

# Podsumowanie wyników

## Grupy Kapitałowej K2 Holding

### H1 2021

3 września 2021 r.

# Zastrzeżenie prawne

Poprzez udział w niniejszej prezentacji lub przyjęcie jej kopii, jako odbiorcy prezentacji, zobowiązują się Państwo do przestrzegania opisanych niżej warunków i ograniczeń.

Prezentacja nie stanowi oferty sprzedaży papierów wartościowych K2 Holding S.A. z siedzibą w Warszawie ("Spółka") ani zaproszenia do składania ofert ich nabycia lub zapisu na papiery wartościowe Spółki. Prezentacja nie zawiera informacji na temat papierów wartościowych Spółki, jak i zasad ich nabywania. Nie stanowi również źródła informacji, które mogłyby stanowić podstawę decyzji dla odbiorcy o zawarciu jakiejkolwiek umowy lub zaciągnięciu jakiegokolwiek zobowiązania. Żadna część prezentacji, jak również fakt jej dystrybucji, nie stanowi podstawy do zawarcia jakiejkolwiek umowy lub zaciągnięcia jakiegokolwiek zobowiązania.

Ani Spółka, ani osoby działające w jej imieniu, poprzez treść prezentacji nie udzielają odbiorcy żadnych gwarancji ani zapewnień, co do ścisłości, kompletności lub rzetelności informacji bądź opinii w niej zawartych. Informacje zamieszczone w prezentacji mogą ulec istotnym zmianom bez uprzedzenia odbiorcy. Spółka nie ma obowiązku aktualizowania, lub dbania o aktualność informacji zawartych w prezentacji. Założenia odbiorcy prezentacji, że informacje zawarte w prezentacji są kompletne, ścisłe lub rzetelne, dokonywane są na własne ryzyko.

Oświadczenia zawarte w prezentacji, a dotyczące przyszłości Spółki, w szczególności takie jak przewidywania dotyczące rozwoju Spółki i jej podmiotów zależnych oraz podmiotów stowarzyszonych i powiązanych, czy też co do przychodów Spółki z określonych rynków, nie należy traktować jako wiążących. Ani Spółka, ani osoby działające w jej imieniu, poprzez prezentację i jej dystrybucję nie udzielają zapewnienia ani gwarancji odbiorcy, że przewidywania, o których mowa powyżej zostaną spełnione.

Spółka ani osoby działające w imieniu Spółki, w szczególności członkowie Zarządu Spółki, nie ponoszą odpowiedzialności z tytułu jakichkolwiek szkód powstałych na skutek wykorzystania niniejszej prezentacji lub jej treści.

**K****2**

## Grupa K2 w liczbach

**350+**

Osób  
(współ)pracujących

**200+**

Obsługiwanych  
klientów

**18**

Klientów 1M+

**19%**

Udział eksportu

**4**

Biura

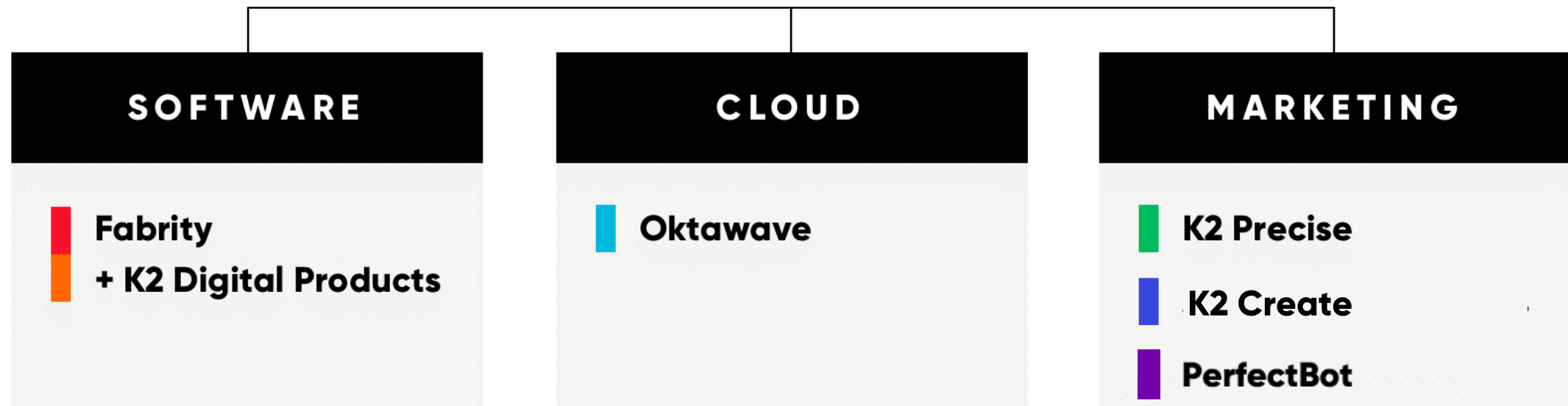
Partner największych polskich oraz zagranicznych organizacji, we wszystkich aspektach ich transformacji cyfrowej i aktywności online.

**K**

2

# Grupa K2 to 6 jednostek biznesowych, działających w 3 segmentach operacyjnych

Grupa **K** 2



# Struktura i segmenty operacyjne Grupy K2

MARKETING

 **PRECISE**

K2 Precise – kampanie digitalowe, kompleksowe wsparcie e-commerce, social, programmatic, performance, SEO/SEM, business intelligence, analityka, usługi planowania mediów.

 **perfectbot**  
FOR ECOMMERCE

PerfectBot (spółka K2Bots.AI) – chatboty drugiej generacji, które rozumieją większość pytań klientów, dzięki czemu realnie odciążają Contact Center.

 **CR-ATE**  
Codziennie przekraczamy oczekiwania

K2 Create – projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach, opracowanie i wdrażanie strategii komunikacji marek.

 **FABRITY**

Fabrity – kompleksowe wsparcie w zakresie tworzenia oprogramowania dla biznesu.

 **digital products**

K2 Digital Products – projektowanie produktów cyfrowych i rozwiązań dla e-commerce.

**OKTAWAVE**

Oktawave – migracja i zarządzanie chmurą obliczeniową w oparciu o platformy Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud Platform lub Oktawave, Kubernetes i konteneryzacja, usługi DevOps.

SOFTWARE

CLOUD

# GPW i akcjonariat

## STRUKTURA AKCJONARIATU



- IPO UNIPESOAAL LDA 20,2%
- Janusz Żebrowski 17,5%
- FRAM FIZ 10,4%
- Piotr Dzięciołowski 5,3%
- UNIQA OFE 5,2%
- Zarząd 3,5%
- Free float 41,4%

## KURS AKCJI K2H, ostatnie 12 m-cy



\*Kurs z odcięciem dywidendy

Źródło: bankier.pl

# Wyniki finansowe

## Wzrost przychodów w pierwszym półroczu 2021 roku pozwolił utrzymać poziom zysku, pomimo braku wsparcia pandemicznego.



Przychody ze sprzedaży usług **61,1 mln** (wzrost YoY o 6,9 mln zł, +13%)



Przychody operacyjne **36,5 mln** (wzrost YoY o 5 mln, +16%)



EBIT SKORYGOWANY **3,7 mln zł** (spadek YoY o 0,03 mln zł, - 1%)



EBITDA SKORYGOWANA **6,1 mln zł** (spadek YoY 0,03 mln zł, - 1%)

- Przychody pomniejszone o koszty zakupu usług mediowych, marketingowych i licencji
- Wynik EBIT skorygowany o koszty programów opcyjnych
- Wynik EBITDA skorygowany o koszty programów opcyjnych i amortyzację z zastosowania MSSF16





## **K 2 H1 2021 – wyniki finansowe (tys. zł)**

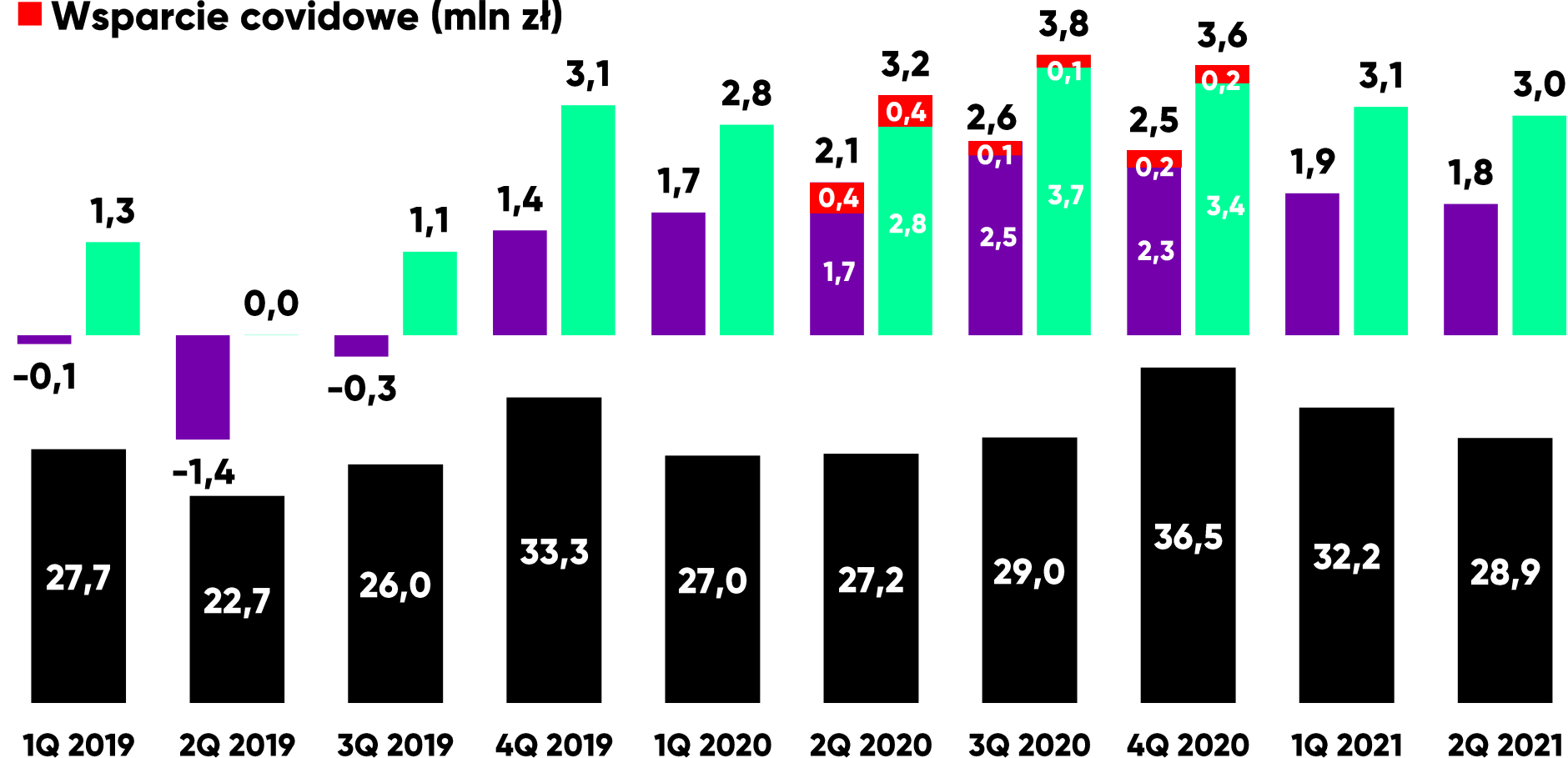
|                                     | <b>H1 2020</b> | <b>H1 2021</b> | <b>Zmiana</b> | <b>Zmiana %</b> |
|-------------------------------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|
| <b>Przychody ze sprzedaży usług</b> | 54 211         | 61 093         | + 6 882       | <b>+ 13%</b>    |
| <b>Przychody operacyjne</b>         | 31 489         | 36 499         | + 5 010       | <b>+ 16%</b>    |
| <b>EBIT skorygowany</b>             | 3 719          | 3 687          | - 32          | <b>- 1%</b>     |
| <b>EBITDA skorygowana</b>           | 6 077          | 6 049          | - 28          | <b>- 0,5%</b>   |

- Przychody pomniejszone o koszty zakupu usług mediowych, marketingowych i licencji
- Wynik EBIT skorygowany o koszty programów opcyjnych
- Wynik EBITDA skorygowany o koszty programów opcyjnych i amortyzację z zastosowania MSSF16

# K 2 Przychody i zysk Grupy w ujęciu kwartalnym 2019–2021

■ Przychody (mln zł) ■ EBIT skorygowany (mln zł) ■ EBITDA skorygowana (mln zł)

■ Wsparcie covidowe (mln zł)



EBIT skorygowany Q2 2020 vs. Q2 2021 **-14%, +8%\***

EBITDA skorygowana Q2 2020 vs. Q2 2021 **-8%, +6%\***

Przychody Q2 2020 vs. Q2 2021 **+6%**

\* Zmiana skorygowanego wyniku EBIT i skorygowanego EBITDA po dodatkowym wyłączeniu wsparcia covidowego w roku 2020 w kwocie 426 tys.

Wynik EBIT skorygowany o koszty programów opcyjnych

Wynik EBITDA skorygowany o koszty programów opcyjnych i amortyzację z zastosowania MSSF16

## **K 2 H1 – najważniejsze wydarzenia**

**1**

**Wzrost przychodów w pierwszym półroczu 2021 roku pozwolił na utrzymanie poziomu zysku** w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku, pomimo zwiększonej inwestycji w Perfectbot, wzrostu kosztów związanych ze wzmocnieniem struktur wspierających biznes, oraz braku wsparcia pandemicznego.

**2**

**Kontynuacja szybkiego wzrostu Fabrity (segment software)**

przychody operacyjne +30% Y/Y, EBIT +36% Y/Y, EBITDA +32% Y/Y.

**3**

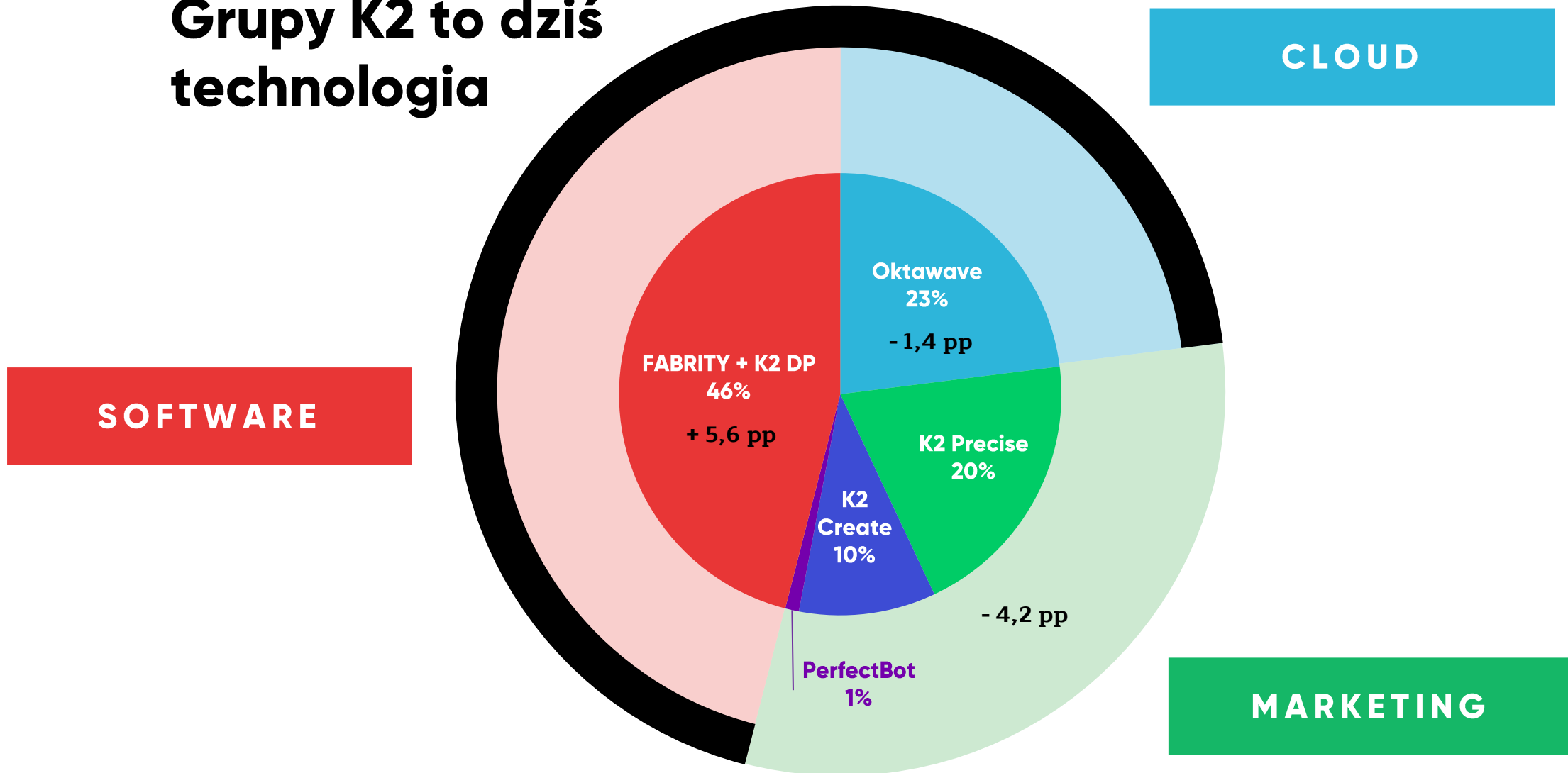
**Spółka K2Bots.AI, nowa marka PerfectBot** – pierwszy projekt anglojęzyczny i rosyjskojęzyczny.

**4**

**Odzyskanie pozytywnej rentowności przez K2 Create (wcześniej: Agencja K2).**

**K****2**

# Ponad 2/3 biznesu Grupy K2 to dziś technologia



Przychody operacyjne segmentów w mln zł i procentowy udział H1 2021

– Dane segmentu marketingowego po wyłączeniach konsolidacyjnych operacji w ramach segmentu

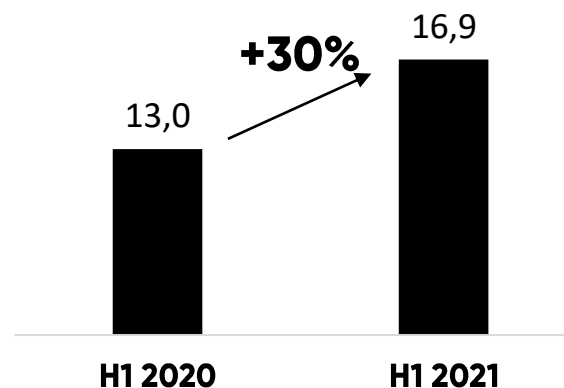
– Zmiana pp w H1 2021 vs. H1 2020 r.

## K 2 SEGMENT SOFTWARE H1 2021

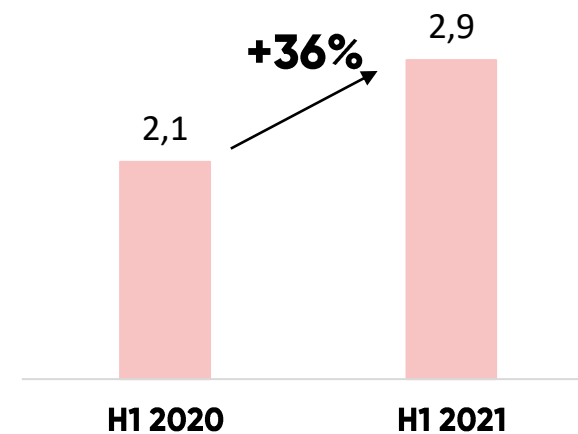
(++)

- **Rekordowe wyniki** przy zachowaniu bardzo dobrej dynamiki wzrostu przychodów.
- **Umocnienie kompetencji** w sektorze zdrowia – pozyskanie do portfela lidera rynku diagnostyki medycznej w Polsce.
- **Rozwój zespołów** HR, Growth Team, sprzedaży i obsługi klienta. Cel: zwiększenie tempa rekrutacji specjalistów IT oraz zwiększenie przychodów na rynkach niemieckojęzycznych.
- **Rozwój oferty** budowy zorganizowanych centrów rozwoju i utrzymania oprogramowania oraz oprogramowania w oparciu o platformy klasy „low code”.
- **Plany wzrostu** w oparciu o prowadzone działania M&A.
- **Nowa strona** Fabrity.com.

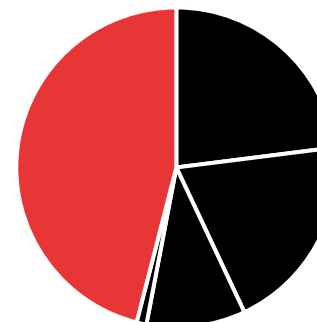
### PRZYCHODY OPERACYJNE (mln zł)



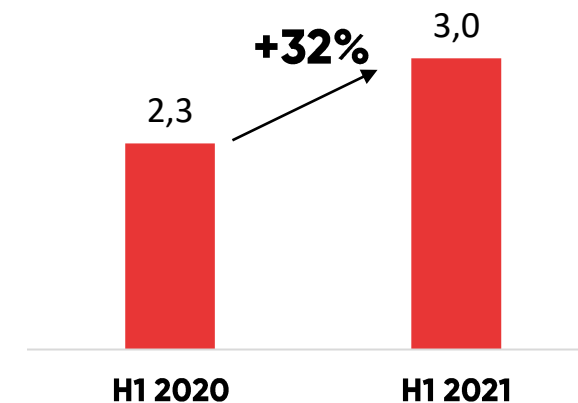
### EBIT (mln zł)



### UDZIAŁ W PRZYCHODACH GRUPY K2



### EBITDA (mln zł)



## K 2 SEGMENT CLOUD H1 2021

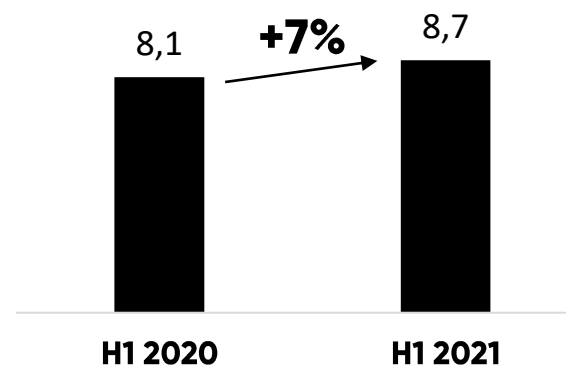
(++)

- **Ożywienie aktywności klientów** po okresie największych spadków pandemicznych – obiecujący pipeline projektów na H2 2021 i dalej.
- **Wzrost zainteresowania usługami chmurowymi** ze strony branży e-commerce.
- **Uruchomienie drugiego regionu dostępności Oktawave** pod Krakowem. Największy projekt inwestycyjny spółki. Korzyścią biznesową jest m.in. zaoferowanie zaawansowanych funkcji backupu.
- **Nowa strona Oktawave.com** ukierunkowana na działania sprzedażowe i lead generation.

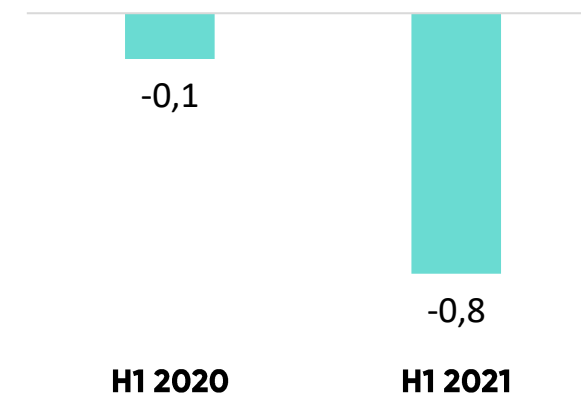
(-)

- Wyższe niż planowane koszty uruchomienia drugiego regionu dostępności.
- Dodatkowe koszty związane ze zwiększeniem aktywności sprzedażowych.
- Wolniejszy w 1H powrót do zużycia chmury, w porównaniu do tego sprzed pandemii, u klientów nią dotkniętych.

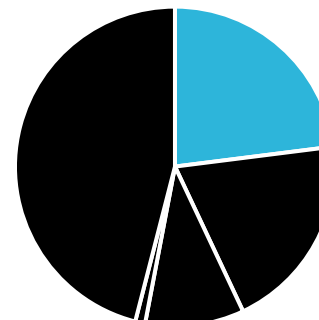
### PRZYCHODY OPERACYJNE (mln zł)



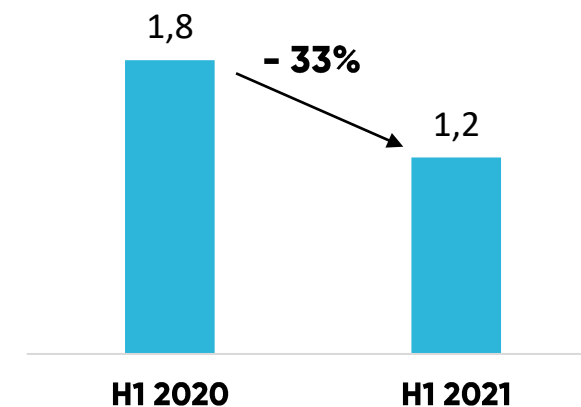
### EBIT (mln zł)



### UDZIAŁ W PRZYCHODACH GRUPY K2



### EBITDA (mln zł)



# K 2 SEGMENT MARKETING H1 2021

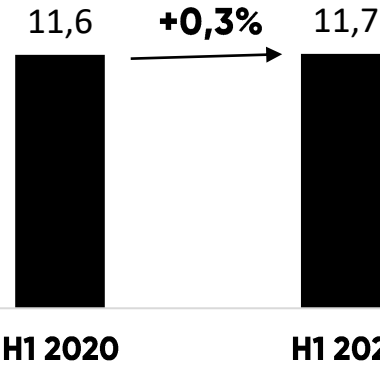
(++)

- **Wzrost przychodów** i odzyskanie rentowności K2 Create.
- **Nowi klienci** i wzrost przychodów K2 Precise w rosnących obszarach rynku – wsparcie ecommerce, SEO.
- **Bardzo dobre oceny** K2 Create i K2 Precise w raporcie „Agencje Reklamowe i Domy Mediowe” Media & Marketing Polska.
- **Dynamiczny rozwój** PerfectBot.

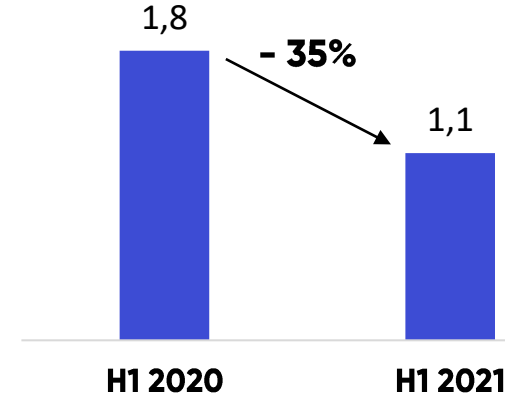
(-)

- Spadek rentowności segmentu wywołany ograniczeniem zakresu świadczonych usług dla największych klientów K2 Precise. Jest to tylko częściowo rekompensowane przychodami z nowych klientów.
- Inwestycja w PerfectBot wpływa krótkoterminowo negatywnie na wyniki segmentu.

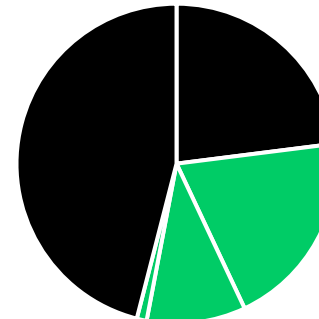
PRZYCHODY OPERACYJNE (mln zł)



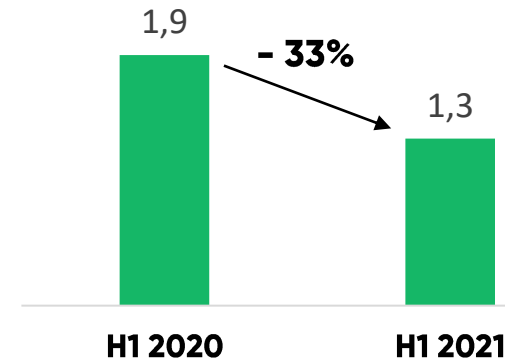
EBIT (mln zł)



UDZIAŁ W PRZYCHODACH GRUPY K2



EBITDA (mln zł)



## K 2 PerfectBot H1 2021

(++)

- **Rebranding** produktu K2Bots.AI na PerfectBot.
- Pierwsza realizacja **anglojęzyczna i rosyjskojęzyczna**.
- **Najwyższa** na rynku **skuteczność automatyzacji** obsługi klienta (50-80%). 3 miliony zautomatyzowanych rozmów w 9 dużych e-sklepach.
- **Doskonali klienci:** IKEA, LPP (Reserved, Mohito, House, Cropp i Sinsay), 4F, Diverse, Tatum, Displate.
- **Obiecujący pipeline** otwartych rozmów.
- **Pozytywne potwierdzenie modelu SaaS** (płatności rekurencyjnych).
- **Start demobota po angielsku** – sierpień 2021. Uruchomienie sprzedaży – Q4 2021.



**Wzrost MRR\* +290%**

(H1 2021 vs H1 2020)

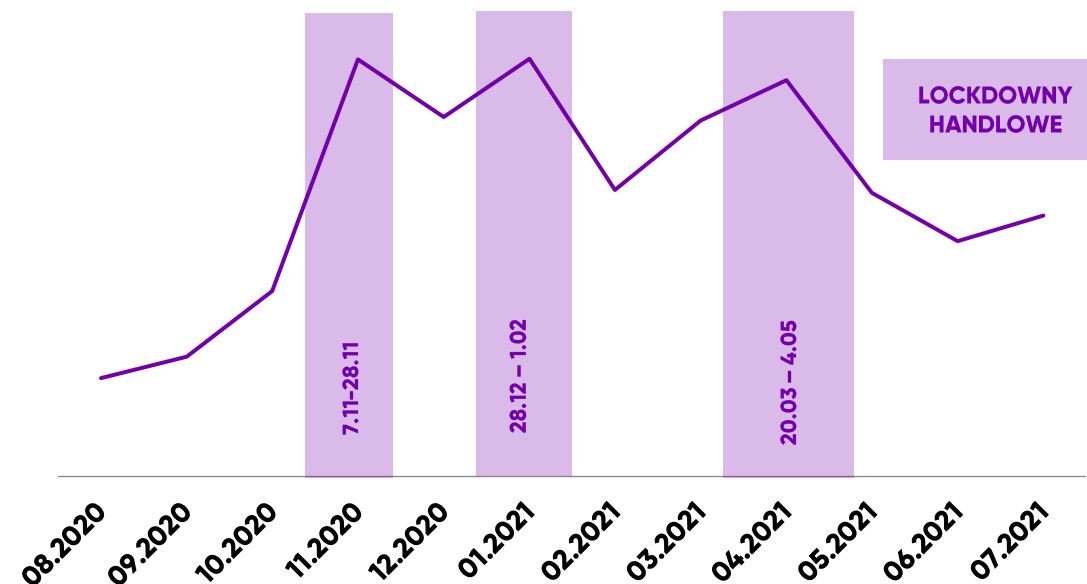


**Inwestycja: 1,6 mln zł**

(w 2021 r.)

### OBSŁUŻONE ROZMOWY

**perfectbot**  
FOR ECOMMERCE



\*MMR - monthly recurring revenue



# Raport e-commerce

# Raport Grupy K2: Technologie i marketing w e-commerce – wyzwania i trendy 2021



Bazuje na wynikach badania, zrealizowanego przez IDG Poland na zlecenie Grupy K2, w maju i czerwcu 2021 roku, wśród 252 osób decyzyjnych z branży e-commerce w Polsce.

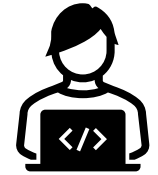
**Główne cele badania:** badanie rynku, lead generation, content marketing.

**Raport pokazuje:**

- Jak e-sklepy poradziły sobie w nowej rzeczywistości?
- W jaki sposób korzystają z nowoczesnych rozwiązań technologicznych?
- Jakie narzędzia martech wykorzystują?
- Czy ich zdaniem technologia dostatecznie wspiera biznes w cyfrowym świecie?
- Jakie trendy technologiczne i marketingowe obserwują?

Podzielony jest na pięć części, które dotyczą rozwiązań technologicznych i marketingowych, szczególnie istotnych w biznesie e-commerce: **martech, chatboty, Social Selling, infrastruktura chmurowa i systemy ERP**, które znajdują się w ofercie Grupy K2.

# Raport Grupy K2: Technologie i marketing w e-commerce – wyzwania i trendy 2021



## KLUCZOWE WNIOSKI



## NASZE USŁUGI

33%

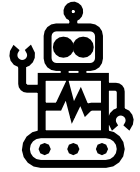
planuje integrację ERP

54%

korzysta ze spersonalizowanego rozwiązania e-commerce

- 1** Zarządzanie **relacjami z klientami** jest **największym wyzwaniem** dla branży e-commerce w obszarze prowadzenia biznesu.
  - 2** **Jedna trzecia** firm z branży planuje **integracje platformy e-commerce z aplikacjami biznesowymi firmy (ERP)**, aby lepiej skalować sprzedaż oraz sprostać rosnącym wymaganiom względem jakości obsługi klienta.
  - 3** Niemal **połowa uważa**, że **integracja z ERP** pozwoliła im **zoptymalizować czas realizacji zamówień**.
- 1** **Omni-channel solutions** – tworzenie spójnych doświadczeń zakupowych klientów (in-store i digital) oraz efektywne zarządzanie relacjami z klientami niezależnie od kanału sprzedaży.
  - 2** **E-commerce** – tworzenie niezawodnych i wydajnych platform e-commerce, consulting i podnoszenie efektywności działających rozwiązań.
  - 3** **Enterprise bespoke software development** – oprogramowanie dopasowane do potrzeb i najefektywniej wspierające realizację strategii biznesowej organizacji.
  - 4** **Software integration** – integracja aplikacji i systemów w celu skutecznego zarządzania danymi w organizacji.

# Raport Grupy K2: Technologie i marketing w e-commerce – wyzwania i trendy 2021



## KLUCZOWE WNIOSKI



## NASZE USŁUGI

75%

zamierza  
wdrażyć nowe  
rozwiązania  
Martech

40%

planuje  
wdrożyć  
Chatbota

1

Choć **adopcja Martechu** wśród e-commerce **jest niska**, to dostrzega **potrzebę** szerokiego wykorzystania narzędzi informatycznych pozwalających **gromadzić dane o klientach** oraz skutecznie **docierać do nich z ofertą**.

2

**Chatboty są potrzebne**, ale ich skuteczność musi być lepiej mierzona. Obecnie aż **91 proc. e-sklepów**, które korzystają z chatbotów, **nie mierzy skuteczności** automatyzacji obsługi klienta za ich pomocą.

3

Obecnie **tylko nieco ponad połowa** sklepów internetowych (57 proc.) **korzysta z kanałów SoMe** w działaniach wspierających sprzedaż i marketing. Kolejne **32 proc. zamierza** to robić w najbliższej przyszłości.

1

**Audyt e-commerce** i tworzenie skutecznej strategii rozwoju sklepu.

2

**Kampanie sprzedażowe** – sprowadzanie wartościowego ruchu do e-sklepu dzięki optymalnie dobranym rozwiązaniom marketingu precyzyjnego: programmatic, SEM, social ads, afiliacje, performance display, e-mail marketing.

3

**Chatbot** – automatyzacja nawet 70% rozmów, dzięki sztucznej inteligencji wytrenowanej dla Retail & E-commerce.

4

**Social Selling** – tworzenie komunikacji i budowa relacji z klientami, które budują świadomość, zaufanie, a finalnie sprzedaż.

# Raport Grupy K2: Technologie i marketing w e-commerce – wyzwania i trendy 2021



## KLUCZOWE WNIOSKI



## NASZE USŁUGI

44%

e-sklepów  
doświadczyło  
przestojów

1

**Wzrost ruchu** w witrynach sklepów na skutek lockdownu wywołał **problemy z dostępnością serwisów**. Aż 44% doświadczyło przestojów w działaniu platform sprzedażowych.

2

E-sklepy **doceniają skalowalność chmury** obliczeniowej, która pozwala na **szybką reakcję na skokowy napływ użytkowników** i rozwój sprzedaży w kanale e-commerce.

3

Najczęściej wymienianą **korzyścią z wyniesienia platformy e-commerce do chmury** jest możliwość **zwiększenia wolumenu sprzedaży** (40% wskazań).

58%

korzysta  
z chmury

1

**Strategia migracji do chmury** – stworzenie długofalowego planu i optymalizacja chmury, w celu ograniczenia kosztów oraz stworzenia stabilnego i skalowalnego środowiska, z uwzględnieniem rozwoju platform sprzedażowych.

2

**Wdrożenie, utrzymywanie (24/7) i zarządzanie infrastrukturą dla platform e-commerce** – budowa środowisk dostosowanych do platform sprzedażowych, z wykorzystaniem najnowszych technologii oferowane przez dostawców chmury.






3

**Disaster Recovery w chmurze** – uruchomienie i skonfigurowanie automatycznego środowiska DRC, które zabezpieczy działanie podstawowej infrastruktury w przypadku poważnej awarii.

4

**Zaawansowany monitoring** – obejmujący kluczowe procesy biznesowe i obsługę klienta.

## **K** 2 **Outlook H2 2021**

-  1. **Szybki rozwój segmentu software** – największej części biznesu Grupy K2, zarówno w zakresie skali jak i generowanego zysku. **Spodziewamy się dalszego wzrostu segmentów software i chmurowego.**
-  2. **Sporo zainwestowaliśmy w to, aby firma była mocniejsza** – boty, kontroling, HR. Pomimo wzrostu kosztów **mamy lepsze wyniki.**
-  3. **Prowadzimy intensywne działania newbizowe na rynkach zagranicznych** – PerfectBot, Fabrity.
-  4. **Wznawiamy skup akcji.**
-  5. **Dostrzegamy ryzyko biznesowe związane z Nowym Ładem.**



# Dziękujemy.

K2 Holding S.A.  
ul. Domaniewska 44a, 02-672 Warszawa  
tel. +48 22 448 70 00  
[www.k2.pl](http://www.k2.pl), [biuro@k2.pl](mailto:biuro@k2.pl)