

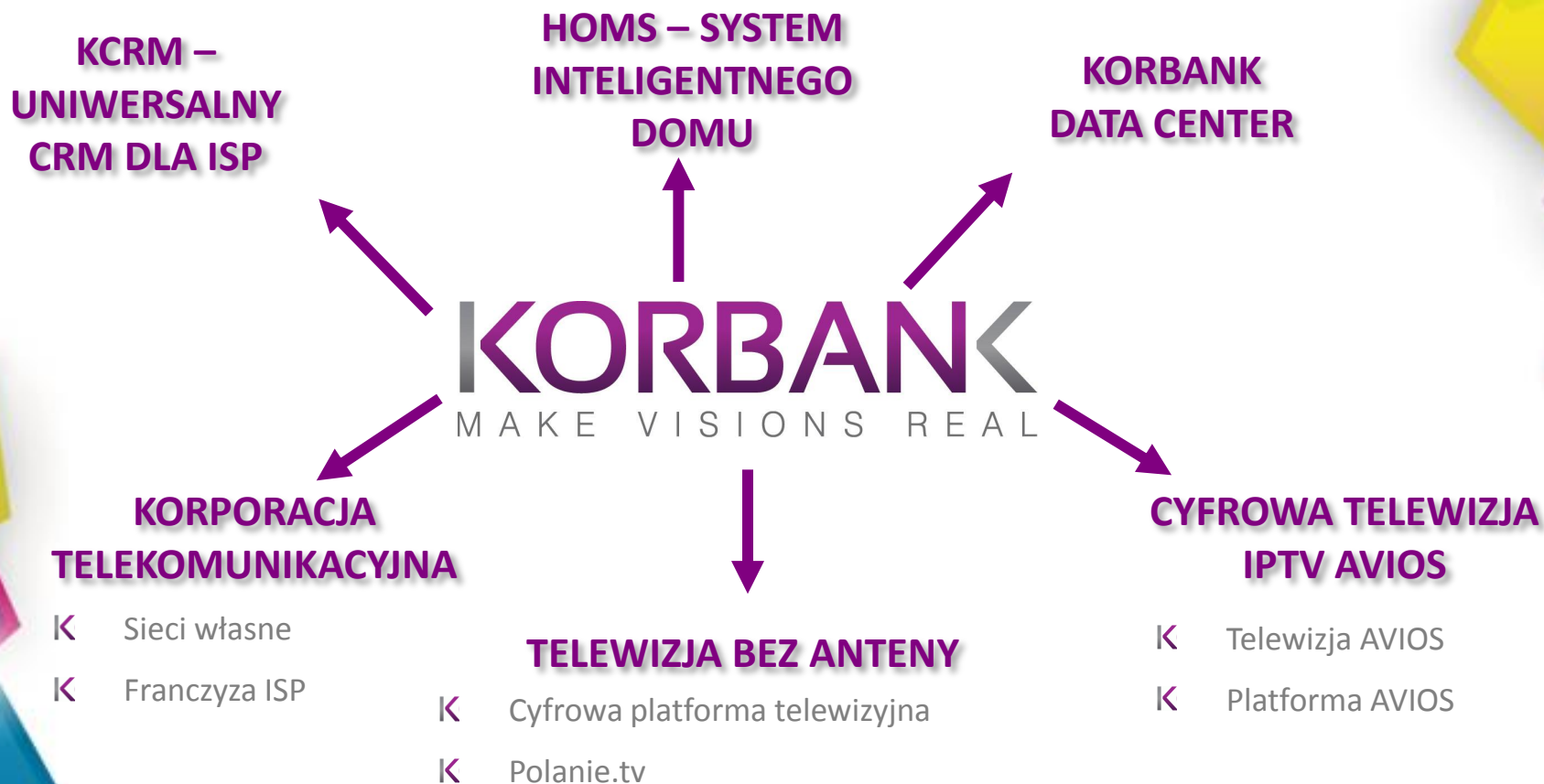


STRATEGIA ROZWOJU SPÓŁKI NA LATA 2014 - 2015



Kwiecień 2014 r.

STRATEGICZNE OBSZARY DZIAŁANIA



KORPORACJA TELEKOMUNIKACYJNA - SIECI WŁASNE

CHARAKTERYSTYKA

- K **Najważniejszy cel strategiczny** Grupy Kapitałowej KORBANK S.A.;
- K **Wzrost wartości** sieci grupy KORBANK ze względu na coraz mniejsze możliwości budowy, wynikające z braku miejsca w kanalizacjach;
- K Większe telekomy coraz częściej rezygnują z budowy własnej infrastruktury końcowej, na rzecz dzierżawy przyłączy od lokalnych operatorów;
- K Odwrócenie struktury sprzedaży – obecnie większość **(65%)** przychodów KORBANK S.A. generowana jest przez klientów biznesowych i **trend** ten przybiera na sile.

CELE ZWIĄZANE Z SIECIAMI WŁASNYMI

- K W latach 2014-2015 kontynuacja **rozbudowy** sieci światłowodowych, zarówno dla klientów detalicznych (osiedla), jak i biznesowych (telekomy, JST oraz MSP);
- K **Najwięcej** własnych sieci światłowodowych we Wrocławiu na koniec 2015 roku;
- K Budowa w 2015 roku na terenie Wrocławia sieci **LTE** oraz dalszy rozwój sieci **WiFi** (opcjonalnie)

KORPORACJA TELEKOMUNIKACYJNA – FRANCYZA ISP

GŁÓWNE ZAŁOŻENIA

- K Budowa **globalnej** marki przy wykorzystaniu lokalnych atutów;
- K Świadczenie usług telekomunikacyjnych pod **wspólną marką**;
- K Standaryzacja procesów zarządzania, zwłaszcza w obszarach marketingu i sprzedaży, przy jednoczesnym zachowaniu **indywidualnej oferty** franczyzobiorcy;
- K **Dwa modele** współpracy: opłata franczyzowa za przyłączenie do sieci przy jednoczesnym pozostaniu właścicielem sieci lub też wejście w skład grupy KORBANK w zamian za udział w przychodach;
- K Utworzenie w latach 2014-2015 **spółki celowej**, której zadaniem będzie obsługa sieci oraz pozyskiwanie kolejnych franczyzobiorców (opcjonalnie).

CYFROWA TELEWIZJA IPTV AVIOS – TELEWIZJA AVIOS

SPECYFIKACJA

- K Model biznesowy oparty na zasadach **resellerskich**, tj. podmioty współpracujące sprzedają usługę klientowi końcowemu po cenach wyższych niż cena nabycia od KORBANK Media Cyfrowe sp. z o.o.;
- K Partnerzy biznesowi zachowują pełną **autonomię** w polityce sprzedaży oraz nie muszą podejmować uzgodnień z nadawcami kontentu;

STRATEGIA ROZWOJU TELEWIZJI AVIOS

- K Do końca 2014 r. planowane jest **rozszerzenie** oferty programowej, jak również dodanie nowych funkcjonalności, w tym social TV przy wykorzystaniu Facebook'a;
- K Planowane jest **utrzymanie wzrostu** ilości abonentów korzystających z Telewizji AVIOS.

CYFROWA TELEWIZJA IPTV AVIOS – PLATFORMA AVIOS

OPIS PLANOWANYCH DZIAŁAŃ

- K **Współpraca** ze średnimi oraz dużymi ISP;
- K Oferowanie możliwości **personalizacji kontentu**, w celu dopasowania oferty do jak największej ilości klientów końcowych;
- K Sprzedawane jest samo **oprogramowanie** wraz z licencją na jego użytkowanie, pozostawiając tym samym partnerowi biznesowemu decyzję odnośnie zawartości kontentu;
- K Możliwość sprzedaży platformy na całym **świecie**;
- K W latach 2014-2015 zakłada się pozyskanie minimum **5 partnerów biznesowych**, którzy dokonają wdrożenia platformy AVIOS.

TELEWIZJA BEZ ANTENY – CYFROWA PLATFORMA TELEWIZYJNA

- K Rynek telewizji cyfrowej w Polsce staje się coraz bardziej **mobilny**;
- K Sprzedaż urządzeń KORBOX 2.0, które po przyłączeniu do **Internetu** pozwalają na korzystanie z Telewizji AVIOS;
- K **Uniezależnienie** klienta końcowego od dostawcy Internetu;
- K Uruchomienie usługi powinno nastąpić w latach **2014-2015**;
- K Celem jest posiadanie minimum **1000 abonentów** na koniec 2015 roku.

TELEWIZJA BEZ ANTENY – POLANIE.TV

CHARAKTRYSTYKA PRODUKTU

- K Ograniczony dostęp Polonii do polskiego kontentu, a w szczególności do kontentu **lokalnego**;
- K Odpowiedź na **potrzeby** Polaków przebywających poza ojczyzną;
- K Oprócz telewizji, użytkownik będzie mógł wypożyczyć polski film, wymienić poglądy za pomocą forum czy też dokonać zakupu polskich produktów za pomocą ekranu telewizora.

CELE DO KOŃCA 2015 ROKU

- K Uruchomienie sprzedaży urządzeń w **dwóch** europejskich krajach (w tym we Francji);
- K Uruchomienie sprzedaży urządzeń na terenie **Stanów Zjednoczonych**;
- K Pozyskanie minimum **2000 użytkowników**.

KORBANK DATA CENTER

CHARAKTERYSTYKA ZAPOTRZEBOWANIA NA USŁUGI DATA CENTER

- K W związku z inwestycjami dużych podmiotów w okolicach Wrocławia (Amazon, Google), KORBANK S.A. **otrzymuje** wiele zapytań w kwestii usług telekomunikacyjnych wysokiej jakości, zwłaszcza w obszarze gromadzenia i przetwarzania danych;
- K **Brak** Data Center we Wrocławiu i okolicach;
- K **Brak** Data Center w Polsce, które posiadałoby certyfikat Uptime Institute.

PLANOWANE DZIAŁANIA W RAMACH KORBANK DATA CENTER

- K Budowa w latach 2014-2015 KORBANK Data Center o powierzchni min. **1000 m kw.**, które spełniałoby wymagania **Tier 3**;
- K Pozyskanie minimum **10 klientów** do końca 2015 roku;
- K Realizacja projektu nastąpi w momencie uzyskania **dofinansowania** z Unii Europejskiej i/lub **finansowania zewnętrznego**.

HOMS – SYSTEM INTELIGENTNEGO DOMU

CHARAKTERYSTYKA RYNKU I PRODUKTU

- K Produkt umożliwia **zdalne** (przez Internet) **zarządzanie** urządzeniami domowymi (np. włączniki światła, okna, monitoring itp.);
- K Możliwość instalacji przewodowej i bezprzewodowej;
- K **Niewygórowana cena** urządzeń (proste systemy już od kilkuset złotych);
- K Model abonamentowy dla użytkowników indywidualnych;
- K **Duże zapotrzebowanie** na proste usługi (np. wyłączenie żelazka, monitoring dziecka itp.).

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- K Integracja jak największej liczby urządzeń z systemem;
- K **Pełna integracja** usługi z urządzeniem **KORBOX 2.0** i usługą **Telewizji bez anteny**;
- K Rozpoczęcie sprzedaży w Europie do końca 2014 roku;
- K **Min. 1000 użytkowników** (w modelu abonamentowym lub transakcyjnym) do końca 2015.

KCRM – UNIWERSALNY CRM DLA ISP

OPIS PRZEDSIĘWZIĘCIA

- K System posiada wszystkie **niezbędne** funkcje dla ISP, zarówno w zakresie działań sprzedażowych, administracyjnych oraz technicznych;
- K **Wzrost** w ostatnim czasie zapytań o KCRM od innych średnich i dużych IPS potwierdza zapotrzebowanie na tego typu system;
- K **Brak** podobnego systemu dla operatorów ISP w Polsce.

STRATEGIA ROZWOJU SYSTEMU KCRM

- K Uruchomienie działu sprzedaży KCRM bądź też zlecenie tego zadania podmiotowi zewnętrznemu;
- K Dalsze **badania i rozwój** systemu wraz z dopasowaniem do modelu biznesowego ISP;
- K **Integracja** systemu z modułami wykonanymi w ramach projektu dofinansowanego z Unii Europejskiej w ramach działania 8.2.;
- K Pozyskanie co najmniej **5 klientów** do końca 2015 roku.

RELACJE INWESTORSKIE

Zapytania prosimy kierować na adres:

inwestor@korbank.pl

DANE TELEADRESOWE

KORBANK S.A.

ul. Nabycińska 19

53 – 677 Wrocław

Tel.: 71 723 43 23

Fax. 71 723 43 29

info@korbank.pl

www.korbank.pl