



Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 października 2010 r. do 31 grudnia 2010 r.

Szczecin, 15 lutego 2011 r.



Spis treści

Informacje ogólne.....	3
Wybrane dane finansowe.....	6
Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.....	7
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.....	9



Informacje ogólne

Dane spółki

NAZWA SPÓŁKI:	IAI Spółka Akcyjna
SIEDZIBA, ADRES:	Szczecin, ul. Madalińskiego 8 70-101 Szczecin
NR TELEFONU, FAKSU:	tel.: + 48 91 88 29 026 fax.: +48 91 882 90 27
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 31 grudnia 2010 roku wchodził:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 31 grudnia 2010 roku wchodził:

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

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2010 roku w organach Spółki nie zaszły żadne zmiany.

Przedmiot działalności Spółki

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

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest dostarczanie usługi **IAI-Shop.com**, czyli **platformy do prowadzenia sprzedaży w oparciu o Internet**. IAI-Shop.com pozwala na prowadzenie wielu niezależnych sklepów, na dowolnej ilości rynków, w dowolnej ilości wersji językowych i w oparciu o wbudowany system magazynowo-finansowy. Jest to obecnie najbardziej

Raport kwartalny IAI S.A. za okres od 1 października 2010 do 31 grudnia 2010

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

Strona 3/12



zaawansowany i rozbudowany system do prowadzenia sprzedaży internetowej na świecie.

IAI-Shop.com posiada między innymi następujące funkcje i możliwości:

- sprzedaż detaliczna
- sprzedaż hurtowa
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS)
- zarządzanie magazynem (MRP)
- zarządzanie przepływem pracy (WFM)
- zarządzanie treścią na stronie (CMS)
- zarządzanie relacjami z klientami (CRM)
- raportowanie menadżerskie
- obsługa reklamacji (RMA)
- integracja z systemami kurierów, aukcji, porównywarek cen, systemami płatności.

IAI-Shop.com tworzone jest według najnowocześniejszych technologii internetowych. Model usługi oparty jest o **SaaS (ang. Software as a Service)** oraz **cloud computing** (tzw. chmura). Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą, generując efekty synergii.

Kluczowa dla sukcesu finansowego Firmy jest strategia sprzedaży usługi, oparta na wynajmie aplikacji (**SaaS**), a nie na jej jednorazowej sprzedaży. Wymusza ona nowoczesne i skuteczne podejście do zarządzania firmą, projektami, relacjami z klientami oraz generuje pozytywny, stale rosnący i zapewniający bezpieczeństwo finansowe przepływ gotówki.

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com dla jednego sklepu wynosi od 59zł netto w najniższym planie taryfowym do 1999zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. Dodatkowo Firma dostarcza rozwiązania do prowadzenia wielu sklepów naraz, czy elementy dodatkowe systemu, za które klienci wnoszą dodatkowe opłaty. Więcej [informacji znajduje się w cenniku IAI-Shop.com](#).

Wdrożenia nowych sklepów prowadzone są według wypracowanych reguł, które gwarantują przewidywalny koszt, czas i jakość. Ceny wdrożeń różnicują się według czasu, jaki potrzebny jest na przygotowanie sklepu w wybranym pakiecie graficznym. Najtańsze wdrożenie nie zawiera prac graficznych, mając naliczoną tylko opłatę aktywacyjną (599zł netto). Najdroższy pakiet graficzny (SUPREME) to koszt dodatkowy 5999zł netto co pozwala na stworzenie bardzo zindywidualizowanego wyglądu sklepu. Ceny wdrożeń są atrakcyjne i przystępne zarówno dla małych, jak i średnich oraz dużych klientów. Standaryzacja procedur zapewnia możliwości masowej obsługi klienta. Wszystkie prace i usługi, które wykonuje Spółka są kalkulowane pod względem rentowności godziny pracy poświęconej realizacji danego zadania. Kalkulacja dotyczy cen wdrożeń, na które składa się czas pracy grafików, instalacje sklepów, opłaty abonamentowe, obejmujące pracę administratorów, pracę działu wsparcia oraz wszelkie zmiany programistyczne i graficzne w sklepach. Dzięki jasnej polityce cenowej Spółka osiąga rentowność z każdej przepracowanej godziny, zapobiegając rozliczaniu klientów według różnych stawek.

Wszystkie sklepy tworzone w oparciu o IAI-Shop.com cechują się architekturą pozwalającą na bardzo dobre indeksowanie i pozycjonowanie sklepu w wyszukiwarkach internetowych. Cechą wyróżniającą IAI-Shop.com jest możliwość bardzo elastycznego dopasowania do profilu i branży niemal każdego klienta. IAI jest liderem w wielu rozwiązaniach integracyjnych.



Spółka oferuje również aplikacje pomocnicze, które wspomagają korzystanie z IAI-Shop.com i działają w jednej „chmurze” programów, idealnie współpracując ze sobą. Takimi aplikacjami są:

- **Bridge** - praktycznie bezobsługowy program komunikujący sklep IAI-Shop.com z wewnętrznym programem fakturowo-księgowym klienta. Pozwala na kontrolę nad ofertą i magazynem oraz obsługiwanie zamówień ze sklepu internetowego bezpośrednio z systemu f-k. Automatyczna wymiana danych o cenach, stanach magazynowych i zamówieniach pozwala klientom skoncentrować się na sprzedaży. [Dowiedz się więcej o Bridge na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **POS** - aplikacja do obsługi kasowej sklepu. Dzięki współpracy z drukarkami fiskalnymi oraz czytnikami kodów kreskowych, z powodzeniem zastąpi inny system sklepowy, zwłaszcza jeżeli firma ma wiele punktów kasowych. POS korzysta z gospodarki magazynowej IAI-Shop.com, co pozwala na automatyczną wymianę informacji i synchronizację stanów magazynowych ze sklepem internetowym. Dodatkowo program pozwala na pracę bez stałego połączenia z Internetem. [Dowiedz się więcej o POS na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Integratory i Automatory** - grupa aplikacji, łączących sklep z hurtowniami internetowymi. Umożliwiają automatyczne pobranie danych od wielu dostawców wraz z opisami oraz zdjęciami i oferowanie ich w sklepie na zamówienie. Dzięki integratorom, zupełnie bez wysiłku możliwa jest sprzedaż dowolnej ilości towarów w systemie dostaw just in time. [Dowiedz się więcej o Integratorach i Automatorach na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Downloader** – program umożliwiający integrację z dostawcami, bez potrzeby budowania indywidualnych aplikacji. Podstawą działania Downloader jest format IOF ([więcej o IOF](#)) stworzony przez Spółkę w 2009r. i udostępniony dla wszystkich podmiotów na licencji Creative Common. [Dowiedz się więcej o Downloaderze na stronach IAI S.A.](#)



Wybrane dane finansowe

Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 31.12.2009	w złotych na 31.12.2010
AKTYWA		
Wartości niematerialne i prawne	701 656,09	660 733,73
Rzeczowe aktywa trwałe	9 968,45	33 382,75
Należności długoterminowe	0,00	
Inwestycje długoterminowe	0,00	
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	9 344,00	9 344,00
Zapasy	0,00	0
Należności krótkoterminowe	36 984,38	28 232,35
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	1 783 793,98	1 991 461,64
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	19 016,83	1 351,40
AKTYWA RAZEM	2 560 763,73	2 724 505,87
PASYWA		
Kapitał własny	2 319 617,16	2 417 042,72
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0	0
Rezerwy na zobowiązania	19 525,16	19 525,16
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	219 563,41	287 937,99
Rozliczenia międzyokresowe	2 058,00	0
PASYWA RAZEM	2 560 763,73	2 724 505,87

Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.10- 31.12.2010	w złotych 01.10-31.12.2009	w złotych 01.01-31.12.2010 ¹	w złotych 01.01-31.12.2009 ¹
Przychody netto ze sprzedaży	940 496,19	589 470,76	3 080 931,38	2 115 047,11
Koszty działalności operacyjnej	859 541,78	727 501,36	3 012 132,89	2 178 835,26
Amortyzacja	49 142,43	17 755,59	131 073,3	81 922,22
Zysk/strata na sprzedaży	80 954,41	-13 8030,6	68 798,49	-63 788,15
Pozostałe przychody operacyjne	0	228,58	2 439,93	3 785,07
Pozostałe koszty operacyjne	0	104,01	0,00	3 929,75
Zysk / strata z działalności operacyjnej	80 954,41	-137 906,03	71 238,42	-63 932,83
Przychody finansowe	20 230,27	21 135,57	72 622,26	26 767,38
Koszty finansowe	0	8,64	52,12	74,46
Zysk / strata z działalności gospodarczej	101 184,68	-11 6779,1	143 808,56	-37 239,91
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0	0	0,00	1 445,49
Zysk / strata brutto	101 184,68	-11 6779,1	143 808,56	-35 794,42
Podatek dochodowy	13 326	7 464	46 383	29 590
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0	0	0,00	0
Zysk / strata netto	87 858,68	-124 243,1	97 425,56	-65 384,42

¹ Wartości narastająco za cztery kwartały danego roku

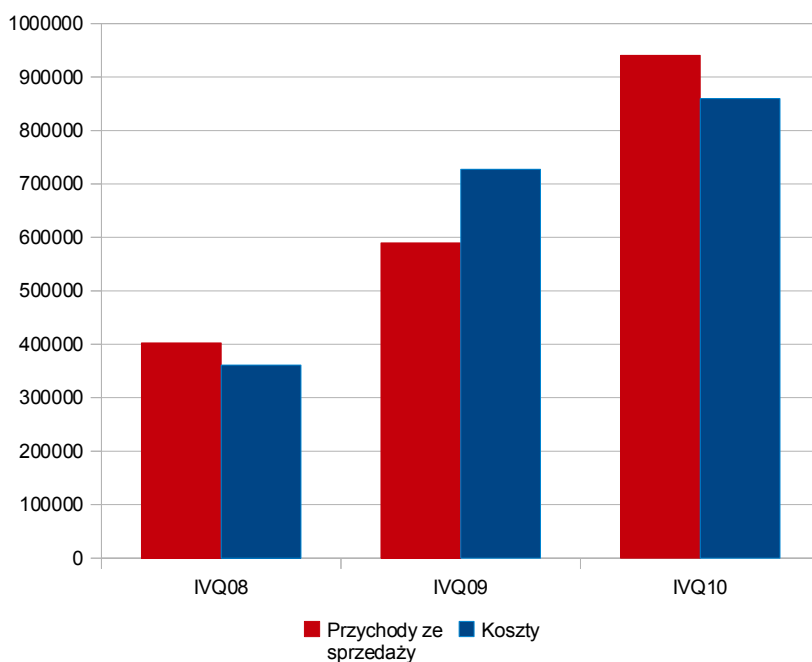


Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

W czwartym kwartale Spółka osiągnęła przychody wynoszące ponad 940 000 złotych netto oraz zysk netto wynoszący 87 858,68 złotych. Co ważne, 81 000 złotych wynosił zysk ze sprzedaży towarów i usług, co pokazuje rosnącą efektywność sprzedaży i rentowność działań podjętych przez Spółkę od czasu debiutu. Inwestycje czynione w Spółce od czwartego kwartału 2009 roku przynoszą zamierzone efekty, a Spółka generuje rosnące zyski.

W listopadzie 2010 Spółka podała nowe prognozy na 2010 rok, według których przychody miały wynosić 3,2 miliona złotych, a zysk netto 20 000 złotych. **Prognozy w zakresie przychodów udało się spełnić prawie dokładnie, ostatecznie wyniosły one 3,1 miliona. Zysk netto ostatecznie wyniósł 97 500 złotych. To zdecydowanie powyżej prognoz.** Udało się to osiągnąć dzięki wcześniejszym inwestycjom w nowe usługi i obniżanie kosztów w Spółce, dostosowywaniu cen do rynku oraz ciągłej racjonalizacji kosztów.

Niezmiernie ważna jest dynamika z jaką rozwija się Spółka. EBITDA² w czwartym kwartale 2010 roku wyniosła 130 096,84 złotych, czyli aż o 149% więcej niż w trzecim kwartale 2010 roku i aż o 250 000 złotych więcej niż w czwartym kwartale 2009 roku. **EBITDA w 2010 roku wyniosła 202 311 złotych i była o 1025% wyższa niż w 2009 roku. Pokrywa się to z informacjami bilansowymi, które pokazują, że inwestycje krótkoterminowe, w tym środki pieniężne, wzrosły o 181 000 złotych.**



Przychody ze sprzedaży Spółki wzrosły o 134% wobec czwartego kwartału 2008 roku i o 60% wobec czwartego kwartału 2009 roku. **Były też o 14% wyższe niż w trzecim kwartale 2010 roku.** Co więcej koszty w porównaniu do czwartego kwartału 2009 roku wzrosły o 18%, a wobec trzeciego kwartału 2010 o 8%.

Wykres ukazuje dynamikę wzrostu przychodów na przestrzeni ostatnich trzech lat. W każdym kolejnym kwartale przychody były

² EBITDA liczona jest jako jako wynik na działalności operacyjnej powiększony o amortyzację



zdecydowanie wyższe niż w latach poprzednich. Zarząd nie przewiduje zmniejszenie tempa rozwoju i zdobywania rynku w następnych okresach.

Na koniec 2010 roku z usług Spółki korzystało **1134 Sklepów. Było to ponad dwa razy więcej niż na koniec 2009 roku.**

Bilans ukazuje, że Spółka posiada wysokie rezerwy gotówki, przewyższające wielkość pozyskanego w wyniku oferty prywatnej kapitału, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Rozpoczęte inwestycje w naturalny sposób przekładają się w krótkim okresie na podwyższenie kosztów, jednak dzięki zwiększeniu wydajności Spółka w czwartym kwartale 2010 roku utrzymała rentowność i generowała zyski.

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

Spółka w 2010 roku, dzięki wzrostowi przychodów i stałemu utrzymywaniu kosztów na racjonalnym poziomie, pomimo ciągłych inwestycji, wypracowała zyski w trzecim i czwartym kwartale 2010 roku. W ten sposób udało się przewyższyć nowe prognozy opublikowane w listopadzie 2010 roku:

1. Rok 2010 - przychody ze sprzedaży 3,2 miliona złotych; wynik netto 20 tys. zł,
2. Rok 2011 - przychody ze sprzedaży 6,5 miliona złotych; wynik netto 500 tys. zł,

Przychody w 2010 roku wyniosły 3,1 miliona złotych, natomiast dzięki inwestycjom oraz nowym usługom wprowadzonymi na rynek w 2010 roku udało się zdecydowanie przewyższyć prognozowany poziom zysku netto wynoszący 20 000 złotych. **Zysk netto po czterech kwartałach 2010 wynosił bez mała 100 000 złotych.**

Widząc dynamikę rozwoju i zdobywania rynku, rosnącymi przychodami oraz racjonalnej polityce kosztów Zarząd nie widzi zagrożeń aby zrealizować prognozy na 2011 rok.



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

Wprowadzenie nowych usług i zmian w cenniku

Spółka w czwartym kwartale 2010 roku podejmowała kolejne działania aby uelastyczyć cennik i podkreślić pozycję lidera technologicznego oraz cenowego na rynku. Wprowadzone zmiany [obniżyły ceny abonamentów oraz kosztów transferu danych](#), jednak z drugiej strony podniosły ceny za tworzenie masek sklepów oraz prac graficznych. W ten sposób Spółka może zwiększać rentowność, ale jednocześnie oferta Spółki pozostaje bardzo atrakcyjna cenowo.

W czwartym kwartale Spółka pracowała także nad nowymi produktami i usługami. [31 grudnia ogłoszono zmiany, które weszły w życie 1 lutego 2011](#). W ramach tych zmian pojawiły się nowe, unikalne na rynku, płatne usługi takie jak Premium IP (pozwala podpięcie na unikalnego adresu IP do każdego sklepu), **możliwość prowadzenia dodatkowych sklepów jako oddziałów** (szczególnie przydatne dla firm prowadzących oddziały w tym eksporterów) oraz **zadania w Trybie Express** (droższe prace serwisowe, ale wykonywane priorytetowo). Efekty tych zmian będą widoczne już od pierwszego kwartału 2011 roku.

Przygotowania do ekspansji zagranicznej oraz zmiany wprowadzone w celu internacjonalizacji

W czwartym kwartale 2010 roku Spółka kontynuowała prace nad tłumaczeniem swoich materiałów marketingowych na język angielski. **Zakończono prace nad tłumaczeniem strony firmowej**. Kontynuowane są prace nad tłumaczeniem panelu, które będą zakończone w przeciągu najbliższych miesięcy.

Wraz ze zmianami w cenniku ogłoszonymi 31 grudnia 2010 roku [Spółka zaoferowała wsparcie świadczone w języku angielskim i umożliwiła to swoim partnerom](#). W ten sposób zakończył się kolejny etap prac nad zbudowaniem programu partnerskiego i ekspansji zagranicznej. Docelowo IAI S. A. będzie centrum systemu, a zewnętrzne podmioty zdobywają i obsługują klientów. Podobnie jak w przypadku domen, klient będzie mógł w dowolnym momencie zmieniać swój support, podobnie jak transferuje domenę, przy czym w ogóle nie będzie to się wiązało z przerwami w pracy sklepu. Naturalnie przez cały czas IAI będzie świadczyło usługi wsparcia.

Kolejną zmianą wprowadzoną w grudniu 2010 roku jest możliwość [opłacania faktur przez klientów Spółki przez PayPal](#). W ten sposób, przez całą dobę, z każdego miejsca świata każdy klient może

Raport kwartalny IAI S.A. za okres od 1 października 2010 do 31 grudnia 2010

Więcej informacji w dziale [Relacje inwestorskie na www.iai-sa.com](#)



opłacić usługi Spółki. Tylko IAI-Shop.com oferuje na rynku takie rozwiązanie. Dzięki niemu Spółka może przyjmować wpłaty od zagranicznych klientów. W ten sposób kolejny etap prac nad ekspansją zagraniczną w tym zakresie także został zakończony.

Rozwój aplikacji pomocniczych

W ramach rozwoju aplikacji pomocniczych Spółka wprowadziła na rynek [Incom Integrator](#). [Ta aplikacja integruje sklep internetowy z hurtownią sprzętu i oprogramowania komputerowego Incom S.A.](#) Program pozwala na automatyczne aktualizacje oferty, która składa się z tysięcy produktów, przygotowanej przez hurtownię Incom. Program nie różni się układem elementów od innych Integratorów IAI.

Ponadto Spółka wprowadziła na rynek kolejną wersję [Kontri Integratora \(oznaczoną 3.0\), łączącego hurtownię bielizny ze sklepem internetowym](#). Program pozwala na szybsze i skuteczniejsze pobieranie i analizowanie oferty Kontri - dzięki inteligencji wbudowanej w Downloader, analizuje on zmiany w ofercie i do API wysyła jedynie zmiany. Dzięki temu nawet o kilkadziesiąt razy spada ilość wywołań stron dynamicznych API, a same zmiany mogą być wykrywane częściej. Program IAI Kontri Integrator 3.0 cechuje niezwykła prostota znana z udostępnionych wcześniej tego typu aplikacji.

Dbając o możliwości szybkich integracji sklepów internetowych z hurtowniami Spółka wydała na rynek [kolejną wersję Downloadera](#). Program oferuje nowe możliwości ustawiania parametrów importu danych, poprawiony interfejs i znacznie poprawiona niezawodność.

Rozwój aplikacji i usług

W ramach rozwoju usługi IAI-Shop.com Spółka w czwartym kwartale wprowadziła szereg udogodnień i nowych funkcji. Każda z nich jest unikalna na rynku i potwierdza pozycję Spółki jako lidera na rynku oprogramowania sklepów internetowych.

[Nowe funkcjonalności wprowadzono w zakresie zarządzania aukcjami internetowymi](#). Wprowadzone zostały dwie nowe funkcjonalności, które w znacznym stopniu ułatwiają wystawianie nowych aukcji oraz obsługę zamówień z serwisów aukcyjnych. Pierwszą zmianą jest **możliwość ustawienia dowolnej ilości profili dostaw, jakie będą mogły być wybrane podczas wystawiania aukcji**. Dzięki temu w przypadku gdy sklep chce sprzedawać przez aukcje, skrajnie różne pod względem dostaw towarów (np. duże i małe), można stosować wiele profili dostaw, które wybierze się przy wystawianiu aukcji.

Drugą z wprowadzonych funkcjonalności jest **dodanie obsługi nowej formy dostawy udostępnionej w serwisie Allegro: InPost Paczkomaty 24/7**. Nowe typy form dostaw Allegro uwzględnione zostały również przy pobieraniu danych z formularzy pozakupowych z poziomu edycji zamówienia.

Aby ułatwić zarządzanie sklepem i sprzedażą Spółka wprowadziła w swojej usłudze nowe mechanizmy [hurtowni danych i business intelligence](#). **Od nowa został stworzony zupełnie nowy moduł Raportu Menedżerskiego**. Pozwala on w dowolnym czasie uzyskać praktycznie dowolną informację o stanie sklepu internetowego na przestrzeni dowolnie zdefiniowanego okresu. Stworzona na potrzeby Raportu Menedżerskiego technologia Hurtowni Danych pozwala Spółce na agregowanie i umieszczenie w nim dowolnych nowych kolumn, bez obaw o wydajność.



Sporą zmianą było **wprowadzenie do sklepów internetowych nowej nawigacji**. Ostatecznie system przyjął nazwę "Menu i podstrony opisowe w masce" co podkreśla, że nie są to tylko listy towarów, drzewa kategorii itp. Menu to zupełnie nowe, niespotykane podejście do budowania sklepu, odzwierciedlające najnowsze wartości jakie przyświecają IAI-Shop.com: pełna elastyczność zarządzania, przy zachowaniu porządku i totalny brak ograniczeń i dzielenia informacji na zbiory. Prace nad tym mechanizmem trwały od wielu miesięcy i zostały zakończone pod koniec czwartego kwartału. Nowy mechanizm pozwala sprawniej i elastyczniej budować nawigacje w sklepach internetowych, praktycznie w dowolny sposób. Proces tworzenia nawigacji został oddany w ręce klientów. Dzięki uruchomieniu tego systemu, **Spółka jest w stanie taniej, szybciej i bardziej elastycznie realizować dowolne wyzwania stawiane przez klientów. Moduł ten będzie miał zatem dobry wpływ na efektywność działania i koszty obsługi klientów.**

Spółka [rozwiązała także problem wielkich, niejednorodnych sklepów internetowych](#). Często sklepy wielobranżowe lub bardzo rozległe, potrzebują zupełnie odrębnych nawigacji, układów, grafik, kart towarów itp. Spółce udało się osiągnąć przełom w tej dziedzinie. Podobnie jak kilka lat temu wprowadzeniem systemu wielu sklepów w jednym panelu (do dziś jedyna taka oferta na rynku), tak teraz udało się osiągnąć kolejny przełom w tej dziedzinie - migrującą za klientem sesję. Dzięki temu rozwiązaniu, **klient który odwiedza jedną domenę z panelu, po przejściu przez link, obrazek, flasha itp. do drugiego sklepu w jednym panelu zabiera ze sobą sesję. Jest nadal zalogowany, a wszystkie dodane do koszyka towary są nadal w jego koszyku. Mając tak zbudowany system, można jak z klocków, z mniejszych sklepów składać większe.** Np. internetowy super-market może być połączeniem sklepu AGD/RTV, sklepu z kosmetykami i perfumami oraz sklepu z odzieżą i obuwiem. Każdy z takich sklepów może mieć częściowo tą samą ofertę, ale nawet zupełnie osobną nawigację i grafikę. Ze względów bezpieczeństwa zachowaliśmy zasadę, że dla każdego sklepu ceny można ustalić konkurencyjnie.

Spółka w czwartym kwartale wprowadziła szereg zmian w IAI-Shop.com, które mają ułatwić budowanie lojalności i poprawę komunikacji na linii sklep-klienci. Przede wszystkim został wprowadzony [nowy mechanizm kart stałego klienta w sklepie internetowym](#). Pozwala on na zbudowanie i zarządzanie bazami klientów i tworzenie systemu lojalnościowego. **Budowanie lojalności jest obecnie największym wyzwaniem sklepów internetowych.** Rozwiązanie zaproponowane przez Spółkę spotkało się z ciepłym przyjęciem rynku, ponieważ łączy w sobie punkty lojalnościowe i kartę stałego klienta. Przygotowane są od razu predefiniowane szablony z kartą stałego klienta, które we własnym zakresie może edytować i drukować każdy sklep internetowy. Dzięki takim powitalnym kartom lojalnościowym można zachęcić klienta do robienia zakupów, nawet jeżeli do sklepu internetowego trafił zupełnie przypadkiem przeszukując internet, aukcje internetowe lub porównywarki cen. Spółka dzięki takim działaniom zwiększa zainteresowanie sklepami i ułatwia im generowanie wyższych przychodów przy ponoszeniu minimalnych kosztów.

Zmiany zaszły także w samych mailach. Spółka przygotowała predefiniowane [szablony mail do sklepu internetowego po polsku i angielsku](#). Zmieniono także sposób zarządzania pocztą internetową rozbudowując go o możliwość [zapisywania wysyłanych maili ze sklepu internetowego na serwerach IMAP](#).



Publikacje w mediach

Najważniejszym wydarzeniem medialnym czwartego kwartału było wręczenie [Spółce Nagrody Gospodarczej Marszałka Województwa Zachodniopomorskiego w kategorii Usługa Roku 2010](#). Informacja ta odbiła się szerokim echem w mediach i przyczyniła się do dalszego wzrostowi rozpoznawalności marki IAI-Shop.com

Paweł Fornalski, Prezes Zarządu

Sebastian Muliński, Wiceprezes Zarządu