



Technologia, Innowacje, Mobilność



## Prezentacja wyników 1 kwartał 2016r.

Warszawa, 24 maja 2016 r.

tim.pl



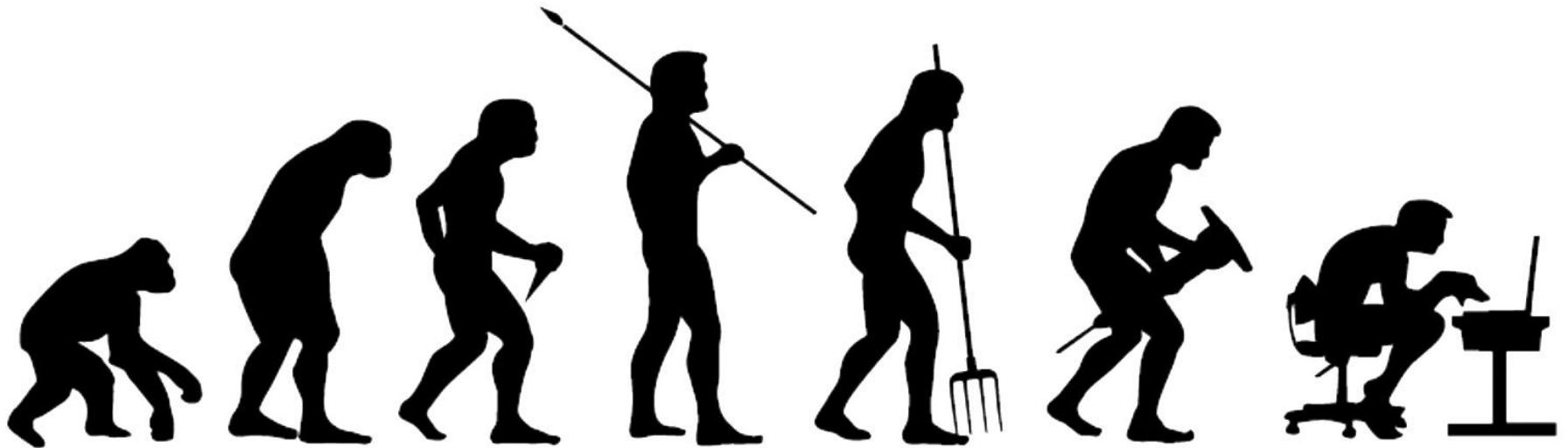


*Nadchodzi taka chwila w zyciu kazdej organizacji, kiedy zmiana jest nieunikniona.*

**Peter F. Drucker**



# Ewolucja czy rewolucja ?





**Przed zmianą...**





## Siedem grzechów głównych TIM... model tradycyjny

- Uzależnienie od koniunktury w budownictwie.
- Wszystko dla wszystkich.
- Konkutowanie niemal wyłącznie ceną.
- Czekanie na klienta i bierne podążanie za rynkiem.
- Sprzedaż produktów, a nie usług i wartości dla klienta.
- Brak standaryzacji, działania o efekcie przypadkowym.
- Brak wyróżnienia i utracenie przewag konkurencyjnych.





**Jak chcemy żeby było...**

## **WIZJA TIM SA**

Naszą wizją jest zbudowanie organizacji  
wyróżniającej się na rynku  
i odpornej na spadki koniunktury  
w sektorze budowlanym.





## Przez 25 lat wytyczaliśmy trendy w branży, ale świat i rynek się zmieniły...

**85%**

mieszkańców Skandynawii przynajmniej raz kupiło online

**59%**

Polaków przynajmniej raz zrobiło zakupy w internecie

**15%**

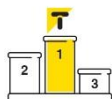
dynamika wzrostu rynku e-commerce w Polsce w 2015 r.

**20-25%**

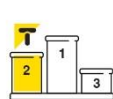
prognoza dynamiki rynku e-commerce w Polsce w 2016 roku

### ... a konkurencja nie próżnowała i nas dogoniła...

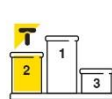
2008



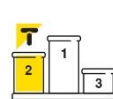
2009



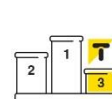
2010



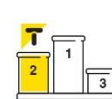
2011



2012



2013

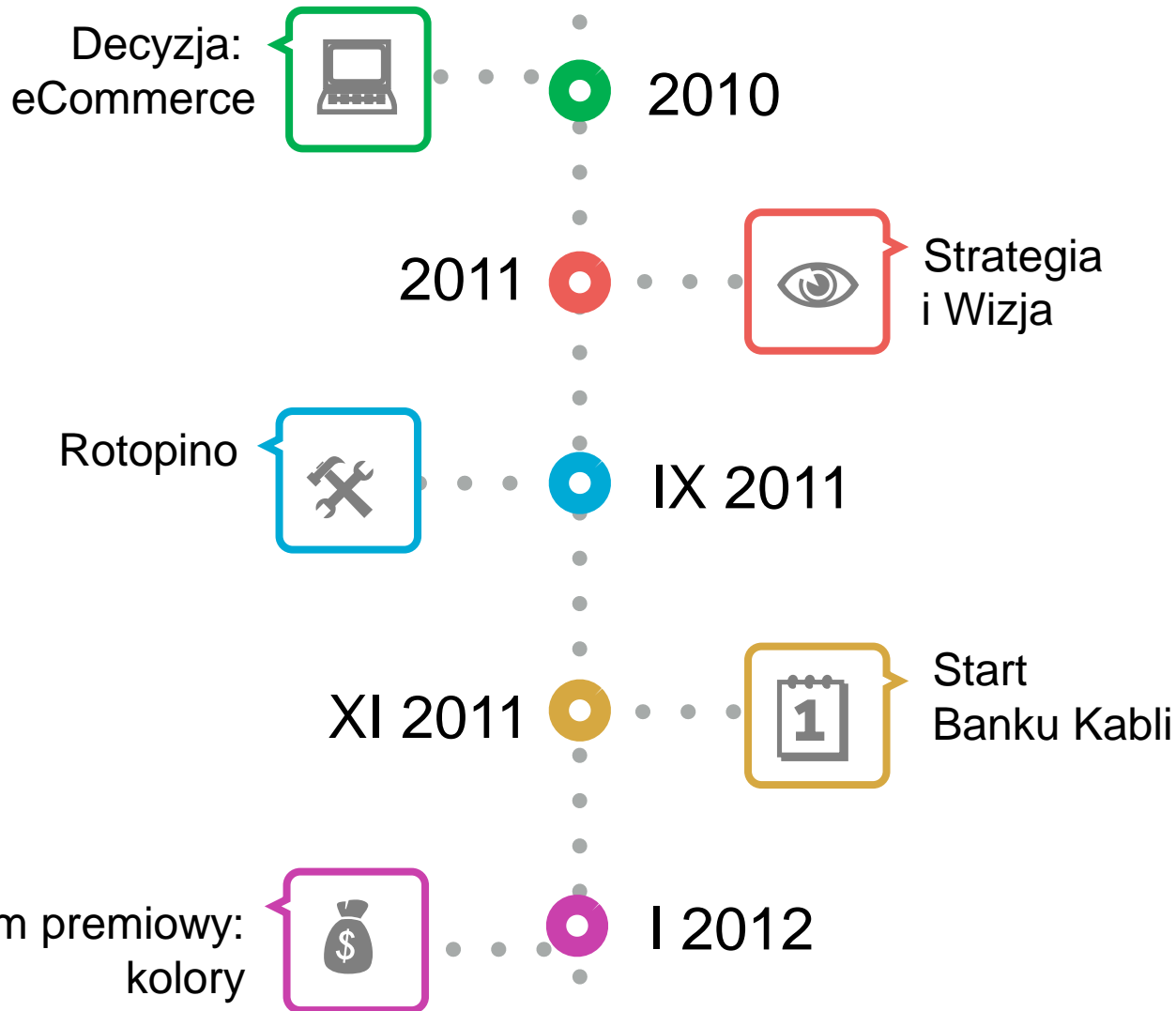


tim.pl





# Kroki milowe strategii





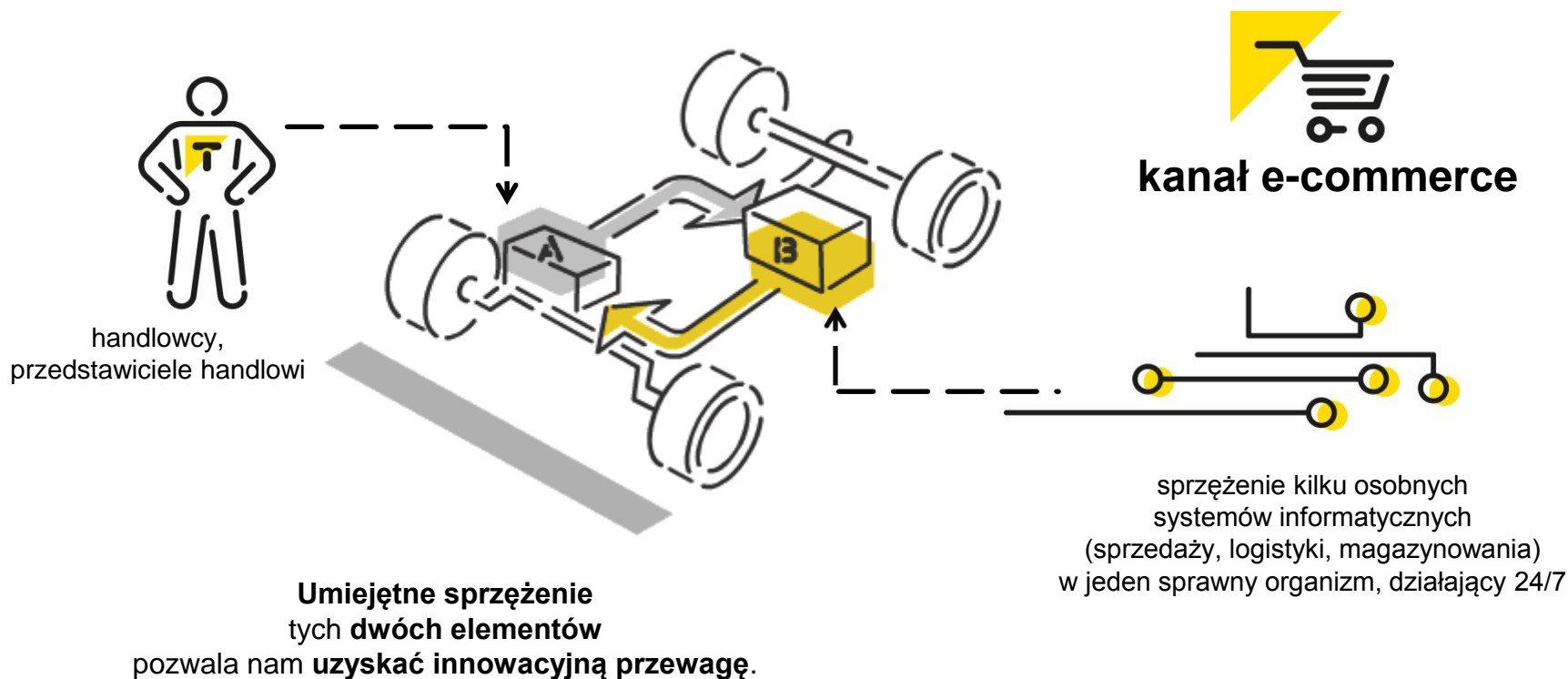


## Kroki milowe strategii





# TIM to hybryda – połączenie nowoczesnej technologii i kompetencji ludzi

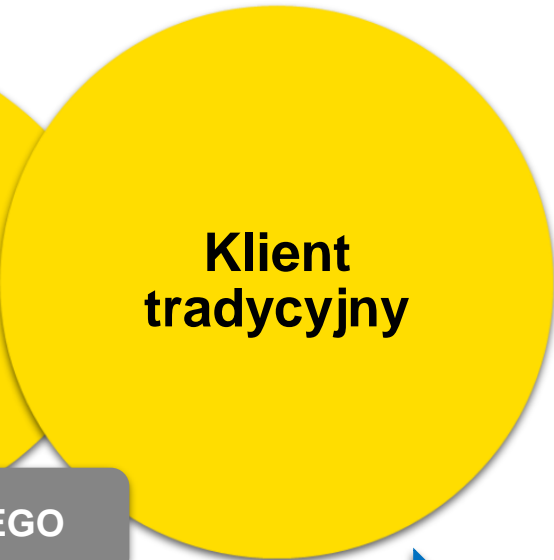
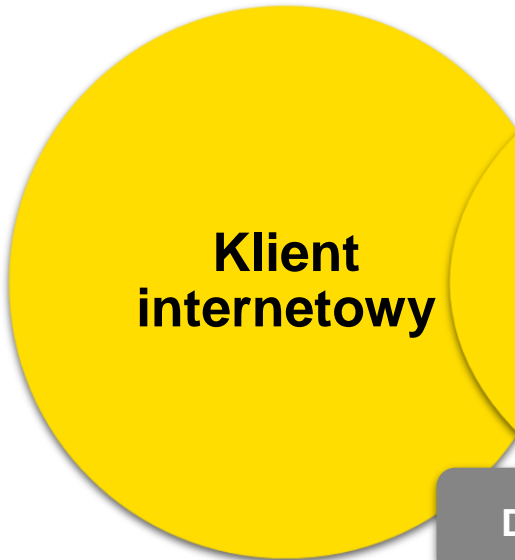






# Multikanałowość

25 000 indywidualnych cenników na koniec 1Q 2016



DOSTAWY Z CENTRUM LOGISTYCZNEGO

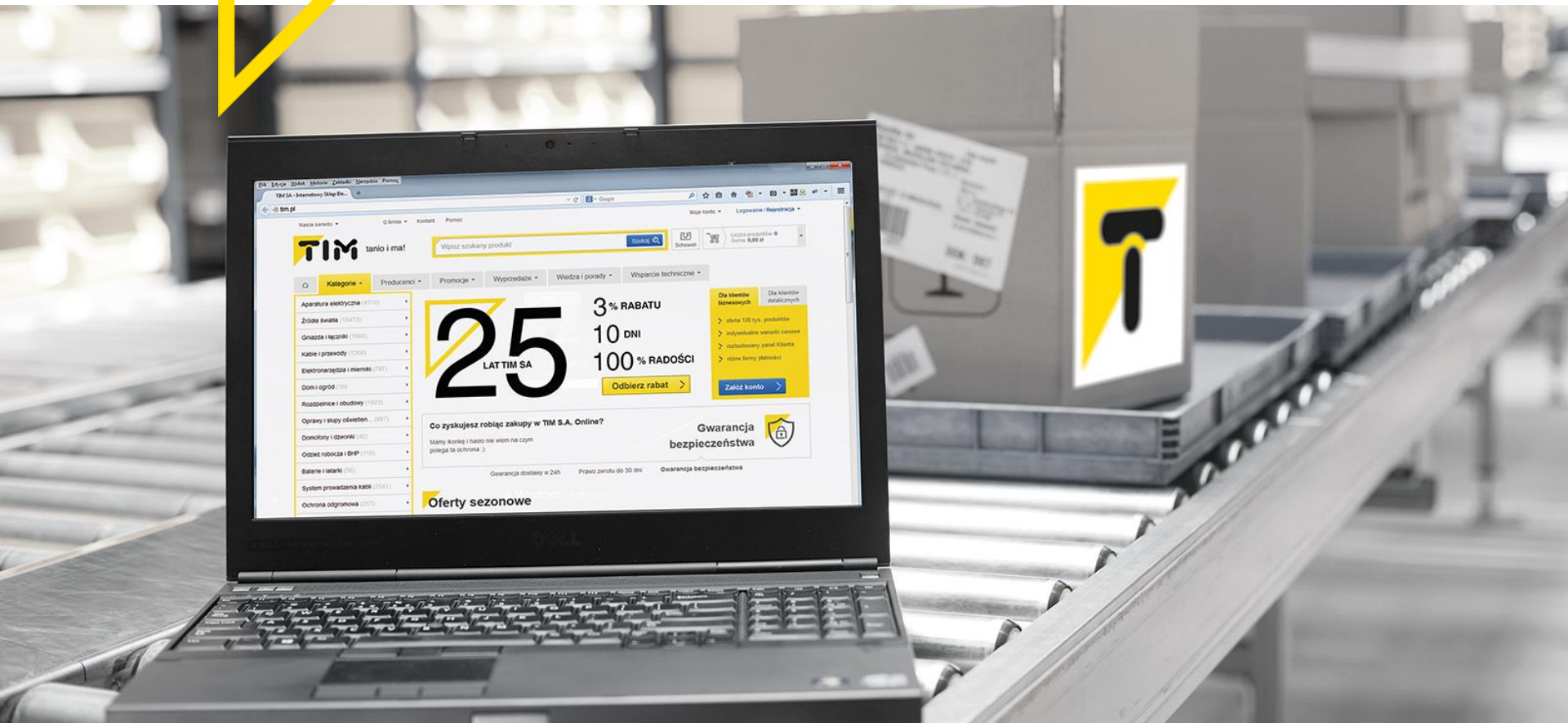
Kanał online TIM.pl / e-mail / telefon / kontakt osobisty

przedstawiciel handlowy / handlowiec / szef biura handlowego



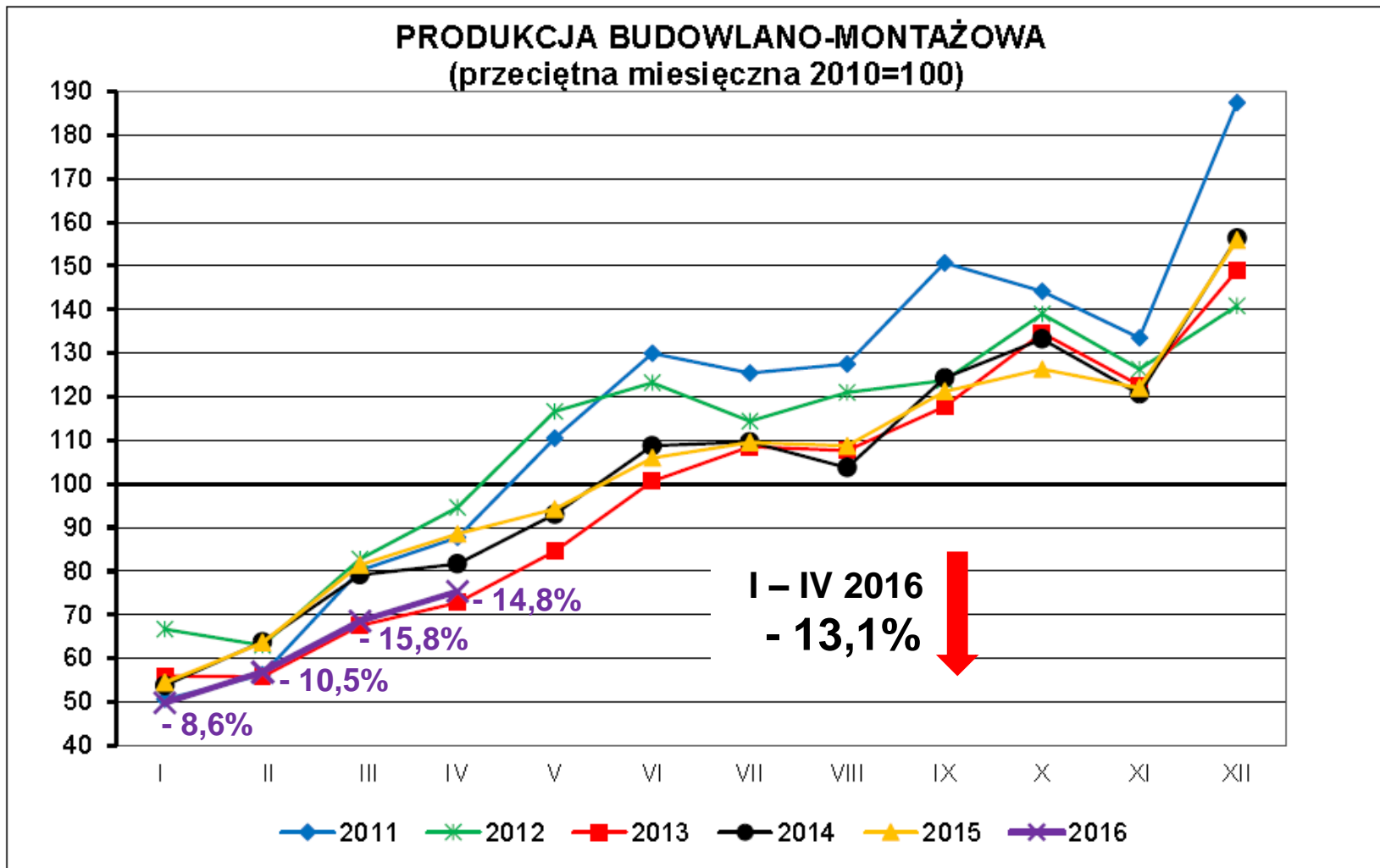


Jak jest dzisiaj...





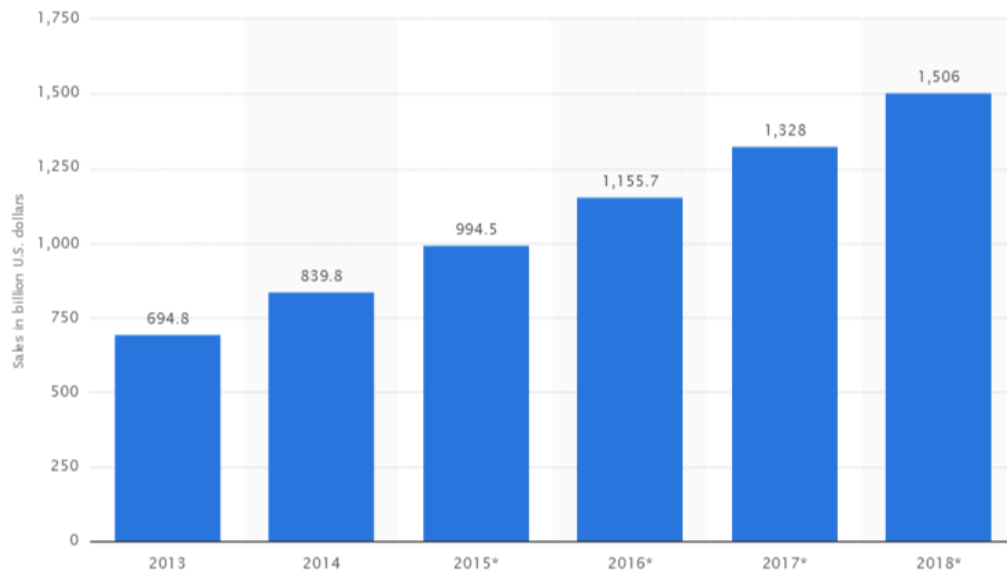
# Produkcja budowlano-montażowa



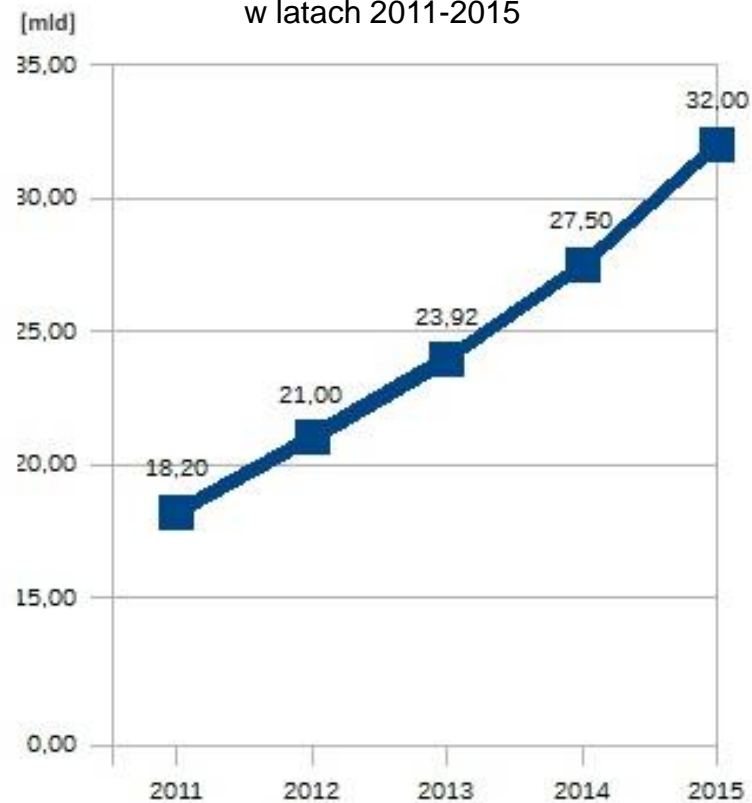


# Sprzedaż online - Polska i świat

### Globalna sprzedaż na rynku e-commerce w latach 2013-2018



### Sprzedaż online w Polsce w latach 2011-2015





# Kluczowe KPI







## Sterowanie ofertą

	1Q 2013	1Q 2016	dynamika
liczba indeksów on stock	12 758	65 925	<b>516%</b>
średnia liczba sprzedawanych indeksów/mies.	16 223	37 806	<b>233%</b>
średnia liczba sprzedawanych indeksów magazynowych/mies.	9 038	32 629	<b>361%</b>
sprzedaż w liczbie sztuk wszystkich indeksów	1 825 890	5 908 058	<b>323%</b>
liczba indeksów sprzedanych w kwartale	10 466	44 767	<b>428%</b>
liczba wprowadzonych nowych indeksów	587	3 981	<b>678%</b>
liczba wydanych linii	198 475	827 540	<b>416%</b>

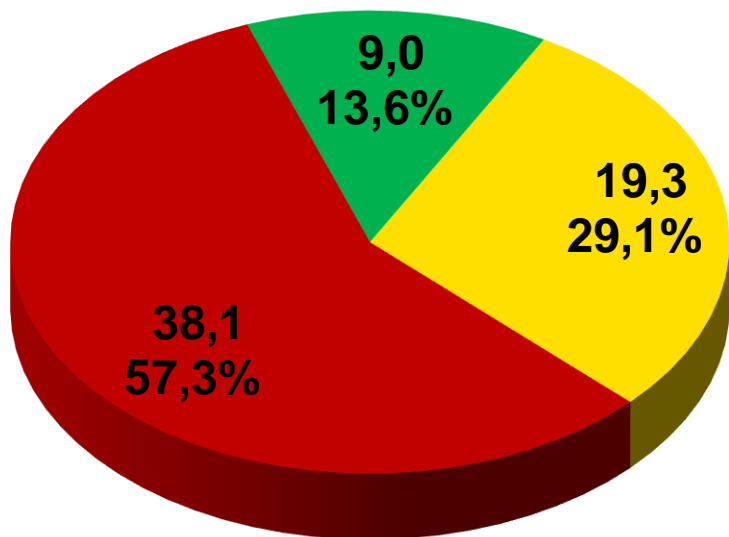




# Standaryzacja sprzedaży

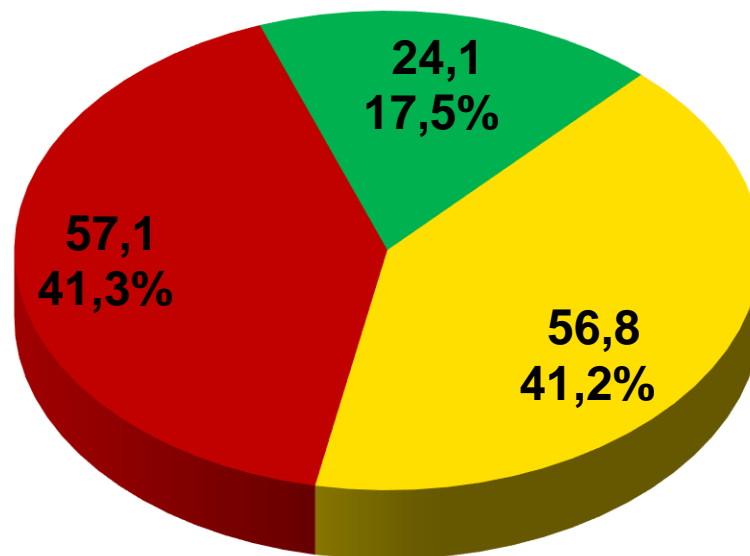
1Q 2013

sprzedaż: 66,5 mln zł



1Q 2016

sprzedaż: 138,1 mln zł



## dynamika

zielone	268%
żółte	294%
czerwone	150%





## Aktywne pozyskiwanie Klientów

	<b>Q1 2013</b>	<b>Q1 2016</b>	<b>dynamika</b>
całkowita liczba klientów	7 408	12 715	<b>172%</b>
liczba klientów 1500	3 042	6 040	<b>199%</b>
liczba klientów lojalnych 6/12	1 539	3 104	<b>202%</b>





## Wskaźniki wydajnościowe

	Q1 2013	Q1 2016	dynamika
liczba klientów na pracownika	36,5	88,4	242%
sprzedaż na pracownika (tys./os.)	327,8	959,3	293%
marża na pracownika (tys./os.)	59,5	140,8	237%
liczba pozycji faktury na pracownika	1 309,4	5 681,8	434%





## Odstrojenie od sektora budownictwa

wartości w tys. zł	Q1 2013	Q1 2016	zmiana	dynamika
przychody całkowite	66 458	<b>135 227</b>	68 769	<b>203%</b>
wynik na sprzedaży	-2 992	<b>-238</b>	2 754	-
wynik na działalności operacyjnej	-2 631	<b>5 024</b>	7 655	-
przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej	-13 009	<b>12 072</b>	25 081	-





# e-Commerce Polska awards 2015

## TIM zwycięzcą 2 kategorii

w grupie średnich i dużych sklepów:

### Mobilny design roku



TIM.pl był lepszy od Militaria.pl,  
Bellodecor.com.pl, Gandalf.com.pl,, Yes.pl

### Najlepsze dostosowanie do sprzedaży wielokanałowej



TIM.pl był lepszy od Sephora.pl

- ▶ Prestiżowy konkurs, organizowany przez Izbę Gospodarki Elektronicznej (e-Commerce Polska)
- ▶ W jury ponad 20 fachowców z branży e-commerce
- ▶ Wśród laureatów także: Answear.com, BRW.com.pl, Kazar.com, Gorseciarka.pl, Zalando.pl, Balladine.com





# Imagine Excellence Awards 2016

## TIM finalistą w kategorii

### The Best B2B User Experience

- ▶ Oficjalna nagroda przyznawana najlepszym e-sklepom przez Magento Inc. – dostawcę platformy, z której korzysta ponad 250 tys. firm na świecie
- ▶ Tylko trzech nominowanych w każdej kategorii
- ▶ Pierwsza nominacja dla firmy z Polski





# TIM, Polska i Świat

	USA	EUROPA	POLSKA	
	amazon	zalando	oponeo	TIM
Przychody 2015	107 mld \$	2,96 mld €	418 mln zł	575 mln zł
EBIT	2,2 mld \$	89 mln €	11,2 mln zł	6,9 mln zł
C/Z	293	72	46	43
C/WK	12	7	6	1,3
Kapitalizacja (maj 2016)	340 mld \$	7 mld €	500 mln zł	222 mln zł
<b>K/P</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0,4</b>







1. Wyrażenie przez Radę Nadzorczą zgody na powołanie spółki 3LP S.A. – 18.12.2015
2. Wyrażenie zgody przez NWZA na wydzielenie Pionu Logistyki oraz Pionu Zarządzania Nieruchomościami w formie ZCP i przeniesienie do 3LP S.A. – 28.01.2016
3. Zawiązanie spółki 3LP S.A. – 25.03.2016.
4. Uzyskanie pozytywnych interpretacji indywidualnych w zakresie VAT i CIT dla aportu ZCP do 3LP S.A. – 04.2016.
5. Uruchomienie strony internetowej 3LP.eu – 04.2016.
6. Rejestracja 3LP w KRS. – 10.05.2016
7. Pierwszy artykuł reklamowy w Pulsie Biznesu – 12.05.2016.
8. Aktualnie prowadzone rozmowy w zakresie pozyskania klientów dla 3LP S.A. :
  - producent branży techniki opakowań
  - dystrybutor części samochodowych
  - sieć sklepów branży RTV AGD
  - dystrybutor IT
  - brytyjski producent oświetlenia
  - producent branży wyposażenia wnętrz
  - producent branży techniki mocowań
  - dystrybutor branży oświetleniowej
  - dystrybutor branży części elektronicznych
  - dystrybutor branży odzieży dziecięcej
  - dystrybutor branży FMCG





*To nie jest koniec,  
to nawet nie jest początek końca,  
to dopiero koniec początku.*

**W. Churchill**



**historia** *jest ważna*

**przyszłość** *jest ciekawsza*