



Raport miesięczny IAI S.A.

za październik 2011 roku

Szczecin, 8 listopada 2011 r.

Zgodnie z punktem 16 Załącznika Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 października 2008 roku „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” Zarząd IAI S.A. przekazuje do publicznej wiadomości raport miesięczny za październik 2011 roku.



I. Informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym Spółki, które w ocenie Spółki mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych IAI S.A.

17 października ogłoszony został ranking [Deloitte Technology Fast50, w którym IAI S.A. zadebiutowała na 14 miejscu](#), wśród firm z trzynastu krajów Europy Środkowej. Osiągnęła to dzięki wzrostowi przychodów o 1008% w ciągu pięciu lat, do 2006 do 2010 roku. Ten wynik dał Spółce siódme miejsce wśród polskich firm w tym rankingu.

Informacja o tym sukcesie znalazła się w wielu mediach i według Zarządu przyczyni się do zwiększenia popularności marki, szczególnie za granicą. To ważne wyróżnienie w kontekście ekspansji na nowe rynki.

W październiku 2011 roku Spółka wspólnie z firmą DPD Polska sp. z o. o. , w ramach IAI-Shop.com wprowadziła na rynek nową [usługę, polegającą na grupowej sprzedaży przesyłek kurierskich](#). Spółka kupuje przesyłki kurierskie i sprzedaje je sklepom internetowym korzystającym z IAI-Shop.com, w bardzo korzystnych cenach. Nawet małe sklepy internetowe uzyskują ceny usług kurierskich na poziomie bardzo dużych sprzedawców, dzięki temu, że występują w grupie. **Klienci Spółki nie muszą podpisywać dodatkowej umowy czy opłacać dodatkowych faktur od firmy kurierskiej. Cały system przesyłek zorganizowany jest bezpośrednio na platformie IAI-Shop.com.** Wystarczy kliknąć w odpowiednią opcję, aby zacząć korzystać z DPD by IAI oraz oferować w sklepie - od pierwszego dnia po aktywacji - przesyłki kopertowe już za 12zł netto a paczki do 3kg - za 13zł netto (plus opłata paliwowa). Pobrania - bez względu na rodzaj przesyłki - to dodatkowy wydatek w kwocie zaledwie 3zł. Klienci IAI, po zarejestrowaniu zamówienia DPD, po prostu klikają na opcję wygenerowania dokumentu przewozowego, co tworzy wydruk adresu pomocniczego, od razu z nadanym numerem przesyłki.

Według zarządu **pierwsze przychody z tej usługi pojawiły się jeszcze w październiku 2011 roku i będą rosły z każdym kolejnym miesiącem.** Warto zaznaczyć, że po wcześniejszej umowie z mBankiem, wprowadzenie oferty DPD Polska sp. z o. o., **to kolejna usługa rozszerzająca źródła przychodów Spółki poza opłaty związane z utrzymaniem sklepów lub pracami graficznymi.** Jednocześnie, dzięki dużej grupie klientów i skali działalności opłaty te są niższe niż średnie stawki obowiązujące na rynku. **Spółka jako pierwsza na rynku platforma do obsługi sklepów internetowych wprowadziła taką usługę.**

Kolejnym efektem współpracy Spółki oraz mBanku jest wprowadzenie w październiku do [sklepów internetowych usługi mBank raty](#). Zarząd przewiduje, że ze względu na model wynagradzania sprzedawców oraz inne ułatwienia mBank raty będą przełomowe w sprzedaży internetowej i będą bardzo często wybieranym systemem ratalnym przez klientów i sprzedawców.

Spółka od wielu miesięcy inwestuje w narzędzia pomagające sklepom zwiększyć sprzedaż. W tym celu przebudowywane były między innymi programy: rabatowy, promocyjny i lojalnościowy. Kolejnym krokiem mającym na celu zwiększenie konwersji i zapewnienie najwyższej wygody robienia zakupów w internecie, było wprowadzenie w [październiku nowego procesu składania zamówienia](#). Wprowadzonych zostało kilkanaście zmian do stron odpowiadających za samo składanie zamówienia. **W ocenie Zarządu zdecydowanie poprawi to wyniki finansowe sklepów korzystających z IAI-Shop.com przez zwiększenie konwersji i zniwelowanie zjawiska porzucania koszyka.**



Sporą zmianą, zupełnie nowatorską na rynku, jest **danie możliwości klientom sklepu internetowego na samodzielnej edycję złożonego zamówienia**. Dzięki temu **zwiększy się satysfakcja klientów z robienia zakupów**, ponieważ staną się one bardziej elastyczne, co przełoży się na większą ich wartość. Z drugiej strony **spadną koszty sklepów internetowych** związanych z obsługą zamówień, w tym szczególnie odpowiadaniem na maile i telefony. **Lepsza będzie też możliwość up-sellingu dla klientów z aukcji** - w przypadku aukcji internetowej towar zakupiony na aukcji może być zmieniony tylko na inny towar z grupy towarów lub rozmiar jeżeli cena wylicytowana jest taka sama jak w sklepie. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby klient dodał kolejny towar, już bez prowizji Allegro czy eBaya.

Kolejnym krokiem zmiany w procesie składania zamówienia było wprowadzenie w październiku **nowego sposobu organizacji płatności elektronicznych**. Główną zmianą jest przesunięcie systemów płatności na drugi plan, a wyeksponowanie form płatności, ponieważ **to sposób w jaki można opłacić zamówienie jest istotny dla klienta, a nie to jaka firma obsługuje dany kanał płatności**.

Bardzo ważnym dla oceny rentowności sprzedaży w Internecie, nowym **modułem jest analiza konwersji i opłacalności**. Narzędzie pokazuje właścicielowi sklepu internetowego ile wejść pozyskał z danych źródeł, ile zamówień zakończyło się sukcesem a ile porażką oraz konwersję, wartość pozyskanych zamówień oraz marżę oraz koszty pozyskania ruchu z danych źródeł. Dzięki tym danym widać w które kanały sprzedaży (np.: porównywarki cen, katalogi, aukcje internetowe) warto inwestować, a z których kanałów warto zrezygnować, ponieważ sprzedaż w nich, po odliczeniu wszelkich kosztów, jest nieopłacalna.

Według szacunków zarządu przychody na koniec października wyniosły 347 000 złotych netto, czyli o 9% więcej niż we październiku 2010 roku i o 91% więcej niż w październiku 2009 roku.

Duża innowacyjność i inwestycje w poprawę wydajności i jakości obsługi klientów silnie wspierane działaniami promocyjnymi, szczególnie PR, podjęte od początku 2010 roku przynoszą pozytywny efekt w postaci nowych zamówień i rosnącego zainteresowania mediów oraz klientów Spółką.

II. Wykaz wszystkich informacji opublikowanych przez Emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem.

W październiku 2011 roku Spółka przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu EBI raporty:

1. 10 października 2011 roku [raport miesięczny za wrzesień 2011 r.](#)

W październiku 2011 roku Spółka nie przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu ESPI żadnego raportu.

III. Informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym niniejszym raportem.

IAI S.A. realizuje aktualnie projekty inwestycyjne, przy których wykorzystywane są m.in. środki pochodzące z emisji akcji serii C. Są to przede wszystkim: zwiększanie zatrudnienia, tłumaczenia na język angielski oraz stały rozwój usługi i penetracja rynku polskiego.



Z uwagi na dokonywane inwestycje oraz posiadane przed emisją akcji serii C własne środki finansowe trudno jest jednoznacznie określić skalę wykorzystania środków pochodzących z emisji przy realizacji poszczególnych projektów.

Środki pozyskane z emisji wykorzystywane są zgodnie z celami emisyjnymi tzn. zwiększenia udziału w rynku polskim i dokonania ekspansji zagranicznej.

IV. Kalendarz inwestora obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w miesiącu listopadzie i grudniu, które dotyczą Emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów.

W miesiącu wrześniu i październiku będą miały miejsce następujące wydarzenia korporacyjne Emitenta:

1. 14 listopada 2011 – raport kwartalny za III kwartał 2011 r.
2. 8 grudnia 2011 – raport miesięczny za listopad 2011 r.

Zawsze aktualny [kalendarz oraz archiwalne raporty można sprawdzić na stronach internetowych IAI S.A. w dziale relacji inwestorskich](#)