



# Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 kwietnia 2013 r. do 30 czerwca 2013 r.

Szczecin, 14 sierpnia 2013 r.



## Spis treści

Informacje ogólne.....	3
Wybrane dane finansowe.....	4
Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.....	5
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.....	8
Przedmiot działalności Spółki.....	14
Struktura akcjonariatu.....	17

# Informacje ogólne

## Dane spółki

NAZWA SPÓŁKI:	IAI Spółka Akcyjna
SIEDZIBA, ADRES:	Szczecin, ul. Madalińskiego 8 70-101 Szczecin
NR TELEFONU, FAKSU:	tel.: + 48 91 443 66 00 fax.: +48 91 443 66 08
ADRES STRONY INTERNETOWEJ:	<a href="http://www.iai-sa.com">www.iai-sa.com</a>
ADRES POCZTY ELEKTRONICZNEJ:	<a href="mailto:office@iai-sa.com">office@iai-sa.com</a>
SĄD REJESTROWY:	Sąd Rejonowy Szczecin-Centrum w Szczecinie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
DATA REJESTRACJI W KRS:	2 kwietnia 2009 roku
NR KRS:	000325245
NR REGON:	320147706
NIP:	8522470967

## Organy spółki

W skład Zarządu IAI S.A. na dzień 30 czerwca 2013 roku wchodził:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 30 czerwca 2013 roku wchodził:

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

28 czerwca 2013 roku Zwyczajne Walne Posiedzenie Akcjonariuszy IAI S.A. w Szczecinie podjęło uchwałę o powołaniu na następną kadencję Rady Nadzorczej w tym samym składzie osobowym.

W okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2013 roku w organach Spółki nie zaszły żadne zmiany.

# Wybrane dane finansowe

## Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 30.06.2013	w złotych na 30.06.2012
<b>AKTYWA</b>		
Wartości niematerialne i prawne	447 798,23	532 972,43
Rzeczowe aktywa trwałe	37 829,92	105 335,64
Należności długoterminowe	0	0
Inwestycje długoterminowe	0	0
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	18 499,00	15 110,00
Zapasy	0	0
Należności krótkoterminowe	520 268,34	242 836,33
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	3 972 445,35	3 261 754,50
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	47 272,72	41 278,46
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>5 044 113,56</b>	<b>4 199 287,36</b>
<b>PASYWA</b>		
Kapitał własny	2 820 844,50	2 488 080,19
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0	0
Rezerwy na zobowiązania	46 862,71	45 005,71
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	2 036 647,34	1 318 843,24
Rozliczenia międzyokresowe	139 759,01	347 358,22
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>5 044 113,56</b>	<b>4 199 287,36</b>

## Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.04- 30.06.2013	w złotych za 01.04- 30.06.2012	w złotych 01.01-30.06.2013 <sup>1</sup>	w złotych 01.01-30.06.2012 <sup>1</sup>
Przychody netto ze sprzedaży	1 917 966,18	1 212 656,86	3 760 778,17	2 409 477,55
Koszty działalności operacyjnej	1 841 257,30	1 297 227,78	3 476 467,90	2 429 675,27
Amortyzacja	51 369,52	64 144,50	94 113,08	117 929,62
Zysk/strata na sprzedaży	76 708,88	-84 570,92	284 310,27	-20 197,72
Pozostałe przychody operacyjne	1 230,64	110 219,82	1 230,64	110 232,92
Pozostałe koszty operacyjne	1 501,62	2 601,84	7 532,58	7 208,88
Zysk / strata z działalności operacyjnej	76 437,90	23 047,06	278 008,33	82 826,32
Przychody finansowe	9 202,18	8 353,21	20 709,66	18 170,20
Koszty finansowe	115,07	34,68	544,46	35,35
Zysk / strata z działalności gospodarczej	85 525,01	31 365,59	298 173,53	100 961,17
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0	0	0	0
Zysk / strata brutto	85 525,01	31 365,59	298 173,53	100 961,17
Podatek dochodowy	48 919,00	12 142,00	88 467,00	20 975,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0	0	0	0
Zysk / strata netto	36 606,01	19 223,59	209 706,53	79 986,17

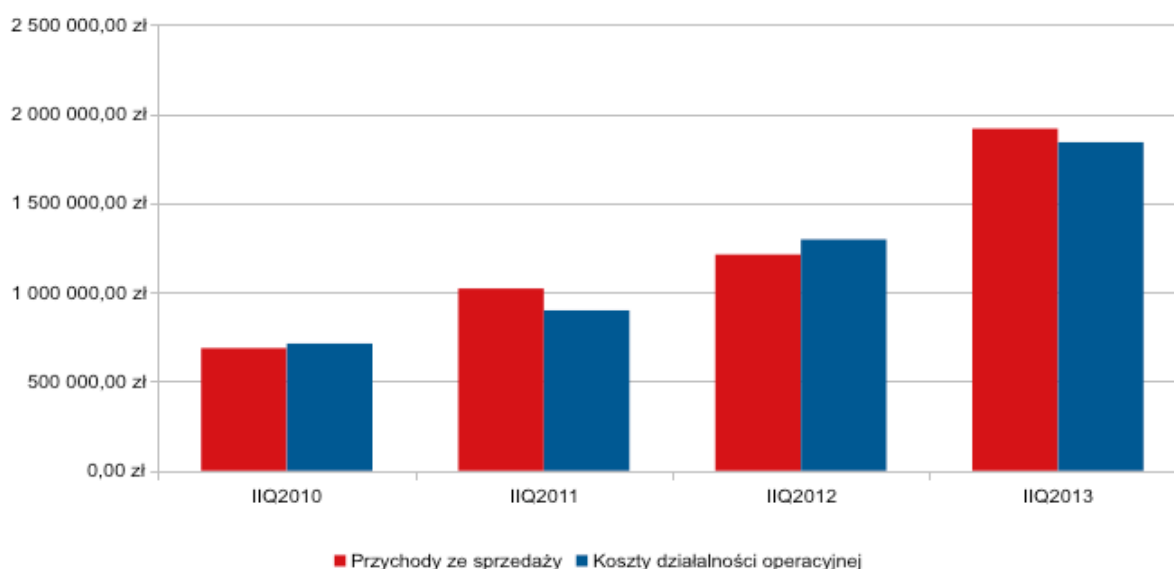
<sup>1</sup> Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

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

**Drugi kwartał 2013 roku, to kolejny z rzędu okres, kiedy Spółka notuje około 60% wzrost przychodów w odniesieniu do analogicznego okresu z poprzedniego roku. Jednak obok szybkiego wzrostu przychodów, istotną jest także rosnącą efektywność Spółki. Obrazuje ją 85% wzrost EBITDA w pierwszym półroczu 2013 roku.**

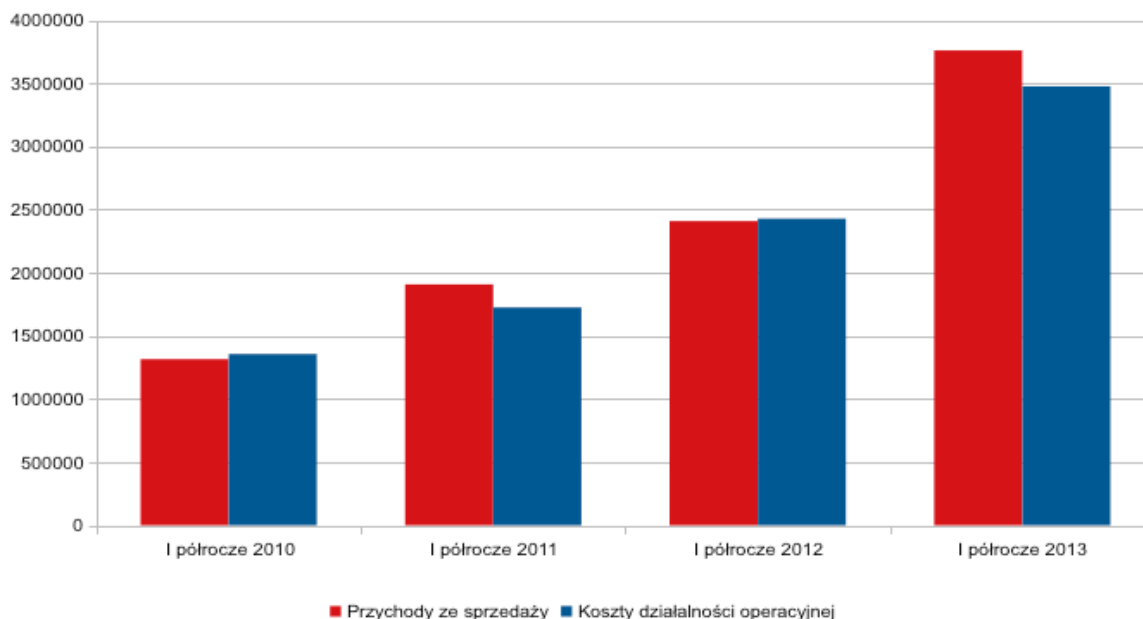
Spółka systematycznie zdobywa rynek przeprowadzając z sukcesem kolejne wdrożenia swoich usług. Dodatkowo regularnie wprowadzane nowe usługi i produkty, dokładnie opisywane w tym oraz poprzednich raportach kwartalnych i miesięcznych, przekładają się na stały i bardzo dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży. **Przychody w drugim kwartale 2013 roku były o 58,16% wyższe niż w analogicznym okresie 2012 roku.** Jeżeli jednak porównamy wyniki z trzech ostatnich lat, to okazuje się, że **przychody ze sprzedaży uległy praktycznie potrojeniu.** Ich poziom z drugiego kwartału 2013 roku to **279% poziomu z drugiego kwartału 2010 roku.** Przypomnijmy, że w poprzednim raporcie kwartalnym, za pierwszy kwartał 2013 roku, Spółka podała, że przychody w tym okresie były o 53,98% wyższe niż w pierwszym kwartale 2012 roku i prawie trzykrotnie wyższe niż w pierwszym kwartale 2010 roku. A przychody ze sprzedaży w drugim kwartale 2013 roku, są wyższe niż w pierwszym kwartale bieżącego roku.

Przychody ze sprzedaży i koszty działalności operacyjnej w kolejnych drugich kwartałach



Systematyczność bardzo wysokiego tempa wzrostu potwierdza dodatkowo porównanie wyników za pierwsze półrocza. W tych danych także widać prawie identyczne wyniki wzrostu sprzedaży. **Przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu były o 56,08% wyższe niż 2012 i osiągnęły poziom 285,74% przychodów z pierwszego półrocza 2010 roku.**

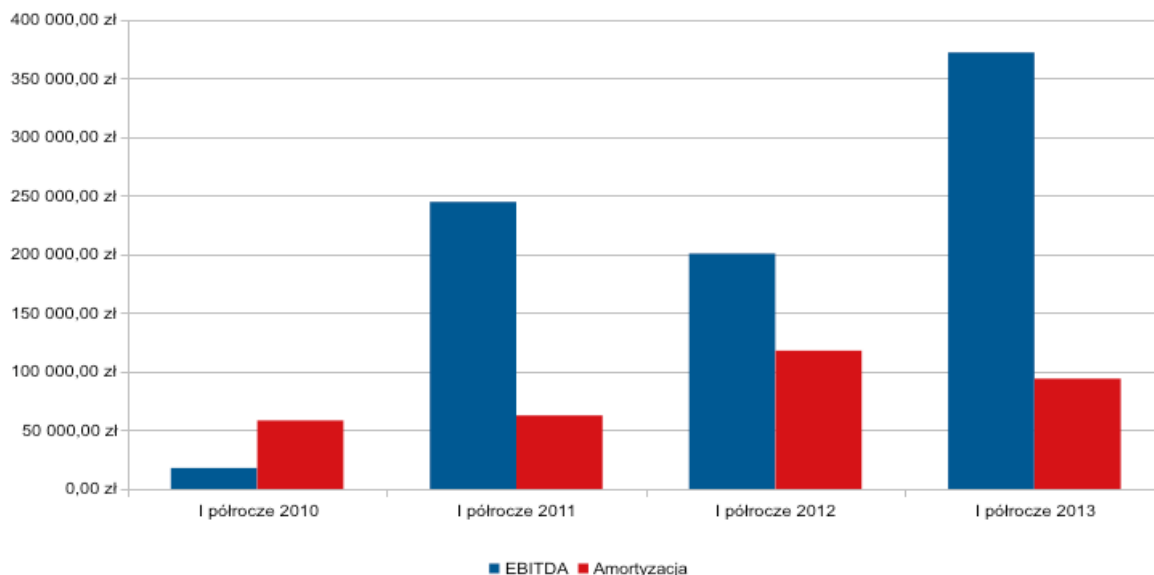
Przychody ze sprzedaży i koszty działalności operacyjnej  
w kolejnych pierwszych półroczach



Co istotne, **koszty operacyjne Spółki rosną zdecydowanie wolniej**. Analizując tylko drugie kwartały, widać że koszty wzrosły o 42% w ujęciu do 2012 roku i 158,23% w ujęciu do 2010 roku. Ponownie, wyniki analiz pierwszych półroczy są bardzo podobne i widać wyraźnie podobne wzrosty, Jest to odpowiednio: 43,08% w stosunku do pierwszego półrocza 2012 roku i 156,24% porównując do pierwszego półrocza 2010 roku.

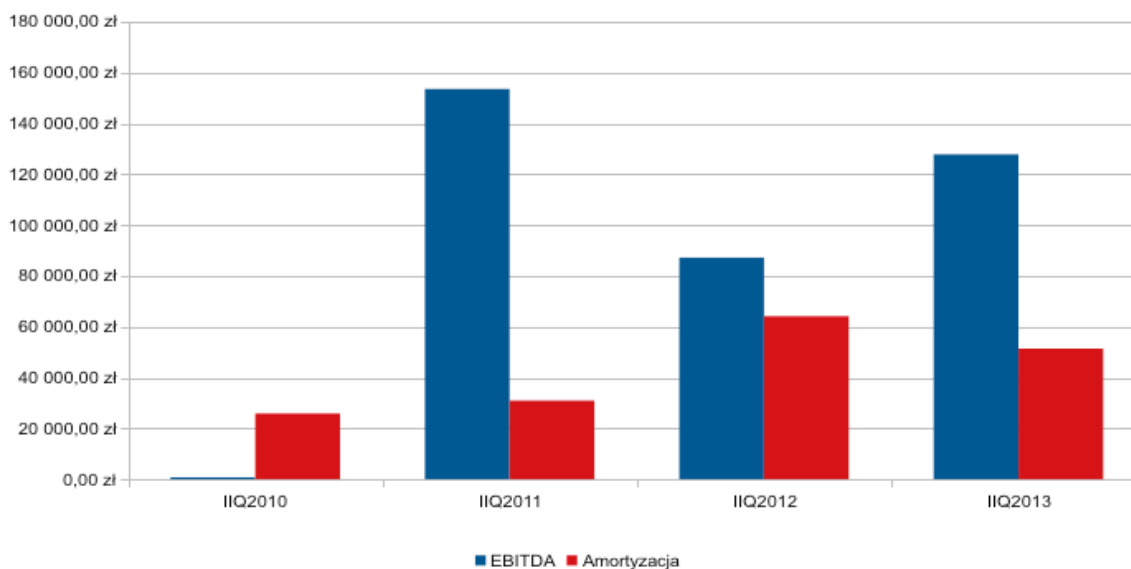
**Wynika to z polityki Zarządu zmierzającej do racjonalnego wzrostu kosztów, szybkiego wzrostu sprzedaży, a co za tym idzie zwiększenie efektywności Spółki.** Wzrost kosztów wynika przede wszystkim z wydatków na wynagrodzenia pracowników oraz inwestycji w infrastrukturę. Jednak dzięki tym wydatkom Spółka może obsługiwać stale rosnącą grupę klientów oraz tworzyć, nowe i innowacyjne usługi, które zwiększają przychody w przyszłości i zapewniają Spółce pozycję lidera technologicznego w swoich branżach. Ponadto w drugim oraz trzecim kwartale 2013 roku wzrost kosztów wynika i będzie wynikał także z wydatków związanych z zmianą siedziby i przygotowaniem nowej powierzchni biurowej ([informację o tym Spółka podała w raporcie bieżącym w maju br.](#)). Jednak Zarząd przewiduje, że będzie to chwilowy wzrost wydatków, a dzięki nowej powierzchni biurowej, Spółka będzie mogła zatrudnić kolejnych pracowników, co w efekcie przełoży się na wyższą sprzedaż w kolejnych okresach.

EBITDA i amortyzacja w kolejnych pierwszych półroczach



Dbanie o efektywność kosztową przekłada się na wzrost efektywności całej Spółki. Widać to po wskaźniku EBITDA, który w ujęciu kwartał do kwartału, wzrósł w porównaniu z drugim kwartałem 2012 roku aż o 46,58%. Jeżeli jednak porównamy poziom EBITDA z pierwszego półrocza 2013 roku do poziomu z półrocza 2012 roku wzrost będzie wynosił 85,36%. Co więcej, w ciągu trzech lat półroczna EBITDA wzrosła ponad dwudziestokrotnie. Dalsze inwestycje, nakreślone w poprzednim akapicie, mają na celu przynajmniej utrzymać takie tempo rozwoju Spółki.

EBITDA i amortyzacja w kolejnych drugich kwartałach



Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Bilans ukazuje, że Spółka dysponuje wysokimi rezerwami gotówki, przewyższającymi wielkość pozyskanego w wyniku oferty prywatnej kapitału, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Dodatkowo dodatni wynik finansowy oraz



zwiększenie rentowności, w wyniku wcześniejszych inwestycji, pozwalają finansować rosnące koszty (przede wszystkim w wyniku zwiększenia zatrudnienia oraz inwestycje w nowe biuro) 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**

13 czerwca 2012 roku [Spółka opublikowała prognozy przychodów na lata 2012 – 2014 wraz z ich obszernym omówieniem i uzasadnieniem](#), które wynoszą:

- rok 2013 - przychody ze sprzedaży 9,2 miliona złotych
- rok 2014 - przychody ze sprzedaży 13,85 miliona złotych

Analizując wyniki sprzedaży w drugim kwartale 2013 r., której wartość wyniosła 1,92 miliona złotych oraz wysoką dynamikę wzrostu sprzedaży, Zarząd uznaje że prognoza na lata 2013 i 2014 zostanie zrealizowana.

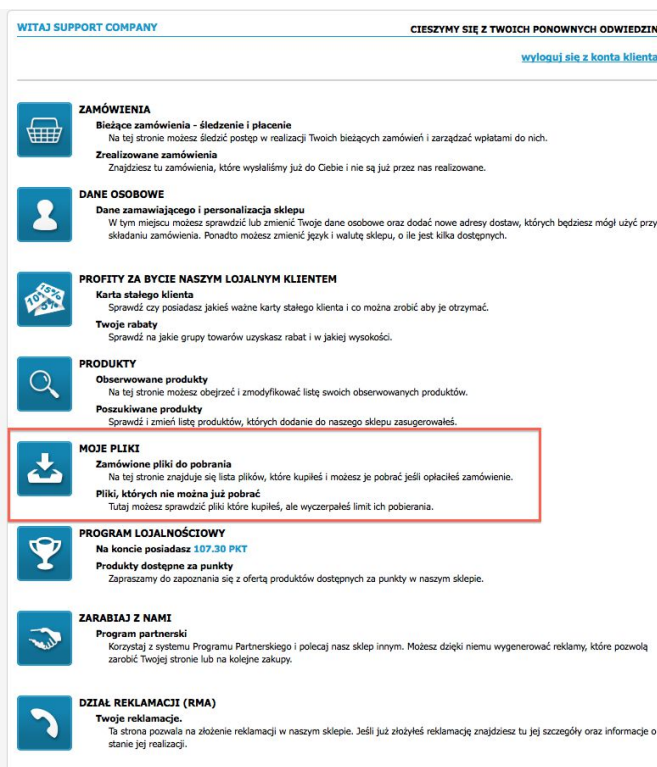


# Komentarz Zarządu Emitenta na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności, w szczególności poprzez działania nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie

Spółka skupia się na oferowaniu profesjonalnym sprzedawcom najbardziej efektywnych i bezpiecznych narzędzi, które pozwalają swobodnie tworzyć i analizować strategię sprzedaży w internecie. Taki charakter mają nowości zaprezentowane w drugim kwartale 2013: od sprzedaży treści elektronicznych, przez świetne narzędzie analityczne, czyli testy A/B, zwiększającą efektywność zarządzania dokumentacją sprzedaży integrację EDI++ oraz podnoszące bezpieczeństwo handlu partnerstwo z PayPal.

## Nowy rynek dla IAI-Shop.com - sprzedaż treści elektronicznych

Dzięki nowej ofercie Spółki, otwarcie sklepu internetowego sprzedającego pliki, np. e-booki, audiobooki czy muzykę jest bardzo proste i bezpieczne. [IAI-Shop.com stwarza możliwość sprzedaży plików w najlepszym możliwym stylu, czyli wygodnie, bezpiecznie i bez wybierania, czy sklep sprzedaje tradycyjne \(materialne\) towary czy wirtualne.](#) Daje to ciekawe możliwości rozwoju sklepów np. pozwalając obok realnych towarów, oferować także odpłatne poradniki w różnych formatach (tekstowe lub video), kursy, oczywiście księgarnie z audiobookami i e-bookami, a także kompleksowe sklepy dla fanów muzyki, gdzie obok płyt i mp3 mogą być sprzedawane koszulki zespołów. Dzięki bardzo kompleksowemu podejściu klienci Spółki mogą swobodnie tworzyć wiele różnych modeli biznesowych i w ten sposób efektywnie budować przewagę konkurencyjną na swoich rynkach. Nowa



The screenshot shows the IAI-Shop.com website interface. At the top, it says "WITAJ SUPPORT COMPANY" and "CIESZYMY SIĘ Z TWOICH PONOWNYCH ODWIEDZIN" with a link "wyloguj się z konta klienta". The main content is organized into several sections, each with an icon and a title:

- ZAMÓWIENIA**: Bieżące zamówienia - śledzenie i placenie. Zrealizowane zamówienia.
- DANE OSOBOWE**: Dane zamawiającego i personalizacja sklepu.
- PROFITY ZA BYCIE NASZYM LOJALNYM KLIENTEM**: Karta stałego klienta, Twoje rabaty.
- PRODUKTY**: Obserwowane produkty, Poszukiwane produkty.
- MOJE PLIKI**: Zamówione pliki do pobrania, Pliki, których nie można już pobrać.
- PROGRAM LOJALNOŚCIOWY**: Na koncie posiadasz 107,30 PKT.
- ZARABIAJ Z NAMI**: Program partnerski.
- DZIAŁ REKLAMACJI (RMA)**: Twoje reklamacje.

usługa nie tylko zwiększy przychody obecnych klientów Spółki, ale przyciągnie także nowych. To, w ramach abonamentów, prac graficznych i przychodów z pośrednictwa w płatnościach internetowych przełoży się na dalszy dynamiczny wzrost przychodów Spółki.

### **Testy A/B w służbie zwiększenia sprzedaży w sklepach internetowych**

Bardzo istotnym narzędziem pomagającym uczynić sprzedaż bardziej efektywną i zwiększyć konwersję są tak zwane [testy A/B, które od kwietnia są dostępne dla wszystkich klientów, którzy prowadzą sklepy internetowe w oparciu o IAI-Shop.com](#). Jest to świetny środek, do analizowania i poprawiania swojego sklepu tak, aby stał się możliwie bliski ideału i przynosił maksymalną konwersję. Testy A/B pozwalają porównywać dwa różne rozwiązania, nie tylko związane z grafiką sklepu, ale także tekstami, ofertami, opisami, które pozwolą na porównanie i ewolucyjne doskonalenie oferty. Testy A/B polegają w skrócie na tym, że użytkownik wchodzi na domenę sklepu np. [www.mojsklep.pl](http://www.mojsklep.pl) i jeżeli jest dla niego tworzona nowa sesja, ma on losowany jeden z wariantów testu "A" lub "B". Każdy z wariantów w IAI-Shop.com może być dowolnie wyglądającym i działającym sklepem. Można zatem wprowadzić różnicę w postaci innej maski, nowego procesu składania zamówienia lub konfiguracji hotspotów, a nawet innych cen towarów i sprawdzić doświadczalnie, czy wpływają one na konwersję a nawet opłacalność zamówienia. Testy te są bardzo skuteczne, ponieważ pozwalają śledzić dwa rozwiązania w jednym czasie, w takich samych warunkach i dają prawie natychmiastową odpowiedź, które z testowanych rozwiązań jest skuteczniejsze i lepsze dla sklepu. **Klienci Spółki przyjęli bardzo dobrze tę premierę i zaczęli uruchamiać testy w swoich sklepach. Jeżeli klienci Spółki zaczną ich używać systematycznie, szybko zwiększą konwersję w swoich sklepach i wypracują realną przewagę nad swoją konkurencją, a to spowoduje zwiększenie przychodów Spółki z abonamentów, prowizji od płatności oraz przesyłek kurierskich, prac graficznych oraz przyciągnie do Spółki nowych klientów.**

### **Ułatwienie dla profesjonalnych sprzedawców – eksport danych w formacie EDI++**

Format EDI++ (tzw. pliki EPP) są standardem wśród biur księgowych w dostarczaniu informacji o zdarzeniach gospodarczych zarejestrowanych w systemach sprzedażowych. [Ponieważ IAI-Shop.com jest w pełni sprawnym systemem magazynowo-sprzedażowym, zapewniając moduł eksportu informacji o dokumentach magazynowych i sprzedaży w formacie EDI++ Spółka jako pierwsza na rynku umożliwi współpracę z dowolnym systemem księgowym.](#) Dzięki temu rozwiązaniu sprzedaż w sklepie internetowym stanie się wygodniejsza i bardziej zautomatyzowana, a przez to bardziej efektywna i bezpieczna. Przede wszystkim wyeliminowane zostaną częste ludzkie błędy przy wykonywaniu czynności księgowych manualnie. Spółka takim rozwiązaniem ponownie potwierdziła pozycję lidera technologicznego na swoim rynku, a nowymi możliwościami efektywnej i bezpiecznej pracy przyciąga kolejnych klientów.

### **Nowe rabaty zaawansowane – skuteczne zwiększanie konwersji i lojalności klientów e-sklepów**

Do IAI-Shop.com, usługi oferowanej przez Spółkę, został wprowadzony [nowy system rabatów zaawansowanych dla sklepów internetowych](#) oferujący cały szereg nowych, bardziej spersonalizowanych możliwości. Nowy interfejs daje kilka nowych scenariuszy korzystania z rabatów zaawansowanych np. umożliwi ustawianie indywidualnej ceny na dany towar dla danego klienta, co docenią hurtownie internetowe B2B. W połączeniu z IAI Bridge, który pozwala na przenoszenie rabatów z systemów ERP tworzy to bardzo zaawansowane rozwiązanie do prowadzenia hurtowni internetowej. Główne nowe możliwości rabatów zaawansowanych to: możliwość ustalania indywidualnych cen na towary dla danego klienta, możliwość ustalania rabatów w różnych wysokościach na różne grupy towarów, możliwość ustalania rabatu na koszty przesyłki, możliwość nienaliczania rabatu dla promocji, przecen itp. Daje to sklepom internetowym korzystającym z IAI-Shop.com stosowanie jeszcze bardziej zaawansowanych i spersonalizowanych polityk



rabatowych, co w tych sklepach powoduje **wzrost konwersji, liczby zamówień i średniej wartości koszyka. Dzięki temu, Spółka liczy na wyższe przychody z tytułu opłat abonamentowych, prowizji za płatności oraz usługi kurierskie. Ponadto są to rozwiązania oczekiwane często przez duże firmy wysyłkowe i Spółka liczy na pozyskanie nowych klientów z tego segmentu.**

#### **Integracja z Freshmail – nowe narzędzia do e-mail marketingu**

Nowa integracja [IAI-Shop.com z usługą Freshmail, który jest wiodącym graczem na rynku e-mail marketingu](#), jest rozwinięciem narzędzi dostarczanych przez Spółkę w ramach usługi E-mail Marketing Pro. Jednak będzie możliwa do uruchomienia również w niższych abonamentach i będzie w nich korzystna cenowo. Da to mniejszym sklepom możliwość korzystania z najbardziej efektywnego narzędzia w internetowym marketingu. Klienci Spółki zyskują rozbudowane narzędzie wspierające sprzedaż w korzystnej cenie i dzięki temu mogą prowadzić efektywne kampanie mailingowe. Spółka uzyska przychody z obsługi wyższego ruchu w sklepach internetowych, oraz prowizji od zawieranych płatności i firmy Freshmail.

#### **Kolejne rozwiązania międzynarodowe – umowa partnerska z PayPal i nowe maski**

[Spółka zaprezentowała pod koniec kwietnia 2013 roku nowe rozwiązania dla sklepów prowadzących sprzedaż międzynarodową. Zmiana polegała na dostosowaniu w standardowych szablonach do lokalnych kultur panujących w różnych rejonach świata.](#) Dzięki temu sklep sprzedający np. Wielkiej Brytanii zaprezentuje ceny w kulturze jaką znają Brytyjczycy (np. £10.00) zamiast kulturze polskiej (np. 10,00zł). Nowe zmiany obok dalszej optymalizacji procesu zakupowego oraz ulepszenia komunikacji z kupującymi, automatycznie dostosowują np.: kwestie wyświetlania cen oraz kodów pocztowych w różnych krajach (np. w Irlandii poza Dublinem nie stosuje się kodów pocztowych). **Wprowadzony pakiet zmian nie jest stosowany w ogólnie dostępnych rozwiązaniach, co stawia rozwiązania Spółki jako lidera dla sprzedaży międzynarodowej. Ekspansja zagraniczna, jest dla Zarządu kluczowym kierunkiem rozwoju Spółki, a ponadto dzięki rozwiązaniom międzynarodowym Spółka pozyskuje dużych klientów z Polski, zainteresowanych eksportem.** Dlatego takie rozwiązania przekładają się na wzrost przychodów Spółki w kolejnych okresach.

Rozwijając rozwiązania międzynarodowe [Spółka oraz PayPal zostali oficjalnymi partnerami](#). Dzięki podpisanej umowie partnerskiej wszyscy (polscy i zagraniczni) klienci Spółki zyskali specjalne warunki współpracy, w tym tak ważny element jak ochrona sprzedających. Nie bez znaczenia są również specjalnie preferencyjne warunki finansowe. Dzięki umowie partnerskiej z PayPal sprzedający jest odtąd objęty programem ochronnym i ma możliwość ubezpieczenia transakcji na wypadek zdarzeń losowych. W sytuacji, w której sprzedający nie otrzyma autoryzacji płatności lub paczka nie dotrze do klienta, PayPal bez żadnych kosztów dodatkowych pomoże odzyskać pełną kwotę transakcji. Aby transakcja była do tego zakwalifikowana muszą być spełnione odpowiednie wymagania ze strony sprzedającego oraz systemu sklepu internetowego. Jako partner PayPala, IAI-Shop.com zapewnia obsługę danych wymaganych do ochrony sprzedającego, więc każdy właściciel spełniający kryteria może z niej skorzystać. Szczegółowych informacji na ten temat dostarcza PayPal. **PayPal jest niezmiernie popularnym systemem płatności na rynkach międzynarodowych. Wprowadzenie tych usług oraz to partnerstwo podkreśla silną pozycję IAI na rynku polskim oraz uwiarygadnia usługi Spółki w oczach klientów i partnerów zagranicznych. W ocenie Zarządu przeloży się to na zwiększoną sprzedaż usług Spółki.**

# Przedmiot działalności Spółki

IAI S.A. dostarcza kompleksowe rozwiązania dla firm działających w handlu internetowym.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest dostarczanie usługi **IAI-Shop.com, czyli platformy do prowadzenia sprzedaży w Internecie**. IAI-Shop.com 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 ma między innymi następujące funkcje i możliwości:

- sprzedaż detaliczna,
- sprzedaż międzynarodowa,
- sprzedaż hurtowa,
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com,
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne,
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS),
- zarządzanie magazynem (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
- komplet narzędzi do prowadzenia sprzedaży i marketingu wielokanałowego

IAI-Shop.com tworzone jest 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.

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com dla jednego sklepu wynosi od 99 zł netto w najniższym planie taryfowym do 10 999 zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. 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 IAI-Shop.com](#).

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). Najdroższy pakiet graficzny (SUPREME) to koszt dodatkowy 6999 zł netto, ale pozwala na stworzenie bardzo

indywidualizowanego wyglądu sklepu. 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.

Wszystkie sklepy tworzone w oparciu o IAI-Shop.com 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.

Dodatkowo Spółka w ramach swojej oferty oferuje klientom zintegrowane usługi płatności elektronicznych, usługi kurierskie oraz komunikację za pomocą SMS. 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 na rynku rozwiązań do internetowej sprzedaży międzynarodowej. Wchodząc na rynki zagraniczne, szczególnie Niemcy, 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 Spółki na rynku jest kompleksowa obsługa marketingu wielokanałowego. Usługa IAI-Shop.com 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, porównywarki, 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 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 i magazynem oraz obsługiwanie zamówień ze sklepu internetowego bezpośrednio z systemu f-k. Automatyczna wymiana danych o cenach, stanach magazynowych i zamówieniach pozwala klientom skoncentrować się na sprzedaży. [Dowiedz się więcej o Bridge na stronie WWW IAI S. A.](#)
- **POS** - aplikacja do obsługi kasowej sklepu. 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.](#)



- **Integratory i Automatory** - grupa aplikacji, łączących sklep z hurtowniami internetowymi. Umożliwiają automatyczne pobranie danych od wielu dostawców wraz z opisami oraz zdjęciami i oferowanie ich w sklepie na zamówienie. Dzięki integratorom, zupełnie bez wysiłku możliwa jest sprzedaż dowolnej ilości towarów w systemie dostaw *just-in-time*. [Dowiedz się więcej o Integratorach i Automatorach na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Downloader** – program umożliwiający integrację z dostawcami, bez potrzeby budowania indywidualnych aplikacji. Podstawą działania Downloader jest format IOF ([więcej o IOF](#)) stworzony przez Spółkę w 2009r. i udostępniony dla wszystkich podmiotów na licencji Creative Common. [Dowiedz się więcej o Downloaderze na stronach IAI S.A.](#)
- **Fiskalizator** - to zewnętrzna aplikacja uruchamiana w środowisku Windows po stronie klienta. Pozwala drukować paragony z panelu administracyjnego (oraz z aplikacji pomocniczej IAI POS od wersji 1.0) przez drukarkę fiskalną. Zaletą aplikacji jest szybki proces konfiguracji drukarki oraz prosty mechanizm działania - jako usługi nasłuchującej na określonym porcie i adresie IP. Dzięki niej bez problemu można wydrukować paragon dla dowolnego zamówienia z drukarki fiskalnej. [Dowiedz się więcej o Fiskalizatorze na stronach IAI S.A.](#)

# Struktura akcjonariatu

W obrocie na NewConnect znajdują się tylko akcje serii C.

## Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 14 sierpnia 2013 r.

	Seria A	Seria B	Seria C	Liczba	Udział Procentowy
Paweł Fornalski	4893750	543750		5437500	66,67%
Sebastian Muliński	1856250	206250		2062500	25,29%
Pozostali Akcjonariusze			656235	656235	8,05%
Razem	6750000	750000	656235	8156235	100,00%

## Struktura głosów na WZA na 14 sierpnia 2013 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	10331250	69,31%
Sebastian Muliński	3918750	26,29%
Pozostali Akcjonariusze	656235	4,40%
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 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