



Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 października 2017 r. do 31 grudnia 2017 r.

Szczecin, 14 lutego 2018 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 GRUDNIA 2017 R. | 5 |
| RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA CZWARTY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO | 6 |
| RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA CZWARTY 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 |
| PIERWSZA PLATFORMA SaaS DLA SKLEPÓW INTERNETOWYCH ZE STATUSEM PREMIER GOOGLE PARTNER I JEDNOCZEŚNIE POTWIERDZENIE KOMPETENCJI NP. PRZY IAI ADS | 12 |
| SKALOWALNOŚĆ SaaS POTWIERDZA SIĘ I ZAPEWNIĄ EFEKTYWNOŚĆ SKLEPOM W CZASIE PIKÓW SPRZEDAŻOWYCH | 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 |
| DWA NOWE TEMPLATE'Y SKLEPÓW POMAGAJĄ SPRZEDAWAĆ MOBILNIE I OFFLINE | 14 |
| PERSONALIZOWANE SCHEMATY GRAFICZNE LEPIJ ODRAJĄ IDENTYFIKACJĘ MARKI SKLEPU | 15 |
| SKLEPY UŁATWIAJĄ WYBÓR TOWARÓW, POKAZUJĄC DOSTĘPNOŚĆ W 24H | 16 |
| ROZBUDOWA WEB PUSHY JESZCZE BARDZIEJ USPRAWNIA KOMUNIKACJĘ Z KUPUJĄCYM | 17 |
| DOSTOSOWANIE SIĘ DO ZMIAN NA ALLEGRO ZAPEWNIĄ BEZPIECZEŃSTWO SKLEPOM KORZYSTAJĄCYM Z IDOSELL SHOP (IAI-SHOP.COM) | 18 |
| NOWOŚCI W PŁATNOŚCIACH: LEPSZE ZARZĄDZANIE PRZELEWAMI W IAI PAY I PŁATNOŚCI ODROTCZONE OD PAYU USPRAWNIAJĄ PRACĘ SKLEPÓW | 18 |
| KĄDZY MOŻE STWORZYĆ SIĘ PUNKTÓW ODBIORU OSOBISTEGO | 19 |
| NOWE, TANIE PRZESYŁKI OD KURIERÓW | 20 |
| DUŻO NOWOŚCI W RMA POMAGA LEPIJ ZARZĄDZAĆ CAŁYM PROCESEM REKLAMACJI I DBAĆ O SATYSFAKCJĘ KUPUJĄCEGO | 20 |
| KOMPLEKSOWE PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA CENAMI I DOSTĘPNOŚCIĄ W OBIEKTACH NOCLEGOWYCH | 21 |
| WIĘKSZE MOŻLIWOŚCI INFORMOWANIA O POWIERZCHNI I LICZBIE SYPIALNI | 22 |
| IDOSELL BOOKING OTWIERA SIĘ NA DEVELOPERÓW | 22 |
| INTEGRACJA Z GOOGLE TAG MANAGER UŁATWIA MARKETING MIEJSC NOCLEGOWYCH | 23 |
| LEPSZA KOMUNIKACJA Z REZERWUJĄCYM DZIĘKI SMS | 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 grudnia 2017 roku wchodził:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 31 grudnia 2017 roku wchodził:

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

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2017 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 2017 roku zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 28 osób, wobec 31 na koniec grudnia 2016 roku.

Wybrane dane finansowe

Dane bilansowe

| Pozycja | w złotych na 31.12.2017 | w złotych na 31.12.2016 |
|---|----------------------------|----------------------------|
| AKTYWA | | |
| Wartości niematerialne i prawne | 105 402,52 | 179 425,36 |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 719 476,57 | 266 183,75 |
| Należności długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Inwestycje długoterminowe | 479 870,00 | 1 279 870,00 |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 35 813,00 | 35 813,00 |
| Zapasy | 10 048,00 | 2 000,00 |
| Należności krótkoterminowe | 2 613 269,88 | 1 274 006,78 |
| Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych | 10 426 198,28 | 5 726 386,30 |
| Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 142 935,64 | 249 147,05 |
| AKTYWA RAZEM | 14 533 013,89 | 9 012 832,24 |
| | | |
| Kapitał podstawowy | 815 623,50 | 815 623,50 |
| Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego | 0,00 | 0,00 |
| Razem kapitał własny | 8 954 309,83 | 5 084 046,85 |
| Rezerwy na zobowiązania | 76 212,31 | 76 212,31 |
| Zobowiązania długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 5 502 491,75 | 3 852 573,08 |
| Rozliczenia międzyokresowe | 0,00 | 0,00 |
| PASYWA RAZEM | 14 533 013,89 | 9 012 832,24 |

Dane z rachunku zysków i strat

| Pozycja | w złotych za 01.10- 31.12.2017 | w złotych za 01.10- 31.12.2016 | w złotych za 01.01- 31.12.2017 ¹ | w złotych za 01.01- 31.12.2016 ¹ |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|--|--|
| Przychody netto ze sprzedaży | 8 919 297,62 | 5 501 057,16 | 28 322 617,42 | 18 613 515,09 |
| Koszty działalności operacyjnej | 7 792 446,50 | 5 313 107,69 | 22 807 715,91 | 16 224 217,43 |
| Amortyzacja | 85 759,59 | 40 683,41 | 313 950,47 | 162 212,27 |
| Zysk/strata na sprzedaży | 1 126 851,12 | 187 949,47 | 5 514 901,51 | 2 389 297,66 |
| Pozostałe przychody operacyjne | 61 663,35 | 13 944,42 | 146 764,17 | 66 486,17 |
| Pozostałe koszty operacyjne | 431,88 | 39 183,44 | 18 077,48 | 119 309,17 |
| Zysk / strata z działalności operacyjnej | 1 188 082,59 | 162 710,45 | 5 643 588,20 | 2 336 474,66 |
| Przychody finansowe | 17 750,72 | 20 128,66 | 302 477,28 | 133 971,21 |
| Koszty finansowe | 179,93 | 2 231,65 | 1 018,30 | 145 779,58 |
| Zysk / strata z działalności gospodarczej | 1 205 653,38 | 180 607,46 | 5 945 047,18 | 2 324 666,29 |
| Wynik zdarzeń nadzwyczajnych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Zysk / strata brutto | 1 205 653,38 | 180 607,46 | 5 945 047,18 | 2 324 666,29 |
| Podatek dochodowy | 303 641,00 | 130 369,00 | 1 096 036,00 | 501 645,00 |
| Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Zysk / strata netto | 902 012,38 | 50 238,46 | 4 849 011,18 | 1 823 021,29 |

¹ Wartości narastająco za kolejne kwartaly danego roku

Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

Bilans na 31 grudnia 2017 r.

| Pozycja | W złotych na 31.12.2017 | W złotych na 31.12.2016 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| AKTYWA | | |
| Aktywa trwałe | | |
| Wartości niematerialne i prawne | 105 402,52 | 179 425,36 |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 719 476,57 | 266 183,75 |
| Należności długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Inwestycje długoterminowe | 479 870,00 | 1 279 870,00 |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 35 813,00 | 35 813,00 |
| Razem aktywa trwałe | 1 340 562,09 | 1 761 292,11 |
| Aktywa obrotowe | | |
| Zapasy | 10 048,00 | 2 000,00 |
| Należności krótkoterminowe | 2 613 269,88 | 1 274 006,78 |
| Inwestycje krótkoterminowe | 10 426 198,28 | 5 726 386,30 |
| Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 142 935,64 | 249 147,05 |
| Razem aktywa obrotowe | 13 192 451,80 | 7 251 540,13 |
| AKTYWA RAZEM | 14 533 013,89 | 9 012 832,24 |
| 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 | 1 986 192,25 | 1 840 350,55 |
| Kapitał z aktualizacji wyceny | 0,00 | 0,00 |
| Pozostałe kapitały rezerwowe | 1 303 482,90 | 605 051,51 |
| Zysk (strata) z lat ubiegłych | 0,00 | 0,00 |
| Zysk (strata) netto roku bieżącego | 4 849 011,18 | 1 823 021,29 |
| Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego | 0,00 | 0,00 |
| Razem kapitał własny | 8 954 309,83 | 5 084 046,85 |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | | |
| Rezerwy na zobowiązania | 76 212,31 | 76 212,31 |
| Zobowiązania długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 5 502 491,75 | 3 852 573,08 |
| Rozliczenia międzyokresowe | 0,00 | 0,00 |
| Razem zobowiązania | 5 578 704,06 | 3 928 785,39 |
| PASYWA RAZEM | 14 533 013,89 | 9 012 832,24 |



Rachunek zysków i strat za czwarty kwartał oraz narastająco

| Wyszczególnienie | W złotych za 01.10-31.12.17 | W złotych za 01.10-31.12.16 | W złotych na 31.12.2017 ¹ | W złotych na 31.12.2016 ¹ |
|--|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi: | 8 919 297,62 | 5 501 057,16 | 28 322 617,42 | 18 613 515,09 |
| 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 | 8 919 297,62 | 5 501 057,16 | 28 322 617,42 | 18 613 515,09 |
| B.Koszty działalności operacyjnej | 7 792 446,50 | 5 313 107,69 | 22 807 715,91 | 16 224 217,43 |
| Amortyzacja | 85 759,59 | 40 683,41 | 313 950,47 | 162 212,27 |
| Zużycie materiałów i energii | 55 155,46 | 71 097,45 | 399 049,72 | 223 879,61 |
| Usługi obce | 6 647 848,98 | 4 139 717,40 | 18 294 749,20 | 12 085 221,83 |
| Podatki i opłaty | 17 604,64 | 23 466,04 | 72 845,59 | 68 081,97 |
| Wynagrodzenia | 844 276,01 | 869 412,83 | 3 197 975,55 | 3 150 343,72 |
| Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia | 98 700,17 | 114 526,78 | 416 165,27 | 448 097,10 |
| Pozostałe koszty rodzajowe | 43 101,65 | 54 203,78 | 112 980,11 | 86 380,93 |
| Wartość sprzedanych towarów i materiałów | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży | 1 126 851,12 | 187 949,47 | 5 514 901,51 | 2 389 297,66 |
| D.Pozostałe przychody operacyjne | 61 663,35 | 13 944,42 | 146 764,17 | 66 486,17 |
| Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych | 41 902,44 | 40,65 | 122 012,20 | 40,65 |
| Dotacje | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 39 344,85 |
| Inne przychody operacyjne | 19 760,91 | 13 903,77 | 24 751,97 | 27 100,67 |
| E.Pozostałe koszty operacyjne | 431,88 | 39 183,44 | 18 077,48 | 119 309,17 |
| Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 62 812,54 |
| Inne koszty operacyjne | 431,88 | 39 183,44 | 18 077,48 | 56 496,63 |
| F.Zysk / strata z działalności operacyjnej | 1 188 082,59 | 162 710,45 | 5 643 588,20 | 2 336 474,66 |
| G.Przychody finansowe | 17 750,72 | 20 128,66 | 302 477,28 | 133 971,21 |
| Dywidendy i udziały w zyskach | 0,00 | 0,00 | 123 134,33 | 98 507,46 |
| Odsetki | 17 747,31 | 20 180,49 | 39 325,46 | 35 463,75 |
| Zysk ze zbycia inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Aktualizacja wartości inwestycji | 0,00 | 0,00 | 140 000,00 | 0,00 |
| Inne | 3,41 | -51,83 | 17,49 | 0,00 |
| H.Koszty finansowe | 179,93 | 2 231,65 | 1 018,30 | 145 779,58 |
| Odsetki | 0,85 | 1 971,12 | 0,85 | 1 971,12 |
| Strata ze zbycia inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Aktualizacja wartości inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 140 000,00 |
| Inne | 179,08 | 260,53 | 1 017,45 | 3 808,46 |
| I.Zysk / strata z działalności gospodarczej | 1 205 653,38 | 180 607,46 | 5 945 047,18 | 2 324 666,29 |
| 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

Raport kwartalny IAI S.A. za okres od 1 października 2017 do 31 grudnia 2017 r.

Więcej informacji w dziale [Relacje inwestorskie na IdoSell.com](http://Relacje_inwestorskie_na_IdoSell.com)

Strona 6/30



| | | | | |
|---|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Straty nadzwyczajne | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| K.Zysk / strata brutto | 1 205 653,38 | 180 607,46 | 5 945 047,18 | 2 324 666,29 |
| L.Podatek dochodowy | 303 641,00 | 130 369,00 | 1 096 036,00 | 501 645,00 |
| M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| N.Zysk / strata netto | 902 012,38 | 50 238,46 | 4 849 011,18 | 1 823 021,29 |

Rachunek przepływów pieniężnych za czwarty kwartał oraz narastająco

| Wyszczególnienie | W złotych za 01.10-31.12.17 | W złotych za 01.10-31.12.16 | W złotych na 31.12.2017 ² | W złotych na 31.12.2016 ² |
|--|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej | | | | |
| I. Wynik finansowy netto (zysk/strata) | 902 012,38 | 50 238,46 | 4 849 011,18 | 1 823 021,29 |
| II. Korekty o pozycje | -3 742 075,32 | 1 030 634,13 | 904 372,98 | 879 006,66 |
| III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej | -2 840 062,94 | 1 080 872,59 | 5 753 384,16 | 2 702 027,95 |
| B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej | | | | |
| I. Wpływy | 0,00 | 63 215,74 | 683 134,33 | 161 723,20 |
| II.Wydatki | 55 093,79 | 320 556,67 | 693 220,45 | 378 225,00 |
| III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej | -55 093,79 | -257 340,93 | -10 086,12 | -216 501,80 |
| C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej | | | | |
| I.Wpływy | 0,00 | 39 344,85 | 0,00 | 39 344,85 |
| II.Wydatki | 0,00 | 0,00 | 978 748,20 | 489 374,10 |
| III.Środki pieniężne netto z działalności finansowej | 0,00 | 39 344,85 | -978 748,20 | -450 029,25 |
| D.Przepływy pieniężne netto razem | -2 895 156,73 | 862 876,51 | 4 764 549,84 | 2 035 496,90 |
| E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| F.Środki pieniężne na początek okresu | 13 321 355,01 | 4 798 771,93 | 5 661 648,44 | 3 626 151,54 |
| G.Środki pieniężne na koniec okresu | 10 426 198,28 | 5 661 648,44 | 10 426 198,28 | 5 661 648,44 |

Zestawienie zmian w kapitale własnym

| Wyszczególnienie | w złotych na 31.12.2017 | w złotych na 31.12.2016 |
|--|-------------------------|-------------------------|
| I. Kapitał własny na początek okresu | 5 084 046,85 | 3 750 399,66 |
| Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach | 5 084 046,85 | 3 750 399,66 |
| II Kapitał własny na koniec okresu | 8 954 309,83 | 5 084 046,85 |
| III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku | 8 954 309,83 | 5 084 046,85 |

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

Raport kwartalny IAI S.A. za okres od 1 października 2017 do 31 grudnia 2017 r.

Więcej informacji w dziale [Relacje inwestorskie na IdoSell.com](http://Relacje_inwestorskie_na_IdoSell.com)

Strona 7/30



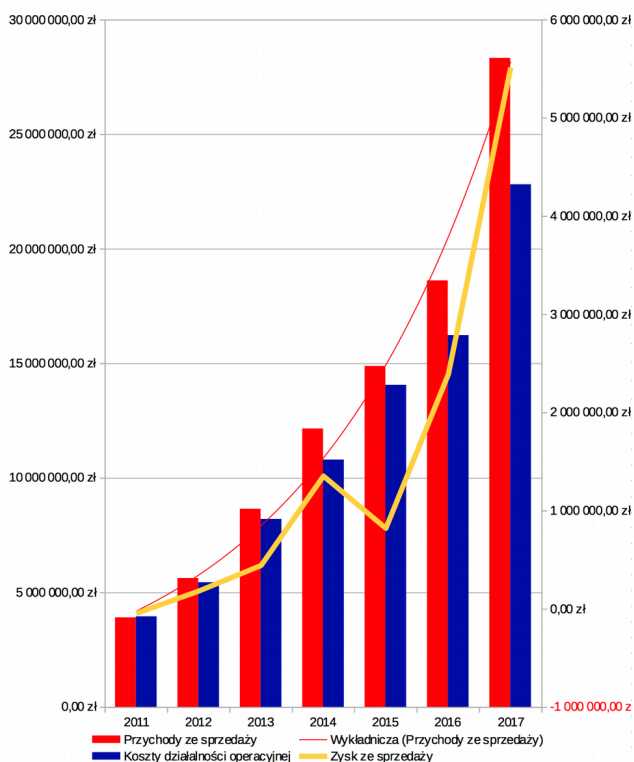
dzień bilansowy w następujący sposób:

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.

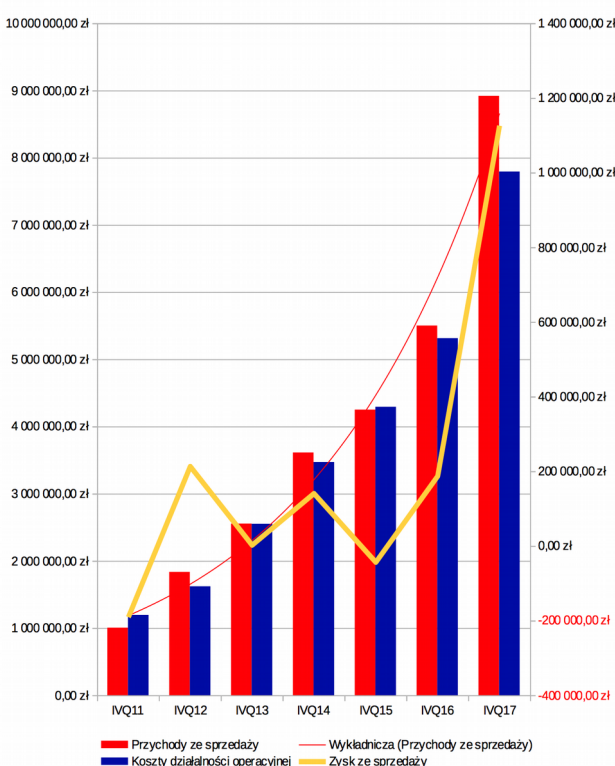
Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

Przychody ze sprzedaży IAI wzrosły w czwartym kwartale o 62% wobec IV kwartału 2016 i aż o 110% wobec ostatniego kwartału 2015 roku. To implikuje, że przychody roczne przekroczyły 28 milionów złotych i są rekordowo wysokie. Bardzo dynamicznie rosły też zyski, przykładowo szacowany (dane jeszcze nie są audytowane) zysk netto po 2017 roku jest 2,5 (ok. 165%) raza wyższy niż ten sprzed roku.

Przychody ze sprzedaży, koszty działalności operacyjnej i zysk ze sprzedaży w kolejnych latach

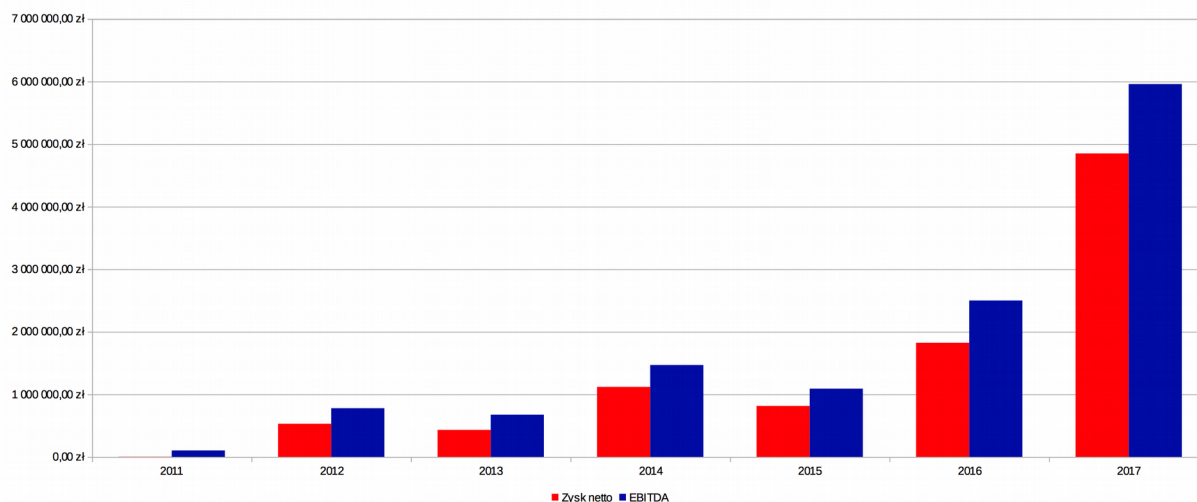


Przychody ze sprzedaży, koszty działalności operacyjnej i zysk ze sprzedaży w kolejnych czwartych kwartałach



Bardzo szybki, wykładniczy wzrost przychodów trwa od kilku lat, co doskonale widać na wykresach. Ze względu na osiągnięty efekt skali wyraźnie widoczny jest szybki wzrost rentowności. **Na bardzo wysokim poziomie jest wskaźnik ROE wynoszący, po roku aż 54%, ale także wysokie są pozostałe wskaźniki rentowności: ROA wynosi 37%, a ROS 17%.** To obrazuje efektywne wykorzystanie kapitałów Spółki. **EBITDA po roku jest na rekordowym poziomie prawie 6 milionów złotych, a to oznacza, że rentowność EBITDA wynosi 21%.** Podobnie szybko rosną inne wskaźniki zysku, np. zysk ze sprzedaży w czwartym kwartale jest sześć razy wyższy niż rok temu.

Zysk netto i EBITDA rocznie



Koszty rosną zdecydowanie wolniej niż przychody. W porównaniu do 2016 roku, w 2017 koszty działalności operacyjnej wzrosły o 40%, a przychody o 52%. Różnica jest jeszcze większa, kiedy porówna się 2015 r. do 2017 r., widać wtedy wzrost kosztów działalności operacyjnej o 62% przy jednoczesnym wzroście przychodów o 90%, czyli praktycznie przychody się podwoiły. To właśnie pokazuje źródła coraz większej rentowności.

Częściowy wpływ na przychody i koszty mają też usługi obce kupowane i odsprzedawane po wysokim przetworzeniu jako bardziej funkcjonalne usługi. Przykład może stanowić najnowsza usługa IAI Ads którą oferuje IAI razem z Google. Spółka odnotowuje duże wzrosty obrotów, przy czym nie jest to bez wpływu na rentowność z uwagi na to, że koszt zakupu księgowany jest w jednym miesiącu, a sprzedaż w kolejnym. W długim okresie oznacza to zakładane utrzymanie wysokiej rentowności. Warto pamiętać, że każda usługa odsprzedawana jest z marżą i stanowi również podstawę wzrostu przychodów i zysków Spółki. Im więcej klientów obsługuje IAI, tym więcej sprzedawanych usług dodatkowych, stąd obserwowalny jest wzrost pozycji usługi obce. Warto również pamiętać, że usługi rozliczane prowizyjnie, jak np. IAI Ads, IAI Pay, IAI Broker lub wiele innych oferowanych przez Spółkę, bardzo często zależne są od ilości i wartości zamówień realizowanych przez klientów IAI (dlatego też w tym i w innych raportach Zarząd zawsze podkreśla w jaki sposób dana nowość lub zmiana wpływa na sprzedaż klientów).

Spółka utrzymuje wysoką rentowność dzięki systematycznym inwestycjom w zasoby, kadre i nowe rozwiązania zwiększające kompleksowość, a co za tym idzie marżowość usług. Wynika to z efektu skali, czyli tego, że przy coraz większej liczbie obsługiwanych sklepów, pewne składniki kosztowe nie rosną liniowo. Najważniejszym składnikiem kosztów operacyjnych są wynagrodzenia pracowników, a dzięki powtarzalności programów koszt jednostkowy przypadający na każdego klienta spada. 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, koszty nie są kapitalizowane.



Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie około 2,3 a CashRatio 1,9 co pokazuje bardzo bezpieczną, wręcz modelową, sytuację finansową Spółki. Bilans ukazuje, że Spółka dysponuje wysokimi rezerwami gotówki, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Dodatkowo dodatni wynik finansowy, pozwala finansować rosnące koszty (przede wszystkim w wyniku zwiększenia zatrudnienia i inwestycji w infrastrukturę) oraz dalsze inwestycje ze środków własnych.

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

Spółka nie publikuje prognoz wyników finansowych. Zarząd cieszy się z osiągniętego tzw. efektu skali. Dzięki osiągnięciu go, Spółka może oferować lepsze usługi niż konkurenci, oferując wyższą jakość. Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy zysku i rentowności w takiej skali 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 zyskowość, jest bardzo duży**. Obrazuje to właśnie zachodzący w Spółce efekt skali.

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.

IAI rozwija swoją współpracę z Google przy IAI Ads oraz pokazuje jak skalowalnym i bezpiecznym rozwiązaniem dla sklepów jest SaaS.

Pierwsza platforma SaaS dla sklepów internetowych ze statusem Premier Google Partner i jednocześnie potwierdzenie kompetencji np. przy IAI Ads

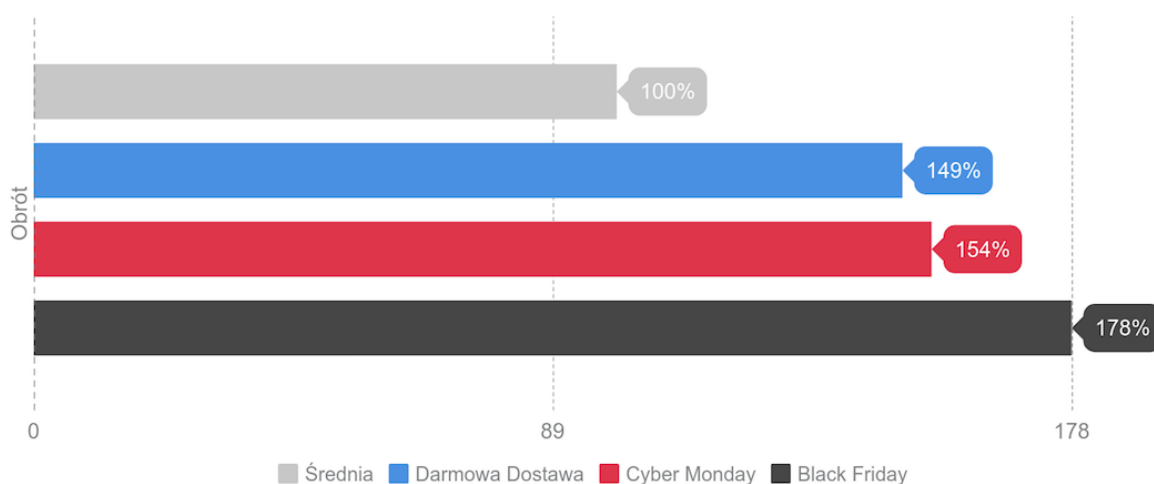


IAI S.A. otrzymała jako jedyna w Polsce usługę zajmującą się sklepami internetowymi status Premier Google Partner.

Do tej pory żadne oprogramowanie sklepowe nie otrzymało takiego wyróżnienia. Aby uzyskać ten status należy spełnić szereg kryteriów, w tym m.in.: wymóg dotyczący **osiągnięcia wyższego progu wydatków na wszystkich zarządzanych kontach** oraz **wymóg dotyczący wyników**, wykazując odpowiedni poziom ogólnych przychodów oraz **wzrost przychodów** (w szczególności: wzrost przychodów klientów, utrzymanie klientów, ogólny wzrost przychodów, wzrost liczby reklamodawców). To świetna informacja dla tych, którzy współpracują z IAI przy IAI Ads oraz korzystają z usług Spółki. **Premier Google Partner to potwierdzenie kompetencji Spółki** w budowaniu strategii pozyskiwania ruchu z Google oraz potwierdzenie, że IAI-Shop.com (IdoSell Shop) to stabilny i bezpieczny system, tworzony zgodnie z najwyższymi standardami Google. **To przekłada się na sukces komercyjny IAI Ads, którego oficjalna premiera odbyła się w warszawskiej siedzibie Google 16 stycznia 2018 r., ale także wszystkich usług sprzedawanych przez IAI S.A.**

Skalowalność SaaS potwierdza się i zapewnia efektywność sklepom w czasie pików sprzedażowych

W 2017 roku w mediach przetoczyła się gorąca dyskusja na temat Black Friday. Pojawiały się głosy promujące i deprecjonujące tę ideę. [IAI, obserwująca dużą część polskiego e-handlu pokazuje, przy okazji tego piku zakupowego jak dobrze skaluje się SaaS i jak bezpieczny jest w zapewnieniu ciągłości ruchu w momentach nagłego wzrostu natężenia zamówień.](#)

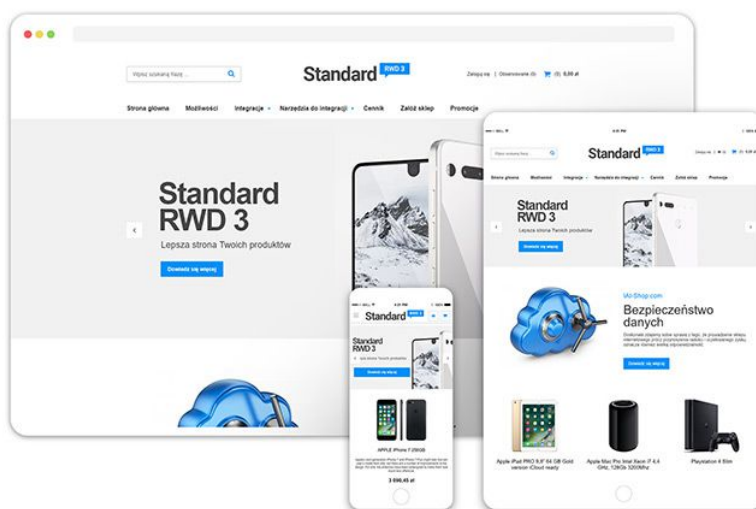


Z roku na rok efekty wydarzeń takich jak Black Friday, Cyber Monday czy Dzień Darmowej Dostawy zaskakują skalą i stają się niemal nie do oszacowania. Wielu sprzedawców boryka się z problemem przygotowania swojego sklepu do tego typu wydarzeń. Niestety, nawet doskonale przygotowany sklep może nie poradzić sobie z ilością wyświetleń czy zamówień, a przecież niezaburzona funkcjonalność sklepu jest w takim dniu najważniejsza. Skala zwiększenia ruchu w jeden dzień jest bardzo duża. Przykładowo w Black Friday Sklepy IAI-Shop.com (IdoSell Shop) zanotowały o 30% unikalnych użytkowników więcej w porównaniu ze średnią pozostałych dni w listopadzie z wyłączeniem BF i CM, co wygenerowało aż o 78% obrotu więcej w porównaniu do średniej z pozostałych dni całego miesiąca. Mniejsze, ale nadal znaczące, piki sprzedażowe miały miejsce w Dzień Darmowej Dostawy oraz Cyber Monday. W każdym przypadku przypadku IAI-Shop.com spisało się idealnie pod względem efektywności i skalowalności. **Bezpieczeństwo oraz gwarancja funkcjonowania sklepu daje pewność i spokój, niezależnie od tego z jak wzmogoną aktywnością użytkowników przyjdzie zmierzyć się sklepowi. Takie możliwości przyciągają do IAI-Shop.com firmy, które chcą prowadzić profesjonalną sprzedaż przez internet.**

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 zmian z wielu różnych dziedzin skupia się na zwiększeniu wolumenu zakupów u klientów IAI oraz ich szybszej i lepszej obsłudze.

Dwa nowe template'y sklepów pomagają sprzedawać mobilnie i offline



Sklepy internetowe, które dobrze sprzedają, przede wszystkim muszą dobrze wyglądać i być zaprojektowane tak aby maksymalizować konwersję. IAI, dzięki swojemu działowi graficznemu, stale rozwija oferowane przez siebie sklepy pod tym kątem. Z tych powodów powstał [STANDARD RWD 3, czyli nowy standard dla sklepów z małą ilością towarów](#). Część nowych sklepów poszukuje szablonu zoptymalizowanego i profesjonalnie wyglądającego dla małej ilości towarów w asortymencie. W dotychczasowych szablonach STANDARD "towary ginęły na stronie", a menu z tylko jedną kategorią nie wyglądało atrakcyjnie. Nowy STANDARD RWD 3 został zbudowany właśnie z myślą o sklepach z wąską ofertą. IAI zadbało o to aby nowy STANDARD był nie tylko piękny, ale też intuicyjny i przyjazny dla odbiorcy oraz umożliwił skuteczny marketing. Dodatkowo jest on spójny wizualnie z dotychczasowymi szablonami, dzięki

czemu klienci mogą się przełączyć z dotychczasowego STANDARDU RWD 1 lub RWD 2 bez "szoku wizualnego". Nowy STANDARD, znacznie zredukuje czas, więc i koszty, a z drugiej strony podniesie jakość indywidualnych wdrożeń, opartych o ten konkretny template, dla klientów poszukujących rozwiązań do sprzedaży mniejszego asortymentu. Lepszy wygląd sklepów IAI-Shop.com to większa sprzedaż klientów oraz samej Spółki, co przez abonamenty i prowizje przekłada się wyższe przychody sklepów.



Niejako po drugiej stronie możliwości sklepów internetowych stoi **zupełnie nowy STANDARD Catalog. To elektroniczny katalog produktów, który umożliwia prezentację towarów, budowanie relacji z klientami i wszystkie możliwości sklepów związane z pozycjonowaniem i marketingiem, ale bez możliwości składania zamówienia przez internet.** Szablon STANDARD Catalog w nowym wydaniu charakteryzuje się nowoczesnym i minimalistycznym designem. Szablon STANDARD Catalog posiada wiele stref banerowych i opisowych CMS. Duże zdjęcia produktów są prezentowane w odpowiedniej proporcji do treści katalogu. To co wyróżnia internetowy katalog od standardowej papierowej wersji to, m.in. możliwość wprowadzania szybkich korekt i zmian w treści. Z wykorzystaniem narzędzi SEO i innych narzędzi marketingowych można odnaleźć katalog w wynikach wyszukiwania (np. w wyszukiwarce Google), bez bezpośredniego kontaktu z klientem np. na targach branżowych, emailowo lub telefonicznie. Katalog można łatwo i w nieograniczony sposób udostępniać wszystkim zainteresowanym osobom, bez względu na odległość. Dedykowany dla wszystkich osób, przykładających dużą wagę do prezentacji swoich towarów i usług, ale jednocześnie niepotrzebujących standardowego sklepu internetowego. **To otwarcie na nowy rodzaj klienta, czyli firm, która potrzebuje prezentacji i promocji oferty, ale sprzedaż opiera np. o model bezpośredni, na przykład na targach lub wystawach.**

Personalizowane schematy graficzne lepiej oddają identyfikację marki sklepu

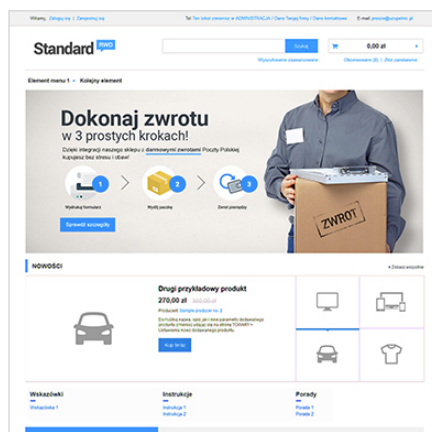
IAI udostępniła możliwość stworzenia własnego schematu (1) zawierającego indywidualne ustawienia kolorystyczne dostosowane do brandingów sklepu. I ten mechanizm jest od razu połączony z standardowymi szablonami aukcji (2). Jest to kontynuacja przedstawionych w poprzednim raporcie kwartalnym schematów kolorystycznych w STANDARDACH.

Schemat kolorystyczny dla twojsklep.iai-shop.com

[Powrót do listy stron](#) • [Powrót do listy języków](#)

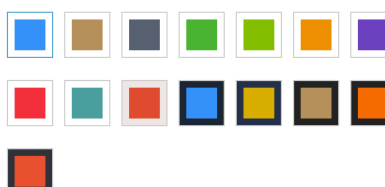
Informacja: W każdej chwili możesz dezaktywować własny schemat kolorystyczny ustawiając jeden z dostępnych schematów predefiniowanych

Podgląd z przykładową stroną



Zobacz wybrany schemat kolorystyczny w trybie podglądu

Schematy predefiniowane



Schemat własny



Podgląd z przykładowym emailiem



Podgląd z przykładowym szablonem aukcji



Ustaw wybrany schemat

Jest kompleksowym rozwiązaniem wspierającym wszechstronną komunikację marki sklepu.

Przygotowany schemat może być wykorzystywany w standardowym template sklepu jak również w jego domyślnych szablonach wiadomości e-mail oraz aukcji. Pozwala to na większą swobodę w zakresie indywidualnego dopasowania kolorystyki do własnych potrzeb Klienta bez ponoszenia dodatkowych kosztów. W przypadku sklepów, które muszą być uruchomione szybko i w niskim budżecie jest to idealne rozwiązanie minimalizujące koszty oraz „time to market”. Z drugiej strony zapewnia bardzo estetyczny wygląd, spójną komunikację i olbrzymią funkcjonalność IAI-Shop.com (IdoSell Shop). **W ten sposób Spółka ułatwia start nowych sklepów obecnych i przyszłych klientów, co przekłada się na jej przychody z abonamentów i prowizji.**

Sklepy ułatwiają wybór towarów, pokazując dostępność w 24h

Kolejną zmianą w templatach sklepów, która idealnie trafiła w świąteczny szczyt zakupowy jest możliwość **[dodania na liście towarów filtra "Wysyłka w 24h". Znacznie ułatwia to kupującym podjęcie decyzji o wyborze towaru, jeżeli mają pewność, że zostanie ona błyskawicznie zrealizowana. To przekłada się na wyższą konwersję sklepów.](#)**

POKAŻ TYLKO

Wysyłka w 24h (60)

Dostępność (116)

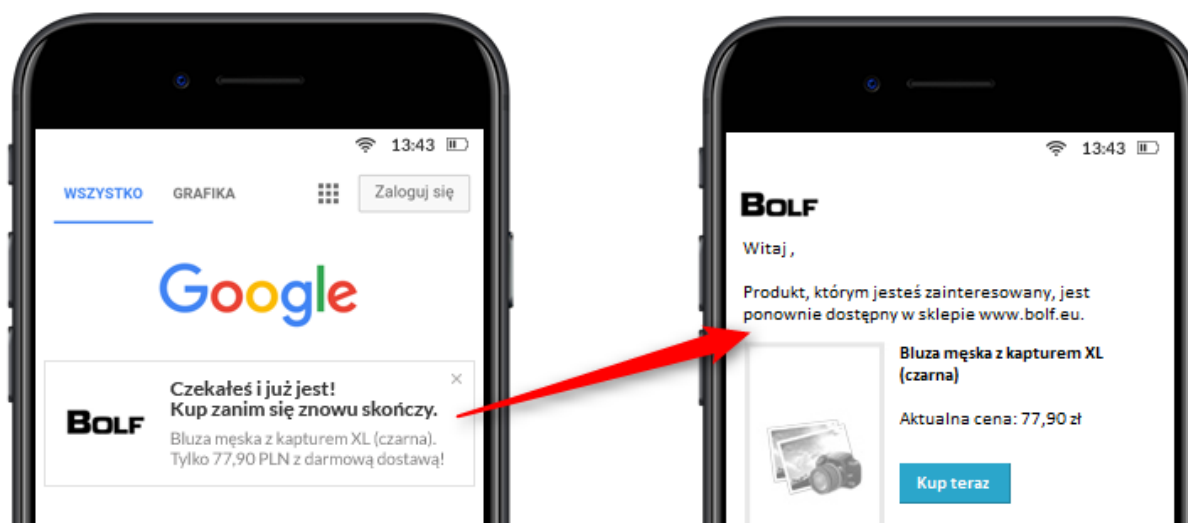
Bestseller (7)

Dostępne od ręki (90)

OK

Opcja jest przydatna w sklepach, które wysyłają zamówienia w ciągu 24h od ich złożenia, ale nie z każdego magazynu realizują zamówienia w takim standardzie lub część towarów ściąga w modelu just-in-time. Wtedy mogą łatwo pozwolić kupującym wybrać to co faktycznie będzie wysłane w 24h. **Zwiększenie konwersji, to zwiększenie sprzedaży w sklepach korzystających z IAI-Shop.com (IdoSell Shop). To przekłada się przez prowizje oraz wyższe abonamenty, na wyższe przychody Spółki.**

Rozbudowa Web Pushy jeszcze bardziej usprawnia komunikację z kupującym



W poprzednim raporcie kwartalnym IAI opisywała nowość czyli informacje Web Push, to znaczy nowe narzędzie w marketingu, które wyświetla ważne dla klienta informacje w jego przeglądarce internetowej jako uzupełnienie lub alternatywę do wiadomości e-mail. Teraz, **[Web Pushe zostały rozbudowane o możliwość wyświetlania pełnej treści powiadomienia nie tylko dla newsletterów, ale także dla wiadomości triggerowanych i transakcyjnych](#)**. Jest to kolejne źródło ruchu, obok IAI Ads, opisywane w tym raporcie, które sprzyja zdobywaniu i obsłudze zamówień, w pięknie wyglądającym sklepie. W rozbudowanym module Web Push sklep może swojemu klientowi pozwolić obejrzeć od razu w przeglądarce pełną treść wiadomości transakcyjnej lub triggerowanej. Ponadto dla wiadomości transakcyjnych dodana została możliwość ustalenia czasu ważności powiadomienia Web Push. Po otrzymaniu takiego powiadomienia informującego np. o zmianie statusu zamówienia, można było je dotychczas zamknąć lub skierować czytającego na wskazany

adres URL. Przykładowa informacja z zastosowaniem powiadomienia Web Push z włączonym podglądem pełnej wiadomości e-mail może wyglądać jak na ilustracji. Oznacza to, że po otrzymaniu przykładowej wiadomości Web Push o zmianie statusu zamówienia, po jej kliknięciu na stronie sklepu może zostać zaprezentowany podgląd pełnej treści takiej wiadomości. **W ten sposób znacznie poprawia się interakcja klienta ze sklepem, co więcej klient dostaje informacje w sytuacji kiedy korzysta z przeglądarki, więc także z internetem. Można łatwo trafić w jego uwagę i skupić ją na zakupach. To przekłada się na większą konwersję w sklepach, a to przez abonamenty i prowizje na wyższe przychody IAI.**

Dostosowanie się do zmian na Allegro zapewnia bezpieczeństwo sklepom korzystającym z IdoSell Shop (IAI-Shop.com)

Jedną z wielu zalet korzystania z modelu SaaS jest **pewność klientów, że sklep będzie dostosowany w sposób automatyczny i standardowy do zmieniającego się otoczenia prawnego lub integracyjnego**. Właściciele tysięcy sklepów nie muszą przy każdej zmianie w otoczeniu sklepu inwestować w realizację zmian w oprogramowaniu lub templateach obciążając tym swoich pracowników lub korzystać z zewnętrznych agencji i być zdanym na ich ceny lub kolejki. **W modelu SaaS firma dostarczająca usługę dba, żeby jej klienci bezpiecznie sprzedawali jak najwięcej**. Dlatego przy okazji takich zmian robi to nieinwazyjnie, bezpiecznie i efektywnie dla ich biznesu. Podobnie jest w obecnej sytuacji, kiedy **serwis Allegro.pl zmienia warunki wystawiania aukcji na zasady ujednoczonego opisu ofert**. Oferty sprzedawców, którzy nie dostosują swoich szablonów przed wprowadzeniem zmian, przestaną być widoczne dla kupujących w tym serwisie. Choć zmiana wchodzi w życie od lutego 2018 roku [Spółka dbając o biznes klientów już teraz dostosowała wystawianie aukcji z panelu sklepu do nowych zasad ujednoczonego opisu ofert na Allegro](#). W ten sposób zapewniona jest ciągłość sprzedaży sklepów korzystających z integracji IAI-Shop.com z serwisem Allegro, a większa sprzedaż sklepów wprost przekłada się na wyższe przychody Spółki.

Nowości w płatnościach: lepsze zarządzanie przelewami w IAI Pay i płatności odroczone od PayU usprawniają pracę sklepów

Spółka zawsze stawia na kompleksowość rozwiązań, w tym zakresie wygodnym rozwiązaniem jest [IAI Pay, w którym dla opcji multishop \(wiele sklepów w jednym panelu\) można ustawić dla każdego sklepu inne konto, na które będą przekazywane wpłaty za zamówienia](#). Płatności IAI Pay to płatności dostępne we wszystkich sklepach IAI-Shop.com bez konieczności podpisywania dodatkowej umowy z operatorami płatności. Dla części banków obsługiwanych w ramach Płatności IAI Pay, środki z płatności za zamówienia są przekazywane bezpośrednio na zweryfikowane konto bankowe. Teraz, każdy sklep w panelu może mieć przypisane inne konto bankowe do wypłat. Tym samym zachodzi rozdzielenie i uporządkowanie przychodzących przelewów z różnych sklepów.

Dzięki temu zarządzanie przepływem gotówki u sprzedawcy staje się jeszcze prostsze i szybsze, co powoduje, że Klienci chętniej wybierają ten model płatności w swoich sklepach i zwiększają prowizję IAI.



Wielu kupujących w internecie woli płacić przy odbiorze towaru lub po jego przymierzaniu, innym czasem aktualnie brakuje środków na opłacenie zamówienia, teraz mogą swobodnie robić [zakupy w sklepach IAI-Shop.com \(IdoSell Shop\) zintegrowanych z płatnością PayU "Płacę później". Jest to zupełnie nowa metoda płatności, która działa w formie pożyczki i pozwala klientowi sklepu na zapłatę za zamówione towary w kwocie od 100 zł do 2000 zł.](#)



Pożyczka udzielana jest przy minimum formalności oraz z bardzo prostym i szybkim potwierdzeniem za pomocą kodu SMS. Zaletę PayU "Płacę później" powinny docenić np. sklepy z branży fashion. Możliwe jest dokonanie częściowego zwrotu kwoty zamówienia jeśli klient sklepu dokonał zwrotu zamówionego towaru. Taki zwrot pomniejsza wówczas kwotę "zadłużenia", dlatego nic nie stoi na przeszkodzie, aby np. sklep sprzedający ubrania pozwolił klientom na zamawianie ich do przymierzania i ostateczne rozliczenie w terminie do 30 dni (bądź na raty) za niezwrócone ubrania, za pomocą dobrze znanego cash back. **Takie prokonsumenckie formy płatności zwiększają skłonność do zakupów, a to przekłada się na większą sprzedaż, a więc przychody Spółki z abonamentów i prowizji.**

Każdy może stworzyć sieć punktów odbioru osobistego

Sklepy coraz więcej uwagi poświęcają odbiorom osobistym. [Aby ułatwić tak organizowany proces dostawy IAI przebudowało konfigurację magazynów by magazyn z odbiorem osobistym nie musiał być jednocześnie magazynem wysyłkowym.](#) Powiązane dotychczas ze sobą funkcje magazynowe: pełni rolę punktu odbioru osobistego, pełni rolę magazynu realizującego zamówienia z dostawami własnymi, jest magazynem wysyłkowym, od teraz mogą być ustawiane niezależnie. Taka zmiana ułatwi pracę wielu integracjom z programami księgowo-magazynowymi (IAI Bridge) czy w punktach sprzedaży stacjonarnej (IAI POS). Jest ona dedykowana klientom, którzy posiadają magazyny, które w swoim założeniu nie powinny w żadnym wypadku realizować wysyłki zamówień (np. stanowiska sprzedaży stacjonarnej).

Kolejne usprawnienie z IV kwartału polegało na [udostępnianiu klientom sklepu dodatkowych miejsc \(punkty odbioru\), w których mogą odebrać paczki z zamówieniami.](#) Pozwala to organizować własną sieć punktów odbioru o dowolnej wielkości, niezależnie dla każdego sklepu i kraju, bez konieczności konfigurowania wielu magazynów. Wprowadzonego przez IAI nowy typu kuriera "Odbiór w punkcie". Posiada on w tej chwili cztery możliwe do skonfigurowania sieci punktów odbioru, w których można dodać nieograniczoną liczbę wszelkiego rodzaju miejsc, w których klienci sklepu mogą odbierać zamówione towary. Każda sieć punktów odbioru jest niezależna dla sklepu i kraju, co daje wiele możliwości personalizowania punktów odbioru ze względu na region sprzedaży i asortyment sklepu.

W ten sposób firmy prowadzące sprzedaż w sieciach punktów dystrybucji mogą stworzyć jeszcze lepsze warunki obsługi swoich kupujących, a IAI może realizować bardziej skomplikowane wdrożenia, które przekładają się na realne przychody Spółki.

Nowe, tanie przesyłki od kurierów

Kupujący w internecie bardzo często wskazują, że bodźcem do podjęcia zakupów są tanie i wygodne dostawy towarów. Dlatego IAI w grudniu wprowadziło kolejne ulepszenia do dystrybucji zamówień w sklepach.



[Integracja z usługami DHL Economy i DHL Express, które dostępne są dla prowadzących sklepy w dowolnym kraju, umożliwia wysyłkę paczki na całym świecie pozwalając klientom sklepu internetowego na wybór godziny dostawy przesyłki.](#) IAI

przygotowało rozszerzenie integracji z kurierem DHL o obsługę dodatkowych usług zagranicznych DHL Economy Select i DHL Express, dostępnych w ramach oficjalnego i certyfikowanego przez samego przewoźnika rozwiązania. Dedykowana integracja sklepów IAI-Shop.com (IdoSell Shop) z DHL oznacza, że oprócz certyfikowanego przez DHL rozwiązania, w panelu sklepu pojawia się wiele ułatwień, m.in. etykiety dla przesyłek dostępne bez konieczności przechodzenia do serwisu zewnętrznego firmy DHL. Z punktu widzenia wygody klienta sklepu, przy niektórych usługach jest podana godzina, do której następuje doręczenie przesyłki.

Kolejnym **[ułatwieniem w logistyce są tańsze przesyłki dzięki integracji Paczki E-Commerce InPost.](#)** Paczka E-Commerce InPost to dedykowana branży e-commerce usługa, dzięki której Sklep wyśle drobne produkty, oferując tańszą przesyłkę. Szczególnie dedykowana jest dla sklepów internetowych, które w swojej ofercie mają drobny asortyment (np. leki, książki, płyty CD, kosmetyki, odzież itp.). **Niższe ceny przesyłek pomagają maksymalnie znieść barierę przed zakupami w sieci i przez to maksymalizacją sprzedaży klientów IAI-Shop.com (IdoSell Shop), co przez prowizję i abonamenty przekłada się na przychody Spółki.**

Dużo nowości w RMA pomagają lepiej zarządzać całym procesem reklamacji i dbać o satysfakcję kupującego

[Dużo nowości pojawiło się także w dziale RMA, czyli obsłudze reklamacji.](#) System informuje obsługę sklepu o każdym nowym pytaniu od klienta, więc ta nigdy nie przegapi odpowiedzi do złożonych reklamacji. Sklep w IAI-Shop.com (IdoSell Shop) może bowiem kontrolować czas reklamacji jaki oczekują na obsłużenie i na dotarcie przesyłki od klienta, a także wyłączyć możliwość reklamowania towarów, dla których minął już okres gwarancji. Ponadto można dokonać zwrotu środków na kartę podarunkową lub bon towarowy, zwracając także koszt za przesyłkę, a na wzór kreatora zwrotów sprzedanych towarów wprowadzony został dodatkowy krok w procesie składania reklamacji, w którym klient wybierze preferowaną formę zwrotu należności. Na sam koniec z rozbudowanego raportu menedżerskiego właściciel sklepu dowie się więcej na temat reklamacji złożonych, rozpatrzonych i anulowanych. W ten sposób sklepy IAI-Shop.com (IdoSell Shop) czynią proces reklamacji niezwykle przyjaznym nawet w bardzo małym sklepie i niezwykle przewidywalnym i pozbawionym błędów nawet w bardzo dużym. **Reklamacja jest momentem w którym paradoksalnie sklep może pozyskać bardzo wiernego klienta. Dlatego jest tak istotnym procesem obsługi. Pozyskiwanie klientów i dobrych opinii powoduje wzrost sprzedaży sklepów, a ten przez wzrost prowizji i abonamentów przekłada się na przychody Spółki.**

Kompleksowe podejście do zarządzania cenami i dostępnością w obiektach noclegowych

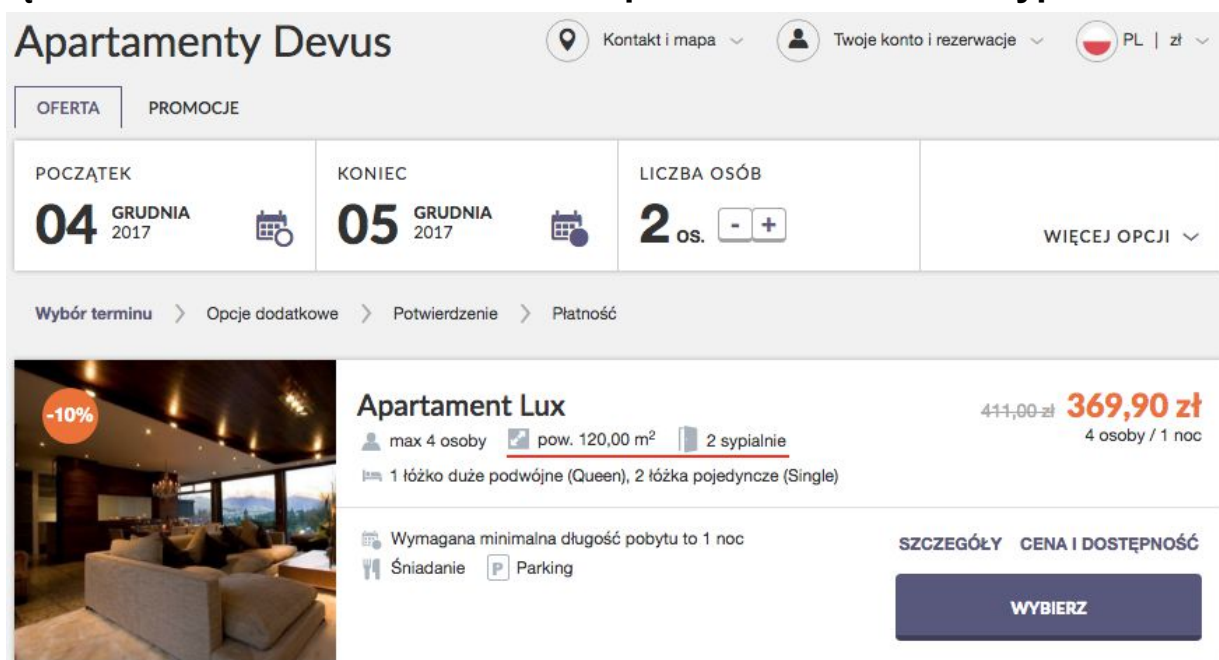
Reorganizacja menu w sekcji Udostępnij w jednym miejscu pozwala kontrolować zarządzaną ofertą w serwisach zewnętrznych i zwiększa efektywność pracy z IdoSell Booking. Teraz z jednego miejsca właściciel ośrodka noclegowego sprawdzi w jakich serwisach może umieścić swoją ofertę, czy musi podpisać umowę z serwisem albo czy sprawę załatwi za klienta IdoSell Booking. Widoczna jest także wysokość prowizji danego serwisu i kraje z których serwis pozyskuje rezerwacje. **Usprawnienie przekazywania informacji o nowych kanałach dystrybucji oferty ośrodków noclegowych zwiększa konwersję, przez to liczbę rezerwacji oraz prowizji IdoSell Booking.**

Podobne usprawnienie zostało wykonane w zakresie zarządzania cenami. Dotychczasowa opcja „Pokaż ceny” dostępna na Kalendarzu rezerwacji została przeniesiona do Kalendarza zarządzania cenami i udostępniona w dedykowanym widoku dostępnym po wybraniu opcji Zarządzaj cenami w planie cenowym (pole wyboru w nagłówku tabeli cen). Ponadto do tej pory nie było możliwości modyfikacji ceny tylko w serwisach OTA (tj. eholiday.pl, Booking.com, Expedia itp.), a **ulepszony kalendarz zarządzania cenami, pozwala na modyfikację tylko samych cen w serwisach OTA bez zmiany cen w Widgecie. Czyli można stosować inne polityki cenowe dla serwisów, które pobierają prowizję oraz dla gości wynajmujących pokój bezpośrednio.** To pozwala klientom IdoSell Booking tworzyć bardziej indywidualne strategie cenowe w zależności od opłacalności danego kanału dystrybucji oferty. W efekcie przełoży się to na zwiększenie przychodów ze sprzedaży, a to przez abonamenty i prowizje na przychody IAI.

Usprawni to zarządzanie ofertą prezentowaną w wielu różnych serwisach agregujących oferty noclegowe. Klienci zyskali możliwość bieżącego podglądu wszystkich cen dla osób, w różnych przedmiotach rezerwacji oraz co ważniejsze możliwość jednoczesnej modyfikacji wielu cen, w wielu przedmiotach w dowolnym zakresie czasu. Dodatkową zaletą nowego kalendarza jest możliwość podejrzania cen na przestrzeni wybranego przez właściciela ośrodka noclegowego okresu. Dzięki temu może śledzić ceny obowiązujące w różnych planach cenowych, w różnych przedmiotach rezerwacji bez konieczności przechodzenia do każdego z nich osobno. **Ponownie, każde usprawnienie zarządzania ofertą sprzyja kolejnym wdrożeniom oraz większej liczbie rezerwacji i wartości prowizji IdoSell Booking.**

Zwieńczeniem tych zmian było zaprezentowanie **nowego Channel Manager IdoSell Booking dla integracji z Booking.com, Expedia, eholiday.pl oraz BookApart.** Za sprawą tych zmian, konfiguracja planów cenowych (tzw. rateplanów) jest znacznie prostsza i odporna na zmiany we własnych rateplanach. Dodatkowo określenie ofert zwrotnych i bezzwrotnych jest teraz możliwe w każdej integracji. Uproszczenie logiki działania integracji znacznie pomaga w konfiguracji ustawień i działaniu wszystkich integracji w zakresie Channel Managera. Głównym celem, który przyświecał IAI, tak jak zawsze, jest automatyzacja i zamknięcie całości w prostym schemacie „ustaw & zapomnij”. **Nowe rozwiązanie pozostawia jednak olbrzymią swobodę klientom IdoSell Booking w tworzeniu strategii cenowych swojego ośrodka noclegowe. Takie rozwiązania przyciągają kolejnych klientów, a nowym ułatwiają sprzedaż, przez co rosną przychody Spółki z wdrożeń oraz prowizji.**

Większe możliwości informowania o powierzchni i liczbie sypialni



Każdy obiekt noclegowy może teraz wzbogacić swoją ofertę o informacje na temat powierzchni i liczby sypialni. Do tej pory, szczególnie właściciele apartamentów, ale również innych miejsc noclegowych umieszczali informacje na temat powierzchni i ilości sypialni wynajmowanego miejsca noclegowego w ogólnym opisie. Dzięki nowej opcji są one od razu prezentowane na pierwszej stronie w Kalendarzu Rezerwacji (Widget). **Informacje zawarte w opisie oferty ułatwiają potencjalnym gościom podjęcie decyzji o rezerwacji noclegów.** Dlatego IAI stale rozbudowuje możliwe do ustawienia opcje w miejscu noclegowym i zapewnia przekazywanie tych informacji do serwisów, w których udostępniana jest oferta klientów IdoSell Booking. **W ten sposób zwiększa się liczba zamówień, a co za tym idzie przychody z Spółki z prowizji.**

IdoSell Booking otwiera się na developerów

Podobnie jak w IAI-Shop.com, także w IdoSell Booking, Spółka stawia na współpracę z zewnętrznymi developerami. **Nowo dodana bramka Offer pozwala developerom pobrać informacje na temat dostępności oferty w podanym terminie, jak i podstawową cenę sprzedaży.** Bramka Offer umożliwia pobieranie informacji na temat cen obowiązujących w Kalendarzu rezerwacji (Widget) i dostępności poszczególnych przedmiotów rezerwacji na każdy dzień. W planach są kolejne nowości. **Otwarcie na developerów pozwala klientom tworzyć swobodnie i we własnym zakresie kompletnie indywidualne rozwiązania i scenariusze wykorzystanie IdoSell Booking. Dzięki temu rozszerza się zakres możliwych wdrożeń IdoSell Booking.**

Integracja z Google Tag Manager ułatwia marketing miejsc noclegowych

Dzięki **wprowadzeniu integracji z Google Tag Managerem**, klient IdoSell Booking (<http://www.idosell.com/pl/booking/>) ma ułatwioną pracę z licznymi kodami marketingowymi (Google AdWords, Analytics, Facebook, Doubleclick oraz wiele innych), które pozwalają na śledzenie, mierzenie i akcje marketingowe do użytkowników strony. Dzięki niemu praca SEM managera przebiega szybciej i sprawniej, kampanie klientów IdoSell Booking są lepiej dostosowane do rynku, sezonu i klientów, a przez to rośnie ruch na ich stronach. **To powoduje więcej zamówień i wyższe prowizje dla IAI.**



Lepsza komunikacja z rezerwującym dzięki SMS

Komunikacja klienta IdoSell Booking (<http://www.idosell.com/pl/booking/>) została rozbudowana o kanał SMS. Wcześniej wiadomości transakcyjne wysyłane były e-mailami. Jeżeli gość hotelowy był w drodze, to mógł wiadomość odczytać z opóźnieniem, SMS jest dużo bardziej dostępny. **IdoSell Booking posiada rozbudowane narzędzie, do wysyłki wiadomości transakcyjnych do rezerwujących, wykorzystując do tego kanały e-mail, a teraz także SMS.** Można zarządzać wysyłką i edytować treść takiej wiadomości, którą otrzymuje gość. IAI przygotowało 10 szablonów informacji SMS, w których rekomenduje wysyłanie SMS do rezerwujących.



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, cross-docking i dropshipping
- dostarczanie wartościowego ruchu do sklepu przez IAI Ads
- 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 (Płatności IAI) oraz usługi kurierskie (IAI Broker)
- system inteligentnych rekomendacji produktowych – IAI RS
- obsługa zwrotów od klienta do sklepu internetowego
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com.

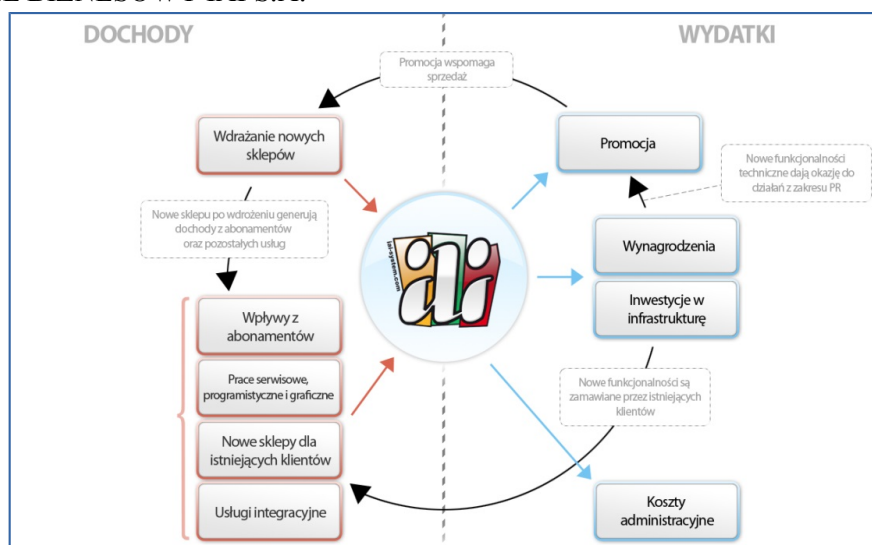
IdoSell Booking pozwala na obsługę przez Internet oraz mobilnie rezerwacji w obiekcie noclegowym lub rezerwacji sprzętu, rzeczy lub samochodów, składanych przez klientów przez wiele kanałów: na stronie internetowej obiektu, mobilnie lub przez portal Facebook. Usługa działa na podstawie widgetu, który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

- Wielojęzyczną, darmową wizytówkę RWD lub 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, RWD Widgetu i wizytówki

- Możliwość uruchomienia strony wizytówki z własną grafiką, template i we własnej domenie plus personalizacja wyglądu
- 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 149 zł netto w najniższym planie taryfowym do 9999 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 zawarte, 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.](#) Podobnie w IdoSell Booking możliwe jest wykupienie [kompleksowej usługi konfiguracji](#) oraz [wdrożenia własnej strony Wizytówki obiektu w bardzo atrakcyjnej cenie](#). 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, kalkulowanych indywidualnie](#), 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 49 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 (IAI Pay), usługi kurierskie (IAI Broker), 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 (omnichannel) oraz [sprzedaży towarów wirtualnych \(muzyka, e-booki, także jako OPS – One Page Shop, czyli sklep tylko dla jednego towaru\)](#).** 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, porównywarek, 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. [Dodatkowo w pełni wspiera i automatyzuje dropshipping i cross-docking - czyli logistyka bez magazynu](#). Dropshipping i cross-docking to dwa podejścia do sprzedaży, w których sklep internetowy sprzedaje towar którego fizycznie nie posiada. Te rozwiązania szczególnie polecane są dla sklepów zaczynających swoją działalność oraz już funkcjonujących, a chcących poszerzyć swój asortyment.

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 obsługiwaniu 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 ([więcej o 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.](#)

- **IAI ERP Exporter** - to darmowa dla wszystkich klientów IAI-Shop.com (IdoSell Shop) aplikacja, dzięki której sklep pobierze z panelu administracyjnego IAI-Shop.com dokumenty magazynowe, sprzedaży oraz wpłat i wypłat w uniwersalnym formacie EDI++ (EPP). W ten sposób pobrane pliki szybko można zaimportować do swojego programu sprzedażowo-magazynowego, czy przekazać do swojego biura rachunkowego. IAI ERP Exporter skraca czas przepływu dokumentów i automatyzuje proces pobierania ich w formie elektronicznej. Dzięki zastosowaniu Java, można go uruchomić na dowolnym systemie operacyjnym, w tym Windows, MacOS i Linux. [Dowiedz się więcej o IAI ERP Exporter](#)
- **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.](#)
- **IdoSell Booking Bridge** - aplikacja dedykowana dla właścicieli obiektów noclegowych, którzy korzystają z systemu X2Hotel firmy Adith, KWHotel Standard firmy Kajware lub S4H Hotel firmy S4H Spółka z o.o. IdoSell Booking Bridge łączy panel programu rezerwacji hotelowej IdoSell Booking z oprogramowaniem hotelowym, przenosząc do niego informacje o rezerwacjach, cenach i danych klientów oraz w drugą stronę przenosząc do internetu informacje o wolnych miejscach i terminach. Pozwala na prowadzenie równoległe rezerwacji offline i on-line. IdoSell Booking Bridge jest aplikacją dla systemu operacyjnego Windows, instalowaną i uruchamianą na stacjonarnym komputerze. [Dowiedz się więcej o IdoSell Booking Bridge.](#)

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 (IdoSell Shop) 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 (IdoSell Shop) 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 (IdoSell Shop), który umożliwia sprzedaż hurtową i detaliczną, wiele z firm planujących rozpoczęcie 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 14 lutego 2018 r.

| | Seria A | Seria B i C (dopuszczone do obrotu na NewConnet) | Łączna liczba akcja | Udział Procentowy |
|-------------------------|-----------|--|------------------------|----------------------|
| Paweł Fornalski | 4 893 750 | 529 669 | 5 423 419 | 66,49% |
| Sebastian Muliński | 1 856 250 | 209 180 | 2 065 430 | 25,32% |
| Pozostali Akcjonariusze | | 667 386 | 667 386 | 8,18% |
| Razem | 6 750 000 | 1 406 235 | 8 156 235 | 100,00% |

Struktura głosów na WZA na 14 lutego 2018 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 | 10 317 169 | 69,27% |
| Sebastian Muliński | 3 921 680 | 26,31% |
| Pozostali Akcjonariusze | 667 386 | 4,42% |
| Razem | 14 906 235 | 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