



# STRATEGIA ROZWOJU ONE2TRIBE S.A.

Dnia: 24 kwietnia 2023 r.

## Spis treści:

1. Misja i wizja.....	2
2. Produkt .....	3
3. Rynek .....	4
4. Kierunek rozwoju firmy.....	7
5. Cele na lata 2023 - 2026.....	8
5.1. Cele strategiczne .....	8
5.2. Rozwój produktu .....	9
5.3. Kanały sprzedaży .....	10
5.4. Perspektywa operacyjna .....	11
5.5. Perspektywa finansowa .....	12
6. Weryfikacja i raportowanie realizacji strategii.....	13
7. Skróty .....	14

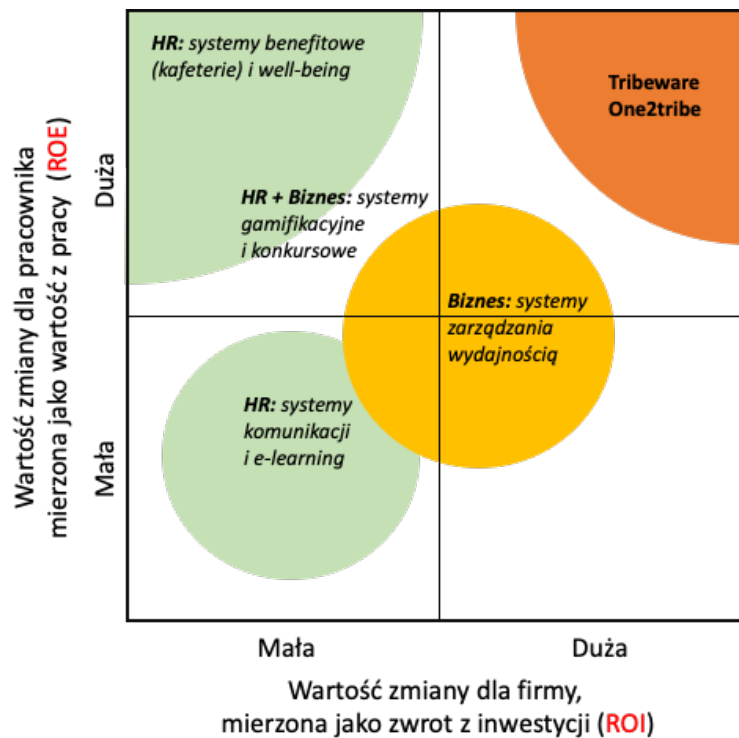
## 1. Misja i wizja

Misji One2tribe S.A. przyświeca hasło: "Bądź zmianą" (ang. Be the change) i jest to nasza odpowiedź na wyzwania współczesnego świata biznesu. Pragniemy wspierać naszych Klientów w efektywnym wprowadzaniu zmian, angażując i motywując pracowników do aktywnego uczestnictwa w procesie transformacji. Jesteśmy przekonani, że kluczem do sukcesu są drobne, lecz istotne zmiany wprowadzane przez każdego członka zespołu.

Dla nas zmiana to każdy cel jaki nasz Klient sobie stawia, od zwiększenia sprzedaży, poprzez usprawnienie komunikacji z kontrahentami, aż po wdrożenie nowego produktu. To codzienne wyzwania, które napędzają rozwój wszystkich członków organizacji.

W centrum naszej wizji stawiamy na harmonijne połączenie celów biznesowych Klientów z potrzebami ich pracowników, czyli:

- osiągnięcie przez naszego Klienta jak największego zwrotu z inwestycji w zmianę (ang. ROI - Return on Investment), mierzonych najczęściej w formie wskaźników finansowych, przy jednoczesnym
- osiągnięciu jak największego zwrotu z inwestycji dla pracownika, gdzie inwestycją jest wykonana praca, poziom doświadczanego stresu i osobiste zaangażowanie (wskaźnik ten oznaczyliśmy jako ROE - Return on Engagement).



One2tribe S.A. ma być siłą, która napędza zmianę, poprzez realny wpływ na sposób, w jaki organizacje osiągają swoje cele i dbają o dobro swoich pracowników. Nazwa firmy One2tribe symbolizuje pomost pomiędzy wartością dla firmy (One/Jeden - firma jako całość) i wartością dla pracowników (Tribe/Plemię - pracownicy jako plemię indywidualnych osobowości).

## 2. Produkt

Podstawowym produktem One2tribe są usługi realizowane przez platformę o nazwie Tribeware, która umożliwia wdrażanie zmian zgodnie z następującym schematem działań oraz przepływem wiedzy.



Przykład dla kampanii sprzedażowej<sup>1</sup>: **(1)** Firma wprowadza na rynek nowy produkt, menadżer definiuje kampanię składającą się z zadań takich jak: nauka pracowników o produkcie, informowanie klientów o nowej ofercie, sprzedaż produktów. Elementem kampanii jest także budżet na nagrody za realizację zadań. **(2)** Pracownicy realizują zadania i otrzymują nagrody za ich wykonanie. Zadania mogą obejmować naukę (np. wiedzę produktową, wiedzę o technikach sprzedaży) oraz realizację konkretnych wskaźników (np. sprzedaż produktu). Weryfikacja zadań wykonywana jest automatycznie (na bazie zewnętrznych systemów) lub ręcznie (przez menadżera). **(3)** Wiedza na temat efektywności jest używana do optymalizacji zadań, uczenia pracowników (dzielenie się najlepszymi praktykami) oraz analizy efektywności kampanii (ROI, ROE).

Model biznesowy:



Na bazie platformy Tribeware One2tribe oferuje usługi w dwóch uzupełniających się modelach biznesowych:

- sprzedaż licencji dostępnych do platformy Tribeware (SaaS - Software as a Service),
- oferowanie nagród (e-commerce w przypadku nagród rzeczowych, fintech w przypadku nagród gotówkowych - przelewanych na karty przedpłacone/konto).

<sup>1</sup> Oczywiście, platforma Tribeware funkcjonuje także w innych procesach niż sprzedażowe (logistyka, produkcja, obsługa klienta).

### 3. Rynek

Rynki, na których działa One2tribe, kluczowi odbiorcy i ich potrzeby (tabela nawiązuje kolorami do schematu na stronie 2).

Rynek	Potrzeba	Wielkość rynku i trendy
<p><b>1. Zarządzanie wydajnością</b> <i>Performance management</i></p> <p><b>Odbiorca:</b> Działy biznesowe Sprzedaż/Sales Performance Management, Działy operacyjne,</p> <p><b>Branże:</b> Retail, FMCG, Finanse, Farmaceutyka</p> <p><b>Użytkownik:</b> Głównie front-line workers (pracownicy obsługi klienta, zespoły sprzedażowe, przedstawiciele handlowi i medyczni)</p>	<p>Mierzalna (w oparciu o wskaźniki) zmiana zachowań pracownika. Na przykład: dosprzedaż produktów (cross-sell), punktualność w pracy, jakość obsługi klienta.</p> <p>Przykład: Zwiększenie sprzedaży produktów w sieci Vision Express (1758% ROI) czy Al.Capone (33% wzrost sprzedaży).</p> <p>Tribeware wykracza obecnie poza klasyczne rozumienie <i>Performance/Management</i> łącząc je z narzędziami do micro-learning i komunikacji elektronicznej. Unikatową cechą jest także zarządzanie nagrodami bezpośrednio przez platformę oraz personalizacja scenariuszy motywacyjnych. Te elementy będą rozwijane w kierunku technologii, które Gartner Inc. określa mianem <b>Workforce Nudgetech</b> (por. Cele na lata 2023 - 2026).</p>	<p><b>Światowy Rynek Performance Management</b> 2022: 6.0 mld USD 2027: 9.3 mld USD (CAGR: 7,0%) źródło: Markets and Markets</p> <p><b>Rozwój w kierunku Artificial Intelligence/Machine Learning i analityki.</b> Według Gartner Inc.: <i>Do 2026 roku 25% organizacji korzystających z rozwiązania zarządzania wydajnością sprzedaży (Sale Performance Management - SPM) zoptymalizuje projektowanie i utrzymanie swoich planów wynagrodzeń sprzedażowych za pomocą zaawansowanych rozwiązań analitycznych dostarczanych przez dostawcę SPM.</i></p>
<p><b>2. Komunikacja i e-learning</b> <i>Enterprise communication &amp; e-learning</i></p> <p><b>Odbiorca:</b> Działy HR - Learning &amp; Development, Działy Szkoleń</p> <p><b>Użytkownicy:</b> One2tribe specjalizuje się w komunikacji do użytkowników i uczeniu pracowników liniowych (w podróży, na pierwszej linii obsługi klienta, przedstawiciele handlowych i medycznych). Tam, gdzie klasyczne rozwiązania komunikacyjne i e-learning osiągnęły bariery swoich możliwości.</p>	<p>Efektywna komunikacja zmiany (w tym komunikacja zwrotna - tzw. badanie pulsu organizacji) w dużych i rozproszonych organizacjach. Na przykład: - zebranie opinii ponad 3000 pracowników na temat zadań w sieci telekomunikacyjnej w ciągu 24h (ankieta wzmocniana nagrodami za wypełnienie), - wdrożenie nowej procedury w sieci retail (&gt; 20.000 pracowników) w czasie COVID w ciągu 48h.</p> <p>Rozwiązanie <b>nie konkuruje</b> z klasycznymi systemami komunikacyjnymi i e-learning (One2tribe integruje się z nimi - np. w sieci IKEA), <b>ale wzmacnia</b> ich działanie poprzez dodanie mechanizmów zarządzania wydajnością (performance management), nagradzania oraz uczenia w trakcie pracy (Learning on the Job / Micro-learning <b>Augmented Intelligence</b>).</p> <p>Przykład: Podawanie informacji niezbędnych do wykonania konkretnego zadania w danej chwili (np. pomoc w ułożeniu produktów na półce). Dzięki <b>Tribeware</b> można policzyć <b>ROI</b> ze szkolenia i komunikacji dla firmy (powiązać naukę kompetencji i komunikację z efektami biznesowymi). Platforma zwiększa także motywację pracownika do nauki (<b>ROE</b>) poprzez wprowadzenie nagród za komunikację zwrotną, wypełnienie ankiet, czy dzielenie się wiedzą z innymi).</p>	<p>Światowy Rynek Micro-learning 2021: 1,9 mld USD 2026: 3,2 mld USD (CAGR: 11,2%) źródło: FMI</p> <p>Światowy Rynek Augmented Intelligence 2022: 17,9 mld USD <b>2026: 54,7 mld USD</b> <b>CAGR: 25,1%</b> źródło: Markets and Markets</p> <p>Kluczowym trendem jest zastosowanie <b>sztucznej inteligencji i maszynowego uczenia się do minimalizacji złożoności przekazywanej informacji</b> (ograniczenie komunikatów i szkoleń tylko do niezbędnych w danej chwili).</p> <p>Ważne znaczenie w tym obszarze będą miały technologie mobilne i kontekstowe (dzisiaj - smartfony, w przyszłości np. gogle Augmented Reality).</p> <p>Na ten obszar rynku największy wpływ będzie miała rewolucja w <b>generatywnej AI rozpoczęta przez ChatGPT i OpenAI</b>.</p>

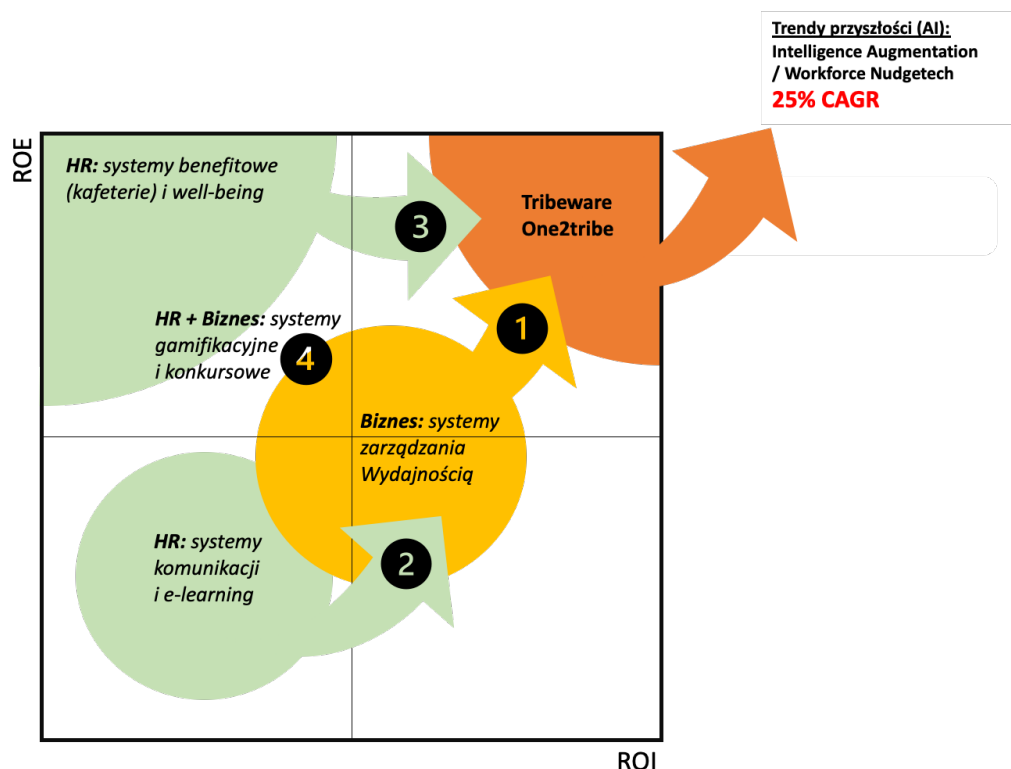
<p><b>3.</b> <b>Systemy benefitowe (kafeteria) i well-being</b> <i>Benefit management systems</i></p> <p><b>Odbiorca:</b> Działy HR</p> <p><b>Użytkownicy:</b> Systemy benefitowe oferowane są głównie jako składowa wynagrodzenia/docenienia w grupie pracowników biurowych (white-collars), niekiedy dla pracowników liniowych (blue-collars).</p>	<p>Celem systemu benefitowego jest przyciągnięcie, zmotywowanie i utrzymanie wykwalifikowanych pracowników poprzez zaoferowanie atrakcyjnych warunków zatrudnienia i dodatkowych świadczeń, które wyróżniają daną firmę na rynku pracy. Nie dotyczy to zazwyczaj kwestii zarządzania wydajnością (w przypadku Polski, większość tego typu systemów bazuje na budżetach z ZFŚS<sup>2</sup>).</p> <p>One2tribe <b>nie konkuruje</b> z organizacjami działającymi w tym obszarze. Współpracujemy z firmami oferującymi benefity.</p> <p>Rozwiązania benefitowe są synergiczne do oferty One2tribe i wzmacniają ją. W systemach benefitowych pracownik często może wymienić punkty na świadczenia, podczas, gdy w modelu One2tribe może zdobywać punkty w zależności od wydajności. Dzięki temu mix wynagrodzeń w firmach może obejmować oba typy systemów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kafeteryjny/benefitowy - w celu utrzymania pracowników</li> <li>- nagrodowy - w celu zarządzania ich efektywnością.</li> </ul> <p><b>One2tribe dodaje do systemu benefitowego część efektywnościową oferującą większe ROI dla biznesu oraz zwiększającą ROE dla pracownika.</b></p>	<p>Światowy Rynek Systemów do Zarządzania Benefitami: 2022: 0,85 mld USD 2028: 1,29 mld USD (CAGR: 7,19%) źródło: New Research Outlook Report</p> <p>Światowy Rynek Benefitów (jako usług i towarów): 2021: 208,34 mld USD 2029: 214,36 mld USD (CAGR: 5,9%) źródło: Fortune Business Insights <i>uwaga: w roku 2020 rynek skurczył się o 2,88% (w porównaniu do 2019), ze względu na pandemię.</i></p> <p>Rynek benefitów jest największym z omawianych rynków, ale należy zwrócić uwagę na fakt, że obejmuje on bardzo szeroki zakres produktów i usług (vouchery, posiłki dla pracowników, usługi zdrowotne i wiele innych). Rynek ten jest także mocno skonsolidowany (w Polsce 80% rynku stanowią dwie firmy) i rozwija się najwolniej ze wszystkich omawianych segmentów.</p> <p>W porównaniu do niego rynek oprogramowania do benefitów jest stosunkowo mały i o niskim potencjale wzrostu.</p> <p>Oznacza to szansę dla <b>One2tribe</b> poprzez otwarcie nowego kanału sprzedaży benefitów jakim są systemy wydajnościowe i nagrodowe. W takim modelu ten sam towar może być dostarczony jako nagroda za efektywność (wymaga to jednak innego rodzaju systemu - takiego jak <b>Tribeware</b>, który tę efektywność mierzy, podpowiada jak ją zwiększyć itp.)</p> <p><b>Należy tutaj zauważyć, że na rynku kryzysowym (2023-2024) większe znaczenie będzie miało zwiększenie efektywności niż utrzymanie pracownika.</b></p>
<p><b>4.</b> <b>Systemy gamifikacyjne i konkursowe</b></p> <p><b>Odbiorca:</b> Działy HR, Działy biznesowe (w obszarze konkursów szkoleniowych).</p>	<p>Systemy gamifikacyjne i konkursowe lokują się w niszy pomiędzy rozwiązaniami benefitowymi i well-beingowymi (gamifikacja dla poprawienia nastroju pracowników i "fun'u"), learningiem (gamifikacja w szkoleniach, gry szkoleniowe) a konkursami sprzedażowymi.</p> <p>Rynek w tym obszarze jest rozdrobniony i zajmowany przez firmy o bardzo różnorodnym spektrum działania - od tworzących dedykowane gry oparte o</p>	<p>Światowy Rynek Gamifikacji ogólnie: 2019: 6,33 mld USD 2027: 37,00 mld USD CAGR: 24,80% (źródło: Fortune Business Insights)</p> <p>Powyższe dane obejmują także gamifikację stosowaną w marketingu, na stronach WWW oraz w szkoleniach specjalistycznych i symulacji (np. specjalistyczne szkolenia VR).</p> <p>Gamifikacja dla pracowników rozwija się w</p>

<sup>2</sup> ZFŚS - Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych

	<p>konceptcje światów gier (np. firma jako miasto), poprzez oferujące gry szkoleniowe czy realizowanie projektów "pod klucz" aż do agencji realizujących pojedyncze konkursy.</p> <p>Rozdrobnienie widać zwłaszcza w Polsce. Na rynkach Europy Zachodniej i USA duża część firm przesunęła się w kierunku modelu bardziej skalowalnego - silników do Sales Performance Management / Sales Gamification.</p> <p>Rozwiązania gamifikacyjne migrują w kierunku integracji z pakietami Performance Management. Pokazuje to zwłaszcza obserwacja rozwoju liderów rynku globalnego:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Central - przekształcił się do rozwiązania Performance Management z firmy zajmującej się gamifikacją (poprzednia nazwa Game Effective),</li> <li>2. Callidus (system do Sales Performance Management) kupił firmę Badgeville (2016), a następnie został przejęty przez SAP (2018).</li> </ol> <p><b>Nie oznacza to, że gamifikacja jako taka znika (przeczą temu analizy rynkowe, por. kolumna po prawej), ale że wchodzi w skład większych pakietów i rozwiązań technologicznych (stanowi jedno z rozwiązań zaspokajających potrzebę, jaką jest zwiększenie wydajności i rozwój pracowników).</b></p>	<p>kierunku "AI-based cloud based gamification" oraz systemów performance management (zgodnie z raportem cytowanym powyżej). Trend ten będzie dominował u dostawców rozwiązań, którzy będą starali się zapewnić dużą skalowalność (możliwość powtarzalnego, wielokrotnego zastosowania tej samej funkcjonalności).</p> <p>Dedykowane, realizowane "pod klucz" gry i rozwiązania pozostaną domeną firm zorientowanych na model projektowy (wykonawstwo z pogranicza gier i IT) i nie uzyskają istotnej penetracji rynku.</p> <p>Dla One2tribe kluczowe jest więc rozwijanie funkcji gamifikacyjnych jako elementu swojej platformy SaaS, ale równoległe z mechanizmami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI / Machine Learning,</li> <li>- kampanii motywacyjnych,</li> <li>- planowania zadań,</li> <li>- segmentacji pracowników według postępów.</li> </ul> <p><b>Gamifikacja będzie miała także kluczową rolę w tych funkcjach platformy Tribeware, które ukierunkowane są na rozszerzenie inteligencji pracownika za pomocą AI (Intelligence Augmentation). Tam gdzie interfejs przypominający grę (np. wyświetlany w okularach AR) musi dynamicznie dostosowywać się do kontekstu.</b></p>
--	--	---

## 4. Kierunek rozwoju firmy

Poniższy schemat pokazuje strategiczny kierunek rozwoju One2tribe.



Główne założenia (por. punkty na schemacie powyżej):

1. **Tribeware** z poziomu narzędzia do zarządzania wydajnością (Performance Management) ma rozwinąć się do pełnej **platformy Workforce Nudgetech / Intelligent Augmentation**. Oznacza to wyjście z obecnej wizją szeroko na rynek globalny, pełną integrację z popularnymi rozwiązaniami CRM (np. *Salesforce*) oraz szerokie wdrożenie narzędzi sztucznej inteligencji (*Artificial Intelligence*) wspierających pracownika (*Intelligent Augmentation*). Głównym odbiorcą rozwiązania są w tym wypadku działy sprzedaży i operacyjne, czyli szeroko rozumiany **Biznes**.
2. W obszarze **HR** związanym z komunikacją i uczeniem Tribeware ma wzmacniać istniejące systemy (np. e-Learning czy intranety firmowe), zwiększając ich efektywność poprzez zastosowanie mechanizmów ekonomii behawioralnej (nagradzanie, *nudging*) oraz łącząc uczenie pracowników z realnymi efektami biznesowymi (np. *data science / artificial intelligence*). Kluczowa w tym obszarze będzie personalizacja, zapewniana za pomocą narzędzi generatywnej sztucznej inteligencji (np. algorytmy LLM - Large Language Model typu GPT). Dzięki Tribeware pracownik ma otrzymywać odpowiednie informacje i wiedzę w momencie, w którym najbardziej ich potrzebuje i w sposób dostosowany do specyfiki stanowiska pracy, osobowości itp.
3. W obszarze **benefitów** One2tribe rozdzieli nagradzanie gotówkowe (np. prowizyjne) od nagród rzeczowych (benefitów). Funkcja pierwsza będzie dostępna w aplikacji (np. możliwość pobrania gotówki z bankomatu przez pracownika z pomocą aplikacji Tribeware), funkcja druga oferować będzie integrację z usługami zewnętrznych partnerów (benefity/nagrody od firm trzecich). Rozdział ma na celu wzmocnienie najatrakcyjniejszego segmentu nagród (gotówka), przy jednoczesnym otwarciu na innych dostawców (synergia z istniejącymi "kafeteriami pracowniczymi").
4. W obszarze **gamifikacji dla pracowników i systemów konkursowych** Spółka zamierza do roku 2026 być jednym z kluczowych graczy na lokalnym rynku (Europa).

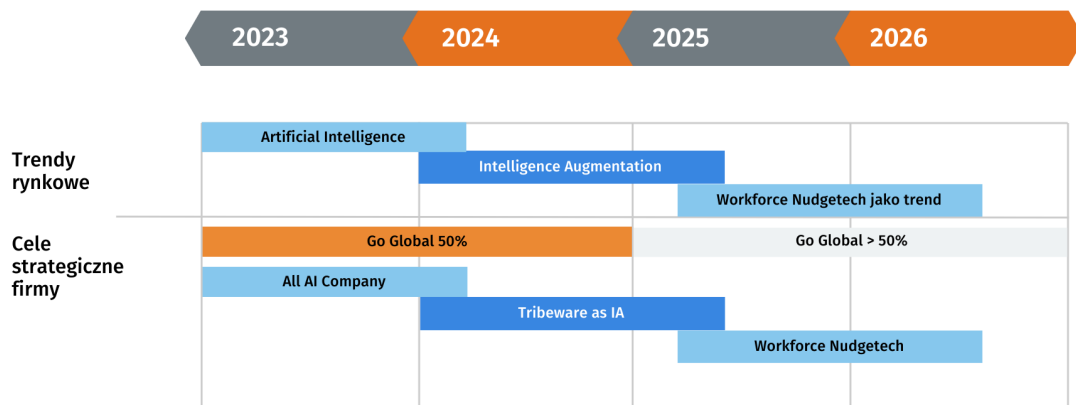


## 5. Cele na lata 2023 - 2026

### 5.1. Cele strategiczne

## CELE STRATEGICZNE

one2tribe



Z perspektywy strategicznej firma ma 3 główne cele na lata 2023 - 2026.

- **Cel #1: Go Global.** Wyjście na rynki międzynarodowe. Oznacza to osiągnięcie więcej niż połowy (50%) przychodów z licencji Tribeware z rynków zagranicznych w roku 2024 oraz ciągłe zwiększanie obrotów z rynku globalnego w kolejnych latach. Docelowo, do końca roku 2025, One2tribe chce znaleźć się w globalnych raportach analityków rynku i być technologią uwzględnianą (technology of choice) przy wdrażaniu zmian w organizacji. Dwa trendy, które firma zamierza wykorzystać w celu wyjścia na świat to:
  - IA (Intelligent Augmentation) - (por. *Tribeware* - poniżej)
  - AI (Artificial Intelligence) - (por. *All AI Company* - poniżej)

**Weryfikacja celu** → *Kanały sprzedaży*

- **Cel #2: Tribeware as Intelligent Augmentation.** Główny produkt technologiczny firmy ma stać się narzędziem do inteligentnego wzmacniania (*Intelligent Augmentation*) pracowników. Oznacza to dla One2tribe dwa kierunki rozwoju technologicznego:
  - Workforce Nudgetech - od strony "inteligencji przetwarzania" (ekonomia behawioralna w organizacjach wdrażania z użyciem AI), czyli: rozbudowę systemów Machine Learning (por. *All AI Company*), oraz dalszą kontynuację badań w obszarze sztucznej inteligencji.
  - Augmented Reality - od strony pracownika i rozwijania jego kompetencji i umiejętności. Oznacza to rozszerzenie kanałów komunikacyjnych z pracownikiem oraz integrację z urządzeniami i aplikacjami AR, Wearable Technologies (np. smartwatches, smartbands) oraz środowiskiem pracy (interfejsy *Application Programming Interface*, które pozwalają współdziałać z zewnętrznymi systemami, narzędziami, urządzeniami IOT, silnikami sztucznej inteligencji).

**Weryfikacja celu** → *Rozwój produktu*

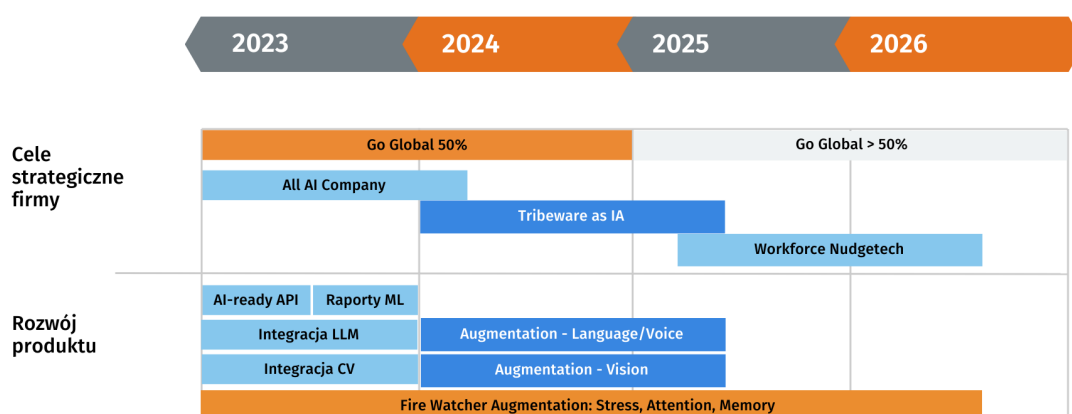
- **Cel #3: All AI Company.** Oznacza to użycie modeli Machine Learning i generative AI (LLM - *Large Language Model*) w niemalże każdym procesie w firmie (od samego produktu jakim jest platforma Tribeware, przez tworzenie scenariuszy i zawartości funkcjonujących na niej, do obsługi procesów wewnętrznych - jak sprzedaż czy marketing). Spółka prowadzi badania i rozwój w tym obszarze od roku 2017. **Rok 2023 jest rokiem przełomowym, ze względu na możliwość połączenia wewnętrznych technologii firmy z szybko rosnącym obszarem AI.**

Weryfikacja celu → *Perspektywa operacyjna*

## 5.2. Rozwój produktu

# ROZWÓJ PRODUKTU

one2tribe



Planowany rozwój produktu:

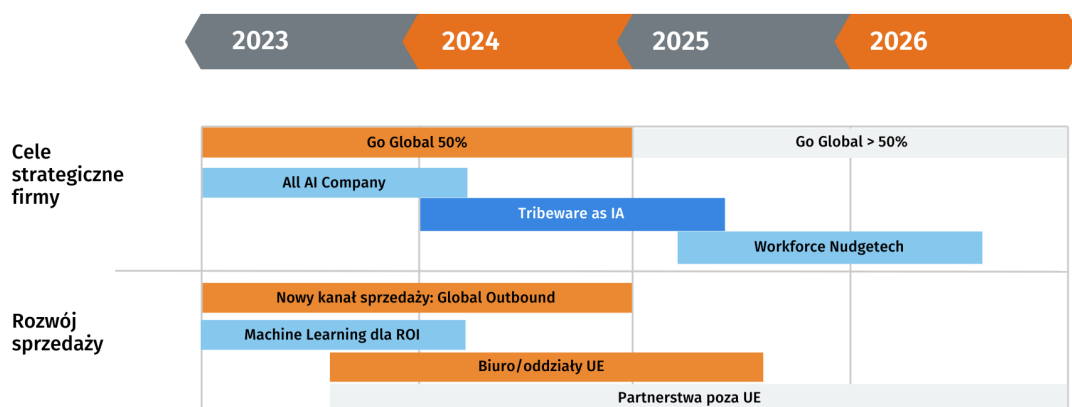
- W roku 2023 One2tribe zamierza wdrożyć pełną integrację z dynamicznie rozwijającymi się modelami LLM (Large Language Model) oraz CV (Computer Vision). Celem jest:
  - bezpieczna integracja baz wiedzy oraz danych klientów z mechanizmami AI (np. po integracji z systemem e-learning / CRM klienta, AI będzie mogła definiować w Tribeware zadania dotyczące sprzedaży czy nauki dla pracowników),
  - skrócenie czasu weryfikacji zadań (np. pracownik przesyła zdjęcie z miejsca pracy do systemu Tribeware, a ten, korzystając z narzędzi AI do analizy obrazu, potwierdza realizację zadania),
  - Rozszerzenie zmysłów pracowników (podpowiadanie kolejnych kroków przez aplikację wspartą AI).
- W roku 2023 zmieniony zostanie także system raportowania platformy. Część z raportów bazować będzie na informacjach z systemu maszynowego uczenia się. W szczególności stopniowo w raportach zaczną się pojawiać dane z systemu Fire Watcher (algorytm bazujący na rozwijanym przez Spółkę od 2017 roku modelu Optimal Motivation System uwzględniający poziom stresu, uwagi/skupienia oraz pamięć pracownika).
- Fire Watcher jako wzmocnienie psychologiczne i główny element Workforce Nudge Tech będzie stanowił oś rozwoju technologii One2tribe przynajmniej do roku 2026 (perspektywa niniejszej strategii). W celu jego realizacji One2tribe zamierza ubiegać się o finansowanie z programów rozwojowych UE i/lub konkursów (takich jak IBM Watson AI XPRIZE, w którym One2tribe startowało w ubiegłych ratach) oraz współpracować z uczelniami i instytucjami badawczymi.
- Idea stojąca za projektem o nazwie roboczej Fire Watcher to „Strażnik Ognia”, który ma pilnować „ognia w zespole” - żeby płonął, ale nie wypalał pracowników (nie powodował nadmiernego stresu, brał pod uwagę zdolności kognitywne pracowników czy ich poziom wiedzy).
- Firma nie ujawnia ostatecznej nazwy algorytmu. Fire Watcher jest nazwą roboczą.

- Obecnie trwają prace nad nowymi mechanizmami API (interfejsy programistyczne do integracji) pozwalające zrealizować ww. prace rozwojowe.
- Dzięki temu w latach 2024 - 2025 Tribeware będzie mógł wzmocnić pracowników firm w dużo bardziej wydajny sposób - stanowiąc punkt wyjścia do augmentacji komunikacji językowej i głosowej (przetwarzanie języka naturalnego, tłumaczenie w czasie rzeczywistym) oraz analizy obrazu (Augmented Reality). Część z tych funkcji testowana jest już w chwili obecnej (np. podpowiedzi wiedzy i zadań na poziomie QR kodów), ale wejdą one na „następny poziom” po połączeniu z mechanizmami AI.
- W latach 2023 - 2026 Tribeware ma stać się rozwiązaniem jeszcze bardziej kontekstowym, biorącym pod uwagę otoczenie, stan fizyczny i mentalny pracownika oraz wiedzę organizacji. System ma być dla pracownika asystentem i trenerem wspierającym go w realizacji zadań - często w wymagającym środowisku pracy “na pierwszej linii”.

### 5.3. Kanały sprzedaży

## KANAŁY SPRZEDAŻY

one2tribe



Planowany rozwój kanałów sprzedaży:

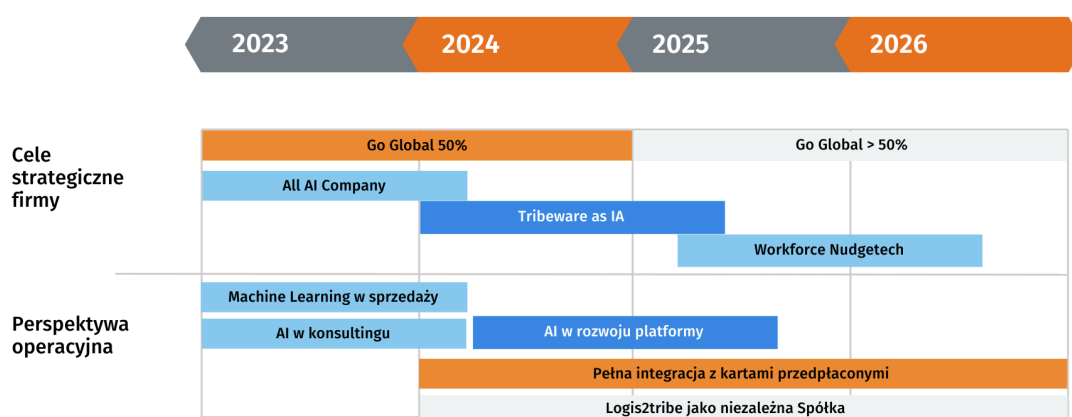
- W roku 2023 firma planuje skupić się głównie na kanale sprzedaży Outbound (sprzedaż wychodząca), w przeciwieństwie do dotychczas głównie wykorzystywanego kanału Inbound (strona WWW, kontakt inicjowany przez potencjalnych klientów z firmą). W tym celu zamierza rozpocząć współpracę z firmą doradcą, która wesprze One2tribe w uruchomieniu kanału na kilku rynkach (poza Polską jest to m.in rynek niemiecki). Planujemy, aby w ciągu roku od uruchomienia (do pierwszego kwartału roku 2024) przyniósł on około 1,5 mln złotych dodatkowego przychodu z tytułu licencji SaaS.
- W roku 2023 firma zamierza także otworzyć jednostkę, np. biuro, oddział, ew. podmiot gospodarczy (trwają analizy rynku) w Europie Zachodniej. Celem jednostki będzie obsługa klientów zagranicznych oraz międzynarodowych central klientów, których firma One2tribe obsługuje już dzisiaj w Polsce. Jednostka będzie skierowana na rynki Unii Europejskiej i będzie zależna od centrali w Polsce. Jej rozwój będzie zależał od wartości sprzedaży z kanału Global Outbound.
- Zmianą w procesie sprzedaży jest także wprowadzenie do niej mechanizmów sztucznej inteligencji, a w szczególności modeli maszynowego uczenia się (*Machine Learning*) oraz data science, pozwalających na oszacowanie potencjalnego zwrotu z inwestycji dla klienta (ROI). Taki model, przygotowany autorsko przez One2tribe na podstawie danych z wdrożeń, testowany jest obecnie w sprzedaży. Pozwala on faktycznie oszacować, ile dana firma może zyskać na wdrożeniu Tribeware. Model ma wspierać proces sprzedaży.
- Firma prowadzi także rozmowy na temat partnerstw i licencjonowania na innych rynkach.

W szczególności dotyczy to rynków takich jak USA/Kanada/RPA. Start na tych rynkach przesunął się z przyczyn niezależnych od One2tribe. Dlatego też Spółka zdecydowała się postawić na kanały, nad którymi ma większą kontrolę, traktując potencjalne partnerstwa jako model uzupełniający.

- W dłuższej perspektywie model procesowej organizacji sprzedaży przyjęty przez Spółkę opiera się na podobnych procesach stosowanych przez globalne firmy technologiczne i stanowi „best-practice” rynkowe (por. *Predictable Revenue - A.Ross, M.Tyler*).

## 5.4. Perspektywa operacyjna

# PERSPEKTYWA OPERACYJNA



Planowane zmiany w procesach operacyjnych:

- Firma zamierza zaimplementować wizję *All AI Company*, w której jej pracownicy i procesy wewnętrzne są wspierane przez sztuczną inteligencję. Proces ten został rozpoczęty pod koniec roku 2022 i jest kontynuowany obecnie. Zakłada on rozwój narzędzi takich jak:
  - modele predykcyjne ML dla sprzedaży (por. *Kanały sprzedaży*) oraz dla konsultingu,
  - narzędzia językowe dla konsultingu i supportu (tworzenie treści do scenariuszy na platformie, obsługa zgłoszeń), wdrożenie których zostanie zintensyfikowane w roku 2023,
  - dedykowane bazy wiedzy i modele AI wspierające konsultantów i administratorów systemu,
  - narzędzia dla klientów (samodzielnie obsługujących Tribeware), które wesprą ich w tworzeniu kampanii, zadań oraz ich weryfikacji.

Celem tych wszystkich działań jest minimalizacja kosztów obsługi systemu po stronie One2tribe, tak, aby wzrostowi przychodów nie odpowiadał analogiczny wzrost kosztów.

- Funkcjonalność AI zostanie także zastosowana do rozwoju platformy (w szczególności tworzenia prostych funkcjonalności np. nowe typy zadań dla pracowników). Obecnie trwają testy w tym obszarze. Pełne wdrożenie planowane jest na przyszły rok (2024), wraz z kolejnymi wersjami aplikacji Tribeware.
- Największe zmiany są planowane w obszarze obsługi nagród. Dzisiaj zajmuje się nimi spółka zależna One2tribe o nazwie Logis2tribe. Przygotowywane zmiany w tym obszarze to:
  - Przekształcenie Logis2tribe w firmę zajmującą się nie tylko logistyką, ale również skonsolidowanym dystrybuowaniem form płatności elektronicznych. Logis2tribe ma w tym obszarze współpracować z zewnętrznymi Instytucjami Płatniczymi (np. obecni partnerzy One2tribe).
  - Jednocześnie oferowane przez Logis2tribe funkcje doładowań kart będą dostępne wprost w aplikacji Tribeware. One2tribe zrezygnuje przy tym z bycia MIP (Małą Instytucją Płatniczą). Jest to

obszar niebędący kluczowym dla realizacji zadań, za to rodzący dodatkowe koszty organizacyjne i tworzący niepotrzebną konkurencję z potencjalnymi partnerami firmy.

- Uniezależnienie Logis2tribe od One2tribe jako jedynej odbiorcy nagród (obsługa systemów lojalnościowych i konkursowych firm trzecich np. agencji marketingowych).
- Planowana w dłuższym okresie czasu sprzedaż części udziałów Logis2tribe do zewnętrznego inwestora, który wesprze Spółkę logistyczną biznesowo, a także w pozyskiwaniu kolejnych klientów poza One2tribe.
- Nawiązanie współpracy z firmami podobnymi do Logis2tribe poza rynkiem polskim (Logis2tribe działa dzisiaj jedynie lokalnie, a One2tribe nie zamierza za jej pomocą budować sieci dostaw nagród na rynkach zagranicznych).

## 5.5. Perspektywa finansowa

- Firma nie publikuje prognoz finansowych, stąd na poziomie publicznie dostępnej strategii (poza Zarządem i managementem firmy) prezentujemy jedynie cele dotyczące wzrostu w perspektywie 2-letniej.
- Szacowany wzrost rynku, na którym działamy (z wyłączeniem rynku AI, którego wzrostu nie bierzemy bezpośrednio pod uwagę wprost ze względu na wielkość i aktualny *hype* rynkowy) to 25% CAGR w latach 2023 - 2026.
- Kluczowym celem finansowym jest uzyskanie wzrostu Spółki na poziomie minimum 50% r/r. pod kątem przychodu przy dodatniej EBITDA. Przyjęty cel bazuje na założeniu wzrostu ponad wzrost rynkowy. Plan zakłada osiągnięcie tego wskaźnika na koniec roku 2024 (względem 2023).
- Do końca roku 2024 przynajmniej połowa planowanych przychodów Spółki z tytułu licencji Tribeware powinna pochodzić z rynków zagranicznych. Do końca roku 2026 zdecydowana większość planowanych przychodów Spółki z tytułu licencji Tribeware powinna pochodzić z rynków zagranicznych.

## **6. Weryfikacja i raportowanie realizacji strategii**

Z uwagi na rozbudowaną strategię rozwoju One2tribe oraz liczbę zawartych celów, spółka przyjmie model kwartalnego rozliczania z realizacji swoich działań.

Ma to na celu transparentne podejście do oczekiwań inwestorów oraz swoisty dowód realizacji strategii.

## 7. Skróty

AI	Artificial Intelligence ( <i>sztuczna inteligencja</i> )
API	Application Programming Interface ( <i>interfejs programistyczny aplikacji/systemu</i> )
CAGR	Common Annual Growth Rate ( <i>średnia roczna stopa wzrostu</i> )
CV	Computer Vision ( <i>wizja komputerowa, interpretowanie obrazu przez maszynę</i> )
EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization ( <i>Zysk przed odsetkami, podatkami, amortyzacją i umorzeniem</i> )
IA	Intelligent Augmentation ( <i>inteligentne wzmocnienie</i> )
LLM	Large Language Model ( <i>duży model językowy - np. GPT firmy OpenAI</i> )
ML	Machine Learning ( <i>maszynowe uczenie</i> )
ROE	Return on Engagement ( <i>zwrot z zaangażowania</i> )
ROI	Return on Investment ( <i>zwrot z inwestycji</i> )