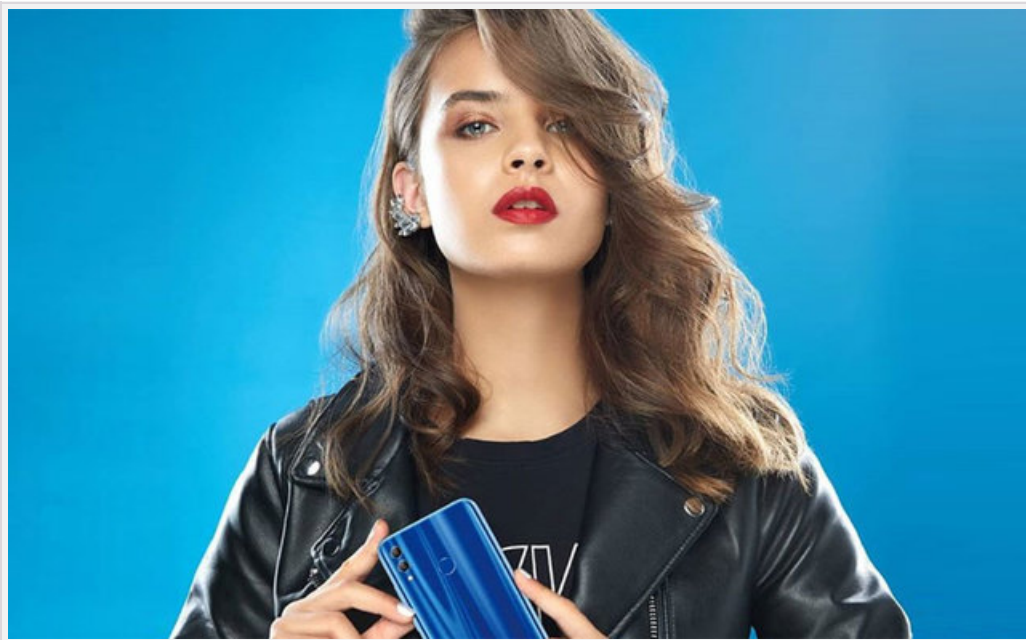


Szef Honora w Polsce liczy na duży sukces Honora 9X – udziały marki mają skoczyć do 5%

2019-07-11



Wczoraj mieliśmy okazję porozmawiać w Warszawie z szefem marki Honor w Polsce. **Michael Jing** zarządza **Honorem** w naszym kraju już rok.

Jing zapewnił nas, że Polacy nie odwrócili się od produktów **Huawei** i **Honora** i w ostatnich miesiącach udziały rynkowe **Huawei** i **Honora** nie spadły. Teraz planowana jest rynkowa ekspansja. Honor wystartował promocją z biletami lotniczymi. Promocja została delikatnie opóźniona, ale teraz jest już na rynku całe

portfolio nowej serii **Honor 20**.

Michael Jing przyznał, że na razie udział rynkowy jego marki w naszym kraju nie jest znaczący – to około 2%. Do końca roku ma wzrosnąć do 5%. Wzrost ma wynikać z udanej współpracy z **PLAY** (ważne przy droższych urządzeniach) oraz z wprowadzenia na rynek dwóch ważnych smartfonów. Jednym z nich ma być **Honor 9X**. Premiera **9X** w Chinach jest zaplanowana już w lipcu. W Europie pojawi się zapewne we wrześniu (data nie jest jeszcze potwierdzona). W II połowie roku pojawi się także kolejny model, który ma być hitem.

Michael Jing przyznaje, że gdy na rynek trafia prawdziwy rynkowy hit to producent może bez problemu uzyskać w naszym kraju bardzo duży skok rynkowych udziałów. Tak było właśnie z modelem **Honor 8X**.

Honor globalnie także ma zacząć odgrywać większą rolę dla całego **Huawei**. Szefowie marki w poszczególnych regionach otrzymali obietnicę, że w nowych telefonach **Honor** będą pojawiały się nowości technologiczne – wcześniej niż w serii **P** i **Mate**. Jeszcze w tym roku może się na przykład pojawić pierwszy **Honor** z 5G.

Michael Jing w ogóle nie obawia się nowych graczy, takich jak **OPPO**, czy **Vivo**. Ta druga marka podobno jest już gotowa do wejścia na nasz rynek.

Michael Jing przyznał, że Polacy nadal uwielbiają kupować najtańsze telefony, ale szybko rośnie segment 200-300 euro. W segmencie najdroższych urządzeń nadal rządzą w Polsce trzy marki: **Apple**, **Samsung** i **Huawei**.

Jing tłumaczy, że wewnątrz **Huawei** nie ma rywalizacji na styku Honor – **Huawei**, ale oczywiście taka rywalizacja jest już na półkach sklepowych, gdzie klient ma do wyboru produkty obu marek.

