

Q3 2020 Coffeedesk

Raport



„Według sondaży przeprowadzonych w Wielkiej Brytanii tuż po złagodzeniu restrykcji, 55% respondentów wybrało ulubioną kawiarnię jako swoją pierwszą destynację.”



Łukasz Wichłacz
CEO Coffeedesk

Trzeci kwartał 2020 to wyjątkowy okres tego szalonego roku. Były to jedyne miesiące od momentu ogłoszenia pandemii, w których życie społeczne oraz handel mogły funkcjonować w miarę stabilnie, choć wciąż trudno mówić o normalności w tym okresie. Q3 rozpoczął się tuż po pierwszym *lockdownie* i zakończył jeszcze przed drugim, co pozwoliło niektórym biznesom odetchnąć i nabrać sił. Dla nas był to rekordowy kwartał. Liczba zamówień i klientów detalicznych wzrosła o połowę w porównaniu do Q3 2019. Eksport w kategorii brandów strategicznych także zanotował ponad 50% wzrostu przychodu.

Co może wydawać się zaskakujące, wzrosty na poziomie 30% w odniesieniu do zeszłego roku pojawiły się także w naszych kawiarniach, a lipiec przyniósł rekordowe przychody w obu showroomach. Badania przeprowadzone przez Allegra World Coffee Portal doskonale wyjaśniają to zjawisko. Według sondaży przeprowadzonych w Wielkiej Brytanii tuż po złagodzeniu restrykcji, 55% respondentów wybrało ulubioną kawiarnię jako swoją pierwszą destynację. To druga najpopularniejsza odpowiedź - kawiarnie nieznacznie wyprzedziła tylko wizyta u rodziny i przyjaciół! W naszych showroomach na własne oczy przekonaliśmy się, jak silna była tęsknota za chwilą spędzoną z kawą - czy to w towarzystwie własnych myśli, czy z przyjaciółmi.

Pomimo optymizmu, jaki niósł ze sobą trzeci kwartał, wiedzieliśmy, że nadal znajdujemy się na szalonej karuzeli, jaką funduje nam rok 2020. Wykorzystaliśmy ten bezpieczny przychodowo czas na usprawnienia w organizacji, plany poprawy efektywności i działania zabezpieczające przed kolejnymi trudnościami. Powołaliśmy Radę Nadzorczą składającą się ze specjalistów od sprzedaży, marketingu i IT. Naszym celem jest wzmocnienie i jeszcze szybszy rozwój tych strategicznych działów naszej organizacji. Z sukcesem zakończyliśmy wiele ważnych rekrutacji i otworzyliśmy kolejne. Dołączają do nas kolejni doświadczeni specjaliści. Rozpoczynamy nowe, niezwykle ekscytujące dla nas projekty, a efekty naszych działań będziecie mogli obserwować w najbliższych miesiącach. Nie mogę się doczekać, kiedy będziemy mogli się nimi z Wami podzielić.

Życzę Wam i sobie, by 2021 rok, oprócz energii do działania, przyniósł nam także więcej spokoju ducha!

Łukasz

Kluczowe dane

COFFEEDESK.PL

Raport Coffeedesk > > > > >



o **48%** wzrosła liczba klientów detalicznych

W Q3 2020 w porównaniu do Q3 2019



Wzrost przychodów o **47,63%** rok do roku

Przychody ze sprzedaży w Q3 2020 w Coffeedesk wyniosły ponad 19 mln zł, czyli o 47,63% więcej niż w Q3 2019



EBITDA w Q3 2020 to ponad **850 tys. zł**
Wzrost rentowności w stosunku do Q3 2019 o ponad 690 tys. zł.



Wzrost sprzedaży w kawiarniach o **29,63%**

Wzrost sprzedaży w porównaniu do Q3 2019



55,81% wzrostu zysku ze sprzedaży

Zysk brutto z Q3 2020 w porównaniu do zysku brutto w Q3 2019



Wzrost liczby zamówień o **44%**

Wzrost liczby zrealizowanych zamówień detalicznych w porównaniu do Q3 2019

Realizacja celów inwestycyjnych

Wdrożenie nowej platformy e-commerce B2C:

- w Q3 zakończyliśmy prace nad większością widoków UI (*user interface*) makiet i rozpoczęliśmy prace deweloperskie nad głównymi modułami platformy

Nowy showroom Coffeedesk wraz z salą szkoleniowo-treningową:

- w Q3 zakończyliśmy wszystkie prace i osiągnęliśmy pełną gotowość do otwarcia showroomu w Q4

Kawowa subskrypcja:

- w Q3 prowadziliśmy prace nad platformą sprzedażową i mechanizmami płatności cyklicznych
- sfinalizowaliśmy projekt brandingowej subskrypcji i opakowań



Wyniki finansowe

Q3 2020

Finanse w Q3 2020



W trzecim kwartale odnotowaliśmy wyraźny wzrost obrotów zarówno w B2B, jak i B2C. Przychody ze sprzedaży w tych kanałach wzrosły o 50% rok do roku.

W naszych showroomach odnotowaliśmy wzrost obrotów na poziomie 30%. Rentowność EBITDA w tym czasie osiągnęła poziom 4,37% - to wynik wyższy niż zakładany.

Poza rentownością zoptymalizowaliśmy także wskaźniki rotacji magazynowej oraz koszty logistyki i magazynu.

	Q3 2019	Q3 2020	różnica r/r	% r/r
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY (tys. zł)	13 195	19 480	6 285	48%
B2C (tys. zł)	3 509	5 245	1 736	49%
B2B (tys. zł)	8 644	13 041	4 397	51%
Showroomy (tys. zł)	913	1 184	271	30%
Zysk brutto ze sprzedaży (tys. zł)	3 997	6 228	2 231	56%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych (tys. zł)	3 996	5 491	1 495	37%
Zysk na działalności operacyjnej (tys. zł)	1	737	736	
EBITDA (tys. zł)	161	851	690	
EBITDA/obrót	1,22%	4,37%		

Sprawy korporacyjne

7 września 2020 roku przyjęliśmy rezygnację dotychczasowej Rady Nadzorczej i powołaliśmy nowych członków Rady: Filipa Fiedorowa i Piotra Rybińskiego, którzy wraz z Krzysztofem Lisem (powołanym do roli przewodniczącego Rady Nadzorczej) tworzą aktualną Radę Nadzorczą All Good SA. Zmiany mają na celu profesjonalizację organu, jakim jest Rada Nadzorcza.



Zdecydowaliśmy się na powołanie do Rady Nadzorczej osób, które swoją wiedzą i doświadczeniem wesprą nas w dziedzinach, w których chcemy rozwijać naszą organizację zarówno w krótkiej, jak i w dłuższej perspektywie. Krzysztof, Filip i Piotr to najwyższej klasy specjaliści w dziedzinie sprzedaży, marketingu i IT, a ich obecność pomaga nam efektywniej realizować strategię Coffeedesk. Wnoszą do naszej organizacji zarówno startupowe, błyskotliwe i innowacyjne myślenie, jak i ustrukturyzowaną wiedzę pochodzącą z największych korporacji.

Łukasz Wichłacz, CEO Coffeedesk



Krzysztof Lis specjalizuje się doradztwie strategicznym, rozwoju i skalowaniu biznesu dla zarządów i właścicieli firm z perspektywy członka rady nadzorczej, wirtualnego członka zarządu lub zewnętrznego doradcy, jest również executive coachem i mentorem. Przez ponad 20 lat kariery zawodowej pełnił funkcje menedżerskie wyższego szczebla w Polsce i Europie m.in. w Toshiba Europe GmbH, Grant Thornton, Allied Irish Bank czy Ernst & Young, zarządzając organizacjami, realizując projekty i programy corporate in-house start-up, new business development, corporate restructuring.



Filip Fiedorow posiada 18-letnie doświadczenie w zarządzaniu organizacjami oraz prowadzeniu zespołów marketingowych. Tworzył kampanie uznane za przełomowe w polskiej reklamie. Od 2016 roku pracuje w IKEA Polska, gdzie pełnił funkcję CMO oraz Dyrektora Rynku. Wcześniej przez 3 lata kierował działem marketingu sieci Lidl Polska. Przedtem przez 7 lat był związany z Kompanią Piwowarską. Wielokrotny członek jury Effie Polska oraz Euro Effie. Wyróżniony przez redakcję Media Marketing Polska tytułem CMO roku 2018.



Piotr Rybiński karierę zawodową rozpoczął w 2006 roku w P&G, gdzie był odpowiedzialny za rozwój w regionie EMEA globalnego systemu IT służącego do zarządzania funduszami sprzedażowymi. Pomysłodawca i twórca SaaS TakeTask.com. Od 6 lat w Lingaro jako lider Customer Experience wzmacnia kulturę klientocentryczną, odpowiada za satysfakcję klientów korporacyjnych (CSAT 4.4/5) i komunikację wewnętrzną. Certyfikowany coach MBTI. Członek Mensa.

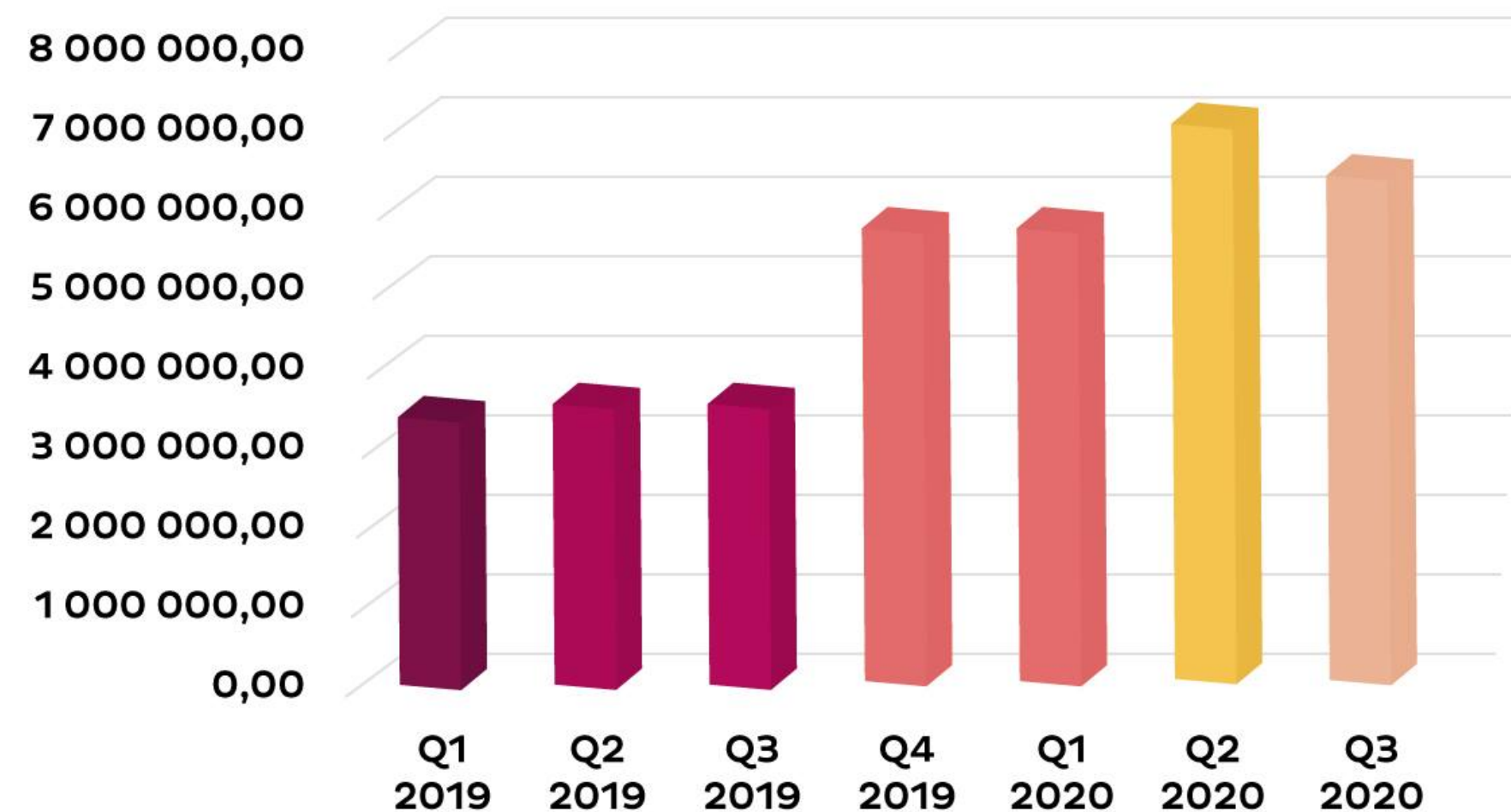
W obszarze sprzedaży

B2C

W trzecim kwartale przeprowadziliśmy szereg akcji komercyjnych, które okazały się dużymi sukcesami. Największe wzrosty miały miejsce w segmencie kaw specjalty, czyli w core naszego biznesu - w szczególności były one widoczne w kategorii kaw pochodzących z polskich palarni.

- Ponad **31 tys. zamówień** w Q3 2020 - to wzrost o 44% r/r
- Ponad **7 tys. nowych klientów** w Q3 2020 - ich liczba wzrosła o 48% r/r
- **49,46%** wzrostu przychodu r/r

Przychody w B2C

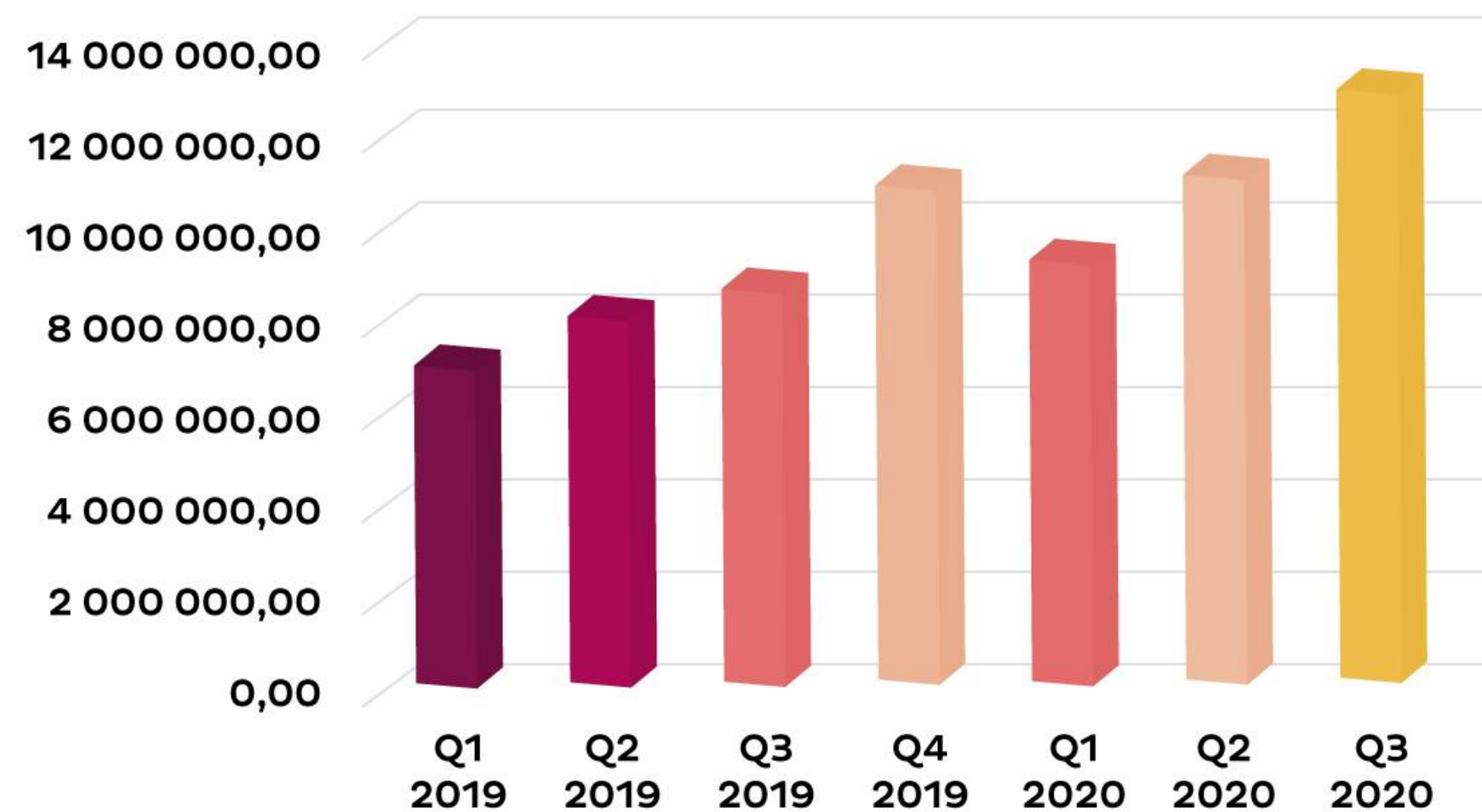


B2B

Zarówno w dziale B2B w Polsce, jak i w dziale zajmującym się eksportem w trzecim kwartale odnotowaliśmy duże wzrosty, zdecydowanie powyżej przewidywanego planu. Liczba zamówień w dziale B2B w Polsce wzrosła o 21% r/r, natomiast w dziale zajmującym się sprzedażą zagraniczną odnotowaliśmy wzrost liczby zamówień o 25%.

- Łącznie ponad **5 tys. zamówień** w dziale B2B w Q3 2020
- Wzrost eksportu w obszarze B2B o **25,49%**
- Eksport w kategorii brandów strategicznych zanotował ponad **50% wzrostu przychodu r/r**

Przychody w B2B

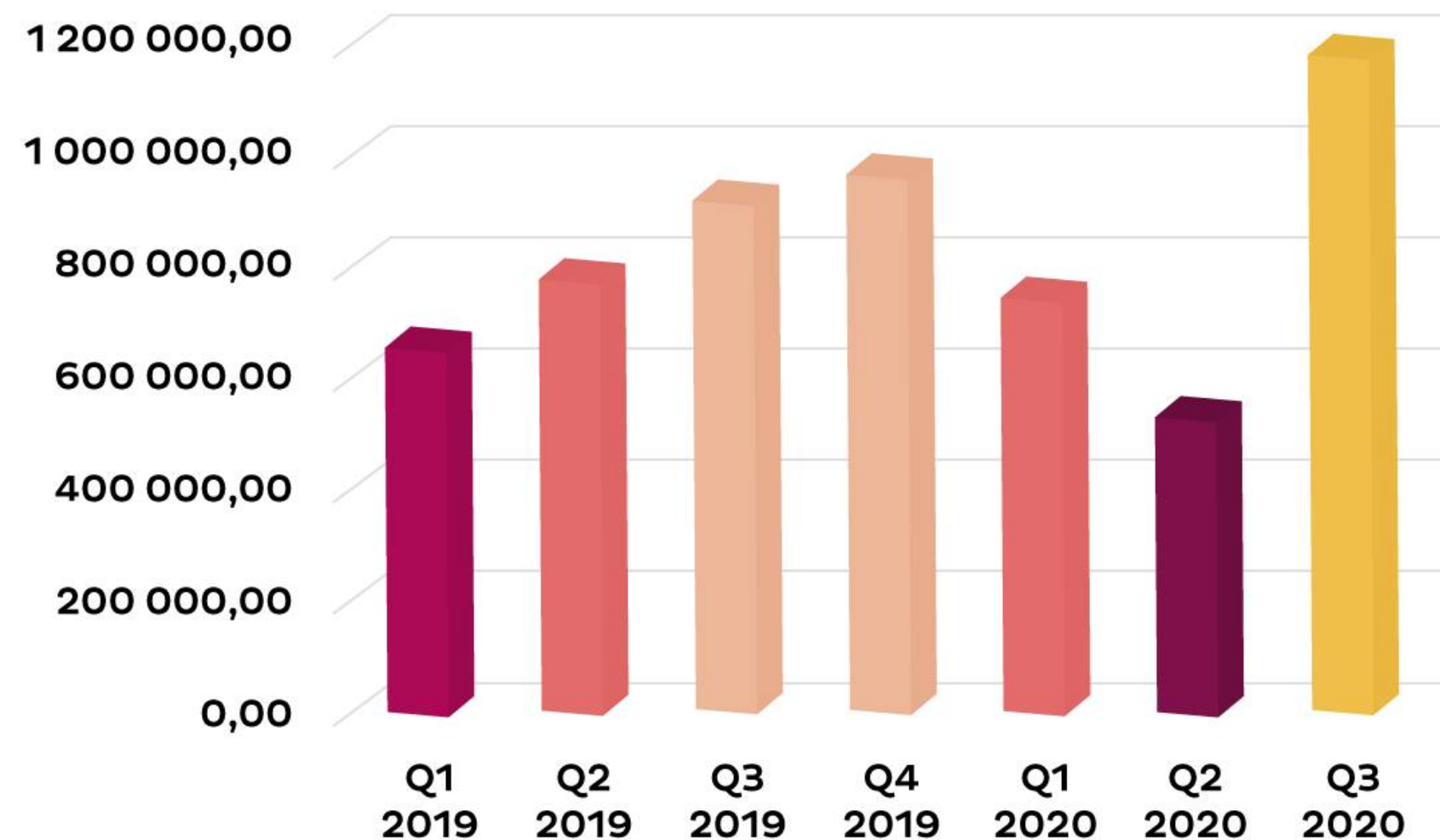


Wyniki kawiarni

Trzeci kwartał 2020 w naszych showroomach to utrzymanie zakładanych wzrostów i poziomu sprzedaży, nie tylko w odniesieniu do poprzedniego roku, ale również biorąc pod uwagę trudnienia związane z pandemią. Już miesiąc po ponownym otwarciu oba showroomsy odnotowały sprzedaż na poziomie wyższym niż w poprzednim roku. Koniec kwartału upłynął pod znakiem przygotowań do otwarcia trzeciego showroomu (drugiego w Warszawie).

- Wzrost przychodów obu showroomów o **29,63%** w Q3 r/r
- Mimo całkowitego zamknięcia obu showroomów w Q2 obecnie wzrost **+4,34% YTD r/r**
- Ponad **37 000** Klientów w obu showroomach w Q3 2020

Przychody showroomów



Wyłączność dystrybucyjna z Bialetti

Najważniejszym dla nas wydarzeniem trzeciego kwartału było podpisanie kontraktu na stałą, wieloletnią współpracę z włoską marką Bialetti. Staliśmy się tym samym **wyłącznym dystrybutorem produktów marki w Polsce!** Dlaczego to dla nas takie ważne? Bialetti to producent znanych na całym świecie kawiarek do parzenia kawy. Klasyczna Moka Express już od prawie stu lat jest nieodłącznym elementem wyposażenia każdego włoskiego domu, a od dziesięcioleci podbija świat. **Co minutę na świecie sprzedają się 3 kawiarki Bialetti!**

Za sukces marki odpowiada połączenie kilku elementów: elegancji, designu, najlepszych materiałów oraz wieloletniej historii. **Pierwsze prototypy powstały na zlecenie Alfonso Bialetti w 1933 roku.** Chciał on uszczęśliwić rodaków i umożliwić im przygotowanie w domu kawy, nie różniącej się w smaku od tej podawanej w kawiarniach. Designerski i modernistyczny ośmiokątny kształt urządzenia okazał się strzałem w dziesiątkę. Do tego, wykorzystanie pary do wytworzenia odpowiedniego ciśnienia sprawiło, że kawa jest na tyle mocna, że można porównać ją do tej z ekspresów ciśnieniowych. Moka odniosła natychmiastowy sukces, ale jej twórcy z pewnością nie śniło się to, jak bardzo stanie się popularna. **Do tej pory na świecie sprzedało się ponad 300 milionów egzemplarzy!**



Wyłączyność dystybucyjna z Bialetti

O kontrakt z Bialetti walczyliśmy przez kilka lat. Kilka razy umowa na wyłączność przemknęła nam koło nosa. Jednak **nasz upór w dążeniu do celu i opieranie biznesu na bliskich relacjach pozwoliły nam ostatecznie na podpisanie kontraktu.** Jesteśmy naprawdę dumni, że się udało!

Ze względu na wyjątkowość brandu, a także **wieloletni kontrakt**, Bialetti stało się jednym z naszych strategicznych partnerów. **Stworzyliśmy wewnątrz organizacji dedykowany Bialetti zespół, który dba o zwiększanie świadomości marki i sprzedaży** tej włoskiej ikony parzenia kawy w Polsce i poza jej granicami. Dzięki staraniom brand managera, kawiarki trafiły już do największych sieci w Polsce i pojawiły się w popularnych programach kulinarnych. A dopiero się rozpędzamy!



All Good Global

Akcjonariusze spółki na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu podjęli uchwałę o zgodzie na utworzenie podmiotu z udziałem Spółki, to jest spółki kapitałowej w formie prawnej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. **Rozpoczęcie procesu utworzenia spółki All Good Global to kolejny krok w stronę rozwoju na rynkach zagranicznych.**

Dział Sprzedaży B2B został wzmocniony przez zatrudnienie nowego Sales Director EU. Jego zadaniem będzie zwiększenie efektywności działań, strategiczne planowanie sprzedaży oraz opracowywanie strategii cenowych dla dedykowanych rynków zagranicznych.

W Q3 2020 otworzyliśmy dla Coffeedesk kolejne rynki - **pozyskaliśmy klientów z Mołdawii oraz Bahrajnu.**





Dziękujemy



COFFEEDESK.PL