

Rekord-Geschäftsjahr für walter services

Dienstleister für Kundenservice und Vertrieb steigert Umsatz

Ettlingen, 07.02.2007. walter services, einer der führenden Dienstleister für Kundenservice und Vertrieb, verzeichnet für das Geschäftsjahr 2006 eine signifikante Steigerung des Umsatzes um 27 Prozent von 142 Mio. auf 180 Mio. Euro. Das sind 20 Mio. Euro mehr als ursprünglich prognostiziert. Die aktuellen Umsatzzahlen verkündete das Unternehmen heute anlässlich seiner Jahrespressekonferenz in Stuttgart. Die drei Geschäftsführer Dr. Ralf Kogeler (CEO), Dr. Richard Brodkorb (COO) und Manfred Plaar (CFO) äußerten sich zudem über die Wachstumsstrategie des Unternehmens, das zum Jahreswechsel von der walter TeleMedien-Gruppe in walter services umfirmiert wurde. „Im Jahr 2006 haben wir unsere positive Geschäftsentwicklung fortgesetzt und alle Erwartungen übertroffen“, erklärte Dr. Ralf Kogeler, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Durch konsequente Expansionspolitik und den Ausbau unserer Vertriebskompetenz haben wir rasches Wachstum erreicht und unsere Marktpräsenz an den richtigen Stellen ausgebaut“, erläutert Kogeler weiter.

Konsequente Expansionspolitik

Nach der mehrheitlichen Übernahme von New Direct Sp. z o. o. in Warschau (jetzt walter services Poland) im Januar 2006 hatte walter services fünf Standorte (Aachen, Dresden, Halle, Lübeck und Magdeburg) von der Vivento Customer Services GmbH übernommen, zwei weitere (Suhl und Cottbus) folgen im April. Die Standorte firmieren inzwischen unter walter ComCare GmbH & Co. KG. Bei der Erweiterung seiner Dienstleistungen setzt das Unternehmen nach wie vor auf Vertrieb. Im vergangenen Jahr baute walter services die telefonische Sales Unit um eine eigene Sales Field Force aus und verfügt so inzwischen über ein umfassendes Vertriebsnetz. „Der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen im Auftrag von Unternehmen unterschiedlicher Branchen ist zu einer unserer Schlüsselkompetenzen avan-

PRESSEINFORMATION

ciert und ein wichtiger Bestandteil der umfassenden BPO-Betreuung“, erklärte Kogeler.

Hoher Qualitätsanspruch als Wachstumsbasis

Dass das Unternehmen Wachstum und der großen Nachfrage nach Service- und Vertriebs-Dienstleistungen auf den hohen Qualitätsanspruch zurückführe, erläuterte COO Dr. Richard Brodkorb: „Beim BPO beginnen die Prozesse im Kundencenter und enden im Back Office. Bereits bei der ersten Anlaufstelle, häufig die Hotline, werden Vertriebstätigkeiten durch Up- und Cross-Selling übernommen. So werden Abläufe intern optimiert und vernetzt“, erläutert der Geschäftsführer und erklärt die Mittlerrolle des Unternehmens zwischen Kunde und Auftraggeber: „Um Umsatzwachstum für unseren Auftraggeber zu realisieren, müssen wir seine Kernzielgruppe und ihre Bedürfnisse genau kennen. Nur wenn wir die Sprache der Kunden sprechen, ihre Wünsche erkennen und im Dialog zusätzlichen Bedarf generieren, sind wir erfolgreich.“ walter services sei stets auf der Suche nach neuen Vertriebswegen sowie nach Prozess-Verbesserungen, die sich positiv auf Qualität und Leistung auswirken, führte Brodkorb aus.

Mitarbeiter mit Vertriebsgespür und Verkaufstalent

Dabei setzt das Unternehmen zunehmend auf höherqualifizierte Mitarbeiter mit Verkaufsgespür, ausgeprägter Menschenkenntnis und Einfühlvermögen. Das wichtigste sei dabei, so der CFO und Verantwortliche für Human Resources Manfred Plaar, taktisches Geschick im Umgang mit dem Kunden, Lösungsorientiertheit, eine ausgeprägte Dienstleister-Mentalität und höchste Qualitätsansprüche an sich selbst. „walter services geht es nicht um die bloße Vertragserfüllung mit dem Auftraggeber, sondern um die Generierung neuer Ideen, die Optimierung und Vernetzung von Prozessen und das gemeinsame Wachstum“, so Plaar. Nur so könne walter services im Hinblick auf sich weiterentwickelnde Märkte und Techniken selbst wachsen. Davon profitieren die Auftraggeber: „walter services ist ein Lösungsanbieter, der den Kunden auf seinem Erfolgsweg begleitet - über alle Prozesse und Kommunikationswege hinweg.“ Daran haben laut Plaar engagierte und

PRESSEINFORMATION

motivierter Mitarbeiter einen entscheidenden Anteil, da sie durch den direkten Kontakt mit den Kunden das „Ohr am Markt“ haben. Neben den genannten Qualifikationen zählt bei walter services auch Branchenkenntnis. Denn das Unternehmen ist in Tochtergesellschaften organisiert, die Branchen-Know-how für unterschiedliche Wirtschaftszweige wie etwa Healthcare oder Telekommunikation besitzen. „Erreichbarkeit alleine genügt nicht – Kompetenz ist gefragt“, bringt Plaar die Anforderungen an die Mitarbeiter auf den Punkt. „Die Kunst besteht in der Zusammenführung von menschlichem Wissen, Prozess-Know-how und Technik.“ Nur so könne auch weiterhin Erfolg und Wachstum erreicht werden.