

11.12.2009 - 08:05 Uhr

Immer mehr globale Kunden HSBCs diskutieren über Herausforderungen im internationalen Geschäft

London (ots/PRNewswire) -

In den letzten beiden Filmen der Reihe werden uns EIG und Al Khayat vorgestellt - zwei Unternehmen von entgegengesetzten Seiten der Welt, die mit unterschiedlichen Problemen zu kämpfen haben und von ihrem Finanzdienstleister unterschiedliche Lösungen benötigen.

Die Multimedia-Pressenotiz finden Sie auf:

<http://multivu.prnewswire.com/mnr/hsbc/41595/>

Wir treffen Chris Chan, Finanzchef des regionalen Anbieters von Schönheits- und Hautpflegeprodukten EIG. Von seinem Stammsitz in Kuala Lumpur, Malaysia, aus betreibt EIG über 50 professionelle Hautpflegezentren in ganz Südostasien, Hongkong und China. Auf den sich rasant entwickelnden asiatischen Märkten ist es entscheidend für die Kosteneffizienz, sofort über die richtigen Informationen zu verfügen. Über das Online-Cash-Management-Tool von HSBCnet sagt Chan: "Wir können Probleme schnell identifizieren und aus den Erfolgen Nutzen ziehen."

Von Malaysia gehen wir nach Dubai und treffen dort KLM Prasad, den Leiter der Finanzabteilung von Al Khayat, einem Anbieter für wissenschaftliche Geräte im Mittleren Osten, in Nordafrika und Indien. Mit Kunden, die eher für Resultate bezahlen möchten, als erst einmal für die Entwicklung, haben Projekte mit längerer Vorbereitungszeit Al Khayats Arbeitskapital sehr strapaziert. Um grössere Projekte anbieten zu können, so Prasad, "brauchen wir beim heutigen Wirtschaftsklima einen starken, zuverlässigen Finanzpartner ... Zum Teil verdanken wir unsere Existenz als Unternehmen unserer Verbindung mit der HSBC."

Die vollständige Kontrolle über die Finanzen eines Unternehmens hat wesentlichen Anteil am Betrieb eines erfolgreichen internationalen Geschäftes. Um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Geschäftsfinanzen von jedem Punkt der Welt aus zu managen, braucht es globale Finanzpartner mit starken internationalen Geschäftsfähigkeiten und Ortskenntnissen.

HSBC ist besonders stolz darauf, globalen und örtlichen Dienstleistungen die gleiche Bedeutung beizumessen. Als globale Bank versteht HSBC den Finanzbedarf der Geschäftskunden, da sie starke persönliche Beziehungen zu ihren Kunden aufbaut.

Um die Stärken ihrer Kundenbeziehungen vorzustellen und als Teil ihrer neuen weltweiten Kampagne, die sich auf die Anforderungen internationaler Unternehmen konzentriert, hat HSBC eine Reihe von Filmen in Auftrag gegeben, in der vier Kunden die Gelegenheit erhalten, darüber zu sprechen, wie HSBC Commercial Banking (CMB) ihnen bei ihren individuellen Anforderungen geholfen hat, wie z. B. Risiken zu minimieren, Kosten zu reduzieren, den Cashflow aufrechtzuerhalten und die Expansion in neue Märkte zu unterstützen.

Wie uns die Geschichten von Erick Rostagnat und Blanca Trevino bereits gezeigt haben und wie uns die Geschichten von Chris Chan and KLM Prasad jetzt erzählen, ist der Erfolg auf internationaler Geschäftsebene eine schwierige Herausforderung; und mit den richtigen Partnern, die sich mit diesem Geschäft auskennen, ist es wesentlich einfacher diese Herausforderung zu meistern.

Kontakt: Nicola Gibbons, HSBC, nicola.gibbons@hsbc.com

Pressekontakt:

Kontakt: Nicola Gibbons, HSBC, nicola.gibbons@hsbc.com,
+44(0)207-991-3461

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018077/100595292> abgerufen werden.