



Raport miesięczny IAI S.A.

za lipiec 2017 roku

Szczecin, 8 sierpnia 2017 r.

Zgodnie z punktem 16 Załącznika Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 października 2008 roku „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” Zarząd IAI S.A. przekazuje do publicznej wiadomości raport miesięczny za lipiec 2017 roku.

I. Informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym Spółki, które w ocenie Spółki mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych IAI S.A.

Kolejny miesiąc z rzędu wzrost przychodów ze sprzedaży, według szacunku wynosi 45% w porównaniu do analogicznego miesiąca w poprzednim roku. Przychody ze sprzedaży w lipcu 2017 osiągnęły poziom 2,1 mln złotych netto. IAI S.A. nie zwalnia tempa wzrostu. Co więcej, kolejne nowości przekonują kolejnych klientów. A historie zakończonych sukcesem wdrożeń przyspieszają proces migracji sklepów z innych platform.

Informacje dotyczące IAI-Shop.com (IdoSell Shop):

W wielu raportach Zarząd podkreślał jak wykorzystanie szerokiego wachlarza możliwości IAI-Shop.com (IdoSell Shop) pomaga tworzyć zaawansowane, personalizowane, wielokanałowe i skuteczne strategie sprzedażowe. Strategie w których każdy element współgra z pozostałymi tworząc synergię i w efekcie zwiększając efektywność firmy handlowej. Spółka, publikując case-studies prezentuje faktyczne wdrożenia, w których takie synergie oraz wzrosty efektywności zachodzą.



The advertisement features a cyclist in a blue and white jersey riding a road bike on a light-colored background. A large green triangle is positioned behind the cyclist. In the top right corner, the IAI-Shop.com logo is displayed with the tagline 'NAJLEPSZE SKLEPY INTERNETOWE'. Below the logo, the text reads '#Inspiracja Tricentre.pl' and 'Zobacz, jak szybko przenieść sklep na stabilną i bezpieczną platformę IAI-Shop.com'. The bottom right corner of the advertisement is decorated with several colorful circles in shades of blue, green, and orange.

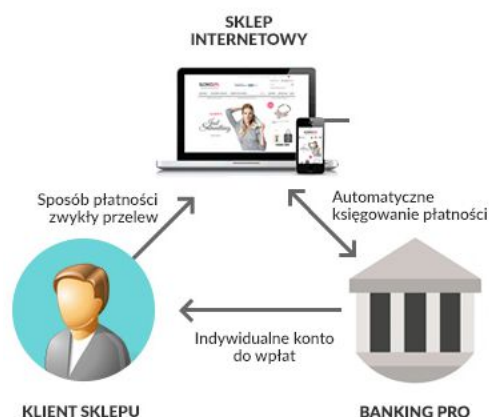
Właściciel sklepu Tricentre.pl mierzył się z sytuacjami kiedy jego poprzedni sklep internetowy nie spełniał oczekiwań, a klienci zamiast składać zamówienia wydzwaniali do sklepu z pretensjami, że mają problemy z ich składaniem. [Szybko podjęta decyzja o migracji sklepu na stabilną i bezpieczną platformę IAI-Shop.com spowodowała rozwiązanie wszystkich dotychczasowych problemów i trzykrotny wzrost zamówień.](#) W przypadku Tricentre.pl decyzja o szybkiej migracji okazała się bardzo dobrym wyborem. W ramach pakietu wdrożeniowego BASIC w bardzo krótkim czasie powstał przejrzysty i nowoczesny sklep internetowy w ramach wdrożenia pod klucz. W tej chwili właściciel Tricentre.pl podkreśla że od czasu migracji nie było ani jednego telefonu od klienta z problemami przy złożeniu zamówienia czy z informacją, że w ogóle nie mógł takiego zrobić. Spina się to kłamrą, w spójną całość z licznymi informacjami przekazywanymi w raportach o zmianach w procesie zakupowym, dopieszczeniu najdrobniejszych elementów, automatyzacji procesów, dbaniu o

Raport miesięczny IAI S.A. za lipiec 2017 r.

Więcej informacji w dziale [Relacje inwestorskie na www.IAI-sa.com](http://www.IAI-sa.com)

stabilne działanie serwerów oraz usług i właściwą gospodarkę magazynową. Te setki, a nawet tysiące drobnych ulepszeń przesuwały systematycznie IAI-Shop.com (IdoSell Shop) w stronę coraz lepszego narzędzia do sprzedaży. A **kolejni migrujący klienci zwiększający swoją sprzedaż, w prosty sposób przez abonamenty lub prowizje za usługi dodatkowe (Tricente korzysta np. z IAI Pay i IAI Broker), systematycznie zwiększają przychody Spółki. Dlatego tak ważne są takie przykłady, aby raz na jakiś czas przedstawić jak wiele, z pozoru różnych nowości, skutecznie generuje sprzedaż w konkretnych przypadkach.**

Niedawno opisywana nowość, **Banking Pro**, czyli **zupełnie nowatorskie, fin-techowe**, rozwiązanie dla sklepów internetowych, które na sporą skalę korzystają z płatności przelewami bankowymi, zostało rozbudowane o bardzo interesujące możliwości, czyli **automatyczne księgowanie pobrań z Poczty Polskiej oraz generowania zwrotnych przelewów w ramach obsługi zwrotów lub reklamacji**. Partnerem technologicznym **Banking Pro** jest **ING Bank Śląski**. Kolejny przykład automatyzacji, które skupia w sobie różne obszary, ale zwiększa efektywność sklepu. W każdym dużym sklepie internetowym już samo księgowanie przelewów



zwykłych, które ciągle stanowią większość wolumenu wpłat w sklepach internetowych, jest jednym z ostatnich procesów wykonywanych ręcznie. Nie inaczej jest z wpłatami COD (pobrania), które również trzeba ręcznie kontrolować i to głównie pod kątem księgowym. Włączając usługę **Banking Pro Sklep** nie musi kontrolować ręcznie wyciągu bankowego i dopasowywać wpłat z pobrań Poczty Polskiej do zamówień w panelu administracyjnym IAI-Shop.com (IdoSell Shop). Wpłaty takie zostaną automatycznie powiązane z zamówieniem w oparciu o numer przesyłki, który Poczta Polska podaje w tytule każdego przelewu. **To nie tylko oszczędność czasu Sklepu internetowego, ale również redukcja pomyłek w księgowości, które mogą Ciebie sporo kosztować.**

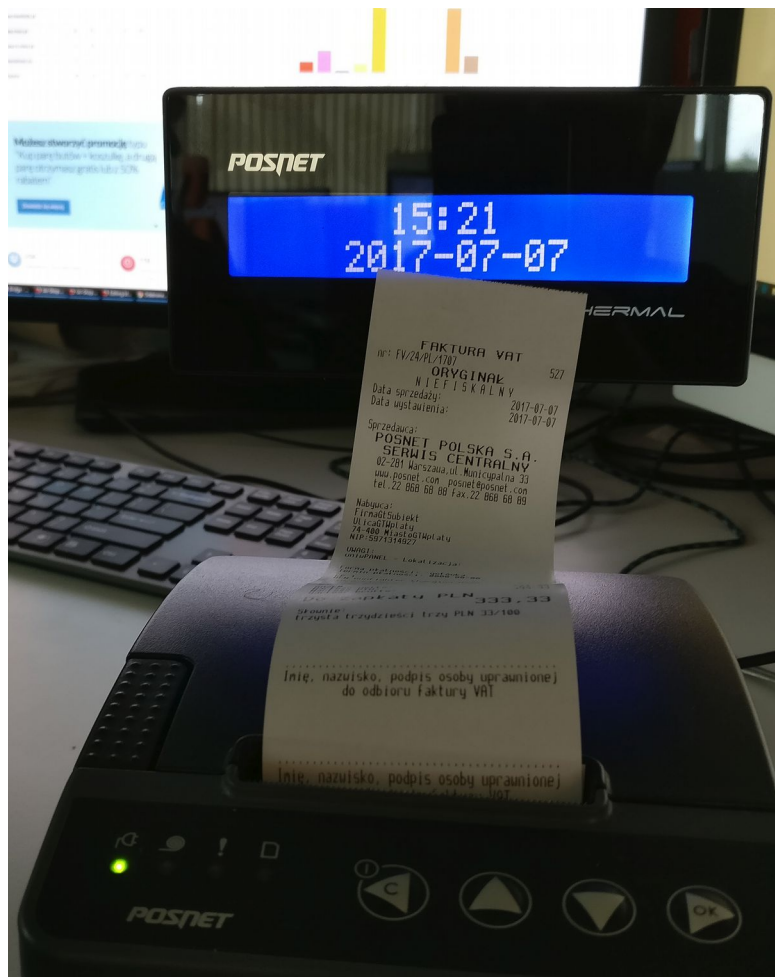
Z drugiej strony aby obsługa sklepu nie musiała wykonywać zbyt dużej ilości kliknięć i mogła szybciej obsługiwać wypłatę środków dla zwrotów i reklamacji, w konfiguracji usługi Spółka wprowadziła dwie dodatkowe opcje: „**Pozwalaj na zlecenie przelewów wychodzących dla zwrotów**” oraz „**Pozwalaj na zlecenie przelewów wychodzących dla reklamacji**”. Włączając sklep otrzymuje możliwość zlecenia przelewów wychodzących dla zwrotów i reklamacji, które dodadzą się do koszyka przelewów w systemie bankowości internetowej ING Bank Śląski. Wystarczy zatwierdzić przelew w systemie ING Bank Śląski. **W ten sposób kolejny aspekt działania sklepu jest zautomatyzowany i połączony w większą usługę. A Spółka czerpie przychody z prowizji od obsługi Baning Pro.**

Pozostając przy tematyce obsługi pobrań, ale wychodząc dalej, do sprzedaży międzynarodowej, należy wskazać nową możliwość **ustawienia przy kurierach w jakich walutach obsługują pobrania, czyli np. Poczcie Polskiej pozwolić wyłącznie na pobrania w PLN**. To znacznie usprawnia eksport oraz eliminuje sytuacje w której klient złoży zamówienie w walucie, w której nie będzie mógł zrealizować płatności za pobraniem. Ale żeby jeszcze bardziej **ułatwić eksport, Spółka wprowadziła rozszerzenie integracji z kurierem FedEx, i tak obok FedEx Polska, obsługuje teraz również usługi FedEx International**. Jeśli Sklep ma podpisaną umowę z firmą



FedEx International i posiada dane dostępowe, to wystarczy że wprowadzi je w danych do logowania w ustawieniach kuriera FedEx. Reszta będzie się dziać już praktycznie automatycznie. **Dzięki nowej integracji każdy sklep może bardzo łatwo wysyłać przesyłki za granicę, co przez abonamenty oraz prowizje przekłada się na przychody Spółki.**

Sporym usprawnieniem w automatyzacji procesu sprzedaży jest wprowadzenie możliwości **[drukowania faktury VAT na drukarce fiskalnej POSNET THERMAL za pośrednictwem IAI Printer 3.7](#)**, oraz przywracaj w dowolnym momencie wszystkie ustawienia programu. Drukarka POSNET THERMAL oferuje użytkownikom możliwość drukowania faktur VAT. Dzięki temu nie ma konieczności wyposażenia punktu sprzedaży w dodatkową standardową drukarkę na której drukowane są faktury, do których i tak musi zostać wydrukowany paragon fiskalny. Inaczej na drukarce fiskalnej drukują się paragony, a na normalnej faktury. Co jest formą komplikacja seryjnej realizacji zamówień. Jeżeli dokumenty wychodzą z jednej drukarki cały proces może być szybszy. Spółka wprowadziła także zabezpieczenie przed wielokrotną fiskalizacją dokumentu sprzedaży. Wydruk paragonu jest możliwy tylko jeżeli faktura VAT nie została wcześniej wydrukowana i odwrotnie, jeżeli paragon został już wydrukowany, wydruk faktury będzie możliwy tylko na drukarce standardowej. **To kolejna automatyzacja i usprawnienia, które eliminują cenny czas z realizacji zamówienia oraz możliwość pomyłki. Właśnie dlatego sklepy, które migrują do IAI w krótkim czasie są w stanie obsłużyć trzy raz więcej zamówień. Nie tylko z powodu działającego procesu zakupowego, ale także sprawnego procesu realizacji zamówień, który nie powoduje zatorów i opóźnień. A zadowoleni klienci wracają częściej. To przez abonamenty i prowizje przekłada się na przychody Spółki.**



Kolejne dwie zmiany to ewolucja Otwartego SaaS™. Strategia Otwarty SaaS™ umożliwia tworzenie bezpiecznych i odpornych na zmiany wtyczek, opartych o integrację webową. Dotychczasowe mechanizmy miały jedno ważne ograniczenie. Wtyczka musiała być instalowana w całości, czyli jeżeli potrzebna była konfiguracja np. wprowadzenie numeru klienta, konieczna była modyfikacja kodu. A taka wtyczka nie była już super-latwa do instalacji i możliwe było popsucie integracji. **[Wychodząc naprzeciw potrzebom developerów i klientów Spółki, IAI stworzyło nową wersję mechanizmu wtyczek, umożliwiającą definiowanie pól konfiguracyjnych.](#)** Dzięki temu, kod

wtyczki nie musi być zmieniony aby np. wprowadzić ID klienta, klucz czy inne, dowolne parametry. Nowa funkcja dostępna jest dla webhook'ów, programów CPA oraz dodatków HTML/JavaScript (snippets) umieszczanych na stronach sklepu. **Udostępniony mechanizm daje developerom możliwość wprowadzania dowolnych własnych pól konfiguracyjnych na poziomie kampanii. To przekłada się na kolejne prace serwisowe oraz nowe wdrożenia, a przez to zwiększa przychody Spółki.**

Ponadto, aby jeszcze ułatwić pracę zewnętrznym developerom, [IAI przygotowało nową dokumentację API Panelu Administracyjnego IAI-Shop.com oraz listę ostatnio wprowadzonych do API zmian](#). Dokumentacja API Panelu administracyjnego IAI-Shop.com (IdoSell Shop) przeszła duże zmiany wizualne, a wraz z nimi dodana została m.in. możliwość wyboru wersji API oraz oglądania różnic pomiędzy wersjami całego API, a także na poziomie poszczególnych bramek oraz ich metod. Pojawiło się również kilka nowych bramek pozwalających zarządzać grupami rabatowymi (DiscountGroups), kartami podarunkowymi (GiftCards), bonami towarowymi (Vouchers), cenami przekreślonymi towarów (ProductsMarketing), zestawami towarów (Bundles), kolekcjami towarów (Collections) oraz metod w bramkach Products, GetProducts, SetProducts, RMA, Orders, GetOrders, AddOrders, a także w Payments, gdzie dodana została m.in. metoda doCashback, dzięki której możliwe jest wykonanie zwrotu środków wpłaconych przez klientów za pomocą systemów płatności obsługujących funkcjonalność Cash back. W ten sposób, **Developerzy mogą w własnym zakresie tworzyć jeszcze bardziej personalizowane i zaawansowane strategie marketingowe i sprzedażowe dla klientów IAI-Shop.com (IdoSell Shop) i rozwijać ekosystem usług wokół IAI. To przekłada się na zwiększenie sprzedaży oraz nowych wdrożeń realizowanych przez Spółkę.**

Informacje dotyczące IdoSell Booking (więcej: <http://www.idosell.com/pl/booking/blog>)

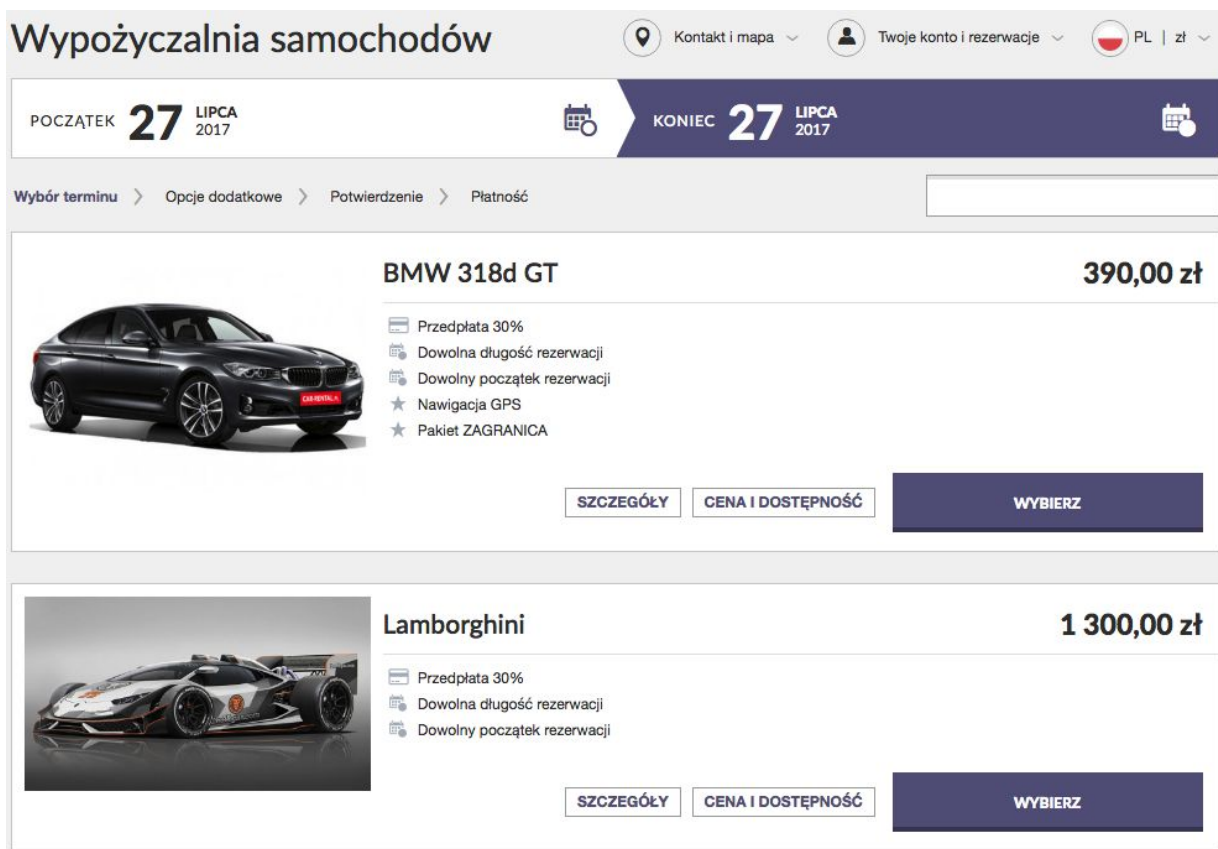


 IdoSell Booking
® NAJLEPSZY SYSTEM DO OBSŁUGI REZERWACJI

#Inspiracja **Na Szczycie**
Zobacz, jak **szybko i efektywnie** wystartować
z **nowym obiektem** z pomocą IdoSell Booking

Również w IdoSell Booking (<http://www.idosell.com/pl/booking>) Spółka realizuje ambitne wdrożenia systematycznie powiększając liczbę obsługiwanych klientów oraz wolumen transakcji. Rozwojowi usługi przyświeca taka sama idea jak w IAI-Shop.com (IdoSell Shop). Dlatego czasem trudno zauważyć na pierwszy rzut oka znaczenie poszczególnych zmian, ale przedstawione kompleksowo, w case-studie prezentują możliwości usługi przygotowanej przez IAI.

W systemie rezerwacji online IdoSell Booking można rozpocząć sprzedaż z wykorzystaniem nowoczesnej strony wizytówki, którą możesz dostosować do swoich potrzeb. W ramach Channel Managera, możesz korzystać z integracji z portalami zewnętrznymi jak Booking.com, HomeTogo oraz wielu innych serwisach. Z tego właśnie skorzystali właściciele zupełnie nowego ośrodka Na-Szczybie.pl kiedy rozpoczynali sprzedaż miejsc noclegowych. Pan Tomasz wskazuje, że jedną z największych zalet systemu IdoSell Booking jest dostęp do kalendarza rezerwacji jak i samego panelu administracyjnego z poziomu każdego urządzenia wyposażonego w przeglądarkę internetową, co zwiększa efektywność jego pracy. Aktywnie wykorzystują Channel Managera, responsywną wizytówkę i zarządzanie planami cenowymi. Ponownie, pokazanie przykładu jednego z wielu udanych wdrożeń spina klamrą wiele informacji o różnych nowych funkcjach. **Szeroki wachlarz możliwości ustawień IdoSell Booking (<http://www.idosell.com/pl/booking>) pozwala bardzo indywidualnie realizować sprzedaż. To przekłada się na rosnące przychody z IdoSell Booking, które są powiązane z prowizjami.**



The screenshot displays the 'Wypożyczalnia samochodów' (Car Rental) section of the IdoSell Booking website. At the top, there are navigation links for 'Kontakt i mapa', 'Twoje konto i rezerwacje', and a language/currency selector set to 'PL | zł'. Below this, a date range is shown: 'POCZĄTEK 27 LIPCA 2017' and 'KONIEC 27 LIPCA 2017'. A breadcrumb trail reads: 'Wybór terminu > Opcje dodatkowe > Potwierdzenie > Płatność'. Two car models are listed:

- BMW 318d GT** priced at **390,00 zł**. Features include: 30% advance payment, flexible rental duration, flexible start of rental, GPS navigation, and a ZAGRANICA package. Buttons: 'SZCZEGÓŁY', 'CENA I DOSTĘPNOŚĆ', 'WYBIERZ'.
- Lamborghini** priced at **1 300,00 zł**. Features include: 30% advance payment, flexible rental duration, and flexible start of rental. Buttons: 'SZCZEGÓŁY', 'CENA I DOSTĘPNOŚĆ', 'WYBIERZ'.

Jednak IAI ciągle poszukuje aktywnie nowych zastosowań dla IdoSell Booking i obok rezerwacji miejsc noclegowych realizuje możliwości dla pokrewnych branż. **Wychodząc na przeciw klientom, których rezerwacje nie są związane z noclegami w ostatnim okresie IAI przygotowała dedykowaną stronę Wizytówkę, na której w przejrzysty i czytelny sposób można zaprezentować ofertę z jednoczesną możliwością wypożyczenia produktów on-line.** Nowy Kalendarz Rezerwacji (Widget) jest ściśle powiązany z szablonem Wizytówki przygotowanym pod wypożyczenia sprzętu i samochodów. Decydując się na ten szablon Wizytówki Klient automatycznie otrzyma w pakiecie nowy widok widgetu. Warto zwrócić też uwagę, na to, że nowy widget dostępny jest w wielu wersjach kolorystycznych, dzięki czemu bez problemu każdy dopasuje go do typu swojej działalności i stosowanej w firmie linii kolorystycznej. Umożliwia on także szukanie po ofercie, dzięki nowej wyszukiwarce oraz zmieniona została prezentacja opcji dodatkowych



dostępnych do wyboru w procesie wypożyczenia. **To kolejny rynek, który może korzystać z usług IAI, powiązany mocno z branżą turystyczną, często prowadzony także przez te same rodzinny firmy. W ten sposób Spółka zwiększa swoją potencjalną sprzedaż.**

Kolejną nowością zwiększającą efektywność wykorzystania możliwości noclegowych przez IdoSell Booking jest zarządzanie restrykcjami pobytu (Minimum Stay, Close to Arrival, Close to Departure) w obiekcie. Kalendarz do zarządzanie restrykcjami pobytu (Minimum Stay, Close to Arrival, Close to Departure) to kolejne narzędzie, po udostępnionej ostatnio opcji wypełniania luk dostępności, pozwalające na sterowanie długością pobytu oraz restrykcjami na przyjazd i wyjazd. Istotną funkcjonalnością nowego kalendarza jest możliwość wprowadzania indywidualnych ustawień w wybranym okresie oraz w wybranej ofercie. To możliwość swobodnego wprowadzenia nowych, nadrzędnych nad ogólnymi zasadami, reguł dotyczących restrykcji pobytu. Istotnym elementem nowej funkcjonalności jest możliwość wprowadzenia nowych ustawień w dowolnej dacie oraz w dowolnej ofercie. Analizując obłożenie w swoim obiekcie możesz np. wprowadzić nowe restrykcje tylko w ofercie bezzwrotnej. Właściciel obiektu może w jednym miejscu zarządzać i kontrolować sprzedaż we wszystkich zewnętrznych serwisach typu OTA w ramach Channel Manager oraz w Kalendarz Rezerwacji (Widget). Wśród korzyści wynikających z używania nowej funkcjonalności związanej z kalendarzem do zarządzania restrykcjami są: możliwość zaplanowania oferty w wybranym okresie, zwiększoną ilość rezerwacji, szybki podgląd restrykcji obowiązujących w obiekcie w wybranym okresie. **Automatyzacja restrykcji pozwala na lepsze zarządzanie ofertą oraz uwolnienie energii do innych działań sprzedażowych, co w prosty sposób przekłada się na zwiększenie sprzedaży ośrodków noclegowych, a przez to samej Spółki.**

Przedstawiając case-studie wdrożenia oraz wielu wcześniejszych raportach podnoszona była kwestia efektywnego channel managera. W związku z rozwojem integracji z największym serwisem agregującym, Booking.com, **IdoSell Booking zostało wzbogacone o nowe możliwości a także ujednolicił mapowanie tak, aby w jak najprostszy sposób móc odzwierciedlić ustawienia serwisu w panelu.** Ulepszony został więc moduł integracji z serwisem Booking.com zmieniając logikę działania i mapowania integracji. Dzięki tym zmianom dodawanie planów cenowych (tzw. rateplanów) nie wymaga już zmian w mapowaniu. Dodatkowo można łatwo odzwierciedlić ofertę bezzwrotną, a także zastosować zniżkę lub wyżkę zależną od długości rezerwacji. Nowy Channel Manager zmienia filozofię konfiguracji. Od teraz należy wskazać, który plan cenowy w Booking.com ma być przyporządkowany w IdoSell Booking - niezależnie od tego ile razy w roku będzie się on powtarzał. Dotychczas wymagane było stworzenie wielu takich planów cenowych, w zależności od tego ile razy pojawiał się w roku. Dodatkowo dodana została możliwość ustawienia w panelu w Ustawieniach zwyżek i zniżek możliwość skorzystania z opcji Promocja od długości rezerwacji. Promocja taka zostanie uwzględniona w cenach na stronie obiektu w Booking.com. **Każda automatyzacja procesu pozyskiwania zamówień z Booking.com wpływa na mniejsze ryzyko błędu obsługi takiej rezerwacji, prezentowanie bardziej adekwatnej i atrakcyjnej oferty, a to wszystko przekłada się na lepsze opinie oraz więcej rezerwacji. To przez prowizje lub abonamenty przekłada się wprost na przychody Spółki.**

Zainteresowanych szczegółową listą wszystkich nowości wprowadzonych w lipcu 2017 zachęcamy do sprawdzenia strony internetowej IAI S.A.: <http://www.idosell.com/pl/corp/ir-news/>

Duża innowacyjność i inwestycje w poprawę wydajności i jakości obsługi klientów silnie wspierane działaniami promocyjnymi, szczególnie PR, podjęte od debiutu w 2009 roku, przynoszą pozytywny w postaci nowych zamówień i rosnącego zainteresowania mediów oraz klientów Spółką.



II. Wykaz wszystkich informacji opublikowanych przez Emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem.

W lipcu 2017 roku Spółka przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu EBI raporty:

1. 10 lipca 2017 r. – [Raport miesięczny za czerwiec 2017 r.](#)

W czerwcu 2017 roku Spółka nie przekazała do publicznej wiadomości żadnego raportu przez system ESPI.

III. Informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym niniejszym raportem.

IAI S.A. realizuje aktualnie projekty inwestycyjne, przy których wykorzystywane są m.in. środki pochodzące z emisji akcji serii C. Są to przede wszystkim: zwiększanie zatrudnienia, przeprowadzenie ekspansji zagranicznej oraz stały rozwój usługi i penetracja rynku polskiego.

Z uwagi na dokonywane inwestycje oraz posiadane przed emisją akcji serii C własne środki finansowe trudno jest jednoznacznie określić skalę wykorzystania środków pochodzących z emisji przy realizacji poszczególnych projektów.

Środki pozyskane z emisji wykorzystywane są zgodnie z celami emisyjnymi tzn. zwiększenia udziału w rynku polskim i dokonania ekspansji zagranicznej.

IV. Kalendarz inwestora obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w sierpniu i wrześniu 2017 roku, które dotyczą Emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów.

W sierpniu i wrześniu 2017 roku będą miały miejsce następujące wydarzenia korporacyjne Emitenta:

1. 14 sierpnia 2017 r. - Raport kwartalny za II kwartał 2017 r.
2. 8 września 2017 r. - Raport miesięczny za sierpień 2017 r.

Zawsze aktualny [kalendarz oraz archiwalne raporty można sprawdzić na stronach internetowych IAI S.A. w dziale relacji inwestorskich](#)