



# Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r.

Szczecin, 15 maja 2015 r.

## Spis treści

<b>Informacje ogólne</b> .....	<b>4</b>
DANE SPÓŁKI.....	4
ORGANY SPÓŁKI.....	4
WSKAZANIE JEDNOSTEK WCHODZĄCYCH W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ. ....	4
LICZBA ZATRUDNIONYCH W PRZELICZENIU NA PEŁNE ETATY.....	4
<b>Wybrane dane finansowe</b> .....	<b>5</b>
DANE BILANSOWE.....	5
DANE Z RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT.....	5
<b>Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe</b> .....	<b>6</b>
BILANS NA 31 MARCA 2015 R.....	6
RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA PIERWSZY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO.....	7
RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA PIERWSZY KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO.....	8
ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM.....	8
INFORMACJA O ZASADACH PRZYJĘTYCH PRZY SPORZĄDZANIU RAPORTU, W TYM INFORMACJE O ZMIANACH STOSOWANYCH ZASAD (POLITYKI) RACHUNKOWOŚCI.....	8
<b>Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe</b> .....	<b>10</b>
STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM.....	13
<b>Zwięzła charakterystyka istotnych dokonań lub niepowodzeń emitenta w okresie, którego dotyczy raport, wraz z opisem najważniejszych czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających wpływ na osiągnięte wyniki</b> .....	<b>14</b>
KLIENCI IAI-SHOP.COM DOMINUJĄ W RANKINGU SKLEPÓW OPINEO.PL.....	14
WEBINARZY – ZWIĘKSZANIE PRZYCHODÓW PRZEZ EFEKTYWNA EDUKACJĘ KLIENTÓW.....	16
RÓWNA FIRMA – SPÓŁKA DOCENIONA PRZEZ STUDENTÓW I PRACOWNIKÓW WYDZIAŁU NAUK EKONOMICZNYCH I ZARZĄDZENIA UNIwersYTETU SZCZECIŃSKIEGO.....	17
RENOMA ROKU – KOLEJNA NAGRODA DLA IDOSELL BOOKING, TYM RAZEM PO PATRONATEM MINISTRA GOSPODARKI.....	17
<b>Komentarz Zarządu Emitenta na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności, w szczególności poprzez działania nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie</b> .....	<b>18</b>
NOWE OTWARCIE DLA AGENCJI INTERAKTYWNYCH – DOWOLNY WYGLĄD SKLEPU MOŻE BYĆ TWORZONY PRZEZ FREELANCERÓW I AGENCJE.....	18
SKOMPLIKOWANE OFERTY PRZEDSTAWIONE W BARDZO PRZYJEMNY SPOSÓB – KONFIGURATORY W IAI-SHOP.COM (IDOSELL SHOP)20	
AUKCJE DO WYCZERPANIA I SKLEP AUKCyjNY – ZWIĘKSZANIE EFEKTYWNOŚCI SPRZEDAŻY NA AUKCJACH.....	21
IDOSELL BOOKING POZWALA JESZCZE ŁATWIEJ ROZPOCZAĆ SPRZEDAŻ PRZEZ BOOKING.COM.....	22
SAMODZIELNA EDYCJA SZABLONÓW E-MAILI WYSYŁANYCH DO GOŚCI W IDOSELL BOOKING – PERSONALIZACJA KONTAKTU Z GOŚCIEM.....	22
AUTOMATYZACJA ZARZĄDZANIA PRZEPŁYWEM PRACY W IDOSELL BOOKING - MOŻLIWOŚĆ DRUKOWANIA LIST PRZYJAZDÓW I WYJAZDÓW ORAZ POSIŁKÓW.....	23
ZMIANY W CENNIKU IDOSELL BOOKING – OFERTY DLA WIĘKSZYCH HOTELI I PŁATNE PRACE SERWISOWE.....	23
<b>Przedmiot działalności Spółki</b> .....	<b>24</b>
<b>Struktura akcjonariatu</b> .....	<b>27</b>

# Informacje ogólne

## Dane spółki

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

## Organy spółki

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

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

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

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

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

## Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej.

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

## Liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty

Na dzień 31 marca 2015 roku w zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 44 osoby, wobec 60 na koniec pierwszego kwartału 2014 roku.

# Wybrane dane finansowe

## Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 31.03.2015	w złotych na 31.03.2014
<b>AKTYWA</b>		
Wartości niematerialne i prawne	309 850,81	386 928,02
Rzeczowe aktywa trwałe	286 916,74	300 684,42
Należności długoterminowe		
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	479 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	32 946,00
Zapasy		
Należności krótkoterminowe	1 543 435,96	1 009 883,95
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	3 184 451,59	3 160 105,96
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	47 245,38	36 422,10
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>6 588 000,48</b>	<b>5 406 840,45</b>
<b>PASYWA</b>		
Kapitał własny	4 362 951,94	3 522 859,86
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	69 991,31
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania krótkoterminowe	2 154 841,23	1 813 989,28
Rozliczenia międzyokresowe		
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>6 588 000,48</b>	<b>5 406 840,45</b>

## Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.01- 31.03.2015	w złotych za 01.01- 31.03.2014	w złotych 01.01- 31.03.2015 <sup>1</sup>	w złotych 01.01- 31.03.2014 <sup>1</sup>
Przychody netto ze sprzedaży	3 469 449,88	2 757 776,80	3 469 449,88	2 757 776,80
Koszty działalności operacyjnej	2 859 871,03	2 131 745,50	2 859 871,03	2 131 745,50
Amortyzacja	35 109,59	33 440,94	35 109,59	33 440,94
Zysk/strata na sprzedaży	609 578,85	626 031,30	609 578,85	626 031,30
Pozostałe przychody operacyjne	1 135,69	11 322,31	1 135,69	11 322,31
Pozostałe koszty operacyjne	16 830,64	11 583,90	16 830,64	11 583,90
Zysk / strata z działalności operacyjnej	593 883,90	625 769,71	593 883,90	625 769,71
Przychody finansowe	4 512,73	6 716,26	4 512,73	6 716,26
Koszty finansowe	252,46	8,26	252,46	8,26
Zysk / strata z działalności gospodarczej	598 144,17	632 477,71	598 144,17	632 477,71
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata brutto	598 144,17	632 477,71	598 144,17	632 477,71
Podatek dochodowy	112 407,00	127 539,00	112 407,00	127 539,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata netto	485 737,17	504 938,71	485 737,17	504 938,71

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

# Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

## Bilans na 31 marca 2015 r.

Pozycja	W złotych na 31.03.2015	W złotych na 31.03.2014
<b>AKTYWA</b>		
<b>Aktywa trwałe</b>		
Wartości niematerialne i prawne	309 850,81	386 928,02
Rzeczowe aktywa trwałe	286 916,74	300 684,42
Należności długoterminowe		
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	479 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	32 946,00
<b>Razem aktywa trwałe</b>	<b>1 812 867,55</b>	<b>1 200 428,44</b>
<b>Aktywa obrotowe</b>		
Zapasy		
Należności krótkoterminowe	1 543 435,96	1 009 883,95
Inwestycje krótkoterminowe	3 184 451,59	3 160 105,96
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	47 245,38	36 422,10
<b>Razem aktywa obrotowe</b>	<b>4 775 132,93</b>	<b>4 206 412,01</b>
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>6 588 000,48</b>	<b>5 406 840,45</b>
<b>PASYWA</b>		
<b>Kapitał własny</b>		
Kapitał podstawowy	815 623,50	815 623,50
Należne wpływy na kapitał podstawowy		
Udziały własne		
Kapitał zapasowy	1 685 775,75	1 650 775,75
Kapitał z aktualizacji wyceny		
Pozostałe kapitały rezerwowe	127 534,78	120 988,12
Zysk (strata) z lat ubiegłych	1 248 280,74	430 533,78
Zysk (strata) netto roku bieżącego	485 737,17	504 938,71
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego		
<b>Razem kapitał własny</b>	<b>4 362 951,94</b>	<b>3 522 859,86</b>
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	69 991,31
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania krótkoterminowe	2 154 841,23	1 813 989,28
Rozliczenia międzyokresowe		
<b>Razem zobowiązania</b>	<b>2 225 048,54</b>	<b>1 883 980,59</b>
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>6 588 000,48</b>	<b>5 406 840,45</b>

## Rachunek zysków i strat za pierwszy kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.01-31.03.15	W złotych za 01.01-31.03.14	W złotych na 31.03.2015 <sup>1</sup>	W złotych na 31.03.2014 <sup>1</sup>
<b>A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi:</b>	<b>3 469 449,88</b>	<b>2 757 776,80</b>	<b>3 469 449,88</b>	<b>2 757 776,80</b>
Przychody netto ze sprzedaży produktów				
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów				
Przychody ze sprzedaży usług	3 469 449,88	2 757 776,80	3 469 449,88	2 757 776,80
<b>B.Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>2 859 871,03</b>	<b>2 128 957,66</b>	<b>2 859 871,03</b>	<b>2 128 957,66</b>
Amortyzacja	35 109,59	30 653,10	35 109,59	30 653,10
Zużycie materiałów i energii	127 649,71	42 414,61	127 649,71	42 414,61
Usługi obce	1 623 539,11	904 915,34	1 623 539,11	904 915,34
Podatki i opłaty	16 339,64	20 787,35	16 339,64	20 787,35
Wynagrodzenia	903 596,04	957 331,32	903 596,04	957 331,32
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	149 766,94	170 673,10	149 766,94	170 673,10
Pozostałe koszty rodzajowe	3 870,00	2 182,84	3 870,00	2 182,84
Wartość sprzedanych towarów i materiałów				
<b>C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży</b>	<b>609 578,85</b>	<b>628 819,14</b>	<b>609 578,85</b>	<b>628 819,14</b>
<b>D.Pozostałe przychody operacyjne</b>	<b>1 135,69</b>	<b>11 322,31</b>	<b>1 135,69</b>	<b>11 322,31</b>
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych				
Dotacje	30,13		30,13	
Inne przychody operacyjne	1 105,56	11 322,31	1 105,56	11 322,31
<b>E.Pozostałe koszty operacyjne</b>	<b>16 830,64</b>	<b>14 371,74</b>	<b>16 830,64</b>	<b>14 371,74</b>
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych				
Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych				
Inne koszty operacyjne	16 830,64	14 371,74	16 830,64	14 371,74
<b>F.Zysk / strata z działalności operacyjnej</b>	<b>593 883,90</b>	<b>625 769,71</b>	<b>593 883,90</b>	<b>625 769,71</b>
<b>G.Przychody finansowe</b>	<b>4 512,73</b>	<b>6 716,26</b>	<b>4 512,73</b>	<b>6 716,26</b>
Dywidendy i udziały w zyskach				
Odsetki	4 512,73	6 716,26	4 512,73	6 716,26
Zysk ze zbycia inwestycji				
Aktualizacja wartości inwestycji				
Inne				
<b>H.Koszty finansowe</b>	<b>252,46</b>	<b>8,26</b>	<b>252,46</b>	<b>8,26</b>
Odsetki	13,72		13,72	
Strata ze zbycia inwestycji				
Aktualizacja wartości inwestycji				
Inne	238,74	8,26	238,74	8,26
<b>I.Zysk / strata z działalności gospodarczej</b>	<b>598 144,17</b>	<b>632 477,71</b>	<b>598 144,17</b>	<b>632 477,71</b>
<b>J.Wynik zdarzeń nadzwyczajnych</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Zyski nadzwyczajne				

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

Straty nadzwyczajne				
<b>K.Zysk / strata brutto</b>	<b>598 144,17</b>	<b>632 477,71</b>	<b>598 144,17</b>	<b>632 477,71</b>
<b>L.Podatek dochodowy</b>	<b>112 407,00</b>	<b>127 539,00</b>	<b>112 407,00</b>	<b>127 539,00</b>
<b>M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku</b>				
<b>N.Zysk / strata netto</b>	<b>485 737,17</b>	<b>504 938,71</b>	<b>485 737,17</b>	<b>504 938,71</b>

## Rachunek przepływów pieniężnych za pierwszy kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.01-31.03.15	W złotych za 01.01-31.03.14	W złotych na 31.03.2015 <sup>2</sup>	W złotych na 31.03.2014 <sup>2</sup>
<b>A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej</b>				
I. Wynik finansowy netto (zysk/strata)	485 737,17	504 938,71	485 737,17	504 938,71
II. Korekty o pozycje	-822 652,83	-292 186,68	-822 652,83	-292 186,68
III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	-336 915,66	212 752,03	-336 915,66	212 752,03
<b>B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej</b>				
I. Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00
II.Wydatki	18 109,47	0,00	18 109,47	0,00
III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-18 109,47	0,00	-18 109,47	0,00
<b>C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej</b>				
I.Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00
II.Wydatki	0,00	0,00	0,00	0,00
III.Środki pieniężne netto z działalności finansowej	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>D.Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>-355 025,13</b>	<b>212 752,03</b>	<b>-355 025,13</b>	<b>212 752,03</b>
<b>E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych</b>				
<b>F.Środki pieniężne na początek okresu</b>	<b>3 539 476,72</b>	<b>2 947 353,93</b>	<b>3 539 476,72</b>	<b>2 947 353,93</b>
<b>G.Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>3 184 451,59</b>	<b>3 160 105,96</b>	<b>3 184 451,59</b>	<b>3 160 105,96</b>

## Zestawienie zmian w kapitale własnym

Wyszczególnienie	w złotych na 31.03.2015	w złotych na 31.03.2014
I. Kapitał własny na początek okresu	3 877 214,77	3 522 859,86
Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach	3 877 214,77	3 522 859,86
II Kapitał własny na koniec okresu	4 362 951,94	3 522 859,86
III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku	4 362 951,94	3 522 859,86

## 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

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

dzień bilansowy w następujący sposób:

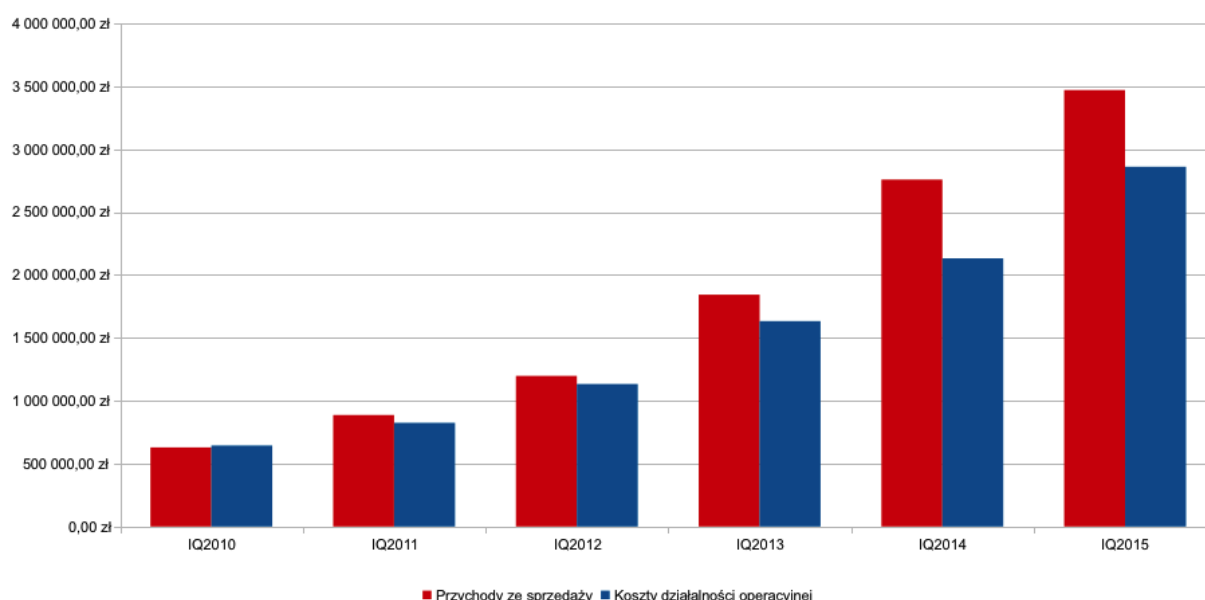
1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszonych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Wartości niematerialne i prawne o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzone jednorazowo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



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

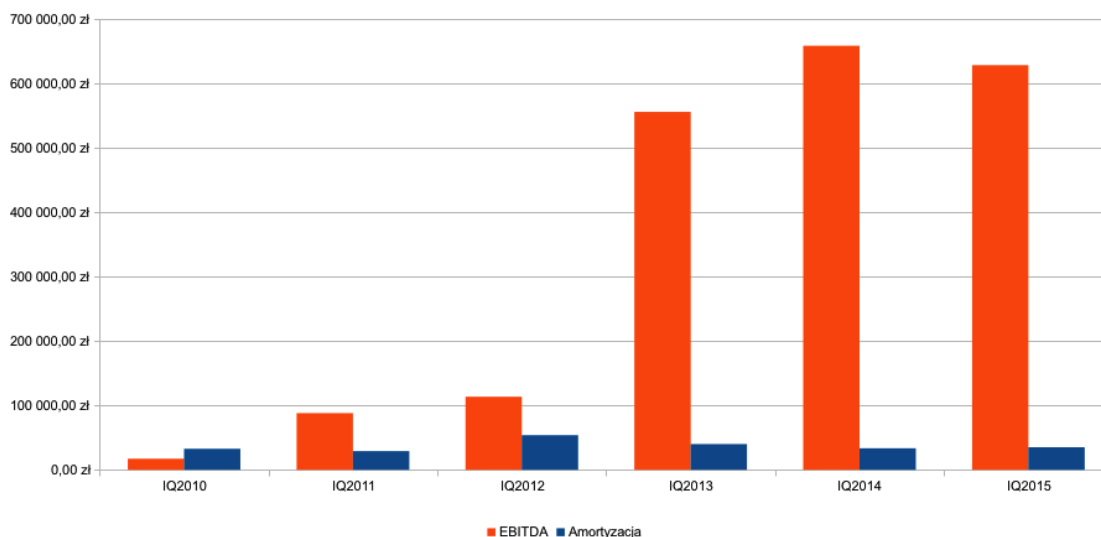
Spółka osiągnęła kolejny kwartał z rzędu silny wzrost przychodów utrzymała rentowność ze sprzedaży (ROS) powyżej 10%. Już w pierwszym kwartale osiągnęła zysk netto. Jednocześnie, co jest podkreślone w dalszej części raportu, wprowadzone zostały kolejne nowości, które gwarantują wysokie tempo wzrostu w przyszłości i utrzymanie rentowności.

Przychody ze sprzedaży i koszty działalności operacyjnej w kolejnych pierwszych kwartałach



Spółka konsekwentnie buduje wysokie przychody, dbając o racjonalność ponoszonych kosztów. Przy czym, co potwierdza zamieszczony w dalszej części raportu ranking Opineo, nie odbija się to jakości usług, a wręcz przeciwnie – sukces klientów IAI-Shop.com potwierdza jakość tej usługi. Optymalizowane są koszty wytwarzania oprogramowania, ale bezpieczeństwo i skalowalność usługi IAI-Shop.com (IdoSell Shop) są priorytetami, które stale są ulepszone. Podobnie ze standardami obsługi klienta, które są stale dostosowywane do potrzeb klientów. Dlatego sklepy korzystające z IAI-Shop.com systematycznie zwiększają sprzedaż i zdobywają uznanie klientów. To jest potwierdzeniem skutecznej polityki rozwoju Spółki i jej usług i spinając to z wynikami finansów, przekłada się na wzrosty przychodów ze sprzedaży, ponieważ przychody Spółki są bardzo silnie skorelowane z przychodami ze sprzedaży jej klientów.

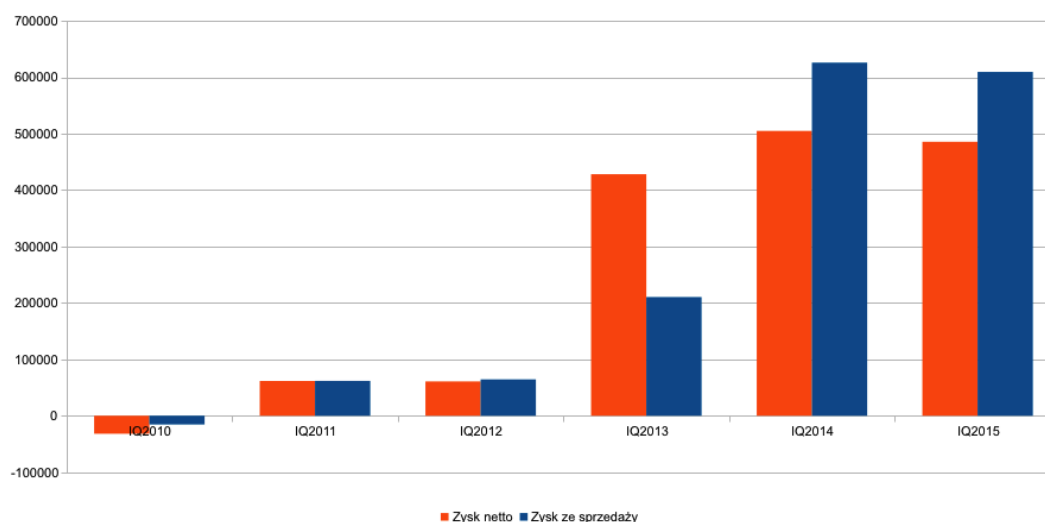
EBITDA i amortyzacja w kolejnych pierwszych kwartałach



Przychody ze sprzedaży w ciągu roku wzrosły o 25%, a w ciągu dwóch lat niemalże zostały podwojone (wzrost o 88%). Koszty w tym okresie wzrosły w podobnym tempie (34% w rok, 75% w dwa lata), to przekłada się na utrzymanie marży EBITDA na podobnym poziomie jak rok wcześniej.

Spółka utrzymuje wysoką rentowność kolejny kwartał z rzędu. Warto zaznaczyć, że zysk ze sprzedaży jest prawie trzy razy wyższy niż jeszcze dwa lata temu. Wynika to z efektu skali, który Spółka już osiągnęła i jest charakterystyczne dla usług typu SaaS.

Zysk netto i zysk ze sprzedaży w kolejnych pierwszych kwartałach



W poprzednich raportach Zarząd zwracał uwagę na efekt skali, który jest niezwykle ważny w usługach typu SaaS i wprost przekłada się na ich rentowność oraz możliwość generowania zysków. Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy takiego zysku i rentowności oraz opis modelu biznesowego podawał już w Dokumentcie 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 rosły w mniej więcej stałym tempie, ale od 2013 roku, kiedy Spółka osiągnęła pewną masę krytyczną, wzrost wskaźników pokazujących zyskowność, jest bardzo duży**. Obrazuje to właśnie zachodzący w Spółce efekt skali.

Co istotne, najważniejszym składnikiem kosztów operacyjnych są wynagrodzenia pracowników. Spółka zwraca uwagę inwestorów na to, że prowadzi inną niż wiele innowacyjnych firm politykę księgowania kosztów pracy, skoncentrowaną na zatrzymywaniu gotówki. W wyniku tej strategii koszty pracy działu R&D, czyli wszelkich prac rozwojowych Spółka księguje w bieżących wydatkach i nie obciąża konta „Wartości niematerialne i prawne”. **Stąd bieżący wynik finansowy nie jest zwiększany, przez odłożenie w czasie zaksięgowania kosztów wynagrodzeń, a następnie amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych**. Koszty prac rozwojowych są ponoszone i księgowane na bieżąco.

Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie powyżej 2 a CashRatio 1,48, co pokazuje bardzo bezpieczną sytuację finansową Spółki. 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 dalsze inwestycje ze środków własnych.

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

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

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

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

Analizując wyniki sprzedaży w drugim kwartale 2014 r., której wartość wyniosła 3,5 miliona złotych oraz wysoką dynamikę wzrostu sprzedaży i historycznie dużo wyższe przychody ze sprzedaży w trzecim i czwartym kwartale roku, Zarząd uznaje, że prognoza na 2015 i 2016 rok zostanie zrealizowana.

# 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.

Szereg nagród i wyróżnień przyznanych Spółce i jej klientom w pierwszym kwartale jest potwierdzeniem dobrego odbioru przez rynek usług IAI-Shop.com (IdoSell Shop) i IdoSell Booking.

## Klienci IAI-Shop.com dominują w rankingu sklepów Opineo.pl

Bardzo często Zarząd podkreśla w informacjach dla inwestorów, że przychody Spółki są skorelowane z przychodami jej klientów i kolejne nowości w IAI-Shop.com mają na celu zwiększenie tych przychodów. Jak to wygląda w praktyce [można zauważyć na przykładzie corocznego rankingu Opineo, który podsumowuje najlepiej oceniane sklepy internetowe](#), ale jednym z kryteriów jest także liczba zrealizowanych zamówień, co świadczy o wielkości sklepu. Kolejny rok z rzędu znajdują się w nim kategorie praktycznie zdominowane przez klientów Spółki, np.:

Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1 Sklep.Wittchen.com	13 839	9,4	13,8	23,25	18 063
2 Eobuwie.pl	10 730	9,4	10,7	20,16	21 614
3 Unhuman.pl	5 895	9,5	5,9	15,35	6 308
4 Butyjana.pl	4 596	9,4	4,6	13,99	16 503
5 4fsklep.pl (Dawniej Outhom.pl)	3 641	9,4	3,6	13,04	6 936
6 Gorteks.com.pl	3 360	9,5	3,4	12,87	7 784
7 Mivo.pl	3 179	9,5	3,2	12,65	4 418
8 Eastend.pl	2 874	9,3	2,9	12,20	6 428
9 Rockmetalshop.pl	2 474	9,3	2,5	11,81	23 449
10 Ekskluzywna.pl	2 464	9,3	2,5	11,76	3 314
11 Netmoda.pl	2 227	9,1	2,2	11,36	2 501
12 LoveitShop.pl	1 572	9,7	1,6	11,30	2 034
13 TheAvenue.pl	1 639	9,7	1,6	11,23	1 944
14 Answear.com	1 511	9,6	1,5	11,08	6 335
15 ButyRaj.pl	1 494	9,4	1,5	10,86	3 566

Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1 Smyk.com	2744	9,3	2,7	12,00	6 087
2 Renax.pl	730	9,4	0,7	10,14	1 038
3 Coocoo.pl	667	9,4	0,7	10,09	1 234
4 Scandinavianbaby.pl	495	9,6	0,5	10,08	1 477
5 Krolestwodziewci.pl	613	9,4	0,6	10,04	4 579
6 ToysPlanet.pl	785	9,2	0,8	9,94	880
7 Bamadoo.pl	251	9,7	0,3	9,93	279
8 Endo.pl	618	9,3	0,6	9,92	893
9 Nasze-zabawki.pl	181	9,7	0,2	9,85	816
10 DlaDzieciaczka.pl	431	9,4	0,4	9,78	4 987
11 Worldtoys.pl	171	9,6	0,2	9,75	174
12 Bebito.pl	536	9,2	0,5	9,71	902
13 Bawibobas.pl	101	9,6	0,1	9,71	253
14 Mamaplus.pl	218	9,5	0,2	9,68	316
15 Zakupy.linkbaby.pl	593	9,1	0,6	9,67	1 871

Jest to przede wszystkim dowód dla inwestorów, klientów i partnerów Spółki na to, że IAI-Shop.com jest dedykowane profesjonalistom, którzy dzięki jego możliwościom mogą jeszcze bardziej rozwinąć swój biznes. Co więcej, przyciągnie klientów, którzy są liderami w swoich branżach, przyciąga także rzesze ich naśladowców, co pozytywnie wpływa na przychody Spółki obecnie i w przyszłości. A obecni klienci, rozwijając się jeszcze szybciej, dodatkowo stymulują wzrost przychodów Spółki.

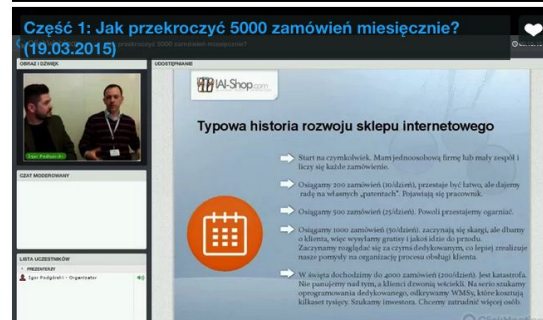
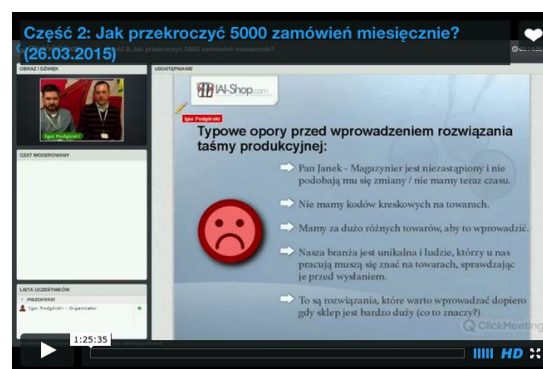
## Webinary – zwiększanie przychodów przez efektywną edukację klientów

Wzrost przychodów klientów obu usług Spółki, czyli IAI-Shop.com (IdoSell Shop) i IdoSell Booking wprost przekłada się na przychody samej Spółki. **[Dlatego IAI S.A. rozpoczęła projekt edukacji klientów z wykorzystania możliwości oferowanych usług, tak aby maksymalizować przychody swoich klientów. Aby zrobić to efektywnie i odpowiadać na aktualne zapotrzebowanie, robi to w najbardziej odpowiedniej for.](#)**

Archiwum webinarów - marzec 2015

Webinar lub inaczej webinarium, czyli internetowe, krótkie seminarium emitowane na żywo. Może przybrać formę wykładu, warsztatu lub prezentacji. Z reguły trwa od godziny, do dwóch.

Projekt, który rozpoczął się w pierwszym kwartale 2015 roku okazał się bardzo dużym sukcesem. Z cyklu webinarów skorzystały już setki klientów, a wdrożone sugestie przełożyły się na wzrost ich przychodów lub redukcję kosztów. **Z drugiej strony IAI zyskuje, ponieważ proaktywne**



tłumaczenie wykorzystanie usług przekłada się na zmniejszenie obciążenia supportu oraz np. nowe zlecenia graficzne lub serwisowe. Nie bez znaczenia są także korzyści wizerunkowe dla Spółki.

## Równa firma – Spółka doceniona przez studentów i pracowników Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego

W poprzednim raporcie kwartalnym informowaliśmy o zacieśnieniu współpracy z Wydziałem Informatyki Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego, tym razem Spółka pokazuje efekt współpracy z Uniwersytetem Szczecińskim. Spółka systematycznie współpracuje z lokalnymi uczelniami, oferuje bardzo dobre warunki pracy oraz zajmuje się nowoczesnymi technologiami. [Te rzeczy zostały dostrzeżone w konkursie „Równa firma”](#). „Równa Firma” jest nagrodą, którą co roku przyznają studenci i młodzi pracownicy Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego. Głównym celem plebiscytu jest promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i firm, które realizują to w praktyce. Jest nam niezmiernie miło, że IAI S.A. postrzegana jest w taki sposób i została wyróżniona w tym konkursie. Według organizatorów słowo „równa”, to symboliczne określenie, używane przez młodzież (w tym studentów), dotyczące czegoś co uważane jest za fajne. W konkursie "Równa firma" to właśnie młode osoby odpowiedzialne są za ocenę firm i przyznanie nagrody, dlatego zastosowana w nazwie plebiscytu symbolika jest jak najbardziej adekwatna. Ponadto słowo to oznacza równą, inaczej prostą drogę, która podążają firmy.



## Renoma roku – kolejna nagroda dla IdoSell Booking, tym razem po patronacie Ministra Gospodarki

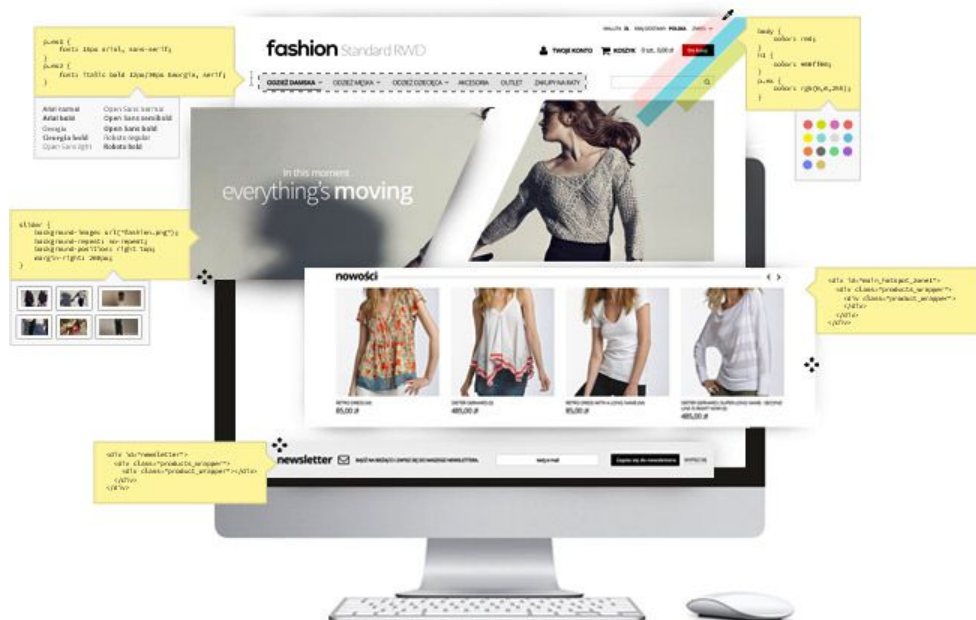
[Usługa IdoSell Booking została nominowana do nagrody w konkursie "Renoma roku 2014"](#). Rekomendacja IdoSell Booking wpłynęła od Przewodniczącej Zarządu Szczecińskiego Oddziału Stowarzyszenia Dziennikarzy RP. Nagrodę przyznaje corocznie „Magazyn Prestiż – Relacje Gospodarcze” i honorowani są przedsiębiorcy i firmy o najwyższej reputacji w opinii otoczenia zewnętrznego; produkty o najwyższej ocenie konsumentów; wynalazców, których nowatorskie projekty mogą zyskać uznanie firm i przedsiębiorców, i zostać wdrożone do realizacji oraz polityków o najwyższym uznaniu przedsiębiorców, instytucji gospodarczych i mediów. **Kolejne wyróżnienie umacnia markę na rynku, przynosi korzyści promocyjne i w efekcie przekłada się na zwiększenie sprzedaży.**



# 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

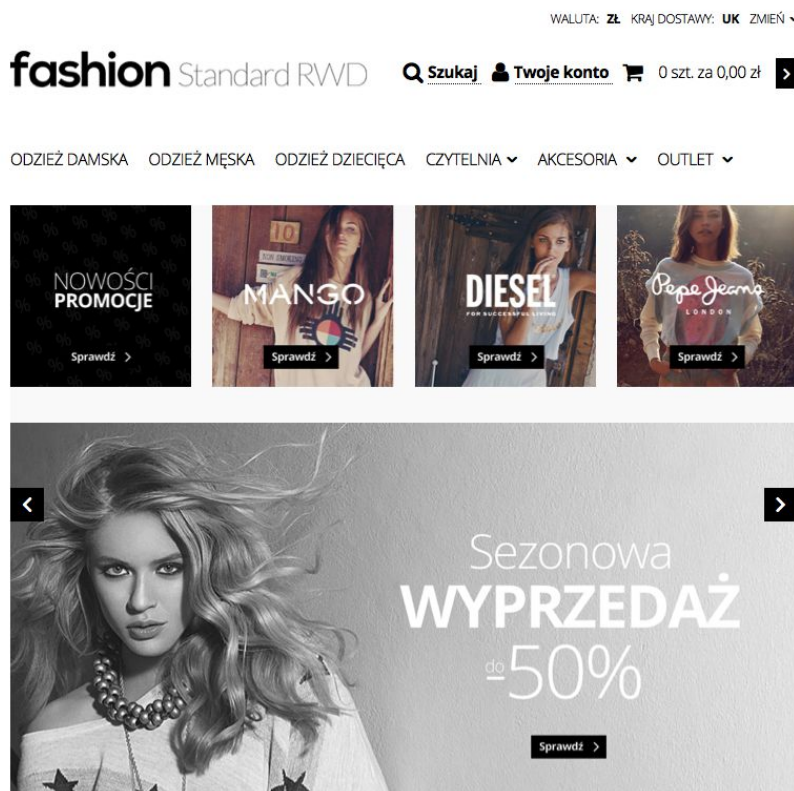
Przez otwarcie się na różnych partnerów Spółka zapewnia swoim klientom niespotykane połączenie bezpieczeństwa, swobody tworzenia kreacji marketingowych (konfigurator, modyfikacja masek przez SMARTY), kanałów sprzedaży (sklepy aukcyjne, integracja z Booking.com) i skalowalności oraz efektywności sprzedaży.

**Nowe otwarcie dla agencji interaktywnych – dowolny wygląd sklepu może być tworzony przez freelancerów i agencje**



Premierą, która utoruje Spółce drogę do nowych klientów oraz zwiększenia sprzedaży, jest **swobodne tworzenie oraz modyfikowanie masek sklepów samodzielnie przez klientów**. To otwarcie na **webdeveloperów zatrudnionych w e-sklepach oraz agencje interaktywne, które przy**

współpracy z Klientami Spółki, mogą samodzielnie tworzyć wygląd i wdrażać całe maski sklepów, rozwijać istniejące rozwiązania lub tylko ich poszczególne elementy. Jest to stworzenie nowego rynku, na którym agencje interaktywne i niezależni webmasterzy mogą stworzyć template'y sklepów i sprzedawać je innym klientom. Jest to także odpowiedź na otwarte oprogramowanie, w formie otwartego systemu, ale nie otwartego kodu, co zapewnia większe bezpieczeństwo i niższe koszty developmentu dla klientów, zapewniając im jednocześnie swobodne i efektywne tworzenie masek sklepów.



Co więcej, **agencje interaktywne mogą sprzedawać wdrożenia sklepu internetowego swoim klientom, skupiając się tylko na jego wizualnej stronie, a kwestie techniczne i rozwojowe pozostawić IAI S.A.**, co znacznie obniża ich koszty oraz ryzyko projektowe związane ze skomplikowanymi wdrożeniami. Często korporacje lub duże sklepy internetowe korzystają z zewnętrznych agencji lub zatrudniają pracowników, którzy znają HTML, dla których do tej pory IAI-Shop.com (IdoSell Shop za granicą), ze względu na sposób rozliczenia oraz swobodę tworzenia i aktualizacji maski sklepu, nie był idealnym wyborem. Nowe rozwiązanie, pozwala eksportować i importować do IAI-Shop.com (IdoSell Shop za granicą) całą maskę sklepu i pozwala na jej kompletną, efektywną i swobodną modyfikację w każdym momencie. Teraz Klienci oczekujący bardzo indywidualnej obsługi graficznej i wizerunkowej, mogą się na tym skupić, jednocześnie korzystając z najlepszego systemu do sprzedaży internetowej. **Dla Spółki taka współpraca wprost przekłada się na wzrost liczby prestiżowych wdrożeń i wpływów z abonamentów.**

Zmiana ta jest bardzo istotną decyzją biznesową. Do tej pory, od 15 lat, to pracownicy Spółki zawsze dokonywali kodowania maski, nawet gdy to klient dostarczył projekt. Takie działanie gwarantuje Klientom najwyższe standardy wykonywanych sklepów. Teraz klienci zyskują możliwość zakodowania sklepu albo na samym początku współpracy albo na jej dowolnym etapie, zyskując



pełną swobodę, ale jednocześnie przejmując odpowiedzialności za swoje maski. **Wewnętrznie oraz dla klientów korzystających bezpośrednio z obsługi graficznej Spółki nic się nie zmieni**, Spółka nadal pracuje na dotychczas wypracowanych, autorskich narzędziach oferujących wyższą jakość i wydajność obsługi Klienta. **Nowe rozwiązanie rozszerza, a nie zastępuje**, obecnie oferowane możliwości i otwiera wejście na nowe rynki.

Od strony technicznej Smarty jest formatem tworzenia szablonów stron internetowych. Smarty w prosty sposób pozwalają na budowanie dynamicznych serwisów internetowych, których wykorzystanie jest niezbędne do przygotowania strony sklepu internetowego. Smarty są bardzo popularne, a ich znajomość deklaruje praktycznie każdy webmaster, webdeveloper, freelancer czy agencja interaktywna. **Smarty są standardem międzynarodowym, więc taka obsługa może być oferowana także agencjom zagranicznym lub polskimi obsługującym międzynarodowe sklepy internetowe.** Możliwości modyfikacji są nieograniczone. **Spółka już realizuje wdrożenia w tym modelu dla uznanych polskich marek. IAI S.A. planuje w 2015 roku poszerzyć tę współpracę i dzięki temu mechanizmowi pozyskać szereg nowych, dużych i prestiżowych klientów.**

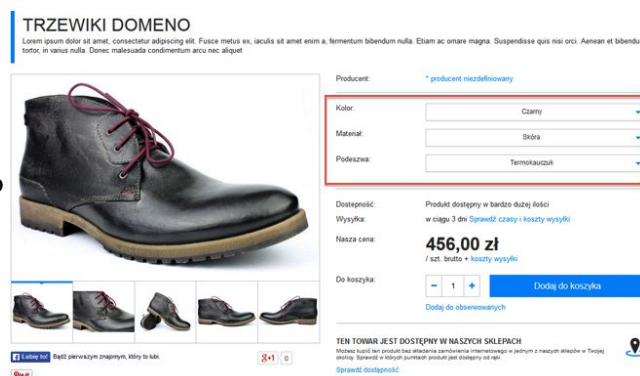
## Skomplikowane oferty przedstawione w bardzo przyjemny sposób – konfiguratory w IAI-Shop.com (IdoSell Shop)



[Wdrożenie konfiguratorów szczególnie istotne jest dla branży meblarskiej i odzieżowej, ale naturalnie znajdzie zastosowanie w innych branżach.](#) Estetyczny i bardzo intuicyjny konfigurator w Sklepie pozwala na sprzedawanie towarów personalizowanych, z kolejnymi dodatkami, co jest zwiększa sprzedaż i marżę sklepu. **Co więcej ułatwia sklepowi obsługę klienta, ponieważ pozwala łatwo odpowiedzieć na pytanie jakie opcje są dostępne z danym towarem, a jakie nie.**

Proaktywne podejście do obsługi klienta zwiększa jego satysfakcję z zakupów, a sprawne prezentowanie kolejnych opcji zwiększa zaangażowanie i kwotę, jaką klient decyduje się wydać na towar. To szczególnie istotne przy towarach, gdzie występuje bardzo wiele opcji i ich wybór, opis lub wyszukanie wymaga dużo pracy i wysiłku.

Nowe, kompletne rozwiązanie pozwala klientom na znalezienie grupy towarów np. danego modelu kanapy, aby poprzez wybór różnych



parametrów towaru wybrać ten jeden właściwy towar, bez potrzeby szukania go z listy tysięcy pozycji. Od teraz wybór tego jednego, najlepiej dopasowanego do potrzeb klienta towaru, staje się nie tylko prostszy, ale i przyjemniejszy. **Dzięki wykorzystaniu konfiguratora w sklepie, klienci nie będą musieli szukać towaru, który spełni ich wymagania. Wystarczy, że znajdą towar który choć trochę ich zacieka i określając w konfiguratorze poszczególne cechy towaru (np. kolor główny, materiał, kolor dodatkowy itp.) dojdą to tego wymarzonego i dokonają zakupu.** A to z pewnością zwiększy konwersję i średnią wartość koszyka.

Głównym marketingowym celem Spółki jest maksymalizowanie sprzedaży obsługiwanych klientów, ponieważ ich przychody, przez opłaty abonamentowe, prowizje za płatności lub przesyłki kurierskie lub prace graficzne przekładają się wprost na przychody Spółki. **Ponadto mechanizm konfiguratorów pozwala na zwiększenie przychodów przez wdrożenia nowych mechanizmów u istniejących klientów oraz zdobycie nowych, znaczących klientów, którzy poszukują takiego rozwiązania. Wszystkie te możliwości przekładają się na dalszy wzrost przychodów Spółki.**

## Aukcje do wyczerpania i sklep aukcyjny – zwiększanie efektywności sprzedaży na aukcjach

Spółka oczywiście nie ustaje w pracach nad kolejnymi nowościami potwierdzającymi jej pozycję lidera technologicznego na swoim rynku. Ponieważ rynek sprzedaży przez serwisy aukcyjne w Polsce jest nadal znaczący, w marcu wprowadzono **obsługę aukcje Allegro do wyczerpania przedmiotów (bez limitu czasu trwania)**. Aukcje bez limitu czasu trwania to jedna z najnowszych zmian w serwisie Allegro. Na wzór aukcji GTC (Good 'Til Canceled) w serwisach eBay umożliwiają wystawienie aukcji trwającej do momentu wyprzedania wszystkich dostępnych na niej sztuk. Serwis Allegro udostępnił to w czwartek 26 lutego, a możliwość wystawiania aukcji bez limitu czasu trwania w IAI-Shop.com miała premierę 3 marca. Ponadto udostępniliśmy możliwość zaimportowania tak wystawionych aukcji do panelu, aby móc kontynuować ich obsługę przez panel IAI-Shop.com. Taka opcja daje możliwość łatwiejszego zarządzania masową sprzedażą przez Allegro, co przekłada się na wzrost obrotów klientów IAI-Shop.com, co z kolei powoduje wzrost przychodów Spółki dzięki opłatom abonamentowym oraz prowizjom za inne usługi.



Uzupełnieniem tej zmiany, jest **rozbudowa mechanizmu sklepu aukcyjnego**. Sklep aukcyjny to połączenie możliwości IAI-Shop.com i serwisów aukcyjnych. Prezentuje na swoich stronach te same towary, które klient umieścił na aukcjach, dając możliwość lepszej ich prezentacji i linkowania pomiędzy poszczególnymi towarami. Na potrzeby szablonów aukcyjnych IAI-Shop.com wprowadziła w szablonie aukcji tabelkę z innymi towarami będącymi w grupie towaru wystawionego na aukcji. Tabela pozwoli lepiej wykorzystać możliwość linkowania między towarami, umieszczając na aukcji odnośniki do towarów, które mogą zainteresować kupującego, co, ponownie, przekłada się na zwiększenie sprzedaży Spółki i w efekcie na wzrost jej przychodów.

## IdoSell Booking pozwala jeszcze łatwiej rozpocząć sprzedaż przez Booking.com



Spółka stale rozwija także technologicznie usługę IdoSell Booking oraz pozyskuje do niej nowych klientów. W marcu zostało **zautomatyzowane uruchomienie integracji z Booking.com, potentatem na rynku serwisów agregujących oferty noclegowe**. Opcja oferowana do tej pory wymagała więcej pracy i czasu, obecnie jest bardzo prosta i szybka. Dzięki temu Spółce łatwiej będzie pozyskać kolejnych klientów, a obecni łatwiej mogą rozpocząć sprzedaż swoich miejsc noclegowych przez Booking.com, wyprzedzając w ten sposób swoją konkurencję. Spółka czerpie przychody z prowizji od zrealizowanych rezerwacji, więc takie działanie wprost przekłada się na wzrost jej przychodów w przyszłości.

## Samodzielna edycja szablonów e-maili wysyłanych do gości w IdoSell Booking – personalizacja kontaktu z gościem

W IdoSell Booking obsługiwani goście na każdym etapie rezerwacji otrzymują powiadomienia o statusie rezerwacji. Do tej pory, były to szablony standardowe, jednakowe dla wszystkich obiektów. **Obecnie obiekt może zdecydować czy chce używać szablonów standardowych, czy dowolny rodzaj wiadomości zmodyfikować i dostosować do swoich potrzeb. Właściciel obiektu miał możliwość ich modyfikacji we wszystkich obsługiwanych językach.**

Osobisty kontakt z gośćmi jest niezmiernie ważny w turystyce. Tworzenie relacji pozwala uzyskiwać wysokie oceny usług, a dzięki temu łatwo pozyskać powracających i nowych gości. **Biznes Spółki opiera się o prowizje zrealizowane przy okazji rezerwacji dokonywanych przez IdoSell Booking. Dlatego opcje zwiększające sprzedaż w ośrodkach noclegowych przełożą się w przyszłości na przychody Spółki.**



## **Automatyzacja zarządzania przepływem pracy w IdoSell Booking - możliwość drukowania list przyjazdów i wyjazdów oraz posiłków**

IdoSell Booking ma automatyzować i ulepszać proces obsługi klienta korzystającego z rezerwacji internetowych w ośrodkach noclegowych. Aby usprawnić proces obsługi gości został dodana opcja [drukowania list z nadchodzącymi przyjazdami i wyjazdami oraz możliwość wydruku listy z posiłkami](#). Dzięki temu informacje przekazywane są łatwo i przystępnie odpowiednim pracownikom ośrodka, goście czują się bardzo dobrze obsłużeni a możliwe pomyłki znacznie zredukowane. Ułatwia to znacznie kontrolę nad koniecznością przygotowania odpowiednich miejsc noclegowych oraz posiłków dla gości.

## **Zmiany w cenniku IdoSell Booking – oferty dla większych hoteli i płatne prace serwisowe**

[Wraz z wzrostem popularności usługi IdoSell Bookig Spółka dostosowuje jej ofertę do oczekiwań rynkowych, stąd ostatnio wprowadzone zmiany do Cenniku IdoSell Booking.](#)

Duże ośrodki noclegowe ponad systematycznie i często naliczane prowizje **preferują zryczałtowane opłaty abonamentowe za korzystanie z usługi**. Dlatego takie rozwiązanie zostało wprowadzone.

Spora grupa klientów przekonanych wysoką jakością oraz innowacyjnością technologii w IdoSell Booking wyraża chęć **powierzenia Spółce prac nad wyglądem graficznym stron internetowych**. Stąd Spółka przewidziała w Cenniku prace serwisowe i graficzne, co z jednej strony pozwoli **zwiększyć przychody ze sprzedaży IdoSell Booking**, a z drugiej spowoduje, że na ładnych stronach internetowych ośrodków noclegowych sposób osadzenia jej Widgetu zwiększy konwersję, co przełoży się na wyższe prowizje dla Spółki i satysfakcję jej klientów.

# 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 (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,
- 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
- system inteligentnych rekomendacji produktowych – IAI RS
- obsługa zwrotów od klienta do sklepu internetowego

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

- Łatwą integracją z dowolną witryną
- Zarządzanie obiegiem rezerwacji
- Przyjazny i prosty interfejs obsługiwany po polsku, niemiecku i angielsku
- Bezpieczny system płatności obsługujący wiele walut
- Wersję mobilną
- Stworzenie strony wizytówki obiektu noclegowo i hostowanie jej
- Zarządzanie systemem przez wielu pracowników (WFM)

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.

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com (IdoSell Shop) 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 zindywidualizowanego 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.

Wdrożenia usług IdoSell Booking opierają się model prowizyjny oraz opłaty za usługi dodatkowe, na przykład graficzne. Prowizja pobierana jest za każdą rezerwację złożoną przez Widget oferowany za pomocą usługi. Klienci IdoSell Booking ponoszą opłatę 24 zł rocznie oraz 1% od wartości rezerwacji, więcej informacji znajduje się w [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.

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 (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, 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 (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 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.](#)
- **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. Pozwala on na szybką i efektywną kontrolę poprawności zamówień, prowadzenie inwentaryzacji, remanentów, Nadzór nad realizacją dokumentów przez poszczególnych pracowników i późniejszą możliwość ewidencji procesów. [Dowiedz się więcej o IAI Scanner na stronach IAI S.A.](#)

# Struktura akcjonariatu

W obrocie na NewConnect znajdują się tylko akcje serii C.

## Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 15 maja 2015 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 15 maja 2015 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