



Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 lipca 2016 r. do 30 września 2016 r.

Szczecin, 14 listopada 2016 r.

Spis treści

| | |
|---|-----------|
| Informacje ogólne | 3 |
| DANE SPÓŁKI | 3 |
| ORGANY SPÓŁKI | 3 |
| WSKAZANIE JEDNOSTEK WCHODZĄCYCH W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ | 3 |
| LICZBA ZATRUDNIONYCH NA UMOWĘ O PRACĘ W PRZELICZENIU NA PEŁNE ETATY | 3 |
| Wybrane dane finansowe | 4 |
| DANE BILANSOWE | 4 |
| DANE Z RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT | 4 |
| Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe | 5 |
| BILANS NA 30 WRZEŚNIA 2016 R. | 5 |
| RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZECI KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO | 6 |
| RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZECI KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO | 7 |
| ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITAŁE 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 |
| NOWY CENNIK IAI-SHOP.COM (IDOSSELL SHOP) PRZEKLADA SIĘ NA PRZYCHODY JESZCZE W 2016 ROKU | 11 |
| IDOSSELL BOOKING ZUPEŁNIE NOWE ZASADY ROZLICZANIA USŁUG | 11 |
| IAI S.A. W PRESTIŻOWYM SEGMENTCIE NC FOCUS | 12 |
| POSTĘPOWANIE IAI W CELU UZYSKANIA STATUSU INSTYTUCJI PŁATNICZEJ | 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 |
| PEŁNA SWOBODA KREACJI PROCESU ZAKUPOWEGO NA NIESPOTYKANĄ WCZEŚNIEJ SKALĘ | 13 |
| SPRZEDAŻ USŁUG W E-SKLEPACH TO MOŻLIWOŚĆ TWORZENIA BARDZO INDYWIDUALNYCH OFERT DLA KLIENTÓW | 14 |
| WERSJONOWANIE API TO BEZPIECZEŃSTWO I STABILNOŚĆ DLA PARTNERÓW IAI | 15 |
| ISF DAJE MOŻLIWOŚCI INTEGRACJI DOWOLNYM KURIEROM I TO JEST KOLEJNY ETAP ROZWOJU WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI | 15 |
| SYSTEM WERYFIKACJI ZAMÓWIEŃ AUTOMATYZUJE I PRZYSPIESZA PRACĘ W MAGAZYNIE SKLEPÓW | 16 |
| KOLEJNE NOWOŚCI W DOSTARCZANIU TOWARÓW DO KLIENTA | 17 |
| OSZCZĘDNOŚĆ DLA SPRZEDAJĄCYCH TOWARY Z OBNIŻONĄ STAWKĄ VAT | 17 |
| KOLEJNE NARZĘDZIE MARKETINGOWE DLA SKLEPÓW INTERNETOWYCH | 18 |
| PERSONALIZACJA WYGLĄDU WIDGETU POZWALA LEPIJ GO DOPASOWAĆ DO SERWISÓW AGREGUJĄCYCH OFERTY | 19 |
| RABATY KWOTOWE POMAGAJĄ PRZYCIĄGNAĆ GOŚCI POZA SEZONEM | 19 |
| EFEKTYWNE ZARZĄDZANIE OFERTĄ PRZEZ DEFINIOWANIE RODZAI ŁÓŻEK W POKOJU | 20 |
| NOWY SYSTEM UPRAWNIEŃ POZWALA LEPIJ ZARZĄDZAĆ PRACĄ OBIEKTU NOCLEGOWEGO | 21 |
| Przedmiot działalności Spółki | 22 |
| Struktura akcjonariatu | 28 |

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 2016 roku wchodził:

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

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 30 września 2016 roku wchodził:

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

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

Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej.

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

Liczba zatrudnionych na umowę o pracę w przeliczeniu na pełne etaty

30 września 2016 roku zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 30 osób, wobec 37 na koniec trzeciego kwartału 2015 roku.

Wybrane dane finansowe

Dane bilansowe

| Pozycja | w złotych na 30.09.2016 | w złotych na 30.09.2015 |
|---|----------------------------|----------------------------|
| AKTYWA | | |
| Wartości niematerialne i prawne | 203 764,40 | 271 953,91 |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 261 971,45 | 294 371,62 |
| Należności długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Inwestycje długoterminowe | 1 179 870,00 | 1 179 870,00 |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 33 512,00 | 36 230,00 |
| Zapasy | 0,00 | 0,00 |
| Należności krótkoterminowe | 1 335 043,89 | 949 627,34 |
| Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych | 4 798 771,93 | 3 076 423,96 |
| Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 168 682,13 | 58 879,71 |
| AKTYWA RAZEM | 7 981 615,80 | 5 867 356,54 |
| | | |
| Kapitał własny | 815 623,50 | 815 623,50 |
| Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego | 0,00 | 0,00 |
| Rezerwy na zobowiązania | 76 404,31 | 70 207,31 |
| Zobowiązania długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 2 668 590,56 | 1 961 891,93 |
| Rozliczenia międzyokresowe | 0,00 | 170 932,62 |
| PASYWA RAZEM | 7 981 615,80 | 5 867 356,54 |

Dane z rachunku zysków i strat

| Pozycja | w złotych za 01.07- 30.09.2016 | w złotych za 01.07- 30.09.2015 | w złotych 01.01- 30.09.2016 ¹ | w złotych 01.01- 30.09.2015 ¹ |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|---|---|
| Przychody netto ze sprzedaży | 4 655 833,17 | 3 640 745,86 | 13 112 457,93 | 10 629 234,56 |
| Koszty działalności operacyjnej | 3 588 141,89 | 3 558 286,86 | 10 911 109,74 | 9 763 805,99 |
| Amortyzacja | 42 034,18 | 41 680,81 | 121 528,86 | 112 954,03 |
| Zysk/strata na sprzedaży | 1 067 691,28 | 82 459,00 | 2 201 348,19 | 865 428,57 |
| Pozostałe przychody operacyjne | 1 679,06 | 6 184,07 | 52 541,75 | 8 833,99 |
| Pozostałe koszty operacyjne | 12 446,86 | 17 649,01 | 17 313,19 | 38 882,75 |
| Zysk / strata z działalności operacyjnej | 1 056 923,48 | 70 994,06 | 2 236 576,75 | 835 379,81 |
| Przychody finansowe | 5 875,28 | 9 628,29 | 113 842,55 | 94 906,12 |
| Koszty finansowe | 1 475,18 | 380,70 | 3 547,93 | 740,70 |
| Zysk / strata z działalności gospodarczej | 1 061 323,58 | 80 241,65 | 2 346 871,37 | 929 545,23 |
| Wynik zdarzeń nadzwyczajnych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Zysk / strata brutto | 1 061 323,58 | 80 241,65 | 2 346 871,37 | 929 545,23 |
| Podatek dochodowy | 139 781,00 | 43 586,00 | 371 276,00 | 201 688,00 |
| Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Zysk / strata netto | 921 542,58 | 36 655,65 | 1 975 595,37 | 727 857,23 |

1 Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

Bilans na 30 września 2016 r.

| Pozycja | W złotych na 30.09.2016 | W złotych na 30.09.2015 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| AKTYWA | | |
| Aktywa trwałe | | |
| Wartości niematerialne i prawne | 203 764,40 | 271 953,91 |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 261 971,45 | 294 371,62 |
| Należności długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Inwestycje długoterminowe | 1 179 870,00 | 1 179 870,00 |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 33 512,00 | 36 230,00 |
| Razem aktywa trwałe | 1 679 117,85 | 1 782 425,53 |
| Aktywa obrotowe | | |
| Zapasy | 0,00 | 0,00 |
| Należności krótkoterminowe | 1 335 043,89 | 949 627,34 |
| Inwestycje krótkoterminowe | 4 798 771,93 | 3 076 423,96 |
| Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 168 682,13 | 58 879,71 |
| Razem aktywa obrotowe | 6 302 497,95 | 4 084 931,01 |
| AKTYWA RAZEM | 7 981 615,80 | 5 867 356,54 |
| 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 | 1 840 350,55 | 1 775 235,55 |
| Kapitał z aktualizacji wyceny | 0,00 | 0,00 |
| Pozostałe kapitały rezerwowe | 605 051,51 | 345 608,40 |
| Zysk (strata) z lat ubiegłych | 0,00 | 0,00 |
| Zysk (strata) netto roku bieżącego | 1 975 595,37 | 727 857,23 |
| Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego | 0,00 | 0,00 |
| Razem kapitał własny | 5 236 620,93 | 3 664 324,68 |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | | |
| Rezerwy na zobowiązania | 76 404,31 | 70 207,31 |
| Zobowiązania długoterminowe | 0,00 | 0,00 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 2 668 590,56 | 1 961 891,93 |
| Rozliczenia międzyokresowe | 0,00 | 170 932,62 |
| Razem zobowiązania | 2 744 994,87 | 2 203 031,86 |
| PASYWA RAZEM | 7 981 615,80 | 5 867 356,54 |

Rachunek zysków i strat za trzeci kwartał oraz narastająco

| Wyszczególnienie | W złotych za 01.07-30.09.16 | W złotych za 01.07-30.09.15 | W złotych na 30.09.2016 ¹ | W złotych na 30.09.2015 ¹ |
|--|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi: | 4 655 833,17 | 3 640 745,86 | 13 112 457,93 | 10 629 234,56 |
| Przychody netto ze sprzedaży produktów | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Przychody ze sprzedaży usług | 4 655 833,17 | 3 640 745,86 | 13 112 457,93 | 10 629 234,56 |
| B.Koszty działalności operacyjnej | 3 588 141,89 | 3 558 286,86 | 10 911 109,74 | 9 763 805,99 |
| Amortyzacja | 42 034,18 | 41 680,81 | 121 528,86 | 112 954,03 |
| Zużycie materiałów i energii | 91 783,86 | 60 060,87 | 152 782,16 | 237 686,88 |
| Usługi obce | 2 511 868,21 | 2 428 071,76 | 7 945 504,43 | 6 337 589,55 |
| Podatki i opłaty | 21 145,81 | 13 365,61 | 44 615,93 | 44 739,39 |
| Wynagrodzenia | 787 226,54 | 837 620,43 | 2 280 930,89 | 2 558 576,11 |
| Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia | 115 623,64 | 122 925,48 | 333 570,32 | 398 775,95 |
| Pozostałe koszty rodzajowe | 18 459,65 | 54 561,90 | 32 177,15 | 73 484,08 |
| Wartość sprzedanych towarów i materiałów | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży | 1 067 691,28 | 82 459,00 | 2 201 348,19 | 865 428,57 |
| D.Pozostałe przychody operacyjne | 1 679,06 | 6 184,07 | 52 541,75 | 8 833,99 |
| Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Dotacje | 0,00 | 9,06 | 39 344,85 | 61,30 |
| Inne przychody operacyjne | 1 679,06 | 6 175,01 | 13 196,90 | 8 772,69 |
| E.Pozostałe koszty operacyjne | 12 446,86 | 17 649,01 | 17 313,19 | 38 882,75 |
| 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 | 12 446,86 | 17 649,01 | 17 313,19 | 38 882,75 |
| F.Zysk / strata z działalności operacyjnej | 1 056 923,48 | 70 994,06 | 2 236 576,75 | 835 379,81 |
| G.Przychody finansowe | 5 875,28 | 9 628,29 | 113 842,55 | 94 906,12 |
| Dywidendy i udziały w zyskach | 0,00 | 0,00 | 98 507,46 | 73 880,60 |
| Odsetki | 5 836,16 | 9 601,86 | 15 283,26 | 20 996,78 |
| Zysk ze zbycia inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Aktualizacja wartości inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Inne | 39,12 | 0,00 | 51,83 | 0,00 |
| H.Koszty finansowe | 1 475,18 | 380,70 | 3 547,93 | 740,70 |
| Odsetki | 0,00 | 34,03 | 0,00 | 47,75 |
| Strata ze zbycia inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Aktualizacja wartości inwestycji | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Inne | 1 475,18 | 346,67 | 3 547,93 | 692,95 |
| I.Zysk / strata z działalności gospodarczej | 1 061 323,58 | 80 241,65 | 2 346 871,37 | 929 545,23 |
| 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 | 1 061 323,58 | 80 241,65 | 2 346 871,37 | 929 545,23 |
| L.Podatek dochodowy | 139 781,00 | 43 586,00 | 371 276,00 | 201 688,00 |
| M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| N.Zysk / strata netto | 921 542,58 | 36 655,65 | 1 975 595,37 | 727 857,23 |

Rachunek przepływów pieniężnych za trzeci kwartał oraz narastająco

| Wyszczególnienie | W złotych za 01.07- 30.09.16 | W złotych za 01.07- 30.09.15 | W złotych na 30.09.2016 ² | W złotych na 30.09.2015 ² |
|--|---------------------------------|---------------------------------|---|---|
| A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej | | | | |
| I. Wynik finansowy netto (zysk/strata) | 921 542,58 | 36 655,65 | 1 975 595,37 | 727 857,23 |
| II. Korekty o pozycje | -1 013 259,55 | -495 948,24 | -354 440,01 | -383 655,20 |
| III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej | -91 716,97 | -459 292,59 | 1 621 155,36 | 344 202,03 |
| B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej | | | | |
| I. Wpływy | 0,00 | 0,00 | 98 507,46 | 73 880,60 |
| II. Wydatki | 15 428,28 | 7 033,90 | 57 668,33 | 65 511,89 |
| III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej | -15 428,28 | -7 033,90 | 40 839,13 | 8 368,71 |
| C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej | | | | |
| I.Wpływy | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| II.Wydatki | 0,00 | 0,00 | 489 374,10 | 815 623,50 |
| III.Środki pieniężne netto z działalności finansowej | 0,00 | 0,00 | -489 374,10 | -815 623,50 |
| D.Przepływy pieniężne netto razem | -107 145,25 | -466 326,49 | 1 172 620,39 | -463 052,76 |
| E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| F.Środki pieniężne na początek okresu | 4 905 917,18 | 3 542 750,45 | 3 626 151,54 | 3 539 476,72 |
| G.Środki pieniężne na koniec okresu | 4 798 771,93 | 3 076 423,96 | 4 798 771,93 | 3 076 423,96 |

Zestawienie zmian w kapitale własnym

| Wyszczególnienie | w złotych na 30.09.2016 | w złotych na 30.09.2015 |
|--|----------------------------|----------------------------|
| I. Kapitał własny na początek okresu | 3 750 399,66 | 3 747 164,98 |
| Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach | 3 750 399,66 | 3 747 164,98 |
| II Kapitał własny na koniec okresu | 5 236 620,93 | 3 664 324,68 |
| III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku | 5 236 620,93 | 3 664 324,68 |

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:

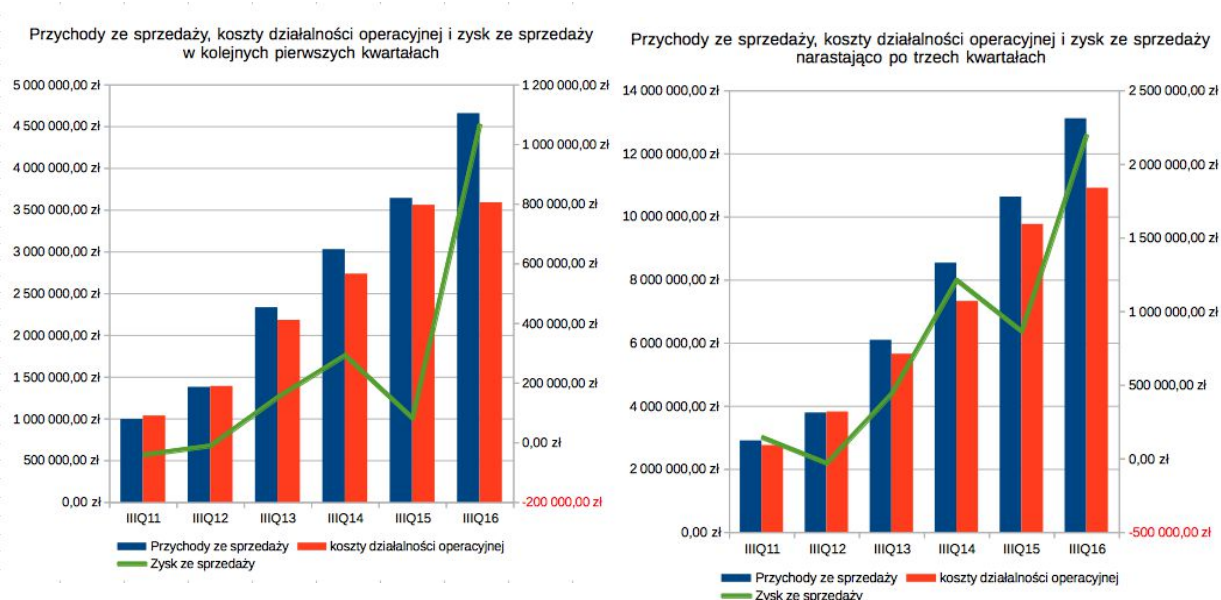
² Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszonych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Wartości niematerialne i prawne o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzane jednorazowo w zależności od charakteru tych że, a powyżej 3.500 złotych zaliczane są do składników aktywów, wprowadzone do ewidencji oraz amortyzowane przy wykorzystaniu metody liniowej,
2. Środki trwałe – według cen nabycia pomniejszonych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Środki trwałe o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzane jednorazowo w zależności od charakteru tych że, a powyżej 3.500 złotych zaliczane są do składników aktywów, wprowadzone do ewidencji oraz amortyzowane przy wykorzystaniu metody liniowej,
3. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe – w wartości nominalnej,
4. Należności krótkoterminowe – w kwocie wymaganej zapłaty, z zachowaniem ostrożności, przy uwzględnieniu odsetek za zwłokę w zapłacie z żądaniem, których wystąpiono do kontrahenta,
5. Inwestycje krótkoterminowe, w tym środki pieniężne – w wartości nominalnej,
6. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe – czynne rozliczenia międzyokresowe kosztów dotyczące przyszłych okresów sprawozdawczych w wartości nominalnej,
7. Kapitały własne – w wartości nominalnej, według ich rodzajów i zasad określonych przepisami prawa, statutem spółki. Kapitał podstawowy wykazano w wysokości określonej w statucie Spółki i wpisanej w rejestrze sądowym,
8. Rezerwy – w uzasadnionej, wiarygodnie oszacowanej wartości,
9. Zobowiązania – w kwocie wymagającej zapłaty z wyjątkiem zobowiązań z tytułu dostaw i usług wycenionych według wartości nominalnej, w stosunku, do których kontrahenci odstąpili od naliczania odsetek,
10. Rozliczenia międzyokresowe – według wartości nominalnej.
11. Spółka sporządza sprawozdanie finansowe zgodnie z art. 45 Ustawy o rachunkowości. Uszczegółowienie informacji wykazanych w sprawozdaniu zawiera informacja dodatkowa przedstawiona za pomocą not.
12. Sposób sporządzania i pomiaru wyniku finansowego Spółki wynika ze specyfiki prowadzonej działalności (działalność usługowa) oraz ewidencji kosztów w układzie rodzajowym na zespole „4” – Koszty według rodzajów i oparty jest o porównawczy rachunek zysków i strat.

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

Rosnące tempo wzrostu zysku netto utrzymuje się przez kolejny kwartał. Po pierwszym półroczu Spółka raportowała wzrost zysku netto o 52% wobec pierwszego półrocza 2015 roku, a po trzech kwartałach to tempo wynosi już 61%.

Spółka systematycznie zwiększa przychody, a koszty utrzymują się na bardzo stabilnym poziomie. Powoduje to zwiększenie zysku ze sprzedaży. Obecnie zyskowność Spółki jest rekordowa w jej historii. **Po trzech kwartałach zysk netto, zysk ze sprzedaży lub EBITDA są około 2,5 raza większe niż w roku poprzednim.**

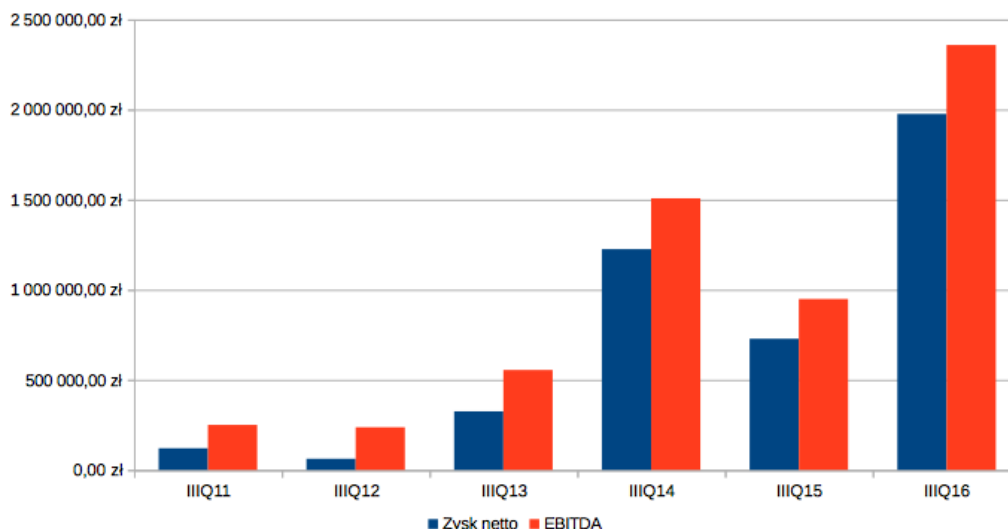


Wysoka rentowność widoczna jest także w analizie finansowej. **Na bardzo wysokim poziomie są wskaźniki ROE, który wynosi po trzech kwartałach aż 37,7% oraz ROA wynoszący 24,75%**, pokazując efektywne wykorzystanie zasobów Spółki. **ROS, po trzech kwartałach wzrósł i wyniósł 15%, ale w samym trzecim kwartale ROS wyniósł aż 20%.**

EBITDA po trzech kwartałach jest na rekordowo wysokim poziomie 2,36 miliona złotych. Spółka utrzymuje rentowność pomimo że systematycznie inwestuje w nowe rozwiązania i wprowadza coraz bardziej kompleksowe usługi. Wynika to z efektu skali, czyli tego, że przy coraz większej ilości obsługiwanych sklepów, pewne składniki kosztowe nie rosną liniowo. Najważniejszym składnikiem kosztów operacyjnych są wynagrodzenia pracowników, a dzięki powtarzalności programów koszt jednostkowy przypadający na każdego klienta spada. Spółka zwraca uwagę inwestorów na to, że prowadzi inną niż wiele innowacyjnych firm politykę księgowania kosztów pracy, skoncentrowaną na zatrzymywaniu 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 oraz EBITDA nie są zwiększane, przez odłożenie w czasie księgowania kosztów wynagrodzeń, a następnie amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych. Koszty prac rozwojowych są ponoszone i księgowane na bieżąco, koszty nie są kapitalizowane.

Zysk netto i EBITDA po trzech kwartałach narastająco



Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie około 2,3 a CashRatio 1,8, co pokazuje bardzo bezpieczną sytuację finansową Spółki. Bilans ukazuje, że Spółka dysponuje wysokimi rezerwami gotówki, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Dodatkowo dodatni wynik finansowy, pozwalają finansować rosnące koszty (przede wszystkim w wyniku zwiększenia zatrudnienia i inwestycji w infrastrukturę) oraz dalsze inwestycje ze środków własnych.

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

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

[W styczniu 2015 r. Spółka ogłosiła prognozy na lata 2015 – 2016:](#)

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

W listopadzie 2016 roku Spółka odwołała prognozę przychodów ze sprzedaży w 2016 roku i wstrzymała się z publikacją nowych prognoz.

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.

Zmiany w cennikach obu usług IAI: IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz IdoSell Booking przekładają się na lepsze wyniki finansowe i perspektywy wzrostu.

Nowy cennik IAI-Shop.com (IdoSell Shop) przekłada się na przychody jeszcze w 2016 roku

Nowy [Cennik oraz Regulamin ogłoszone na koniec sierpnia przyniosą wzrost przychodów Spółki jeszcze w czwartym kwartale 2016 roku i oczywiście kolejnych okresach](#). Zmiany są poprzedzone gruntowną analizą struktury klientów, popytu na IAI-Shop.com oraz elastyczności tego popytu. Kluczowe zmiany obejmują przede wszystkim większą efektywność migracji Klientów na wyższe plany abonamentowe i są powiązane z podwyżkami tych planów. Wprowadzone zostały subskrypcyjne opłaty na aplikacje pomocnicze, które także przełożą się na większe przychody, ale zwiększają też swobodę i elastyczność korzystania z usług Spółki przez jej Klientów. Spółka obserwuje bardzo duży popyt na IAI-Shop.com, szczególnie w zakresie coraz większych wdrożeń, stąd konieczne były zmiany w tym zakresie. Z jednej strony ceny wzrosły, z drugiej więcej czasu będzie przewidziane na zarządzanie projektem (tzw. Project Management i komunikację biznesową). Dzięki niemu IAI może oferować jakość jakiej oczekują od obecnie najbardziej wymagający klienci przy stawce godzinowej znacznie poniżej standardów rynkowych dla agencji interaktywnych oferujących taką jakość wdrożeń

IdoSell Booking zupełnie nowe zasady rozliczania usług

IAI pozyskuje systematycznie nowych klientów w usłudze IdoSell.com/booking i nowi klienci przynoszą nowe potrzeby oraz wymagania. Z drugiej strony, za zmieniającymi się klientami oraz rynkiem musi nadążać oferta Spółki i jej cennik. Aby maksymalnie dopasować się [do oczekiwań rynku Spółka przygotowała nowy Cennik i Regulamin usługi rezerwacji miejsc noclegowych oraz dziennych \[www.IdoSell/Booking\]\(http://www.IdoSell/Booking\)](#). Zmiany w Regulaminie oraz Cenniku dotyczą głównie zupełnie nowego podejścia do tzw. abonamentów z opłatą płaską (bez prowizji). Spółka wprowadziła też nową ofertę, indywidualną ofertę, dla dużych i bardzo dużych ośrodków (powyżej 100 pokoi). Nowa struktura abonamentów jest lepiej dostosowana niż poprzednia, ponieważ oferta jest przygotowana dla małych, średnich i dużych klientów. **Zmiany są odpowiedzią na sygnalizowane przez Klientów potrzeby i docelowo mają pomóc zdobywać nowych klientów i przełożyć się na wyższe przychody w kolejnych kwartałach.**



Zmiany nie dotyczą tylko abonamentów, ale także sposobu rozliczania IdoSell Booking Bridge. Do tej pory abonament na licencję aplikacji IdoSell Booking Bridge był roczny i konieczne było wygenerowanie klucza. Od nowej wersji generowanie klucza nie będzie już potrzebne, a naliczanie abonamentu będzie odbywało się w trybie miesięcznej subskrypcji. Zwiększy to elastyczność zamawiania aplikacji oraz przełoży się na wyższe przychody Spółki.

IAI S.A. w prestiżowym segmencie NC Focus

28 września w ramach nowej segmentacji rynku NewConnect akcje IAI S.A. trafiły do najlepszego segmentu NC Focus. Trafiają tam spółki dywidendowe, generujące wzrosty przychodów i zysków oraz mające stabilną pozycję finansową i dobrą historię na giełdzie. To kolejne, obiektywne, docenienie wyników IAI S.A. Jak podaje sama GPW: „Segmenty rynku NewConnect mają na celu zapewnienie większej transparentności rynku oraz ułatwienie inwestorom identyfikacji spółek pod kątem ich kondycji finansowej i związanego z tym ryzyka finansowego. Kwalifikacja spółek do poszczególnych segmentów rynku NewConnect nie stanowi rankingu tych spółek, ani też rekomendacji GPW co do inwestowania bądź też powstrzymywania się od inwestowania w instrumenty finansowe tych spółek”.

Postępowanie IAI w celu uzyskania statusu Instytucji Płatniczej

Spółka od 2012 roku starała się o uzyskanie statusu instytucji płatniczej. **We wrześniu KNF podjął decyzję o odmówieniu rejestracji Spółki.** Spółka w tej chwili prowadzi procedurę ponownego rozpatrzenia wniosku odpowiednio rozszerzonego. Jednocześnie sprzedaż usług płatniczych nie jest zagrożona, tak samo jak przychody z nich wynikające. Do czasu definitywnego zamknięcia procesu odwoławczego Spółka działa na obecnych zasadach. Spółka pracuje nad scenariuszami alternatywnymi. Zarząd nie widzi ryzyka, aby z powodu decyzji KNF, przychody Spółki uległy obniżeniu. Sprzedaż usług płatniczych jest częścią działalności Spółki, stanowiących niewielki procent. Zarząd stoi na stanowisku, że Spółka otrzyma finalnie status instytucji płatniczej, a w ewentualnej innej sytuacji, scenariusze alternatywne zapewnią Spółce utrzymanie przychodów na obecnym poziomie.

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

Nowości pomagające w swobodnej kreacji oferty i procesu zakupowego pozwalają szybko rozwijać się klientom i partnerom IAI S.A., a oferta Spółki staje się bardziej dopasowana do indywidualnych potrzeb.

Pełna swoboda kreacji procesu zakupowego na niespotykaną wcześniej skalę

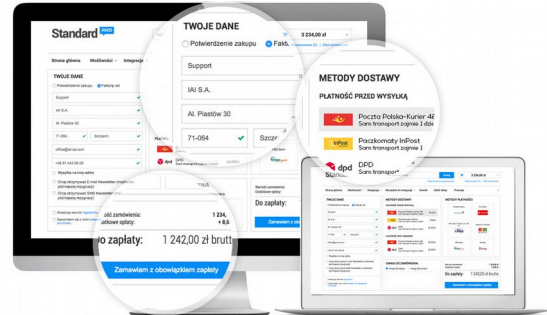
Bardzo interesująca nowość z lipca to [One Step Checkout Process. W IAI-Shop.com możesz dowolnie spersonalizować formularz składania zamówienia, zawierając go nawet na jednej stronie.](#)



Spółka systematycznie pracuje nad coraz szerszymi możliwościami personalizacji template sklepu internetowego. Teraz oferuje klientom możliwość składania zamówienia tylko na jednej podstronie lub dowolnej personalizacji procesu składania zamówienia (COP). Ta personalizacja obsługuje nawet bardzo rozbudowany proces składania zamówienia. System COP stworzony przez IAI jest obecnie najbogatszym i najbardziej elastycznym systemem dostępnym na rynku. Każdy krok jest integratorem szeregu opcji począwszy od wielu systemów płatności, sposobów dostawy (włączając

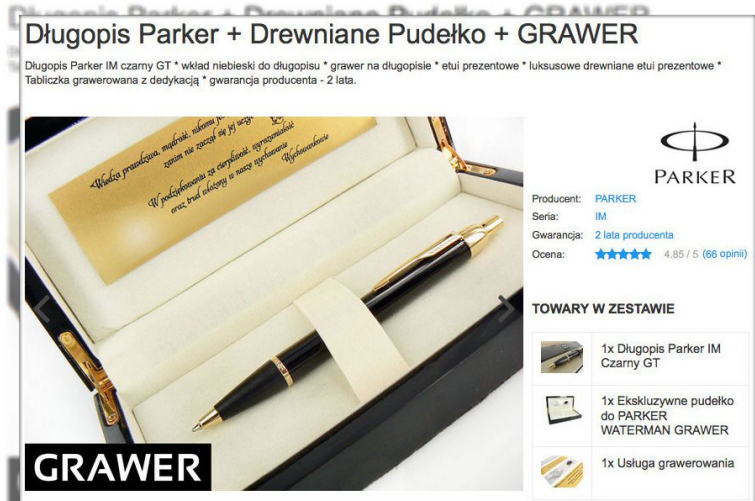
w to takie systemy jak Paczka w Ruchu czy Paczkomaty), po możliwość złożenia zamówienia w konkretne miejsce w dokładnie określonym terminie (np. odbiory osobiste w sklepach stacjonarnych). Na uwagę zasługuje fakt, że system posiada w pełni ergonomiczną opcję edycji zamówienia w czasie rzeczywistym. Ponadto, oczywiście, jest responsywny.

Warto podkreślić, że tego typu projekty do tej pory były możliwe tylko w rozwiązaniach z indywidualnym kodem lub open source. A to pociąga za sobą utratę gwarancji producenta systemu nad wdrożeniem, brak darmowych aktualizacji i innych zalet SaaS. W rozwiązaniu IAI-Shop.com, jest ono tworzone w odrębnej warstwie, nie ingerującej w engine. Tym samym sklep internetowy nadal ma pełną opiekę serwisową i aktualizacje, a nawet może samodzielnie zmieniać template swojego sklepu z indywidualnym One Step Checkout Process. **Co jest bardzo dobrą opcją dla wymagających klientów oczekujących skomplikowanych, bardzo indywidualnych wdrożeń. Co oczywiście przekłada się na wyższą sprzedaż IAI.**



Sprzedaż usług w e-sklepach to możliwość tworzenia bardzo indywidualnych ofert dla klientów

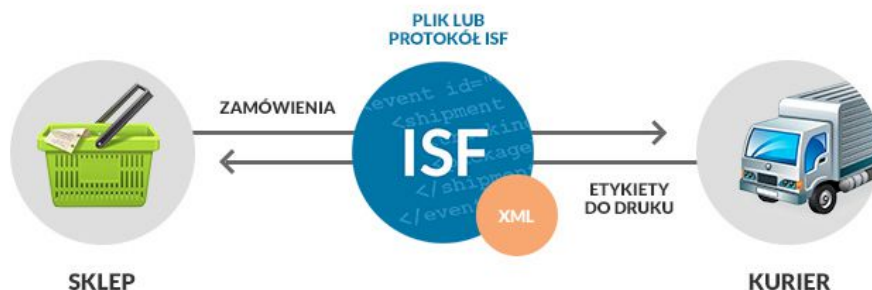
Kolejną nowością jest możliwość sprzedaży usług w sklepach internetowych. Wielu sprzedawców chce sprzedawać usługi, obok towarów, w swoich sklepach. Jednak nie mają technicznej możliwości aby to zrobić. **Teraz IAI zaprezentowało rozwiązanie tego problemu, czyli nowy tp towaru – usługę.** W sklepach internetowych IAI-Shop.com usługa może być sprzedawana jako: **składowa zestawu** (np. zestaw długopisów + indywidualny grawer (usługa)), **część kolekcji** (np. laptop + pakiet biurowy + opcjonalnie instalacja oprogramowania (usługa)) lub **towar sprzedawany osobno** (np. naprawa urządzeń czy projekt graficzny logo sklepu). Dzięki usługą sklepy mogą bardziej personalizować swoją ofertę i dokładać do niej serwis, który może być wysokomarżowy i jednocześnie budować zaufanie oraz lojalność klienta. Z drugiej strony serwis może być także bonusem zachęcającym do kolejnych zakupów lub zwiększenia wartości koszyka. To przekłada się na cały szereg nowych polityk sprzedaży. **A dzięki narzędziom od IAI sklepy mogą sprzedawać więcej, co przez abonamenty oraz opłaty prowizyjne przekłada się na wzrost przychodów Spółki.**



Wersjonowanie API to bezpieczeństwo i stabilność dla partnerów IAI

Przez ostatnie kilka miesięcy Spółka bardzo dużo osiągnęła na linii współpracy z Partnerami (developerami i agencjami interaktywnymi), którzy niezmiennie pozostają dla IAI ważnymi do tworzenia wspólnie, dla klientów, jeszcze lepszego produktu. [Do API Panelu administracyjnego IAI-Shop.com wprowadzona została bardzo duża zmiana - wersjonowanie](#). Dzięki niej Partner ma pewność, że integrowane programy przez okres minimum 2 lat nie będą musiały być zmieniane. Tego typu sposób organizacji API jest bardzo pożądanym przez developerów, gdyż mają oni pewność, że np. przed ukończeniem prac na zlecenie klienta (sklepu internetowego) API się nie zmieni, a zaraz po oddaniu programu nie będą musieli oni wprowadzać zmian, aby dostosowywać działanie do zmian w API. Wprowadzenie wersjonowania API w tak dużym systemie jak IAI-Shop.com było procesem bardzo złożonym. Stale powstaje też nowa dokumentacja do API. W dokumentacji API pojawia się coraz więcej narzędzi wspomagających developerów np. przykładowe kody C# i PHP umożliwiające szybkie odnalezienie się w działaniu danej metody. W API 2.0 IAI przygotowuje mnóstwo nowości m.in. możliwość stosowania różnych formatów komunikacji, nową dokumentację i wielkie porządki w budowie bramek API i struktur jakie przyjmują. Przy okazji i nie jako na dowód zmian i nowości, do [API wprowadzone zostały dwie nowe bramki API-Bundles i API-Collections stworzone z myślą o wygodnym zarządzaniu zestawami i kolekcjami towarów](#). Obie bramki powstały z o developerach i posiadają metody ułatwiające tworzenie oraz zarządzanie zestawami i kolekcjami towarów. **Otwarcie na współpracę z developerami i agencjami powoduje wzrost sprzedaży oraz powstanie nowych ciekawych wdrożeń i zastosowań, a to wszystko przekłada się w oczywisty sposób na przychody Spółki.**

ISF daje możliwości integracji dowolnym kurierom i to jest kolejny etap rozwoju współpracy z partnerami

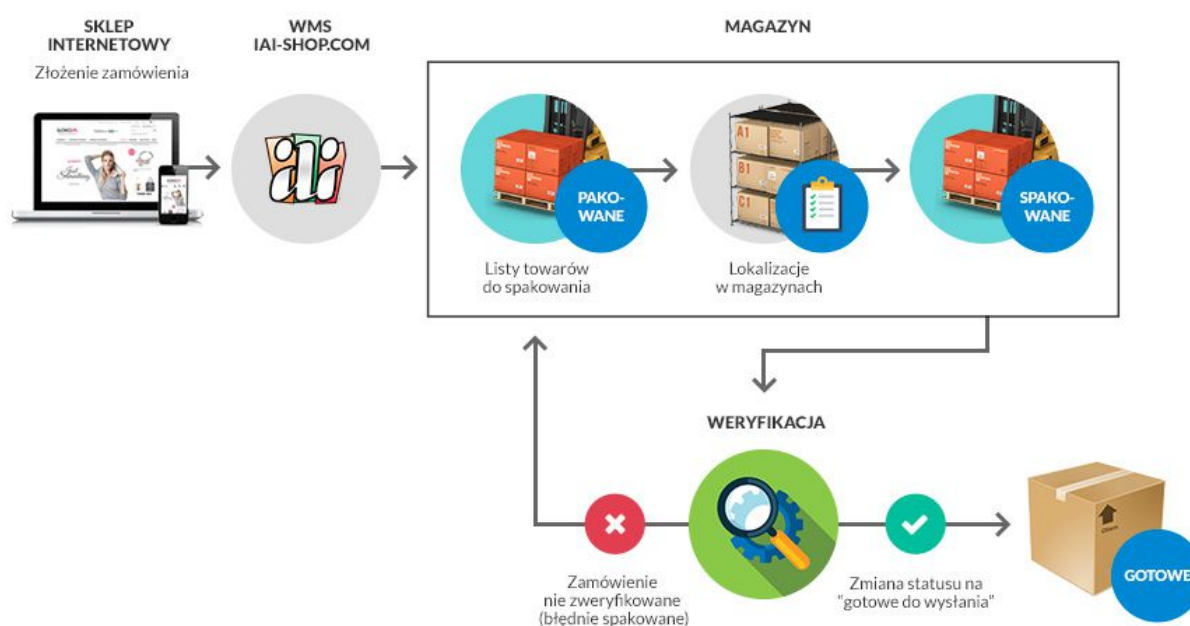


Spółka wydała kolejny otwarty format na rynku. [ISF, czyli nowy, otwarty format i API dedykowane podłączeniu dowolnego kuriera i brokera kurierskiego do WMS sklepów internetowych](#).

IAI inwestuje w podejście łączące zalety modelu Otwartego Oprogramowania (ang. Open Source) i SaaS tworząc usługę Otwartego SaaS™. Dostarczając w SaaS usługę sklepu internetowego dużym wyzwaniem jest zaoferowanie możliwości integracji z dziesiątkami usług kurierskich i brokerskich, czasami takich których nikt inny nigdy nie użyje. Każda integracja jest inna, a jej wykonanie kosztuje nawet dziesiątki tysięcy za każdą. Dlatego IAI inwestuje w budowę i rozpropagowanie otwartych standardów. **Nowym jest otwarty standard integracji ISF (ang. Internet Shipment Format)**. Format, który umożliwia wymianę danych o przesyłkach przez pliki lub webserwisy z dowolnym brokerem, kurierem, firmą frachtową czy fulfillmentową. Tworząc ISF Spółka

opracowała go tak, aby w wersji webserwisowej, łącząc się z różnymi firmami, oferował pełną automatyzację wydruków np. etykiet kurierów. Czyli bez względu na sposób obsługi danej przesyłki kurierskiej, o ile broker lub kurier obsługuje Webservice ISF, etykiety będą generowane w tle lub na żądanie i trafią automatycznie na drukarkę podłączoną do IAI Printer, gdy np. zamówienie będzie zweryfikowane kolektorem danych (IAI Scanner). Na nowym rozwiązaniu skorzystają brokerzy usług kurierskich oraz sami kurierzy, hurtownie drop shipping, firmy fullfilment i oczywiście same sklepy, które zautomatyzują zlecenie kuriera i generowanie dokumentów. **Spółka skorzysta, ponieważ więcej firm będzie polecać swoim klientom jej rozwiązanie, a będą otwartą na potrzeby rynku może efektywniej i sprawniej realizować nawet bardzo indywidualne wdrożenia i integracje z mniejszymi, ale np. specjalistycznymi, firmami.**

System weryfikacji zamówień automatyzuje i przyspiesza pracę w magazynie sklepów

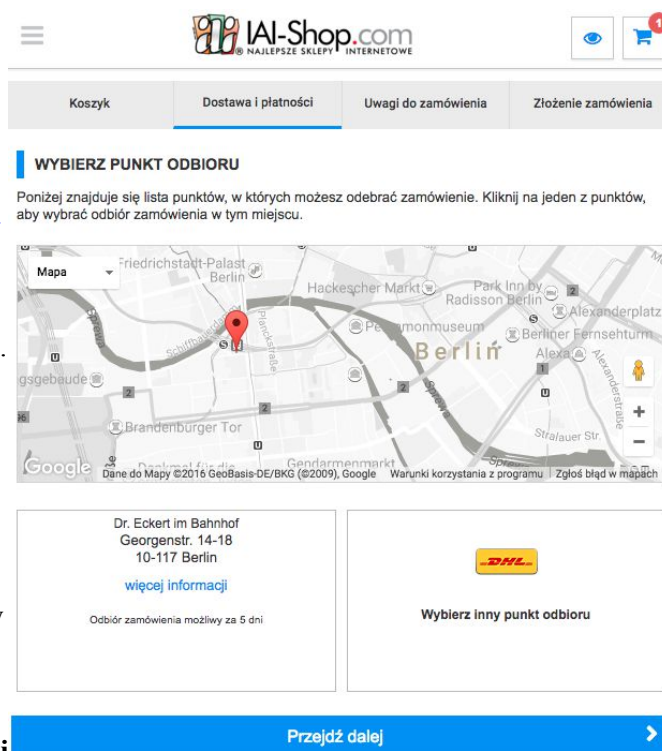


W poprzednim kwartale, Spółka informowała o systematycznej rozbudowie systemu WMS o weryfikację zamówień. Ten proces postępuje dalej. W sierpniu zostały wprowadzone nowe możliwości [WMS: wydruki na IAI Printer od razu po zakończonej weryfikacji i weryfikacja zamówienia dostępna z karty zamówienia dla większej liczby statusów](#). Wydruki na IAI Printer są zlecane natychmiast po zakończonej weryfikacji, co znacznie ułatwi kompletowanie niezbędnych dokumentów do zamówień, ponieważ obsługa sklepu otrzyma je dokładnie w tym momencie w którym są potrzebne, czyli przed zaklejeniem paczki do wysyłki. Wsłuchując się w potrzeby Klientów Spółka udostępniła większą otwartość i dostępność tego narzędzia dla mniejszych magazynów, umożliwiając weryfikację zamówienia na wszystkich niezakończonych statusach. Teraz osoba kompletująca zamówienie korzysta z Karty Zamówienia, gdzie po skompletowaniu od razu chce zweryfikować jego poprawność. **Łatwiejsze i bardziej efektywne weryfikowanie zamówień w skali, której działa Spółka przekłada się na niewielkie jednostkowe ale bardzo duże ogólne oszczędności. Wynikają one z mniejszej ilości czasu potrzebnych na weryfikację zamówienia i przede wszystkim obniżanie liczby błędnie zrealizowanych zamówień. To już są realne korzyści finansowe, które odczuwają sklepy i ich klienci i takie korzyści właśnie przyciągają nowe sklepy do IAI-Shop.com.**

Kolejne nowości w dostarczaniu towarów do klienta

Spółka przedstawiła kolejne dwa, ciekawe rozwiązania proeksportowe oraz nowe usługi kurierskie w Polsce. Pierwszym z rozwiązań proeksportowych jest [możliwość wysyłki towarów klientom z Niemiec do niemieckich Parcelshop, Packstation i urzędów pocztowych bez konieczności podpisywania umowy z niemieckim DHL](#).

Polscy sprzedawcy coraz chętniej i odważniej patrzą na możliwości sprzedaży zagranicznej. Podstawą jest tutaj dobra logistyka. DHL Polska w ramach unifikacji polskiego i niemieckiego rynku, oferuje polskim sklepom internetowym możliwość wysyłki zamówień do niemieckich punktów odbioru, w ramach jednej integracji. **IAI w bliskiej współpracy partnerskiej z DHL przystosowała sklepy internetowe do obsługi wysyłki zamówień do Parcelshop i podania niemieckiego numeru klienta (Postnummer), który jest niezbędny aby zamówić odbiór w punkcie. Dodatkowo niemiecki klient zyska możliwość wybierania punktu odbioru z przyjaznej mapki, od razu w procesie zakupowym, bez konieczności opuszczania sklepu - to rozwiązanie zdaje się oczywiste dla polskich konsumentów, a jest rzadko spotykane w Niemczech.**



[Drugim usprawnieniem eksportu jest łatwiejsze zarządzanie integracją sprzedaży na Amazon Marketplace z IAI-Shop.com](#). Zmiana kodów po których identyfikowany jest towar w sprzedaży na Amazon Marketplace, z pozoru mała, niesie spore konsekwencje, ponieważ dużo łatwiej jest przemieścić sklep na IAI-Shop.com, jeżeli firma prowadziła wcześniej tylko sprzedaż przez Amazon (także w przypadku nowych klientów z zagranicy) oraz łatwiej jest rozpocząć sprzedaż na tej platformie sklepom z Polski. **Oba rozwiązania dają dużą szansę rozwoju polskim sprzedawcom, których wzrosty sprzedaży przez opłaty abonamentowe oraz prowizyjne przekładają się na wzrost przychodów Spółki.**

Nowoczesne i tanie usługi kurierskie stymulują większą sprzedaż w sklepach internetowych. Dlatego [integracja IAI-Shop.com z serwisem Elektroniczny Nadawca Poczty Polskiej została rozbudowana o szybkie przesyłki Paczka24, Paczka48 oraz możliwość przekazania żądania o wystawienie Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru](#), jako alternatywę do tradycyjnego, papierowego pokwitowania. Kolejną nowością jest [obsługa MINI paczki dla kuriera Paczka w RUCHu](#), która ma te same wymiary maksymalne (20x30x50) co paczki STANDARD, ale dostępna jest dla wagi nie przekraczającej 1kg. **Większa liczba tanich i łatwych w odbiorze przesyłek przekłada się na wzrost przychodów Spółki, przede wszystkim ze względu na opłaty prowizyjne.**

Oszczędność dla sprzedających towary z obniżoną stawką VAT

IAI obsługuje 3500 sklepów internetowych z wielu branż. Dlatego aby zdobywać nowych klientów oraz dobrze obsługiwać obecnych musi patrzeć na rynek w szerokim zakresie, dostosowując się do

specyfiki niektórych branż. **[Nowe rozwiązanie jest przygotowane z myślą m. in. o księgarniach internetowych i aptekach internetowych, które sprzedają towary z niższą stawką VAT, zapewniające zmniejszenie płaconego VATu od przesyłek kurierskich. Pozwala im na rozłożenie kosztu dostawy.](#)** Dzięki temu sklep internetowy może być bardziej konkurencyjny, ponieważ jest bardziej efektywny podatkowo. Ceny towarów powiększają się automatycznie po złożonym zamówieniu, wliczając w nie koszt przesyłki i nie wpływając na końcową cenę brutto prezentowaną klientom sklepu internetowego. **Takie rozwiązania pozwalają lepiej zarabiać obecnym klientom, co przekłada się na ich rozwój oraz zdobywać nowych klientów z branż, które potrzebują takich rozwiązań. To przekłada się na wzrost przychodów samej Spółki.**

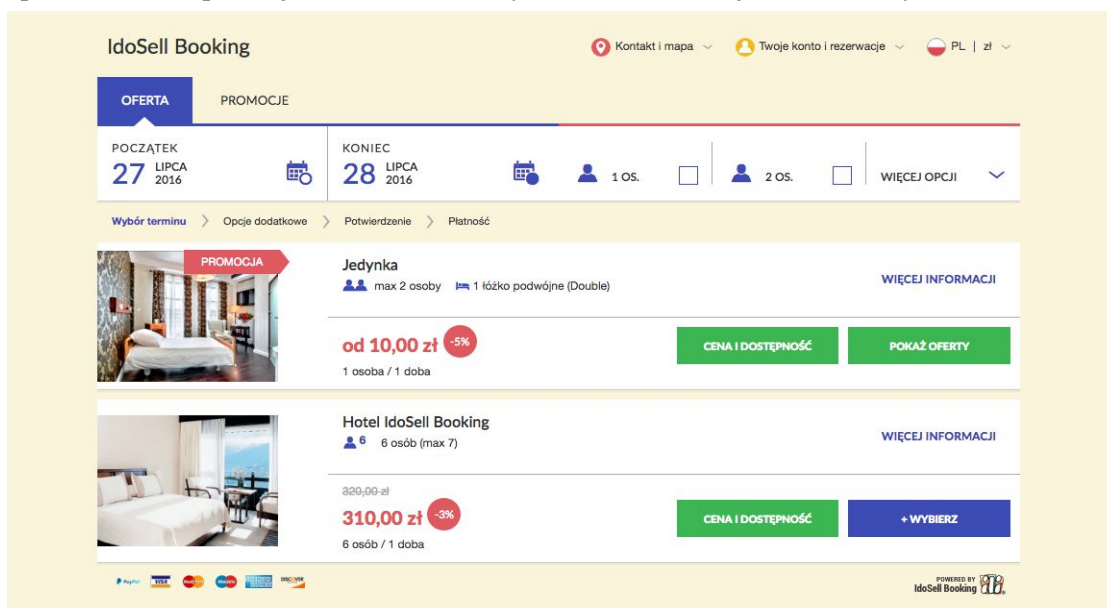
Kolejne narzędzie marketingowe dla sklepów internetowych

Aby przyciągać więcej nowych klientów do sklepów **[Spółka wprowadziła integrację sklepów internetowych z Facebook Product Ads i Facebook Pixel Code.](#)** Facebook Product Ads umożliwia skuteczne zaprezentowanie na Facebooku towarów z sklepu z wgranej wcześniej listy produktów oraz na podstawie informacji zebranych przez zainstalowany w sklepie Facebook Pixel Code, który dostosuje ofertę do użytkownika. Po umieszczeniu odpowiedniego kodu w sklepie internetowym tzw. pixela, będzie on śledził użytkowników Facebooka, którzy odwiedzili sklep. Później, odwiedzając Facebooka, zostaną zachęteni do ponownego odwiedzenia strony sklepu przez wyświetloną reklamę towarów z sklepu, która przypomni o produktach obejrzanych wcześniej w sklepie, lub tych które zostały porzucone w koszykach. Wygenerowana oferta pozwala pokazać potencjalnemu klientowi produkty w okienku reklamowym na Facebook, targetowane na konkretnego użytkownika, i powiązane z jego wcześniejszymi zakupami w sklepie. **Przyczyni się do większego ruchu w sklepach oraz konwersji, co ponownie przez abonamenty oraz opłaty prowizyjne przełoży się na przychody IAI.**



Personalizacja wyglądu Widgetu pozwala lepiej go dopasować do serwisów agregujących oferty

Sporo zmian zaszło w możliwościach prezentowania Kalendarza Rezerwacji (Widgetu) na stronach internetowych ośrodków noclegowych oraz u Booking Partnerów ([serwisy agregujące oferty i sprzedające je za pomocą IdoSell Booking](#)). Niedawno Spółka informowała o możliwości wyboru schematu kolorystycznego Kalendarza rezerwacji (Widgetu). **[Teraz, dodatkowo można zmienić kolor tła Kalendarza rezerwacji \(Widgetu\) osadzonego w iframe na przezroczysty, co pozwala na pełne wkomponowanie go w kolorystykę strony.](#)** Dodatkowo, zmieniliśmy mechanizm automatycznego dostosowywanie się Widgetu do rozmiarów strony internetowej. Dotychczas Kalendarz rezerwacji (Widget) osadzany był w oknie (iframe) o stałej wysokości, co powodowało np. konieczność przewijania ofert. Teraz wysokość dostosowuje się automatycznie.

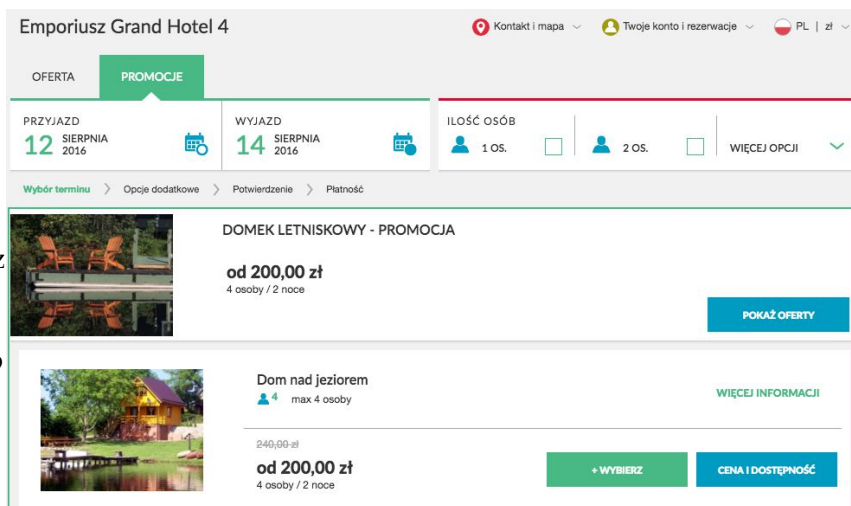


Dodatkowo, bardzo podobne zmiany pozwalające na [dostosowanie kolorystyczne kalendarza rezerwacji \(Widget\)](#) oraz [zmiany tła na przezroczyste i automatyczne dostosowanie wysokości i szerokości Widgetu](#) wprowadzone zostały dla Kalendarzy osadzonych na stronach Booking Partnerów. Pozwala to na lepsze dostosowanie wyglądu Widgetu do strony internetowej, a przez co ułatwia nawigację i poprawia odczucia użytkowników korzystających z Rezerwacji. Większe dopasowanie graficzne do serwisów agregujących oferty jest także silnym argumentem w pozyskiwaniu nowych Partnerów, którzy oczekują dopasowania Widgetu do stylu graficznego ich serwisu. **Te zmiany przelożą się na większą sprzedaż, a co za tym idzie prowizje dla Spółki.**

Rabaty kwotowe pomagają przyciągnąć gości poza sezonem

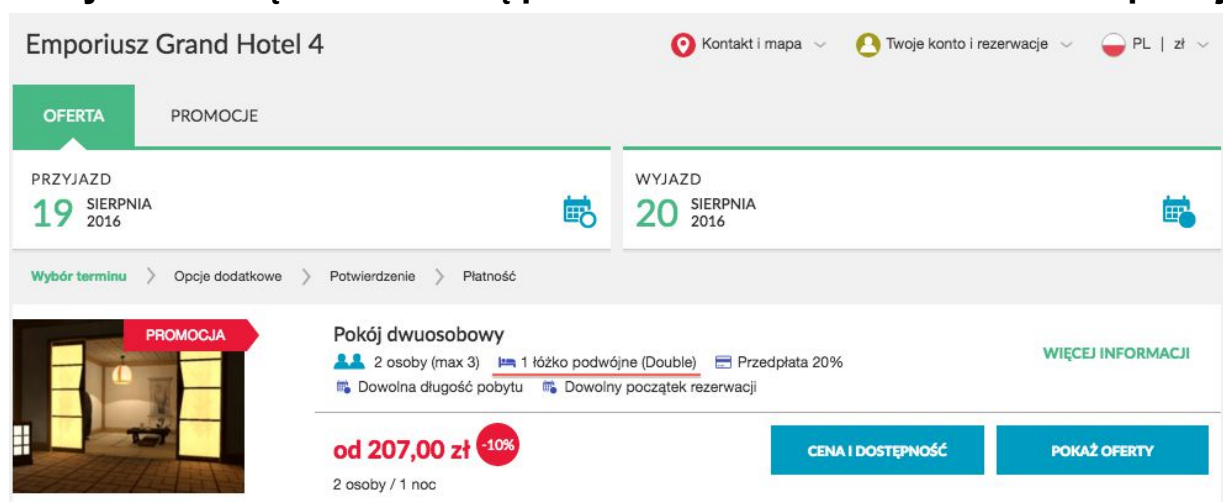
Wiele ośrodków noclegowych stara się przyciągać do siebie gości poza sezonem przez aktywną politykę rabatową i lojalnościową. Dlatego w IdoSell.com/booking rozbudowany został [moduł promocji o możliwość ustawienia rabatu kwotowego](#).

Do tej pory tworząc promocję określało się procentowy rabat, którym objęte były wszystkie produkty uwzględnione w promocji. Od teraz jest możliwość swobodnego konfigurowania cen poprzez nadawanie indywidualnego rabatu kwotowego dla każdego produktu dodanego do promocji. Dzięki nowej opcji istnieje także możliwość sprzedaży pakietów po z góry zdefiniowanej przez właściciela lokalu cenie. **To przeloży się na większą sprzedaż i wyższe przychody z opłat prowizyjnych.**



The screenshot shows the website interface for Emporiums Grand Hotel 4. At the top, there are navigation links for 'Kontakt i mapa', 'Twoje konto i rezerwacje', and 'PL | zł'. Below this, there are tabs for 'OFERTA' and 'PROMOCJE'. The main content area displays a promotion for a 'DOMEK LETNISKOWY - PROMOCJA'. It shows the arrival date as '12 SIERPNIA 2016' and the departure date as '14 SIERPNIA 2016'. The price is listed as 'od 200,00 zł' for 4 people over 2 nights. There is a 'POKAŻ OFERTY' button. Below this, another offer for 'Dom nad jeziorem' is shown, also for 4 people over 2 nights, with a price of 'od 200,00 zł'. There is a '+ WYBIERZ' button and a 'CENA I DOSTĘPNOŚĆ' button.

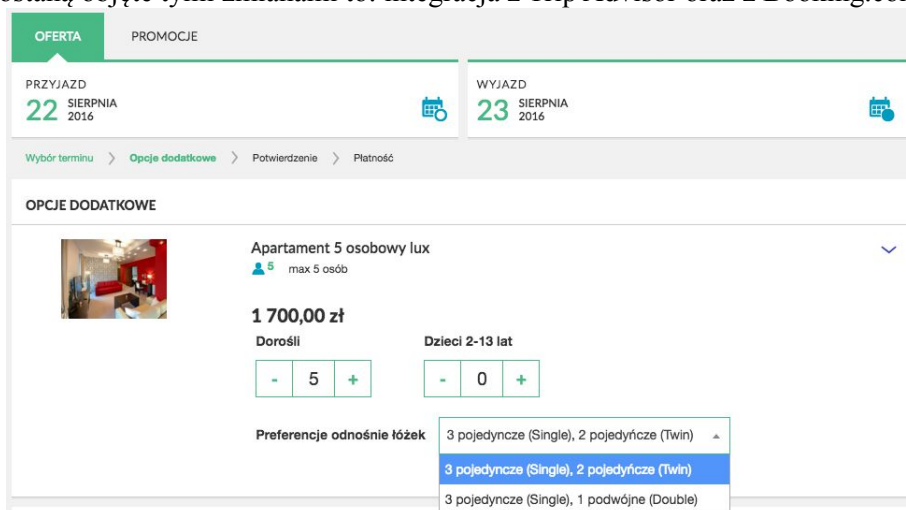
Efektywne zarządzanie ofertą przez definiowanie rodzajów łóżek w pokoju



The screenshot shows the website interface for Emporiums Grand Hotel 4. At the top, there are navigation links for 'Kontakt i mapa', 'Twoje konto i rezerwacje', and 'PL | zł'. Below this, there are tabs for 'OFERTA' and 'PROMOCJE'. The main content area displays a promotion for a 'Pokój dwuosobowy'. It shows the arrival date as '19 SIERPNIA 2016' and the departure date as '20 SIERPNIA 2016'. The price is listed as 'od 207,00 zł' with a '-10%' discount. There is a 'POKAŻ OFERTY' button. Below this, another offer for 'Pokój dwuosobowy' is shown, also for 2 people over 1 night, with a price of 'od 207,00 zł'. There is a '+ WYBIERZ' button and a 'CENA I DOSTĘPNOŚĆ' button.

W poprzednim kwartale Spółka pokazała możliwość rezerwowania łóżek dla dzieci i innych dodatków. W trzecim kwartale w www.IdoSell.com/booking zaprezentowano nowość, która pozwala jeszcze efektywniej tworzyć swoją ofertę dla gości, czyli **możliwość konfigurowania łóżka dla pojemności powyżej 3 oraz wybierać nowy typ łóżka, w którym to gość decyduje czy w rezerwowanym pokoju łóżka mają być połączone (Double) czy rozdzielone (Twin)**. Jest to dalsza rozbudowa w zakresie integracji, ponieważ wynika z standardu branży turystycznej OTA (online travel agencies), z którą oczywiście jest zgodna. Informacje prezentowane na stronie szczegółów miejsca noclegowego na Wizytówce i Kalendarzu Rezerwacji (Widget) zostały dodatkowo rozbudowane o ilość dostępnych łóżek danego typu. Dzięki wprowadzonemu rodzajowi łóżek i ich ilości wzbogacone zostały informacje związane z ilością osób w pokoju. Dzięki nim goście, bez koniecznych doprecyzowań z hotelem, są w stanie wybrać ofertę najlepiej dopasowaną do ich potrzeb. Informacje na temat łóżek są bardzo istotne i pozwalają uniknąć wielu zaskakujących i nieprzyjemnych sytuacji po przyjeździe. Istotnym elementem wprowadzonych zmian jest również to, że wkrótce informacje na temat rodzajów łóżek i ich ilości będą również bezbłędnie

przekazywane w zintegrowanych kanałach przez Channel Manager. Integracje, które w najbliższym czasie zostaną objęte tymi zmianami to: integracja z Trip Advisor oraz z Booking.com.



The screenshot displays a booking interface with the following elements:

- Navigation tabs: OFERTA, PROMOCJE
- Check-in date: PRZYJAZD 22 SIERPNIA 2016
- Check-out date: WYJAZD 23 SIERPNIA 2016
- Progress bar: Wybór terminu > Opcje dodatkowe > Potwierdzenie > Płatność
- Section: OPCJE DODATKOWE
- Property: Apartament 5 osobowy lux (max 5 osób)
- Price: 1 700,00 zł
- Guest selection: Dorośli (5) and Dzieci 2-13 lat (0)
- Room preference dropdown: 3 pojedyncze (Single), 2 pojedyncze (Twin) (selected)
- Other options: 3 pojedyncze (Single), 2 pojedyncze (Twin); 3 pojedyncze (Single), 1 podwójne (Double)

Nowy system uprawnień pozwala lepiej zarządzać pracą obiektu noclegowego

Spółka rozbudowała system uprawnień użytkowników panelu administracyjnego. Dotychczasowy był bardzo prosty. Nowy moduł pozwoli określić do jakich modułów panelu będzie miał dostęp dany użytkownik, w tym wprowadzona została możliwość udostępniania tylko podglądu albo zmian. Można nawet określać uprawnienia dla np. określonego przedmiotu rezerwacji lub lokalizacji (np. konkretnego apartamentu). Dzięki nim właściciel albo zarządca obiektu ma pełną kontrolę nad wyświetlaną zawartością w panelu IdoSell Booking, przyporządkowując poszczególnym użytkownikom dostęp do wybranych opcji i treści. Jako Administrator panelu właściciel lub zarządca może w każdym momencie zmieniać ustawienia i nadawać prawa dostępowe w zależności od potrzeb czy pełnionych funkcji np. inne prawa otrzyma recepcjonista a inne dział marketingu. Uprawnienia te mogą: wykluczyć dostęp do wybranych modułów, dać możliwość tylko odczytu informacji lub dać pełen dostęp. **Pozwala to sprawniej obsługiwać większe ośrodki noclegowe lub właścicieli apartamentów, którzy np. outsourcują część prac związanych ze swoją ofertą. Takie zmiany przyciągają kolejnych klientów, którzy oczekują automatyzacji codziennych obowiązków.**

Przedmiot działalności Spółki

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

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

- sprzedaż detaliczna,
- sprzedaż międzynarodowa,
- sprzedaż hurtowa, cross-docking i dropshipping
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne,
- prowadzenie sprzedaży w modelu omni-channel,
- komplet narzędzi do prowadzenia sprzedaży i marketingu wielokanałowego,
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS),
- zarządzanie magazynem i logistyką (WMS, MRP),
- zarządzanie przepływem pracy (WFM),
- zarządzanie treścią na stronie (CMS),
- zarządzanie relacjami z klientami (CRM),
- raportowanie menadżerskie,
- obsługa reklamacji (RMA),
- integracja z systemami kurierów, aukcji, porównywarek cen, systemami płatności.
- zintegrowane płatności internetowe (Płatności IAI) oraz usługi kurierskie (IAI Broker)
- system inteligentnych rekomendacji produktowych – IAI RS
- obsługa zwrotów od klienta do sklepu internetowego
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com.

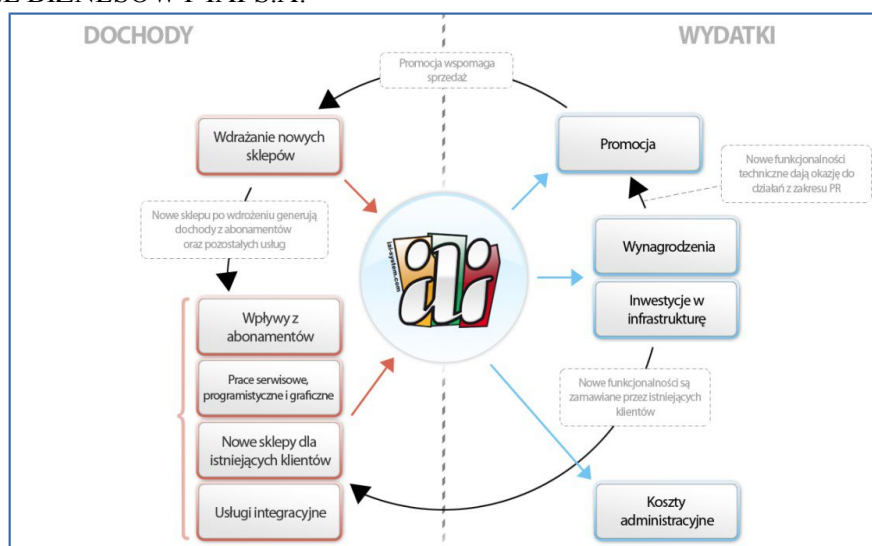
IdoSell Booking pozwala na obsługę przez Internet oraz mobilnie rezerwacji w obiekcie noclegowym składanych przez klientów przez wiele kanałów: na stronie internetowej obiektu, mobilnie lub przez portal Facebook. Usługa działa na podstawie widgetu, który w łatwy sposób można osadzić na dowolnej stronie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

- Łatwą integracją z dowolną witryną
- Zarządzanie obiegiem rezerwacji
- Mobilność: aplikacja mobilna pozwalająca zarządzać rezerwacjami oraz interface widgetu przygotowany pod kątem urządzeń mobilnych
- Przyjazny i prosty interfejs obsługiwany po polsku, niemiecku i angielsku
- Bezpieczny system płatności obsługujący wiele walut i sposobów rozliczeń
- Wersję mobilną, RWD Widgetu i wizytówki
- Możliwość uruchomienia strony wizytówki z własną grafiką, template i we własnej domenie plus personalizacja wyglądu

- Zarządzanie systemem przez wielu pracowników (PMS)

IAI-Shop.com (IdoSell Shop) oraz IdoSell Booking tworzone są według najnowocześniejszych technologii internetowych. Model usługi oparty jest o SaaS (ang. Software as a Service) oraz cloud computing (tzw. chmura). Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą, dając efekt synergii. **Kluczowa dla sukcesu finansowego Firmy jest strategia sprzedaży usługi, oparta na wynajmie aplikacji (SaaS), a nie na jej jednorazowej sprzedaży. Wymusza ona nowoczesne i skuteczne podejście do zarządzania firmą, projektami, relacjami z klientami oraz generuje pozytywny, stale rosnący i zapewniający bezpieczeństwo finansowe przepływ gotówki.**

MODEL BIZNESOWY IAI S.A.



Źródło: IAI Spółka Akcyjna.

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com (IdoSell Shop) dla jednego sklepu wynosi od 139 zł netto w najniższym planie taryfowym do 8999 zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. Ponadto oferowane są indywidualnie, niestandardowe plany dla najbardziej wymagających klientów.. Dodatkowo Firma dostarcza rozwiązania do prowadzenia wielu sklepów naraz oraz elementy dodatkowe systemu, za które klienci wnoszą dodatkowe opłaty. Więcej informacji znajduje się w [cenniku na stronach internetowych Spółki](#).

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

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

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

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

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

Spółka jest także liderem technologicznym na rynku rozwiązań do internetowej sprzedaży międzynarodowej. Wchodząc na rynki zagraniczne, szczególnie Wielką Brytanię i Irlandię, Spółka stworzyła szereg rozwiązań do eksportu towarów sprzedawanych przez Internet, które teraz wykorzystywane są przez jej polskich klientów. Są to przede wszystkim wielojęzyczne maski sklepów, pełna obsługa wielowalutowości, usług kurierskich, stref czasowych oraz integracje z międzynarodowymi potentatami e-handlu jak Amazon lub eBay (oraz kilka innych porównywarek) i usługami pośrednictwa w płatnościach elektronicznych.

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



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

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

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

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

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

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



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

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

Struktura akcjonariatu

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

Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 14 listopada 2016 r.

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

Struktura głosów na WZA na 14 listopada 2016 r.

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

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

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

Paweł Fornalski, Prezes Zarządu

Sebastian Muliński, Wiceprezes Zarządu