



Trotz Krise verzeichnet Arval 2012 stabile Unternehmenszahlen

Trotz Krise verzeichnet Arval 2012 stabile Unternehmenszahlen
Im Zeichen von Stabilität und Innovation
Arval blickt auf ein Jahr mit weltweit stabilen geschäftlichen Aktivitäten zurück. Trotz der wirtschaftlich schwierigen Lage in Europa konnte der Full-Service-Leasinganbieter 2012 einen leichten Anstieg seines Gesamtgeschäfts verbuchen. Maßnahmen im Rahmen der One Arval-Strategie zielten dabei vor allem auf eine noch stärkere Kundenorientierung und eine Optimierung der Servicequalität ab. Auch für 2013 gilt: Der Kunde steht bei Arval im Mittelpunkt.
Besonders aufgrund des starken Wachstums in Brasilien, Russland, Indien und der Türkei konnte Arval 2012 einen Zuwachs bei seiner Leasingflotte um 0,3 Prozent verzeichnen, die damit nun insgesamt 688.734 Fahrzeuge umfasst. Trotz der angespannten Wirtschaftslage in Europa wuchs Arval in Ländern wie Belgien, Rumänien und der Slowakei zweistellig. In Deutschland zählte das Full-Service-Leasingunternehmen Ende 2012 mehr als 28.000 geleaste Fahrzeuge, die von rund 200 Mitarbeitern betreut wurden.
Trotz eines volatilen Gebrauchtwagenmarkts konnte Arval 2012 beim Verkauf von Leasingrückläufern gute Erfolge verbuchen. Dies ermöglichte zum einen die internationale Online-Verkaufsplattform Arval MotorTrade: Über diesen Kanal, für den sich bereits mehr als 10.000 gewerbliche Händler registriert haben, wurden im vergangenen Jahr 7.800 Leasingrückläufer monatlich weiter vermarktet. Zum anderen trug Arval Trading als weiteres Remarketing-Instrument zur Optimierung von Arvals Wiederverkaufszahlen bei. Die Arval-Tochter - spezialisiert auf Exportdienstleistungen und den weltweiten Wiederverkauf von Gebrauchtfahrzeugen - kauft Leasingrückläufer aus den Arval-Ländergesellschaften und verkauft diese wiederum an gewerbliche Händler in 35 Ländern weltweit. Auf diesem Weg wechselten 2012 knapp 15.000 Gebrauchtfahrzeuge (31 Prozent mehr als 2011) den Besitzer.
Arval hat 2012 bessere Unternehmensergebnisse erzielt, als es die gesamtwirtschaftliche Lage erwarten ließ. Rückblickend war 2012 ein Jahr der Herausforderungen, die wir durch unsere Bereitschaft, uns weiterzuentwickeln, und unser Bestreben, die Servicequalität für unsere Kunden weiter zu optimieren, meistern konnten", kommentiert Philippe Bismut, CEO von Arval.
Langzeitstrategie One Arval: Im Mittelpunkt steht der Kunde
Das vergangene Jahr stand für Arval ganz im Zeichen von One Arval. Diese langfristig angesetzte Unternehmensstrategie setzt auf die Vereinheitlichung der Methoden aller Arval-Länder und schafft so einen gruppenweiten Standard für einen optimierten Kundenservice. Das Ziel: Eine noch stärkere Kundenorientierung durch die Umstrukturierung von Prozessen, Teams, Softwarelösungen und Online Tools.
Ganzheitliche Flottenbetreuung und Optimierung der Servicequalität im Fokus bei Arval in Deutschland
Ein anschauliches Beispiel für die Umsetzung von One Arval ist die Einführung von so genannten Account Teams, die nach und nach in allen Ländern eingeführt werden sollen. In Deutschland arbeitet Arval seit Oktober 2012 mit dieser - in der deutschen Fuhrparkbranche bislang einmaligen - Kundenbetreuungsstruktur: Wie bisher hat der Kunde dabei einen festen Ansprechpartner. Letzterer kann nun aber unmittelbar auf ein Spezialistenteam aus allen am Fuhrparkprozess beteiligten Fachbereichen zurückgreifen, das sich gemeinschaftlich um die Flotten eines bestimmten Kundenkreises kümmert. Das Besondere daran: Das Team arbeitet gemeinsam an einem Tisch. Die Vorteile der Account Teams liegen damit auf der Hand: Abstimmungsprozesse mit dem Kunden werden durch die kurzen Kommunikationswege effizienter und der Informationsaustausch interaktiver. Der Kunde profitiert dadurch von schnelleren Reaktionszeiten, unmittelbarem Service und einer zielgerichteten, gebündelten Expertise.
Die Zufriedenheit unserer Kunden stand bei unserer Dienstleistung schon immer im Mittelpunkt. Im Rahmen der One Arval-Strategie werden wir 2013 unsere Servicequalität weiter optimieren. Wir freuen uns daher sehr, bereits erste positive Rückmeldungen seitens unserer Kunden zur neuen Account Team-Struktur erhalten zu haben", erklärt Lionel Wolff, Geschäftsführer von Arval in Deutschland.
Arval setzt auf Interaktion und mittelständische Unternehmen
Der Leasinganbieter verfolgt seine One Arval-Strategie auch 2013 weiter. In Frankreich startet in den nächsten Wochen die Pilotphase von Arval Smart Experience, einem interaktiven Serviceprojekt, das die Kommunikation zwischen Arval, Flottenmanager und Fahrer durch den Einsatz von Social Media und Online Tools intensivieren und vereinfachen soll. Eine Einführung in alle Länder der Gruppe ist bis 2014 geplant.
Außerdem möchte Arval 2013 seine Präsenz in den Wachstumsmärkten stärken. Die Gesellschaft in China, die Ende 2012 neu gegründet wurde, stellt in diesem Jahr die ersten Firmenwagen für Kunden bereit. Eines der Hauptziele für 2013 wird daneben sein, die Marktposition von Arval im Bereich der mittelständischen Unternehmen weiter auszubauen.
Maisberger GmbH Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation
Claudius-Keller-Str. 3c
81669 München
Deutschland
Telefon: +49 (0)89 / 41 95 99 80
Telefax: +49 (0)89/41 95 99 - 12
Mail: mail@maisberger.com
URL: <http://www.maisberger.com>
 http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pintr_=527879

Pressekontakt

Maisberger GmbH

81669 München

maisberger.com
mail@maisberger.com

Firmenkontakt

Maisberger GmbH

81669 München

maisberger.com
mail@maisberger.com

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage