



# Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 października 2015 r. do 31 grudnia 2015 r.

Szczecin, 12 lutego 2016 r.

## Spis treści

<b>Informacje ogólne</b> .....	<b>3</b>
DANE SPÓŁKI.....	3
ORGANY SPÓŁKI.....	3
WSKAZANIE JEDNOSTEK WCHODZĄCYCH W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ.....	3
LICZBA ZATRUDNIONYCH NA UMOWĘ O PRACĘ W PRZELICZENIU NA PEŁNE ETATY.....	3
<b>Wybrane dane finansowe</b> .....	<b>4</b>
DANE BILANSOWE.....	4
DANE Z RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT.....	4
<b>Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe</b> .....	<b>5</b>
BILANS NA 31 GRUDNIA 2015 R.....	5
RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA CZWARTY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO.....	6
RACHUNEK PRZEPIŃYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA CZWARTY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO.....	7
ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM.....	7
INFORMACJA O ZASADACH PRZYJĘTYCH PRZY SPORZĄDZANIU RAPORTU, W TYM INFORMACJE O ZMIANACH STOSOWANYCH ZASAD (POLITYKI) RACHUNKOWOŚCI.....	7
<b>Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe</b> .....	<b>9</b>
STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM.....	10
<b>Zwięzła charakterystyka istotnych dokonań lub niepowodzeń emitenta w okresie, którego dotyczy raport, wraz z opisem najważniejszych czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających wpływ na osiągnięte wyniki</b> .....	<b>11</b>
EKOMERS 2015 I OPINIE KLIENTÓW POTWIERDZAJĄ WYSOKĄ JAKOŚĆ IAI-SHOP.COM.....	11
OTWARCIE NA NOWY SEGMENT KLIENTÓW – UMOWY NA CZAS OKREŚLONY.....	12
DZIEŃ DARMOWEJ DOSTAWY – PODSUMOWANIE I POKAZANIE JAK SaaS SIĘ SKALUJE I DZIAŁA W PRAKTYCE.....	12
<b>Komentarz Zarządu Emitenta na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności, w szczególności poprzez działania nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie</b> .....	<b>13</b>
OPEN SYSTEM AS A SERVICE – ZUPEŁNIE NOWE SZANSE DLA RYNKU E-HANDLU.....	13
NOWY POS W SŁUŻBIE OMNI-CHANNEL, GORĄCEGO TEMATU OSTATNIEGO CZASU W E-COMMERCE.....	14
INTEGRACJA Z LEASELINK – WSPARCIE SPRZEDAŻY PRZEZ LEASING W E-HANDLU.....	15
DALSZY ROZWÓJ MASEK I TEMPLETÓW SKLEPÓW, KTÓRE PROCENTUJE ZWIĘKSZONĄ SPRZEDAŻĄ SKLEPÓW I ICH OCENĄ PRZEZ KUPUJĄCYCH.....	15
USPRAWNIENIA W ZARZĄDZANIU LICZBĄ TOWARÓW NA AUKCJACH.....	17
NOWOŚCI WSPOMAGAJĄCE MARKETING I SPRZEDAŻ ORAZ WEJŚCIE W MARKETING AUTOMATION.....	17
NOWA MOBILNOŚĆ W TURYSTYCE – WIZYTÓWKI I SZABLONY MAIL W IDOSELL BOOKING.....	19
ROZBUDOWA CHANNEL MANAGER O BARDZO POPULARNY SERWIS EHOLIDAY.PL.....	20
ROZBUDOWANA WIELOJĘZYCZNOŚĆ W IDOSELL BOOKING.....	21
USPRAWNIENIA W ZARZĄDZANIU OFERTĄ W IDOSELL BOOKING – OBSŁUGA WŁAŚCICIELI DOMÓW I APARTAMENTÓW.....	21
<b>Przedmiot działalności Spółki</b> .....	<b>23</b>
<b>Struktura akcjonariatu</b> .....	<b>29</b>

# Informacje ogólne

## Dane spółki

NAZWA SPÓŁKI:	IAI Spółka Akcyjna
SIEDZIBA, ADRES:	Szczecin, al. Piastów 30 71-064 Szczecin
NR TELEFONU, FAKSU:	tel.: + 48 91 443 66 00 fax.: +48 91 443 66 08
ADRES STRONY INTERNETOWEJ:	<a href="http://www.iai-sa.com">www.iai-sa.com</a>
ADRES POCZTY ELEKTRONICZNEJ:	<a href="mailto:office@iai-sa.com">office@iai-sa.com</a>
SĄD REJESTROWY:	Sąd Rejonowy Szczecin-Centrum w Szczecinie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
DATA REJESTRACJI W KRS:	2 kwietnia 2009 roku
NR KRS:	000325245
NR REGON:	320147706
NIP:	8522470967

## Organy spółki

W skład Zarządu IAI S.A. na dzień 31 grudnia 2015 roku wchodził:

- **Paweł Fornalski**, Prezes Zarządu
- **Sebastian Muliński**, Wiceprezes Zarządu

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 31 grudnia 2015 roku wchodził:

- Dariusz Zarzecki – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Zbigniew Muliński
- Piotr Fornalski
- Marcin Koźlik
- Tomasz Fornalski

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2015 roku w organach Spółki nie zaszły żadne zmiany.

## Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu Emitent nie tworzy, ani nie wchodzi w skład grupy kapitałowej.

## Liczba zatrudnionych na umowę o pracę w przeliczeniu na pełne etaty

31 grudnia 2015 roku zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 33 osoby, wobec 48 na koniec czwartego kwartału 2014 roku.

# Wybrane dane finansowe

## Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 31.12.2015	w złotych na 31.12.2014
<b>AKTYWA</b>		
Wartości niematerialne i prawne	253 448,20	328 887,76
Rzeczowe aktywa trwałe	276 148,18	284 879,91
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	1 179 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	36 230,00
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	806 238,21	819 524,04
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	3 403 155,61	3 640 469,14
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	97 987,99	46 947,67
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>6 053 078,19</b>	<b>6 336 808,52</b>
Kapitał własny	815 623,50	815 623,50
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,00
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	70 207,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	1 936 038,06	2 389 386,44
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	130 049,79
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>6 053 078,19</b>	<b>6 336 808,52</b>

## Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.10- 31.12.2015	w złotych za 01.10- 31.12.2014	w złotych 01.01- 31.12.2015 <sup>1</sup>	w złotych 01.01- 31.12.2014 <sup>1</sup>
Przychody netto ze sprzedaży	4 235 443,87	3 612 006,70	14 864 678,43	12 148 332,66
Koszty działalności operacyjnej	3 853 567,31	3 470 506,09	13 617 373,30	10 793 146,53
Amortyzacja	36 729,15	32 136,75	149 683,18	137 318,21
Zysk/strata na sprzedaży	381 876,56	141 500,61	1 247 305,13	1 355 186,13
Pozostałe przychody operacyjne	200 668,58	-98 784,96	209 502,57	117 700,64
Pozostałe koszty operacyjne	115 456,58	114 444,77	154 339,33	142 327,42
Zysk / strata z działalności operacyjnej	467 088,56	-71 729,12	1 302 468,37	1 330 559,35
Przychody finansowe	11 738,11	31 105,20	106 644,23	105 664,07
Koszty finansowe	146,53	8 120,72	887,23	8 335,47
Zysk / strata z działalności gospodarczej	478 680,14	-48 744,64	1 408 225,37	1 427 887,95
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata brutto	478 680,14	-48 744,64	1 408 225,37	1 427 887,95
Podatek dochodowy	96 172,00	58 172,00	297 860,00	309 657,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata netto	382 508,14	-106 916,64	1 110 365,37	1 118 230,95

<sup>1</sup> Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

# Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

## Bilans na 31 grudnia 2015 r.

Pozycja	W złotych na 31.12.2015	W złotych na 31.12.2014
<b>AKTYWA</b>		
<b>Aktywa trwałe</b>		
Wartości niematerialne i prawne	253 448,20	328 887,76
Rzeczowe aktywa trwałe	276 148,18	284 879,91
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	1 179 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	36 230,00
<b>Razem aktywa trwałe</b>	<b>1 745 696,38</b>	<b>1 829 867,67</b>
<b>Aktywa obrotowe</b>		
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	806 238,21	819 524,04
Inwestycje krótkoterminowe	3 403 155,61	3 640 469,14
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	97 987,99	46 947,67
<b>Razem aktywa obrotowe</b>	<b>4 307 381,81</b>	<b>4 506 940,85</b>
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>6 053 078,19</b>	<b>6 336 808,52</b>
<b>PASYWA</b>		
<b>Kapitał własny</b>		
Kapitał podstawowy	815 623,50	815 623,50
Należne wpływy na kapitał podstawowy		
Udziały własne		
Kapitał zapasowy	1 775 235,55	1 685 775,75
Kapitał z aktualizacji wyceny		
Pozostałe kapitały rezerwowe	345 608,40	127 534,78
Zysk (strata) z lat ubiegłych		
Zysk (strata) netto roku bieżącego	1 110 365,37	1 118 230,95
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego		
<b>Razem kapitał własny</b>	<b>4 046 832,82</b>	<b>3 747 164,98</b>
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	70 207,31
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania krótkoterminowe	1 936 038,06	2 389 386,44
Rozliczenia międzyokresowe		130 049,79
<b>Razem zobowiązania</b>	<b>2 006 245,37</b>	<b>2 589 643,54</b>
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>6 053 078,19</b>	<b>6 336 808,52</b>

## Rachunek zysków i strat za czwarty kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.10-31.12.15	W złotych za 01.10-31.12.14	W złotych na 31.12.2015 <sup>1</sup>	W złotych na 31.12.2014 <sup>1</sup>
<b>A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi:</b>	<b>4 235 443,87</b>	<b>3 612 006,70</b>	<b>14 864 678,43</b>	<b>12 148 332,66</b>
Przychody netto ze sprzedaży produktów	0,00	0,00	0,00	0,00
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
Przychody ze sprzedaży usług	4 235 443,87	3 612 006,70	14 864 678,43	12 148 332,66
<b>B.Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>3 853 567,31</b>	<b>3 470 506,09</b>	<b>13 617 373,30</b>	<b>10 793 146,53</b>
Amortyzacja	36 729,15	32 136,75	149 683,18	137 318,21
Zużycie materiałów i energii	22 295,48	76 002,45	259 982,36	169 434,85
Usługi obce	2 760 944,58	2 102 588,10	9 098 534,13	5 384 308,51
Podatki i opłaty	12 324,90	30 419,47	57 064,29	91 797,54
Wynagrodzenia	819 973,77	1 010 767,51	3 378 549,88	4 086 684,36
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	150 224,16	159 544,96	549 000,11	803 665,58
Pozostałe koszty rodzajowe	51 075,27	59 046,85	124 559,35	119 937,48
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży</b>	<b>381 876,56</b>	<b>141 500,61</b>	<b>1 247 305,13</b>	<b>1 355 186,13</b>
<b>D.Pozostałe przychody operacyjne</b>	<b>200 668,58</b>	<b>-98 784,96</b>	<b>209 502,57</b>	<b>117 700,64</b>
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Dotacje	184 557,81	-130 016,93	184 619,11	70 378,85
Inne przychody operacyjne	16 110,77	31 231,97	24 883,46	47 321,79
<b>E.Pozostałe koszty operacyjne</b>	<b>115 456,58</b>	<b>114 444,77</b>	<b>154 339,33</b>	<b>142 327,42</b>
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0,00	109 008,55	0,00	109 008,55
Inne koszty operacyjne	115 456,58	5 436,22	154 339,33	33 318,87
<b>F.Zysk / strata z działalności operacyjnej</b>	<b>467 088,56</b>	<b>-71 729,12</b>	<b>1 302 468,37</b>	<b>1 330 559,35</b>
<b>G.Przychody finansowe</b>	<b>11 738,11</b>	<b>31 105,20</b>	<b>106 644,23</b>	<b>105 664,07</b>
Dywidendy i udziały w zyskach	0,00	0,00	73 880,60	49 253,73
Odsetki	11 691,83	31 047,48	32 688,61	56 352,62
Zysk ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	46,28	57,72	75,02	57,72
<b>H.Koszty finansowe</b>	<b>146,53</b>	<b>8 120,72</b>	<b>887,23</b>	<b>8 335,47</b>
Odsetki	65,48	7 086,52	113,23	7 095,16
Strata ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	81,05	1 034,20	774,00	1 240,31
<b>I.Zysk / strata z działalności gospodarczej</b>	<b>478 680,14</b>	<b>-48 744,64</b>	<b>1 408 225,37</b>	<b>1 427 887,95</b>
<b>J.Wynik zdarzeń nadzwyczajnych</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Zyski nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00

<sup>1</sup> Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Straty nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>K.Zysk / strata brutto</b>	<b>478 680,14</b>	<b>-48 744,64</b>	<b>1 408 225,37</b>	<b>1 427 887,95</b>
<b>L.Podatek dochodowy</b>	<b>96 172,00</b>	<b>58 172,00</b>	<b>297 860,00</b>	<b>309 657,00</b>
<b>M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>N.Zysk / strata netto</b>	<b>382 508,14</b>	<b>-106 916,64</b>	<b>1 110 365,37</b>	<b>1 118 230,95</b>

## Rachunek przepływów pieniężnych za czwarty kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.10-31.12.15	W złotych za 01.10-31.12.14	W złotych na 31.12.2015 <sup>2</sup>	W złotych na 31.12.2014 <sup>2</sup>
<b>A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej</b>				
I. Wynik finansowy netto (zysk/strata)	382 508,14	-106 916,64	1 110 365,37	1 118 230,95
II. Korekty o pozycje	-55 776,49	845 681,22	-370 120,41	523 227,11
III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	326 731,65	738 764,58	740 244,96	1 641 458,06
<b>B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej</b>				
I. Wpływy	0,00	0,00	100 000,00	0,00
II. Wydatki	0,00	835 220,33	215 511,89	841 952,16
III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	0,00	-835 220,33	-115 511,89	-841 952,16
<b>C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej</b>				
I. Wpływy	0,00	200 428,64	54 569,32	200 428,64
II. Wydatki	0,00	23 750,60	815 623,50	407 811,75
III. Środki pieniężne netto z działalności finansowej	0,00	176 678,04	-761 054,18	-207 383,11
<b>D.Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>326 731,65</b>	<b>80 222,29</b>	<b>-136 321,11</b>	<b>592 122,79</b>
<b>E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>F.Środki pieniężne na początek okresu</b>	<b>3 076 423,96</b>	<b>3 459 254,43</b>	<b>3 539 476,72</b>	<b>2 947 353,93</b>
<b>G.Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>3 403 155,61</b>	<b>3 539 476,72</b>	<b>3 403 155,61</b>	<b>3 539 476,72</b>

## Zestawienie zmian w kapitale własnym

Wyszczególnienie	w złotych na 31.12.2015	w złotych na 31.12.2014
I. Kapitał własny na początek okresu	3 747 164,98	3 017 921,15
Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach	3 747 164,98	3 017 921,15
II Kapitał własny na koniec okresu	4 046 832,82	3 747 164,98
III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku	4 046 832,82	3 747 164,98

## Informacja o zasadach przyjętych przy sporządzaniu raportu, w tym informacje o zmianach stosowanych zasad (polityki) rachunkowości

Zasady wyceny aktywów i pasywów oraz ustalania wyniku finansowego w IAI Spółka Akcyjna ustalone zostały w oparciu o art. 28-42 Ustawy o rachunkowości z dnia 29 września 1994 roku (DZ.U. nr 121, poz.591 z późn. zm.)

Zgodnie z postanowieniami polityki rachunkowości aktywa i pasywa wycenia się nie rzadziej niż na dzień bilansowy w następujący sposób:

<sup>2</sup> Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Raport kwartalny IAI S.A. za okres od 1 października 2015 do 31 grudnia 2015 r.

Więcej informacji w dziale [Relacje inwestorskie na www.iai-sa.com](http://www.iai-sa.com)

Strona 7/29

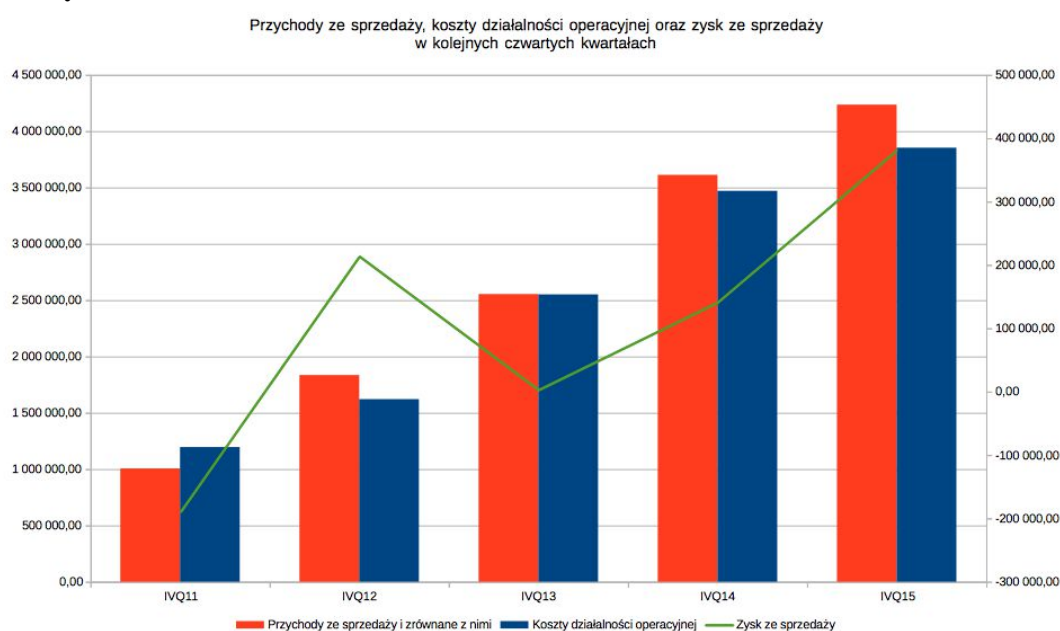


1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Wartości niematerialne i prawne o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzane jednorazowo w zależności od charakteru tych że, a powyżej 3.500 złotych zaliczane są do składników aktywów, wprowadzone do ewidencji oraz amortyzowane przy wykorzystaniu metody liniowej,
2. Środki trwałe – według cen nabycia pomniejszych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Środki trwałe o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzane jednorazowo w zależności od charakteru tych że, a powyżej 3.500 złotych zaliczane są do składników aktywów, wprowadzone do ewidencji oraz amortyzowane przy wykorzystaniu metody liniowej,
3. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe – w wartości nominalnej,
4. Należności krótkoterminowe – w kwocie wymaganej zapłaty, z zachowaniem ostrożności, przy uwzględnieniu odsetek za zwłokę w zapłacie z żądaniem, których wystąpiono do kontrahenta,
5. Inwestycje krótkoterminowe, w tym środki pieniężne – w wartości nominalnej,
6. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe – czynne rozliczenia międzyokresowe kosztów dotyczące przyszłych okresów sprawozdawczych w wartości nominalnej,
7. Kapitały własne – w wartości nominalnej, według ich rodzajów i zasad określonych przepisami prawa, statutem spółki. Kapitał podstawowy wykazano w wysokości określonej w statucie Spółki i wpisanej w rejestrze sądowym,
8. Rezerwy – w uzasadnionej, wiarygodnie oszacowanej wartości,
9. Zobowiązania – w kwocie wymagającej zapłaty z wyjątkiem zobowiązań z tytułu dostaw i usług wycenionych według wartości nominalnej, w stosunku, do których kontrahenci odstąpili od naliczania odsetek,
10. Rozliczenia międzyokresowe – według wartości nominalnej.
11. Spółka sporządza sprawozdanie finansowe zgodnie z art. 45 Ustawy o rachunkowości. Uszczegółowienie informacji wykazanych w sprawozdaniu zawiera informacja dodatkowa przedstawiona za pomocą not.
12. Sposób sporządzania i pomiaru wyniku finansowego Spółki wynika ze specyfiki prowadzonej działalności (działalność usługowa) oraz ewidencji kosztów w układzie rodzajowym na zespole „4” – Koszty według rodzajów i oparty jest o porównawczy rachunek zysków i strat.



# Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

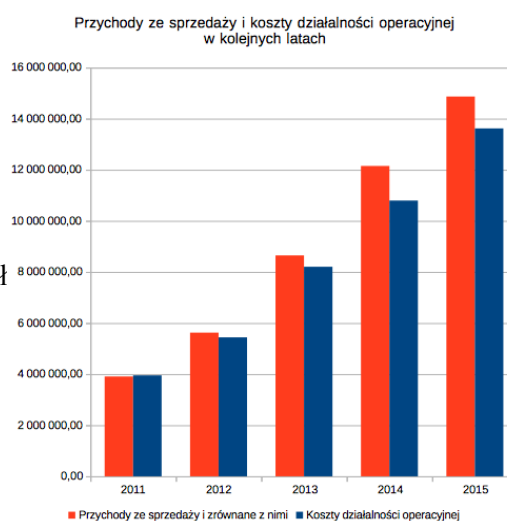
Spółka zwiększyła przychody ze sprzedaży w ujęciu kwartalnym i rocznym. Zysk ze sprzedaży w czwartym kwartale 2015 roku był ponad dwa i pół razy wyższy niż w analogicznym okresie 2014 roku. W międzyczasie, co jest przedstawione w raporcie, ukazał się szereg zmian, które zostały skutecznie zaimplementowane i będą skutkowały kolejnymi wzrostami przychodów ze sprzedaży.



Spółka systematycznie zwiększa przychody, a koszty rosną w podobnym lub niższym tempie. Powoduje to zwiększenie zysku ze sprzedaży. W czwartym kwartale wyniósł on 381 tysięcy złotych i był 2,7 razy wyższy niż w czwartym kwartale 2014 roku.

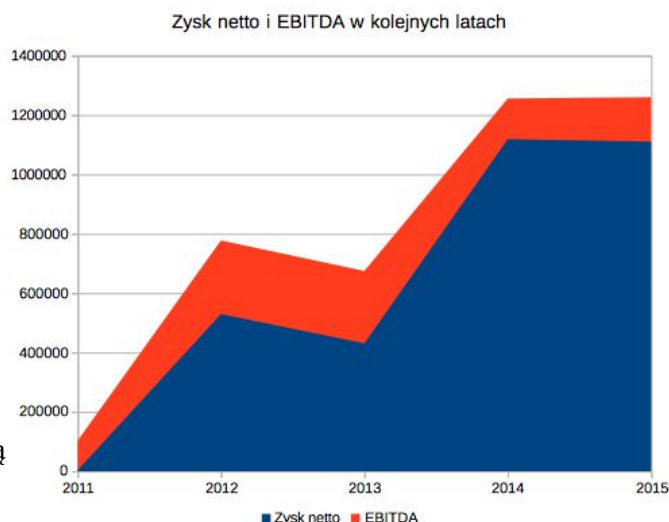
Pozytywny efekt na wynik finansowy miało skuteczne rozliczenie dotacji w ramach PO IG 6.1. Zwiększył to przychody operacyjnych, ale oczywiście nie miało wpływu na przychody ze sprzedaży, które są podstawowo analizowane w raporcie. Ponadto kwota dotacji jest relatywnie mała do skali przychodów ze sprzedaży. Jednak był to kolejny czynnik, który wpłynął na wynik finansowy, tym bardziej, że wcześniej były ponoszone koszty w związku z realizacją projektu.

Sam wynik finansowy jest na koniec roku na bardzo podobnym poziomie jak w 2014 roku. Wynik finansowy w IV kwartale 2014 roku, który widniej w



danych w tym raporcie, wynika z rozliczenia dotacji dwa lata temu, co skutkowało odpisami i w efekcie stratą, ale są to tylko zapisy księgowo. Niestety zakłóca to porównywanie wyniku EBITDA w ujęciu kwartalnym pomiędzy ostatnimi kwartałami 2014 i 2015 roku.

W ujęciu rocznym EBITDA jest na takim samym poziomie jak rok wcześniej i dużo wyższym niż w poprzednich latach. Spółka utrzymuje rentowność pomimo że systematycznie inwestuje w nowe rozwiązania i wprowadza coraz bardziej kompleksowe usługi. Co istotne, najważniejszym składnikiem kosztów operacyjnych są wynagrodzenia pracowników. Spółka zwraca uwagę inwestorów na to, że prowadzi inną niż wiele innowacyjnych firm politykę księgowania kosztów pracy, skoncentrowaną na zatrzymywanie gotówki. W wyniku tej strategii koszty pracy działu R&D, czyli wszelkich prac rozwojowych Spółka księguje w bieżących wydatkach i nie obciąża konta „Wartości niematerialne i prawne”. **Stąd bieżący wynik finansowy oraz EBITDA nie są zwiększane, przez odłożenie w czasie zaksięgowania kosztów wynagrodzeń, a następnie amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych.** Koszty prac rozwojowych są ponoszone i księgowane na bieżąco.



Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie około 2,2 a CashRatio 1,75, co pokazuje bardzo bezpieczną sytuację finansową Spółki. Są to też poziomy powyżej stanu z końca IV kwartału 2014 roku, co pokazuje, że Spółka skutecznie zarządza gotówką. Bilans ukazuje, że Spółka dysponuje wysokimi rezerwami gotówki, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Dodatkowo dodatni wynik finansowy, pozwalają finansować rosnące koszty (przede wszystkim w wyniku zwiększenia zatrudnienia) oraz dalsze inwestycje ze środków własnych.

Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy przedstawianej dynamiki wzrostu sprzedaży oraz zysku i rentowności oraz opis modelu biznesowego podawał już w Dokumencie Informacyjnym w 2009 roku. Bardzo istotne z punktu widzenia inwestorów jest, że ten **model biznesowy realizowany jest systematycznie a wyniki finansowe są poprawiane regularnie, co pokazują także wykresy.** Nie są to jednorazowe skoki przychodów wynikające np. z rozliczenia kontraktów.

## Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania publikowanych prognoz wyników na dany rok w świetle wyników zaprezentowanych w danym raporcie kwartalnym

[W styczniu 2015 r. Spółka ogłosiła prognozy na lata 2015 – 2016](#) wraz z obszernym komentarzem.

Prognozy obejmują przychody ze sprzedaży, których szacunki na kolejne lata wynoszą:

- Rok 2015 – przychody ze sprzedaży 18,5 miliona złotych.
- Rok 2016 – przychody ze sprzedaży 28 milionów złotych.

Analizując wyniki sprzedaży po czterech kwartałach 2015 r. Spółka zrealizowała prognozę mieszczącą się w 20% widełkach i nie wymaga to korekty. Analizując tempo wzrostu sprzedaży w IV kwartale 2015 i początku 2016 Zarząd uznaje, że prognoza na 2016 jest możliwa do realizacji.

## Zwięzła charakterystyka istotnych dokonań lub niepowodzeń emitenta w okresie, którego dotyczy raport, wraz z opisem najważniejszych czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających wpływ na osiągnięte wyniki.

Otwarcie na nowy segment Klientów przez umowy terminowe i kolejne poparcie mocnej pozycji na rynku przez nagrodę oraz opinie Klientów.

**Ekomers 2015 i opinie Klientów potwierdzają wysoką jakość IAI-Shop.com**

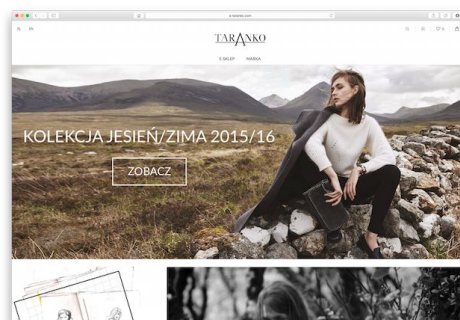


We wrześniowym raporcie Zarząd pisał o wygraniu głosowaniu internautów, teraz z satysfakcją informujemy o wygraniu tej nagrody. IAI-Shop.com [została uznana w głosowaniu internetowym oraz ocenie jury najlepszą platformą sklepową](#).

To prestiżowa nagroda i kolejny dowód na innowacyjność usług Spółki i dobry ich odbiór na rynku. Kolejną ważną okazją do szerokich działań marketingowych i promocyjnych były [obchody piętnastolecia IAI-Shop.com](#). Z tej okazji ukazał się [szereg publikacji oraz materiałów](#).

[promocyjnych](#). Tak długa, okraszona sukcesami oraz silnymi wzrostami sprzedaży, potwierdza, że Spółka jest bezpiecznym i dynamicznym partnerem biznesowym dla klientów, partnerów i inwestorów

Potwierdzają to także relacje licznych klientów, ogólnopolskich firm, sieci sprzedażowych, takich jak **Taranko**, która w branży odzieżowej działa już 28 lat lub marki **Danhen**, która pamięta jeszcze początki lat osiemdziesiątych, ponieważ sama firma ZKK DanHen została zarejestrowana w 1981. O tym jak usługa IAI-Shop.com jest korzystna dla takich partnerów biznesowych można przeczytać w cyklu publikacji Spółki o [Inspiracjach, tym razem poświęconych sieci sklepów odzieżowych Taranko](#) oraz [Danhen](#).



## Otwarcie na nowy segment Klientów – umowy na czas określony

Do czwartego kwartału 2015 roku każda umowa na prowadzenie sklepu zawierana była na czas nieokreślony i wiązała się z wpłaceniem opłaty aktywacyjnej. Aby obniżyć próg wejścia, [Spółka przygotowała rozwiązanie: umowa zawarta zostanie na dwa lata w zamian za brak opłaty aktywacyjnej](#). Oczywiście nadal pozostają umowy na czas nieokreślony dla klientów oczekujących większej swobody. **Z analizy rynku oraz ocen potencjalnych klientów, Spółka spodziewa się wielu wdrożeń w tym modelu na przestrzeni kolejnych kwartałów i jeszcze w czwartym kwartale 2015 procent zamówień na czas określony był znaczący, a same umowy przełożyły się na zwiększenie liczby zamówień.** Analizy finansowe wskazują, że brak opłaty aktywacyjnej na początku nie wpłynie znacząco na przychody Spółki, a z drugiej strony, analiza wartości klientów w czasie oraz czasu trwania klienta w IAI-Shop.com, pokazuje, że w przyciągnięcie klientów i ich rozwój, zwiększanie wpływów z abonamentów będzie bardzo korzystne dla przychodów Spółki. Wielu klientów oczekuje profesjonalnych narzędzi do sprzedaży, jednak ze względu na koszt początkowy zmuszona była poszukiwać tańszych i prostszych rozwiązań. Teraz mogą połączyć swoje oczekiwania co do funkcji dla profesjonalistów z możliwościami budżetowymi.

## Dzień Darmowej Dostawy – podsumowanie i pokazanie jak SaaS się skaluje i działa w praktyce

Często trudno zobaczyć w jaki sposób tak wiele drobnych, systematycznie wprowadzanych, ulepszeń działa w wielkiej skali i w praktyce. Szczególnie, że regularnie Zarząd informuje, że konkretne nowości wpływają na zwiększenie ruchu i konwersji w sklepach oraz przez to przychodów Spółki, np. z abonamentów lub prowizji. Okazją do pokazania skali może być organizowany corocznie, przed okresem świątecznym [Dzień Darmowej Dostawy, kiedy składane jest bardzo dużo zamówień w skali całego kraju. W tegorocznej edycji wzięło udział ponad 2600 sklepów, w tym setki opartych na IAI-Shop.com i Spółka przygotowała zestawienia danych, infografikę, prezentującą skalę obsługi](#). Sklepy oparte o rozwiązanie SaaS, jakim jest IAI-Shop.com, bez problemu obsłużyły pik zakupowy o wartości 13,5 miliona złotych, ponad 80 000 zamówień, przy 20% wzroście ruchu wobec poprzedniego dnia. To potwierdza olbrzymią skalowalność platformy, bezpieczeństwo sprzedawców i kupujących oraz profity jakie dla profesjonalnych sprzedawców niesie ze sobą IAI-Shop.com (IdoSell Shop). **Obok dobrze zaprojektowanych stron internetowych, sprawnych serwerów nie udało by się to bez sprawnie działającej gospodarki magazynowej, systemom zarządzania magazynem (WMS) oraz wielu innych obszarów, w które Spółka inwestuje.** Dla inwestorów to przykład tego jak szereg systematycznie wprowadzanych ulepszeń i innowacji w różnych dziedzinach działają w praktyce.



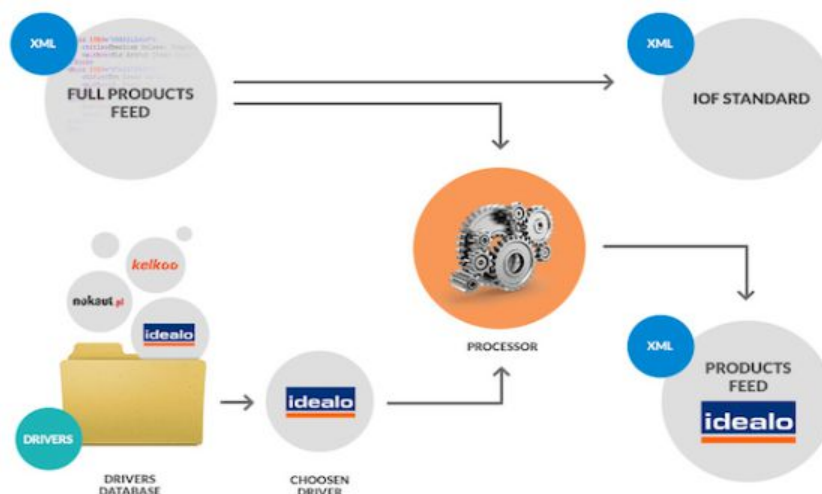
# Komentarz Zarządu Emitenta na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności, w szczególności poprzez działania nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie

Szereg nowości, które kompleksowo i skutecznie wspierają sprzedaż u Klientów Spółki, zarówno w IAI-Shop.com i IdoSell Booking.

## Open system as a service – zupełnie nowe szanse dla rynku e-handlu

Pod koniec grudnia Spółka udostępniła możliwość przygotowania dowolnych feedów (plików) z ofertą sklepu internetowego o dowolnej składni i zawartości. To kolejna nowość podkreślająca podejście IAI do tzw. **Open System as a Service** (model, który opiera się na modułowej, dobrze udokumentowanej budowie. Takie rozwiązanie nie wymaga zmian w kodzie

źródłowym, czego niepożądanym efektem może być niekompatybilne wdrożenie, a zmiana wymaga instalacji i indywidualnego testowania), dająca możliwość dowolnej modyfikacji pliku z pełną ofertą towarów, bez potrzeby modyfikacji kodu źródłowego systemu IAI-Shop.com. Dzięki tej funkcjonalności developer lub sam klient może przygotować plik XML zawierający ofertę sklepu (ang. Products Feed) zgodnie z wymaganiami, np. nowej porównywarki z którą ma być przygotowana integracja. Od teraz, jeżeli nie ma gotowej integracji, można ją stworzyć samodzielnie, wgrać sterownik od porównywarki cen lub zlecić jego opracowanie IAI. W IAI-Shop.com deweloperzy i agencje kreatywne mogą wybierać, który element chcą zmienić, skupiając się na osiągnięciu korzyści dla siebie i klienta, tylko w obszarze, w którym się specjalizują.

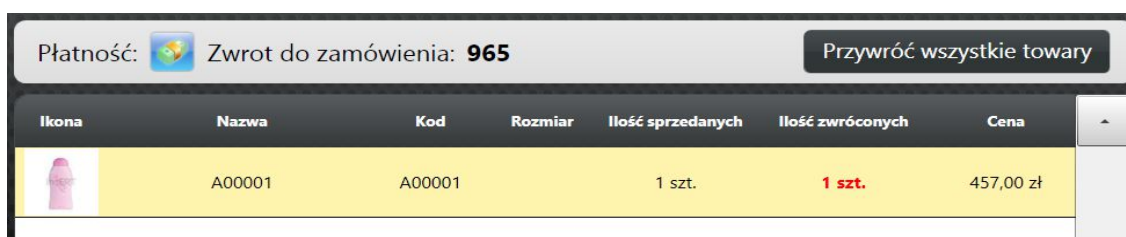



Spółka, tak jak w wielu innych swoich działaniach, systematycznie rozbudowuje swoje usługi o funkcjonalności, które w małych krokach budują w większej skali szeroką i kompleksową funkcjonalność. Tak jest również w wdrażaniu Open System as a Service. Jednym z takich działań jest dodanie szeregu nowych zmiennych w: szablonach e-mail, dokumentach drukowanych, programach CPA, zmiennych dla META stron czy dodatkach HTML i JavaScript. System zmiennych to jedno z rozwiązań na otwartość systemu, pozwalającą na tworzenie własnych rozwiązań bez modyfikacji kodu źródłowego (tzw. Otwarty SaaS). Stosowanie zmiennych pozwala na uzyskiwanie takich samych rezultatów jak w systemach open source z modyfikowania kodu źródłowego, jednak bez tracenia gwarancji na system, skomplikowanych testów i utraty aktualizacji. **Dodane nowe zmienne tworzą zupełnie nowe możliwości dla developerów i tych klientów, którzy chcą wykorzystywać system sklepu internetowego IAI-Shop.com do indywidualizacji rozwiązań.** Dzięki nowym zmiennym Sklep poinformuje klienta np. o tym ile dni zostało mu na dokonanie płatności, o ile dni opóźnia się wysyłka towaru, jakie towary wchodzi w skład zamówionych zestawów czy samodzielnie skonfigurujesz najpopularniejsze programy remarketingowe.

Zawsze istotne jest pokazanie jak idea Open system as a service działa w praktyce. Przykładem jest integracja z CRM firmy edrone. Specjaliści z edrone i przy pomocy dodatków HTML i JavaScript zintegrowali swój system CRM z IAI-Shop.com. Dla wspólnych klientów IAI i edrone jest to rozwiązanie korzystne kosztowo, bezpieczne i skalowalne. System edrone to narzędzie, które zbiera i przetwarza wszystkie dane o kliencie e-sklepu, a następnie w sposób automatyczny kontaktuje się z nim w najbardziej odpowiednim momencie. Dzięki Machine Learning relacja z kupującym staje się nie tylko prostsza, ale i naturalna. Dzięki możliwościom IAI-Shop.com i łatwej do wdrożenia integracji, Sklep może korzystać z nowego narzędzia wspomagającego sprzedaż.

Rozbudowa narzędzi dla developerów oraz budowa środowiska współpracujących firm, przełoży się z jednej strony na większe przychody klientów oraz łatwiejszy dostęp dla nich do nowych narzędzi. To zwiększa możliwości budowy ich biznesu. **A każdy wzrost sprzedaży przekłada się na wzrost przychodów Spółki.** Ponadto partnerzy polecając usługi Spółki, zapewniają jej nowych klientów.

## Nowy POS w służbie omni-channel, gorącego tematu ostatniego czasu w e-commerce



Ikona	Nazwa	Kod	Rozmiar	Ilość sprzedanych	Ilość zwróconych	Cena
	A00001	A00001		1 szt.	1 szt.	457,00 zł

Bardzo istotnym kierunkiem rozwoju jest wspieranie sprzedaży w omni-channel. Jest to koncepcja sprzedaży wielokanałowej, która głównie opiera się na połączeniu handlu internetowego z handlem tradycyjnym. Oczywiście, Spółka od wielu lat oferuje odpowiednie narzędzia dla takiego modelu sprzedaży (np. aplikację POS, WMS), ale obecnie rozwijane są funkcje zapewniające synergię pomiędzy poszczególnymi możliwościami i osiąganie ponadprzeciętnych korzyści. Szczególnie pod kątem dużych, profesjonalnych sprzedawców.

Obecnie najważniejszą z tych nowości jest IAI POS 5.0, który pozwala na obsługę zwrotów do zamówień ze sklepu internetowego i staje się mocnym wsparciem w omnichannel, czyli w sprzedaży wielokanałowej. Najnowsza wersja POS, obok szeregu innych nowości, wprowadza

możliwość wystawienia zwrotów do zamówień pochodzących z sklepu internetowego. Oznacza to, że można znacznie ułatwić swoim klientom internetowym zwrot towaru przez udostępnienie im możliwości dokonania go w stacjonarnym punkcie sprzedaży. **Nowa funkcjonalność czyni IAI POS jeszcze bardziej zaawansowanym narzędziem, które wspiera tzw. omnichannel, czyli spina sprzedaż elektroniczną ze sprzedażą tradycyjną. Jest to bardzo dobrze rozwiązanie, szczególnie w ujęciu jakości do ceny, dla wszelkich firm, które mają sklepy stacjonarne i prowadzą sprzedaż internetową.**

## Integracja z LeaseLink – wsparcie sprzedaży przez leasing w e-handlu



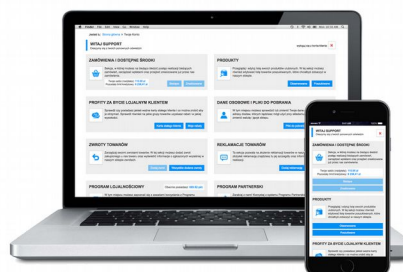
[Do systemów płatności obsługiwanych w sklepach internetowych IAI-Shop.com został dodany LeaseLink - usługa leasingowa dla e-commerce skupiająca największych polskich leasingodawców.](#) Dzięki integracji usługi leasingowej z sklepem internetowym, Klient udostępnia swoim klientom, prowadzącym działalność gospodarczą, możliwość sfinansowania zakupów w niezwykle atrakcyjny i prosty sposób, a zarazem dopasowany do ich charakterystyki biznesu. Leasing w e-zakupach jest równie prosty i intuicyjny jak płatność z wykorzystaniem pay-by-link. W trakcie zakupów, klient ma możliwość poznania wysokości rat leasingu z wykorzystaniem dedykowanego kalkulatora, który pojawi się w sklepie automatycznie po włączeniu płatności. **Każda kolejna możliwość płatności i finansowania, szczególnie drogich towarów, zwiększają ogólną sprzedaż w sklepach, która przekłada się na wyższe przychody Spółki.**

## Dalszy rozwój masek i templetów sklepów, które procentuje zwiększoną sprzedażą sklepów i ich oceną przez kupujących

Spółka przygotowała szereg nowości, które mają zapewnić jej samej oraz jej klientom dalszy rozwój biznesowy. [Wiele z nich dotyczy zmian w maskach i templatach sklepów internetowych, które mają przekładać się na lepszą konwersję, w efekcie wyższe przychody sklepów oraz samej Spółki.](#)

W czwartym kwartale należy przede wszystkim wskazać na:

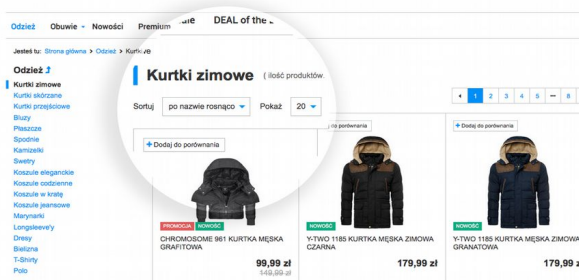
1. Znaczne ulepszenie panelu klienta w sklepie internetowym, do której ma dostęp każdy zalogowany w sklepie użytkownik. Jest to dla klienta swoiste centrum sterowania sklepem i mapa możliwości. Lepiej wyeksponowane są atuty sklepu, takie jak program lojalnościowy, formularze zwrotów i reklamacji, program partnerski, informacje o rabatach, program partnerski, saldo klienta. Prócz modernizacji stylistycznych przeprowadzony jest szereg modyfikacji funkcjonalnych. Nowy sposób grupowania funkcji, czytelne ikony i przyciski oraz funkcjonalna i prosta w obsłudze wersja





mobilna sprawiają, że strona „Twoje konto” jest jeszcze bardziej użyteczna. To wszystko ma się przełożyć na lepszą interakcję klient – sklep, a następnie na większą lojalność oraz kolejnych, powracających klientów.

2. Dalszą optymalizację pod kątem SEO przez parametry grafik – przebudowane zostały komponenty odpowiedzialne za wyświetlanie aktualności na stronie sklepu. Są teraz bardziej przyjazne dla wyszukiwarek i lepiej dostosowane pod różnego rodzaju ekrany i urządzenia mobilne.
3. Pełną swobodę w zarządzaniu dodatkami, toplayerami i widgetami – Nowe możliwości obsługi dodatków HTML/JavaScript, Toplayerów i Widgetów działają osobno dla każdego rodzaju urządzenia – smartfonu, tabletu, komputera stacjonarnego. To jednak nie jedyna nowa funkcja związana z tymi elementami. Doszła również możliwość załadowania na stronę danego elementu (np. widgetu) w taki sposób, aby nie spowalniał on ładowania podstawowej zawartości strony. Widgety, toplayery i inne dodatki mogą być teraz ładowane dynamicznie, oddzielnie od kodu strony, w technologii AJAX. W efekcie powoduje to znaczący wzrost prędkości działania sklepu (szczególnie przy większej liczbie Widgetów), a co za tym idzie, bardziej komfortowe warunki do robienia zakupów.
4. Wszystkie maski RWD (Responsive Web Design - wygląd i układ dostosowuje się automatycznie do rozmiaru okna urządzenia) otrzymały obsługę nowej rozdzielczości 1200x800, charakterystyczną dla małych i średnich laptopów. Według danych Gemius SA na obecnie blisko 40% polskich internautów korzysta z takiego rozwiązania.
5. Rozszerzona możliwości konfiguracji podstrony z listą wyszukanych towarów. Nowa opcja pozwala ukryć przed klientem możliwość sortowania towarów na liście, a także zmiany liczby towarów prezentowanych na jednej podstronie. Przy zaawansowanych zabiegach marketingowych i ścisłym ustalaniu które towary widzi klient na początku po wejściu w kategorię, można wykorzystać nową opcję. Podobnie jeśli ustawi się sortowanie i liczbę towarów na stronie na optymalną wartość, które pozwala klientowi zobaczyć możliwie dużo towarów na jednej stronie, ale jednocześnie nie wydłużać zbytnio czasu ładowania.
6. Informację o czasie wysyłki „Dziś” - Mechanizmy sklepu uwzględniają teraz godzinę, o której składane jest zamówienie, czas potrzebny na skompletowanie towarów i spakowanie paczki oraz czas pracy kurierów. Jeśli ustawienia i pora dnia pozwalają na wysłanie zamówienia jeszcze tego samego dnia, klientowi pojawi się przyjazny komunikat "Wysyłka dzisiaj". Podobnie z dostarczeniem zamówienia.
7. Inne zmiany to m.in.: wspieranie informacji o pobraniu aplikacji mobilne, zmiany w generowaniu tabeli rozmiarów, informacje o liczbie dostępnych sztuk towaru w masce B2B i wiele innych. **O tym jaki wpływ na sprzedaż mają te systematycznie wprowadzane małe zmiany Spółka informuje w poprzedniej części raportu poświęconej podsumowaniu Dnia Darmowej Dostawy.**



Oczywiście to tylko część nowości. Wszystkie mają zapewnić efektywność, swobodę oraz bezpieczeństwo sklepów, zwiększając ich przewagę nad konkurencją, w nawet drobnych aspektach, ale w szerokim obrazie, systematycznie wprowadzane nowości, stają się olbrzymią różnicą.

## Usprawnienia w zarządzaniu liczbą towarów na aukcjach

Wielu Klientów Spółki znajduje się w grupie firm, która swój model biznesowy opiera o sprzedaż na

aukcjach internetowych. Z tego względu Spółka stale inwestuje w tworzenie nowych narzędzi automatyzujących ten proces, co jest szczególnie istotne dla firm sprzedających w wielu kanałach naraz (aukcje, sklepy, porównywarki). W listopadzie Spółka wprowadziła [w pełni automatyczne zarządzanie ilością towarów dostępnych na aukcjach internetowych każdego typu](#). To kompletnie nowatorskie rozwiązanie, dzięki któremu po sprzedaniu towaru na aukcji, ilość towarów dostępnych do zakupu zostanie automatycznie uzupełniona o ilość, na którą pozwolą stany magazynowe tego towaru. Zmiany dotyczą serwisów aukcyjnych Allegro oraz eBay i są możliwe do zastosowania w aukcjach sklepowych i tradycyjnych. Obsługiwane są wszystkie kategorie, także te z wieloma rozmiarami w ramach jednej aukcji (np. obuwiu). Dotychczas w systemie obsługi sklepu internetowego IAI-Shop.com możliwe było automatyczne zmniejszanie ilości towarów dla aukcji zwykłych. Po wprowadzeniu obsługi aukcji z wersjami dla eBay oraz aukcji wielorozmiarowych dla Allegro nadszedł czas na rozbudowanie zarządzania ilością produktów na aukcjach. **Dzięki takiej automatyzacji system sam pilnuje stanów magazynowych i zapewnia ciągłość sprzedaży, szczególnie w gorących okresach, takich jak grudzień. Wszelkie zmiany automatyzujące proces sprzedaży z jednej strony przyciągają nowych, profesjonalnych sprzedawców, a z drugiej pozwalają zwiększać sprzedaż obecnym, co przez zwiększenie opłat dodatkowych oraz abonamentów przekłada się na przychody Spółki.**

## Nowości wspomagające marketing i sprzedaż oraz wejście w marketing automation

Spółka systematycznie rozbudowuje usługi o nowości marketingowe, które pozwalają zdobywać ruch i klientów do sklepów internetowych. Nowości wspierają automatyzowanie marketingu lub otwierają nowe możliwości analityczne albo dotarcia do nowych klientów.

Często takie usługi oferowane są w współpracy z spółką zależną, Traffic Trends. Tak jest w przypadku narzędzia [„Custom audiences” podczas prowadzenia kampanii na Facebooku](#). Custom audiences (tzw. “niestandardowe grupy odbiorców”) - umożliwia skierowanie reklamy do obecnych klientów sklepu. Reklama wyświetlana odbiorcom, którzy znają sklep, charakteryzuje się bardzo wysoką konwersją i jest efektywnym uzupełnieniem innych działań lojalnościowych. Kampanie reklamowe na Facebooku wykorzystują informacje, które użytkownicy uzupełniają w swoich osobistych profilach. Znajdą się tam m.in. informacje o hobby, ulubionych filmach, słuchanej muzyce, wykształceniu, wykonywanym zawodzie, miejscu zamieszkania czy znajomych. Dzięki nowej funkcji Custom audiences, sklep dostaje możliwość sprecyzowania dokładnie, kto będzie jego reklamę na swoim profilu. Co więcej, reklamę na Facebooku można kierować do tych, którzy należą do grup podobnych do tych osób, które zostały wskazane. To pozwala prowadzić kampanię reklamową w sposób o wiele szerszy pod kątem liczby odbiorców, ale dalej bardzo precyzyjnie. **Jednak przekazanie tych danych do serwisu Facebook odbywa się według specjalnej procedury, której powodzenia zapewniają specjaliści od reklamy na Facebooku z agencji Traffic Trends. W tym momencie bardzo dobrze widać efekt połączenia dużej grupy sklepów internetowych i agencji specjalizującej się w marketingu internetowym. Można oferować innowacyjne usługi i jednocześnie zwiększać przychody wynikające z opłat za ich obsługę oraz abonamentów i prowizji w IAI-Shop.com.**

Spółka weszła na rynek [Marketing Automation \(Automatyzacja marketingu\) i buduje swoje narzędzie dla sklepów internetowych. Wprowadzone zostały tagi klientów to element w Marketing Automation](#), który przypisany jest do klienta i ma określoną wartość liczbową. Tagi mogą być ustawiane by zwiększały swoje wartości w efekcie różnych zdarzeń w których uczestniczy klient, np. złożenie zamówienia czy porzucenie koszyka. Od tej zmiany System Wiadomości triggerowanych wbudowany w sklepy internetowe IAI-Shop.com, pozwala na określenie grupy

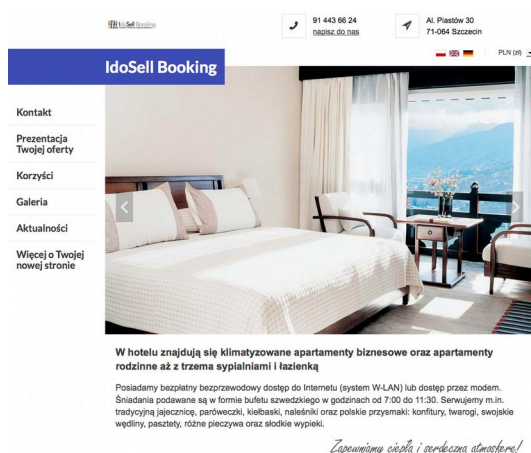
odbiorców wiadomości także na podstawie tagu klienta. Na poziomie kampanii Klient może ustawić, by była ona kierowana tylko do osób, których określony tag ma wskazaną przez nas wartość. Przykładem może być skierowanie kampanii do osób, które złożyły np. co najmniej 5 zamówień od jakiegoś momentu.

Poprawianie sprzedaży to ciągły proces, który musi opierać się na analizie danych. Aby to usprawnić w sklepach internetowych IAI dodało obsługę [Enhanced Ecommerce czyli ulepszonych statystyk Google Analytics dedykowanym sklepom internetowym](#). Enhanced Ecommerce to rozszerzenie narzędzia Google Analytics, pozwalające na dogłębną analizę zachowań klientów w sklepie. Dzięki wykonanej przez IAI integracji z tym rozszerzeniem, sklep może zbierać informacje, śledzić i analizować zachowanie klientów w sklepie internetowym, dzięki dedykowanemu branży Ecommerce rozszerzeniu dla Google Analytics w postaci Enhanced Ecommerce. Klient może wtedy wykonać testy A/B, by przetestować czy inny układ strony nie sprawdzi się lepiej. Bądź przekonać klienta do dokończenia zamówienia, dzięki wykorzystaniu e-mail remarketingu. Powyższy przykład to tylko jedna z możliwości Enhanced Ecommerce. Oprócz analizy procesu składania zamówienia, dzięki Enhanced Ecommerce Sklep pozna także m.in.: łączną kwotę zwrotów dla wszystkich transakcji wraz z rozbiciem szczegółów na pojedyncze zamówienia, łączny przychód dla każdego towaru, więc łatwo odnajdzie towary „Gwiazdy”, dzięki którym sklep osiąga największe zyski lub liczbę zamówień z wykorzystaniem kodów rabatowych wraz z listą użytych kodów.

Innym przykładem wychodzenia naprzeciw najnowszym trendom oraz segmentacji i automatyzacji działań marketingowych jest [ustawianie w jakich rozdzielczościach wyświetlać Widżety, Toplery oraz dodatki HTML i JavaScript w sklepie internetowym](#). Ponadto, Klient może zapobiec wolnemu wczytywaniu stron, dzięki doczytywaniu wspomnianych elementów dopiero po całkowitym załadowaniu sklepu.

Kompleksowa obsługa działań marketingowych w sklepach internetowych pozwala klientom na tworzenie bardzo kompleksowych i skutecznych kampanii sprzedażowych. **To buduje przewagę konkurencyjną tych sklepów oraz zwiększa sprzedaż, co przez abonamenty i opłaty prowizyjne przynosi się na przychody Spółki.**

## Nowa mobilność w turystyce – wizytówki i szablony mail w IdoSell Booking



Bardzo duże nowości graficzne zostały wprowadzone także w IdoSell Booking. [Spółka zaprezentowała dwa, bardzo atrakcyjne i uniwersalne szablony Wizytówki, z możliwością zmiany kolorystyki, dosłownie jednym kliknięciem.](#) Nowe szablony to dwa podejścia do prezentacji miejsca noclegowego: pierwszy zbliżony do obecnego szablonu domyślnego oraz drugi całkowicie nowy z dużymi zdjęciami w tle. Nowe szablony to także m.in. nowe galerie zdjęć, czy mapy dojazdu, a całość przygotowana w oparciu o najlepsze praktyki SEO. Wizytówka to nowoczesna i przejrzysta strona, aktywna dla każdego korzystającego z usługi IdoSell Booking od razu po aktywacji systemu rezerwacji. Można ją wyświetlać na komputerze i telefonie, bo dzięki technice RWD Wizytówka automatycznie dostosowuje się do wielkości ekranu. Wizytówka jest dostępna od razu po rejestracji pod tzw. adresem domeny technicznej, ale można ją skonfigurować także pod własną domeną. Wielojęzyczna **Wizytówka jest dostępna od ręki i bez dodatkowych opłat.** Nowe strony **Wizytówki mają zachęcić nowych klientów do wyboru usługi Spółki, ponieważ jej wygląd oraz cena są bardziej atrakcyjne niż utrzymywanie starej strony na tradycyjnym hostingu.** Co więcej ładne strony zwiększą konwersję, a Spółka uzyskuje przychody z prowizji.

Jednak to nie jedyna nowość w zakresie designu w IdoSell Booking. [Spółka zaprezentowała nowe, bardzo atrakcyjne szablony wiadomości e-mail, przygotowane w wersji responsywnej \(RWD\), dzięki czemu ich treść sama dostosuje się do urządzenia, na którym zostanie przeczytany.](#) Nowe szablony zastąpiły dotychczasowe szablony domyślne. Wiadomości e-mail to bardzo ważny element komunikacji z klientami. Informują one klienta o stanie rezerwacji, o wszelkich zachodzących w niej zmianach, a także pełnią funkcję przypominającą w zakresie płatności czy zbliżającym się

E-mail odczytany na ekranie urządzenia mobilnego:



E-mail odczytany na ekranie komputera:





terminie przyjazdu. W związku z tym, że wiadomości e-mail w coraz większym stopniu są czytane na ekranach urządzeń mobilnych, takich jak smartfony czy tablety, przygotowane przez IAI domyślne szablony wiadomości e-mail zostały opracowane w wersji responsywnej (RWD), dzięki której odczytywana wiadomość automatycznie dopasuje się do wielkości ekranu, na której jest wyświetlona. **W ten sposób usprawniona jest komunikacja na linii gość – obiekt noclegowy, co zwiększa satysfakcję obu stron oraz przekłada się na lepsze postrzeganie rezerwacji internetowych oraz ogólnie usprawnia sprzedaż.**

## Rozbudowa Channel Manager o bardzo popularny serwis eholiday.pl



### W Channel Manager IdoSell Booking, czyli mechanizmie integracji z portalami turystycznymi,

IAI dodała nową integrację z eholiday.pl. Jest to kluczowy w Polsce serwis, będący lokalnym liderem.

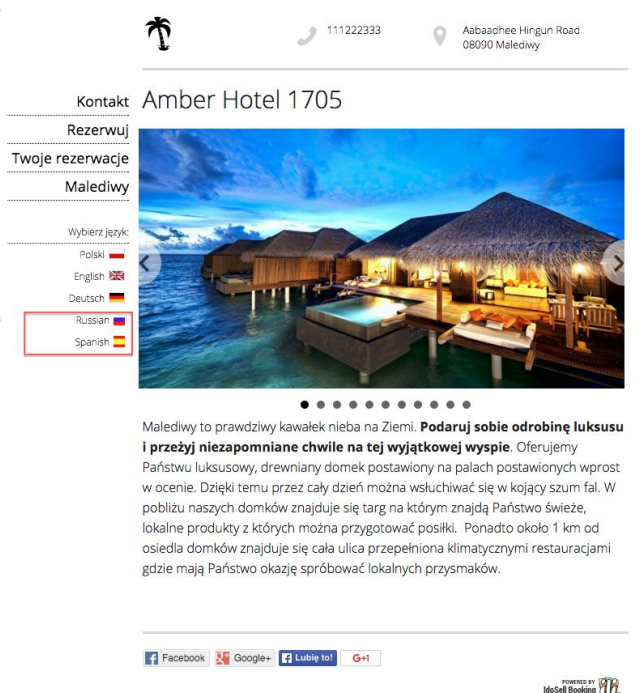
Oferowane przez IAI rozwiązanie pozwoli Klientowi łatwo i wygodnie zaprezentować ofertę w jednym z największych serwisów noclegowych na polskim rynku internetowym. Serwis eholiday.pl jest liderem wśród serwisów noclegowych na polskim rynku internetowym. Jest jednym z najbardziej znanych i lubianych internetowych serwisów turystycznych. Z eholiday.pl współpracuje już ponad 40 000 właścicieli obiektów noclegowych. Portal ma bardzo wysoką oglądalność - generuje do kilku milionów odsłon miesięcznie. Znajduje się w nim mnóstwo obiektów noclegowych np. agroturystyka, apartamenty, pensjonaty, kwatery prywatne, wille, mieszkania do wynajęcia, ośrodki wypoczynkowe, motele, hostele czy SPA. **Kolejne zintegrowane serwisy naturalnie zwiększają użyteczność samej usługi oraz przychody z sprzedaży.**

### Dodatkowo Channel Manager rozbudowany został o możliwość sprawnego zarządzania wieloma obiektami umieszczonymi w Booking.com z jednego panelu IdoSell Booking.

Jeśli Klient zarządza wieloma obiektami i sprzedaje ich oferty poprzez Booking.com, to teraz może je wszystkie dodać do jednego panelu IdoSell Booking, by mieć nad swoją ofertą pełną i wygodną kontrolę. Do tej pory za pośrednictwem Channel Managera IdoSell Booking była możliwość zintegrowania jednego panelu IdoSell Booking tylko z jednym obiektem w serwisie Booking.com. Z uwagi na fakt, że coraz szersze grono Klientów prężnie się rozwija i posiada coraz więcej obiektów w Booking.com, IAI ułatwia proces zarządzania takimi obiektami, by można go było realizować wygodnie z jednego panelu IdoSell Booking. **To naturalnie zwiększa bazę obsługiwanych obiektów oraz liczbę transakcji, co przynosi się na prowizje i przychody ze sprzedaży Spółki.**

## Rozbudowana wielojęzyczność w IdoSell Booking

Obsługując coraz większą liczbę rezerwacji internetowych w ramach IdoSell Booking, Spółka zauważyła potrzebę przygotowywania oferty, przez Klientów, w wielu językach. **Dotychczas rezerwacje on-line w usłudze IdoSell Booking możliwe były w trzech językach: polskim, angielskim i niemieckim dla których zapewnione były tłumaczenia. Od teraz można prezentować swoją ofertę w dowolnym języku, tłumacząc wizytówkę i widget na dowolny język.** Wystarczy, że właściciel obiektu pobierze listę wyrażen w jednym z już wprowadzonych w panelu języków, następnie zadba o ich przetłumaczenie na nowy język i jako nowy język wgra je do panelu. W ten sposób na liście możliwych do zaprezentowania klientom języków, pojawi się język przygotowany przez właściciela. Po uzupełnieniu nowej wersji językowej o kluczowe treści swojej oferty zarówno Wizytówka, jak i Kalendarz rezerwacji będą dostępne w nowym języku. **Spółka czerpie przychody z prowizji za rezerwacje, więc każde zwiększenie sprzedaży w obiektach noclegowych wpływa na jej przychody.**



Kontakt 111222333 Aabaadhee Hingun Road 08090 Maledivy

Amber Hotel 1705

Kontakt  
Rezerwuj  
Twoje rezerwacje  
Maledivy

Wybierz język  
Polski  
English  
Deutsch  
Russian  
Spanish

Malediwy to prawdziwy kawałek nieba na Ziemi. **Podaruj sobie odrobinę luksusu i przeżyj niezapomniane chwile na tej wyjątkowej wyspie.** Oferujemy Państwu luksusowy, drewniany domek postawiony na palach postawionych wprost w oceanie. Dzięki temu przez cały dzień można wsłuchiwać się w kojący szum fal. W pobliżu naszych domków znajduje się targ na którym znajdują Państwo świeże, lokalne produkty z których można przygotować posiłki. Ponadto około 1 km od osiedla domków znajduje się cała ulica przepiękna klimatycznymi restauracjami gdzie mają Państwo okazję spróbować lokalnych przysmaków.

Facebook Google+ Lubie to! G+

POWERED BY IdoSell Booking

## Usprawnienia w zarządzaniu ofertą w IdoSell Booking – obsługa właścicieli domów i apartamentów

Kolejne nowości i usprawnienia zostały wprowadzone także w IdoSell Booking. **Spółka otrzymuje wiele zapytań od wynajmujących domy lub apartamenty. Aby ich obsłużyć potrzebne są narzędzia pozwalające wynajmować całą nieruchomości na określony czas.**

W tym celu, w zakresie zarządzania podstawową częścią IdoSell Booking, czyli kalendarzem rezerwacji, który pokazuje wolne terminy oraz ich ceny. Aby usprawnić pracę klientów **Kalendarz rezerwacji znajdujący się w panelu administracyjnym rozbudowany został o możliwość rezerwowania zestawów** (np. umożliwiających wynajem całego domu złożonego z wielu pokoi). Dzięki nowej funkcjonalności obiekty, które stosują taką formę rezerwacji, mogą efektywniej zarządzać rezerwacjami.

Nowy rozbudowany Kalendarz rezerwacji daje właścicielowi większą swobodę w zarządzaniu rezerwacjami. Ma możliwość złożenia w nim rezerwacji pomimo: założonej blokady, braku dostępności w danym okresie czy braku ceny. **Dodatkowo usprawnione zostało tworzenie nowych sezonów, przez które można zarządzać ceną obiektów noclegowych.** Tworzenie sezonu może być pracochłonne, gdy obiekt korzysta z wielu sezonów. Do tej pory tworząc nowy sezon właściciel obiektu musiał go zdefiniować w całości od podstaw, a od teraz tworząc nowy sezon można skopiować ustawienia z innego sezonu, dzięki czemu od razu będą uzupełnione wszystkie pola.



---

Z drugiej strony, **[zupelnie nowy dzial analiz i raportow](#)**, pozwala lepiej oceniać i kontrolować biznes i przygotowywać oferty na kolejne sezony. **Te zmiany, usprawniające zarządzanie ofertą oraz jej sprzedażą, mają przelożyć się na jeszcze lepiej prezentowaną i korzystną ofertę przez Widgety, co z kolei przeloży się na lepszą sprzedaż noclegów oraz prowizje dla Spółki. Przyciągnie też nowych klientów, którzy operują większą bazą miejsc noclegowych (np. domy lub apartamenty), a dla nich automatyzacja pracy jest kluczowa.**



# Przedmiot działalności Spółki

**Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest dostarczanie usługi IAI-Shop.com (za granicą IdoSell Shop), czyli platformy do prowadzenia sprzedaży towarów w Internecie oraz IdoSell Booking czyli usługi do sprzedaży rezerwacji w obiektach noclegowych przez Internet.**

**IAI-Shop.com (IdoSell Shop)** pozwala na prowadzenie wielu niezależnych sklepów, na dowolnej liczbie rynków i krajów, w dowolnej liczbie wersji językowych, walutowych i w oparciu o wbudowany system magazynowo-finansowy. Jest to obecnie najbardziej zaawansowany i rozbudowany system do prowadzenia sprzedaży internetowej na świecie. IAI-Shop.com (IdoSell Shop) ma między innymi następujące funkcje i możliwości:

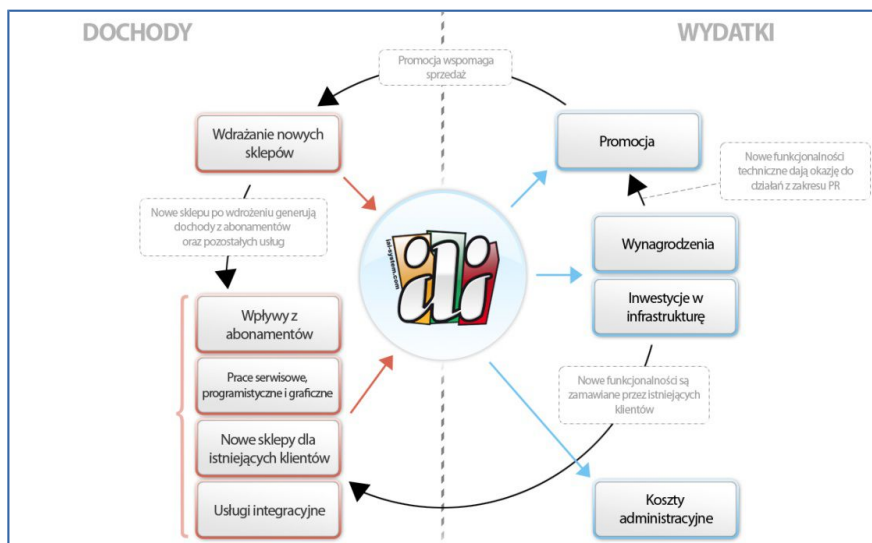
- sprzedaż detaliczna,
- sprzedaż międzynarodowa,
- sprzedaż hurtowa,
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne,
- prowadzenie sprzedaży w modelu omni-channel,
- komplet narzędzi do prowadzenia sprzedaży i marketingu wielokanałowego,
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS),
- zarządzanie magazynem i logistyką (WMS, MRP),
- zarządzanie przepływem pracy (WFM),
- zarządzanie treścią na stronie (CMS),
- zarządzanie relacjami z klientami (CRM),
- raportowanie menadżerskie,
- obsługa reklamacji (RMA),
- integracja z systemami kurierów, aukcji, porównywarek cen, systemami płatności.
- zintegrowane płatności internetowe oraz usługi kurierskie
- system inteligentnych rekomendacji produktowych – IAI RS
- obsługa zwrotów od klienta do sklepu internetowego
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com.

**IdoSell Booking** pozwala na obsługę przez Internet oraz mobilnie rezerwacji w obiekcie noclegowym składanych przez klientów przez wiele kanałów: na stronie internetowej obiektu, mobilnie lub przez portal Facebook. Usługa działa na podstawie widgetu, który w łatwy sposób można osadzić na dowolnej stronie internetowej. Spółka czerpie przychody głównie z prowizji za zrealizowane rezerwacje. Wśród głównych cech IdoSell Booking należy wymienić:

- Łatwą integracją z dowolną witryną
- Zarządzanie obiegiem rezerwacji
- Mobilność: aplikacja mobilna pozwalająca zarządzać rezerwacjami oraz interface widgetu przygotowany pod kątem urządzeń mobilnych
- Przyjazny i prosty interfejs obsługiwany po polsku, niemiecku i angielsku
- Bezpieczny system płatności obsługujący wiele walut i sposobów rozliczeń
- Wersję mobilną
- Możliwość uruchomienia strony wizytówki z własną grafiką, template i we własnej domenie
- Zarządzanie systemem przez wielu pracowników (PMS)

IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz IdoSell Booking tworzone są według najnowocześniejszych technologii internetowych. Model usługi oparty jest o SaaS (ang. Software as a Service) oraz cloud computing (tzw. chmura). Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą, dając efekt synergii. **Kluczowa dla sukcesu finansowego Firmy jest strategia sprzedaży usługi, oparta na wynajmie aplikacji (SaaS), a nie na jej jednorazowej sprzedaży. Wymusza ona nowoczesne i skuteczne podejście do zarządzania firmą, projektami, relacjami z klientami oraz generuje pozytywny, stale rosnący i zapewniający bezpieczeństwo finansowe przepływ gotówki.**

#### MODEL BIZNESOWY IAI S.A.



Źródło: IAI Spółka Akcyjna.

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com (IdoSell Shop) dla jednego sklepu wynosi od 139 zł netto w najniższym planie taryfowym do 8999 zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. Ponadto oferowane są indywidualnie, niestandardowe plany dla najbardziej wymagających klientów. Dodatkowo Firma dostarcza rozwiązania do prowadzenia wielu sklepów naraz oraz elementy dodatkowe systemu, za które klienci wnoszą dodatkowe opłaty. Więcej informacji znajduje się w [cenniku na stronach internetowych Spółki](#).

Wdrożenia nowych sklepów prowadzone są według wypracowanych reguł, które gwarantują przewidywalny koszt, czas i jakość. Ceny wdrożeń różnicują się według czasu, jaki potrzebny jest na przygotowanie sklepu w wybranym pakiecie graficznym. Najtańsze wdrożenie nie zawiera prac graficznych, mając naliczoną tylko opłatę aktywacyjną (599 zł netto lub 0 złotych przy umowie zawartej na dwa lata). Najdroższy pakiet wdrożeniowy (SUPREME) to koszt dodatkowy 7999 zł netto, ale pozwala na stworzenie bardzo zindywidualizowanego wyglądu sklepu i aplikacji mobilnej. Istnieje też możliwość stworzenia indywidualnego pakietu wdrożeniowego o ustalonym przez klienta zakresie i budżecie. Ceny wdrożeń są atrakcyjne i przystępne zarówno dla małych, jak i średnich oraz dużych klientów. Standaryzacja procedur zapewnia możliwości masowej obsługi klienta. Wszystkie prace i usługi, które wykonuje Spółka są kalkulowane pod względem rentowności godziny pracy poświęconej realizacji danego zadania. Kalkulacja dotyczy cen wdrożeń, na które składają się czas pracy grafików, instalacje sklepów, opłaty abonamentowe, obejmujące pracę administratorów, pracę działu wsparcia oraz wszelkie zmiany programistyczne i

graficzne w sklepach. Dzięki jasnej polityce cenowej Spółka osiąga rentowność z każdej przepracowanej godziny, zapobiegając rozliczaniu klientów według różnych stawek.

**Wdrożenia usług IdoSell Booking opierają się model prowizyjny lub ryczałtowy (zależnie od wielkości biznesu klienta i jego wygody) oraz opłaty za usługi dodatkowe, na przykład graficzne.** Dużi klienci mogą skorzystać z opłat abonamentowych, zryczałtowanych, za cały rok z góry, wtedy nie ponoszą opłat prowizyjnych. W modelu prowizyjnym, prowizja pobierana jest tylko za rezerwacje złożone przez Widget oferowany za pomocą usługi. Klienci IdoSell Booking ponoszą opłatę 24 zł rocznie oraz 1% od wartości rezerwacji, więcej informacji znajduje się na [cenniku na stronach internetowych Spółki](#).

Wszystkie sklepy tworzone w oparciu o IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz usługi z zakresu IdoSell Booking cechują się architekturą pozwalającą na bardzo dobre indeksowanie i pozycjonowanie sklepu w wyszukiwarkach internetowych. **Cechą wyróżniającą IAI-Shop.com jest możliwość bardzo elastycznego dopasowania do profilu i branży niemal każdego klienta. IAI jest liderem w wielu rozwiązaniach integracyjnych. Rozwiązania są tworzone w myśl idei Otwartego Software as a System, pozwalając na integrację wielu różnych usług od wielu różnych innych podmiotów, np.: agencji interaktywnych, firm zajmujących się usługami internetowymi takimi jak systemy CRM lub usług kurierskich.** Otwarta architektura pozwala na tworzenie wielu nowych zastosowań, ciekawych wdrożeń i tworzy w ten sposób ekosystem obok obu usług Emitenta. W ten sposób Emitent buduje naturalne, nowe kanały sprzedaży swoich usług.

**Dodatkowo IAI w ramach swojej oferty oferuje klientom dodatkowo płatne zintegrowane usługi płatności elektronicznych, usługi kurierskie, wysyłkę SMS czy zakup SSL.** Jest to źródło dodatkowych przychodów dla Spółki, które jest pochodną przychodów obsługiwanych sklepów. Usługi te są oferowane w bardzo atrakcyjnych cenach, dzięki temu, że Spółka reprezentuje obsługiwane firmy w negocjacjach jako lider grupy zakupowej. To pozwala już małym sklepom osiągnąć korzystne warunki finansowe przy usługach pośrednictwa płatności lub zakupie usług kurierskich.

**Spółka jest także liderem technologicznym na rynku rozwiązań do internetowej sprzedaży międzynarodowej. Wchodząc na rynki zagraniczne, szczególnie Wielką Brytanię i Irlandię, Spółka stworzyła szereg rozwiązań do eksportu towarów sprzedawanych przez Internet, które teraz wykorzystywane są przez jej polskich klientów.** Są to przede wszystkim wielojęzyczne maski sklepów, pełna obsługa wielowalutowości, usług kurierskich, stref czasowych oraz integracje z międzynarodowymi potentatami e-handlu jak Amazon lub eBay (oraz kilka innych porównywarek) i usługami pośrednictwa w płatnościach elektronicznych.

Kolejnym wyróżnikiem oferty IAI na rynku jest **kompleksowa obsługa marketingu wielokanałowego (multi-channel) i integracji sprzedaży internetowej i tradycyjnej (omni-channel).** Usługa IAI-Shop.com (IdoSell Shop) pozwala na jednoczesną sprzedaż w wielu kanałach dystrybucji: od tradycyjnych sklepów internetowych, przez tematyczne specjalistyczne sklepy internetowe, sklepy multibrandowe, programy lojalnościowe, partnerskie, sprzedaż mobilną, aukcje internetowe, porównywarke, f-commerce i wiele innych możliwości. Dzięki zaawansowanym narzędziom raportowania wyników oraz testom A/B klienci Spółki uzyskują dokładne wyniki prowadzonej sprzedaży i mogą skupiać się na optymalnych dla nich rozwiązaniach.

Spółka oferuje również aplikacje pomocnicze, które wspomagają korzystanie z IAI-Shop.com (IdoSell Shop) i działają w jednej chmurze programów, idealnie współpracując ze sobą. Takimi aplikacjami są:

- **Bridge** - praktycznie bezobsługowy program komunikujący sklep IAI-Shop.com z wewnętrznym programem fakturowo-księgowym klienta. Pozwala na kontrolę nad ofertą, magazynem, oraz obsługiwaniem zamówień z Internetu bezpośrednio z systemu f-k lub zarządzania hotelem. Automatyczna wymiana danych o cenach, stanach magazynowych, rezerwacjach i zamówieniach pozwala klientom skoncentrować się na sprzedaży. [Dowiedz się więcej o Bridge na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **IAI POS** - aplikacja do obsługi kasowej sklepu i odbiorów osobistych, realizując strategię omni-channel. Dzięki współpracy z drukarkami fiskalnymi oraz czytnikami kodów kreskowych, z powodzeniem zastąpi inny system sklepowy, zwłaszcza jeżeli firma ma wiele punktów kasowych. POS korzysta z gospodarki magazynowej IAI-Shop.com, co pozwala na automatyczną wymianę informacji i synchronizację stanów magazynowych ze sklepem internetowym. Dodatkowo program pozwala na pracę bez stałego połączenia z Internetem. [Dowiedz się więcej o POS na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **IAI Downloader** - program służący do importowania i aktualizowania oferty na podstawie danych pochodzących od dostawcy. Aplikacja łączy sklep z hurtownią, pobiera ofertę wraz z cenami, opisami i zdjęciami oraz w kilka chwil umieszcza ją w Twoim sklepie. Automatycznie przeprowadza także kolejne aktualizacje danych w sklepie, w razie zmiany dostępności i cen produktów w hurtowniach. IAI Downloader działa w oparciu o stworzony przez IAI S.A. format IOF (), a także o formaty XML i CSV. Program IAI Downloader jest przeznaczony dla sklepów, które chcą zautomatyzować proces importowania i aktualizowania oferty od dostawców. Oprócz kompleksowych integracji z hurtowniami, IAI Downloader pozwala przeprowadzać jednorazowe importy towarów (np. w przypadku przenoszenia towarów do sklepu IAI-Shop.com z poprzednio używanej platformy), oraz masowe aktualizacje na istniejących już w Panelu Administracyjnym IAI-Shop.com towarach. [Dowiedz się więcej o Downloaderze na stronach IAI S.A.](#)
- **IAI Printer** - to zewnętrzna aplikacja uruchamiana w środowisku Windows po stronie klienta. Działa jako serwer wydruku paragonów fiskalnych i dokumentów sprzedaży z panelu administracyjnego oraz z aplikacji pomocniczej IAI POS i IAI Scanner. Zaletą aplikacji jest szybki proces konfiguracji drukarek oraz prosty mechanizm działania - jako usługi nasłuchującej na określonym porcie i adresie IP. [Dowiedz się więcej o IAI Printer na stronach IAI S.A.](#)
- **IAI Scanner** - Podstawą działania każdego dużego sklepu jest system WMS do obsługi magazynu i procesu realizacji zamówień, zwrotów i reklamacji. Aby sprawnie nim zarządzać i automatyzować pracę obsługi stworzono specjalne urządzenia - kolektory danych. Spółka stworzyła własny system, instalowany na kolektorach danych, który spina w całość zdarzenia zachodzące w hali magazynowej z tymi, które odpowiadają za pracę całego sklepu internetowego. IAI Scanner to aplikacja, która umożliwia wykorzystanie kolektora danych używanego przez duże sklepy internetowe. IAI Scanner został stworzony dla dużych sklepów internetowych, które codziennie zarządzają dużą liczbą dostaw oraz zamówień od klientów. IAI Scanner kładzie kres długim i żmudnym procesom logistycznym związanym z przyjmowaniem oraz wydawaniem towarów oraz inwentaryzacją. Redukcja czasu wykonywania operacji magazynowych. Efektywniejsza i bezpieczniejsza obsługa logistyki. Zmniejszenie ryzyka popełnienia błędów ludzkich. [Dowiedz się więcej o IAI Scanner na stronach IAI S.A.](#)
- **Aplikacje mobilne sklepów internetowych** - Dzięki aplikacji mobilnej dla IAI-Shop.com (IdoSell Shop) konsument jest na bieżąco z najnowszymi promocjami i trendami, niezależnie od czasu i miejsca, w którym się znajduje. Może też szybko i bezpiecznie złożyć zamówienie. Interfejs aplikacji tworzony jest na wzór wersji mobilnej lub RWD sklepu, co pozwala zachować spójność identyfikacji wizualnej marki. Aplikacja projektowana jest na platformy App Store (iPhone) oraz

- Google Play (Android).
- **Mobilna aplikacja do zarządzania rezerwacjami IdoSell Booking - aplikacja** na iPhone i Android pozwala na obsługę rezerwacji, bez potrzeby logowania się do panelu administracyjnego, w dowolnym miejscu i czasie. Dzięki możliwości pracy w trybie offline, dodawaniu i zarządzaniu rezerwacjami, blokowaniu dostępności terminów, automatycznej synchronizacji oraz nieskomplikowanemu i intuicyjnemu interfejsowi sprawdza się w szybkim zarządzaniu obiektami noclegowymi. [Więcej na stronach IAI S.A.](#)

Istotnym aspektem działalności Spółki jest fakt, iż zamiast sprzedawać swój produkt, wynajmuje go oferując przy tym szereg usług związanych z projektowaniem, przygotowaniem oraz hostingiem stron. Dzięki takiej organizacji  **klient otrzymuje kompleksową obsługę od etapu projektowania strony aż do etapu administrowania już istniejącą platformą oraz ma dostęp do licznych aktualizacji oferowanych przez IAI S.A., automatycznie instalowanych przez IAI S.A. każdemu klientowi, bez potrzeby kupowania kolejnych, nowych, produktów. Natomiast Spółka zyskuje liczną grupę stałych klientów, którzy generują dla Spółki regularne przychody.** Obie usługi, IAI-Shop.com i IdoSell Booking tworzone są według najnowszych trendów panujących w Internecie. Model usług oparty jest o SaaS. Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą generując efekty synergii. Cennik usług oferowanych przez IAI S.A. został opracowany tak, aby usługa IAI Shop.com była przystępna cenowo zarówno dla małych, jak i bardzo dużych sklepów internetowych. Koszt wdrożenia nowego sklepu zależy przede wszystkim od stopnia jego skomplikowania. Koszt utrzymania zależy m.in. od ilości towarów oraz ruchu generowanego przez sklep - większy klient płaci więcej. Z kolei usługi serwisowe i integracyjne naliczane są proporcjonalnie do czasu, jaki jest potrzebny na wprowadzenie zmian w programie lub wyglądzie sklepu. Każdy klient obciążony jest taką samą stawką godzinową za pracę grafików lub programistów.

Analizując zmiany w strukturze rynku w Polsce oraz informacje płynące od klientów można zauważyć, że zdecydowanie rośnie popyt na usługi kierowane do hurtowni sprzedających przez Internet (tzw. Sklepy B2B). Klienci zwracają również większą uwagę na usługi zaawansowane i gotowi są za nie więcej płacić. Aż 90% przedsiębiorstw zaopatruje się w Internecie. Coraz więcej nowych firm planuje otworzyć swoje sklepy internetowe. **Spółka IAI przewiduje, że dzięki usługom integracyjnym oraz systemowi IAI-Shop.com, który umożliwi sprzedaż hurtową i detaliczną, wiele z firm planujących rozpocząć działania B2B w Internecie skorzysta z jej rozwiązań.**

Z analizy rynku wynika, że coraz mniej sklepów internetowych korzysta z oprogramowania darmowego lub wytwarzanego we własnym zakresie. Firmy zdecydowanie częściej decydują się na zakup gotowych rozwiązań. Koszty dostosowywania i rozwijania oprogramowania wewnątrz firmy handlowej są nieproporcjonalnie wysokie w porównaniu z zakupem lub wynajmem gotowego systemu sprzedaży w SaaS. Popularne programy oferowane jako open-source tj. Prestashop lub Magento nie są darmowe a na pewno nie są tanie we wdrożeniu i utrzymaniu. Klient ponosi koszty nie tylko samej licencji, ale również jej konfiguracji, dostosowania do własnych potrzeb oraz wykorzystania infrastruktury serwerowej. Koszty takiego sklepu w oparciu o Magento mogą wynosić nawet kilkaset tysięcy złotych rocznie. Cieszą się pewną popularnością z uwagi na to, że są otwarte i są przedstawiane jako rozwiązania w pełni dostosowalne do potrzeb klientów. Jednak ze względu na wysoką cenę oraz często problemy z dalszym rozwojem oraz kosztami instalacji i utrzymania, nie trafiają do szerokiego grona klientów. . Dużą wadą systemów otwartych jest to, że pochodzą z USA i pomimo utworzenia polskich wersji językowych, nie oddają w pełni realiów panujących w Unii Europejskiej. Przejawia się to przede





wszystkim w braku wsparcia dostaw, firm kurierskich, zarządzaniu podatkiem VAT. Tworzone są przez wielu informatyków na całym świecie, którzy sami zwykle nie prowadzą sklepu internetowego, przez co wiele funkcji, które posiadają systemy, jest bezużytecznych. Wszystkie te aspekty podnoszą całkowity, realny koszt utrzymania i korzystania z systemu opartego o rozwiązania otwarte.

W zakresie dostaw infrastruktury, IAI S.A. współpracuje z wysoce wyspecjalizowanymi firmami. Głównym dostawcą Spółki w zakresie infrastruktury serwerowej jest jeden z największych i najnowocześniejszych dostawców usług hostingu serwerów w Europie. Ze względu na działalność czysto usługową IAI S.A. nie posiada dużej grupy dostawców. Prace związane z IAI-Shop.com wykonuje we własnym zakresie.

# Struktura akcjonariatu

W obrocie na NewConnect znajdują się akcje serii B i C.

## Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 12 lutego 2016 r.

	Seria A	Seria B	Seria C	Liczba	Udział Procentowy
Paweł Fornalski	4893750	543750	180	5437680	66,67%
Sebastian Muliński	1856250	206250	3443	2065943	25,33%
Pozostali Akcjonariusze			652612	652612	8,00%
Razem	6750000	750000	656235	8156235	100,00%

## Struktura głosów na WZA na 12 lutego 2016 r.

Akcje serii A są imienne i uprzywilejowane co do głosu w stosunku 2:1. W związku z tym struktura głosów na WZA przedstawia się następująco:

	Głosy na WZA	Udział procentowy
Paweł Fornalski	10331430	69,31%
Sebastian Muliński	3922193	26,31%
Pozostali Akcjonariusze	652612	4,38%
Razem	14906235	100%

Z uwagi na wprowadzenie akcji serii C do Alternatywnego Systemu Obrotu, dominujący akcjonariusze IAI S.A. tj. Paweł Fornalski (Prezes Zarządu) i Sebastian Muliński (Wiceprezes Zarządu) posiadający wtedy odpowiednio 66,67% i 25,29% udziału w kapitale zakładowym, złożyli zobowiązania w sprawie czasowego wyłączenia zbywalności wszystkich posiadanych dotychczas akcji IAI Spółka Akcyjna. Akcjonariusze wymienieni powyżej zobowiązali się, że w terminie do dnia 30 września 2012 roku nie dokonają, nie obciążą oraz nie będą zawierać żadnych umów, które dotyczyłyby zbycia lub obciążenia jakiegokolwiek z posiadanych przez nich akcji serii A oraz B.

Paweł Fornalski, Prezes Zarządu

Sebastian Muliński, Wiceprezes Zarządu