre las compañías Fortune Global 500 y Haier COSMOPlat encabeza las plataformas de Internet industrial del Ministerio de Industria y Tecnología de la Información. Está designada por ISO, IEEE e IEC para liderar la redacción de proyectos internacionales estándares para modelos de personalización a gran escala. En la era de IoT, la marca del ecosistema de Haier y el modelo Rendanheyi lideran el mundo.

En el futuro, Haier Group continuará trabajando con sus socios del ecosistema de clase mundial para construir ecosistemas de IoT en ropa, comida, alojamiento, viajes, salud, cuidado de ancianos, biomedicina y educación, adaptando una vida inteligente personalizada para usuarios de todo el mundo.
