

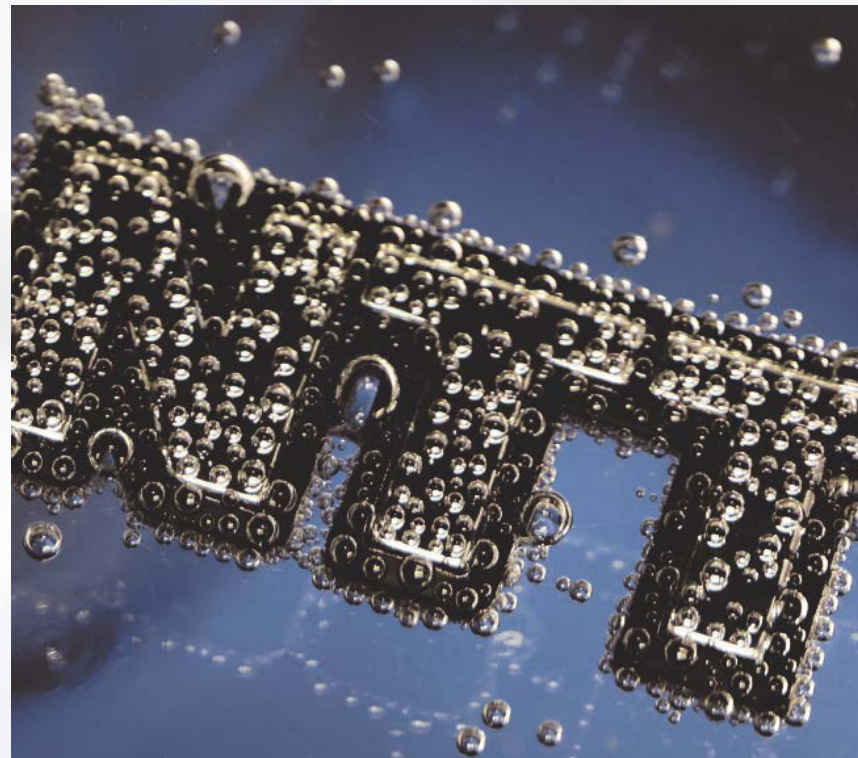
NTT *SYSTEM*®



27 CZERWCA 2013

Firma działająca na rynku od blisko 25 lat

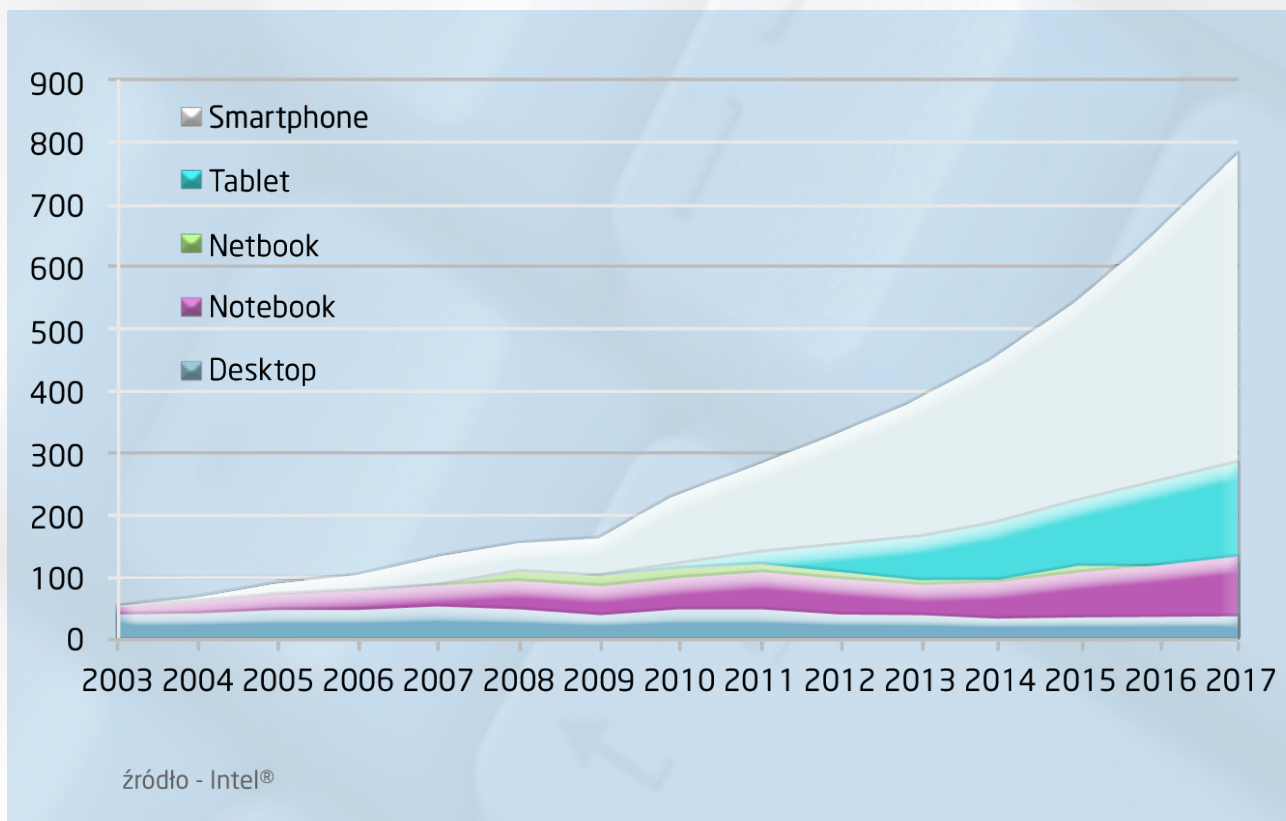
- Spółka notowana na GPW od 2007 roku
- Pracownicy: około 150 osób
- Własny zakład produkcyjny oraz centrum dystrybucyjne
- Produkty własne pod marką NTT: desktopy, serwery, tablety, urządzenia typu CMPC, nawigacje, tusze i tonery do urządzeń drukujących
- Produkty obce/dystrybucja: Lenovo, Fujitsu, Sony, Microsoft, HP, Belkin, Targus, Samsung, Apple, Intel, AMD, Gigabyte, Asus, Symantec, F-secure
- Sprzedaż: Polska 70%, EU 30%
- Rok 2012: przychody 657 028 zł, zysk netto 2,4 mln zł



Trendy na rynku urządzeń komputerowych - transformacja technologii mobilnych

Rozwój koncepcji BIG DATA i INTERNET of THINGS, rozwój technologii zwiększających bezpieczeństwo danych oraz popularyzacja urządzeń typu tablet i smartfon we wszystkich dziedzinach życia – są według specjalistów głównymi filarami stymulującymi rynek producentów komputerów w rejonie EMEA.

Transformacja urządzeń mobilnych w rejonie EMEA



Główne cele NTT System na lata 2013-2015

- Zwiększenie poziomu rentowności EBIT Spółki (1-1,5%)
- Coroczna wypłata dywidendy dla akcjonariuszy
- Systematyczne zwiększanie przychodów r/r (5-15%)
- Zwiększenie oferty produktów pod własną marką szczególnie urządzeń mobilnych (smartfon, tablet, ebook)
- Intensywny rozwój oferty kontentu na produkowane urządzenia
- Zwiększanie udziału usług integratorskich z zakresu infrastruktury IT
- Zwiększanie obszaru działalności (eksport, nowe sektory)



	Faza 1: Zwiększanie rentowności	Faza 2: Wzrost technologiczny	Faza 3: Wzrost zakresu działania
	← 2013 →	← 2014 →	← 2015 →
Główne działania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wyraźny wzrost sprzedaży produktów pod własną marką. ▪ Zwiększenie oferty tabletów. ▪ Intensywny rozwój sprzedaży usług integratorskich w zakresie infrastruktury IT ▪ Przygotowanie do uruchomienia nowego centrum dystrybucyjnego 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wprowadzenie do sprzedaży własnej marki smartfonów ▪ Poszerzona oferta dla sektora medycznego i edukacyjnego ▪ Rozwój oferty e-commerce ▪ Wzrost sprzedaży zagranicznej ▪ Wzrost sprzedaży usług integratorskich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geograficzne rozszerzenie sprzedaży ▪ Uruchomienie nowych centrów dystrybucyjnych ▪ Nowe obce marki w sprzedaży
Główne efekty	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mocniejsza pozycja wśród sprzedawców tabletów ▪ Przyczólek wśród integratorów infrastruktury 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wzrost sprzedaży usług ▪ Silna pozycja własnych marek ▪ Ciągła poprawa rentowności poprzez koncentrację na własnych markach 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wyraźne zwiększenie zakresu działania

Główne działania mające zapewnić osiągnięcie celu w roku **2013**:

- Zwiększenie sprzedaży produktów pod własną marką (tablety, desktopy, komputery AIO, serwery; rok 2015 - 25% sprzedaży ogółem)
- Poszerzenie oferty tabletów poprzez wprowadzenie urządzeń opartych na środowisku 86 (procesory firmy Intel i AMD) oraz systemie Win8
- Wprowadzenie do sprzedaży "transformer" 11,6' - wzmocnionego tabletu dla sektora edukacji
- Rozpoczęcie prac nad desktopem w technologii NUK (poszerzenie oferty dla biznesu)
- Wprowadzenie urządzeń typu AIO z powiększonym ekranem 24"

Główne działania mające zapewnić osiągnięcie celu w roku **2013** cd.2:

- Rozszerzenie kompetencji zakładu produkcyjnego w zakresie produkcji tabletów (realizacja specjalnych zleceń do projektów biznesowych)
- „Wejście” na rynek zamówień publicznych (wdrożenie procedur umożliwiających uzyskanie certyfikatu EPEAT GOLD)
- Wprowadzenie tuszy i atramentów pod marką własną PRINTT (do końca roku w 2 sieciach handlowych)
- „Wejście” na rynek SMB (intensyfikacja działań w zakresie marketingu produktów i usług oferowanych przez NTT System, współpraca z HP i Ricoh)

Główne działania mające zapewnić osiągnięcie celu w roku **2013** cd.3:

- Zwiększenie sprzedaży usług typu IMAC /INSTALL, MOVE, Add, Change (zakładany wzrost 50% r/r)
- Implementacja nowych narzędzi wsparcia sprzedaży typu „konfigurator komputerów on line” dla kanału reseller (zakładany wzrost sprzedaży 10-15% r/r)
- Wprowadzenie nowych narzędzi wsparcia sprzedaży typu „konfigurator serwerów on line” dla kanału reseller (zakładany wzrost sprzedaży około 20% r/r)
- Zwiększenie sprzedaży akcesoriów komputerowych w sieci retail (zakładany wzrost sprzedaży o 50% r/r)

Główne działania mające zapewnić osiągnięcie celu w latach **2014-2015:**

- Osiągnięcie sprzedaży tabletów pod własną marką na poziomie 100 tys. rocznie
- Rozpoczęcie sprzedaży smartfonów pod własną marką
- Sprzedaż urządzeń mobilnych w kanale telekomunikacyjnym, oraz do działów TELCO w sieciach retail.
- Wzrost sprzedaży produktów PRINTT (osiągnięcie udziału w rynku na poziomie co najmniej 10 %)
- Wzrost sprzedaży akcesoriów (zbudowanie struktury merchandiser/multipromotion w sieci MSHP)

Główne działania mające zapewnić osiągnięcie celu w latach **2014-2015** cd.2:

- Zwiększenie oferty dla sektora medycznego (urządzenia mobilne dla lekarzy, e-usługa dla zakładów otwartych)
- Zwiększenie oferty dla rynku edukacyjnego (inteligentna tablica, pracownie oparte na urządzeniach typu tablet)
- Zintensyfikowanie działań w ramach systemu NTTOnline – nawiązanie współpracy z większą ilością sklepów internetowych
- Pozyskanie dystrybucji 1-2 wiodących marek (notebooki, konsole, smartfony)
- Wzrost sprzedaży urządzeń typu desktop (wprowadzenie programu "ATRAPA" do sieci Avans i MediaExpert oraz Euro AGD)

Efekty realizacji strategii na lata **2013-2015**:

- Spółka bardziej rentowna
- Spółka zwiększa portfolio produktów pod własną marką
- Spółka zdecydowanie zwiększa zakres działalności
- Spółka intensywnie „wchodzi” w nowe sektory (SMB, zdrowotny, edukacyjny, zamówień publicznych)
- Spółka bardziej przewidywalna dla rynku kapitałowego



NTT System S.A.
Zakręt ul. Trakt Brzeski 89,
05-077 Warszawa – Wesola
www.ntt.pl