

ไม่ใช่เรื่อง(ปลา)พลาด สำหรับความสำเร็จของ Aquazone Indonesia



เขาวางานว่าเมื่อความชอบกลายเป็นธุรกิจ ย่อมประสบความสำเร็จแน่นอน ดูเหมือนเรื่องนี้จะเป็นเรื่องจริงสำหรับ Hartono Kintadjaja นักเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ที่เริ่มต้นจากคนรักปลาสู่ผู้ประกอบการ นี่คือเรื่องราวของ Hartono กับธุรกิจอินโดนีเซียของเขา ที่ชื่อว่า **Aquazone Indonesia**



หัวใจนี้มีแต่ปลา

- Hartono Kintadjaja รักและชื่นชอบปลาสวยงามมาโดยตลอด
- สิ่งนี้ทำให้เขาเกิดความมุ่งมั่นในการนำความหลากหลายทางชีวภาพอันอุดมสมบูรณ์ของอินโดนีเซียไปสู่ทั่วโลก
- Hartono เอา 2 สิ่งที่เขาหลงใหล รวมเป็น 1 ธุรกิจ นั่นก็คือ Aquazone Indonesia
- Aquazone Indonesia เริ่มต้นจากการเพาะพันธุ์ปลาหมอสี ปลาน้ำจืดสวยงามจากแอฟริกา

เรื่องราวแห่งการเติบโต: Aquazone Indonesia ก้าวสู่ระดับโลก

- ในปี 2549 Hartono เริ่มส่งออกปลาที่สวยงามดีและมีความสุขไปยังต่างประเทศ
- จากจุดเริ่มต้นที่อยากแบ่งปันความหลากหลายอันอุดมสมบูรณ์ของอินโดนีเซีย ก็ค่อยๆ พัฒนาขึ้น
 - ◆ ปัจจุบัน Aquazone Indonesia บริหารพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำมากกว่า 2,500 แห่ง และมีปลามากกว่า 500 สายพันธุ์
 - ◆ บริษัทส่งออกไปมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก



ความสำเร็จมาพร้อมความท้าทาย

- ในฐานะผู้ส่งออกปลามีชีวิต Hartono ต้องรับประกันการจัดส่งภายใน 48 ชั่วโมง
- Aquazone Indonesia ต้องการขนส่งปลาให้มีความสุขและสุขภาพดีเหมือนสภาพเดิม
- บรรรภัณฑ์สำหรับใส่ปลา ประกอบด้วยน้ำและออกซิเจน การขนส่งจึงต้องควบคุมและดูแลในระดับสูงสุด

ผู้ให้บริการขนส่งที่เชื่อถือและวางใจได้

Aquazone Indonesia เลือกใช้ FedEx ด้วยหลากหลายเหตุผล ได้แก่



ความสะดวกในการทำรายการ เช่น เอกสารการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดขั้นตอนการพิมพ์เอกสารที่วุ่นวาย



ความเป็นมืออาชีพ ความสุภาพ และตรงต่อเวลาของพนักงาน



ความรวดเร็วในการจัดส่ง



มุ่งสู่เส้นทางข้างหน้า

- Aquazone Indonesia เพิ่งเริ่มต้นส่งออกปลอบสเตอร์น้ำจืด ภายใต้ชื่อ Mr Cray Indonesia
- ธุรกิจนี้ทำให้โลกได้รู้จัก “ป้าบัว” ปลอบสเตอร์ตามธรรมชาติของอินโดนีเซีย
- ด้วยความร่วมมือกับพันธมิตรที่เชื่อถือได้ Aquazone Indonesia มุ่งมั่นที่จะขยายธุรกิจสู่ขนานน้ำที่กว้างยิ่งกว่าเดิม

Hartono ให้คำแนะนำกับธุรกิจอื่นๆ ว่า จงทำสิ่งที่ตัวเองรักต่อไป ทำงานอย่างซื่อสัตย์ และหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เชื่อถือได้ เพื่อเติบโตไปพร้อมๆ กัน

มาดูกันว่าธุรกิจขนาดเล็กทั่วเอเชีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
ขนส่งความมุ่งมั่นของพวกเขา ไปสู่ทั่วโลกได้อย่างไร

