

# HL Display i Fjärran Östern

**Under 2000 gick HL Display in på den asiatiska marknaden. I år har HL Display etablerat bolag på fyra nya marknader i Asien.**

**D**et nya asiatiska regionkontoret i Singapore är ett bevis på HL Displays fokus på fortsatt tillväxt. För att utnyttja marknadspotentialen i Asien etablerades kontaktpunkter för försäljning i viktiga asiatiska städer. Sedan dess har vi etablerat säljkontor i Thailand, Hong Kong, Taiwan och Malaysia.

HL Display fick en bra start på sin asiatiska verksamhet tack vare ett omfattande distributionsnät som skapats av vår högt värderade partner Sydney Point-of-Sales (SPOS). SPOS levererade tidigare bassortimentet, datalister, till stora detaljister i Asien. Tack vare att HL Display nu kommit närmare kunderna i regionen kan företaget erbjuda kunderna snabbare och personligare tjänster. Dessutom marknadsförs och lanseras andra

produkter på marknaden.

Utvecklingen i Asien har gått fort och säljkontoren i respektive land har redovisat goda resultat. Regionkontoret Singapore är ankeret i verksamheten som hjälper till att bearbeta marknaderna både lokalt och regionalt. Våra stora framgångar i Asien beror till stor del på två viktiga kunder, nämligen Carrefour och Dairy Farm-koncernen, som antagligen är den största etaljhandelskedjan i Asien.

Förutom detaljhandlarna har vi rönt stora framgångar med en varumärkesleverantör, Asia Pacific Breweries (APB), genom att utveckla ett attraktivt och effektivt varuexponeringskoncept. Deras eget ölmärke, Tiger Beer, fick en ny profil i butikerna efter initiativet.

Införandet av gravitationssystem tillsammans med Optimal™ visade sig vara en effektiv lösning som uppfyller detaljisternas behov av att öka försäljningsytan och en perfekt produktpresentation samtidigt som det blev enklare att fylla på varor med det utdragbara Optishelf™-systemet.



Införandet av Optimal™ för Tiger Beer-Asien/ Stilla havsområdet.

## Framtidsutsikter

Asien har blivit en spännande och utmanande marknad för HL Display. Vi utvecklas gradvis från en leverantör av produkter/utrustning till ett företag som levererar lösningar och det gör att många nya möjligheter öppnas. Vi anställde nyligen en formgivare för att utveckla potentialen hos designbaserade projekt. Vårt senaste designbaserade uppdrag kommer från Cold Storage, ett dotterbolag till Dairy Farmkoncernen, inom kategorin hälsa & skönhet. Dessutom har vi redan sett en bra tillväxt för våra mer sofistikerade produkter, Optimal™-systemet inom varuexponering av produktkategorier, och denna positionering särskiljer oss från många andra leverantörer i regionen.

Eftersom varuexponering i detaljhandeln fortfarande är något relativt nytt i Asien jämfört med Europa finns det stora tillväxtpotentialer här. Utvecklingen ser lovande ut för säljkontoren och regionkontoret förbereder en offensiv expansion på andra marknader. Förberedelserna för att dra igång verksamhet i Kina har redan startat. Denna enorma drake i öst erbjuder stora möjligheter för oss att få ett stadigt fotfäste i den snabbväxande ekonomin.

Men vissa delar av Sydostasien är



HL Displays personal i Asien från Hong Kong, Singapore, Malaysia, Taiwan och Thailand på Intershop i Bangkok.

drabbade av ekonomisk nedgång och politisk oro som innebär utmaningar för HL Display. Dessutom föredrar kunderna i den här regionen billigare produkter av lägre kvalitet framför våra lite dyrare kvalitetsprodukter. För att komma förbi detta arbetar vår personal intensivt med anpassning till lokala förhållanden och kostnadsfördelning bland kunderna i regionen.



På chokladavdelningen genomfördes ett av de första Optimal™ projekten som vi arbetade med för Carrefour i Singapore.

Thomas Tay, VD för HL Display Asien berättar: “De senaste 2 1/2 åren har verkligen flugit fram. Nu cementerar vi vår ställning i regionen för att sedan utvidga den. Jag hoppas att HL Display under min ledning ska bli den ledande leverantören av butikskommunikation och varuexponering och finnas i åtta till tio viktiga asiatiska städer vid 2005.”

TEXT: THOMAS TAY