

Grupa LEW zakończyła trzeci kwartał 2011 roku z bardzo dobrym wynikiem finansowym – ponad 1,5 mln złotych zysku netto. Dla porównania w całym roku 2009 było to 457 tys. złotych, a w 2010 roku 467 tys. złotych. Jednocześnie wynik wskaźnika EBIDA wyniósł za trzeci kwartał 2011 roku 3,7 mln złotych.

Ten doskonały wynik świadczy o udanej realizacji podjętej strategii firmy skoncentrowanej na rozwoju nowych usług i produktów oraz ciągłej optymalizacji kosztów działalności.

Obecne wyniki finansowe Grupy LEW są efektem realizacji strategii sprzedażowej firmy, której głównymi założeniami jest:

zainteresowanie usługami elektronicznymi nowych klientów - zarówno indywidualnych przedsiębiorców, jak i zrzeszonych w zorganizowane sieci handlowe oraz wprowadzenie usługi: Akceptacja Kart Płatniczych na dużą skalę wśród obecnych klientów.

U podstaw osiągniętego sukcesu leży także przekonanie nowych klientów do wysokiej jakości obsługi przed i po sprzedażowej świadczonej przez Grupę LEW. Przeprowadzone badania rynkowe wśród klientów, jak również wśród samych konsumentów w punktach sprzedaży wykazały, że znana na rynku marka Dobry Punkt, pod którą Grupa LEW oferuje swoje usługi, jest synonimem bezpieczeństwa i zaufania.

Grupa LEW przewiduje jeszcze lepszy wynik na poziomie EBIDA pod koniec 2011 roku przy zachowaniu podobnego wyniku netto. Do prognozowanych wyników przyczyni się współpraca Grupy LEW z Cyfrowym Polsatem. Dzięki wchodzącej właśnie w życie umowie klienci Cyfrowego Polsatu zyskają prawie 1000 terminali. Zawarta umowa sprawia, że Grupę LEW można zaliczyć do czołówki najszybciej rozwijających się firm wśród niezależnych operatorów na rynku kart płatniczych.

Pozyskanie nowych klientów, budowanie zaufania konsumentów do marki Dobry Punkt, jak również optymalizacja kosztów działalności to główne czynniki, które przyczyniły się do rekordowych wyników naszej firmy za trzy kwartały 2011 roku – mówi Andrzej Basiak Prezes Zarządu Grupy LEW. Oczywiście nie osiągnęlibyśmy takich efektów, gdyby nie zmiany w zakresie zarządzania na różnych szczeblach struktury organizacji oraz duże zaangażowanie działu sprzedaży – dodaje.

Grupa LEW