



Strategia średnioterminowa TIM SA do roku 2021



11 kwietnia 2019 r.



TIM SA – stan na 31.12.2018 r.

751 mln zł
przychodów ze
sprzedaży

Lider sprzedaży
elektrotechniki
w Polsce

331 mln zł
suma bilansowa

164 mln zł
kapitały własne

196 tys. towarów
w ofercie

68 tys. w ofercie
magazynowej

16 biur handlowych
w Polsce

4 franczyzy
i 7 agentów
sprzedaży

17 mln
EBITDA

2,3% rentowność
EBITDA

Ponad 70%
przychodów
z e-commerce

Ponad 433 tys.
zamówień on-line

Ponad 30 lat
doświadczenia
w handlu

Od 20 lat na GPW

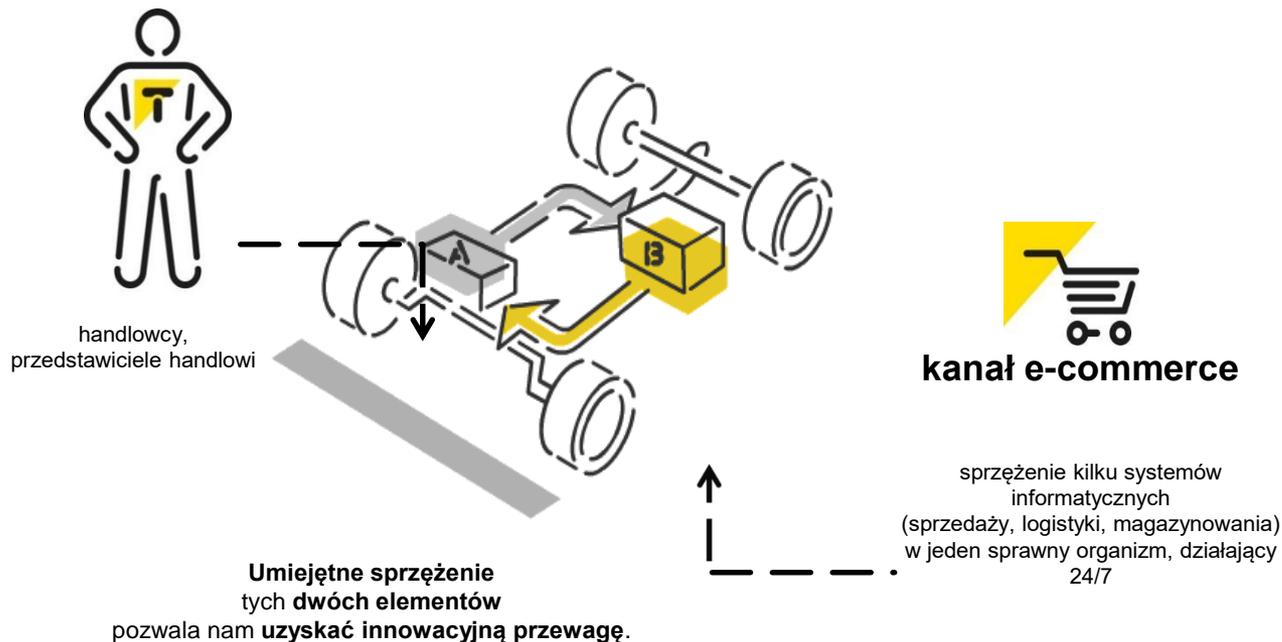
Koncentracja
zakupów u 176
dostawców

77% linii zamówień
do dostawców
wysyłanych jest
poprzez EDI





Model hybrydy TIM – połączenie nowoczesnej technologii i kompetencji ludzi



Kluczowe elementy modelu biznesowego:

efektywna komunikacja z klientem

szeroka oferta i dostępność

solidne finanse

dominująca sprzedaż B2B w kanale e-commerce (model hybrydy)

sprawna logistyka





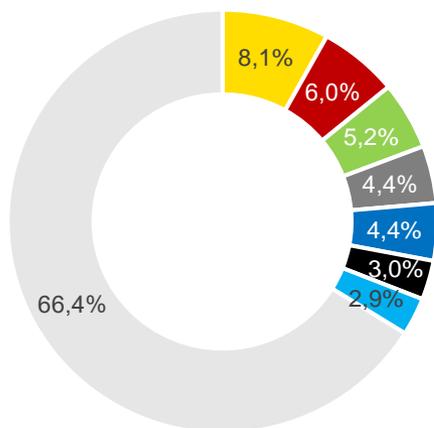
Rynek handlu materiałami elektrotechnicznymi w Polsce

Charakterystyka rynku

Uzależniony od koniunktury w budownictwie
Wysoka konkurencja, niskomargżowość

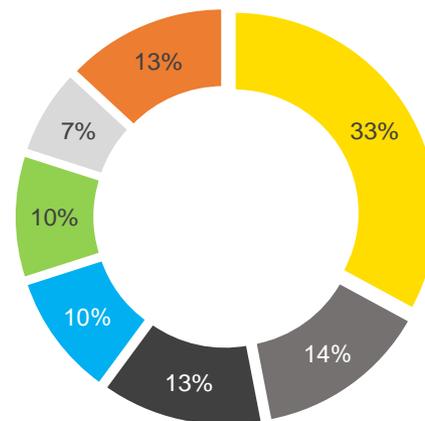
Grupy zakupowe utrwalające rozdrobnienie
Dominacja modelu tradycyjnego (offline)

Szacowana wielkość rynku: **blisko 10 mld zł**



■ TIM
■ Kaczmarek Electric
■ Grodno
■ Nowa Elektro

■ Alfa Elektro
■ Onninen
■ Elektroskandia
■ Pozostali



■ Kable i przewody
■ Aparatura modułowa
■ Aparatura rozdzielcza

■ Technika świetlna
■ Automatyka
■ Osprzęt instalacyjny





Rynek e-commerce B2B

**Szacowana wartość
rynku B2B
e-commerce do 2020 r.**

Świat: **6,7 biliona \$**
Europa: **2,43 biliona \$**

Chiny: **2,1 biliona \$**
Polska: **0,344 biliona zł***

59%

użytkowników w Polsce szuka w internecie produktu lub usługi, które chcieliby kupić

81%

firm B2B wskazuje, że wdrożenie e-commerce sprawiło, iż pozyskali nowych klientów

73%

firm B2B wskazuje, że wzrosła sprzedaż produktów/usług

80%

badanych polskich firm B2B deklaruje, że ich firma zyskała na wprowadzeniu e-commerce

52%

klientów biznesowych w Polsce uważa, że w ciągu najbliższych 3 lat co najmniej 50% dokonywanych przez nich zakupów będzie realizowana online

31%

% firm B2B zauważa wzrost lojalności klientów





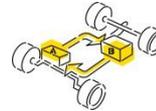
Silne strony i szanse rozwoju TIM

SILNE STRONY

SZANSE ROZWOJU

HANDEL
W MODELU
HYBRYDY

Sprawdzony, rentowny, zaakceptowany przez rynek model współpracy



Wykorzystanie dotychczasowych zasobów i doświadczeń do zwiększenia skali działalności (efekt dźwigni)

LOGISTYKA

Efektywne kosztowo i elastyczne centrum logistyczne



Możliwość obsługi większej liczby operacji logistycznych

PRODUKT

Najszerza oferta w branży



Dotarcie do nowych klientów z ofertą szerokiego asortymentu dostarczanego w 24h do dowolnej lokalizacji w Polsce

ZAKUPY

Partnerskie relacje z kluczowymi dostawcami działającymi na polskim rynku, wysokie limity kredytowe



Zwiększenie skali dystrybucji obsługiwanej przez TIM – wykorzystanie relacji i posiadanych limitów kredytowych

TECHNO-
LOGIA

Platforma technologiczna oraz wewnętrzne kompetencje e-commerce



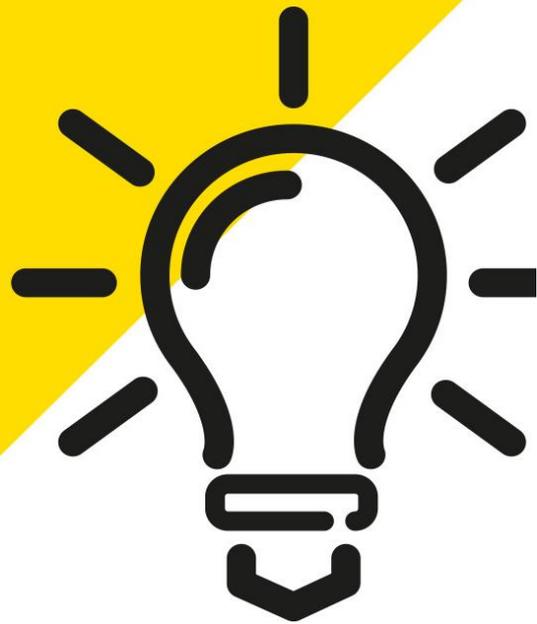
Wykorzystanie posiadanych rozwiązań do zwiększenia skali i efektywności sprzedaży w modelu hybrydy oraz rozwoju nowych modeli sprzedaży - postępująca digitalizacja branży naszym naturalnym sprzymierzeńcem

FINANSE

Stabilne finansowanie, rentowna działalność, kompetencje w zarządzaniu ryzykiem kredytowym



Wykorzystanie natychmiastowej zdolności do sfinansowania i obsługi wzrostu skali biznesu



Misja i wizja TIM SA

**Tworzymy dziś z myślą
o jutrze.**

Działamy z pasją, wierząc,
że połączenie kompetencji
z innowacyjnymi technologiami
daje nam i naszym Partnerom
nieograniczone możliwości rozwoju.





Strategia TIM

Budowa wartości dla akcjonariuszy:
wzrost przychodów > 1 mld zł, oraz
rentowności EBITDA > 3,6% do 2021 r.

Handel materiałami elektrotechnicznymi w modelu hybrydy

Cel: Średnioroczny wzrost przychodów +5% powyżej inflacji

1. Zwiększenie udziału w rynku
2. Zwiększenie efektywności i rentowności
3. Wzrost świadomości marki TIM

Alternatywne modele handlu materiałami technicznymi

Cel: do 2021 powyżej 10% obrotu generowanego za pośrednictwem modeli alternatywnych

1. Dropshipping
2. Handel w modelu B2B2C
3. Marketplace

Efektywność, zwinność i bezpieczeństwo

E-commerce / IT

Logistyka

Stabilne finansowanie oraz wzrost rentowności

Zaawansowana analityka biznesowa

HR/kultura organizacyjna

Optymalizacja, automatyzacja i robotyzacja procesów





Sprawdzony model hybrydy bazą dalszego rozwoju TIM

1 Ekspansja rynkowa – geograficzna i produktowa

Sieć sprzedaży: system premiowy skorelowany ze strategią firmy; zbudowanie dedykowanych zespołów sprzedażowych; rozwój sieci agentów.

Efektywne identyfikowanie potrzeb klientów: behawioralna segmentacja klientów biznesowych bazująca na analizie dużej ilości danych o kliencie (zamiast dotychczasowej opartej na obrotach i moralności płatniczej);

2 Zwiększenie efektywności i rentowności sprzedaży

Efektywność operacyjna: standaryzacja, optymalizacja i robotyzacja procesów we wszystkich możliwych obszarach działania firmy; odciążenie sieci sprzedaży z realizacji procesów okolo-sprzedażowych (ofertowanie, reklamacje, zwroty, transport, etc.); standaryzacja i podnoszenie jakości współpracy z dostawcami;

Polepszenie serwisu dla klientów: prosta i efektywna ścieżka zakupowa przez platformę; atrakcyjny i nowoczesny UX; wspieranie rozwoju technologicznego klientów/partnerów; rozszerzanie oferty o nowe kategorie produktowe;

3 Wzrost świadomości marki

Wizerunek i marka: TIM ekspertem w dziedzinie e-commerce B2B; atrybuty: przyjazność, innowacyjność, otwartość; zbudowanie zaangażowanej społeczności wokół TIM;

W pełni wykorzystamy walory modelu hybrydy.

**CEL:
Średnioroczny wzrost + 5% powyżej inflacji**





Rozwój alternatywnych modeli handlu materiałami technicznymi

1 Dropshipping

Dropshipping aktywny: wykorzystanie potencjału platform zewnętrznych (także pozabranżowych) do sprzedaży towarów TIM-u; relatywnie szybkie i niskokosztowe dotarcie do nowych klientów i rynków; wybór platform o wysokiej wydajności i potencjale rozwoju; współpraca z partnerami w zakresie rozwoju oferty produktowej;
Dropshipping pasywny: udostępnienie platformy TIM.pl dla zewnętrznych sprzedawców; zaistnienie TIM-u w nowych kategoriach produktowych; wsparcie w cyfryzacji i poszerzenie rynku dla klientów; oszczędność po stronie TIM-u w zakresie kosztów logistycznych oraz spedycji;

2 Marketplace

Dostosowanie organizacji do rozbudowanego modelu biznesowego; wykorzystanie potencjału nowych grup klienckich; branż i segmentów, zbudowanie unikalnych korzyści dla partnerów;

3 Handel w modelu B2B2C

Wykorzystanie kompetencji TIM-u oraz jego partnerów do zwiększenia udziału w rynku B2C; budowa serwisów technologicznych oraz usług wspierających biznes partnerów w rynku B2C; oferowana szerokość oferty, dostępność; łatwość wyszukiwania oraz zakupu jako istotne przewagi konkurencyjne;

Handel w modelach alternatywnych pozwoli nam także na pozyskanie nowych klientów do modelu hybrydy

**CEL:
do 2021 powyżej
10% obrotu
generowanego za
pośrednictwem
modeli
alternatywnych**





Narzędzia wspierające wdrożenie strategii

TIM jest przygotowany do zwiększenia skali działalności na rynku handlu materiałami technicznymi.

1 Mapa drogowa

przygotowana mapa drogowa wdrożenia strategii, cele taktyczne, zdefiniowane projekty obszarowe, uzgodnione harmonogramy i przypisane osoby odpowiedzialne, kaskadowanie na kwartalne KPI, coroczna aktualizacja strategii;

2 Technologia

wykorzystanie najnowszych rozwiązań i trendów technologicznych do wsparcia modelu hybrydy i rozwoju strategicznych kierunków – dropshipping, marketplace, handel w modelu B2B2C

3 Zasoby ludzkie

silny i doświadczony zespół skupiający szeroki zakres kompetencji działający w ramach płaskiej struktury; zwiększenie zasobów w obszarze e-commerce, analityki biznesowej, back office; system motywacyjny wspierający realizację celów strategicznych;

Kultura organizacyjna oparta na współpracy i długoterminowej perspektywie. Organizacja elastyczna i otwarta na zmiany, tworząca środowisko, w którym pracownicy mogą się rozwijać.





TIM

TEAM

Pracujemy zawsze z pasją, która niezależnie od projektu i czasu nigdy nie maleje. Motywacja i radość tworzenia łączą nas w zespół.

INNOWACJE

To technologia, wiedza i umiejętność ich wykorzystania.

MOBILNOŚĆ

To elastyczność, zwinność, otwartość na zmiany, "antykruchłość".





”

*To nie jest koniec,
to nawet nie jest początek końca,
to dopiero koniec początku.*

W. Churchill

 **Dziękujemy za uwagę**

www.tim.pl | www.timsa.pl





Zastrzeżenie prawne

Zapoznanie się z treścią niniejszej Prezentacji („Prezentacja”) lub udział w spotkaniu, na którym Prezentacja jest przedstawiana lub omawiana uznaje się za akceptację treści poniższego zastrzeżenia prawnego.

Prezentacja została przygotowana przez TIM S.A. z siedzibą we Wrocławiu („TIM” lub „Spółka”) wyłącznie w celach informacyjnych. Ani Prezentacja, ani jakkolwiek kopia Prezentacji nie może być powielana, rozpowszechniana ani przekazywana, bezpośrednio lub pośrednio, jakiegokolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez pisemnej zgody Spółki.

Niniejsza Prezentacja nie stanowi rekomendacji inwestycyjnej bądź informacji rekomendującej lub sugerującej strategię inwestycyjną. Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej TIM ani Grupy Kapitałowej TIM („Grupa TIM”), jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. Spółka przygotowała Prezentację z należytą starannością, jednak może ona zawierać pewne nieścisłości lub uogólnienia. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie jakichkolwiek papierów wartościowych wyemitowanych przez Spółkę lub jej spółki zależne opierała się na informacjach ujawnionych w raportach Spółki, sporządzonych zgodnie obowiązującymi przepisami prawa.

Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży ani zaproszenia do składania oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym.

Prezentacja oraz zawarte na niej obiekty graficzne, informacje, dane oraz ich opisy mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości. Jednakże, takie stwierdzenia nie mogą być odbierane jako zapewnienie czy projekcje co do oczekiwanych przyszłych wyników Grupy TIM lub spółek Grupy TIM. Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza przyszłych wyników TIM i Grupy TIM.

Należy zauważyć, że tego rodzaju stwierdzenia, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwań co do przyszłych wyników finansowych, nie stanowią gwarancji czy zapewnienia, że takie zostaną osiągnięte w przyszłości. Informacje przekazywane przez przedstawicieli Spółki są oparte na bieżących oczekiwaniach lub poglądach przedstawicieli Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki osiągnięte przez Spółkę będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza wiedzą, świadomością i/lub kontrolą Spółki czy możliwością ich przewidzenia przez Spółkę.

TIM, spółki należące do Grupy TIM, ani członkowie jej organów, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy, akcjonariusze lub przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z wykorzystania Prezentacji. Ponadto, żadne informacje zawarte w Prezentacji nie stanowią zobowiązania ze strony Grupy TIM, Spółki jej przedstawicieli, akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób. Dane statystyczne lub informacje dotyczące rynku na którym działa Spółka, Grupa TIM lub spółki należące do Grupy TIM, wykorzystane w niniejszej prezentacji zostały pozyskane ze źródeł publicznych lub wskazanych w treści Prezentacji i nie zostały poddane dodatkowej lub niezależnej weryfikacji.

Grupa TIM i spółki należące do Grupy TIM, ani członkowie jej organów, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy, akcjonariusze lub przedstawiciele takich osób nie są zobowiązani do przekazywania odbiorcom Prezentacji bądź do wiadomości publicznej dodatkowych informacji, jak również aktualizowania jej treści.

Prezentacja podlega ochronie wynikającej z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

tim.pl

