



# Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 kwietnia 2015 r. do 30 czerwca 2015 r.

Szczecin, 14 sierpnia 2015 r.

## Spis treści

<b>Informacje ogólne</b> .....	<b>3</b>
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
<b>Wybrane dane finansowe</b> .....	<b>4</b>
DANE BILANSOWE.....	4
DANE Z RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT.....	4
<b>Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe</b> .....	<b>5</b>
BILANS NA 30 CZERWCA 2015 R.....	5
RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA DRUGI KWARTAŁ ORAZ NARASTAJĄCO.....	6
RACHUNEK PRZEPLÝWÓW PIENIĘŻNYCH ZA DRUGI 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
<b>Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe</b> .....	<b>9</b>
STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM.....	11
<b>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</b> .....	<b>12</b>
PLANOWANE WPROWADZENIE DO OBROTU AKCJI SERII B.....	12
NOWE ROZWIĄZANIA WSPARCIA DLA NAJWIĘKSZYCH KLIENTÓW.....	13
UDZIAŁ W KONFERENCJACH I TARGACH.....	13
<b>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</b> .....	<b>14</b>
ZNACZNA ROZBUDOWA WMS I PROCESÓW LOGISTYCZNYCH W IAI-SHOP.COM.....	14
SPORE ZMIANY W MASKACH SKLEPÓW – WIĘKSZA KONWERSJA I LEPSZE ZARZĄDZANIE, WDROŻENIA Z APLIKACJAMI MOBILNYMI.....	16
NOWE USŁUGI TRUSTED SHOPS TRUSTBADGE I REVIEW STICKER MAJĄ ZWIĘKSZAĆ KONWERSJĘ W SKLEPACH.....	19
PEŁNA MOŻLIWOŚĆ PERSONALIZACJI ORAZ FILMY W WIZYTÓWCE IdoSELL BOOKING – MOŻLIWOŚĆ WDRAŻANIA STRON TAKŻE PRZEZ AGENCJE... ..	19
<b>Przedmiot działalności Spółki</b> .....	<b>21</b>
<b>Struktura akcjonariatu</b> .....	<b>24</b>

# 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:	<a href="http://www.iai-sa.com">www.iai-sa.com</a>
ADRES POCZTY ELEKTRONICZNEJ:	<a href="mailto:office@iai-sa.com">office@iai-sa.com</a>
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 czerwca 2015 roku wchodził:

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

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

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

W okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 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 czerwca 2015 roku w zatrudnienie na podstawie umowy o pracę u Emitenta wynosiło 39 osoby, wobec 58 na koniec drugiego kwartału 2014 roku.

# Wybrane dane finansowe

## Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 30.06.2015	w złotych na 30.06.2014
<b>AKTYWA</b>		
Wartości niematerialne i prawne	290 813,86	366 961,66
Rzeczowe aktywa trwałe	310 158,58	289 008,08
Należności długoterminowe		
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	479 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	32 946,00
Zapasy		
Należności krótkoterminowe	1 094 310,07	702 787,60
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	3 542 750,45	3 408 345,18
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	50 352,22	69 886,57
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>6 504 485,18</b>	<b>5 406 840,45</b>
<b>PASYWA</b>		
Kapitał własny	3 627 669,03	3 426 556,40
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	69 991,31
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania krótkoterminowe	2 676 559,05	1 853 257,38
Rozliczenia międzyokresowe	130 049,79	
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>6 504 485,18</b>	<b>5 349 805,09</b>

## Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.04- 30.06.2015	w złotych za 01.04- 30.06.2014	w złotych 01.01- 30.06.2015 <sup>1</sup>	w złotych 01.01- 30.06.2014 <sup>1</sup>
Przychody netto ze sprzedaży	3 519 038,82	2 751 470,91	6 988 488,70	5 509 247,71
Koszty działalności operacyjnej	3 345 648,10	2 466 668,73	6 205 519,13	4 588 433,47
Amortyzacja	36 163,63	31 642,70	71 273,22	65 083,64
Zysk/strata na sprzedaży	173 390,72	284 802,18	782 969,57	920 814,24
Pozostałe przychody operacyjne	1 514,23	1 370,02	2 649,92	12 692,33
Pozostałe koszty operacyjne	4 403,10	9 945,98	21 233,74	21 529,88
Zysk / strata z działalności operacyjnej	170 501,85	276 226,22	764 385,75	911 976,69
Przychody finansowe	80 765,10	59 619,46	85 277,83	66 335,72
Koszty finansowe	107,54	81,75	360,00	90,01
Zysk / strata z działalności gospodarczej	251 159,41	335 763,93	849 303,58	978 222,40
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata brutto	251 159,41	335 763,93	849 303,58	978 222,40
Podatek dochodowy	45 695,00	57 987,00	158 102,00	185 526,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata netto	205 464,41	277 776,93	691 201,58	792 696,40

<sup>1</sup> Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

# Kwartalne skrócone sprawozdanie finansowe

## Bilans na 30 czerwca 2015 r.

Pozycja	W złotych na 30.06.2015	W złotych na 30.06.2014
<b>AKTYWA</b>		
<b>Aktywa trwałe</b>		
Wartości niematerialne i prawne	290 813,86	366 961,66
Rzeczowe aktywa trwałe	310 158,58	289 008,08
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	1 179 870,00	479 870,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	36 230,00	32 946,00
<b>Razem aktywa trwałe</b>	<b>1 817 072,44</b>	<b>1 168 785,74</b>
<b>Aktywa obrotowe</b>		
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1 094 310,07	702 787,60
Inwestycje krótkoterminowe	3 542 750,45	3 408 345,18
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	50 352,22	69 886,57
<b>Razem aktywa obrotowe</b>	<b>4 687 412,74</b>	<b>4 181 019,35</b>
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>6 504 485,18</b>	<b>5 349 805,09</b>
<b>PASYWA</b>		
<b>Kapitał własny</b>		
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	691 201,58	792 696,40
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,0
<b>Razem kapitał własny</b>	<b>3 627 669,03</b>	<b>3 426 556,40</b>
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>		
Rezerwy na zobowiązania	70 207,31	69 991,31
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	2 676 559,05	1 853 257,38
Rozliczenia międzyokresowe	130 049,79	0,00
<b>Razem zobowiązania</b>	<b>2 876 816,15</b>	<b>1 923 248,69</b>
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>6 504 485,18</b>	<b>5 349 805,09</b>

## Rachunek zysków i strat za drugi kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.04-30.06.15	W złotych za 01.04-30.06.14	W złotych na 30.06.2015 <sup>1</sup>	W złotych na 30.06.2014 <sup>1</sup>
<b>A.Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi:</b>	<b>3 519 038,82</b>	<b>2 751 470,91</b>	<b>6 988 488,70</b>	<b>5 509 247,71</b>
Przychody netto ze sprzedaży produktów				
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów				
Przychody ze sprzedaży usług	3 519 038,82	2 751 470,91	6 988 488,70	5 509 247,71
<b>B.Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>3 345 648,10</b>	<b>2 466 668,73</b>	<b>6 205 519,13</b>	<b>4 588 433,47</b>
Amortyzacja	36 163,63	31 642,70	71 273,22	65 083,64
Zużycie materiałów i energii	49 976,30	29 690,04	177 626,01	72 104,65
Usługi obce	2 285 978,68	1 063 720,05	3 909 517,79	1 968 635,39
Podatki i opłaty	15 034,14	15 967,74	31 373,78	36 755,09
Wynagrodzenia	817 359,64	1 012 781,70	1 720 955,68	1 970 113,02
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	126 083,53	290 386,61	275 850,47	451 078,95
Pozostałe koszty rodzajowe	15 052,18	22 479,89	18 922,18	24 662,73
Wartość sprzedanych towarów i materiałów				
<b>C.Zysk / strata brutto ze sprzedaży</b>	<b>173 390,72</b>	<b>284 802,18</b>	<b>782 969,57</b>	<b>920 814,24</b>
<b>D.Pozostałe przychody operacyjne</b>	<b>1 514,23</b>	<b>1 370,02</b>	<b>2 649,92</b>	<b>12 692,33</b>
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych				
Dotacje	22,11		52,24	
Inne przychody operacyjne	1 492,12	1 370,02	2 597,68	12 692,33
<b>E.Pozostałe koszty operacyjne</b>	<b>4 403,10</b>	<b>9 945,98</b>	<b>21 233,74</b>	<b>21 529,88</b>
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych				
Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych				
Inne koszty operacyjne	4 403,10	9 945,98	21 233,74	21 529,88
<b>F.Zysk / strata z działalności operacyjnej</b>	<b>170 501,85</b>	<b>276 226,22</b>	<b>764 385,75</b>	<b>911 976,69</b>
<b>G.Przychody finansowe</b>	<b>80 765,10</b>	<b>59 619,46</b>	<b>85 277,83</b>	<b>66 335,72</b>
Dywidendy i udziały w zyskach	73 880,60	49 253,73	73 880,60	49 253,73
Odsetki	6 882,19	10 365,73	11 394,92	17 081,99
Zysk ze zbycia inwestycji				
Aktualizacja wartości inwestycji				
Inne	107,54		2,31	
<b>H.Koszty finansowe</b>	<b>107,54</b>	<b>81,75</b>	<b>360,00</b>	<b>90,01</b>
Odsetki	13,72	0,33	13,72	1,08
Strata ze zbycia inwestycji				
Aktualizacja wartości inwestycji				
Inne	238,74	81,42	346,28	88,93
<b>I.Zysk / strata z działalności gospodarczej</b>	<b>251 159,41</b>	<b>335 763,93</b>	<b>849 303,58</b>	<b>978 222,40</b>
<b>J.Wynik zdarzeń nadzwyczajnych</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Zyski nadzwyczajne				

1 Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Straty nadzwyczajne				
<b>K.Zysk / strata brutto</b>	<b>251 159,41</b>	<b>335 763,93</b>	<b>849 303,58</b>	<b>978 222,40</b>
<b>L.Podatek dochodowy</b>	<b>45 695,00</b>	<b>57 987,00</b>	<b>158 102,00</b>	<b>185 526,00</b>
<b>M.Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku</b>		<b>0,00</b>		<b>0,00</b>
<b>N.Zysk / strata netto</b>	<b>205 464,41</b>	<b>277 776,93</b>	<b>691 201,58</b>	<b>792 696,40</b>

## Rachunek przepływów pieniężnych za drugi kwartał oraz narastająco

Wyszczególnienie	W złotych za 01.04-30.06.15	W złotych za 01.04-30.06.14	W złotych na 30.06.2015 <sup>2</sup>	W złotych na 30.06.2014 <sup>2</sup>
<b>A.Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej</b>				
I. Wynik finansowy netto (zysk/strata)	205 464,41	287 757,69	691 201,58	792 696,40
II. Korekty o pozycje	934 945,87	295 288,95	112 293,04	3 102,27
III. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 140 410,28	583 046,64	803 494,62	795 798,67
<b>B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej</b>				
I. Wpływy	73 880,60	49 253,73	73 880,60	49 253,73
II. Wydatki	40 368,52	0,00	58 477,99	0,00
III. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	33 512,08	49 253,73	15 402,61	49 253,73
<b>C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej</b>				
I. Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Wydatki	815 623,50	384 061,15	815 623,50	0,00
III. Środki pieniężne netto z działalności finansowej	-815 623,50	-384 061,15	-815 623,50	0,00
<b>D.Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>358 298,86</b>	<b>248 239,22</b>	<b>3 273,73</b>	<b>212 752,03</b>
<b>E.Bilansowa zmiana środków pieniężnych</b>				
<b>F.Środki pieniężne na początek okresu</b>	<b>3 184 451,59</b>	<b>3 160 105,96</b>	<b>3 539 476,72</b>	<b>2 947 353,93</b>
<b>G.Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>3 542 750,45</b>	<b>3 408 345,18</b>	<b>3 542 750,45</b>	<b>3 160 105,96</b>

## Zestawienie zmian w kapitale własnym

Wyszczególnienie	w złotych na 30.06.2015	w złotych na 30.06.2014
I. Kapitał własny na początek okresu	3 877 214,77	3 017 921,15
Ia Kapitał własny na początek okresu po korektach	3 877 214,77	3 017 921,15
II Kapitał własny na koniec okresu	3 627 669,03	3 426 556,40
III Kapitał własny po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku	3 627 669,03	3 426 556,40

## 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:

<sup>2</sup> Wartości narastająco za kolejne kwartały danego roku

Raport kwartalny IAI S.A. za okres od 1 kwietnia 2015 do 30 czerwca 2015 r.

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

Strona 7/24



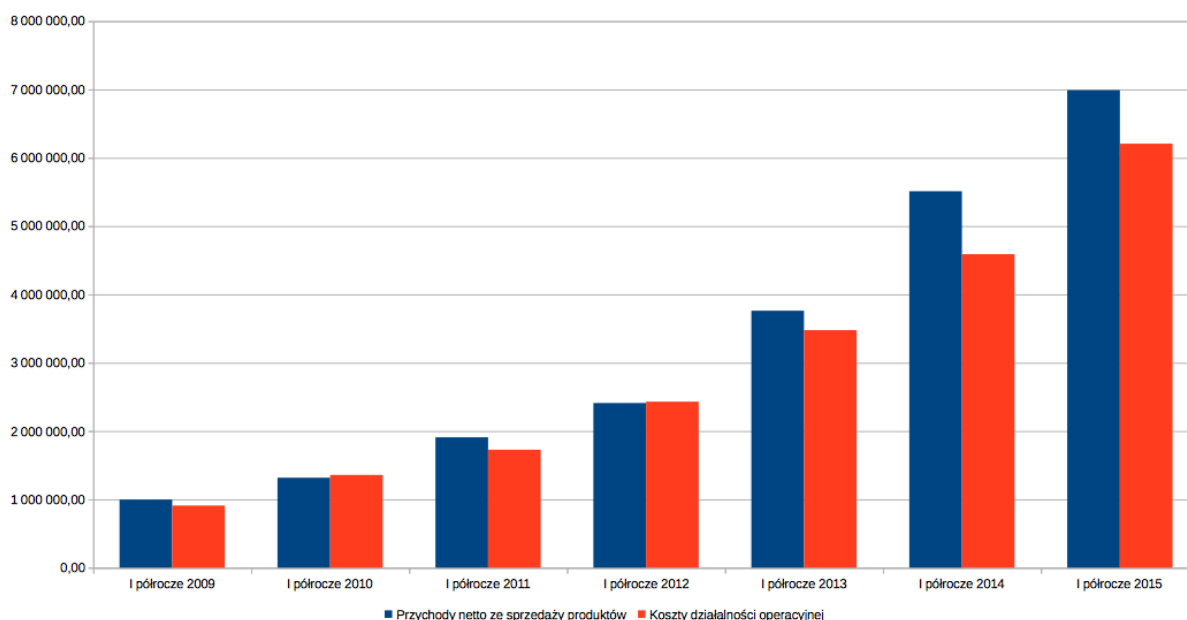
1. Wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia pomniejszych o skumulowane odpisy umorzeniowe. Wartości niematerialne i prawne o wartości początkowej poniżej 3.500 złotych zaliczane są bezpośrednio w koszty zużycia materiałów w miesiącu zakupu lub do składników aktywów i umarzane jednorazowo 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

**Spółka zamyka drugi kwartał i pierwsze półrocze z wzrostem przychodów ok. 30% wobec analogicznego okresu w 2014 roku i 85% wobec analogicznego okresu 2013 roku. ROS utrzymuje się na poziomie ok. 10%, a szereg wprowadzonych nowości, opisanych w dalszej części raportu gwarantuje dalsze wzrosty w przyszłości.**

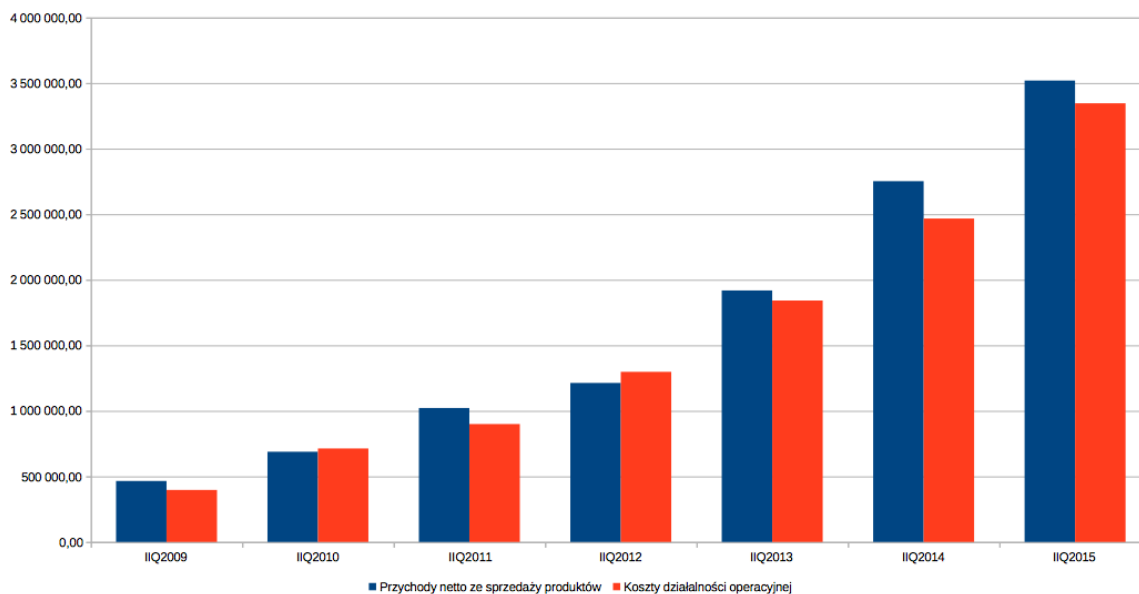
Przychody ze sprzedaży oraz koszty działalności operacyjnej w kolejnych pierwszych półroczach



Szybki i stały wzrost przychodów ze sprzedaży jest przede wszystkim efektem efektu skali, który jest niezwykle ważny w usługach typu SaaS i wprost przekłada się na ich rentowność oraz możliwość generowania zysków. Koszty urosły przede wszystkim ze względu na zwiększenie zatrudnienia, które miało miejsce po zagospodarowaniu nowej przestrzeni biurowej oraz zmiany formy pozyskiwania pracowników. Teraz Spółka kładzie większy nacisk na umowy cywilnoprawne, co widać w większym wzroście pozycji usługi obce, względem pozycji wynagrodzenia w rachunku zysków i strat. Zwiększenie liczby osób zaangażowanych w realizację projektów w IAI spowodowało nie tylko większe tempo prac, ale przede wszystkim odbiło się także na dalszym podniesieniu jakości i niezawodności. Co przedstawia także liczba wybranych nowych rozwiązań przedstawionych w dalszej części raportu, które miały premierę w drugim kwartale 2015 roku.

Inwestycje w zwiększenie zatrudnienia, przełożyły się na wyższe koszty, ale Spółka nadal utrzymuje wysoką rentowność. Wspomniany ROS oraz ROA są na poziomie ok. 10%, ROE wynosi 19%. Przepływy pieniężne netto Spółki w drugim kwartale były dodatnie pomimo przeznaczenia znacznych środków na wypłatę dywidendy, która była najwyższa w historii i wynosiła 10gr na akcje.

Przychody ze sprzedaży i koszty działalności operacyjnej  
w kolejnych drugich kwartałach



Zarząd wskazuje także teraz, że prognozy przedstawianej dynamiki wzrostu sprzedaży oraz 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 2013 roku, kiedy Spółka osiągnęła pewną masę krytyczną, wzrost wskaźników pokazujących zyskowność, jest bardzo duży**. Obrazuje to właśnie zachodzący w Spółce efekt skali.

Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Współczynniki płynności CR i QR są na poziomie 1,75 a CashRatio 1,32, 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 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 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.

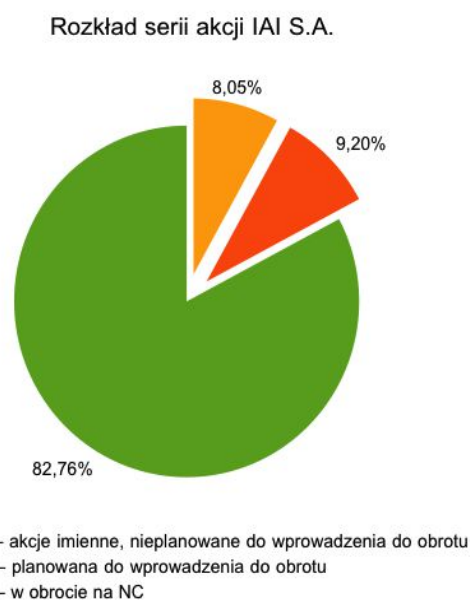
Analizując wyniki sprzedaży po dwóch kwartałach 2015 r. oraz to, że druga połowa roku jest zawsze bardziej korzystna dla Spółki, Zarząd uznaje, że prognoza na 2015 i 2016 rok zostanie zrealizowana.

# 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.

**Szczególnie istotne jest zwiększenie free-float na NewConnet oraz istotne zmiany w organizowaniu wsparcia dla największych klientów.**

## Planowane wprowadzenie do obrotu akcji serii B

Zarząd oraz jednocześnie wiodący akcjonariusze IAI S.A. budują silną pozycję IAI S.A. wśród akcjonariuszy i inwestorów na NewConnect. **Po kilku latach z rządu, kiedy była wypłacana dywidenda, sumiennym raportowaniu sytuacji w Spółce i dbaniu o realizację prognoz, przygotowują się do dematerializacji serii B oraz wypłaceniu rekordowej dywidendy 10 gr. na akcje.** Zarząd i wiodący akcjonariusze planują zwiększać płynność i jako cel stawiają sobie możliwie szybkie **zakwalifikowanie Spółki do indeksu NC Lead** i w ten sposób zbudowanie jeszcze większej wiarygodności Spółki w oczach inwestorów. Jednak w tej chwili głównym wyzwaniem jest zwiększenie płynności obrotu walorami IAI S.A. na rynku. Stąd WZA 23 czerwca podjęło uchwałę o wprowadzeniu do obrotu akcji serii B. Po wprowadzeniu do obrotu akcji serii B, free float IAI S.A. zwiększy się z obecnych 8,05% do 17,24%.



Seria B od początku była przewidziana do wprowadzenia do obiegu, kiedy sytuacja dla Spółki będzie korzystna. **Początkowo była objęta lock-up'em do 30 września 2012 roku, a od tej daty wartość Spółki znacznie wzrosła, zwiększył się popyt na akcje oraz oczekiwanie inwestorów co do płynności handlu akcjami.** Wprowadzenie Serii B do notowań na NewConnect ma na celu przede wszystkim zaspokoić te oczekiwania, a z drugiej strony nie będzie miało wpływu na strukturę właścicielską Spółki. W rękach obecnych, wiodących akcjonariuszy ciągle pozostaną akcje serii A, które są imienne i uprzywilejowane co do głosu w stosunku 2:1.

## Nowe rozwiązania wsparcia dla największych klientów

**Stale rozwijając ofertę dla profesjonalnych sprzedawców, Spółka w kwietniu wprowadziła zmiany w supportcie dużych sprzedawców. Wsparcie techniczne PREMIUM w cenie abonamentu DC16 i wyższego zastąpi obecną ofertę CORPORATE.** Wsparcie PREMIUM wprowadzone jest z myślą o największych sklepach internetowych oraz tych, którzy oczekują najwyższego standardu obsługi. Jego zakres jest znacznie szerszy niż standardowego wsparcia technicznego. Wsparcie PREMIUM nie będzie dodatkowo płatne. Będzie ono dostępne dla każdego sklepu internetowego korzystającego z planu wsparcia DC16 lub wyższego, przy czym ceny abonamentów nie zmieniają się. Nowy plan PREMIUM nie jest jednak tym samym co plan CORPORATE. Zamiast opierać wsparcie techniczne, na jednym, indywidualnym opiece, powstał zespół specjalistów, którzy mają długi staż pracy i posiadają największe kompetencje. **Wiele sklepów internetowych w pewnym momencie rozwoju potrzebuje bardzo zaawansowanego wsparcia aby utrzymać tempo rozwoju lub w ogóle utrzymać rosnące tempo sprzedaży. Zagadnienia z którymi się spotykają wymagają specjalistycznej wiedzy z różnych dziedzin – od spraw czysto graficznych, przez tworzenie dobrych interfejsów, konfigurowanie skomplikowanych programów lojalnościowych po rzeczy związane z logistyką, zatowarowaniem i prowadzeniem magazynu. Wymaga to kompleksowej wiedzy z wielu dziedzin i interdyscyplinarnego podejścia do problemu.** Dlatego zespół specjalistów sprawdzi się w takiej sytuacji zdecydowanie lepiej niż jeden konsultant. Zarząd przewiduje, że ta zmiana z jednej strony przyspieszy rozwój już obsługiwanych dużych sprzedawców i jednocześnie, przez odpowiednie prezentowanie marketingowe sukcesów klientów IAI-Shop.com (IdoSell Shop) przyciągnie kolejne duże firmy. To, przez wzrost opłat abonamentowych przełoży się na wzrost przychodów Spółki.

## Udział w konferencjach i targach

W drugim kwartale Spółka wykorzystwała sposobność do spotkania się z klientami i zaprezentowanie im swojej oferty oraz wymianę doświadczeń. 5 maja przedstawiciele IAI S.A. można było spotkać w **Katowicach na Targach e-commerce i m-commerce**, a **20 maja w Poznaniu na konferencji Traffic Day 2015.**

Obie imprezy zakończyły się dla Spółki sukcesem oraz zdobyciem nowych, potencjalnych klientów. Wymiana doświadczeń oraz prezentacja swoich rozwiązań miała również charakter wizerunkowy.

# 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

**Automatyzowanie procesów u swoich klientów, w każdym aspekcie ich biznesu, przynosi wzrost ich sprzedaży, a przez to wzrost przychodów Spółki. W tym kwartale bardzo duży nacisk położony był na procesy logistyczne i system WMS w IAI-Shop.com (IdoSell Shop).**

## **Znaczna rozbudowa WMS i procesów logistycznych w IAI-Shop.com**

Spółka intensywnie inwestuje w rozwiązania automatyzujące wszelkie procesy logistyczne zachodzące w magazynie. Mieści się w tym również przesyłanie towarów pomiędzy sklepem a klientem oraz w drugą stronę, w przypadku zwrotów. Przyrostowo rozwijany jest system [WMS \(Warehouse Management System – magazynowy system informatyczny\)](#), [dedykowany firmom wysyłkowym i będący ewenementem na rynku](#). Liczne analizy wskazują, że optymalizacja i automatyzacja procesów logistycznych w sklepie jest często główną barierą wzrostu, po osiągnięciu poziomu kilku tysięcy przesyłek miesięcznie. Stąd Spółka, aby obsługiwać jak najwięcej dużych, profesjonalnych sklepów, tworzy rozwiązania przyspieszające ich rozwój.

Rozwijanych i tworzonych od nowa jest wiele funkcji i możliwości WMS w każdym miesiącu. Zbierając najważniejsze z drugiego kwartału warto zwrócić uwagę na:

1. [Wprowadziliśmy możliwość wprowadzania ustawień kurierów w zależności od magazynu obok dotychczasowej konfiguracji dla poszczególnych sklepów](#) – działa to obecnie dla FedEx Polska, Poczty Polskiej, GLS, DPD oraz Paczkomatów InPost. Daje to możliwość generowania przesyłek (etykiet i ksiąg nadawczych) według osobnych konfiguracji dla każdego z magazynów. Do tej pory konfiguracja umożliwiała zapisanie osobnych ustawień wyłącznie dla poszczególnych sklepów. Wprowadzone zmiany umożliwiają jeszcze bardziej elastyczną konfigurację usług kurierskich i są całkowicie kompatybilne wstecz. Oznacza to, że konfigurowanie kurierów dla poszczególnych sklepów nadal będzie dostępne, a wprowadzane zmiany nie będą miały na niego wpływu. Przykładowym zastosowaniem może być sytuacja, kiedy Sklep internetowy realizuje zamówienia korzystając z kuriera np. FedEx Polska, z którym to podpisał dwie umowy np. jedna do odbiorów z jego sklepów stacjonarnych i jedna z niższymi cenami z magazynu centralnego. Posiada zatem dwa numery kontraktów i ustawień, dla zamówień realizowanych z magazynu M1 wykorzystuje inną umowę niż dla zamówień realizowanych z magazynu M2. Od teraz usługa kurierska dla każdego z magazynów może



zostać skonfigurowana osobno w nawiązaniu do wspomnianych odrębnych umów. Innym przykładem może być sytuacja, w której sklep internetowy generuje przesyłki na podstawie jednej umowy, ale zależy mu na innych ustawieniach przy generowaniu przesyłek. Na przykład dla zamówień realizowanych z magazynu M1 sklep wykorzystuje inny numer konta dla pobrań i inne ustawienia ubezpieczeń niż dla zamówień realizowanych z magazynu M2.

2. **Definiowanie czasu przygotowania zamówienia do wysyłki oraz godziny pracy dostawców** i uwzględniamy je przy wyliczaniu czasu dostawy towarów z magazynów obcych oraz dodanie **przeciętnego czasu dostawy** - czyli czas, jaki średnio zajmuje wybranemu dostawcy transport towarów z magazynu obcego do magazynu lokalnego klienta. Dzięki nowym opcjom konfiguracji dostawców sklep może dokładnie określić, w które dni tygodnia i w których godzinach dostawcy pracują oraz z dokładnością do minuty ustalić czas przygotowania zamówienia oraz czas jego transportu, a co za tym idzie - lepiej estymować czas realizacji całego zamówienia zawierającego produkty z magazynów obcych.
3. **Umożliwiliśmy eksportowanie dokumentów magazynowych w formacie EDI++ (EPP) z kodami zewnętrznego systemu** - Format danych EDI++ (znany także pod skrótem EPP) to standard rynkowy, pozwalający synchronizować dokumenty magazynowo-księgowo między różnymi systemami księgowo-sprzedazowymi, m. in. Subiekt GT, Rewizor GT, Rachmistrz GT, wfirma.pl oraz oczywiście IAI-Shop.com. Spółka rozszerzyła ustawienia generowania pliku eksportu o możliwość wskazania, który z identyfikatorów - wewnętrzny IAI, czy identyfikator systemu zewnętrznego, będzie brany pod uwagę podczas generowania pliku eksportu dokumentów magazynowych.
4. **Przebudowaliśmy listę zwrotów w panelu administracyjnym i przyspieszyliśmy jej generowanie** - Do listy zwrotów w panelu administracyjnym sklepu, dodaliśmy stronicowanie oraz zoptymalizowaliśmy jej generowanie, dzięki czemu strona wyświetla się szybciej. Dodatkowo zmodyfikowaliśmy wygląd listy zwrotów aby ujednocnić ją z innymi elementami panelu administracyjnego oraz przyspieszyliśmy o kilkadziesiąt procent czas jej generowania, dzięki temu wyszukiwanie zwrotów za pomocą wyszukiwarki lub przeglądanie listy wszystkich zwrotów stało się dużo szybsze i wygodniejsze.
5. **Rozdzieliliśmy listy towarów do przesunięcia, odłożenia i sprowadzenia do osobnych modułów** - Klienci doceniają rozbudowane funkcjonalności gospodarki magazynowej w swoim sklepie, w tym ułatwienia, jakie dają listy: Towarów do odłożenia do zamówień nieobsłużonych, Towarów do przesunięcia do zamówień z innych magazynów własnych lub Towarów do sprowadzenia z magazynów obcych. Dla sklepów, które nie korzystają z zewnętrznych systemów zarządzania gospodarką magazynową, listy te upraszczają kontrolę towarów które powinny być przyjęte z magazynu obcego, przesunięte między magazynami własnymi, lub dostarczone z magazynu do miejsca pakowania. Aby ułatwić zarządzanie w/w listami, wydzieliliśmy je z modułu SPRZEDAŻ / Towary do odłożenia, sprowadzenia od dostawców, przesunięcia do zamówień i przenieśliśmy do osobnych miejsc. Jest to kolejna zmiana w kierunku znaczącej rozbudowy WMS wbudowanego w IAI-Shop.com.
6. **Wprowadziliśmy możliwość konfiguracji wysyłek pojedynczych towarów** - Jeżeli Sklep sprzedaje towary, które wymagają szczególnego sposobu dostawy do klienta (np. tylko przesyłkami ubezpieczonymi), lub odbioru osobistego, albo sklep chciałby wysyłać konkretny towar za darmo, niezależnie od zawartości koszyka klienta - może tego dokonać korzystając z nowej funkcjonalności - "Profile wysyłki towarów".
7. **Dodaliśmy obsługę DHL Parcelshop (punktów osobistego odbioru)** - Każdy sklep internetowy IAI-Shop.com może korzystać z usługi dostawy zamówień do tzw. DHL Parcelshop, czyli punktów odbioru osobistego uruchomionych przez DHL Parcel. Usługa DHL Parcelshop została zintegrowana z IAI-Shop.com i jest dostępna dla wszystkich, którzy mają podpisaną umowę z firmą kurierską DHL Parcel, jako alternatywna forma doręczeń. DHL Parcel Polska oferuje usługę DHL Parcelshop, czyli osobistego odbioru paczek w wybranych

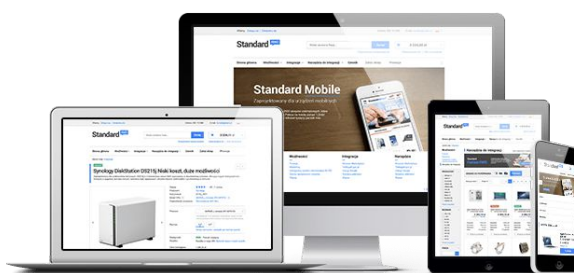


punktach odbioru. Ta coraz częściej wybierana przez kupujących forma dostawy, podobna np. do usługi Paczka w Ruchu. Od dzisiaj usługa DHL Parcelshop dostępna jest także dla klientów każdego sklepu korzystającego z IAI-Shop.com (IdoSell Booking).

Przedstawione powyżej nowości to tylko część zmian jakie systematycznie wprowadzane są do IAI-Shop.com celem przyspieszenia obrotu towarami, możliwie pełnej automatyzacji procesów logistycznych oraz kanałów i możliwości dostarczenia towaru do klienta. **Profesjonalne sklepy internetowe często bardzo dobrze radzą sobie z zdobywaniem ruchu oraz obsługą klientów, jednak z samą organizacją procesów logistycznych mają problemy, które IAI-Shop.com rozwiązuje. Zniesienie barier w logistyce zapewnia sklepowi oszczędności oraz daje szansę na dalszy szybki wzrost, co przekłada się na wzrost przychodów samej Spółki.**

## Spore zmiany w maskach sklepów – większa konwersja i lepsze zarządzanie, wdrożenia z aplikacjami mobilnymi

Systematycznie, w ciągu ostatnich miesięcy Spółka informowała o kolejnych, zupełnie nowych maskach sklepów opartych o technologię RWD, czyli w pełni responsywne. Dynamiczny rozwój rynku mobilnego i technologii RWD oraz związane z tym zmiany przyzwyczajzeń internautów sprawiają, że każdy sklep internetowy powinien być dostosowany do przeglądania i zakupów na różnego rodzaju urządzeniach mobilnych. **[Dział graficzny IAI odpowiada na te potrzeby, oferując od kilkunastu miesięcy coraz szerszą gamę masek responsywnych \(RWD\). Te nowe maski są zbudowane według najnowszych standardów graficznych i technologicznych i zdobyły w ostatnim czasie ogromną przychy.](#)** Oznacza to, że sklepy mogą z nich korzystać dalej, ale Spółka nie będzie wydawała nowych wersji, z poprawkami dla nowych przeglądarek i modułów.



Utrzymywanie rozbudowanej palety masek STANDARD nie było w dłuższej perspektywie opłacalne i nie zapewniało ich najwyższego możliwego poziomu. Maski te nie będą jednak już aktualizowane o nowe moduły i usprawnienia, również poprawki do wykrytych błędów. Klienci mogą nadal je rozwijać i aktualizować wedle swoich potrzeb poprzez odpłatne zlecenia kierowane do działu graficznego Spółki.

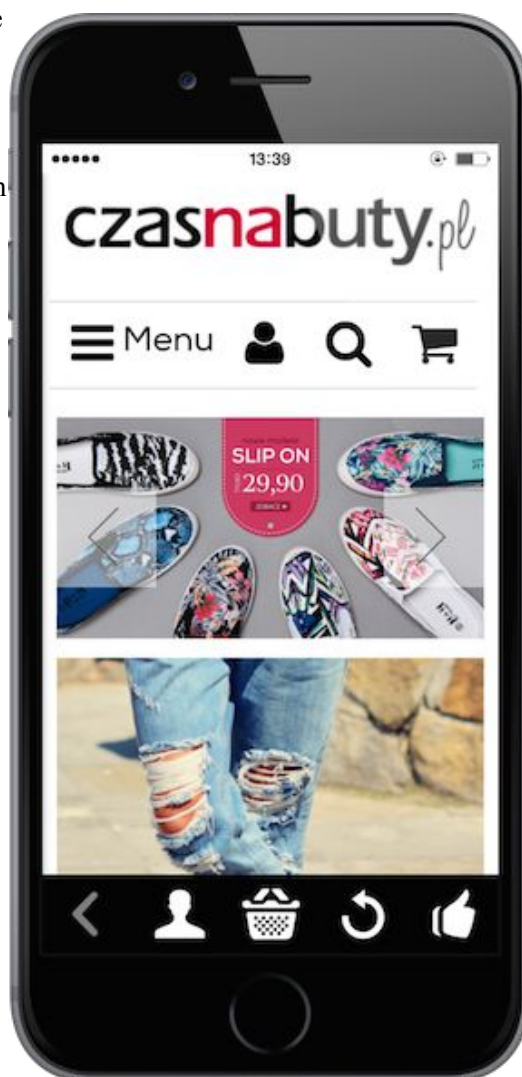
**[Takie rozwiązanie pozwoliło Spółce wprowadzić już na samym początku lipca automatyczne aktualizacje masek z kolekcji STANDARD.](#)** Aktualne wersje masek to maski, które są zawsze dostosowane do zmian w prawie, wprowadzają liczne nowości, posiadają poprawki względem wcześniejszych wersji czy wreszcie, optymalizują proces zakupowy. Z kolei najnowsze wersje masek mobilnych zawsze wnoszą usprawnienia w kontekście najnowszych standardów UX (User eXperience). To zapewnia wyższą konwersję w sklepach, co oznacza większe przychody w sklepach oraz samej Spółki. 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).**

Aby zwiększyć intensywność wykorzystania kanału mobile aplikacje mobilne są dodawane od maja do każdego wdrożenia w najwyższym pakiecie SUPREME. Dzięki temu duzi klienci zyskują kompleksowo zbudowany sklep obsługujący z każdej możliwej strony e-commerce i m-commerce, a z drugiej, firmy z większym budżetem są często bardziej otwarte na nowości i aktywnie wykorzystują oraz monetyzują ruch z mobile.

W maju mechanizm promujący aplikacje mobilne został także wzbogacony o krótki, uniwersalny tzn. działający na iOS i Android, link do pobrania dedykowanej appki sklepu. Link rozpoznaje urządzenie i skieruje do odpowiedniego app marketu. Można podawać go więc klientom sklepu np. w wiadomościach SMS i e-mailowych. W ten sposób zachęcić ich do pobrania aplikacji na smartfona i do jeszcze aktywniejszego robienia zakupów w sklepie. Rozwiązanie to jest szczególnie przydatne np. w przypadku wysłania do klientów wiadomość triggerowaną SMS, po zakupie. Wysłanie każdego kolejnych 160 znaków sms kosztuje, a zbyt długa wiadomość jest nieczytelna. Teraz można bardzo krótkim komunikatem zachęcić klientów do pobrania aplikacji na ich smartfona i jeszcze aktywniejszego robienia zakupów w sklepie.

**Rozbudowa kanału mobile to także inwestycja w przyszły rynek, który obecnie bardzo szybko rośnie. Takie rozwiązania nie tylko powodują zwiększenie sprzedaży klientów Spółki, ale także powodują kolejne zamówienia na nowe aplikacje mobilne. Oba działania przekładają się na wyższe przychody.**



Dochodząc do innych aspektów zmian w zarządzaniu i tworzeniu masek STANDARD, należy zwrócić uwagę na [zupełnie nowa, responsywną \(czyli dostosowaną do urządzeń mobilnych\) maskę STANDARD dedykowaną hurtowniom internetowym - STANDARD B2B RWD](#). Spółka regularnie pozyskuje nowych klientów, którzy prowadzą sprzedaż hurtownią. Hurtownie względem wyglądu interfejsu sprzedaży mają inne oczekiwania niż sklepy internetowe. Oczywiście jest także, że coraz więcej transakcji, także pomiędzy firmami, odbywa się za pomocą urządzeń mobilnych. Dzięki chmurze oferowanych przez Spółkę aplikacji, integracjom z ERP i zaawansowanej kontroli logistyki i indywidualizacji cen i oferty, oferta Spółki jest wyjątkowo atrakcyjna w tym segmencie i Spółka jest liderem technologicznym na tym rynku.

The screenshot shows the Standard B2B RWD website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Strona główna', 'Możliwości', 'Integracje', 'Narzędzia do Integracji', 'Cennik', 'Zalóż sklep', and 'Promoje'. The main content area is titled 'Narzędzia do Integracji' and features a banner with the text 'Wszystko czego potrzebujesz aby bezpiecznie sprzedawać on-line'. Below the banner, there are several product listings with filters for 'AKTYWNE FILTRY' (Color, Size, etc.). The bottom of the page shows a summary: 'Suma 33 234,00 zł' and a button 'Dodaj wybrane do koszyka'.

Nowa maska STANDARD B2B RWD dedykowana jest wszystkim firmom prowadzącym dystrybucję i sprzedaż hurtową w internecie. Jest to bardzo nowoczesny szablon, dostosowany do wyświetlania na urządzeniach mobilnych i posiadający jeszcze większą funkcjonalność niż poprzednie edycje tej maski. STANDARD B2B RWD wpisuje się w modny obecnie styl "flat design" i zapewnia pełne wsparcie dla tabletów, smartfonów i urządzeń komputerowych. **Nowa maska STANDARD B2B RWD pozwoli obecnym hurtowniom Spółki zwiększyć konwersję i sprzedaż oraz pozyskać nowych klientów hurtowych. Wśród nowych obsługiwanych hurtowni mogą być zupełnie nowi klienci oraz obecni klienci, którzy otworzą również sprzedaż hurtową obok detalicznej. Wszystko to, przez opłaty, prowizje oraz abonamenty przełoży się na wzrost przychodów Spółki.**

Inne nowości, które sprawiają, że maski STANARD są chętnie wykorzystywane przez klientów Spółki, to m. in: [ujednoczenie w Maskach STANDARD Mobile i RWD działania wysuwanego menu](#), [Responsywne banery i buttony w maskach standard \(każdy może mieć trzy rozmiary: dla widoku desktop, dla tabletów oraz dla telefonów\)](#), [zmiany w mechanizmie wyboru preferowanej daty do i wiele innych.](#)

Takie nowoczesne rozwiązania wynikają z utrzymywania przez Spółkę zespołu graficznego, który nie tylko zajmuje się wdrażaniem nowych sklepów, ale również pracami B+R, w współpracy z działem programistycznym. W efekcie Spółka uzyskuje przewagę technologiczną nad swoimi konkurentami, którzy nie posiadają takich działów i wykorzystują do wdrożeń jedynie zewnętrzne podmioty.

## Nowe usługi Trusted Shops Trustbadge i Review Sticker mają zwiększać konwersję w sklepach

Aby dalej zwiększać konwersję w obsługiwanych sklepach, a co za tym idzie przychody Spółki przez wpływy z abonamentów i opłat za pośrednictwo w sprzedaży usług płatniczych oraz kurierskich, [Spółka wspólnie z Trusted Shops wprowadziła usługi: Trusted Shops Trustbadge i Review Sticker](#). Według badań Triggered Messaging 65% kupujących porzuca koszyk w sklepach internetowych i nie finalizuje zakupów. Jednym z najczęściej wymienianych powodów tego zjawiska jest brak zaufania do sprzedawcy internetowego. **Dzięki nowemu widgetowi Trustbadge® od Trusted Shops można skutecznie zapobiegać takim wątpliwościom i przekonywać do siebie potencjalnego klienta na każdym etapie procesu zakupowego.** Korzystający z systemu opinii Trusted Shops mogą także prezentować opinie i rekomendacje klientów bezpośrednio na stronie swojego sklepu dzięki elementowi **Review Sticker**, który można dopasować do grafiki swojego sklepu internetowego.



## Pełna możliwość personalizacji oraz filmy w wizytówce IdoSell Booking – możliwość wdrażania stron także przez agencje

[Aby umożliwić klientom modyfikację wyglądu strony Wizytówki ośrodka noclegowego zgodnie z własnymi upodobaniami, Spółka udostępniła możliwość stworzenia własnego szablonu stron Wizytówki w formacie Smarty.](#) Standard Smarty to najpopularniejszy sposób tworzenia szablonów stron internetowych. Są bardzo popularne na rynku freelancerów, a ich znajomość deklaruje praktycznie każdy webmaster, webdeveloper, freelancer czy agencja interaktywna. Dzięki zastosowaniu dobrze znanego standardu, Klient może bez problemu zlecić zmiany zaufanemu webmasterowi lub Spółce.



The screenshot shows a website interface for 'Gospodarstwo Agroturystyczne Porzeczka'. At the top, there is a contact number '123456789' and an address 'Wioska Mela 5, 71-255 Żabowo Wielkie'. Below this is a navigation menu with items like 'Kontakt', 'Oferty specjalne', 'Rezerwacje', 'Strona Gospodarstwa Agroturystycznego Porzeczka', 'Okolice i atrakcje', 'Twoje rezerwacje', 'Aktualności', 'Fan Page', and 'O nas'. A large photo of a bedroom with two beds and a dining table is displayed. At the bottom, there is a red button labeled 'Rezerwuj online' and a language selection dropdown menu with options for 'Polski' and 'English'.



Ponadto Spółka [wprowadziła możliwość dodawania do galerii materiałów filmowych](#). Dzięki temu obiekt noclegowy w lepszy i ciekawszy sposób zaprezentuje swoje walory. Dotychczas była możliwość dodawania do galerii wyłącznie plików graficznych. Teraz można dodawać filmy na stronach: głównej, podstronach z innymi informacjami oraz w szczegółach miejsca noclegowego (np. konkretnego pokoju).

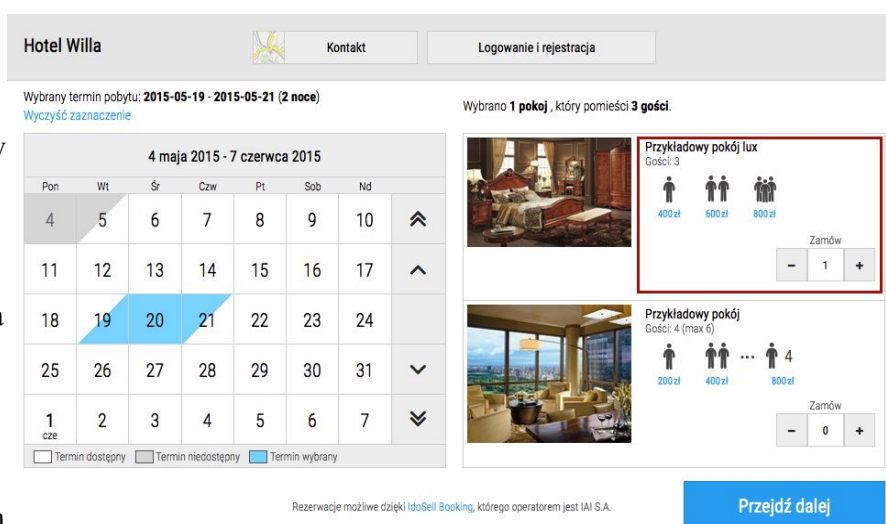
Funkcjonalność daje możliwość wybrania domyślnego szablonu strony Wizytówki, albo wgrania nowego. **Wiele małych pensjonatów lub ośrodków noclegowych ma stare lub zaniedbane strony internetowe, które zniechęcają klientów lub się bardzo źle pozycjonują. Przekonanie ich do bardzo dobrego i łatwego rozwiązania IdoSell Booking zwiększy ruch na ich stronie oraz zwiększy wykorzystanie osadzonych na niej widgetów. Spółka czerpie prowizję za każdą rezerwację miejsc noclegowych złożoną przez widget, więc oferowanie funkcjonalnych, estetycznych i dobrze działających stron, nie wymagających dodatkowego hostingu, przełoży się wprost na pozyskiwanie nowych klientów oraz zwiększenie wpływów z prowizji.**

**[Kolejną nowością jest wprowadzenie w Widgecie informacji o koszcie rezerwacji w zależności od liczby osób w danym pokoju.](#)** Dzięki tej zmianie tuż po otwarciu Widgetu klient będzie miał pełną informację o

**opcjach cenowych miejsca noclegowego.**

Dotychczas w przypadku rezerwacji, w której cena jest zależna od ilości osób, na pierwszym ekranie gość wybierał miejsca noclegowe, a dopiero na drugim ekranie mógł wybrać liczbę osób w poszczególnych miejscach i dopiero wtedy otrzymywał informację o koszcie ich rezerwacji. Teraz

informacje o opcjach cenowych w zależności od liczby osób, zobaczy już w momencie otworzenia Widgetu. Dzięki tak skonfigurowanym ustawieniom gość będzie miał w jasny sposób przedstawioną informację o cenie w zależności od liczby osób. Informacja wyświetlana jest w Widgecie za pomocą sugestywnej grafiki – przedstawia określoną liczbę postaci (od 1 do 3 lub w przypadku większej liczby osób w pokoju prezentowana jest cena dla 1, 2 oraz maksymalnej liczby gości). W ocenie IAI przełoży się to na wyższą konwersję u klientów korzystających z Widgetu IdoSell Booking, co przez opłaty prowizyjne przełoży się na wyższe przychody Spółki.



Hotel Willa

Kontakt Logowanie i rejestracja

Wybrany termin pobytu: 2015-05-19 - 2015-05-21 (2 noce)  
Wyczyść zaznaczenie

Wybrano 1 pokój, który pomieści 3 gości.

4 maja 2015 - 7 czerwca 2015						
Pon	Wt	Sr	Czw	Pt	Sob	Nid
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1 cze	2	3	4	5	6	7

Termin dostępny Termin niedostępny Termin wybrany

Przykładowy pokój lux  
Gości: 3  
400 zł 600 zł 800 zł  
Zamów

Przykładowy pokój  
Gości: 4 (max 6)  
200 zł 400 zł 800 zł  
Zamów

Rezerwacje możliwe dzięki IdoSell Booking, którego operatorem jest IAI S.A.

Przejdź dalej

# 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 (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) i działają w jednej chmurze programów, idealnie współpracując ze sobą. Takimi aplikacjami są:

- **Bridge** - praktycznie bezobsługowy program komunikujący sklep IAI-Shop.com z wewnętrznym programem fakturowo-księgowym klienta. Pozwala na kontrolę nad ofertą i magazynem oraz obsługiwanie zamówień ze sklepu internetowego bezpośrednio z systemu f-k. Automatyczna wymiana danych o cenach, stanach magazynowych i zamówieniach pozwala klientom skoncentrować się na sprzedaży. [Dowiedz się więcej o Bridge na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **POS** - aplikacja do obsługi kasowej sklepu. Dzięki współpracy z drukarkami fiskalnymi oraz czytnikami kodów kreskowych, z powodzeniem zastąpi inny system sklepowy, zwłaszcza jeżeli firma ma wiele punktów kasowych. POS korzysta z gospodarki magazynowej IAI-Shop.com, co pozwala na automatyczną wymianę informacji i synchronizację stanów magazynowych ze sklepem internetowym. Dodatkowo program pozwala na pracę bez stałego połączenia z Internetem. [Dowiedz się więcej o POS na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Integratory i Automatory** - grupa aplikacji, łączących sklep z hurtowniami internetowymi. Umożliwiają automatyczne pobranie danych od wielu dostawców wraz z opisami oraz zdjęciami i oferowanie ich w sklepie na zamówienie. Dzięki integratorom, zupełnie bez wysiłku możliwa jest sprzedaż dowolnej ilości towarów w systemie dostaw *just-in-time*. [Dowiedz się więcej o Integratorach i Automatorach na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Downloader** – program umożliwiający integrację z dostawcami, bez potrzeby budowania indywidualnych aplikacji. Podstawą działania Downloader jest format IOF ([więcej o IOF](#)) stworzony przez Spółkę w 2009r. i udostępniony dla wszystkich podmiotów na licencji Creative Common. [Dowiedz się więcej o Downloaderze na stronach IAI S.A.](#)
- **Printer** - to zewnętrzna aplikacja uruchamiana w środowisku Windows po stronie klienta. Pozwala drukować paragony z panelu administracyjnego (oraz z aplikacji pomocniczej IAI POS od wersji 1.0) 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.](#)

# Struktura akcjonariatu

W obrocie na NewConnect znajdują się tylko akcje serii C.

## Struktura udziałów w kapitale zakładowym na 14 sierpnia 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 14 sierpnia 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