



Fireside Chat

Brand Marketing

Staying Relevant in a Digital World



**HEIDI
CHU**

Head of Brand & Consumer
Touchpoint, HK & TW
**BSH Home Appliances
Group**



**EDDY
YIP**

Director, Product &
Marketing, HK & TW,
Territory Manager
Trip.com



**PAUL
PHILLIPS**

Director, Marketing
**South China Morning
Post (SCMP)**



Are brands doing enough to stay relevant in today's world?



Question 1

How is today's macroeconomic environment impacting your investment strategies for brand marketing?



Question 2

What are you doing to make your brand connect and resonate with the new values and attitudes of today's consumers?



碗盤沙漠極乾燥
#LikeABosch

全球獨家沸石乾燥科技

吸濕放熱 熱流循環 密閉烘乾 極致乾燥

買即享

🏠 專人到府安裝評估

🕒 90天滿意保證

*部分型號配備Zeolith®沸石烘乾技術。

Invented for life



超過3,000顆天然沸石
吸濕放熱以80°C熱流烘乾餐具

為所愛投資 點燃家的熱情

Bosch 8 系列洗碗機



全球銷量
No1
第一品牌
Bosch洗碗機*

8系列全嵌式洗碗機
參考型號 SMV8ZCX00X



連續8年全球暨台灣銷售No.1

碗盤沙漠極乾燥
#LikeABosch

全球獨家沸石乾燥技術

超過3000顆天然沸石微粒，

吸收濕氣轉化為80度的高溫熱流，溫和烘乾餐具。



前往瞭解



*資料來源：Euromonitor - 2023年銷售量

Invented for life

Bosch櫃位B1 | 03-352-0175



8系列全嵌式洗碗機
參考型號：SMV8ZCX00X





BOSCH

每個廚房
都有**BOSS**

乾·淨極致 你話事



BOSCH

我食飯，
佢洗碗！

時間留畀家人，碗碟交畀**BOSCH**！

BOSS 規矩
060



BOSCH

洗碗呢啲嘢，
使乜我出手？

十指不沾油污水，一樣洗得乾淨！

BOSS 規矩
045



BOSCH

小朋友都知，
邊個洗碗最叻豬！

全球銷量**No.1**第一品牌，
99.999%*抗菌長達**96**小時。

BOSS 規矩
001

* 經香港應用檢測認證有限公司(SGS)測試，以ECO 50°C 清洗程序，於96小時後開啟能有效去除 99.999% 的大腸桿菌及金黃葡萄球菌。SGS測試報告HKTQC2500580501 (2/25)。



BOSCH



 **BOSCH**

有幾大鑊，佢都
見一鑊洗一鑊！

靈活中式碗籃，各式餐具通通搞掂！

BOSS 規矩 # **128**



 **BOSCH**

舐唔到
尋晚嘅口水味，
合格！

72°C 高溫洗淨，清潔衛生。

BOSS 規矩 # **999**



 **BOSCH**

碗盤沙漠極乾燥
#LikeABosch

產品型號：
SPS6YMI14E

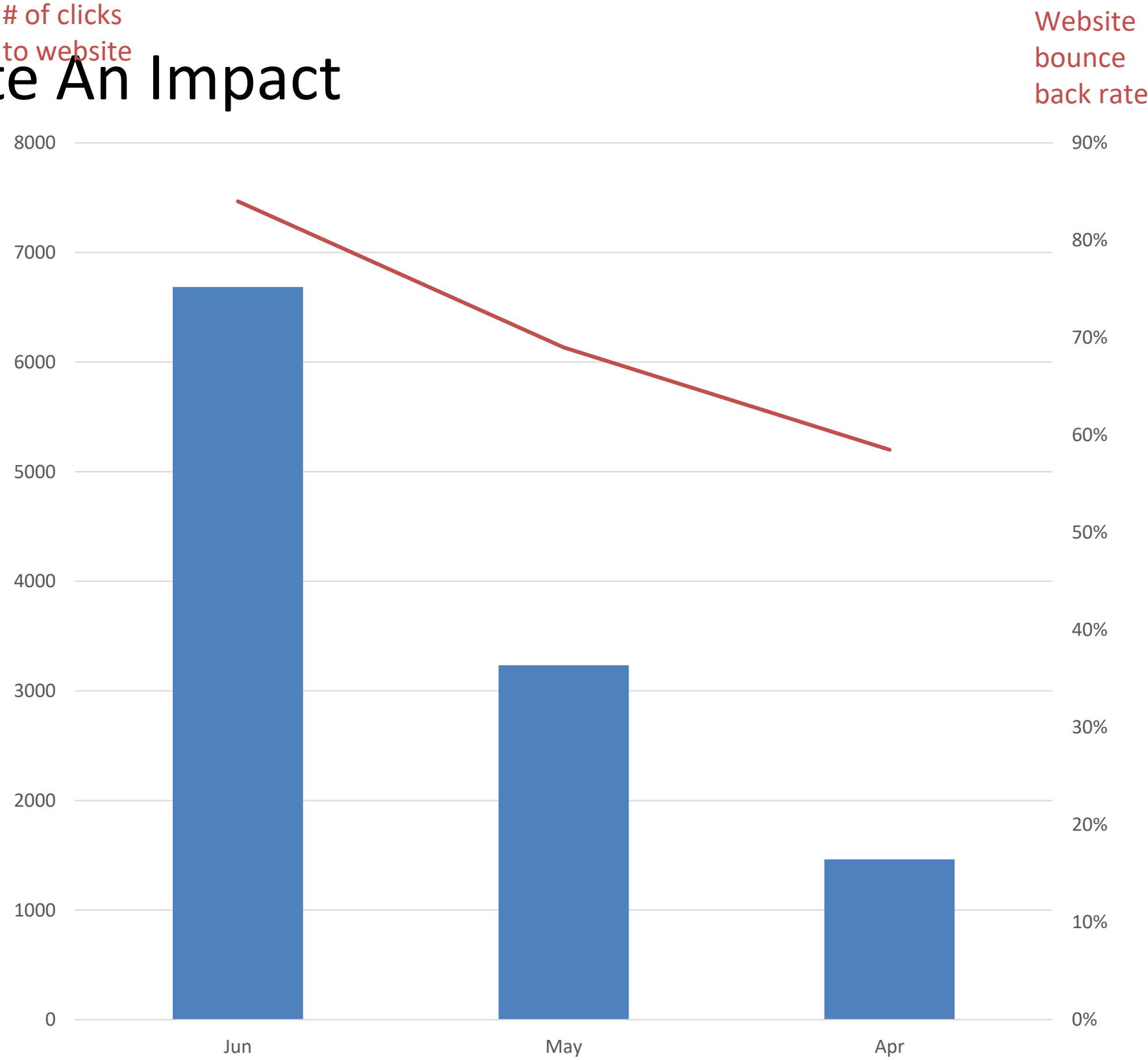
Diverse Social Content

Educate and Create An Impact

*Double Up
#of Clicks, but high bounce
back rate*

- Reallocate resources to strategy
- Revisit target audiences setting
- Set clear KPI into next phase when the 1st phase targets to boost awareness

DRIVE STRATEGY INTO EXECUTION



Question 3

How do you tell great brand stories in digital environments to today's audiences?



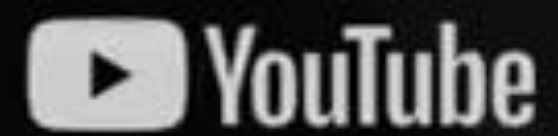
Q&A



BOSCH



New Attitude to our New Consumers



Question 4

What are you doing to create conversation around your brands?



Q&A