IAI S.A.
ul. Piastów 30
71-064 Szczecin

Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 kwietnia 2016 r. do 30 czerwca 2016 r.

Szczecin, 12 sierpnia 2016 r.

Spis treści

Informacje ogólne ... 3

Dane spółki ... 3
Organy spółki ... 3
Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej ... 3
Liczba zatrudnionych na umowę o pracę w przeliczeniu na pełne etaty ... 3

Wybrane dane finansowe ... 4

Dane bilansowe ... 4
Dane z rachunku zysków i strat ... 4

Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe ... 5

Bilans na 30 czerwca 2016 r. ... 5
Rachunek zysków i strat za drugi kwartał oraz narastająco ... 6
Rachunek przepływów pieniężnych za pierwszy kwartał oraz narastająco ... 7
Zestawienie zmian w kapitale 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 ... 10

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 ... 11

Aktualizacja Cennika IAI-Shop.com ... 11
Czołowe miejsca sklepów IAI-Shop.com w rankingu Opineo ... 12
arvato i IAI-Shop.com – wspólna usługa fullfilment ... 12

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 ... 13

Nowa odsłona możliwości rabatowania i jej wdrożenia w omnichannel ... 13
System weryfikacji zamówień, czyli kolejny sposób na poprawę relacji z klientami przez redukcję błędnych zamówień ... 14
Zwroty, płatności i cashback to przykład jak kompleksowo rozwiązać pozornie różnie tematy ... 15
Nowe integracje jeszcze bardziej ułatwiają międzynarodową dystrybucję ... 16
Sprzedaż na aukcjach staje się wygodniejsza przez galerie zdjęć i wznawianie aukcji ... 17
Automatyczne ustalanie cen w służbie lepszej sprzedaży miejsc noclegowych ... 17
Nowe zarządzanie promocjami i nowa prezentacja promocji nie tylko w Widgecie, ale też w dowolnym miejscu na stronie WWW ... 18
Rezerwacje dla dzieci oraz nowe prezentacje listy łóżek, dodatków, cennika pomagają w złożeniu rezerwacji ... 19
Personalizacja kolorów Widgetu pomaga w jego prezentacji na stronie ... 20

Przedmiot działalności Spółki ... 21

Struktura akcjonariatu ... 27

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 30 czerwca 2016 roku wchodzili:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 30 czerwca 2016 roku wchodzili:

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

W okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2016 roku w organach Spółki nie zaszły żadne zmiany.

Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej.

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

Liczba zatrudnionych na umowę o pracę w przeliczeniu na pełne etaty

30 czerwca 2016 roku zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 31 osoby, wobec 39 na koniec drugiego kwartału 2015 roku.

Wybrane dane finansowe

Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 30.06.2016	w złotych na 30.06.2015
AKTYWA		
Wartości niematerialne i prawne	222 270,11	290 813,86
Rzeczowe aktywa trwałe	270 071,64	310 158,58
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	1 179 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	33 512,00	36 230,00
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1 316 233,14	1 094 310,07
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	4 905 917,18	3 542 750,45
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	112 514,82	50 352,22
AKTYWA RAZEM	**8 040 388,89**	**6 504 485,18**
Kapitał własny	815 623,50	3 627 669,03
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,00
Rezerwy na zobowiązania	76 404,31	70 207,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	3 648 906,23	2 676 559,05
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	130 049,79
PASYWA RAZEM	**8 040 388,89**	**6 504 485,18**

Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.04- 30.06.2016	w złotych za 01.04- 30.06.2015	w złotych 01.01- 30.06.2016[1]	w złotych 01.01- 30.06.2015[1]
Przychody netto ze sprzedaży	**4 316 886,51**	3 519 038,82	**8 456 624,76**	6 988 488,70
Koszty działalności operacyjnej	**4 047 913,63**	3 345 648,10	**7 322 967,85**	6 205 519,13
Amortyzacja	**41 749,03**	36 163,63	**79 494,68**	71 273,22
Zysk/strata na sprzedaży	**268 972,88**	173 390,72	**1 133 656,91**	782 969,57
Pozostałe przychody operacyjne	**2 392,48**	1 514,23	**50 862,69**	2 649,92
Pozostałe koszty operacyjne	**2 910,31**	4 403,10	**4 866,33**	21 233,74
Zysk / strata z działalności operacyjnej	**268 455,05**	170 501,85	**1 179 653,27**	764 385,75
Przychody finansowe	**103 251,54**	80 765,10	**107 967,27**	85 277,83
Koszty finansowe	**1 975,26**	107,54	**2 072,75**	360,00
Zysk / strata z działalności gospodarczej	**369 731,33**	251 159,41	**1 285 547,79**	849 303,58
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	**0,00**	0,00	**0,00**	0,00
Zysk / strata brutto	**369 731,33**	251 159,41	**1 285 547,79**	849 303,58
Podatek dochodowy	**116 036,00**	45 695,00	**231 495,00**	158 102,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	**0,00**	0,00	**0,00**	0,00
Zysk / strata netto	**253 695,33**	205 464,41	**1 054 052,79**	691 201,58

1 Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

Bilans na 30 czerwca 2016 r.

Pozycja	W złotych na 30.06.2016	W złotych na 30.06.2015
AKTYWA		
Aktywa trwałe		
Wartości niematerialne i prawne	222 270,11	290 813,86
Rzeczowe aktywa trwałe	270 071,64	310 158,58
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	1 179 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	33 512,00	36 230,00
Razem aktywa trwałe	**1 705 723,75**	**1 817 072,44**
Aktywa obrotowe		
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1 316 233,14	1 094 310,07
Inwestycje krótkoterminowe	4 905 917,18	3 542 750,45
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	112 514,82	50 352,22
Razem aktywa obrotowe	**6 334 665,14**	**4 687 412,74**
AKTYWA RAZEM	**8 040 388,89**	**6 504 485,18**
PASYWA		
Kapitał własny		
Kapitał podstawowy	815 623,50	815 623,50
Należne wpłwy na kapitał podstawowy	0,00	0,00
Udziały własne	0,00	0,00
Kapitał zapasowy	1 840 350,55	1 775 235,55
Kapitał z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
Pozostałe kapitały rezerwowe	605 051,51	345 608,40
Zysk (strata) z lat ubiegłych	0,00	0,00
Zysk (strata) netto roku bieżącego	1 054 052,79	691 201,58
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,00
Razem kapitał własny	**4 315 078,35**	**3 627 669,03**
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania		
Rezerwy na zobowiązania	76 404,31	70 207,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	3 648 906,23	2 676 559,05
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	130 049,79
Razem zobowiązania	**3 725 310,54**	**2 876 816,15**
PASYWA RAZEM	**8 040 388,89**	**6 504 485,18**

Rachunek zysków i strat za drugi kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.04-30.06.16	W złotych za 01.04-30.06.15	W złotych na 30.06.2016[1]	W złotych na 30.06.2016[1]
A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi:	**4 316 886,51**	**3 519 038,82**	**8 456 624,76**	**6 988 488,70**
Przychody netto ze sprzedaży produktów	0,00	0,00	0,00	0,00
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
Przychody ze sprzedaży usług	4 316 886,51	3 519 038,82	8 456 624,76	6 988 488,70
B.Koszty działalności operacyjnej	**4 047 913,63**	**3 345 648,10**	**7 322 967,85**	**6 205 519,13**
Amortyzacja	41 749,03	36 163,63	79 494,68	71 273,22
Zużycie materiałów i energii	40 442,99	49 976,30	60 998,30	177 626,01
Usługi obce	3 101 395,42	2 285 978,68	5 433 636,22	3 909 517,79
Podatki i opłaty	13 233,72	15 034,14	23 470,12	31 373,78
Wynagrodzenia	736 408,48	817 359,64	1 493 704,35	1 720 955,68
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	106 117,52	126 083,53	217 946,68	275 850,47
Pozostałe koszty rodzajowe	8 566,47	15 052,18	13 717,50	18 922,18
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży	**268 972,88**	**173 390,72**	**1 133 656,91**	**782 969,57**
D.Pozostałe przychody operacyjne	**2 392,48**	**1 514,23**	**50 862,69**	**2 649,92**
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Dotacje	0,00	22,11	39 344,85	52,24
Inne przychody operacyjne	2 392,48	1 492,12	11 517,84	2 597,68
E.Pozostałe koszty operacyjne	**2 910,31**	**4 403,10**	**4 866,33**	**21 233,74**
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne koszty operacyjne	2 910,31	4 403,10	4 866,33	21 233,74
F.Zysk / strata z działalności operacyjnej	**268 455,05**	**170 501,85**	**1 179 653,27**	**764 385,75**
G.Przychody finansowe	**103 251,54**	**80 765,10**	**107 967,27**	**85 277,83**
Dywidendy i udziały w zyskach	98 507,46	73 880,60	98 507,46	73 880,60
Odsetki	4 743,04	6 882,19	9 447,10	11 394,92
Zysk ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	1,04	2,31	12,71	2,31
H.Koszty finansowe	**1 975,26**	**107,54**	**2 072,75**	**360,00**
Odsetki	0,00	0,00	0,00	13,72
Strata ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	1 975,26	107,54	2 072,75	346,28
I.Zysk / strata z działalności gospodarczej	**369 731,33**	**251 159,41**	**1 285 547,79**	**849 303,58**
J.Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Zyski nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00

1 Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Straty nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00
K.Zysk / strata brutto	**369 731,33**	**251 159,41**	**1 285 547,79**	**849 303,58**
L.Podatek dochodowy	**116 036,00**	**45 695,00**	**231 495,00**	**158 102,00**
M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
N.Zysk / strata netto	**253 695,33**	**205 464,41**	**1 054 052,79**	**691 201,58**

Rachunek przepływów pieniężnych za pierwszy kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.04-30.06.16	W złotych za 01.04-30.06.15	W złotych na 30.06.2016[2]	W złotych na 30.06.2015[2]
A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej				
I. Wynik finansowy netto (zysk/strata)	253 695,33	205 464,41	1 054 052,79	691 201,58
II. Korekty o pozycje	292 192,20	934 945,87	658 819,54	112 293,04
III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	545 887,53	1 140 410,28	1 712 872,33	803 494,62
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej				
I. Wpływy	98 507,46	73 880,60	98 507,46	73 880,60
II.Wydatki	13 161,28	40 368,52	42 240,05	58 477,99
III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	85 346,18	33 512,08	56 267,41	15 402,61
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej				
I.Wpływy	0,00	0,00		0,00
II.Wydatki	489 374,10	815 623,50	489 374,10	815 623,50
III.Środki pieniężne netto z działalności finansowej	-489 374,10	-815 623,50	-489 374,10	-815 623,50
D.Przepływy pieniężne netto razem	**141 859,61**	**358 298,86**	**1 279 765,64**	**3 273,73**
E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych				
F.Środki pieniężne na początek okresu	**4 764 057,57**	**3 184 451,59**	**3 626 151,54**	**3 539 476,72**
G.Środki pieniężne na koniec okresu	**4 905 917,18**	**3 542 750,45**	**4 905 917,18**	**3 542 750,45**

Zestawienie zmian w kapitale własnym

Wyszczególnienie	w złotych na 30.06.2016	w złotych na 30.06.2015
I. Kapitał własny na początek okresu	3 750 399,66	3 877 214,77
Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach	3 750 399,66	3 877 214,77
II Kapitał własny na koniec okresu	4 315 078,35	3 627 669,03
III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku	4 315 078,35	3 627 669,03

Informacja o zasadach przyjętych przy sporządzaniu raportu, w tym informacje o zmianach stosowanych zasad (polityki) rachunkowości

Zasady wyceny aktywów i pasywów oraz ustalania wyniku finansowego w IAI Spółka Akcyjna ustalone zostały w oparciu o art. 28-42 Ustawy o rachunkowości z dnia 29 września 1994 roku (DZ.U. nr 121, poz.591 z późn. zm.)

Zgodnie z postanowieniami polityki rachunkowości aktywa i pasywa wycenia się nie rzadziej niż na

2 Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

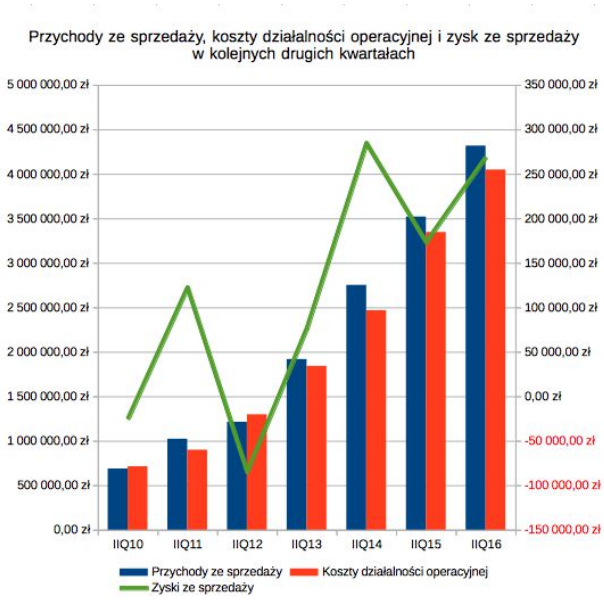
dzień bilansowy w następujący sposób:

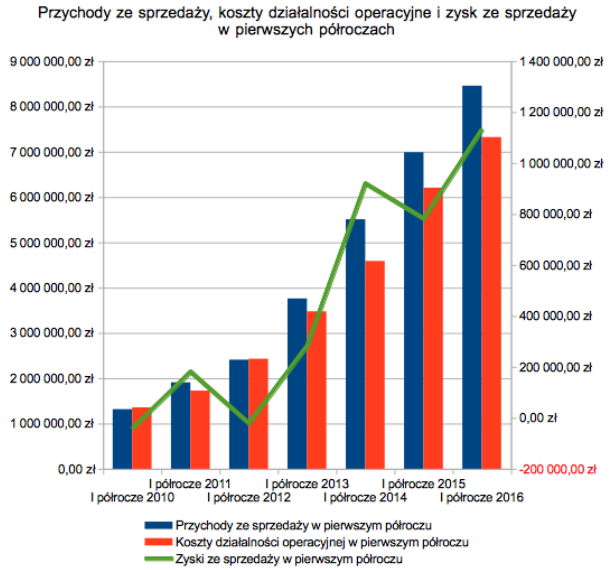
1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszonych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Wartości niematerialne i prawne o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzane jednorazowo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

Wzrost zysku netto w porównaniu do pierwszego półrocza 2015 roku o ponad 52,5% oraz towarzyszący temu podobny wzrost EBITDA oraz zysku ze sprzedaży podkreśla wysoką rentowność Spółki.

Spółka systematycznie zwiększa przychody, a koszty rosną w podobnym lub niższym tempie. Powoduje to zwiększenie zysku ze sprzedaży. W pierwszym półroczu wyniósł on **1,133 miliona złotych, czyli o 44% więcej niż w pierwszym półroczu 2015 roku**. Zysk ze sprzedaży w drugim kwartale 2016 roku był 55% wyższy niż w analogicznym okresie 2015 rok.

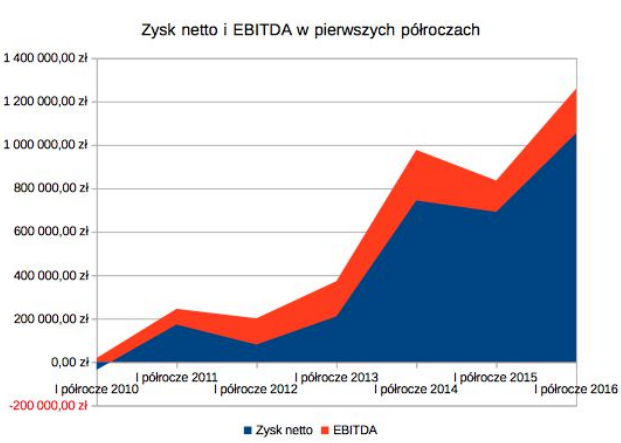


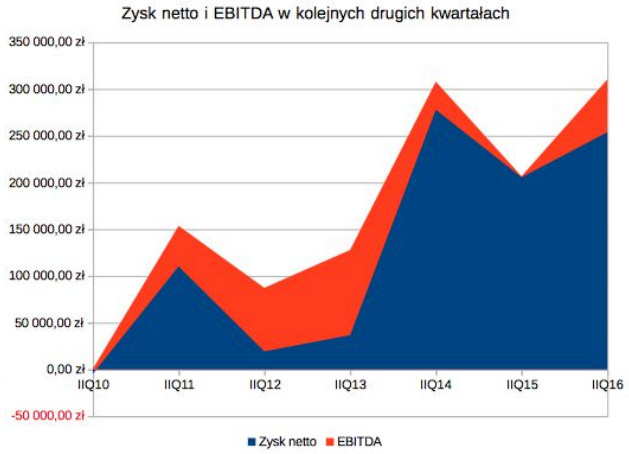


Wysoka rentowność widoczna jest także w analizie finansowej. **Na bardzo wysokim poziomie są wskaźniki ROE, który wynosi 24,5% oraz ROA wynoszący 13,11%,** pokazując efektywne wykorzystanie zasobów Spółki. **ROS, po pierwszym półroczu, wyniósł prawie 12,5%**, a zwykle pod względem przychodów i zysków drugie półrocze jest lepsze dla Spółki niż pierwsze.

EBITDA po pierwszym kwartale jest na rekordowo wysokim poziomie 1,26 miliona złotych. Spółka utrzymuje rentowność pomimo że systematycznie inwestuje w nowe rozwiązania i wprowadza coraz bardziej kompleksowe usługi. Co istotne, najważniejszym składnikiem kosztów operacyjnych są wynagrodzenia pracowników. Spółka zwraca uwagę inwestorów na to, że prowadzi inną niż wiele innowacyjnych firm politykę księgowania kosztów pracy, skoncentrowaną na zatrzymywanie gotówki. W wyniku tej strategii koszty pracy działu R&D, czyli wszelkich prac rozwojowych Spółka księguję w bieżących wydatkach i nie obciąża konta „Wartości niematerialne i prawne". **Stąd bieżący wynik finansowy oraz EBITDA nie są zwiększane, przez odłożenie w czasie zaksięgowania kosztów wynagrodzeń, a następnie amortyzacji wartości niematerialnych**

i prawnych. Koszty prac rozwojowych są ponoszone i księgowane na bieżąco, koszty nie są kapitalizowane.





Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie około 1,7 a CashRatio 1,3, co pokazuje bardzo bezpieczną sytuację finansową Spółki. Bilans ukazuje, że Spółka dysponuje wysokimi rezerwami gotówki, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Dodatkowo dodatni wynik finansowy, pozwalają finansować rosnące koszty (przede wszystkim w wyniku zwiększenia zatrudnienia i inwestycji w infrastrukturę) oraz dalsze inwestycje ze środków własnych.

W poprzednich raportach Zarząd zwracał uwagę na efekt skali, który jest niezwykle ważny w usługach tupu SaaS i wprost przekłada się na ich rentowność oraz możliwość generowania zysków. Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy takiego zysku i rentowności oraz opis modelu biznesowego podawał już w Dokumencie Informacyjnym w 2009 roku. Bardzo istotne z punktu widzenia inwestorów jest, że ten **model biznesowy realizowany jest systematycznie a wyniki finansowe są poprawiane regularnie, co pokazują także wykresy**. Nie są to jednorazowe skoki przychodów wynikające np. z rozliczenia kontraktów. Warto zwrócić uwagę, że **przychody i koszty rosną w mniej więcej stałym tempie, ale od 2012 - 2013 roku, kiedy Spółka osiągnęła pewną masę krytyczną, wzrost wskaźników pokazujących zyskowność, jest bardzo duży**. Obrazuje to właśnie zachodzący w Spółce efekt skali.

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

W styczniu 2015 r. Spółka ogłosiła prognozy na lata 2015 – 2016 wraz z obszernym komentarzem.

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

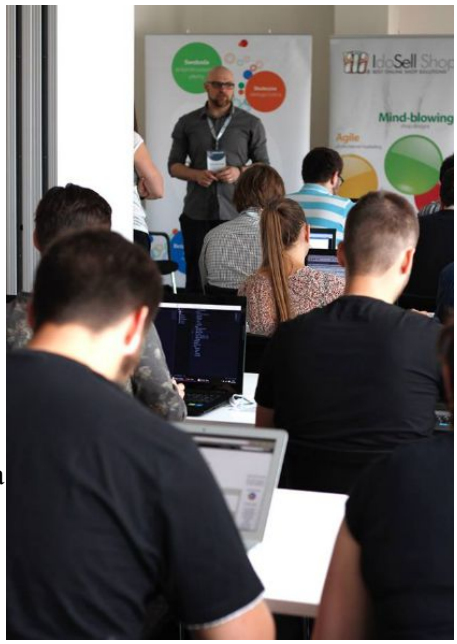
- Rok 2015 – przychody ze sprzedaży 18,5 miliona złotych.
- Rok 2016 – przychody ze sprzedaży 28 milionów złotych.

Analizując wyniki sprzedaży po drugim kwartale, strukturę nowych zamówień oraz tempo wzrostu przychodów oraz pozyskiwania zamówień, Zarząd uznaje, że prognoza na 2016 jest możliwa do realizacji.

Zwięzła charakterystyka istotnych dokonań lub niepowodzeń emitenta w okresie, którego dotyczy raport, wraz z opisem najważniejszych czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających wpływ na osiągnięte wyniki.

IAI notuje znaczny sukcesy akcji rekrutacyjnej oraz swoich klientów w prestiżowym rankingu, co potwierdza, że kompleksowe podejście do tworzonych systemów przynosi korzyści.

WebCamp – sukces warsztatów dla developerów



[IAI Webcamp, to czterodniowe dniowe, darmowe szkolenie webmasterskie](), które poprowadzili prawdopodobnie najlepsi i najbardziej doświadczeni w Szczecinie fachowcy i praktycy od projektowania kodowania stron sklepów internetowych. **Sukces zaskoczył Spółkę, ponieważ zgłosiło się 250 osób, znacznie powyżej optymistycznych oczekiwań. Spółka dynamicznie rozwija dział Service Desk i zwiększa w nim zatrudnienie, a tego działu bezpośrednio dotyczył właśnie Webcamp**. Sukcesy sprzedażowe przełożyły się na wzrost zatrudniania, a projekt Webcamp jest jednym ze sposobów na zaspokojenie dużych potrzeb rekrutacyjnych. Jego sukces podkreśla też dobrze rozpoznawalną markę Spółki nie tylko na rynku rozwiązań e-commerce, ale także jako pracodawca. Dla najlepszych uczestników przygotowana została możliwość kontynuowania nauki na płatnym 3-miesięcznym stażu, po którym można otrzymać dobrze płatną pracę. Ze względu na bardzo duże zainteresowanie Webcamp będzie kontynuowany.

Aktualizacja Cennika IAI-Shop.com

[W nowym Cenniku IAI-Shop.com wprowadzone są wyższe ceny na prace serwisowe](). Wynika to przede wszystkim z dużego zapotrzebowania na usługi działu Service Desk, co wiąże się także z rekrutacją i organizacją WebCamp. Wzrost zamówień oraz realizowanych godzin płatnych wymaga zwiększenia zatrudnienia, co przekłada się na wzrost kosztów i cen. Zwiększenie przychodów z tego tytułu będzie widoczne jeszcze w III kwartale 2016 roku.

Czołowe miejsca sklepów IAI-Shop.com w rankingu Opineo

Zarząd wielokrotnie prezentując kolejne nowości informuje, że małe zmiany, wprowadzane systematycznie układają się w duży zestaw możliwości, usprawniających sprzedaż, który buduje przewagę konkurencyjną sklepów korzystających z IAI-Shop.com (IdoSell Shop). Przez to zwiększają one sprzedaż, a to przekłada się na wyższe przychody samej Spółki. **Kolejna edycja rankingu Opineo potwierdza ten obraz. Ranking kształtowany jest w 100% przez opinie konsumentów**, którzy oceniają m.in. szybkość realizacji zamówienia, poziom obsługi klienta, jakość zapakowania przesyłki oraz deklarowanej gotowości do polecenia tego sklepu swoim znajomym. Miło nam poinformować iż tak jak w poprzednim roku sklepy oparte o IAI-Shop.com znalazły się w pierwszej trójce rankingu sklepów internetowych Opineo 2016 w połowie kategorii. Ponad połowa sklepów oparta o silnik IAI-Shop.com znalazła się w rankingu po raz kolejny. Warto podkreślić, że każdy ze sklepów w trakcie roku działalności poprawił swoją ocenę w stosunku do roku poprzedniego.

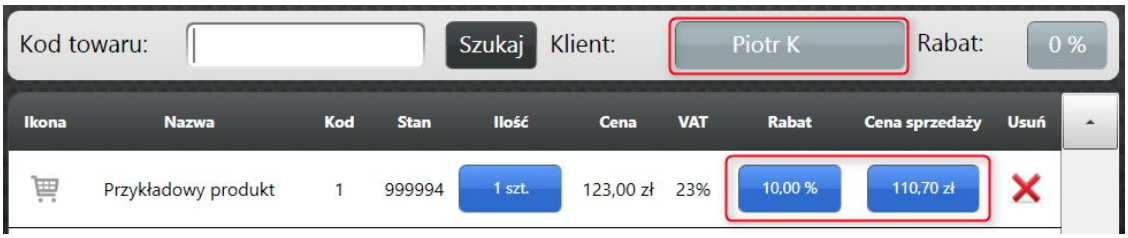
arvato i IAI-Shop.com – wspólna usługa fullfilment

W kwietniu została wprowadzona do sprzedaży zapowiadana wcześniej współpraca IAI S.A. z arvato współpraca w zakresie fullfilmentu, czyli usługi kompleksowej obsługi procesów logistycznych dla sklepu internetowego. IAI w integracji z arvato zapewniają kompleksowe wsparcie wszelkich procesów logistycznych zachodzących w sklepie internetowym. Fulfilment to idealne rozwiązanie dla sprzedawców chcących rozwijać swój biznes, nie zaprzątając sobie głowy operacjami magazynowymi, których dynamicznie przybywa, zwłaszcza w niektórych okresach roku. W ramach fulfillmentu arvato zapewnia usługi takie jak przyjęcie i magazynowanie towarów, obsługa zleceń wysyłkowych, zwrotów czy VAS (value-added service, czyli usługi dodane, takie jak, np. etykietowanie, przepakowywanie, tworzenie zestawów). Doświadczeni w logistyce opiekunowie klienta doradzają i wpierają w optymalizacji procesów logistycznych oraz przeprowadzki do nowego centrum**.** W rozwiązaniu IAI-Shop.com i arvato, Klient nie musi przenosić 100% towaru do centrum fulfilmentowego. System WMS IAI-Shop.com automatycznie zleci tylko te zamówienia, które mogą być przeprowadzone w całości przy współpracy z arvato. **Sprawne zarządzanie logistyką przenosi się na lepsze realizowanie zamówień i zwrotów, a co za tym idzie większą satysfakcję kupujących i lepszą markę i sprzedaż sklepów korzystających z arvato i IAI-Shop.com. Z drugiej strony, IAI będzie czerpało przychody prowizyjne od arvato, co także przełoży się na wyniki Spółki.**

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

Kompleksowe podejście do automatyzacji procesów zapewnia zwiększenie sprzedaży klientów i samej Spółki.

Nowa odsłona możliwości rabatowania i jej wdrożenia w omnichannel



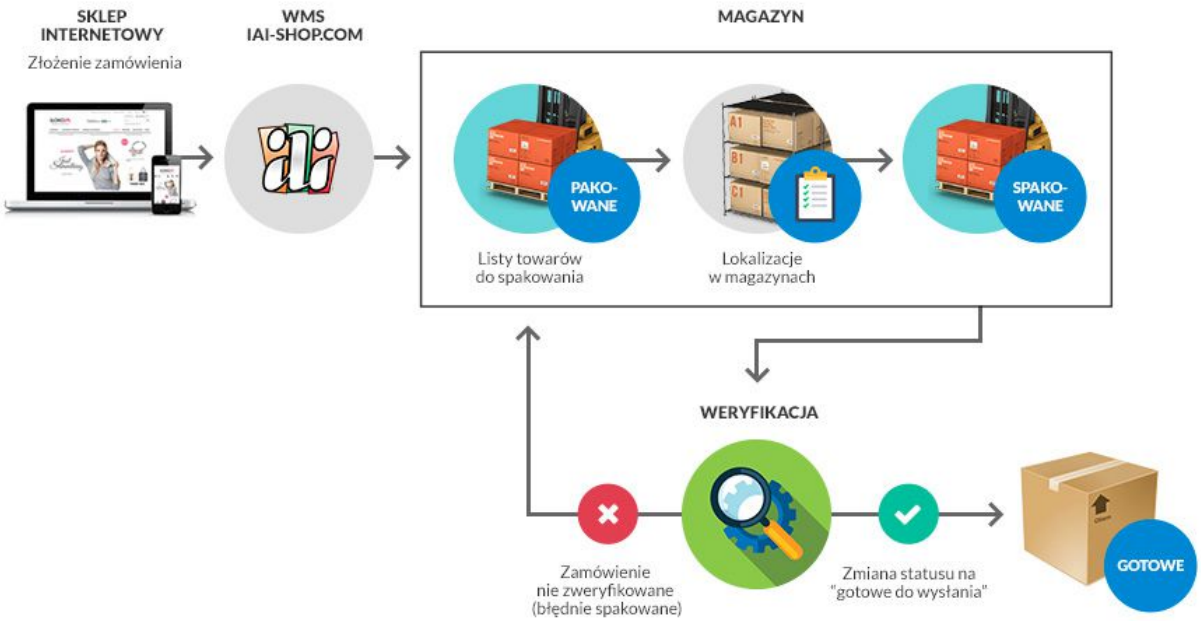
IAI ustawicznie realizuje strategię rozwoju nowych usług w zakresie omnichannel, czyli łączenia sprzedązy stacjonarnej z internetową. W kwietniu została udostępniona obsługa kart rabatowych, czyli wsparcie dla omnichannel poprzez plastikowe karty, których może używać np. kilka osób w rodzinie. Jest to uzupełnienie Kart stałego klienta i kodów rabatowych. Jest ono dedykowane sieciom handlowym, które wydają np. poza online karty plastikowe z rabatami, ale w strategii omnichannel chcą włączać rabaty z tych kart do sprzedaży online, lub na odwrót. Karty rabatowe to idealne narzędzie do zbudowania lojalności klienta z marką. Karty rabatowe wydawane za zakupy w sklepie stacjonarnym, możliwe do wykorzystania w sklepie internetowym są świetnym narzędziem dla strategii omnichannel. A dzięki różnym trybom ustawienia ważności karty, Klient decyduje jak długo karta będzie aktywna. Do dyspozycji są: karty ograniczone datą użycia, karty jednorazowej, karty ograniczone liczbą użyć i karty bez ograniczeń. Budując ten moduł Spółka rozwiązała bardzo skomplikowany problem, jakim jest przenoszenie danych klientów z systemu off-line do on-line.

Dodatkowo, **IAI POS Omnichannel 5.2 umożliwia wykorzystanie indywidualnych rabatów klientów ze sklepów internetowych także w sklepie stacjonarnym**. Obsługa rabatów indywidualnych zebranych dotychczas przez klientów w sklepie internetowym, daje możliwość jeszcze bardziej wykorzystać w sprzedaży podejście omnichannel W ten sposób sprzedaż stacjonarna za pomocą IAI POS jeszcze bardziej przenika się ze sprzedażą internetową.

Kolejnym krokiem było przedstawienie w czerwcu przez **Spółkę szeregu ciekawych rozwiązań związanych z rabatami i budowaniem lojalności klientów**. Przede wszystkim powstały **grupy rabatowe, które pozwalają automatycznie, na podstawie ich historii zakupów, przypisywać kupujących do odpowiednich dla nich szablonów rabatów**. W grupach rabatowych można określić przy zakupach których towarów obowiązuje rabat, jak jest naliczany i ile wynosi. Raz skonfigurowany rabat można przypisać większej liczbie klientów, bez konieczności ponownego ustawiania go każdemu z klientów z osobna. Dodatkowo, do zaprezentowanego niedawno modułu kart rabatowych, dodana została możliwość **gromadzenia punktów lojalnościowych na saldzie karty rabatowej**. Punkty następnie mogą być wymieniane na towary lub darmowe dostawy, tym samym zwiększając motywacje do pozostania lojalnym klientem w sklepie internetowym. To połączenie programu lojalnościowego (gdzie zbiera się punkty np. za dodanie opinii w serwisie takim jak Opineo) z kartami rabatowymi.

Tu widać powiązanie i komopleksowe podejście do zmian, które wprowadzone były wcześniej. Ponieważ wszystko jest spięte, w myśl Omni-channel, w najnowszej wersji POS, która obsługuje teraz obsługuje także kupony i karty rabatowe. Co oznacza, że kody i karty rabatowe mogą być wykorzystywane przez kupujących w sklepach online, jak i w sprzedaży tradycyjnej. Co zdecydowanie rozbudowuje możliwości prowadzenia kampanii lojalnościowych i rabatowych przez sprzedających. Takie kompleksowe podejście do zagadnienia, tworzenie narzędzi, które mogą być wykorzystywane na wiele sposobów buduje właśnie przewagę sklepów IAI-Shop.com oraz zadowolenie ich klientów. **To właśnie przekłada się na sukcesy sprzedających, ich dobre oceny (tak jak wspomnianym wcześniej rankingu Opineo), zwiększenie sprzedaży i przyciągnięcie nowych klientów. To pozytywnie wpływa na wyniki Spółki.**

System weryfikacji zamówień, czyli kolejny sposób na poprawę relacji z klientami przez redukcję błędnych zamówień



Spółka systematycznie rozbudowuje system WMS, wskazując, że sprawna obsługa zamówień jest kluczowa do wzrostu sklepu internetowego. Nawet przy pozyskaniu dużego ruchu do sklepu, bez sprawnej obsługi magazynu oraz zamówień, sklep nie będzie w stanie przełożyć tego ruchu w długookresowy wzrost.

W maju IAI zaprezentowała **system weryfikacji zamówień - webowy odpowiednik możliwości, które dotychczas zarezerwowane były tylko dla specjalistycznych rozwiązań takich jak IAI Scanner**. Moduł pozwala sprawdzić zgodność towarów, które magazynier dostarczy do sekcji pakowania, z faktycznym zamówieniem klienta. Dzięki temu klient zaoszczędza czas na ewentualne reklamacje i gwarantuje sobie pełną satysfakcję kupujących z bezbłędnie obsłużonych zamówień w sklepie internetowym. Rozwiązanie Spółki jest odpowiedzią na problemy klientów końcowych, którzy otrzymują towary niezgodne z ich zamówieniem. Czego następstwem są reklamacje, niezadowolenie klienta i ponowna wysyłka zamówienia, która może pochłonąć nawet cała marżę sprzedającego. Teraz osoba pakująca towary ma możliwość weryfikacji zgodności dostarczonych do pakowania towarów, a po pozytywnej weryfikacji, zamówienie automatycznie otrzymuje status "gotowe do wysłania" i to samo dotyczy dokumentów do zamówienia - generują się automatycznie tu i teraz, bez konieczności generowania ich później, osobno. **Wiele razy zarząd podkreślał, jak bardzo zaawansowane funkcje sprawdzają się w obsłudze dużych sprzedawców i ponoszenie nakładów na nie zwraca się w postaci przychodów od dużych klientów lub sklepów, które dzięki IAI-Shop.com szybko rosną. Przykładem, który to potwierdza, również w kontekście rozbudowy WMS o kolejne funkcje, jest obsługa sprzedaży B2B Farutex, 25-letniej firmy, lidera dystrybucji żywności dla gastronomii i sektora HoReCa w Polsce. Również inne firmy wykorzystujące takie zaawansowane funkcje albo szybko rosną albo pozwala im to obsłużyć już posiadany duży ruch, a to przekłada się na przychody Spółki.**

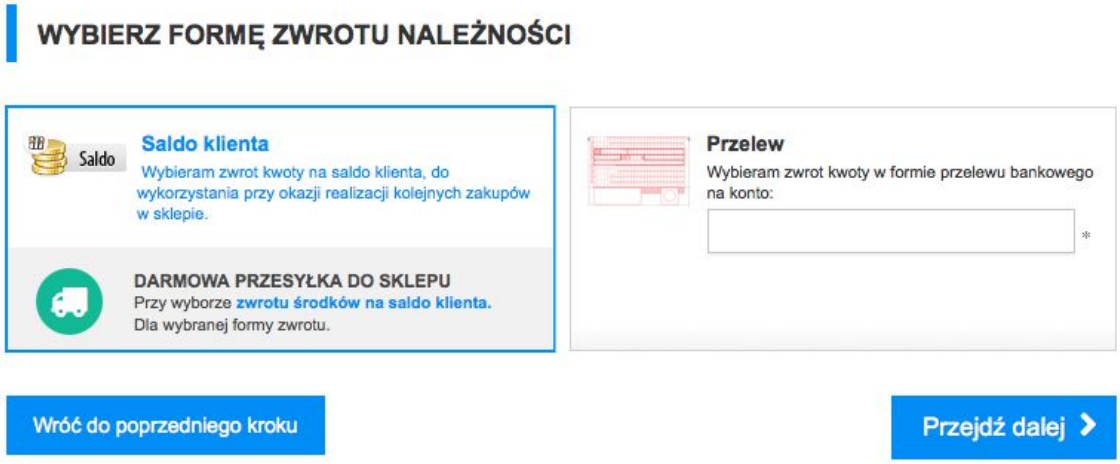
Zwroty, płatności i cashback to przykład jak kompleksowo rozwiązać pozornie różnie tematy

Spółka inwestuje w tworzenie narzędzi, które pomagają sprzedawcom zatrzymać klienta w sklepie i skłonić go do wydania pieniędzy, nawet jeżeli z jakiegoś powodu zamówienie lub pojedyńcy towar będzie zwracany. Stąd projektowane są zachęty i ułatwienia, pozwalające najlepiej jak to możliwe obsłużyć kupującego, aby stał się regularnym klientem.

Kilka nowości pojawiło się w samym zakresie płatności i rozliczeń za zamówienia. **Spółka udostępniła nowość do integracji z Przelewy24, czyli możliwość zapłaty kartą płatniczą bez przechodzenia do strony systemu płatności w trakcie składania zamówienia**. Klient może opuścić sklep jedynie w przypadku weryfikacji 3D Secure, potwierdzając swoją tożsamość na stronie banku. Sklep może przyjmować płatności kartowe w walutach, także bez przewalutowania na PLN dla EUR, USD, GBP, CZK, CHF. Dokonanie płatności bez opuszczania strony sklepu (tzw. on-site) oraz płatności jednym kliknięciem (tzw. one-click) usprawnia proces zakupowy i skraca samą ścieżkę co przekłada się na wyższą konwersję (mniej porzuconych koszyków).

Często problem jest organizacja zwrotów za anulowane i zwracane zamówienia. Dlatego Spółka systematycznie dodaje nowe funkcje obsługujące cash-back w kolejnych systemach płatności. Od maja sklepy internetowe IAI-Shop.com mogą przekazywać środki z powrotem do klienta bezpośrednio z systemu zarządzania zamówieniami (WMS) dosłownie jednym kliknięciem. Do tej pory, gdy klient zrezygnował z zamówienia lub dokonał zwrotu, wypłata środków wpłaconych przez systemy płatności elektronicznych wymagała logowania do panelu operatora płatności, wyszukiwania wpłaty oraz zlecenia zwrotu. Teraz zwroty płatności stają się prostsze. Klientom płacącym za zamówienia można zlecić płatność powrotną bezpośrednio z panelu IAI-Shop.com. Sklep zyskuje na tym oszczędność czasu na obsługę zwrotów płatności a także automatyczne zaksięgowanie zwrotu. Klient które zwrot jest dobrze i szybko obsłużony, zamówi w przyszłości więcej i częściej nowych rzeczy. Dzięki cash-back taki zwrot jest wygodniejszy, szybszy i zautomatyzowany i podnosi satysfakcję kupującego. Od czerwca takie rozwiązania są dostępne w **Dotpay** oraz wspomnianym **Przelewy24**. **Są to zupełnie nowe rozwiązania na rynku, kolejne,**

które dorzucają drobny element do lepszego odbioru sklepów internetowych IAI-Shop.com przez kupujących w nich. Co ponownie przekłada się przez wyższą sprzedaż w tych sklepach na przychody samej Spółki.



Inną możliwością aby jeszcze bardziej zachęcić kupującego do pozostania w sklepie, jest dodanie **do konfiguracji tanich przesyłek zwracanych towarów z Pocztą Polską i IAI nowej opcji, która oferuje kupującym darmowe przesyłki zwrotne do sklepów tylko pod warunkiem zwrotu środków na saldo kupującego w sklepie**. Ta opcja gwarantuje sklepowi, że zwrócone środki klient i tak wyda w tym sklepie. W przeciwnym razie, gdy klient zdecyduje się na zwrot przelewem na konto bankowe lub po przez błyskawiczną wypłatę "cash-back" koszt przesyłki zwrotnej pokryje klient. Ułatwienie obsługi zwrotów sklepom i kupującym daleko ponadto co jest ciągle standardem rynkowym buduje przewagę konkurencyjną klientów Spółki. **W skali jakiej działa Spółka ma to szansę podnieść ogólne standardy panujące na rynku i w przełożyć się w ogóle na wzrost zaufania do sprzedaży internetowej, częstotliwość zamawiania i wielkość koszyka. Efekty, takich nawet pozornie niewielkich zmian, w dużej skali będą wymierne finansowo.**

Nowe integracje jeszcze bardziej ułatwiają międzynarodową dystrybucję

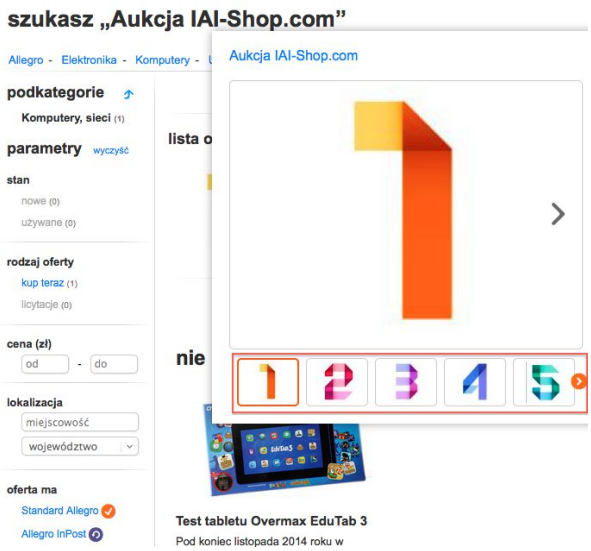
Rozbudowując możliwości handlu międzynarodowego, IAI wprowadziła integrację z **InPost Kurier** oraz **DPD GeoShip**. DPD GeoShip to usługa kurierska dostępna dla większości krajów europejskich i dedykowana wysyłkom wewnątrz kraju - np. wysyłka z magazynu w Wielkiej Brytanii do odbiorcy z dostawą na terenie Wielkiej Brytanii. InPost Kurier realizuje przesyłki na terenie Polski i za granicą. Uzupełnia to bogatą ofertę Spółki w zakresie obsługi internetowego handlu międzynarodowego.

Do grona firm dostarczających przesyłki zintegrowanych z IAI-Shop.com dołączył kolejny zagraniczny gigant, czyli **Royal Mail, brytyjski operator narodowy**. Royal Mail oferuje przedsiębiorcom mającym siedzibę na terenie Wielkiej Brytanii możliwość skorzystania z narzędzia do zautomatyzowanej obsługi przesyłek - Despatch Manager Online (DMO). **Dzięki tym integracjom, sprzedaż międzynarodowa staje się jeszcze bardziej dostępna dla klientów IAI-Shop.com (IdoSell Shop).**

Sprzedaż na aukcjach staje się wygodniejsza przez galerie zdjęć i wznawianie aukcji.

Zwykle sprzedawcy korzystający z akcji. mają wystawionych ich bardzo wiele, setki lub tysiące. Dlatego automatyzacja każdego etapu zarządzania aukcjami jest bardzo ważna i nawet drobne zmiany przynoszą oszczędności i zwiększają efektywność działań.

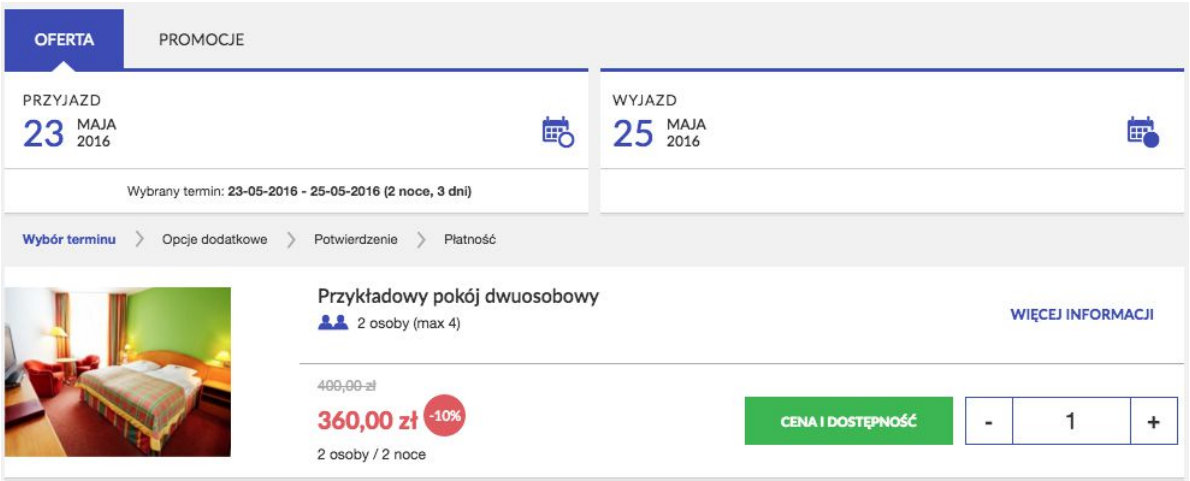
Dlatego IAI usprawnia proces wystawiania zdjęć na aukcjach. **Teraz sklep może wysłać dodatkowe siedem zdjęć towaru tworząc galerię zdjęć dostępną po najechaniu myszką np. z list aukcji w wynikach wyszukiwania**. Jest to opcja analogiczna do **GalleryPlus dostępnej w serwisie eBay**. Możliwość podejrzenia zdjęć towaru bez konieczności otwierania aukcji, czyni je bardziej atrakcyjnymi, a nie od dziś wiadomo, że konsumenci kupują oczami.



Kolejną zmianą automatyzującą jest **możliwość wznawiania aukcji internetowych Allegro oraz eBay z maksymalną ilością dostępną dla aukcji w momencie wznowienia**. Opcja będzie przydatna dla sklepów, dla których sprzedaż kanałem aukcji internetowych jest priorytetem. **W ten sposób kolejna czynność zostaje zautomatyzowana i będzie działa bardziej efektywnie w interesie sprzedawcy. To przekłada się na większy ruch oraz opłaty abonamentowe samej Spółki.**

Automatyczne ustalanie cen w służbie lepszej sprzedaży miejsc noclegowych

IdoSell Booking również rozwijany jest pod kątem zwiększenia sprzedaży klientów oraz satysfakcji rezerwujących. Tu, przez prowizyjny model opłat, przełożenie sprzedaży na przychody jest jeszcze bardziej widoczne niż w IAI-Shop.com.

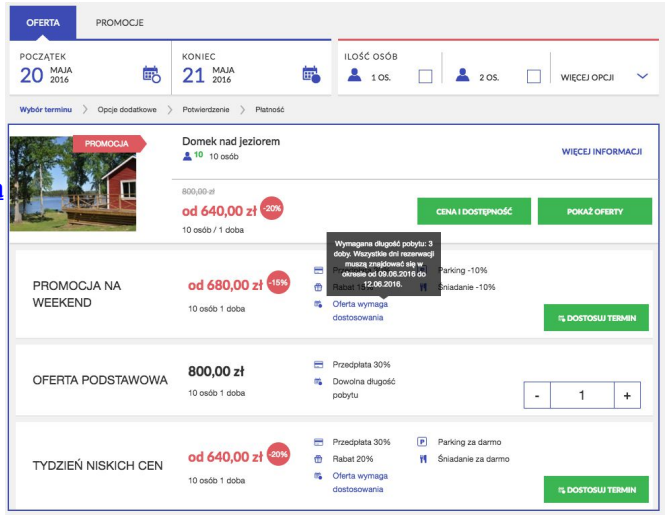


Aby pozwolić właścicielom miejsc noclegowych realizować wyższe przychody ze sprzedaży IAI

wprowadziło **mechanizm optymalizacja ceny sprzedaży (Price Optimizer) w zależności od zajętości w danym terminie**. Jest to rozwiązanie automatyczne, które np. podnosi cenę kolejnych rezerwacji np. gdy zostają ostatnie egzemplarze spośród całej oferty lub oferty danego standardu. Po osiągnięciu poziomu rezerwacji np. 50% zajętości, cena rezerwacji na ten dzień będzie wyższa. Co ważne wkrótce, cena będzie też automatycznie zmieniana w zintegrowanych kanałach przez Channel Manager. Dzięki temu modułowi, wygenerujesz dodatkowy, czysty zysk, w terminach w których i tak np. wszystkie pokoje lub egzemplarze zostałyby zarezerwowane. Działa to również w stronę obniżenia ceny, jeżeli obłożenie jest zbyt niskie, co widać na screenie powyżej.

Warto podkreślić, że rozwiązania typu Price Optimizer kosztują zazwyczaj wiele tysięcy złotych. Rozwiązanie wbudowane w IdoSell Booking jest proste, automatyczne i bezobsługowe, a realizuje dokładnie tę samą funkcję, bez żadnych dodatkowych opłat. **Aktywnie wspiera sprzedaż rezerwacji, a to przez opłaty prowizyjne przekłada się na wzrost przychodów Spółki.**

Nowe zarządzanie promocjami i nowa prezentacja promocji nie tylko w Widgecie, ale też w dowolnym miejscu na stronie WWW



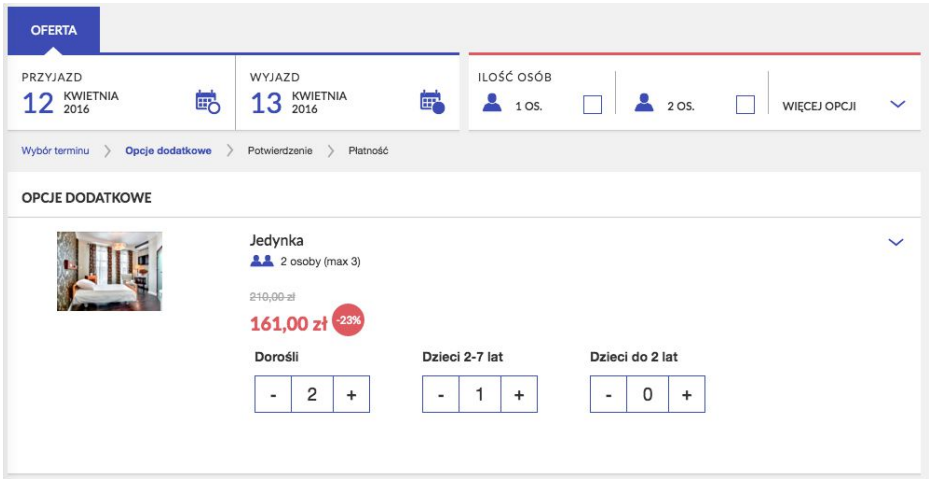
Zarządzanie promocjami, to kolejne narzędzie, dzięki któremu właściciel obiektu noclegowego może wpłynąć na wzrost sprzedaży, służące do zarządzania ceną. Pozwala tworzyć różnorodne oferty promocyjne np. Oferta dnia czy Promocja na lato. Liczba możliwości jakie daje ten moduł jest bardzo duża. Większość osób dokonujących zakupów kieruje się poziomem cen oraz dodatkowymi możliwościami udostępnianymi w ramach promocji. Zdefiniowane promocje mogą obejmować pełną ofertę lub dotyczyć tylko wybranych pozycji. W ramach promocji jest możliwość nadawania rabatu na wskazane dodatki przez co zwiększa się atrakcyjność oferty. Np. w ramach promocji można zaoferować śniadanie za darmo albo dać preferencyjną cenę na dodatek typu atrakcja np. jazda konna. **Zmiana ta, jak też opisywana wcześniej optymalizacja cen, ma na celu zwiększenie sprzedaży i przełożenie się przez prowizje na przychody Spółki.**

Jednak wszelkie informacje o promocjach w ośrodku noclegowym muszą jak najszybciej trafiać do potencjalnych gości. Powinny też prowadzić prosto do możliwości zamówienia konkretnej oferty, aby ścieżka zakupowa była możliwie najszybsza**. Dlatego Spółka wprowadziła nowy box promocji, który rewelacyjnie rozwiązuje ten proces. Można go wyciągnąć z Widgetu i umieścić na swojej stronie internetowej, w dowolnym miejscu i bardzo szybko przykuć uwagę gości.**

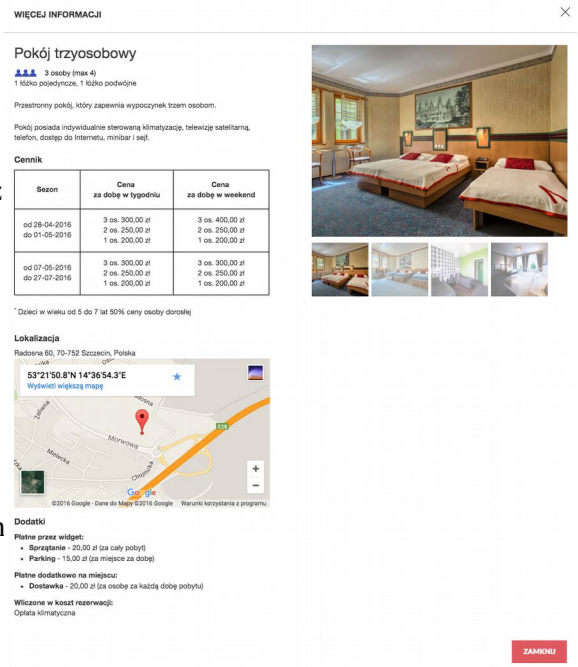
Klienci odwiedzający stronę widzą natychmiast promocję, z której mogą skorzystać. Klikają na nią i od razu lądują w odpowiednim miejscu w Widgecie aby dokończyć rezerwację. Boks promocyjny jest interaktywnym boksem graficznym, co pozwala na umieszczenie dwukrotnie większej ilości informacji niż na zwykłym boksie graficznym. Na pierwszej stronie prezentowana jest nazwa promocji, grafika oraz cena od jakiej produkty są dostępne w tej ofercie i dla jakiej maksymalnej liczby osób jest ona przeznaczona. Po najechaniu na środkową część boksu, grafika jest zastępowana dodatkowymi informacjami takimi jak krótki opis oferty oraz wyszczególnione elementy. O tym jakie elementy są wyszczególnione decyduje właściciel obiektu. **Wszelkie rozbudowania promocji z jednej strony zachęcają nowych klientów, z drugiej zwiększają sprzedaż, co przekłada się na wyższe przychody z promocji.**

Rezerwacje dla dzieci oraz nowe prezentacje listy łóżek, dodatków, cennika pomagają w złożeniu rezerwacji

Aby jeszcze bardziej ułatwić **realizowanie rezerwacji miejsc noclegowych IdoSell Booking został rozbudowany o możliwość rezerwowania miejsc dla dzieci**.

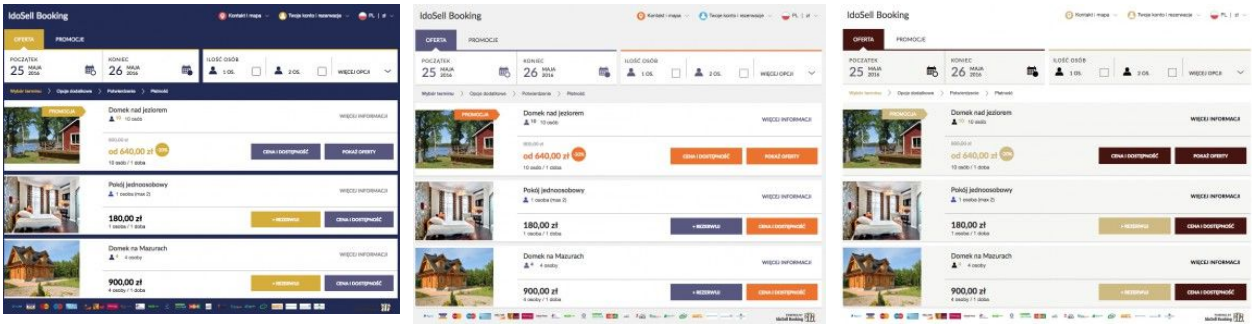


Do tej pory w procesie rezerwacji nie było rozróżnienia między ceną dla dzieci, a dla dorosłych. Aby przyspieszyć proces rezerwacji i uniknąć niepotrzebnego doprecyzowywania warunków rezerwacji, Spółka wprowadziła możliwość zdefiniowania cennika dla dzieci. Wystarczy, że w panelu administracyjnym wprowadzone zostaną: granice wiekowe i obowiązująca zniżka, a będzie ona zastosowana podczas składania rezerwacji zarówno w kalendarzu rezerwacji (Widget) jak i w panelu. **Ma to zwiększyć konwersję, a co za tym idzie liczbę zamówień w obsługiwanych ośrodkach noclegowych, co przełoży się na większe wpływy z prowizji dla Spółki.**



Inne nowości też skupiają się na lepszej prezentacji oferty. **Na stronie opisu miejsca noclegowego w Widgecie rozszerzony został zakres prezentowanych danych o informacje na temat cennika, dodatków, lokalizacji, typu łóżek ca noclegowego w Kalendarza Rezerwacji (Widget)**. Nowe dane obejmują: cennik, lokalizację, dodatki oraz listę łóżek. Dodatkowo w Widgecie na ekranach pojawiających się w trakcie opłacania rezerwacji, dodane zostały informacje o wartości wymaganych wpłat oraz terminach ich zapłaty,

Personalizacja kolorów Widgetu pomaga w jego prezentacji na stronie



Kalendarz rezerwacji (Widget) był dostępny tylko w jednej wersji kolorystycznej. Spółka przygotowała dziewięć nowych, różnych schematów kolorystycznych do wyboru. **Dzięki nowym propozycjom można sprawić, że Kalendarz rezerwacji umieszczony na stronie będzie jej integralną częścią, co polepsza wrażenia zakupowe**. Dotychczasowy, dostępny schemat kolorystyczny stanowi spójną pod względem kolorystycznym całość w następujących elementach: Kalendarz Rezerwacji (Widget), powiadomieniach mailowych oraz szablonach Wizytówki. **Zmiany dotknęły także powiadomienia mailowe, które zostały przygotowane pod kolor wybranego schematu kolorystycznego, aby zachować kompleksowość**. Same **maile informacyjne zostały także odświeżone**, aby były bardziej atrakcyjne, a informacje bardziej czytelne.

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
- 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.

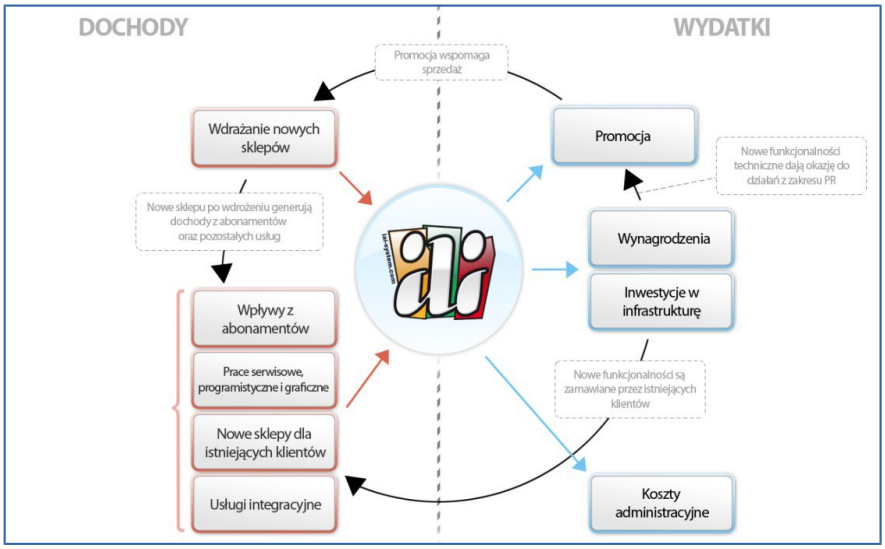
IdoSell Booking pozwala na obsługę przez Internet oraz mobilnie rezerwacji w obiekcie noclegowym składanych przez klientów przez wiele kanałów: na stronie internetowej obiektu, mobilnie lub przez portal Facebook. Usługa działa na podstawie widgetu, który w łatwy sposób można osadzić na dowolnej stronie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

- Łatwą integracja 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 mobilna, 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 139 zł netto w najniższym planie taryfowym do 8999 zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. Ponad to oferowane są indywidualnie, niestandardowe plany dla najbardziej wymagających klientów.. Dodatkowo Firma dostarcza rozwiązania do prowadzenia wielu sklepów naraz oraz elementy dodatkowe systemu, za które klienci wnoszą dodatkowe opłaty. Więcej informacji znajduje się w cenniku na stronach internetowych Spółki.

Wdrożenia nowych sklepów prowadzone są według wypracowanych reguł, które gwarantują przewidywalny koszt, czas i jakość. Ceny wdrożeń różnicują się według czasu, jaki potrzebny jest na przygotowanie sklepu w wybranym pakiecie graficznym. Najtańsze wdrożenie nie zawiera prac graficznych, mając naliczoną tylko opłatę aktywacyjną (599 zł netto lub 0 złotych przy umowie zawartej na dwa lata). Najdroższy pakiet wdrożeniowy (SUPREME) to koszt dodatkowy 7999 zł netto, ale pozwala na stworzenie bardzo zindywidualizowanego wyglądu sklepu i aplikacji mobilnej. Istnieje też możliwość stworzenia indywidualnego pakietu wdrożeniowego o ustalonym przez klienta zakresie i budżecie. Ceny wdrożeń są atrakcyjne i przystępne zarówno dla małych, jak i średnich oraz dużych klientów. Standaryzacja procedur zapewnia możliwości masowej obsługi klienta. Wszystkie prace i usługi, które wykonuje Spółka są kalkulowane pod względem rentowności godziny pracy poświęconej realizacji danego zadania. Kalkulacja dotyczy cen wdrożeń, na które składają się czas pracy grafików, instalacje

sklepów, opłaty abonamentowe, obejmujące pracę administratorów, pracę działu wsparcia oraz wszelkie zmiany programistyczne i graficzne w sklepach. Dzięki jasnej polityce cenowej Spółka osiąga rentowność z każdej przepracowanej godziny, zapobiegając rozliczaniu klientów według różnych stawek.

Wdrożenia usług IdoSell Booking opierają się model prowizyjny lub ryczałtowy (zależnie od wielkości biznesu klienta i jego wygody) oraz opłaty za usługi dodatkowe, na przykład graficzne. Duzi klienci mogą skorzystać z opłat abonamentowych, zryczałtowanych, za cały rok z góry, wtedy nie ponoszą opłat prowizyjnych. W modelu prowizyjnym. prowizja pobierana jest tylko za rezerwacje złożone przez Widget oferowany za pomocą usługi. Klienci IdoSell Booking ponoszą opłatę 24 zł rocznie oraz 1% od wartości rezerwacji, więcej informacji znajduje się na cenniku na stronach internetowych Spółki.

Wszystkie sklepy tworzone w oparciu o IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz usługi z zakresu IdoSell Booking cechują się architekturą pozwalającą na bardzo dobre indeksowanie i pozycjonowanie sklepu w wyszukiwarkach internetowych. **Cechą wyróżniającą IAI-Shop.com jest możliwość bardzo elastycznego dopasowania do profilu i branży niemal każdego klienta. IAI jest liderem w wielu rozwiązaniach integracyjnych. Rozwiązania są tworzone w myśl idei Otwartego Software as a System, pozwalając na integrację wielu różnych usług od wielu różnych innych podmiotów, np.: agencji interaktywnych, firm zajmujących się usługami internetowymi takimi jak systemy CRM lub usług kurierskich.** Otwarta architektura pozwala na tworzenie wielu nowych zastosowań, ciekawych wdrożeń i tworzy w ten sposób ekosystem obok obu usług Emitenta. W ten sposób Emitent buduje naturalne, nowe kanały sprzedaży swoich usług.

Dodatkowo IAI w ramach swojej oferty oferuje klientom dodatkowo płatne zintegrowane usługi płatności elektronicznych (Płatności IAI), 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 (omni-channel)**. Usługa IAI-Shop.com (IdoSell Shop) pozwala na jednoczesną sprzedaż w wielu kanałach dystrybucji: od tradycyjnych sklepów internetowych, przez tematyczne specjalistyczne sklepy internetowe, sklepy multibrandowe, programy lojalnościowe, partnerskie, sprzedaż mobilną, aukcje internetowe, 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, magazynem, oraz obsługiwanie zamówień z Internetu bezpośrednio z systemu f-k lub zarządzania hotelem. Automatyczna wymiana danych o cenach, stanach magazynowych, rezerwacjach i zamówieniach pozwala klientom skoncentrować się na sprzedaży. Dowiedz się więcej o Bridge na stronie WWW IAI S. A.
- **IAI POS** - aplikacja do obsługi kasowej sklepu i odbiorów osobistych, realizując strategię omni-channel. Dzięki współpracy z drukarkami fiskalnymi oraz czytnikami kodów kreskowych, z powodzeniem zastąpi inny system sklepowy, zwłaszcza jeżeli firma ma wiele punktów kasowych. POS korzysta z gospodarki magazynowej IAI-Shop.com, co pozwala na automatyczną wymianę informacji i synchronizację stanów magazynowych ze sklepem internetowym. Dodatkowo program pozwala na pracę bez stałego połączenia z Internetem. Dowiedz się więcej o POS na stronie WWW IAI S.A.
- **IAI Downloader**– program służący do importowania i aktualizowania oferty na podstawie danych pochodzących od dostawcy. Aplikacja łączy sklep z hurtownią, pobiera ofertę wraz z cenami, opisami i zdjęciami oraz w kilka chwil umieszcza ją w Twoim sklepie. Automatycznie przeprowadza także kolejne aktualizacje danych w sklepie, w razie zmiany dostępności i cen produktów w hurtowniach. IAI Downloader działa w oparciu o stworzony przez IAI S.A. format IOF () , a także o formaty XML i CSV. Program IAI Downloader jest przeznaczony dla sklepów, które chcą zautomatyzować proces importowania i aktualizowania oferty od dostawców. Oprócz kompleksowych integracji z hurtowniami, IAI Downloader pozwala przeprowadzać jednorazowe importy towarów (np. w przypadku przenoszenia towarów do sklepu IAI-Shop.com z poprzenio używanej platformy), oraz masowe aktualizacje na istniejących już w Panelu Administracyjnym IAI-Shop.com towarach. Dowiedz się więcej o Downloderze na stronach IAI S.A.
- **IAI Printer -** to zewnętrzna aplikacja uruchamiana w środowisku Windows po stronie klienta. Działa jako serwer wydruku paragonów fiskalnych i dokumentów sprzedaży z panelu administracyjnego oraz z aplikacji pomocniczej IAI POS i IAI Scanner. Zaletą aplikacji jest szybki proces konfiguracji drukarek oraz prosty mechanizm działania - jako usługi nasłuchującej na określonym porcie i adresie IP. Dowiedz się więcej o IAI Printer na stronach IAI S.A.
- **IAI Scanner**- Podstawą działania każdego dużego sklepu jest system WMS do obsługi magazynu i procesu realizacji zamówień, zwrotów i reklamacji. Aby sprawnie nim zarządzać i automatyzować pracę obsługi stworzono specjalne urządzenia - kolektory danych. Spółka stworzyła własny system, instalowany na kolektorach danych, który spina w całość zdarzenia zachodzące w hali magazynowej z tymi, które odpowiadają za pracę całego sklepu internetowego. IAI Scanner to aplikacja, która umożliwia wykorzystanie kolektora danych używanego przez duże sklepy internetowe. IAI Scanner został stworzony dla dużych sklepów internetowych, które codziennie zarządzają dużą liczbą dostaw oraz zamówień od klientów. IAI Scanner kładzie kres długim i żmudnym procesom logistycznym związanym z przyjmowaniem oraz wydawaniem towarów oraz inwentaryzacją. Redukcja czasu wykonywania operacji magazynowych. Efektywniejsza i bezpieczniejsza obsługa logistyki. Zmniejszenie ryzyka popełnienia błędów ludzkich. Dowiedz się więcej o IAI Scanner na stronach IAI S.A.
- **Aplikacje mobilne sklepów internetowych** - Dzięki aplikacji mobilnej dla IAI-Shop.com (IdoSell Shop) konsument jest na bieżąco z najnowszymi promocjami i trendami, niezależnie od czasu i miejsca, w którym się znajduje. Może też szybko i bezpiecznie złożyć zamówienie. Interfejs aplikacji tworzony jest na wzór wersji mobilnej lub RWD sklepu, co pozwala zachować spójność identyfikacji wizualnej marki. Aplikacja projektowana jest na platformy App Store

(iPhone) oraz Google Play (Android).

- **Mobilna aplikacja do zarządzania rezerwacjami IdoSell Booking - aplikacja** na iPhone i Android pozwala na obsługę rezerwacji, bez potrzeby logowania się do panelu administracyjnego, w dowolnym miejscu i czasie. Dzięki możliwości pracy w trybie offline, dodawaniu i zarządzaniu rezerwacjami, blokowaniu dostępności terminów, automatycznej synchronizacja oraz nieskomplikowanemu i intuicyjnemu interfejsowi sprawdza się w szybkim zarządzaniu obiektami noclegowymi. Więcej na stronach IAI S.A.

Istotnym aspektem działalności Spółki jest fakt, iż zamiast sprzedawać swój produkt, wynajmuje go oferując przy tym szereg usług związanych z projektowaniem, przygotowaniem oraz hostingiem stron. Dzięki takiej organizacji **klient otrzymuje kompleksową obsługę od etapu projektowania strony aż do etapu administrowania już istniejącą platformą oraz ma dostęp do licznych aktualizacji oferowanych przez IAI S.A., automatycznie instalowanych przez IAI S.A. każdemu klientowi, bez potrzeby kupowania kolejnych, nowych, produktów. Natomiast Spółka zyskuje liczną grupę stałych klientów, którzy generują dla Spółki regularne przychody**. Obie usługi, IAI-Shop.com i IdoSell Booking tworzone są według najnowszych trendów panujących w Internecie. Model usług oparty jest o SaaS. Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą generując efekty synergii. Cennik usług oferowanych przez IAI S.A. został opracowany tak, aby usługa IAI Shop.com była przystępna cenowo zarówno dla małych, jak i bardzo dużych sklepów internetowych. Koszt wdrożenia nowego sklepu zależy przede wszystkim od stopnia jego skomplikowania. Koszt utrzymania zależy m.in. od ilości towarów oraz ruchu generowanego przez sklep - większy klient płaci więcej. Z kolei usługi serwisowe i integracyjne naliczane są proporcjonalnie do czasu, jaki jest potrzebny na wprowadzenie zmian w programie lub wyglądzie sklepu. Każdy klient obciążany jest taką samą stawką godzinową za pracę grafików lub programistów.

Analizując zmiany w strukturze rynku w Polsce oraz informacje płynące od klientów można zauważyć, że zdecydowanie rośnie popyt na usługi kierowane do hurtowni sprzedających przez Internet (tzw. Sklepy B2B). Klienci zwracają również większą uwagę na usługi zaawansowane i gotowi są za nie więcej płacić. Aż 90% przedsiębiorstw zaopatruje się w Internecie. Coraz więcej nowych firm planuje otworzyć swoje sklepy internetowe. **Spółka IAI przewiduje, że dzięki usługom integracyjnym oraz systemowi IAI-Shop.com, który umożliwia sprzedaż hurtową i detaliczną, wiele z firm planujących rozpocząć działania B2B w Internecie skorzysta z jej rozwiązań.**

Z analizy rynku wynika, że coraz mniej sklepów internetowych korzysta z oprogramowania darmowego lub wytwarzanego we własnym zakresie. Firmy zdecydowanie częściej decydują się na zakup gotowych rozwiązań. Koszty dostosowywania i rozwijania oprogramowania wewnątrz firmy handlowej są nieproporcjonalnie wysokie w porównaniu z zakupem lub wynajmem gotowego systemu sprzedaży w SaaS. Popularne programy oferowane jako open-source tj. Prestashop lub Magento nie są darmowe a na pewno nie są tanie we wdrożeniu i utrzymaniu. Klient ponosi koszty nie tylko samej licencji, ale również jej konfiguracji, dostosowania do własnych potrzeb oraz wykorzystania infrastruktury serwerowej. Koszty takiego sklepu w oparciu o Magento mogą wynosić nawet kilkaset tysięcy złotych rocznie. Cieszą się pewną popularnością z uwagi na to, że są otwarte i są przedstawiane jako rozwiązania w pełni dostosowalne do potrzeb klientów. Jednak ze względu na wysoką cenę oraz często problemy z dalszym rozwojem oraz kosztami instalacji i utrzymania, nie trafiają do szerokiego grona klientów. . Dużą wadą systemów otwartych jest to, że pochodzą z USA i pomimo utworzenia polskich wersji językowych, nie oddają w pełni realiów panujących w Unii Europejskiej.

Przejawia się to przede wszystkim w braku wsparcia dostaw, firm kurierskich, zarządzaniu podatkiem VAT. Tworzone są przez wielu informatyków na całym świecie, którzy sami zwykle nie prowadzą sklepu internetowego, przez co wiele funkcji, które posiadają systemy, jest bezużytecznych. Wszystkie te aspekty podnoszą całkowity, realny koszt utrzymania i korzystania z systemu opartego o rozwiązania otwarte.

W zakresie dostaw infrastruktury, IAI S.A. współpracuje z wysoce wyspecjalizowanymi firmami. Głównym dostawcą Spółki w zakresie infrastruktury serwerowej jest jeden z największych i najnowocześniejszych dostawców usług hostingu serwerów w Europie. Ze względu na działalność czysto usługową IAI S.A. nie posiada dużej grupy dostawców. Prace związane z IAI-Shop.com wykonuje we własnym zakresie.

Struktura akcjonariatu

W obrocie na NewConnect znajdują się akcje serii B i C.

Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 12 sierpnia 2016 r.

	Seria A	Seria B	Seria C	Liczba	Udział Procentowy
Paweł Fornalski	4893750	543750	180	5437680	66,67%
Sebastian Muliński	1856250	206250	3443	2065943	25,33%
Pozostali Akcjonariusze			652612	652612	8,00%
Razem	6750000	750000	656235	8156235	100,00%

Struktura głosów na WZA na 12 sierpnia 2016 r.

Akcje serii A są imienne i uprzywilejowane co do głosu w stosunku 2:1. W związku z tym struktura głosów na WZA przedstawia się następująco:

	Głosy na WZA	Udział procentowy
Paweł Fornalski	10331430	69,31%
Sebastian Muliński	3922193	26,31%
Pozostali Akcjonariusze	652612	4,38%
Razem	14906235	100%

Z uwagi na wprowadzenie akcji serii C do Alternatywnego Systemu Obrotu, dominujący akcjonariusze IAI S.A. tj. Paweł Fornalski (Prezes Zarządu) i Sebastian Muliński (Wiceprezes Zarządu) posiadający wtedy odpowiednio 66,67% i 25,29% udziału w kapitale zakładowym, złożyli zobowiązania w sprawie czasowego wyłączenia zbywalności wszystkich posiadanych dotychczas akcji IAI Spółka Akcyjna. Akcjonariusze wymienieni powyżej zobowiązali się, że w terminie do dnia 30 września 2012 roku nie dokonają, nie obciążą oraz nie będą zawierać żadnych umów, które dotyczyłyby zbycia lub obciążenia jakiejkolwiek z posiadanych przez nich akcji serii A oraz B.

Paweł Fornalski, Prezes Zarządu

Sebastian Muliński, Wiceprezes Zarządu