

Hai-O perluas pasaran ke Indonesia, Thailand

© KHARULL AZIZY BINI • BERITA HARIAN

HAI-O Marketing Sdn Bhd, terus mengukuhkan kedudukannya dalam industri jualan langsung apabila mendapat hak pendedaran tunggal dari KAEAM Food Corporation, pengeluar garam buluh dari Korea untuk memasarkan produk berkenaan di Malaysia dan pasaran global.

Pengurus Besarinya, Teoh See Siang, produk itu sudah mula didedarkan syarikat bermula pada 2007 pada skala kecil, tetapi dengan hak pendedaran itu Hai-O akan memperluaskan pasarnya ke peringkat global dengan mensasarkan Indonesia dan Thailand dalam tempoh dua tahun ini.

Katanya, produk garam buluh yang dihasilkan daripada air laut pantai barat Korea itu meraih jualan tahunan kira-kira RM20 juta setahun yang ketika ini menyumbang sebanyak 10 peratus kepada keseluruhan pendapatan syarikat.

"Kami melihat produk garam buluh ini mempunyai potensi besar untuk diperluaskan pasarnya memandangkan ia bagi meningkatkan kesejahteraan hidup

AEAM, KOREA & HAI-O



TAN (duduk kiri) Jung (kanan) menandatangani dokumen perjanjian sambil diperhati, Osman (tengah) pada majlis menandatangani perjanjian diantara Hai-O (Malaysia) dan KAEAM (Korea) di Hotel Grand Dorsett, Subang Jaya.

masyarakat menerusi amalan cara hidup sihat dan makanan berkhasiat.

"Dalam tempoh dua tahun ini, kami meninjau untuk memperluaskan pendedaran produk ini ke pasaran Indonesia dan Thailand serta beberapa negara serantau yang berpotensi," katanya kepada sidang media selepas pemeteraian perjanjian pendedaran tunggal global untuk produk garam buluh di Petaling Jaya, semalam.

Pada majlis itu, Hai-O diwakili oleh Pengarah Urusan Kumpulan-

nya, Tan Kai Hee manakala KAEAM oleh Pengarah Urusannya, Jung Lak Hyun. Ia disaksikan oleh Pengerusi Hai-O, Tan Sri Osman S Cassim dan Pengerusi Dewan Perniagaan Korea di Malaysia, Kim Oh Young.

Teoh berkata, jualan produk garam buluh menyaksikan peningkatan antara 15 hingga 20 peratus dari tahun ke tahun dan syarikat turut menjangkakan peningkatan sama tahun ini berdasarkan rancangannya untuk memperluaskan pasaran produk ke peringkat antarabangsa.

Beliau berkata, penggunaan garam buluh itu tidak hanya terhad dalam penyediaan makanan dan untuk itu, Hai-O merancang mempelbagaikan penggunaannya termasuk sebagai bahan mentah dalam barangan keperluan seperti syampu, mandian dan ubat gigi.

Katanya, Hai-O juga akan meningkatkan kerjasama dengan lebih 140,000 pendedarnya di seluruh negara untuk terus mengukuhkan penguasaan syarikat dalam industri jualan langsung menerusi strategi komprehensif dalam menguasai pasaran tempatan dan global.

"Berdasarkan permintaan yang memberangsangkan bagi produk garam buluh ini sejak empat tahun lalu, rangkaian pengedar kami telah melancarkan program bagi mempromosikan produk ini dengan lebih agresif yang kini produk berkenaan adalah antara produk terlaris Hai-O," katanya.

Dalam pada itu, katanya Hai-O juga akan terus mempelbagaikan produk jualanannya yang memenuhi keperluan dan permintaan pasaran termasuk memberi fokus kepada produk penjagaan diri pada masa depan. Pada masa ini, Hai-O lebih terkenal dengan pendedaran produk penjagaan kelihatan tradisional.

Hai-O Marketing, anak syarikat milik penuh Hai-O Enterprise Bhd telah ditubuhkan pada September 1992 dan antara pencapaian yang pernah diraihnya ialah diiktiraf sebagai 'Syarikat Jualan Langsung yang Berkembang Paling Cepat' serta 'Syarikat Paling Stabil'.

FAKTA NOMBOR

RM20
juta

Hasil dari penjualan tahunan garam buluh