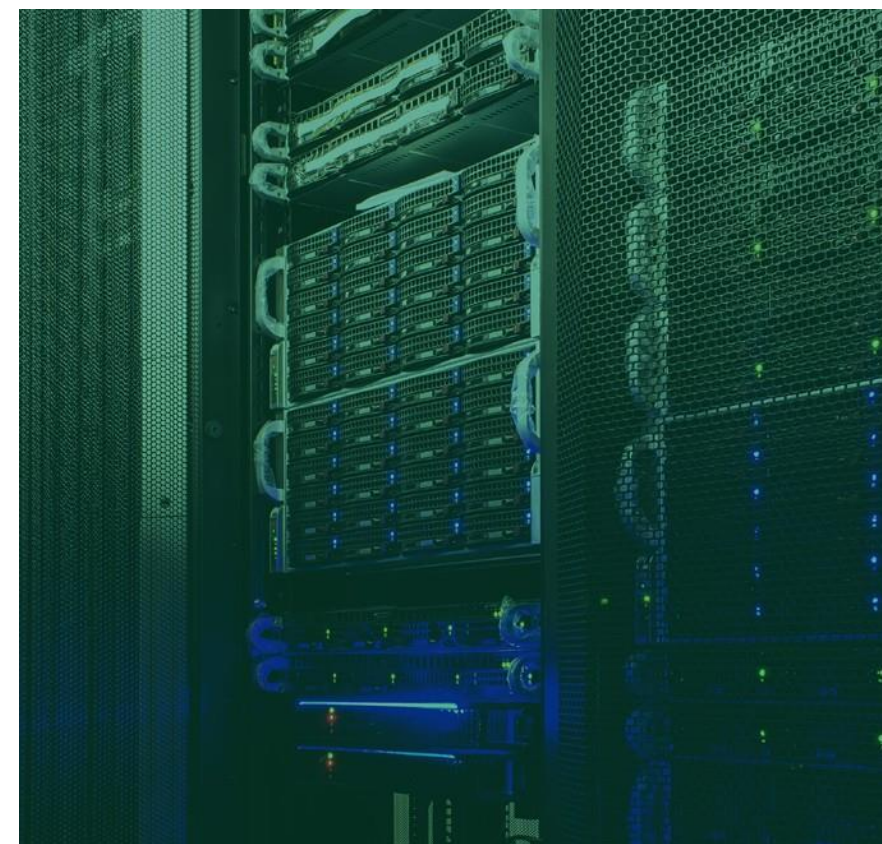
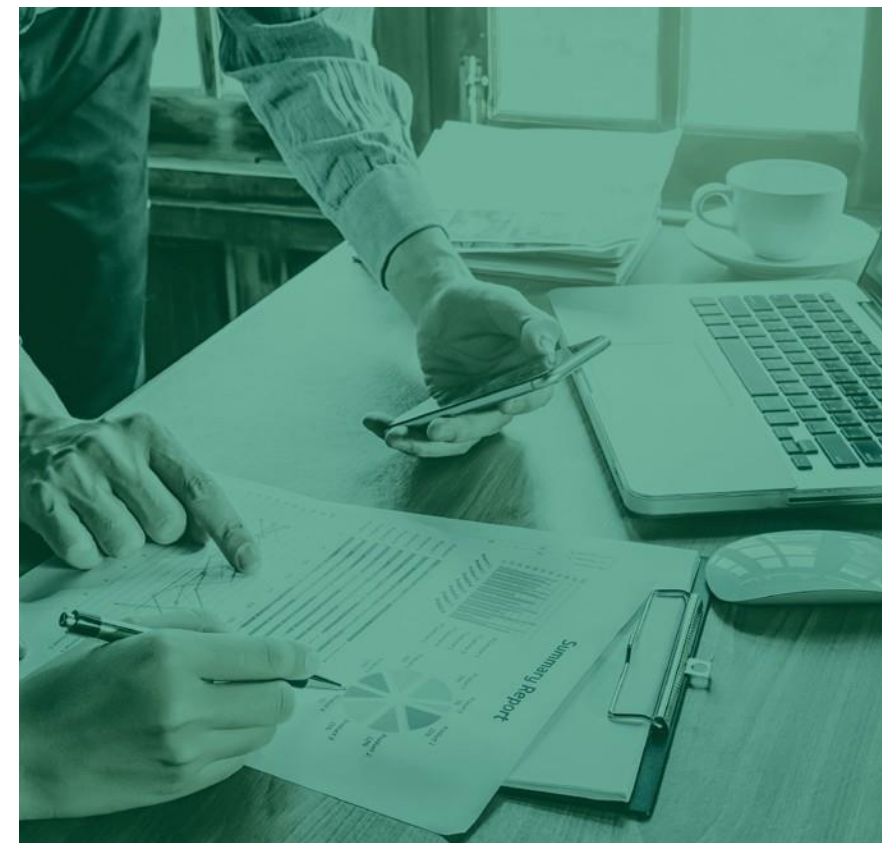

STRATEGIA GRUPY SARE S.A. NA LATA 2017- 2019

Z perspektywą do 2021 roku.



AGENDA

-  Obecna pozycja Grupy SARE na rynku marketingu internetowego
-  Przesłanki skłaniające do zdefiniowania nowej strategii
-  Perspektywa strategii
-  Priorytetowe kierunki rozwoju
-  Misja i wizja Grupy
-  Nadrzędny cel strategiczny
-  Kluczowe cele i inicjatywy strategiczne
-  Model biznesowy Grupy
-  Zwiększenie integracji Grupy
-  Kluczowe elementy strategii linii biznesowych
-  Strategia finansowa

OBECNA POZYCJA GRUPY SARE NA RYNKU MARKETINGU INTERNETOWEGO

Wiodąca polska Grupa, zajmująca się marketingiem internetowym z szerokim portfolio usług, opierających się na autorskich technologiach, obejmujących automatyzację, marketing efektywnościowy i marketing bezpośredni.

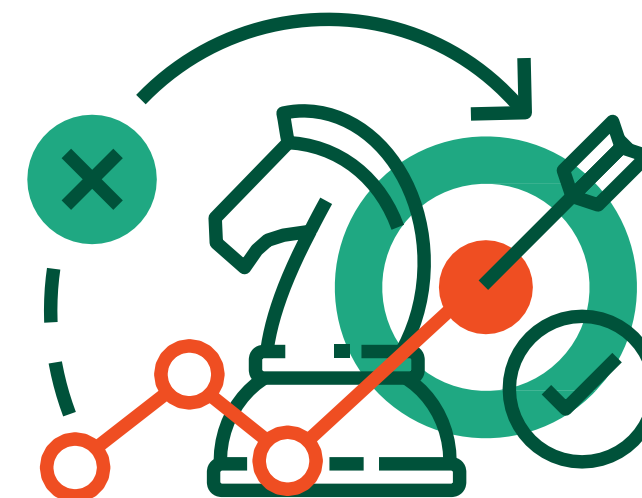
W większości rozwiniętych państw, wartość rynku reklamy internetowej przekroczyła już wartość rynku reklamy TV, przeciwnie do Polski. Według prognoz, w Polsce w 2020 roku digital marketing ma osiągnąć 34% udziału we wszystkich wydatkach marketingowych. **Oznacza to dużą szansę dla Grupy SARE**, którą może wykorzystać do wzrostu i rozwoju swoich kompetencji.

Grupa SARE kładzie więc **nacisk na głęboki rozwój autorskich technologii** i obecność na dynamicznie rozwijającym się rynku reklamy internetowej.



PRZESŁANKI SKŁANIAJĄCE DO ZDEFINIOWANIA NOWEJ STRATEGII

Strategia Grupy SARE jest odpowiedzią na silnie działającą konkurencję w branży, która zależy od wielu czynników, w tym od rozpoznawalności marki, charakterystyki, jakości i niezawodności usług, w tym ich innowacyjności, poziomu cen, skuteczności zespołów sprzedażowych (dystrybucji oferty) oraz obsługi klienta.



PERSPEKTYWA STRATEGII

Przedstawione elementy strategii obejmują lata **2017-2019**, z perspektywą do roku 2021.



Strategia zakłada szereg działań, mających na celu **poprawę efektywności działania Grupy** oraz **zapewnienie klientom Grupy narzędzi wspierających sprzedaż**, a jednocześnie **efektywnych kosztowo i dostosowanych do ich potrzeb**.

PRIORYTETOWE KIERUNKI ROZWOJU

Grupa SARE S.A. stanie się:

Innowacyjna

wdrażanie innowacyjnych przedsięwzięć na dużą skalę

Multiusługowa

stałe zwiększanie kompetencji w oparciu o w pełni zintegrowaną organizację

Wysoko wyspecjalizowana

specjalistyczna wiedza, autorskie technologie i wysokie kompetencje z zakresu marketingu internetowego

Skutecznie wykorzystująca szanse rynkowe

analiza otoczenia zewnętrznego i reagowanie na pojawiające się możliwości

MISJA I WIZJA GRUPY

MISJA:

Wzrost wartości i zapewnienie naszym klientom wzrostu sprzedaży, poprzez efektywne innowacje w segmencie digital marketingu oraz mobile, zorganizowane oraz współpracujące w oparciu o najlepsze praktyki rynkowe w ramach wspólnej platformy technologicznej

WIZJA:

SARE będzie wiodącą polską Grupą w obszarze wsparcia procesów sprzedaży marketingiem internetowym, skutecznie wdrażającą w kraju i za granicą innowacyjne rozwiązania technologiczne

NADRZĘDNY CEL STRATEGICZNY

Satysfakcja naszych klientów wynikająca z zaprojektowanych specjalnie dla nich kompleksowych narzędzi zwiększających ich sprzedaż w modelu omnichannel oraz wykorzystywanych standardowych rozwiązań abonamentowych, przy jednoczesnym budowaniu wartości Grupy SARE i zapewnieniu ponadprzeciętnych zwrotów z zainwestowanego kapitału dla akcjonariuszy. Wartość będzie mierzona kapitalizacją giełdową lub wyceną rynkową na bazie wskaźnika EBITDA.

KLUCZOWE CELE I INICJATYWY STRATEGICZNE



Budowa w pełni zintegrowanej organizacji, technologii i usług, których wspólnym celem jest działalność w interesie Grupy SARE.

- Zdefiniowanie i wdrożenie odpowiednich zasad nadzoru właścicielskiego w celu centralizacji decyzyjności
- Powołanie zespołów wewnątrzgrupowych, których celem będzie zapewnienie pełnego przepływu wiedzy i doświadczenia między spółkami Grupy oraz opracowywanie propozycji poprawiających działalność Grupy SARE



Zyskowny wzrost w głównych obszarach działalności, w oparciu o synergie wynikające z pełnej integracji i efektywność kosztową.

- rozbudowa narzędzi do omnichannel marketingu i wsparcie procesów sprzedaży
- tworzenie ekosystemu narzędziowego dla sieci partnerów skupionych wokół marketingu afiliacyjnego
- wzrost sprzedaży w zakresie najbardziej rentownych produktów/usług

KLUCZOWE CELE I INICJATYWY STRATEGICZNE C.D.



Aktywne poszukiwanie nowych możliwości rozwoju poprzez fuzje i przejęcia oraz prowadzenie prac badawczo – rozwojowych.

- zdolność do budowania wspólnych usług, zintegrowanych narzędzi z zasobami Grupy SARE
- rozwój kompetencji w brakujących liniach produktowych wypełniających model omnichannel: mobile, big data,
- narzędzia dla stworzenia środowiska testowego i demonstracyjnego, w którym będzie można przygotować do wdrożenia innowacyjne technologie i koncepcje biznesowe



Rozwój kapitału ludzkiego w celu zapewnienia pracowników z umiejętnościami i kwalifikacjami, potrzebnymi do realizacji wizji i wynikających z niej celów strategicznych.

- Intensyfikacja współpracy z uczelniami wyższymi
- Wprowadzenie zarządzania przez cele wspieranego przez efektywny system motywacyjny

MODEL BIZNESOWY GRUPY SARE

SARE S.A.




komunikacja, koordynacja, kooperacja

LINIE BIZNESOWE


**SYSTEM
MAILNGOWY**


**KAMPANIE
MAILNGOWE**


**DISPLAY W MODELU
PROGRAMMATIC**

Lider rynku


**LEAD
GENERATION**



**OMNICHANNEL
MARKETING**

Inwestycje organiczne


**BIG DATA
MARKETNG**


USŁUGI


SEM SEO


**CALL
CENTER**


**VIDEO
MARKETING**


MOBILE

Inwestycje/przejęcia



KLIENT

ZWIĘKSZENIE INTEGRACJI GRUPY



Centrum Kompetencyjne, umiejscowione w SARE S.A. pełnić będzie rolę zarządczą i sterującą dla całej Grupy SARE. Będzie odpowiedzialne za zarządzanie, planowanie i nadzór nad Grupą.

W celu zapewnienia pełnego przepływu wiedzy i doświadczenia między spółkami Grupy oraz opracowywania propozycji poprawiających działalność Grupy SARE, powołane będą następujące zespoły wewnątrzgrupowe:



**Zespół ds.
Sprzedaży Produktów Grupy**



**Zespół ds.
Inwestycji i Rozwoju**



**Zespół ds.
Poprawy efektywności**

W Grupie SARE będzie obowiązywał model centralnego finansowania, który będzie podstawowym narzędziem finansowania wydatków. Umożliwi to uzyskanie korzystniejszych warunków finansowych oraz zmniejszy ilość ograniczeń w funkcjonowaniu Grupy. Zapewni to spójność oraz niższe koszty administracyjne zarządzania finansami Grupy.

KLUCZOWE ELEMENTY STRATEGII LINII BIZNESOWYCH

System mailingowy

- Dostosowanie systemu do sprzedaży bezobsługowej, poprawiając nawigację funkcji i dostosowanie projektów pod UX
- Integracja systemu SARE z siecią mailingową INIS

Jesteśmy jednym z liderów branży i pragniemy utrzymać obecną pozycję na rynku.

Kampanie e-mailingowe

- Uzyskanie pozycji lidera baz danych mailingowych o rozbudowanych profilach behawioralnych
- Rozwój technologii wykorzystywanej w zarządzaniu bazami i wysyłkach

Jesteśmy jednym z liderów branży i pragniemy utrzymać obecną pozycję na rynku.

KLUCZOWE ELEMENTY STRATEGII LINII BIZNESOWYCH C.D.

Display w modelu programmatic

- Pozyskanie nowych wydawców w kanale display
- Rozwój technologiczny
- Planowanie i sprzedaż kampanii display w modelu programmatic

Jesteśmy jednym z wiodących podmiotów na rynku ale naszym celem jest pozyskanie jeszcze większej liczby zleceń.

Lead generation

- Rozwój systemów walidacyjnych podnoszących jakość leadów
- Wzrost własnych zasobów bazodanowych

Posiadamy technologię służącą do walidacji baz danych oraz narzędzia do generowania wysokiej jakości leadów, jednak pragniemy wprowadzić nowe rozwiązania i usprawnić dotychczasowe systemy.

KLUCZOWE ELEMENTY STRATEGII LINII BIZNESOWYCH C.D.

Big data marketing

- Rozszerzenie zakresu świadczonych usług o produkty i usługi oparte na Big Data
- Rozwój narzędzi i procedur wykorzystania Big Data

Pracujemy nad narzędziami służącymi do zaawansowanej analityki, które wkrótce zasilą ofertę naszych usług.

SEM SEO

- Wzrost wolumenu kampanii SEM w 2017 roku
- Rozwój kompetencji SEO

Oferujemy usługi związane z SEM oraz SEO, jednak naszym celem jest osiągnięcie pozycji jednego z wiodących podmiotów w branży.

KLUCZOWE ELEMENTY STRATEGII LINII BIZNESOWYCH C.D.

Omnichannel marketing

- Integracja SAREhub z wiodącymi dostawcami innych kanałów marketingowych

Usługi

- Koncentracja na automatyzacji procesu zamawiania usług biznesowych

Call center

- Integracja procesów call center z liniami biznesowymi Grupy – Big Data, Lead generation, Omnichannel

Grupa SARE realizuje powyższe usługi, jednak chce zintensyfikować te działania, co w perspektywie najbliższych trzech lat, powinno zbliżyć naszą pozycję do wiodących spółek z branży.

KLUCZOWE ELEMENTY STRATEGII LINII BIZNESOWYCH C.D.

Video marketing

- Integracja działań video marketingowych z technologią double click i rozwiązaniami Big Data
- Rozwój kompetencji i usług Video Marketingowych

Oferta Grupy zawiera usługi związane z video marketingiem, jednak nie wykluczamy przejęcia spółki z branży w celu intensyfikacji działań w tym zakresie.

Mobile

- Rozwój kompetencji u usług związanych z obszarem mobile marketingu
- Integracja narzędzi mobile z technologią w ramach Grupy SARE

Oferta Grupy zawiera usługi związane z mobile marketingiem, jednak nie wykluczamy przejęcia spółki z branży w celu intensyfikacji działań w tym zakresie.

CELE FINANSOWE ZARZĄDU

1

Celem finansowym realizacji strategii w perspektywie do 2019 roku, jaki stawia sobie Zarząd SARE S.A., jest **istotny wzrost wartości Grupy SARE**, mierzony kapitalizacją rynkową, opartą o cenę akcji.

2

Zarząd SARE S.A. dołoży wszelkich starań, aby średnioroczna dynamika wzrostu EBITDA w perspektywie 2017-2019 była **nie niższa niż 120%**.

3

Grupa **nie wyklucza wypłaty dywidendy**. Decyzja dotycząca podziału zysku uwzględniać będzie w szczególności zapotrzebowanie finansowe na rozwój organiczny i zakupy strategiczne.

Grupa SARE jest **innowacyjną, wiodącą** na polskim rynku firmą marketingu internetowego wspierającą sprzedaż swoich klientów, **wyróżniającą się autorską technologią i nowatorskim podejściem** do usług oferowanych klientom w modelach abonamentowych.



ZAPRASZAMY DO KONTAKTU

SARE S.A



Relacje inwestorskie:

Agnieszka Grodoń

IR Specialist

+48 519 190 216

Agencja IR:

Martis Consulting Sp. z o.o.

Mariusz Babula

+48 691 809 225

relacjeinwestorskie@sare.pl

Siedziba w Rybniku

ul. Raciborska 35a

44-200 Rybnik

+ 48 32 42 10 180

Biuro w Warszawie

ul. Grzybowska 2 lok. 34

00-131 Warszawa

+ 48 22 121 00 60

saresa.pl

ZASTRZEŻENIA PRAWNE

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) ma charakter wyłącznie informacyjny i nie należy jej traktować jako porady inwestycyjnej. Prezentacja została sporządzona przez SARE S.A. („Spółka”, a wraz z jej spółkami zależnymi podlegającymi konsolidacji w niniejszej Prezentacji „Grupa SARE”). Odbiorcy Prezentacji ponoszą wyłączną odpowiedzialność za własne analizy i oceny rynku oraz sytuacji rynkowej Spółki lub Grupy SARE i potencjalnych wyników Spółki lub Grupy SARE w przyszłości, dokonane w oparciu o informacje zawarte w Prezentacji. Prezentacja w żadnym przypadku nie stanowi oferty sprzedaży, zaproszenia do składania zapisów ani zachęty do oferowania kupna lub zapisów na jakiegokolwiek papiery wartościowe Spółki, jak również nie powinna być interpretowana jako taka. Prezentacja nie stanowi też, w całości ani w części, podstawy zawarcia jakiegokolwiek umowy lub podjęcia jakiegokolwiek zobowiązania i nie należy na niej polegać w związku z taką umową lub zobowiązaniem. Ponadto Prezentacja nie stanowi rekomendacji dotyczącej inwestowania w papiery wartościowe Spółki. Spółka sporządza roczne sprawozdania finansowe zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej przyjętymi przez Unię Europejską. Informacje finansowe zawarte w niniejszej prezentacji są przygotowane w oparciu o te same zasady rachunkowości, które są stosowane w raporcie rocznym Spółki. Wszelkie dane przedstawione w niniejszej prezentacji są zgodne z danymi zawartymi w sprawozdaniu finansowym za III kwartał 2016 roku, przy czym ewentualne różnice mogą wynikać z dokonania zaokrągleń niektórych liczb. Wielkości przedstawione w niniejszym dokumencie są niezaudytowane. Informacje zawarte w Prezentacji pochodzą z ogólnie dostępnych i, w opinii Spółki, wiarygodnych źródeł. Spółka nie może jednak zagwarantować ich prawdziwości ani zupełności. Spółka ani żaden jej podmiot zależny nie ponosi odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie lub w oparciu o informacje zawarte w niniejszej Prezentacji. Informacje rynkowe zawarte w niniejszej Prezentacji zostały sporządzone częściowo w oparciu o dane pochodzące od osób trzecich, wskazanych w niniejszej Prezentacji. Ponadto, niektóre oświadczenia zawarte w niniejszej prezentacji mogą nie stanowić danych historycznych, w szczególności niektóre oświadczenia mogą mieć charakter przewidywań lub prognoz na przyszłość opracowanych w oparciu o aktualne poglądy i założenia Zarządu Spółki i uwzględniają znane i nieznanne rodzaje ryzyka oraz pewien poziom niepewności. Rzeczywiste wyniki, osiągnięcia i wydarzenia mogą się istotnie różnić od danych bezpośrednio zawartych lub dorozumianych w niniejszych oświadczeniach w związku ze zmianami warunków panujących na globalnych rynkach kapitałowych i kredytowych lub warunków gospodarczych, szczególnie na tych terytoriach, gdzie Spółka prowadzi działalność. W żadnym wypadku nie należy uznawać informacji znajdujących się w Prezentacji za wyraźne lub dorozumiane złożenie oświadczenia czy zapewnienia jakiegokolwiek rodzaju przez Spółkę lub osoby działające w imieniu Spółki. Ponadto ani Spółka, ani żaden jej podmiot zależny lub osoby działające w imieniu Spółki nie ponoszą pod żadnym względem odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody, jakie mogą powstać wskutek niedbalstwa czy z innej przyczyny w związku z wykorzystaniem niniejszej Prezentacji lub jakichkolwiek informacji w niej zawartych, ani za szkody, które mogą powstać w inny sposób w związku z informacjami stanowiącymi część Prezentacji. Spółka ani żaden jej podmiot zależny nie ma obowiązku przekazywania do publicznej wiadomości aktualizacji i zmian informacji, danych oraz oświadczeń znajdujących się w Prezentacji na wypadek zmiany strategii albo zamiarów Spółki lub wystąpienia nieprzewidzianych faktów lub innych okoliczności, które będą miały wpływ na tę strategię lub zamiary Spółki, chyba że obowiązek taki wynika z przepisów prawa. Spółka zwraca uwagę osobom zapoznającym się z Prezentacją, że jedynym wiarygodnym źródłem danych dotyczących wyników finansowych Spółki, a także prognoz, zdarzeń oraz wskaźników jej dotyczących są raporty bieżące i okresowe przekazywane przez Spółkę w ramach wykonywania obowiązków informacyjnych wynikających z prawa polskiego.