



CHECK EXPRESS GROUP

José Mário de Paula
Ribeiro Júnior,
presidente

2008: um ano de mudanças

O ano de 2008 foi diferente para o Check Express Group. Em 2007, mudamos a estratégia e reinventamos nosso negócio com base em novas políticas comerciais. Já em 2008, optamos por olhar para a nossa empresa, refletindo sobre sua estrutura organizacional, reformulando produtos e serviços e pensando em novas abordagens para os mercados que desejávamos atingir.

Não foi uma tarefa fácil: mexer no time que está ganhando requer coragem e habilidade para tomar as melhores decisões. E, mesmo diante de tantas mudanças, os resultados foram bastante animadores: ampliamos significativamente a nossa participação no segmento de Correspondente Bancário, Recarga de Pré-Pagos e Cartões, fechando o ano com faturamento 25% superior ao que havíamos projetado.

Em 2008, reforçamos as parcerias com clientes estratégicos e assumimos novos e maiores desafios, com o desenvolvimento de produtos inovadores e que levam a tecnologia de ponta do Check Express Group ao segmento de varejo.

A estratégia para 2009 é continuar investindo em qualidade e inovação sustentável para a sociedade. Nosso objetivo é oferecer produtos que revolucionem a maneira de comprar e usufruir dos serviços oferecidos no pequeno e médio varejo. Em 2009, o Check Express Group assume o compromisso de firmar-se, cada vez mais, como um facilitador da vida das pessoas. □
