



Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 stycznia 2016 r. do 31 marca 2016 r.

Szczecin, 13 maja 2016 r.

Spis treści

Informacje ogólne	3
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
Wybrane dane finansowe	4
DANE BILANSOWE	4
DANE Z RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT	4
Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe	5
BILANS NA 31 MARCA 2016 R.	5
RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA PIERWSZY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO	6
RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA PIERWSZY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO	7
ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITAŁE WŁASNYM	7
INFORMACJA O ZASADACH PRZYJĘTYCH PRZY SPORZĄDZANIU RAPORTU, W TYM INFORMACJE O ZMIANACH STOSOWANYCH ZASAD (POLITYKI) RACHUNKOWOŚCI	7
Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe	9
STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM	11
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	12
DIAMENT FORBESA 2016 DLA IAI S.A.	12
NOWE, NISKIE STAWKI USŁUG BROKERSKICH, CZYLI PŁATNOŚCI I PRZESYŁEK IAI	12
100/100 W GOOGLE PAGESPEED DLA MASKI MOBILNEJ STANDARD	13
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	14
ONE PAGE SHOP – WIELKIE MOŻLIWOŚCI DLA JEDNEGO TOWARU	14
KOLEKCJE, STYLEBOOKI, LOOKBOOKI W SŁUŻBIE WIĘKSZEJ SPRZEDAŻY	15
OFERTY SPECJALNE – KOLEJNY SPOSÓB ZWIĘKSZANIA WARTOŚCI KOSZYKA	15
INTELGENTNY SYSTEM REKOMENDACJI (IAI RS) GENERUJE SPRZEDAŻ PRZEZ E-MAILE	16
IDEA OTWARTEGO SAAS™ ZYSKUJE DLA SIEBIE KOLEJNE NARZĘDZIA	17
ROZBUDOWA OMNICHANNEL W POS, CZYLI KOLEJNE USPRAWNIENIE ŁĄCZENIA OFF-LINE Z ON-LINE	18
NOWOŚCI W WMS I WSPIERAJĄCE LOGISTYKĘ	18
TAGI POMAGAJĄ W SPRZEDAŻY PRZEZ STREFĘ MAREK ALLEGRO	19
KOLEJNE INTEGRACJĘ WSPIERAJĄCE E-HANDEL MIĘDZYNARODOWY	19
DŁUGOTERMINOWE REZERWACJE – NOWY WIDGET, INTEGRACJE I INNE NOWY RUNEK DLA IDOSELL BOOKING	20
INTEGRACJA Z JOOMLA! I WORDPRESS – NOWE MOŻLIWOŚCI DLA NOWYCH KLIENTÓW	22
IDOSELL BOOKING – WIELE LOKALIZACJI W JEDNYM PANELU, BARDZO PRZYDATNE DLA ZARZĄDZAJĄCYCH LUB WŁAŚCICIELI WIELU APARTAMENTÓW	22
NOWA WYSZUKIWARKA NA STRONIE OBIEKTU PRZYSPIESZA ZNAJDOWANIE OFERTY	23
Przedmiot działalności Spółki	24
Struktura akcjonariatu	30

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:	www.iai-sa.com
ADRES POCZTY ELEKTRONICZNEJ:	office@iai-sa.com
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 marca 2016 roku wchodził:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 31 marca 2016 roku wchodził:

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

W okresie od 1 stycznia do 31 marca 2016 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 marca 2016 roku zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 32 osoby, wobec 44 na koniec pierwszego kwartału 2015 roku.

Wybrane dane finansowe

Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 31.03.2016	w złotych na 31.03.2015
AKTYWA		
Wartości niematerialne i prawne	240 775,82	309 850,81
Rzeczowe aktywa trwałe	280 153,68	286 916,74
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	1 179 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	33 512,00	36 230,00
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	2 742 488,77	1 543 435,96
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	4 764 057,57	3 184 451,59
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	141 523,99	47 245,38
AKTYWA RAZEM	9 382 381,83	6 588 000,48
Kapitał własny	4 550 757,12	4 362 951,94
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,00
Rezerwy na zobowiązania	76 404,31	70 207,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	4 755 220,40	2 154 841,23
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
PASYWA RAZEM	9 382 381,83	6 588 000,48

Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.01- 31.03.2016	w złotych za 01.01- 31.03.2015	w złotych 01.01- 31.03.2016 ¹	w złotych 01.01- 31.03.2015 ¹
Przychody netto ze sprzedaży	4 139 738,25	3 469 449,88	4 139 738,25	3 469 449,88
Koszty działalności operacyjnej	3 275 054,22	2 859 871,03	3 275 054,22	2 859 871,03
Amortyzacja	37 745,65	35 109,59	37 745,65	35 109,59
Zysk/strata na sprzedaży	864 684,03	609 578,85	864 684,03	609 578,85
Pozostałe przychody operacyjne	48 470,21	1 135,69	48 470,21	1 135,69
Pozostałe koszty operacyjne	1 956,02	16 830,64	1 956,02	16 830,64
Zysk / strata z działalności operacyjnej	911 198,22	593 883,90	911 198,22	593 883,90
Przychody finansowe	4 715,73	4 512,73	4 715,73	4 512,73
Koszty finansowe	97,49	252,46	97,49	252,46
Zysk / strata z działalności gospodarczej	915 816,46	598 144,17	915 816,46	598 144,17
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata brutto	915 816,46	598 144,17	915 816,46	598 144,17
Podatek dochodowy	115 459,00	112 407,00	115 459,00	112 407,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,000,00	0,00	0,000,00	0,00
Zysk / strata netto	800 357,46	485 737,17	800 357,46	485 737,17

1 Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

Bilans na 31 marca 2016 r.

Pozycja	W złotych na 31.03.2016	W złotych na 31.03.2015
AKTYWA		
Aktywa trwałe		
Wartości niematerialne i prawne	240 775,82	309 850,81
Rzeczowe aktywa trwałe	280 153,68	286 916,74
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	1 179 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	33 512,00	36 230,00
Razem aktywa trwałe	1 734 311,50	1 812 867,55
Aktywa obrotowe		
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	2 742 488,77	1 543 435,96
Inwestycje krótkoterminowe	4 764 057,57	3 184 451,59
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	141 523,99	47 245,38
Razem aktywa obrotowe	7 648 070,33	4 775 132,93
AKTYWA RAZEM	9 382 381,83	6 588 000,48
PASYWA		
Kapitał własny		
Kapitał podstawowy	815 623,50	815 623,50
Należne wpływy na kapitał podstawowy	0,00	0,00
Udziały własne	0,00	0,00
Kapitał zapasowy	1 775 235,55	1 685 775,75
Kapitał z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
Pozostałe kapitały rezerwowe	345 608,40	127 534,78
Zysk (strata) z lat ubiegłych	813 932,21	1 248 280,74
Zysk (strata) netto roku bieżącego	800 357,46	485 737,17
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,00
Razem kapitał własny	4 550 757,12	4 362 951,94
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania		
Rezerwy na zobowiązania	76 404,31	70 207,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	4 755 220,40	2 154 841,23
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
Razem zobowiązania	4 831 624,71	2 225 048,54
PASYWA RAZEM	9 382 381,83	6 588 000,48

Rachunek zysków i strat za pierwszy kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.01-31.03.16	W złotych za 01.01-31.03.15	W złotych na 31.03.2016 ¹	W złotych na 31.03.2016 ¹
A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi:	4 139 738,25	3 469 449,88	4 139 738,25	3 469 449,88
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	4 139 738,25	3 469 449,88	4 139 738,25	3 469 449,88
B.Koszty działalności operacyjnej	3 275 054,22	2 859 871,03	3 275 054,22	2 859 871,03
Amortyzacja	37 745,65	35 109,59	37 745,65	35 109,59
Zużycie materiałów i energii	20 555,31	127 649,71	20 555,31	127 649,71
Usługi obce	2 332 240,80	1 623 539,11	2 332 240,80	1 623 539,11
Podatki i opłaty	10 236,40	16 339,64	10 236,40	16 339,64
Wynagrodzenia	757 295,87	903 596,04	757 295,87	903 596,04
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	111 829,16	149 766,94	111 829,16	149 766,94
Pozostałe koszty rodzajowe	5 151,03	3 870,00	5 151,03	3 870,00
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży	864 684,03	609 578,85	864 684,03	609 578,85
D.Pozostałe przychody operacyjne	48 470,21	1 135,69	48 470,21	1 135,69
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Dotacje	39 344,85	30,13	39 344,85	30,13
Inne przychody operacyjne	9 125,36	1 105,56	9 125,36	1 105,56
E.Pozostałe koszty operacyjne	1 956,02	16 830,64	1 956,02	16 830,64
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne koszty operacyjne	1 956,02	16 830,64	1 956,02	16 830,64
F.Zysk / strata z działalności operacyjnej	911 198,22	593 883,90	911 198,22	593 883,90
G.Przychody finansowe	4 715,73	4 512,73	4 715,73	4 512,73
Dywidendy i udziały w zyskach	0,00	0,00	0,00	0,00
Odsetki	4 704,06	4 512,73	4 704,06	4 512,73
Zysk ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	11,67	0,00	11,67	0,00
H.Koszty finansowe	97,49	252,46	97,49	252,46
Odsetki	0,00	13,72	0,00	13,72
Strata ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	97,49	238,74	97,49	238,74
I.Zysk / strata z działalności gospodarczej	915 816,46	598 144,17	915 816,46	598 144,17
J.Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zyski nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00

¹ Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Straty nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00
K.Zysk / strata brutto	915 816,46	598 144,17	915 816,46	598 144,17
L.Podatek dochodowy	115 459,00	112 407,00	115 459,00	112 407,00
M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
N.Zysk / strata netto	800 357,46	485 737,17	800 357,46	485 737,17

Rachunek przepływów pieniężnych za pierwszy kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.01-31.03.16	W złotych za 01.01-31.03.15	W złotych na 31.03.2016 ²	W złotych na 31.02.2015 ²
A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej				
I. Wynik finansowy netto (zysk/strata)	800 357,46	485 737,17	800 357,46	485 737,17
II. Korekty o pozycje	215 627,34	-822 652,83	215 627,34	-822 652,83
III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 015 984,80	-336 915,66	1 015 984,80	-336 915,66
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej				
I. Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00
II.Wydatki	29 078,77	18 109,47	29 078,77	18 109,47
III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-29 078,77	-18 109,47	-29 078,77	-18 109,47
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej				
I.Wpływy	151 000,00	0,00	151 000,00	0,00
II.Wydatki	0,00	0,00	0,00	0,00
III.Środki pieniężne netto z działalności finansowej	151 000,00	0,00	151 000,00	0,00
D.Przepływy pieniężne netto razem	1 137 906,03	-355 025,13	1 137 906,03	-355 025,13
E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych	0,00		0,00	
F.Środki pieniężne na początek okresu	3 626 151,54	3 539 476,72	3 626 151,54	3 539 476,72
G.Środki pieniężne na koniec okresu	4 764 057,57	3 184 451,59	4 764 057,57	3 184 451,59

Zestawienie zmian w kapitale własnym

Wyszczególnienie	w złotych na 31.03.2016	w złotych na 31.03.2015
I. Kapitał własny na początek okresu	3 750 399,66	3 877 214,77
Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach	3 750 399,66	3 877 214,77
II Kapitał własny na koniec okresu	4 550 757,12	4 362 951,94
III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku	4 550 757,12	4 362 951,94

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

² Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

dzień bilansowy w następujący sposób:

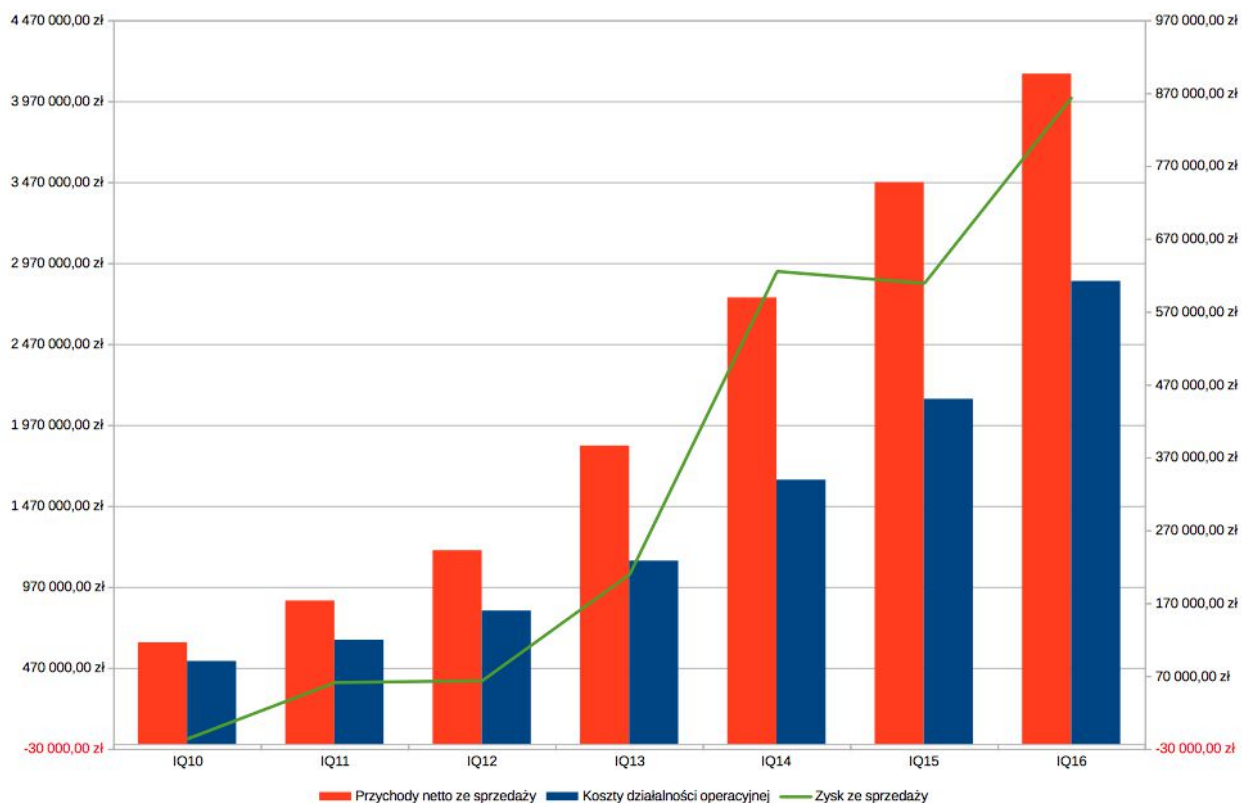
1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszonych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Wartości niematerialne i prawne o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzone jednorazowo 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 pomniejszonych 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 umarzone 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

Bardzo wysoki zysk netto po pierwszym kwartale wynika z wzrostu przychodów i racjonalnego utrzymania kosztów. Pokazuje to, jak duży może być efekt skali w modelu SaaS, ponieważ ROS w pierwszym kwartale wyniósł niemalże 20%. Kolejne nowości rynkowe przedstawione w dalszej części raportu pokazują bardzo dobre perspektywy dalszych wzrostów oraz celowość ponoszenia ciągłych nakładów na B+R, które przynoszą regularne innowacje w usługach oferowanych przez Spółkę.

Spółka systematycznie zwiększa przychody, a koszty rosną w podobnym lub niższym tempie. Powoduje to zwiększenie zysku ze sprzedaży. W pierwszym kwartale wyniósł on 865 tysięcy złotych, czyli o 42% więcej niż w pierwszym kwartale 2015 roku. Przy okazji na bardzo wysokim poziomie są wskaźniki ROE (17,59%) oraz ROA (8,53%) pokazując efektywne wykorzystanie zasobów Spółki.

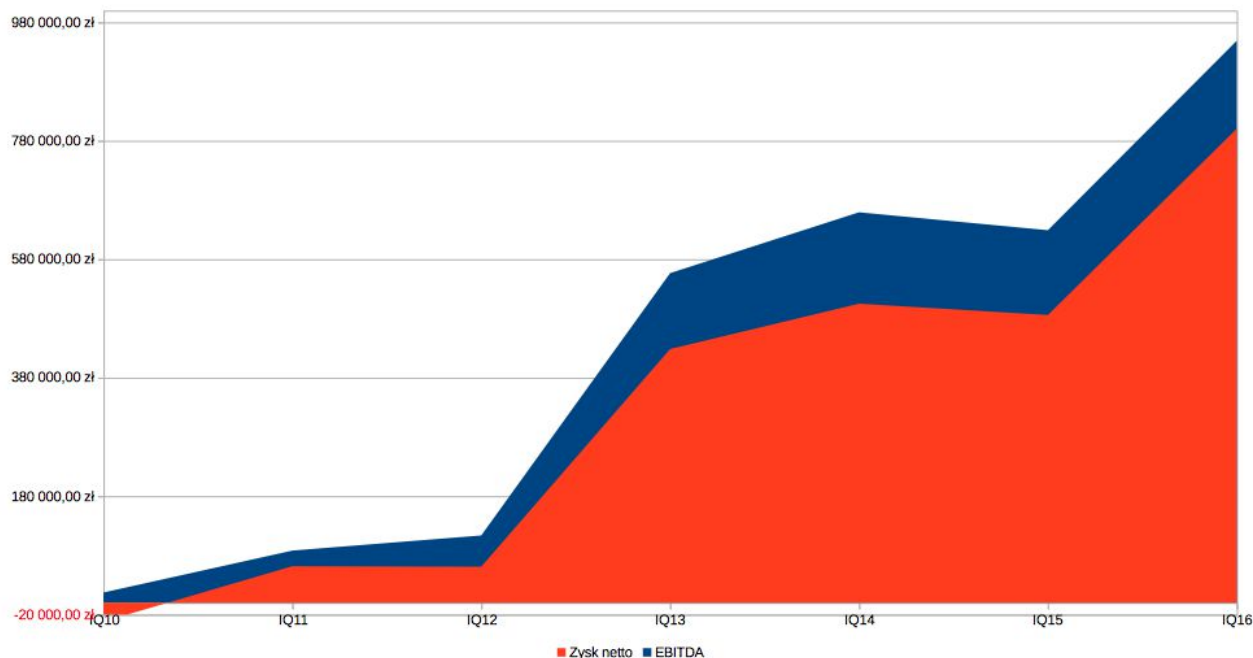
Przychody ze sprzedaży, koszty działalności operacyjnej i zysk ze sprzedaży w kolejnych pierwszych kwartałach



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 i obciążały wcześniejsze wyniki.

Zysk netto i EBITDA w kolejnych pierwszych kwartałach



EBITDA po pierwszym kwartale jest na rekordowo wysokim poziomie. 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 zatrzymywaniu 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, koszty nie są kapitalizowane.

Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie około 1,6 a CashRatio 1, co pokazuje bardzo bezpieczną sytuację finansową Spółki. 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 i inwestycji w infrastrukturę) oraz dalsze inwestycje ze środków własnych.

W poprzednich raportach Zarząd zwracał uwagę na efekt skali, który jest niezwykle ważny w usługach typu SaaS i wprost przekłada się na ich rentowność oraz możliwość generowania zysków. Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy takiego 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. Warto zwrócić uwagę, że **przychody i koszty rosną w**



mniej więcej stałym tempie, ale od 2012 - 2013 roku, kiedy Spółka osiągnęła pewną masę krytyczną, wzrost wskaźników pokazujących zyskowność, jest bardzo duży. Obrazuje to właśnie zachodzący w Spółce efekt skali.

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 pierwszym kwartale, strukturę nowych zamówień oraz tempo wzrostu przychodów oraz pozyskiwania zamówień, 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.

Prestiżowe wyróżnienia oraz negocjacje niskich cen dla swoich klientów potwierdzają silną pozycję Spółki na swoim rynku.

Diament Forbesa 2016 dla IAI S.A.

W ogłoszonym 28 stycznia rankingu Diamenty Forbesa spółka uzyskała wyróżnienie, podkreślające systematyczny rozwój i wzrost wartości przez ostatnie lata. [IAI S.A. trafiło do zestawienia najbardziej dynamicznie rozwijających się przedsiębiorstw w Polsce – Diamentów „Forbesa” 2016.](#) Spółka zaistniała w rankingu dzięki systematycznemu rozwijaniu usług IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz IdoSell Booking, które przekładają się na wzrost przychodów oraz zysków. Firmy oceniane są według szwajcarskiej metody wyceny. Analizowane jest tempo wzrostu wartości otrzymanej według tej wyceny. Jednak warto zaznaczyć, że ze względu na wycenę aktywów trwałych (a nie np. wartości niematerialnych i prawnych), jest to metoda, która nie jest korzystna dla firm z sektora IT, które zwykle nie mają znacznych aktywów trwałych, a ich wartość skupia się w głowach osób zaangażowanych w projekt.



Nowe, niskie stawki usług brokerskich, czyli płatności i przesyłek IAI

IAI buduje swoją ofertę usług brokerskich, czyli płatnościach oraz usług kurierskich, wokół idei grupy zakupowej. Podkreśla, że dzięki reprezentowaniu dużej liczby aktywnie sprzedających i realizujących wiele zamówień sklepów, jest w stanie oferować niskie ceny, nawet swoim niewielkim, zaczynającym działalność klientom, którzy nie byłiby w stanie wynegocjować samodzielnie na rynku lepszych stawek. Ma to wiele dobrych implikacji: z jednej strony Spółka realizuje wyższe przychody sprzedając usługi dodatkowe, z drugiej zapewnia lepszą efektywność finansową swoim klientom.

Od pewnego czasu Spółka zaobserwowała, że sklepy internetowe podnoszą ceny przesyłek, co jest

skutkiem podwyżek stawek firm kurierskich. Warto przypomnieć, że wiele badań wskazuje, że niskie ceny przesyłek towarów są kluczowe ze względu na realizowanie zamówienia przez kupującego. Dlatego podnoszenie tych cen może negatywnie odbić się na wartości sprzedaży w sklepach internetowych. [Stąd, dzięki skali działalności Spółki, IAI wynegocjowało bardzo atrakcyjną obniżkę cen na usługę DPD by IAI \(wcześniej dla K-Ex, Paczkomatów InPost i Paczki w RUCHu\).](#) W analogiczny sposób, [Spółka wprowadziła obniżkę prowizji od płatności, jednocześnie rozszerzając zakres obsługiwanych banków.](#) Zyskają na tym nawet najmniejsi Klienci Spółki, którzy nie są w stanie samodzielnie wynegocjować tak dobrych stawek, jak te oferowane przez IAI. **Spadek cen przesyłek i płatności odbije się pozytywnie na przychodach i dochodach Spółki.** Sklepy chętniej wybierają usługi oferowane przez IAI, co zwiększa ich wolumen, a sam zysk z prowizji pobierany przez Spółkę nie uległ zmianie. Dlatego w ciągu najbliższych miesięcy Zarząd spodziewa się wzrostu przychodów z tych usług.

100/100 w Google PageSpeed dla maski mobilnej Standard

Spółka bardzo często informuje o zmianach graficznych, które mają na celu zwiększenie satysfakcji kupujących, usprawnienie zakupów a co za tym idzie, zwiększenie przychodów obsługiwanych sklepów. W tym zakresie, w wielu aspektach Spółka wyznacza standardy

✓ Przestrzegane reguły (5)

► Pokaż szczegóły

Pobierz zoptymalizowane obrazy oraz zasoby JavaScript i CSS dla tej strony.

100 / 100 Wygoda użytkowników

✓ Nie znaleziono żadnych problemów.

Dobierz odpowiedni rozmiar elementów dotykowych

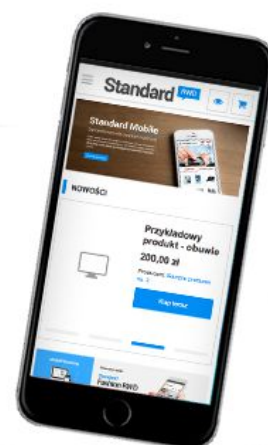
Wszystkie linki/przyciski umieszczone na stronie mają wielkość umożliwiającą dotknięcie. Dowiedz się więcej o [odpowiednim doboru rozmiarów elementów dotykowych](#).

Dopasowanie rozmiaru do okna roboczego

Zawartość strony mieści się w oknie. Dowiedz się więcej o [dopasowywaniu zawartości do okna roboczego](#).

Konfiguracja okna roboczego

Twoja strona używa okna roboczego dopasowanego do rozmiaru urządzenia. Dowiedz się więcej o [konfigurowaniu okien roboczych](#).

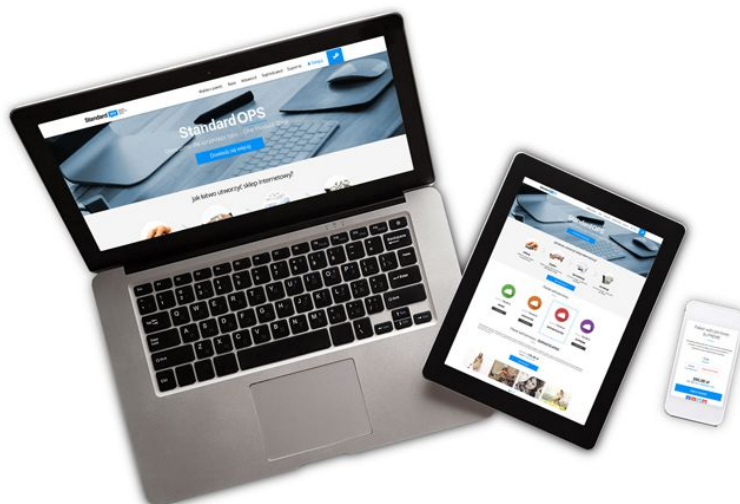


rynkowe. **Ponadto, rozwiązania wdrażane przez IAI zyskują potwierdzenie także w zewnętrznych analizach, w tym takich podmiotów jak Google. Maskę mobilną STANDARD została dopracowana pod kątem wygody robienia zakupów czego odzwierciedleniem jest wynik testów Google PageSpeed - 100/100.** Celem IAI jest ciągłe doskonalenie produktów i usług, dlatego też dalszym ciągu Spółka będzie dopracowywać elementy maski wpływające na wrażenia i wygodę jej użytkowników. W [ostatnim czasie zostały wprowadzone także inne zmiany usprawniające działanie i wygląd graficzny sklepów](#), w tym: nowa rejestracja klientów, bardziej przejrzysta strona newsletter jeszcze lepiej promująca zapisywanie się kupujących do newsletterów sklepowych, znacznie ulepszone zarządzanie blogiem i wiadomościami sklepowymi i wiele innych. Każde zmiany, co Spółka prezentowała wielokrotnie, przekładają się na dobrą pracę i postrzeganie obsługiwanych przez nią sklepów przez kupujących. **To powoduje, że Spółka przyciąga nowych klientów, a obecni zwiększają sprzedaż, co z kolei przekłada się na wyższe przychody Spółki.**

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

Nowe produkty dedykowane nowym rynkom – to główne nowości w IdoSell Booking oraz IAI-Shop.com (IdoSell Shop).

One Page Shop – wielkie możliwości dla jednego towaru



Ważną nowością było zaprezentowanie **One Page Shop, czyli możliwości prowadzenia sklepu internetowego jako landing page z zamawianiem, na pojedynczej stronie**. Szczególnie przydatne jest to przy tworzeniu dedykowanych sklepów tylko dla jednego towaru. W takim przypadku stosowanie klasycznego sklepu internetowego jest nieodpowiednie, bo towar zginie na stronie, menu z tylko jedną pozycją będzie wyglądało śmiesznie, a proces zakupowy uwzględniający skomplikowane opcje dostaw będzie bardziej przeszkadzał niż pomagał. Do tej pory stworzenie takiego sklepu wymagało napisania go indywidualnie, gdyż na rynku brakowało rozwiązań integrujących w jednym panelu wiele sklepów, szczególnie detalicznych i hurtowni internetowych. Dzięki nowemu rozwiązaniu Spółki, czyli sklepowi na jednej stronie (ang. One Page Shop) jest to nie tylko proste, ale i tanie, oferując klientom pełnię możliwości profesjonalnego systemu do prowadzenia sklepu internetowego, np. oferując wbudowany WMS, który przyda się przy

wzmoczonej akcji marketingowej. Więcej o [możliwościach komercyjnych wykorzystania One Page Shop można przeczytać w specjalnie przygotowanym poradniku](#). Każde rozszerzenie możliwości sprzedaży przynosi Spółce nowych klientów oraz zwiększa ogólną sprzedaż klientów, co przekłada się na wyższe przychody z abonamentów oraz opłat prowizyjnych.

Kolekcje, stylebooki, lookbooki w służbie większej sprzedaży

Kolekcja Wiosna/Lato 2016 Jeans STR-Wear



Jeden z najmniejszych modeli damskich butów NIKE FREE w energetycznej, kobiecej kolorystyce. Zaprojektowany z myślą o treningach na siłowni i zajęciach fitness. Stanowi połączenie nowoczesnego designu i funkcjonalności, dzięki wygodnej elastycznej podszewce i lekkiej, oddychającej cholewce. Dodatkowo cholewka została zaprojektowana tak, aby idealnie dopasowywać się do stopy.



Pasują ze sobą:



Sukienka jeansowa w różnych rozmiarach

Producent: **Adidas**
Cena poza kolekcją: **99,99 zł**

[Przejdź do karty produktu](#)



Trampki a'la light jeans

Producent: **Converse**
Cena poza kolekcją: **99,99 zł**

[Przejdź do karty produktu](#)



Kapelusz Oldschool Caps - słomiany

Producent: **Simple Creative Productions**

[Przejdź do karty produktu](#)



Błękitna koszula damska

Producent: **Fruit of the Loom**
Cena poza kolekcją: **99,99 zł**

[Przejdź do karty produktu](#)

ZYSKAJ RABAT KUPUJĄC TOWARY Z KOLEKCJI

Wartość wszystkich towarów sprzedawanych oddzielnie: **2000,00 zł**
Wybierz przynajmniej 2 produkty aby otrzymać rabat!

Kupując całą kolekcję oszczędzasz: **123,45 zł**



Cena wybranej kolekcji: **1234,56 zł**
brutto + koszty wysyłki

DO OBSERWOWANYCH

WYBIERZ CO CHCESZ KUPIĆ

Kupując towary w kolekcji sprawdź bezproblemowe zwroty i reklamacje w naszym sklepie.

Kolekcje to nowy typ towaru, wprowadzony aby umożliwić tworzenia inspiracji, lookbooków i stylebooków. Kolekcja, to obok dostępnego do tej pory zestawu, kolejny, dostępny od teraz sposób inspirowania klientów i oferowania im specjalnych zachęt za większe zakupy. Typowym zastosowaniem kolekcji mogą być inspiracje, lookbooki lub gotowe propozycje zakupu towaru z akcesoriami. Klient może podczas zakupu wybrać rozmiar lub wariant. Jeżeli klient kupi towary z kolekcji, zyskuje dodatkowy rabat, zależny od liczby kupowanych z kolekcji składowych. **Takie działania naturalnie przekładają się na wzrost zamówień w sklepach, np. przez wzrost średniej wartości koszyka lub pojawienie się bardzo podstawowych impulsów zakupowych u klientów. To przez opłaty abonamentowe lub chociażby opisane wyżej prowizje, przekłada się na przychody Spółki.**

Oferty specjalne – kolejny sposób zwiększania wartości koszyka

Ciekawą **nowością zwiększającą wartość koszyka są Oferty Specjalne np. kup 3 koszulki 1 gratis.**

To zupełnie nowy sposób tworzenia ofert mobilizujących klientów do zwiększania wartości koszyka w sklepach internetowych np. z wykorzystaniem technik cross-sellingu.

Dzięki nowemu rozwiązaniu Sklep stworzy promocje, które łatwo realizować w tradycyjnych sklepach, gdzie kasjer po prostu nabija rabat lub proponuje coś dodatkowego, ale trudno jest je zaprogramować w sklepach internetowych. A chodzi o promocje w rodzaju "Kup 3 (dowolne) koszulki lub bluzy, 1 (najtańsza) będzie gratis (lub taniej)". Oferty Specjalne to narzędzie, którym w prosty sposób ustawia się zależności między towarami oraz scenariusze, dla których klient ma otrzymać rabat. Przykłady kilku scenariuszy Oferty Specjalnej to np. kup minimum 2 towary producenta BiK, a towary z kategorii Akcesoria do domu

kupisz 50% taniej, kup towary: Spodnie Lee i Kurtkę Lee, a towar Czapka Lee dostaniesz całkowicie za darmo lub przy zakupie towaru Rower na 3 najtańsze towary z kategorii Oświetlenie dostaniesz rabat 20%. **Działając w olbrzymiej skali, jaką jest cała baza klientów Spółki, takie oferty wymiernie przekładają się na wzrost ogólnej sprzedaży, a to przez prowizje za płatności lub przesyłki oraz opłaty abonamentowe, przekłada się na wzrost przychodów Spółki.**

Ostateczna wyprzedaż (ilość produktów: 9)

Wybierz dowolne **3** towary z tej listy, a najtańszy z nich dostaniesz całkowicie **za darmo!**

Rabat zostanie naliczony w koszyku.

Sortuj po cenie malejąco Pokaż 8

+ Dodaj do porównania

+ Dodaj do porównania

+ Dodaj do porównania

Inteligentny System Rekomendacji (IAI RS) generuje sprzedaż przez e-maile

Inteligentny System Rekomendacji Produktowych (IAI RS) pozwala zwiększyć sprzedaż poprzez podpowiadanie klientowi produktów, które powinny go najbardziej zainteresować. Tym samym klient zamiast szukać produktów na stronie, otrzymuje ich atrakcyjną listę, co obok promocji stanowi jedną z największych zachęt do kupowania. [Teraz, spersonalizowane rekomendacje towarów per klient mogą być wysyłane w e-mailach transakcyjnych, triggerowanych i newsletterach.](#) Newslettery, wiadomości triggerowane i wiadomości transakcyjne są efektywnym kanałem komunikacji z klientami, a dzięki spersonalizowanym (przygotowywanym dla każdego z klientów indywidualnie) rekomendacjom towarów możesz podnieść ich efektywność jeszcze bardziej. Taki mail może być wysłany np. po porzuceniu koszyka, długiego braku aktywności w sklepie lub wielu innych przypadkach ustawionych przez klienta.

gadzetyrajdowe.pl NAJWIĘKSZY W POLSCE SKLEP INTERNETOWY Z GADZETAMI

ASORTYMENT AKCESORIA FORMUŁA 1 WRC WYŚCIGOWE POLSKIE ELEKTRONIKA KSIĄŻKI

Dziękujemy za Twoją ostatnią wizytę w naszym sklepie!

Bardzo spodobał nam się Twój wybór, jednak rozpoczęty przez Ciebie proces składania zamówienia nie został zakończony.

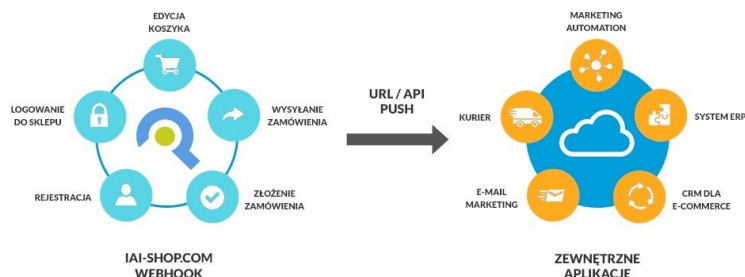
Dla Twojej wygody, zawartość koszyka została zapamiętana. Możesz w dowolnym momencie dokończyć zakupy logując się na swoje konto.

ZALOGUJ SIĘ

Zawartość Twojego koszyka

Bluza męska z kapturem Forest Kajetan Kajetanowicz Kajto ERC 2015
179,00 zł
Kup teraz

Idea Otwartego SaaS™ zyskuje dla siebie kolejne narzędzia



[Webhooks to kolejny element otwartego podejścia do budowanych przez IAI sklepów, czyli Otwartego SaaS™. Webhook jest efektywnym i prostym sposobem komunikacji pomiędzy panelem sklepu IAI-Shop.com a zewnętrzną aplikacją webową](#), inicjowanym w momencie wystąpienia określonego zdarzenia np. złożenia zamówienia czy rejestracji nowego klienta. Webhook w takim momencie wywołuje skonfigurowany wcześniej adres URL, dzięki czemu aplikacja zewnętrzna otrzymuje oczekiwane informacje i inicjuje odpowiednie operacje po swojej stronie. Za pomocą webhooków można połączyć sklep IAI-Shop.com z dowolnymi narzędziami wspierającymi analizy, automatyzującymi marketing, narzędziami logistycznymi, systemami ERP, czy CRM. [Dodatkowo pojawiły się dwie nowe zmienne do obsługi kodów rabatowych, które znajdują się w dodatkach HTML i JavaScript i programach CPA](#). Nowe zmienne są odpowiedzią na pojawiające się co chwila, nowe, programy remarketingowe, lojalnościowe oraz CRM dla e-commerce, tak by zapewnić sklepowi możliwość samodzielnej integracji. Praktycznym przykładem wykorzystania nowych zmiennych jest użycie ich przy integracji z zewnętrznymi programami remarketingowymi i analitycznymi, które dostarczą informacje na temat skuteczności kampanii z kodami rabatowymi. **Daje to bardzo duże możliwości integracji IAI-Shop.com z wszelkimi, nawet bardzo niszowymi produktami oraz tworzenia złożonych, niestandardowych i indywidualnych wdrożeń, które są często potrzebne w dużych sklepach.** Takie sklepy, nierzadko obsługiwane są przez agencje wyspecjalizowane w marketingu internetowym. **Dzięki takim rozwiązaniom jak Webhooks, takie agencje mogą prowadzić swobodnie wdrożenia lub obsługiwać, zwiększając sprzedaż w sklepach, wspólnych klientów.** Co przełoży się na wzrost liczby obsługiwanych sklepów oraz przychody Spółki.

Rozbudowa Omnichannel w POS, czyli kolejne usprawnienie łączenia off-line z on-line



Pod koniec czwartego kwartału 2015 r. Spółka pokazała możliwości IAI POS w zakresie obsługi tzw. sprzedaży omnichannel, czyli obsługę zwrotów. [Spółka kontynuuje rozwój w tym kierunku i wersja IAI POS oznaczona numerem 5.1 wprowadza wygodniejszą i bardziej intuicyjną obsługę kart stałego klienta](#) pozwalając na jednoczesne łączenie informacji o zakupach online i offline na jego koncie, zaawansowaną walidację danych klienta oraz bardziej przejrzysty interfejs w procesie wyszukiwania i zakładania kont klientom. Obecnie IAI POS obsługuje również rabaty klienta, które zostały zdefiniowane w panelu administracyjnym IAI-Shop.com. Dzięki temu po okazaniu karty stałego klienta, w IAI POS Kasjer dla towaru zostanie wzięty pod uwagę m.in. rabat wynikający z posiadanej karty stałego klienta. **Rozbudowa funkcjonalności, w bardzo obecnie istotnym trendzie sprzedaży wielokanałowej (omnichannel), jest istotne dla zwiększania sprzedaży obecnych i pozyskiwania nowych klientów. Spółka czerpie także przychody ze sprzedaży licencji na IAI POS. [Spółka w tej chwili oferuje kompleksową obsługę omnichannel dostępną praktycznie od ręki dla każdego klienta, w bardzo korzystnej cenie.](#)**

Nowości w WMS i wspierające logistykę

Spółka systematycznie rozwija moduł WMS, ponieważ samo skupienie się na pozyskiwaniu zamówień i ruchu nie prowadzi do sukcesu w e-handlu. Potrzeba jest także szybka i precyzyjna realizacja zamówień. [W sklepach IAI Shop.com wprowadzone zostało zarządzanie strefami składowania i lokalizacjami w magazynach.](#) Od teraz możliwe jest prowadzenie ewidencji wg lokalizacji towarów, dzięki temu etap pakowania i konfekcjonowania zamówień może być szybszy i bardziej optymalny.

Duże magazyny o rozbudowanej powierzchni magazynowej do składowania towarów wykorzystują ewidencję wg lokalizacji towarów, która oprócz wskazania ile jest towarów na magazynie, pokazuje też gdzie dany towar się znajduje. Dokładne określenie miejsca składowania towaru wpływa na czas odnalezienia produktu oraz optymalizację procesu pobierania towarów z magazynu. Panel IAI-Shop.com w ramach funkcji WMS umożliwia dla każdego magazynu własnego skonfigurowanie nieograniczonej ilości stref składowania a w nich lokalizacji magazynowych.

Aby jeszcze usprawnić procesy magazynowe została zmodyfikowana [lista towarów do spakowania i zawiera teraz obsługę stref składowania, lokalizacji w magazynach i wózków do pakowania.](#) Listy towarów do spakowania są grupowane po lokalizacjach oraz ilościach koszyków na wózkach wykorzystywanych do pobierania towarów z magazynu.

Dodana została także [możliwość automatycznego generowania numerów przesyłek obsługiwanych przez kolejnych kurierów, czyli do obsługiwanych wcześniej, dołączyli: Poczta Polska \(Elektroniczny Nadawca\), Paczkomaty InPost i UPS.](#)

Spółka ocenia, że zoptymalizowanie gospodarki magazynowej u swoich średnich i dużych klientów pozwoli im szybciej rozwijać sprzedaż (np. przez mniejszą liczbę zwrotów i niezadowolonych klientów), co przełoży się w przyszłości na wyższe przychody samej Spółki, przez opłaty abonamentowe i prowizyjne.

Tagi pomagają w sprzedaży przez Strefę Marek Allegro

Innym obszarem, który ciągle generuje bardzo dużą część przychodów sklepów internetowych jest Allegro.pl. [W ramach tego serwisu działą Strefa Marek, a w ramach rozbudowy integracji Spółka wprowadziła możliwość ustawiania tagów w towarach wystawianych w tej Strefie.](#) Jeśli Sklep wystawia aukcje jako Sklep Allegro należący do Strefy Marek Allegro, może skorzystać z nowej funkcjonalności ustawiania tagów dla towarów bezpośrednio w panelu IAI-Shop.com. W sklepie w Strefie Marek Allegro każdy tag jest prezentowany jak podkategoria, co bardzo ułatwia znajdowanie produktów z oferty Sklepu, co **także prowadzi do zwiększenia sprzedaży oraz satysfakcji klienta.** Tagi w Strefie Marek Allegro pełnią funkcję filtrującą, co oznacza, że **pozwalają prezentować wspólnie towary opisane tym samym tagiem.** Gdy klient odwiedzi stronę sklepu w Strefie Marek Allegro po wybraniu tagu, zobaczy towary przypisane do niego. **To kolejna możliwość do budowania większej wartości koszyka, a naturalnie przekłada się na wyższą sprzedaż sklepów korzystających z IAI-Shop.com (IdoSell Shop) i wyższych przychodów Spółki.**

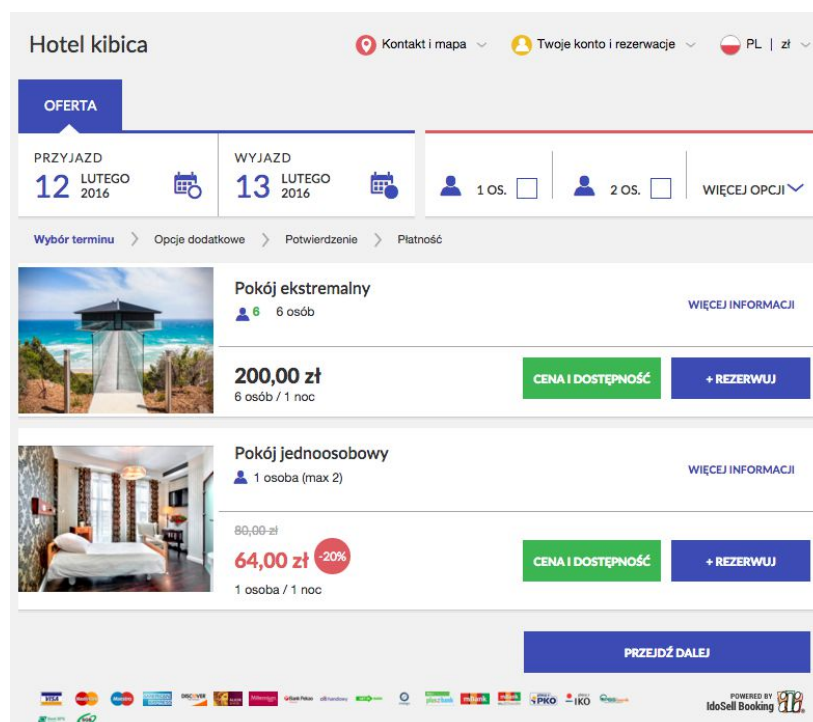


Kolejne integrację wspierające e-handel międzynarodowy

Spółka obsługuje wiele sklepów sprzedających z Polski za granicę. Wynika to z wielu lat rozwijania i inwestowania w mechanizmy wspierające handel międzynarodowy. Z myślą o tych Klientach wprowadzone zostały dwie kolejne nowości: [płatności kartowe PayU w wielu walutach w jednym sklepie bez konieczności przeliczania na złotówki](#) oraz [przesyłki GLOBAL Expres od Poczty Polskiej](#). Obsługa nowej konfiguracji PayU pozwala w jednym sklepie przyjmować płatności w wielu walutach, bez konieczności ich przewalutowania i ponoszenia ryzyka kursowego. Z kolei GLOBAL Expres to usługa dedykowana sklepom internetowym, koncentrująca się na sprzedaży międzynarodowej i drobnych przesyłkach takich jak: książki, leki, perfumy itp., których łączna waga nie przekracza 2 kg. Paczki mogą być dostarczane do krajów europejskich, a także pozaeuropejskich. Dzięki tym dwóm usługom eksport polskich sklepów korzystających z IAI-Shop.com (IdoSell Shop) jest jeszcze wygodniejszy.

Długoterminowe rezerwacje – nowy widget, integracje i inne nowy runek dla IdoSell Booking

Rozszerzenie IdoSell Booking o możliwości potrzebne na nowych rynkach: rezerwacji długoterminowych oraz dniowych, obejmowało szereg kompleksowych działań. Najbardziej rzucającą się w oczy zmianą jest wprowadzenie zupełnie nowego Widgetu.



Dotychczasowy Kalendarz rezerwacji (Widget) został zastąpiony nowym, atrakcyjniejszym pod względem wyglądu Widgetem. Zmieniając layout jednocześnie IAI wprowadziła nowe funkcjonalności, które są pomocne w trakcie podejmowania decyzji, jak i już samym procesie składania zamówienia. Gość zyskał szybki dostęp do informacji na temat cen, rabatów i dostępności danego obiektu noclegowego. Zmieniony został również system podpowiadania i wyboru terminu oraz obiektów. Poprzedni Kalendarz rezerwacji powstał ponad trzy lata temu, z myślą jedynie o rezerwacjach noclegów na szybkie weekendowe wypadki. Kolejne miesiące i lata oraz setki wdrożeń, ujawniły wiele ograniczeń poprzedniego projektu, do którego po prostu nie dało się wprowadzić wielu interesujących funkcji lub ich wprowadzenie psułoby schemat nawigacyjny. Stąd po trzech latach, IAI napisała tę część systemu od zera, wykorzystując kilkuletnie doświadczenie i to co jeszcze chce do IdoSell Booking dodać. W obecnej postaci Kalendarz rezerwacji (Widget) stanowi rozbudowane narzędzie doskonale nadającym się do rezerwacji zarówno dziennych jak i nocnych. Dzięki nowym funkcjonalnościom można go wykorzystać zarówno do rezerwacji noclegów jak i np. wynajmu samochodów. Wśród najważniejszych możliwości należy wymienić: **obsługę rezerwacji długoterminowych (tygodniowych i miesięcznych), inteligentny system podpowiadania terminów, prezentację informacji na temat cen i dostępności w poszczególnych dniach, możliwość filtrowania ofert po wybranych parametrach, prezentacja zniżek od cen standardowych oraz przejrzysta prezentacja strony wyboru dodatków jak i podsumowań.** Zaplanowane są także kolejne ulepszenia, które będą systematycznie wprowadzane. **Rozszerzenie możliwości oraz rynku naturalnie przekłada się na wyższe zainteresowanie IdoSell Booking przez Klientów. To przekłada się na popularyzację usługi oraz przychody Spółki.**



Z myślą o długoterminowym najmie apartamentów została przygotowana integracja z serwisem BookApart.com. Jest to jeden z największych polskich portali turystycznych prezentujący oferty wynajmu apartamentów na całym świecie. Wcześniej znany był jako serwis apartamenty24.pl, propaguje wolność podróży i wypoczynku w apartamentach, będących alternatywą dla hoteli. Obecnie ma ponad 8000 apartamentów w swojej ofercie. **Dodatkowo zintegrowane zostały cztery nowe serwisy propagujące sprzedaż miejsc noclegowych nad polskim morzem: Pobierowo.com.pl, Miedzzydroje24.pl, Swinoujscie24.pl oraz Morze24.eu.** A **integracja z potentatem na rynku portali agregujących ofertę miejsc noclegowych, Booking.com, została rozbudowana o posiłki**, dzięki czemu informacje o nich ośrodek noclegowy może zaprezentować na stronie tego portalu. Klienci mogą w ten sposób określić czy i jakie posiłki rezerwujący może mieć dostępne w danej ofercie.

Najważniejszym serwisem na rynku rezerwacji apartamentów jest Airbnb.com, a bardzo wielu zarządców lub właścicieli prywatnie wykorzystuje kalendarze iCal. Dlatego Spółka przygotowała specjalną **Synchronizowanie informacji o rezerwacjach pomiędzy kalendarzami, przy użyciu formatu iCal, daje mnóstwo możliwości, łącznie z integracją z niezwykle popularnym Airbnb.** Najpopularniejsze kalendarze online, które z korzystają z iCal to Kalendarz Google oraz iCloud.

14	15 (13.00) Rezerwacja nr 29	16	17	18	19 (13.00) Blokada dostępności (t)	20
21 Blokada dost	22	23	24	25	26	27

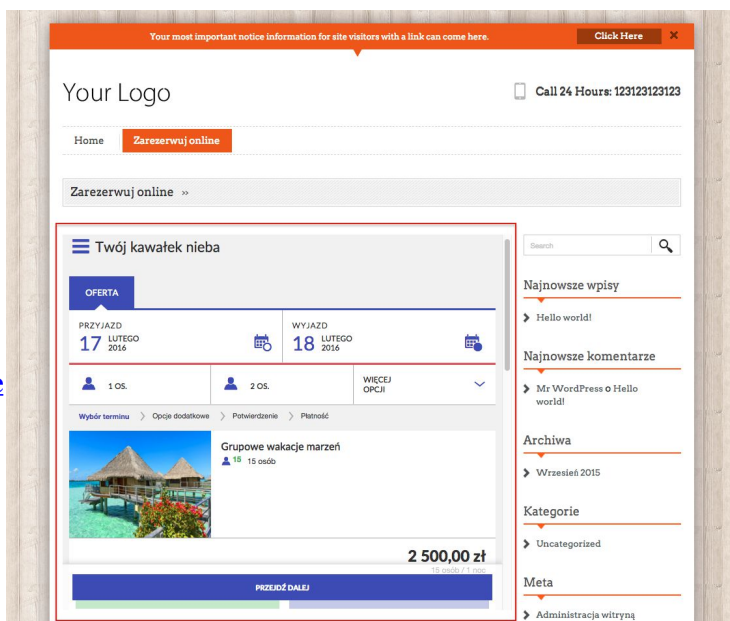
Kalendarze online stały się bardzo popularnym i przydatnym narzędziem ułatwiającym zarządzanie czasem i są dostępne z poziomu ekranu komputera i smartfona. Takie kalendarze są wykorzystywane przez wielu właścicieli lokali do organizowania obłożenia swoich obiektów noclegowych. Od teraz także kalendarz rezerwacji znajdujący się w panelu IdoSell Booking może się synchronizować w kalendarzami online, a co za tym idzie także z serwisami jak Airbnb.com. Wszystkie rezerwacje oraz blokady znajdujące się w kalendarzu panelu mogą być eksportowane do kalendarzy online. Wszystkie dodawane do kalendarzy online zdarzenia mogą być importowane do naszego kalendarza jako blokady. **W ten sposób Spółka zapewnia kolejną istotną integrację oraz zwiększenie funkcjonalności, szczególnie dla osób zarządzających apartamentami.**

Integracja z Joomla! i Wordpress – nowe możliwości dla nowych klientów

Jednak nie są to wszystkie nowości z zakresu integracji. Obok połączeń z systemami agregującymi oferty noclegowe istotne jest połączenie z usługami pozwalającymi tworzyć strony internetowe. W oparciu o takie systemy działa bardzo wiele stron ośrodków i są one często wykorzystywane przez agencje interaktywne. [Najpopularniejsze z nich to Joomla! i Wordpress i do nich zostały przygotowane specjalne rozszerzenia.](#) Do tej pory przycisk

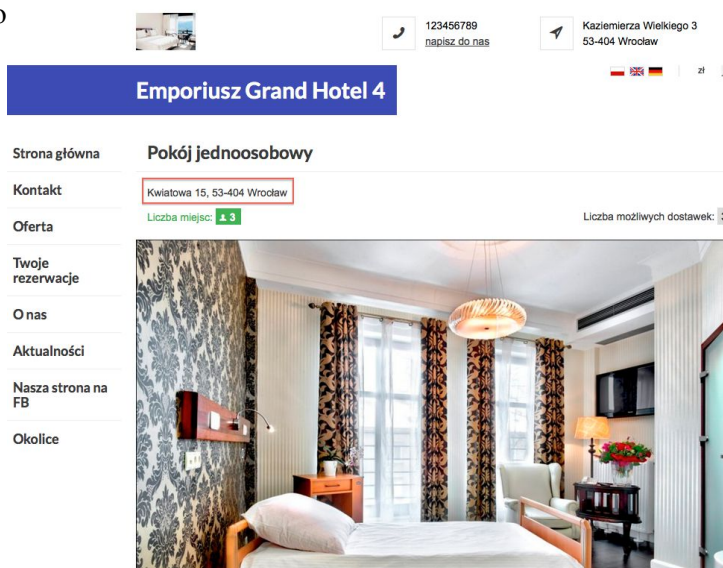
otwierający Kalendarz rezerwacji (Widget) można było dodać korzystając z kodu skryptu i kodu przycisku, znajdującego się w panelu IdoSell Booking. Teraz, oprócz

powyższego sposobu, Kalendarz rezerwacji IdoSell Booking znajduje się w katalogach wspomnianych systemów CMS jako łatwe do zainstalowania i konfiguracji rozszerzenie. Dzięki rozszerzeniu, w kilku krokach Klient lub agencja tworząca dla niego stronę wskaże parametry połączenia z Kalendarzem rezerwacji (Widgetem) oraz określi jak ma się on prezentować na stronie: czy jako wbudowany bezpośrednio w stronę, jako przycisk wywołujący Kalendarz lub jako przycisk przylegający do krawędzi strony. **Jest to otwarcie na nowych Klientów oraz dotarcie do agencji tworzących strony internetowe w WordPressie oraz Joomla! prezentując łatwe do instalacji i skuteczne rozwiązanie.**



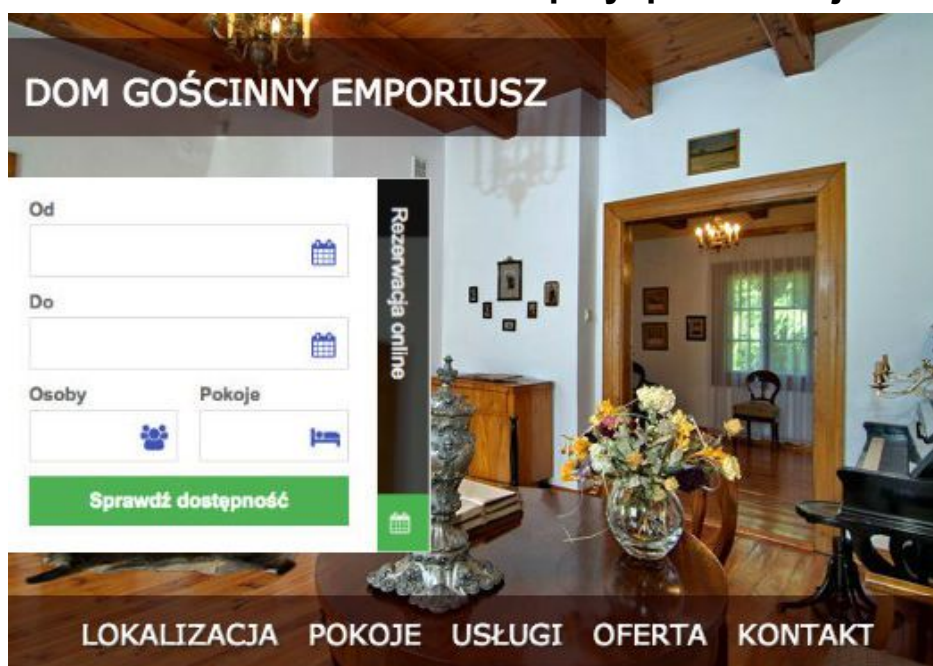
IdoSell Booking – wiele lokalizacji w jednym panelu, bardzo przydatne dla zarządzających lub właścicieli wielu apartamentów

W IdoSell Booking została dodana bardzo ciekawa opcja, dla Klientów zarządzających większą ofertą obiektów noclegowych. [Spółka dodała możliwość tworzenia w jednym panelu wielu lokalizacji, w celu lepszej prezentacji i obsługi miejsc noclegowych zlokalizowanych w różnych miejscach.](#) Jeśli w swoim panelu Klient dysponuje kilkoma miejscami noclegowymi, z których część jest np. w górach, a inne np. nad morzem, to od teraz, dzięki lokalizacjom zyskał bardzo cenne możliwości. Wystarczy, że w panelu IdoSell Booking stworzy dwie lokalizacje i przypisze je do



właściwych miejsc noclegowych. Dzięki temu na udostępnianej przez IAI Wizytówce pojawiają się odpowiednie informacje o lokalizacjach wraz z odpowiadającymi im mapami. Dodatkowo w powiadomieniach mailowych slanych do gości zostaną zawarte informacje o dokładnej lokalizacji, do której mają się udać w celu skorzystania z wybranej przez nich oferty. Lokalizacje dodane są także do opcji udostępniania Kalendarz Rezerwacji (Widget) na własną stronę lub na stronę Facebooka. Oznacza to, że wybierając odpowiednie opcje, Klient jest w stanie na swojej stronie poświęconej ofercie górskiej pokazać od razu ofertę wszystkich miejsc noclegowych zlokalizowanych w górach, a na stronie z oferta nadmorską tylko te zlokalizowane nad morzem. **W tak udostępnionym Widżecie potencjalni klienci od razu zapoznają się z kompletną ofertą miejsc noclegowych z danej lokalizacji. Ma to na celu pozyskanie większych Klientów oraz maksymalizowanie ich sprzedaży, co przez opłaty prowizyjne zwiększy przychody Spółki.**

Nowa wyszukiwarka na stronie obiektu przyspiesza znajdowanie oferty



Dodatkowo IAI wprowadziło [możliwość osadzania na stronach własnych i w wizytówce wyszukiwarki rezerwacji. Głównym celem wyszukiwarki jest przyspieszenie procesu rezerwacji przez rezerwującego](#). Do tej pory właściciel panelu miał możliwość zamieszczania na dowolnych swoich stronach przycisku otwierającego Kalendarz Rezerwacji (Widget) lub bezpośredniego osadzenia kalendarza rezerwacji (poprzez kod HTML iframe). Aby podnieść użyteczność stron własnych i ułatwić dostęp do rezerwacji dodaliśmy kolejną opcję w postaci wyszukiwarki rezerwacji. Wyszukiwarka została również dodana jako stały element Wizytówki. **Każde działanie sprowadzające się do zwiększenia liczby rezerwacji, przez opłaty prowizyjne przekłada się pozytywnie na przychody Spółki.**

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:

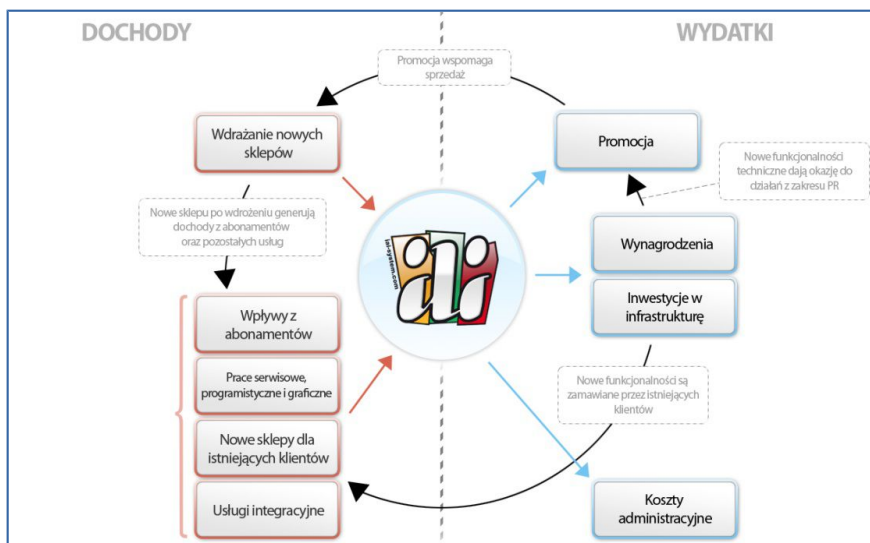
- sprzedaż detaliczna,
- sprzedaż międzynarodowa,
- sprzedaż hurtowa,
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne,
- prowadzenie sprzedaży w modelu omni-channel,
- komplet narzędzi do prowadzenia sprzedaży i marketingu wielokanałowego,
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS),
- 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, porównywaraki, 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 obciążany 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 13 maja 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 13 maja 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