



Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 lipca 2015 r. do 30 września 2015 r.

Szczecin, 13 listopada 2015 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 WRZEŚNIA 2015 R.....	5
RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZECI KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO.....	6
RACHUNEK PRZEPLÝWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZECI 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
EKOMERSY 2015 – NAJLEPSZA PLATFORMA SKLEPOWA.....	11
KOLEJNY SUKCES SKLEPÓW IAI-SHOP.COM W RANKINGU OPINEO.PL.....	12
ZMIANY W CENNIKU I NOWE ZASADY PROGRAMU PARTNERSKIEGO MAJĄ PRZEŁOŻYĆ SIĘ NA WIĘKSZĄ AKTYWNOŚĆ PARTNERÓW W POZYSKIWIWANIU KLIENTÓW.....	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
AUKCJE WIELOROZMIAROWE I NOWY SZABLON NAPĘDZĄ SPRZEDAŻ NA ALLEGRO.....	13
AUTOMATYCZNA AKTUALIZACJA MASEK STANDARD – SZYBSZA DYSTRYBUCJA NOWOŚCI.....	14
SPORE ZMIANY W MASKACH SKLEPÓW – OPTYMALIZACJA KARTY TOWARÓW, WYKORZYSTANIE MULTIWARIAWNTÓW I WIELE INNYCH NOWOŚCI.....	14
INTEGRACJA Z FIRSTDATA – ISTOTNE PARTNERSTWO NA RYNKU BRYTYJSKIM.....	17
INTEGRACJA Z MARKETIZATOR – USPRAWNIEWIE TESTÓW A/B W SKLEPACH.....	17
IAI PRINTER – NASTĘPCA FISKALIZATORA Z NOWYMI FUNKCJAMI Z WMS.....	18
NOWOŚCI W WMS TO NIE TYLKO IAI PRINTER.....	18
ULEPSZONE ZARZĄDZANIE DOSTĘPNOŚCIĄ I CENĄ W IDOSELL BOOKING.....	19
KOMENTARZE Z FACEBOOKA W SŁUŻBIE WIZYTÓWEK IDOSELL BOOKING.....	19
Przedmiot działalności Spółki	20
Struktura akcjonariatu	24

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 września 2015 roku wchodził:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 30 września 2015 roku wchodził:

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

W okresie od 1 lipca do 30 września 2015 roku w organach Spółki nie zaszły żadne zmiany.

Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej.

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

Liczba zatrudnionych na umowę o pracę w przeliczeniu na pełne etaty

Na dzień 30 września 2015 roku w zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 37 osoby, wobec 54 na koniec trzeciego kwartału 2014 roku.

Wybrane dane finansowe

Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 30.09.2015	w złotych na 30.09.2014
AKTYWA		
Wartości niematerialne i prawne	271 953,91	347 924,71
Rzeczowe aktywa trwałe	294 371,62	284 187,71
Należności długoterminowe		
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	479 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	32 946,00
Zapasy		
Należności krótkoterminowe	949 627,34	932 750,09
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	3 076 423,96	3 459 254,43
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	58 879,71	74 314,05
AKTYWA RAZEM	5 867 356,54	5 611 246,99
PASYWA		
Kapitał własny	815 623,50	3 859 007,59
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	69 991,31
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania krótkoterminowe	1 961 891,93	1 682 248,09
Rozliczenia międzyokresowe	170 932,62	
PASYWA RAZEM	5 867 356,54	5 611 246,99

Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.07- 30.09.2015	w złotych za 01.07- 30.09.2014	w złotych 01.01- 30.09.2015 ¹	w złotych 01.01- 30.09.2014 ¹
Przychody netto ze sprzedaży	3 640 745,86	3 027 078,25	10 629 234,56	8 536 325,96
Koszty działalności operacyjnej	3 558 286,86	2 734 206,97	9 763 805,99	7 322 640,44
Amortyzacja	41 680,81	40 097,82	112 954,03	105 181,46
Zysk/strata na sprzedaży	82 459,00	292 871,28	865 428,57	1 213 685,52
Pozostałe przychody operacyjne	6 184,07	203 793,27	8 833,99	216 485,60
Pozostałe koszty operacyjne	17 649,01	6 352,77	38 882,75	27 882,65
Zysk / strata z działalności operacyjnej	70 994,06	490 311,78	835 379,81	1 402 288,47
Przychody finansowe	9 628,29	8 223,15	94 906,12	74 558,87
Koszty finansowe	380,70	124,74	740,70	214,75
Zysk / strata z działalności gospodarczej	80 241,65	498 410,19	929 545,23	978 222,40
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata brutto	80 241,65	498 410,19	929 545,23	1 476 632,59
Podatek dochodowy	43 586,00	65 959,00	201 688,00	251 485,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata netto	36 655,65	432 451,19	727 857,23	1 225 147,59

¹ Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

Bilans na 30 września 2015 r.

Pozycja	W złotych na 30.09.2015	W złotych na 30.09.2014
AKTYWA		
Aktywa trwałe		
Wartości niematerialne i prawne	271 953,91	347 924,71
Rzeczowe aktywa trwałe	294 371,62	284 187,71
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	479 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	32 946,00
Razem aktywa trwałe	1 782 425,53	1 144 928,42
Aktywa obrotowe		
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	949 627,34	932 750,09
Inwestycje krótkoterminowe	3 076 423,96	3 459 254,43
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	58 879,71	74 314,05
Razem aktywa obrotowe	4 084 931,01	4 466 318,57
AKTYWA RAZEM	5 867 356,54	5 611 246,99
PASYWA		
Kapitał własny		
Kapitał podstawowy	815 623,50	815 623,50
Należne wpływy na kapitał podstawowy	0,00	0,00
Udziały własne	0,00	0,00
Kapitał zapasowy	1 775 235,55	1 685 775,75
Kapitał z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
Pozostałe kapitały rezerwowe	345 608,40	127 534,78
Zysk (strata) z lat ubiegłych	0,00	4 925,97
Zysk (strata) netto roku bieżącego	727 857,23	1 225 147,59
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,0
Razem kapitał własny	3 664 324,68	3 859 007,59
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	69 991,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	1 961 891,93	1 682 248,09
Rozliczenia międzyokresowe	170 932,62	0,00
Razem zobowiązania	2 203 031,86	1 752 239,40
PASYWA RAZEM	5 867 356,54	5 611 246,99

Rachunek zysków i strat za trzeci kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.07-30.09.15	W złotych za 01.07-30.09.14	W złotych na 30.09.2015 ¹	W złotych na 30.09.2014 ¹
A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi:	3 640 745,86	3 027 078,25	10 629 234,56	8 536 325,96
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	3 640 745,86	3 027 078,25	10 629 234,56	8 536 325,96
B.Koszty działalności operacyjnej	3 558 286,86	2 734 206,97	9 763 805,99	7 322 640,44
Amortyzacja	41 680,81	40 097,82	112 954,03	105 181,46
Zużycie materiałów i energii	60 060,87	21 327,75	237 686,88	93 432,40
Usługi obce	2 428 071,76	1 313 085,02	6 337 589,55	3 281 720,41
Podatki i opłaty	13 365,61	24 622,98	44 739,39	61 378,07
Wynagrodzenia	837 620,43	1 105 803,83	2 558 576,11	3 075 916,85
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	122 925,48	193 041,67	398 775,95	644 120,62
Pozostałe koszty rodzajowe	54 561,90	36 227,90	73 484,08	60 890,63
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży	82 459,00	292 871,28	865 428,57	1 213 685,52
D.Pozostałe przychody operacyjne	6 184,07	203 793,27	8 833,99	216 485,60
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00
Dotacje	9,06	200 395,78	61,30	200 395,78
Inne przychody operacyjne	6 175,01	3 397,49	8 772,69	16 089,82
E.Pozostałe koszty operacyjne	17 649,01	6 352,77	38 882,75	27 882,65
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	17 649,01	6 352,77	38 882,75	27 882,65
F.Zysk / strata z działalności operacyjnej	70 994,06	490 311,78	835 379,81	1 402 288,47
G.Przychody finansowe	9 628,29	8 223,15	94 906,12	74 558,87
Dywidendy i udziały w zyskach	0,00	0,00	73 880,60	49 253,73
Odsetki	9 601,86	8 223,15	20 996,78	25 305,14
Zysk ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	0,00	0,00	0,00	0,00
H.Koszty finansowe	380,70	124,74	740,70	214,75
Odsetki	34,03	7,56	47,75	8,64
Strata ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0,00	0,00
Inne	346,67	117,18	692,95	206,11
I.Zysk / strata z działalności gospodarczej	80 241,65	498 410,19	929 545,23	1 476 632,59
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	80 241,65	498 410,19	929 545,23	1 476 632,59
L.Podatek dochodowy	43 586,00	65 959,00	201 688,00	251 485,00
M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
N.Zysk / strata netto	36 655,65	432 451,19	727 857,23	1 225 147,59

Rachunek przepływów pieniężnych za trzeci kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.07-30.09.15	W złotych za 01.07-30.09.14	W złotych na 30.09.2015 ²	W złotych na 30.09.2014 ²
A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej				
I. Wynik finansowy netto (zysk/strata)	36 655,65	432 451,19	727 857,23	1 225 147,59
II. Korekty o pozycje	-495 948,24	-365 301,44	-383 655,20	-362 199,17
III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	-459 292,59	67 149,75	344 202,03	862 948,42
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej				
I. Wpływy	0,00	0,00	73 880,60	49 253,73
II.Wydatki	7 033,90	16 240,50	65 511,89	16 240,50
III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-7 033,90	-16 240,50	8 368,71	33 013,23
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej				
I.Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00
II.Wydatki	0,00	0,00	815 623,50	384 061,15
III.Środki pieniężne netto z działalności finansowej	0,00	0,00	-815 623,50	-384 061,15
D.Przepływy pieniężne netto razem	-466 326,49	50 909,25	-463 052,76	511 900,50
E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych	0,00	0,00	0,00	0,00
F.Środki pieniężne na początek okresu	3 542 750,45	3 408 345,18	3 539 476,72	2 947 353,93
G.Środki pieniężne na koniec okresu	3 076 423,96	3 459 254,43	3 076 423,96	3 408 345,18

Zestawienie zmian w kapitale własnym

Wyszczególnienie	w złotych na 30.09.2015	w złotych na 30.09.2014
I. Kapitał własny na początek okresu	3 747 164,98	3 017 921,15
Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach	3 747 164,98	3 017 921,15
II Kapitał własny na koniec okresu	3 664 324,68	3 859 007,59
III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku	3 664 324,68	3 859 007,59

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 dzień bilansowy w następujący sposób:

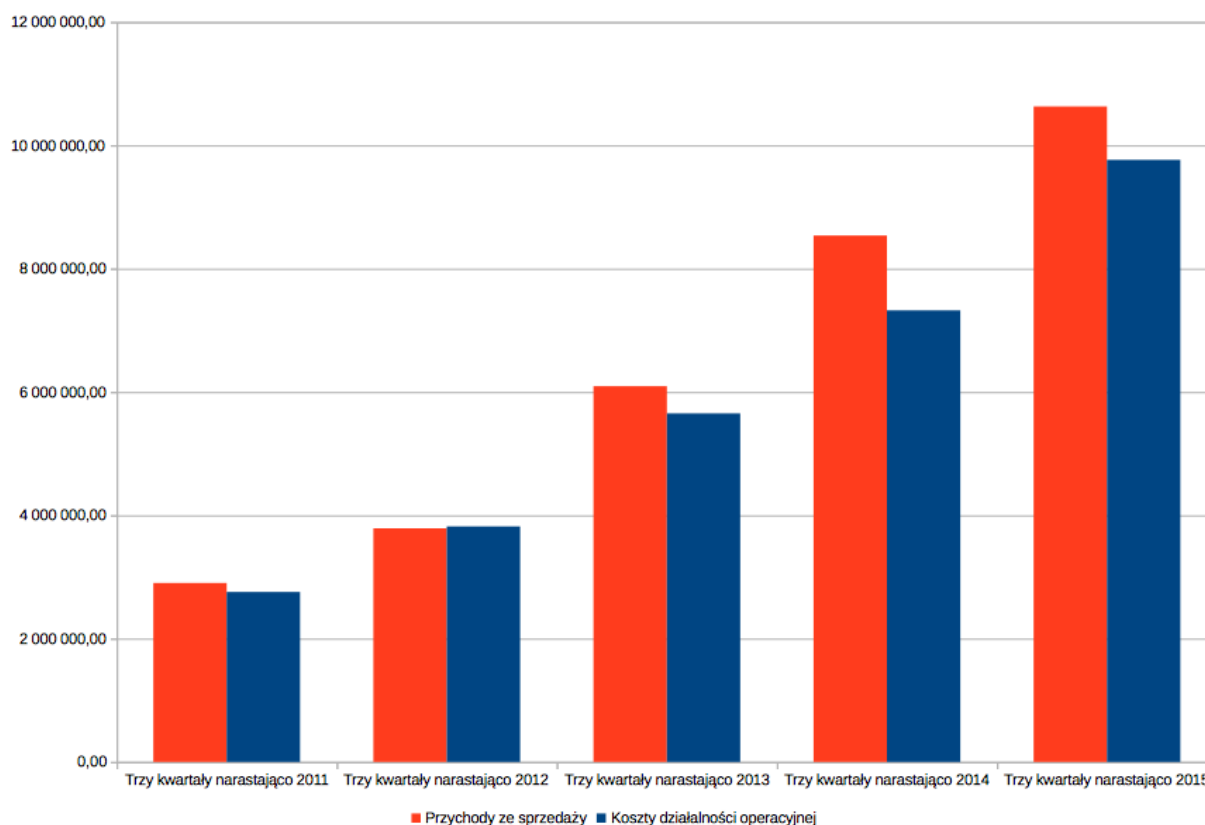
² Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszych 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 pomniejszych 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

Przychody w porównaniu do ubiegłego roku wzrosły o 25%, nieco szybciej urosły koszty działalności operacyjnej. Spółka realizuje strategię oferowania najlepszych możliwych usług i umacniania pozycji lidera technologicznego. Ponadto bardzo istotne dla Zarządu jest aby wykorzystać szansę jaka stoi przed IdoSell Booking oraz ekspansją w Wielkiej Brytanii i inwestuje w to znaczne środki.

Przychody ze sprzedaży i koszty działalności operacyjnej po kolejnych trzech kwartałach narastająco



Zwiększenie nakładów na rozwój IdoSell Shop oraz IdoSell Booking wymaga stałego rozwoju zespołów odpowiedzialnych za te usługi, zarówno w zakresie developmentu jak i sprzedaży i obsługi klienta. W trzecim kwartale Spółka intensywnie inwestowała w rozbudowę zespołu oraz wprowadzała kolejne rozwiązania. Widać to wyraźnie w liczbie nowości wprowadzonych w trzecim kwartale, a które są opisywane w dalszej części raportu. Nowe usługi i rozwiązania przełożą się na szybszy wzrost przychodów w kolejnych okresach. Należy jednak zaznaczyć, że inwestycje i rozbudowa zespołu Spółki są odpowiednio skalkulowane i tylko w krótkim okresie spowodowały niższe zyski, ale zwiększyły tempo pozyskiwania klientów, co przełoży się na wyższe przychody w

najbliższych kwartałach. Ponadto jak widać na wykresie, utrzymane jest historycznie szybkie tempo wzrostu przychodów.

Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy przedstawianej dynamiki wzrostu sprzedaży oraz zysku i rentowności oraz opis modelu biznesowego podawał już w Dokumentie 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.

Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie powyżej 2 a CashRatio 1,57, 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) oraz dalsze inwestycje ze środków własnych.

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 księguje w bieżących wydatkach i nie obciąża konta „Wartości niematerialne i prawne”. **Stąd bieżący wynik finansowy nie jest zwiększany, przez odłożenie w czasie zaksięgowania kosztów wynagrodzeń, a następnie amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych**. Koszty prac rozwojowych są ponoszone i księgowane na bieżąco.

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 dwóch kwartałach 2015 r. oraz to, że druga połowa roku jest zawsze bardziej korzystna dla Spółki, Zarząd uznaje, że prognoza na 2015 i 2016 rok zostanie zrealizowana.

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

Sukces w dwóch konkursach potwierdzają silną pozycję Spółki na rynku.

Ekomersy 2015 – Najlepsza platforma sklepowa



W konkursie branży internetowej **Ekomersy 2015**, IAI S.A. była nominowana w dwóch kategoriach: najlepsza platforma sklepowa i firma wpierająca ekspansję międzynarodową e-sklepów. W etapie głosowania internautów **[IAI S.A. zwyciężyła w obu kategoriach, zdobywając najwięcej głosów spośród wszystkich firm nominowanych w każdej z wielu kategorii.](#)** Potwierdza to popularność IAI-Shop.com oraz zaangażowanie klientów i partnerów Spółki. Ostatecznie 14 października 2015, podczas Targów E-Handlu w Warszawie, Spółka odebrała nagrodę w kategorii Najlepsza Platforma Sklepowa. **Potwierdza to siłę marki IAI-Shop.com na rynku oraz w przyszłości pozwoli ją jeszcze zwiększyć jej rozpoznawalność, co naturalnie przełoży się na wyniki sprzedaży.**

Kolejny sukces sklepów IAI-Shop.com w rankingu Opineo.pl

Sklep	Liczba opinii zdobyta w ostatnich 12 miesiącach	Ogólna ocena na dzień 01.07.2015	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Ocena rankingowa (ocena ogólna + punkty za liczbę opinii w ostatnim roku)	Ogólna liczba opinii	Aktualny Certyfikat jakości Usług Q
1 R-GOL.com	6801	9,45	6,80	16,26	7471	CE
2 Hurtowniasportowa.net	6663	9,47	6,66	16,13	10132	CE
3 Fitnesstrening.pl	3137	9,46	3,14	12,59	6880	CE
4 Runnersclub.pl	3175	9,40	3,18	12,58	7396	CE
5 Sportclub.com.pl	2029	9,42	2,03	11,45	9648	CE
6 Sklep-luz.pl	1931	9,45	1,93	11,38	3768	CE
7 Squashtime.pl	1749	9,42	1,75	11,17	3911	CE
8 Zumbasklep.pl	1102	9,51	1,10	10,61	1171	CE
9 Snowsport.pl	1267	9,34	1,27	10,61	2631	CE
10 Yessport.pl	1479	9,12	1,48	10,60	1769	CE
11 Dobiegania.pl	1142	9,42	1,14	10,56	1109	CE
12 Bkrestacja.pl	1317	9,17	1,32	10,49	2251	CE
13 Sklep-presto.pl	1358	9,11	1,36	10,47	10120	CE
14 E-futbol.pl	798	9,65	0,80	10,45	2181	CE
15 Bkiko.pl	1142	9,30	1,14	10,45	1248	CE
16 Konik.com.pl	1080	9,35	1,08	10,43	1057	CE
17 Eraikety.com	952	9,48	0,95	10,43	1564	CE
18 Outdoorcity.pl	1252	9,15	1,25	10,40	2897	CE
19 Podstadiorem.pl	842	9,45	0,84	10,29	2152	CE
20 Sklepiegarcza.pl	1100	9,13	1,10	10,23	1490	CE
21 Bsketmania.pl	810	9,41	0,81	10,22	787	CE
22 Sport.pl	905	9,21	0,91	10,12	2979	CE
23 Esklepi.intersport.pl	1072	9,03	1,07	10,10	1390	CE
24 Asport.pl	590	9,51	0,59	10,10	1769	CE
25 Natural-barn-runners.pl	328	9,77	0,33	10,10	896	CE
26 Bzdmin.pl	652	9,36	0,65	10,01	1109	CE
27 Marlonex.pl	482	9,42	0,48	9,90	1647	CE
28 Megasoutdoor.pl	379	9,43	0,38	9,81	739	CE
29 E-sporting.pl	625	9,17	0,63	9,80	590	CE
30 Kamuffage.pl	326	9,45	0,33	9,78	557	CE

RANKING INTERNETOWYCH SKLEPÓW SPORTOWYCH

5

RANKING INTERNETOWYCH SKLEPÓW SPORTOWYCH

6

Spółka systematycznie informuje o zmianach i nowościach, które mają usprawnić proces zakupy po stronie sklepu oraz klienta. Często trudno jest zaprezentować, jak w dużej skali, wiele pozornie drobnych zmian, wpływa na sprzedaż Klientów Spółki. Jednak rankingi branżowe Opineo.pl pokazują systematycznie dominację klientów Spółki w kolejnych kategoriach. [Najnowszy ranking internetowych sklepów sportowych Opineo 2015, pokazuje, że w pierwszej trzydziestce sklepów. 12 korzysta z IAI-Shop.com.](#) To jest bardzo dobry dowód na to, że IAI-Shop.com świetnie nadaje się dla obsługi profesjonalnych sprzedawców internetowych, a systematycznie wprowadzane innowacyjne zmiany zwiększają ich sprzedaż oraz pozwalają uzyskać bardzo dobre opinie u kupujących.

Zmiany w cenniku i nowe zasady programu partnerskiego mają przełożyć się na większą aktywność partnerów w pozyskiwaniu klientów

Zmiany zostały wprowadzone w Cennikach i Regulaminach usług IAI-Shop.com oraz IdoSell Booking. IAI S.A. Ich celem jest uproszczenia zasad współpracy, stąd zmiany w Cenniku powodują, że sam dokument jest łatwiejszy w odbiorze oraz implikuje łatwiejsze i lepsze dla Spółki rozliczenia z Partnerami sprzedającymi usługi Spółki. **Zmiana w zamawianiu usługi IdoSell Booking ma na celu lepsze przywiązanie Klientów do usługi, przez przesunięcie terminu płatności.** Zarząd ocenia, że będzie to miało wpływ na wyniki jeszcze w tym roku.

Liczne grono klientów IdoSell Booking Spółka pozyskuje w ramach Programu Partnerskiego. Partnerzy w IdoSell Booking do tej pory korzystali tylko z poziomu Brozno, w którym podstawą jest pozyskanie klienta i otrzymanie z tego tytułu prowizji. Teraz dostępny jest także poziom Silver. [Do tej pory, poziom Silver w programie partnerskim dostępny był jedynie dla projektu Shop. W przypadku projektu Booking, nie był on dostępny, w efekcie partnerzy nie mogli np. wchodzić do paneli wspieranych przez siebie klientów. Od teraz Spółka umożliwi.](#) Na poziomie Silver, Partner podejmuje się pełnienia roli wsparcia technicznego. Biznesowo, przełoży się to większe zaangażowanie Partnerów w pozyskiwanie kolejnych wdrożeń, zwiększy sprzedaż usług dodatkowych oraz skróci czas wdrożenia usługi u klienta. Wszystkie te aspekty przełożą się na wzrost przychodów ze sprzedaży 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

Zwiększanie i napędzanie sprzedaży w obsługiwanych sklepach przez ulepszenie dostępnych narzędzi. Bardzo duża uwaga i praca została wykonana przy poprawie masek (templatów) sklepów oraz innych narzędzi podnoszących sprzedaż w sklepach.

Aukcje wielorozmiarowe i nowy szablon napędzą sprzedaż na Allegro

Duże zmiany Spółka wprowadziła w zakresie integracji z Allegro.pl. Największy polski serwis aukcyjny jest ciągle istotnym źródłem pozyskiwania zamówień do sklepów internetowych, więc inwestowanie w rozwój integracji z jednej strony przyciąga nowych klientów skutkujących sprawnym zarządzaniem wieloma aukcjami, a z drugiej pozwala na zwiększenie sprzedaży obecnym klientom Spółki. Oba działania przekładają się na wzrost przychodów Spółki.

🕒 do wyczerpania przedmiotów

100 zł z 30 par

Rozmiar
Wybierz rozmiar

- Wybierz rozmiar
- 35,5 (5 par)
- 36 (5 par)
- 37 (5 par)
- 37,5 (5 par)
- 38 (5 par)
- 39 (5 par)

dodaj do koszyka

kup teraz

PayU | Raty tylko dla zamówień o wartości od 300 zł do 20 000 zł

Koszty dostawy

• Paczka pocztowa ekonomiczna	9 zł
• Paczka pocztowa priorytetowa	12 zł
• Pocztex Kurier48	12 zł

[Wszystkie opcje](#)

Sprzedający IAI-Shop.com ⭐ (10000)

- [Wszystkie przedmioty sprzedającego](#)
- [Pytanie do sprzedającego](#)
- [Dane firmy](#)

[Bardzo dużą premierą są aukcje wielorozmiarowe na Allegro.](#) Pozwalają one utworzyć jedną aukcję z wyborem poszczególnych rozmiarów, zamiast osobnej aukcji dla każdego z nich. W IAI-Shop.com można w pełni obsługiwać aukcje z wieloma rozmiarami nie tylko dla eBay, ale również dla Allegro. W

lipcu Spółka ogłosiła obsługę aukcji z wersjami dla serwisów eBay, teraz - zaledwie miesiąc po udostępnieniu informacji o wariantach przez API Allegro - obsługuje aukcje z rozmiarami również dla serwisu Allegro. Do wystawiania takich aukcji wystarczy odpowiednio uzupełnić parametry dodatkowe dla aukcji, natomiast pobieranie zamówień zachodzi w pełni automatycznie, podobnie jak dla zwykłych aukcji. Takie rozwiązanie znacznie zmniejsza koszty wystawiania aukcji, skraca czas na ich obsługę i zwiększa wygodę w ich zarządzaniu. **Ewidentną korzyścią dla sprzedawców jest obniżenie kosztów, skrócenie czasu obsługi oraz bardziej efektywny marketing, ponieważ zamiast wielu aukcji można promować jedną, a dzięki zaoszczędzonym środkom ta promocja może być lepsza. To przełoży się na wyższą konwersję sprzedaży oraz zwiększeniem przychodów Spółki.**

Spółka przygotowała dodatkowo całkiem nowy szablon aukcji, o standardowej, uniwersalnej, ale zarazem nowoczesnej stylistyce. **Oferowany przez IAI-Shop.com szablon wyróżnia się nie tylko bardziej nowoczesną, przejrzystą szatą graficzną. Jest również dostosowany pod wersję mobilną serwisu Allegro.** W wersji mobilnej kod szablonów aukcji jest ograniczany przez serwis Allegro (jest wykonany w specjalnej wersji responsywnej uwzględniającej specyficzne wymagania techniczne serwisu). Udostępnienie nowej wersji standardowej szablonu jest bezpłatne, jednak wszelkie zmiany dostosowujące szablon pod indywidualne rozwiązania klienta są już płatne.



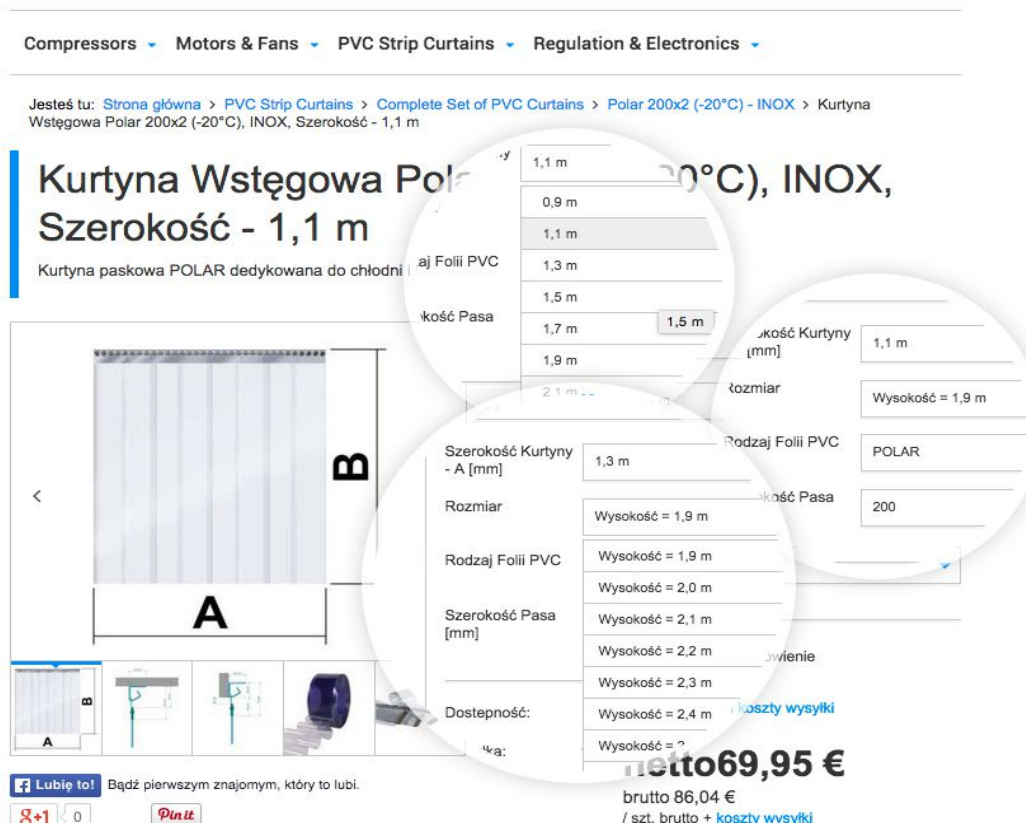
Automatyczna aktualizacja masek Standard – szybsza dystrybucja nowości

W konwersji bardzo wiele zależy od odpowiednich ustawień i możliwości masek sklepów internetowych, czyli interface'u, z którym styka się kupujący. Ponadto zawierają one być zgodne nie tylko z najnowszymi trendami z zakresu usability, ale także lub przede wszystkim, z regulacjami prawnymi. Spółka systematycznie rozwija darmowe maski STANDARD właśnie w tych kierunkach. Teraz, aby **sklepy mogły mieć zawsze najbardziej aktualne i skuteczne rozwiązania wprowadzila automatyczną aktualizację masek z kolekcji STANDARD.** Tą pozornie małą zmianą, można osiągnąć dużą poprawę wyników w większej skali. Przede wszystkim nowe, bardziej estetyczne, lepiej zaprojektowane z każdą kolejną edycją maski poprawiają odbiór sklepu i zapewniają narzędzia zwiększające konwersję. Szybsze jest także rozpowszechnianie nowych usług oferowanych przez Spółkę. Lepiej wyglądające i działające sklepy oparte o IAI-Shop.com (IdoSell Shop) budują przewagę konkurencyjną na swoich rynkach, w ten sposób też zwiększają swoje przychody. **To wszystko w efekcie przekłada się na wzrost przychodów Spółki w dłuższym okresie oraz przyciąga nowych klientów, którzy widzą lepsze rozwiązania u swoich konkurentów, korzystających z IAI-Shop.com (IdoSell Shop).**

Spore zmiany w maskach sklepów – optymalizacja karty towarów, wykorzystanie multiwariantów i wiele innych nowości

Nowa wersja karty towaru, zoptymalizowana pod kątem efektywnego wykorzystania multiwariantów, jest efektem dbania o rozwój Klientów IAI-Shop.com. Najlepsi specjaliści IAI S.A. wciąż starają się usprawniać działanie sklepów IAI-Shop.com. **Karta towaru, jako jeden z najistotniejszych elementów sklepu, powinna być nie tylko atrakcyjna wizualnie, lecz także przejrzysta i jak**

najbardziej przyjazna Kupującemu. W tym celu Spółka zoptymalizowała kartę towarów pod kątem multiwariantów, zwłaszcza tych które składają się z dużej liczby towarów. Obecnie możliwe jest wczytanie dużo większej liczby wariantów oraz konfiguracji produktu, co jest szczególnie istotne jeśli w sklep korzysta z dużych grup towarów.



Zmiana jest bardzo daleko idąca i zmienia sposób wczytywania informacji. Zamiast wczytywać „na sztywno” na karcie towaru wszystkie warianty, od teraz są dynamicznie doładowywane tylko potrzebne informacje. Wykorzystywana jest do tego szeroko stosowaną w sklepach IAI-Shop.com technologia AJAX, co ma znaczący wpływ nie tylko na szybkość działania karty towaru, lecz również na ilość przesyłanych danych. Zmniejsza zatem zużycie transferów w przypadku dużych grup towarów. **Warto zwrócić uwagę także na pasek adresu. Dzięki zastosowanym zaawansowanym technikom, Klient ma zawsze aktualny URL do karty towaru, dzięki czemu kopiując go np. do schowka lub udostępniając w Social Media, pokazuje konkretnie wybrany wariant towaru.** Warto też zwrócić uwagę na to, że aktualizują się w pokazywanej karcie towaru nie tylko ceny, ale też zdjęcia czy opis, co dobrze wykorzystuje możliwości grup towarów dostępne w IAI-Shop.com, w których można wybierać jakie informacje są wspólne, a jakie odrębne dla każdego wariantu.

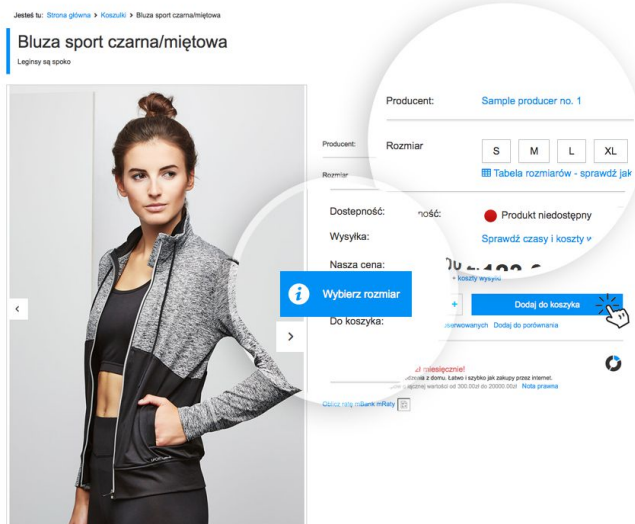
Najlepszym przykładem zastosowania możliwości mechanizmu po zmianach optymalizacyjnych może być działanie w sklepie jednego z Klientów Spółki - kalteshop.com. Na przykładzie tego sklepu, można sprawdzić jak w wygodny sposób można wykorzystać multiwarianty do zbudowania tak złożonego i rozbudowanego konfiguratora produktu jakim jest kurtyna. Za pomocą odpowiednich kombinacji można dobrać odpowiedni zestaw cech kurtyny aby dopasować ją do własnych, indywidualnych potrzeb. Efekt można zobaczyć pod tym linkiem: <http://kalteshop.com/product-eng-610-PVC-Polar-Strip-Curtain-200x2-20-C-INOX-Width-1-1->

[m.html](#) Potwierdza to po raz kolejny pozycję lidera technologicznego Spółki na swoim rynku oraz dostawcy rozwiązań dla profesjonalnych sprzedawców. Pokazuje także, że SaaS może być skutecznym rozwiązaniem dla sprzedawców o specyficznych potrzebach, ponieważ oferuje gotowe rozwiązania problemów, a nie ograniczenia w wykorzystaniu systemu w biznesie. To kolejne rozwiązanie, które ułatwia sprzedaż Klientom Spółki oraz przyciąga profesjonalnych sprzedawców.

We wrześniu zaprezentowaliśmy klientom szereg zmian wprowadzonych w template sklepów, skupiających się na poprawie użyteczności stron, a przez to zwiększanie konwersji oraz wspieranie działań cross i up-sellingowych, które zwiększają wartość koszyka.

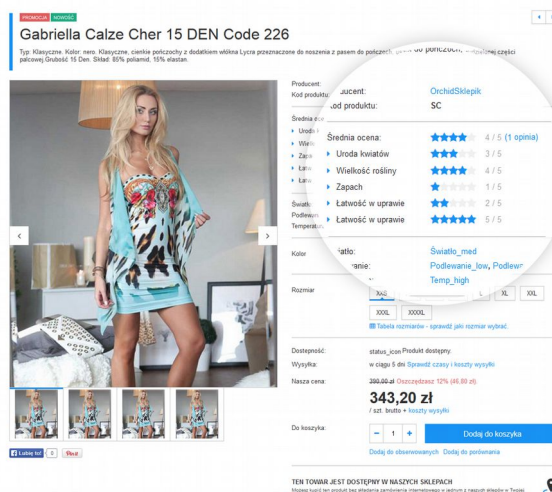
Warto przypomnieć, że drobne zmiany automatycznie wprowadzane są w tysiącach sklepów, więc od razu zaczynają przynosić efekty w dużej skali. Dzięki temu rośnie sprzedaż w sklepach korzystających z IAI-Shop.com, co z jednej strony przekłada się przez różne opłaty na przychody IAI S.A., a z drugiej strony nowoczesne maski sklepów internetowych przyciągają nowych klientów.

Zmiany dotyczą między innymi: optymalizacji stron sklepów pod kątem nowej przeglądarki Microsoft Edge, zmian w zakresie wyboru rozmiarów wspomagając prawidłowy wybór i obniżając koszty zwrotu, czy usprawnienie filtrowania po cenie. W zakresie rozwiązań mobilnych dodane zostało na przykład wyróżnianie kategorii w której znajduje się klient lub usprawnienie przewijania oferty.



To jednak tylko część z wprowadzonych w ostatnim czasie usprawnień w maskach sklepów internetowych, korzystających z IAI-Shop.com. **Aby zobaczyć szerszy obraz zmian, należy połączyć z dużą liczbą mniejszych nowości, które w sumie pokazują jak szeroko zakrojone zmiany Spółka systematycznie wprowadza do swojego rozwiązania.**

W ostatnim czasie zmiany objęły wprowadzenie: częściowych ocen towarów na karcie towaru, dalsze uproszczenie i poprawienie intuicyjności w panelu zwrotów oraz w procesie RMA, a także komunikatach dotyczących dostawy, płatności, składania zamówienia oraz podkreślania bezpieczeństwa sklepów. **Każda z tych kilkunastu zmian, ma na celu zwiększenie satysfakcji kupujących z dokonywania zakupów, dostarczenia najlepszych z punktu widzenia użyteczności rozwiązań nawet małym sklepom. Szczególnie istotne jest to w kontekście automatycznych**



aktualizacji masek standard, o których Spółka pisała w poprzednim raporcie, bo dzięki temu te zmiany bardzo szybko trafiają do Klientów, budując ich przewagę na rynku.

Integracja z Firstdata – istotne partnerstwo na rynku brytyjskim



Spółka zawiązała bardzo istotne partnerstwo na rynku brytyjskim z First Data Corporation, globalnym liderem technologicznym w zakresie usług finansowych, który obsługuje ponad 6 milionów firm na całym świecie - od małych start-upów do największych światowych korporacji. To nowość na polskim rynku oraz potwierdzenie skutecznych działań IAI S.A. na tym rynku. W efekcie powstała [integracja z First Data Merchant Solutions \(FDMS\). Sklepy internetowe, która mają siedzibę lub sprzedają w Wielkiej Brytanii, mogą korzystać z usług First Data Merchant Solutions jako bramki płatności i konta sprzedawcy \(ang. Payment Gateway & Merchant Ac.](#) Jako oficjalny partner IAI-Shop.com, firma First Data Merchant Solutions nie tylko wspiera akceptowanie płatnościami kartami kredytowymi i debetowymi, ale także pomaga w obsłudze kwestii związanych z płatnościami, takimi jak zgodność ze standardami PCI DSS, reklamacje transakcji kartowych (ang. chargeback) czy oszustwa. First Data jest jednym z niewielu dostawców płatności kartami oferujących pakiet bramki płatności online i konta sprzedawcy jako kompletną usługę stabilnych, szybkich i bezpiecznych płatności internetowych. Dzięki zakupom one-click, klienci powracający do sklepu mogą teraz zapłacić za swoje zamówienia w kilka sekund, bez opuszczania sklepu. **Integracja ta, przełoży się nie tylko na zdobywanie nowych klientów na rynku brytyjskim, ale również na rozwój sprzedaży polskich sklepów na rynku brytyjski, co przez wzrost opłat abonamentowych, przekłada się na wzrost przychodów ze sprzedaży Spółki.**

Integracja z Marketizator – usprawnienie testów A/B w sklepach

Sklepy internetowe inwestują coraz większe środki w pozyskanie ruchu na swoją stronę, dlatego coraz bardziej istotne staje się zwiększanie konwersji i monetyzowanie tego ruchu. W ramach IAI-Shop.com (IdoSell Shop) istnieje bardzo wiele rozwiązań skutecznie zwiększających konwersję, ale Spółka ciągle dostrzega nowe możliwości. [W lipcu Spółka uruchomiła integrację z usługą Marketizator. Jest to platforma służąca do przeprowadzania działań marketingowych w czasie rzeczywistym.](#) Składa się ona z trzech zintegrowanych narzędzi, dzięki którym: przeprowadza się testy A/B i wielowariantowe, personalizuje komunikaty marketingowe, przeprowadza skuteczne ankiety z udziałem użytkowników sklepu internetowego. Wszystko to w oparciu o zaawansowaną, a jednocześnie prostą w wykorzystaniu segmentację klientów i jest ciekawym uzupełnieniem do usług już oferowanych przez IAI-Shop.com (IdoSell Shop). **Spółka realizuje przychody z opłat za pośrednictwo, prowizje za płatności i usługi kurierskie, więc każde zwiększenie konwersji powoduje wzrost przychodów Spółki w przyszłości.**



IAI Printer – następca Fiskalizatora z nowymi funkcjami z WMS

Duża zmiana zaszła w zakresie aplikacji pomocniczej IAI Fiskalizator, który [zmienił nazwę na Printer wraz z kolejnymi, nowymi funkcjami](#). IAI Printer to teraz serwer wydruków, który oprócz paragonów fiskalnych pozwala także na wydruk dokumentów sprzedaży i obsługę wielu drukarek. Zupełnie nowa odsłona aplikacji pozwala już nie tylko na wydruk paragonów fiskalnych na najpopularniejszych drukarkach fiskalnych w Polsce. IAI Printer 3.0 wprowadza także możliwość zdefiniowania wielu drukarek tradycyjnych np. laserowych. Dzięki temu przy pomocy np. IAI Scanner wydrukujesz dokumenty sprzedaży do zamówień w panelu administracyjnym IAI-Shop.com, a za pomocą IAI POS wydrukujesz dokumenty sprzedaży generowane przy sprzedaży stacjonarnej. Większa automatyzacja procesów w sklepie internetowym pozwala na zwiększenie rentowności oraz skali działania.



Nowe rozwiązania w IAI Printer są kolejnym elementem [tworzącymi WMS \(ang. Warehouse Management System, czyli system zarządzania magazynem\) działający w ramach IAI-Shop.com](#). Skonfigurowanie [IAI Scanner \(aplikacja, która umożliwi wykorzystanie kolektora danych używanego przez duże sklepy internetowe\)](#) z aplikacją IAI Printer, daje możliwość drukowania wybranych dokumentów sprzedaży w określonych scenariuszach działania, dostosowując wbudowany system WMS do indywidualnych potrzeb sklepu. Żadne konkurencyjne rozwiązanie na rynku nie oferuje podobnych, zintegrowanych funkcji w takiej cenie. Rozwiązania automatyzujące procesy magazynowe w sklepach internetowych są świetnym katalizatorem rozwoju samych sklepów, pozwalają sprzedawać szybciej, obniżają liczbę błędnie zrealizowanych zamówień i zwiększają rentowność biznesu. **Takie rozwiązania wspierają profesjonalne sklepy internetowe, które dzięki nim decydują się na wybór IAI-Shop.com (IdoSell Shop). Aplikacje są pomocnicze są płatne, w związku z czym Spółka rozszerzając ich funkcje, sprzedaje ich więcej, co także wpływa na jej przychody.**

Nowości w WMS to nie tylko IAI Printer

Ostatni raport kwartalny był w dużej mierze poświęcony rozwojowi WMS. [W sierpniu doszła kolejna rozbudowa WMS, opcja "Pakuj" dla listy zamówień](#). Dzięki niej, można wyświetlić i wydrukować listę towarów do spakowania ze wskazanych zamówień na wybranym magazynie. W różnych sklepach kompletowanie i pakowanie produktów może odbywać się w innym momencie procesu realizacji zamówienia, dlatego z jednej strony przygotowany jest moduł skierowany dla większych sklepów, w których podział pracy i procedura pakowania są jasno określone i restrykcyjnie przestrzegane. Z drugiej strony, zapewniona jest elastyczność pracy dla małych sklepów. Dzięki możliwości wyświetlenia listy pakowanych towarów dla zamówień o statusach innych niż pakowane, jak i dla większych, np. w celu przygotowania listy towarów do spakowania zawężonej tylko do odbiorców z określonej lokalizacji, lub wysyłanych określonym kurierem. **Optymalizacja i usprawnienie procesu wysyłki pozwala sklepom na realne oszczędności oraz dalszy rozwój w ramach IAI-Shop.com. Oba te czynniki, przekładają się na większą sprzedaż Klientów, a to na wyższe przychody IAI S.A.**

Ulepszone zarządzanie dostępnością i ceną w IdoSell Booking

Po rozbudowie w IdoSell Booking ustawień początku oraz długości pobytu, o których Spółka informowała w poprzednich raportach, udostępnione zostały kolejne możliwości, w postaci [uzależniania cen pobytu od jego długości liczonej w tygodniach lub miesiącach](#).

Dzięki tej opcji szybko można skonfigurować cenę dłuższego pobytu oferując np. atrakcyjniejszą cenę. Efektem tego może być dłuższy pobyt gościa w obiekcie korzystającym z IdoSell Booking, a **głównym źródłem przychodów Spółki jest prowizja od transakcji, więc rezerwowanie dłuższych pobytów, przekłada się na przychody IAI S.A. oraz ulepsza ofertę dla rynku rezerwowanych na dłużej apartamentów.**

Cena i dostępność

Przedmioty rezerwacji	Cena za dobę w tygodniu		Cena za dobę w weekend	
	3os.	2os.	3os.	2os.
Uniwersalny pokój	150,00 PLN	140,00 PLN	160,00 PLN	150,00 PLN
	120,00 PLN		130,00 PLN	
Apartament	500,00 PLN		500,00 PLN	

Komentarze z Facebooka w służbie wizytówek IdoSell Booking

Wykorzystaniem siły społeczności Facebooka jest [dodanie do wizytówek obsługiwanych z IdoSell Booking możliwości komentowania przez odwiedzających wybranych stron Wizytówki obiektu](#).

Ten element zdecydowanie poprawia wiarygodność obiektu, komentarze nie są anonimowe. Przy okazji mechanizm publikuje wpisy na Tablicy komentującego w serwisie Facebook, dzięki czemu znajomi klienta również dowiadują się za darmo o Twoim obiekcie. **Tak więc, jest to kolejny sposób promocji obiektu oraz zdobywania ruchu i zamówień przez IdoSell Booking.**



Przedmiot działalności Spółki

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

Podstawowym przedmiotem działalności **Spółki jest dostarczanie usługi IAI-Shop.com (za granicą IdoSell Shop), czyli platformy do prowadzenia sprzedaży towarów w Internecie oraz IdoSell Booking czyli usługi do sprzedaży rezerwacji w obiektach noclegowych przez Internet.**

IAI-Shop.com (IdoSell Shop) pozwala na prowadzenie wielu niezależnych sklepów, na dowolnej liczbie rynków i krajów, w dowolnej liczbie wersji językowych, walutowych i w oparciu o wbudowany system magazynowo-finansowy. Jest to obecnie najbardziej zaawansowany i rozbudowany system do prowadzenia sprzedaży internetowej na świecie. IAI-Shop.com (IdoSell Shop) ma między innymi następujące funkcje i możliwości:

- sprzedaż detaliczna,
- sprzedaż międzynarodowa,
- sprzedaż hurtowa,
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com,
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne,
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS),
- zarządzanie magazynem 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 oraz usługi kurierskie
- komplet narzędzi do prowadzenia sprzedaży i marketingu wielokanałowego
- system inteligentnych rekomendacji produktowych – IAI RS
- obsługa zwrotów od klienta do sklepu internetowego

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

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

IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz IdoSell Booking tworzone są według najnowocześniejszych technologii internetowych. Model usługi oparty jest o **SaaS (ang. Software as a Service)** oraz **cloud**



computing (tzw. chmura). Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą, dając efekt synergii.

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

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com (IdoSell Shop) dla jednego sklepu wynosi od 99 zł netto w najniższym planie taryfowym do 10 999 zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. Dodatkowo Firma dostarcza rozwiązania do prowadzenia wielu sklepów naraz oraz elementy dodatkowe systemu, za które klienci wnoszą dodatkowe opłaty. Więcej [informacji znajduje się w cenniku IAI-Shop.com](#).

Wdrożenia nowych sklepów prowadzone są według wypracowanych reguł, które gwarantują przewidywalny koszt, czas i jakość. Ceny wdrożeń różnicują się według czasu, jaki potrzebny jest na przygotowanie sklepu w wybranym pakiecie graficznym. Najtańsze wdrożenie nie zawiera prac graficznych, mając naliczoną tylko opłatę aktywacyjną (599 zł netto). Najdroższy pakiet graficzny (SUPREME) to koszt dodatkowy 6999 zł netto, ale pozwala na stworzenie bardzo zindywidualizowanego wyglądu sklepu. Ceny wdrożeń są atrakcyjne i przystępne zarówno dla małych, jak i średnich oraz dużych klientów. Standaryzacja procedur zapewnia możliwości masowej obsługi klienta. Wszystkie prace i usługi, które wykonuje Spółka są kalkulowane pod względem rentowności godziny pracy poświęconej realizacji danego zadania. Kalkulacja dotyczy cen wdrożeń, na które składają się czas pracy grafików, instalacje sklepów, opłaty abonamentowe, obejmujące pracę administratorów, pracę działu wsparcia oraz wszelkie zmiany programistyczne i graficzne w sklepach. Dzięki jasnej polityce cenowej Spółka osiąga rentowność z każdej przepracowanej godziny, zapobiegając rozliczaniu klientów według różnych stawek.

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

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

Dodatkowo Spółka w ramach swojej oferty oferuje klientom zintegrowane usługi płatności elektronicznych, usługi kurierskie oraz komunikację za pomocą SMS. Jest to źródło dodatkowych przychodów dla Spółki, które jest pochodną przychodów obsługiwanych sklepów. Usługi te są oferowane w bardzo atrakcyjnych cenach, dzięki temu, że Spółka reprezentuje obsługiwane firmy w negocjacjach jako lider grupy zakupowej. To pozwala już małym sklepom osiągnąć korzystne warunki finansowe przy usługach pośrednictwa płatności lub zakupie usług kurierskich.

Spółka jest także liderem na rynku rozwiązań do internetowej sprzedaży międzynarodowej. Wchodząc na rynki zagraniczne, szczególnie Niemcy, Wielką Brytanię i Irlandię, Spółka stworzyła szereg rozwiązań do eksportu towarów sprzedawanych przez internet, które teraz wykorzystywane są przez jej polskich klientów. Są to przede wszystkim wielojęzyczne maski sklepów, pełna obsługa

wielowalutowości, usług kurierskich, stref czasowych oraz integracje z międzynarodowymi potentatami e-handlu jak Amazon lub eBay (oraz kilka innych porównywarek) i usługami pośrednictwa w płatnościach elektronicznych.

Kolejnym wyróżnikiem oferty Spółki na rynku jest kompleksowa obsługa marketingu wielokanałowego. Usługa IAI-Shop.com (IdoSell Shop) pozwala na jednoczesną sprzedaż w wielu kanałach dystrybucji: od tradycyjnych sklepów internetowych, przez tematyczne specjalistyczne sklepy internetowe, sklepy multibrandowe, programy lojalnościowe, partnerskie, sprzedaż mobilną, aukcje internetowe, porównywarki, f-commerce i wiele innych możliwości. Dzięki zaawansowanym narzędziom raportowania wyników oraz testom A/B klienci Spółki uzyskują dokładne wyniki prowadzonej sprzedaży i mogą skupiać się na optymalnych dla nich rozwiązaniach.

Spółka oferuje również aplikacje pomocnicze, które wspomagają korzystanie z IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz IdoSell Booking 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 oraz usługę IdoSell Booking z wewnętrznym systemem zarządzania hotelem. Pozwala na kontrolę nad ofertą, magazynem, rezerwacjami noclegowymi oraz obsługiwaniem 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.](#)
- **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.](#)
- **Printer** - to zewnętrzna aplikacja uruchamiana w środowisku Windows po stronie klienta. Pozwala drukować paragony z panelu administracyjnego (oraz z aplikacji pomocniczej IAI POS przez drukarkę fiskalną, a także dokumenty sprzedaży (z aplikacji pomocniczej IAI POS oraz IAI Scanner). Zaletą aplikacji jest szybki proces konfiguracji drukarek oraz prosty mechanizm działania - jako usługi nasłuchującej na określonym porcie i adresie IP. Dzięki niej bez problemu wydrukujesz paragon dla dowolnego zamówienia ze swojej drukarki fiskalnej oraz dokumenty sprzedaży. [Dowiedz się więcej o IAI Printer na stronach IAI S.A.](#)
- **Scanner** - to aplikacja, która umożliwia wykorzystanie kolektora danych używanego przez duże sklepy internetowe. IAI Scanner został stworzony dla dużych sklepów internetowych, które codziennie zarządzają dużą liczbą dostaw oraz zamówień od klientów. Pozwala on na szybką i efektywną kontrolę poprawności zamówień, prowadzenie inwentaryzacji, remanentów, Nadzór nad realizacją dokumentów przez poszczególnych pracowników i późniejszą możliwość ewidencji



- procesów. [Dowiedz się więcej o IAI Scanner na stronach IAI S.A.](#)
- **Aplikacje mobilne** - 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 na iPhone i Android prezentuje listę rezerwacji dostępną w dowolnym miejscu i czasie. **Kolejna aplikacja jest dedykowana zarządzaniu ofertą w IdoSell Booking.** Dzięki pracy w trybie offline, dodawaniu i zarządzaniu rezerwacjami, blokowaniu dostępności terminów, automatycznej synchronizacji oraz nieskomplikowanemu i intuicyjnemu interfejsowi sprawdza się w szybkim zarządzaniu obiektami noclegowymi.

Struktura akcjonariatu

W obrocie na NewConnect znajdują się tylko akcje serii C.

Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 13 listopada 2015 r.

	Seria A	Seria B	Seria C	Liczba	Udział Procentowy
Paweł Fornalski	4893750	543750		5437500	66,67%
Sebastian Muliński	1856250	206250		2062500	25,29%
Pozostali Akcjonariusze			656235	656235	8,05%
Razem	6750000	750000	656235	8156235	100,00%

Struktura głosów na WZA na 13 listopada 2015 r.

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

	Głosy na WZA	Udział procentowy
Paweł Fornalski	10331250	69,31%
Sebastian Muliński	3918750	26,29%
Pozostali Akcjonariusze	656235	4,40%
Razem	14906235	100%

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

Paweł Fornalski, Prezes Zarządu

Sebastian Muliński, Wiceprezes Zarządu