



Raport roczny

2023

www.coffeedesk.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	<u>3</u>
2023 w liczbach	<u>5</u>
2023 w Coffeedesk	<u>9</u>
Nowy magazyn	<u>11</u>
Joint-venture w Dubaju	<u>13</u>
Nowa platforma B2C po rebrandingu	<u>15</u>
2023 oczami CFO	<u>18</u>
Dane finansowe	<u>19</u>
Omnichannel	<u>22</u>
B2C eCommerce: Wybrane wskaźniki	<u>23</u>
B2B: Wybrane wskaźniki	<u>27</u>
B2C kawiarnie: Wybrane wskaźniki	<u>31</u>
Ludzie Coffeedesk	<u>34</u>
Działania CSR w Coffeedesk	<u>39</u>
Co planujemy zrobić w 2024?	<u>40</u>
Struktura firmy	<u>44</u>



WSTĘP

Rok 2023 upłynął w Coffeedesk pod znakiem rozwoju. To rok bardzo intensywnych, długo wyczekiwanych przez nas zmian, które usprawniły naszą pracę, poprawiły doświadczenia naszych klientów i pozytywnie wpłynęły na wizerunek firmy. Przed najważniejszym z poziomu przychodów i najbardziej pracowitym dla nas czwartym kwartałem zdążyliśmy przenieść się do nowego magazynu oraz przygotować do wdrożenia ulepszoną wersję sklepu wraz z nowym brandingiem Coffeedesk. Nową identyfikację firmy przygotowała dla nas agencja BNA odpowiedzialna między innymi za rebranding sieci sklepów Żabka. Wspólnie pracowaliśmy nad nim od wielu miesięcy i nie mogliśmy się doczekać momentu, w którym wreszcie ujrzy światło dzienne.

2023 to także pierwszy rok działalności operacyjnej naszego joint-venture w GCC i oficjalnego podpisania umowy z naszym partnerem w Dubaju. To znaczące wydarzenie nie tylko z punktu widzenia przyszłego strumienia przychodów, ale także ogromny wpływ na postrzeganie Coffeedesk za granicą i perspektywy kolejnych tego typu działań. Ta współpraca wymagała od nas zagregowania i przekazania w jasny sposób całej wiedzy na temat naszego modelu biznesowego, co w przyszłości będzie łatwo aplikowalne na kolejne rynki i przygotowuje nas na dalszą ekspansję.



2023 zwieńczyliśmy rozpoczęciem prac nad nową strategią firmy. Dziś jesteśmy już na finiszu tego projektu, który wniósł do organizacji ogrom nowych umiejętności i możliwości, a także bardzo rozwinął kompetencje zespołu. Miniony rok dobrze przygotował nas na nadchodzące miesiące, na które patrzymy z dużym optymizmem.

Łukasz Wichłacz, CEO Coffeedesk

2023 W LICZBACH

Nasza EBITDA
wyniosła

2,52 mln zł



Wygenerowaliśmy
114 mln zł
przychodów ze
sprzedaży towarów



210
pracowników
i współpracowników
Coffeedesk



Mamy w ofercie
5 700
produktów
i **56** marek kawy

Jesteśmy wyłącznym
dystrybutorem

40
marek na polskim rynku

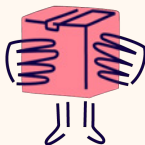
2023 W LICZBACH

ZAKUPY



Wprowadzone nowości zakupowe:

2207 SKU



Średnia **dostępność** produktów strategicznych we wszystkich kanałach wyniosła w kluczowych miesiącach

listopad-grudzień ponad **90%** z maksimum na poziomie 95%.

LOGISTYKA



Nasze produkty wysłaliśmy do

39 krajów



Przyjeliśmy

1 400 **dostaw** (2 371 paczek i 2 862 palety)



Do nowego magazynu przywieźliśmy

30 **naczep** towaru

2023 W LICZBACH

MARKETING



Nasz zasięg na Facebooku wzrósł o
45,5% rok do roku



Instagramie urośliśmy o
30% rok do roku.



Dołączyła do nas nowa Head of Marketing, która uporządkowała naszą pracę i wdrożyła nowe procesy. Poza dobrymi wynikami i aktywnym wspieraniem całej firmy w obszarach marketingowych byliśmy skupieni na działaniach team buildingowych, procesowych i strukturyzacyjnych.

KAWIARNIE

Prowadzimy już **4** kawiarnie oraz **1** nowy coffeepoint we współpracy z Answear i przygotowujemy się do otwarcia **6-go** lokalu na początku roku 2025.

W roku 2023 wydaliśmy w naszych kawiarniach m.in:



45 tysięcy cappuccino



prawie **30** tysięcy kubków szybkiego przelewu



38 tysięcy ciast

W przestrzeni edukacyjnej w kawiarni przy ulicy Próznej przeprowadziliśmy też ponad **200** warsztatów.

2023 W LICZBACH

CUSTOMER SERVICE



Parametr związany z proporcją
liczbą kontaktów do liczby
zamówień spadł o

12,5% rok do roku



Nasz dział Customer Service odpowiedział
na ponad

21 739 wiadomości



Wykonaliśmy na życzenie

6 030 rysunków (nie tylko kotów!)
na naszych paczkach



86% problemów, z którymi zgłaszają
się do nas klienci, rozwiązaliśmy w
pierwszym kontakcie

2023 W COFFEEDESK

luty:

Warszawski Festiwal Kawy - kawowa pracownia Coffeedesk na największej kawowej imprezie w Polsce



lipiec:

oficjalne rozpoczęcie działalności joint venture w Dubaju (objęcie 40% udziałów w spółce Coffee Desk General Trading)



grudzień:

rozpoczęcie pracy nad strategią na lata 2024 - 2028

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12

czerwiec:

przeniesienie obsługi kadrowo-płacowej od zewnętrznych dostawców do wnętrza organizacji

re-otwarcie naszej pierwszej warszawskiej kawiarni przy Wilczej po remoncie



październik:

uruchomienie nowego magazynu

rebranding

nowa wersja sklepu internetowego





2023 HIGHLIGHTS

NOWY MAGAZYN

W październiku 2023 przenieśliśmy się z dotychczasowego, używanego przez nas przez ponad 5 lat magazynu przy ulicy Sienkiewicza w Kołobrzegu, a także kilku innych mniejszych punktów, które do tej pory były nam niezbędne, do jednego obiektu przy ulicy Zachodniej w Kołobrzegu. Zachodnia to 4-ty i zarazem największy punkt magazynowy funkcjonujący od początku istnienia Coffeedesk. Jego powierzchnia to 3000 mkw., jest także wyposażony w część średniego składowania.

Co zyskałliśmy dzięki nowemu magazynowi?

- powierzchnię dostosowaną do naszych potrzeb;
- dostępność całego stocku dla wszystkich kanałów sprzedaży w jednym miejscu;
- wyeliminowanie wcześniejszych ograniczeń w przyjęciach dostaw;
- wdrożenie optymalnych stref przechowywania i nowych procesów magazynowych;
- skrócenie czasu kompletacji zamówień;
- możliwość bardziej elastycznego zarządzania zasobami.



NOWY MAGAZYN

2023 był przełomowym rokiem w kwestii logistyki dla firmy. Na początku października przenieśliśmy wszystkie operacje magazynowe do nowej hali położonej na obrzeżach Kołobrzegu. Przygotowania do tego trwały ponad 7 miesięcy. Obiektu, który spełniałby nasze potrzeby, poszukiwaliśmy długo i rozważaliśmy wiele opcji. Na początku 2023 znaleźliśmy miejsce bardzo niedaleko obecnej lokalizacji i po kilku tygodniach negocjacji 1 marca podpisaliśmy umowę. Kolejne tygodnie upłynęły na planowaniu procesu relokacji. Adaptacja techniczna i systemowa oraz odbiory zaangażowały bardzo wielu ludzi wewnątrz organizacji, ale też zewnętrznych wykonawców. Koordynacja wszystkich działań była ogromnym wyzwaniem, po pierwsze dlatego, że wcześniej nasze produkty znajdowały się w 3 różnych magazynach, a po drugie ponieważ wiedzieliśmy, że musimy zdążyć przed najgorętszym okresem w eCommerce, czyli ostatnim kwartałem roku. Niezbędne były zmiany w systemie ERP i WMS, co dodatkowo podniosło stopień trudności. Pod koniec sierpnia udało się zrezygnować z magazynów wspierających, a na początku października przenieśliśmy na Zachodnią całość operacji. Zasadniczą część przeprowadzki odbyła się w weekend, aby nawet na jeden dzień nie wyłączać magazynu z pracy, a żaden klient nie odczuł jakichkolwiek opóźnień z tego wynikających. W poniedziałek 9 października wszystkie zamówienia były wysyłane już z nowego magazynu.

Beata Siedlich, Head of Logistics

JOINT-VENTURE W DUBAJU

Oficjalnie rozpoczęliśmy działalność joint venture w Dubaju. Nasza specjalnie w tym celu założona spółka zależna All Good Global objęła 40% udziałów w spółce Coffee Desk General Trading, zarejestrowanej w Dubaju, a działającej na całym obszarze GCC. Udziały te objęliśmy przez wniesienie do spółki wartości niematerialnych, całość finansowania kapitałowego poniósł nasz lokalny partner R.O.R. Roastery (właściciel 60% Spółki).

Formalnie proces objęcia udziałów zakończył się w drugiej połowie 2023 r., ale spółka Coffee Desk General Trading prowadziła działalność operacyjną w całym 2023 r. Działalność prowadzona jest głównie w modelu B2B, ale posiada również własny showroom i sklep internetowy B2C coffeedesk.ae. Przychody ze sprzedaży w 2023 r. wyniosły 5,1 mln AED, a Spółka ma bardzo duży potencjał do rozwoju w kolejnych latach. Coffee Desk General Trading jest oficjalnym dystrybutorem na obszarze bliskiego wschodu (GCC) takich marek jak: Hario, Fellow, Urnex, Moccamaster czy Aeropress.





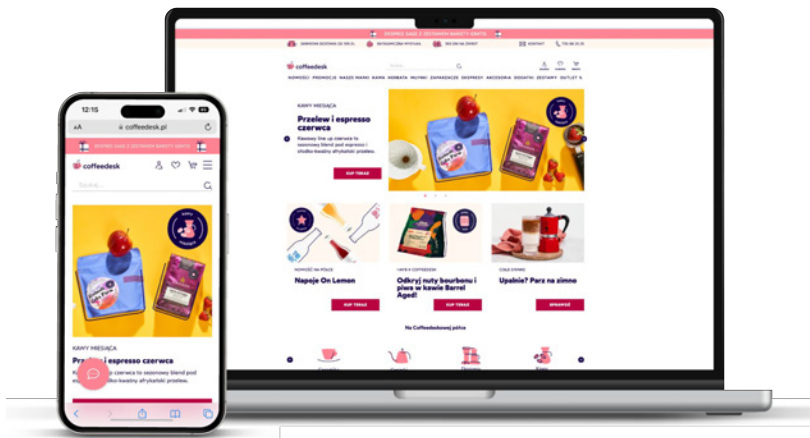
JOINT-VENTURE W DUBAJU

2023 to wyjątkowy rok dla naszej zagranicznej ekspansji i ogromne osiągnięcia na tym polu. Rynek GCC jest niezwykle chłonny i perspektywiczny, ale także bardzo wymagający. Nie udałooby się nam na nim zaistnieć, gdyby nie współpraca z lokalnym, bardzo wspierającym partnerem i długie miesiące wspólnej pracy spędzone na układaniu działalności operacyjnej. Joint-venture w Dubaju to duży krok w stronę rozpoznawalności brandu i element zacieśniający współpracę z naszymi dostawcami, którzy postrzegają nas już nie tylko jako firmę europejską, ale silnego partnera do współpracy na kolejnych prestiżowych rynkach. Ta współpraca była dla nas także okazją do zagregowania naszego know-how i stanowi ogromną bazę wiedzy na temat tego, jak tworzyć kolejne joint-ventures oparte na naszym modelu biznesowym. Na Dubaju nie zamierzamy poprzestać!

Marko Djuric, Global Business Development

NOWA PLATFORMA B2C PO REBRANDINGU

W październiku 2023 miały miejsce dwa ważne wydarzenia: podniesienie wersji Shopware oraz zmiany layoutów serwisu B2C. Na kilka godzin wyłączyliśmy Coffeedesk.pl dla klientów, aby wieczorem zaprezentować jego zupełnie nowe oblicze.



W kontekście użyteczności i zmian UX nowe layouty są dla nas rozpoczęciem procesu udoskonalania serwisu i transformacji Coffeedesk w kierunku stania się miejscem pierwszego wyboru dla konsumentów kaw, herbaty i sprzętu. Wzrost konwersji i pozytywny feedback klientów umacniają nas w tym, że to, co robimy, daje wymierne efekty. Nie ma lepszego wskaźnika, który może napędzać całą organizację do działania i dawać codziennie satysfakcję z działań. A to dopiero początek!



KAROLINA GÓRKA
Content Coordinator
& UX Designer

NOWA PLATFORMA B2C PO REBRANDINGU

Do wdrożenia nowej wersji strony uwzględniającej rebranding przygotowaliśmy się niemal cały rok. Zmapowaliśmy najważniejsze bolączki użytecznościowe klientów, namierzyliśmy biznesowe braki obniżające konwersję oraz wsłuchaliśmy się w potrzeby płynące wewnątrz organizacji. Do tego dodaliśmy coffeedeskowy brokat i esencję marki, którą w rebrandingu opracowała nam agencja BNA, odpowiedzialna między innymi za rebranding sieci sklepów Żabka. Nowy serwis to nowoczesny layout wpisujący się w trendy eCommerce, który oprócz prymarnej funkcji sprzedażowej komunikuje również wartości Coffeedesk: dobrą energię i humor, ale również wyjątkową obsługę klienta i satysfakcję płynącą (dosłownie, razem z lejącą się kawą) z zakupów.

Karolina Górka, Content Coordinator & UX Designer



**DANE
FINANSOWE**



2023 OCZAMI CFO

Rok 2023 był kolejnym rokiem stawiającym wiele wyzwań przed Coffeedesk. Otoczenie makroekonomiczne nie było sprzyjające, szczególnie na początku roku. Wysoka inflacja wpływała na wzrost kosztów działalności oraz mniejszy potencjał sprzedażowy, a utrzymujący się kurs USD do PLN wpływał niekorzystnie na nasze marże. Utrzymywały się również wysokie stopy procentowe mające wpływ na nasze koszty finansowania.

Jednocześnie prowadziliśmy liczne prace inwestycyjne, które miały przełożyć się na lepszą kondycję firmy w przyszłości. Najważniejszymi projektami były: nowe fronty naszego sklepu Coffeedesk wraz z wdrożeniem nowej identyfikacji wizualnej oraz przeniesienie do nowego magazynu centralnego o znacznie większej powierzchni. Dzięki temu sprawniej przyjmowane są dostawy i szybciej udostępniane do sprzedaży, przyspieszeniu uległo też przygotowywanie wysyłek do klientów. Kolejnym ważnym i kosztochłonnym projektem był remont kawiarni przy ul. Wilczej, która jest najdłużej działającą warszawską kawiarnią.

Nasze działania i projekty rozwojowe zaczęły przynosić pozytywne rezultaty pod koniec zeszłego roku i mają wpływ na utrzymanie trendu w roku bieżącym. Rok 2023 był dla nas powrotem do ścieżki wzrostowej i to w każdym naszym kanale sprzedaży, czego nie udało się osiągnąć w roku poprzedzającym.

Marcin Gardzielik, CFO

DANE FINANSOWE:

Zwiększyliśmy
EBITDA o
1,98 mln zł

W 2023 roku nasza
sprzedaż wzrosła o
11,5%
w stosunku do roku
2022



Nasz zysk ze
sprzedaży wzrósł o
35%



Sprzedaż w naszych
kawiarniach wzrosła o
16,7%

STRUKTURA PRZYCHODÓW W LATACH 2022-2023 (W MLN PLN):

	2022	2023	Dynamika
B2B	68,64	73,97	+8%
B2C eCommerce	21,55	26,28	+22%
B2C kawiarnie	10,30	11,96	+16%
Pozostałe	1,73	1,79	+3%
Razem	102,23	114,00	+12%

Największą dynamiką wzrostu przychodów cechował się kanał B2C, który urosł o **22% RdR**, a jego udział w strukturze przychodów All Good wzrósł z 21% do **23%**.

Drugie miejsce zajęły kawiarnie, które urosły o 16% i utrzymały się na stałym poziomie 10% udziału w całości przychodów.

WYBRANE ELEMENTY RACHUNKU ZYSKU I STRAT ZA 2022 I 2023:

Pozycja	Wartość na dzień 31.12.2022	Wartość na dzień 31.12.2023
Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	102 229 319	114 002 808
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-134 534	969 151
Zysk (strata) netto	-1 208 948	719 625
EBITDA	545 245	2 524 011
EBITDA %	0,5%	2,2%

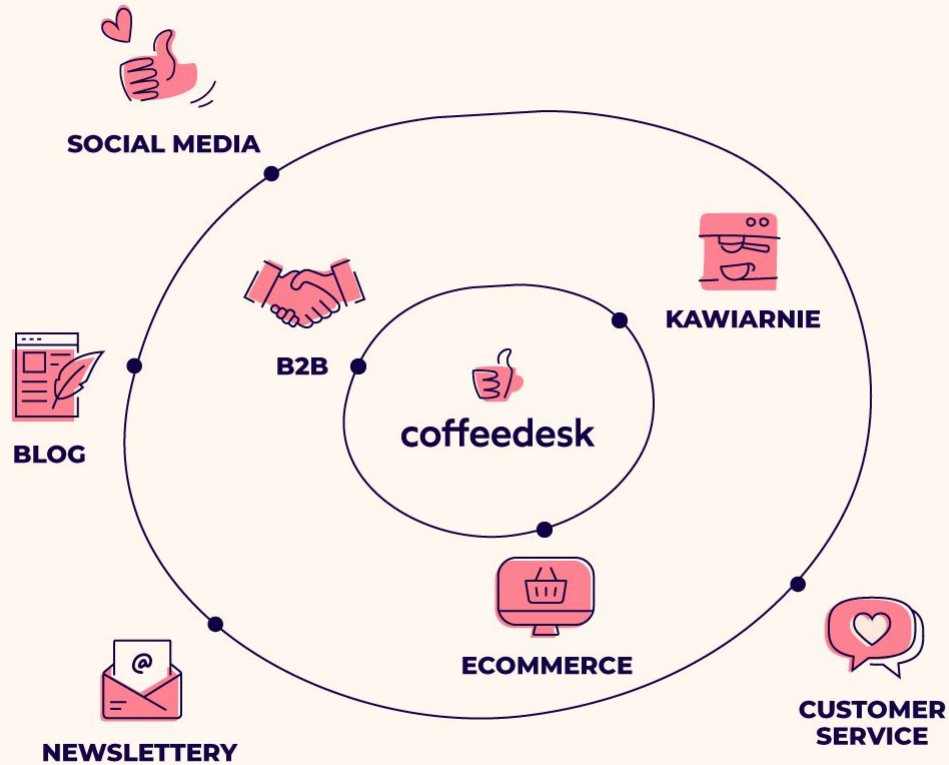
W 2023 roku nasza sprzedaż wyniosła **114,0 mln zł**, co oznacza wzrost o 11,8 mln zł RdR

EBITDA wzrosła o **1,9 mln zł**

Przychody B2C wzrosły o 4,7 mln zł

O **1,1 mln zł** wzrósł nasz wynik na działalności operacyjnej

OMNICHANNEL





B2C ECOMMERCE: WYBRANE WSKAŹNIKI

B2C ECOMMERCE: WYBRANE WSKAŹNIKI

B2C	2022	2023	Dynamika
Przychody (PLN)	21 554 890	26 282 851	+22%
FCR	85,2%	85,8%	+0,7%
Nowi klienci	28 249	40 820	+45%
Wizyty na stronie	4 026 531	4 917 033	+22%

W 2023 obrót działu sprzedaży B2C eCommerce **wzrósł o prawie 22%** w stosunku do 2022 roku.

W 2023 wskaźnik spraw rozwiązanych przy pierwszym kontakcie z naszym Customer Service (FCR) wyniósł 85,8% - czyli zdecydowaną większość problemów rozwiązujemy "od ręki".



B2C ECOMMERCE W 2023

Rok 2022 był dla nas jak rollercoaster, natomiast rok 2023 bardziej przypominał wspinaczkę - z kwartału na kwartał byliśmy w stanie sukcesywnie poprawiać naszą dynamikę wzrostów sprzedaży. Skupiliśmy się przede wszystkim na coraz lepszym wykorzystaniu technologii - wdrożonej w 2022 platformy Shopware oraz powiązanego narzędzia marketing automation. Ustanowiliśmy też nowy sposób planowania i wdrażania działań komercyjnych, który znacznie ułatwił koordynację z pozostałymi obszarami w firmie.

Przeprowadzka do nowego magazynu znacznie poprawiła kwestię dostępności produktów i czasu realizacji zamówień. Relokacja magazynu nie wpłynęła również negatywnie na naszych klientów i nie skutkowała wzrostem kontaktu z naszym Customer Service. Parametr związany z proporcją liczbą kontaktów do liczby zamówień spadł o 12,5% rok do roku.



ZBIGNIEW IWAŃSKI
eCommerce Manager

Q4 2023 zamknęliśmy na poziomie przychodów o 49% powyżej poprzedniego roku, a w perspektywie całego 2023 - istotnie poprawiliśmy wszystkie parametry biznesu: od liczby wizyt na stronie, przez średni koszyk, po współczynniki konwersji. Przede wszystkim jednak widzimy efekty w miejscu, które jest dla nas kluczowe - zadowoleniu naszych klientów. W grudniu 2023 osiągnęliśmy wynik Trustscore 4.93/5 w badaniu firmy Trustpilot, co stawia nas w gronie najlepiej ocenianych sklepów internetowych na świecie pod kątem jakości obsługi.

Mamy jeszcze obszary, w których musimy się mocno poprawić i to one stanowią oś naszych działań w 2024 - przede wszystkim są to kwestie związane z analityką i lepszym wykorzystaniem danych, oraz dalszym rozwojem UX/UI serwisu.

Zbigniew Iwański, eCommerce Manager



B2B: WYBRANE WSKAŹNIKI

Przychody kwartałami od Q1 2022 do Q4 2023



B2B: WYBRANE WSKAŹNIKI

Przychody całego działu sprzedaży B2B wzrosły o **ponad 5,3 mln PLN** czyli o **8%**.

Przychody działu sprzedaży B2B Eksport wzrosły z niespełna 37 mln zł w 2022 do blisko **40,5 mln zł** w **2023 roku** czyli o **niemal 10%**.

Dział sprzedaży B2B w Polsce zwiększył przychody o **6% r/r** do poziomu **33,5 mln zł**.

Dział B2B w 2023 roku obsłużył klientów reprezentujących **39 krajów**.

Przychody	2022	2023	Dynamika
B2B	68 639 680	73 970 613	+8%



B2B W 2023

2023 był rokiem zdrowego, stabilnego, organicznego wzrostu biznesu dystrybucyjnego All Good. Taktyka oparta była na koncentracji działań handlowych wokół kluczowych rynków (Polska, Niemcy, Czechy i Słowacja, Dania, Szwecja, Finlandia, kraje Bałtyckie, Rumunia i Benelux), brandów (Aeropress, Bialetti, Comandante, Fellow, Hario, Moccamaster i Urnex) oraz klientów. Dynamika wzrostów sprzedaży w każdym wskazanym przekroju znacząco przekroczyła wyniki pozostałych rynków, brandów i klientów. Drugim elementem wzrostów był rozwój części eCommerce B2B - obsłużyliśmy niemal 10% więcej klientów.

Warto zaznaczyć, że 2023 należał do marki Fellow. To właśnie amerykański producent akcesoriów zanotował najwyższy wzrost sprzedaży spośród wszystkich najważniejszych brandów w dystrybucji. Duży wkład w to miała najważniejsza premiera produktowa 2023 czyli zdobywca wielu nagród i bardzo pożądaný produkt na rynku: młynek elektryczny Fellow ODE 2.0. Producent planuje w najbliższych latach dynamiczne poszerzanie oferty oraz wejście w nowe kategorie produktowe, co uważam za ważny filar rozwoju w kolejnych okresach. All Good jest największym partnerem handlowym marki nie tylko na terenie Europy ale również całego świata (m.in. dzięki współpracy w ramach naszego joint-venture w GCC).



Wciąż zbyt duży dług technologiczny w narzędziach, jakim posługiwał się w 2023 zespół B2B, rekompensowany był doskonałością operacyjną. Platforma eCommerce z nie przystającą do oczekiwań klientów wersją mobilną, brak narzędzi marketing automation oraz niezintegrowany właściwie system CRM to największe wyzwania technologiczne, które w 2024 są konsekwentnie rozwiązywane.

Marcin Zamaro, Head of B2B Sales



B2C KAWIARNIE: WYBRANE WSKAŹNIKI

B2C KAWIARNIE: WYBRANE WSKAŹNIKI

Przychody (PLN)	2022	2023	Dynamika
Bajkowe	1 147 062	1 037 221	-9,6%
Próżna	2 618 309	3 395 719	+26,1%
Tamka	3 008 645	4 318 505	+43,5%
Wilcza	3 528 384	3 300 471	-6,5%
Razem	10 302 400	11 956 668	+16,1%

W roku 2023 utrzymujemy zeszłoroczną dynamikę sprzedaży.

Półki sprzedażowe utrzymały zeszłorocznego poziom **45%** udziału w sprzedaży w kawiarniach, co stanowi znakomite dopełnienie całego przychodu i pokazuje skuteczność naszej oferty.

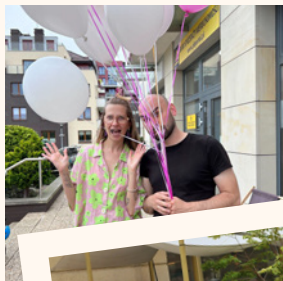


B2C KAWIARNIE W 2023

W sprzedaży nadal królują kawy mleczne. Po raz pierwszy w historii sieci w top 15 naszych produktów sprzedawanych na barze znalazły się także napoje na bazie matchy, co wskazuje dobry trend dla oferty alternatywnych napojów do kawy. W kategorii przelewów ręcznych zdecydowanie wybija się nowy produkt roku 2023: *turbo przelew*, na którym serwujemy wysokiej jakości ziarna z najlepszych palarni w Europie.

Wynik NPS za rok 2023 to 70, a roczny wskaźnik ocen na Google w opiniach klientów wyniósł 4,6, co stawia nas na bardzo wysokiej pozycji wśród konkurencji. W roku 2023 możemy zobaczyć w praktyce jak działa dobrze zorganizowany i skoncentrowany na wyniku zespół oraz jakie korzyści płyną z przygotowanego systemu premiowego doceniającego dobre praktyki i sprzedaż. W roku 2024 koncentrujemy się na rozwoju sieci oraz wzmocnieniu wizerunku całej marki (o czym więcej w sekcji: Plany na 2024).

Krzysztof Mika, Head of Retail



LUDZIE COFFEEDESK

Mocą napędową Coffeedesk są ludzie - ich energia, pasja i zaangażowanie. To 210 kawowych entuzjastów w trzech miastach Polski. Poznajcie osoby, które dołączyły do nas w 2023 roku - na co dzień możecie spotkać je w naszych kawiarniach, biurach i magazynach, gdzie dbają o to, by Wasz dzień był lepszy dzięki kubkowi dobrej kawy.

- **Oskar Trojak**, Specjalista ds. Amazon Vendor
- **Zuzanna Kozioł**, Młodsza Specjalistka ds. Obsługi Klienta
- **Rafał Aleksin**, Category Manager / Team Leader
- **Edyta Kaczorowska**, PHP Developer
- **Ania Posobkiewicz**, Junior Category Manager
- **Magda Rzepka**, Head of Marketing
- **Julita Marszałek**, Specjalistka ds. Kadr i Płac
- **Martyna Hop**, Junior Category Manager
- **Maria Knapik**, Młodsza Księgową
- **Michał Wiśniewski**, Procurement Manager

Ulubiona kawa:

duży przelew
zimna
ta, której jeszcze nie wypilem!
pierwsza kapuczina z rana
flat white na grochowym
bez słodzenia, z charakterem
wypita zanim wystygnie :)
czarna bez cukru
w schronisku w górach
latem z tonikiem, zimą z miodem

ŁUDZIE COFFEEDESK



- **Martyna Malinowska**, Młodsza Specjalistka ds. Obsługi Klienta
- **Patryk Fabisiak**, Junior IT Help Desk
- **Magda Wierzbicka**, B2B Marketing Specialist
- **Alicja Adamczyk**, Specjalistka ds. Obsługi Klienta Biznesowego
- **Michał Kubisz**, Digital & Paid Social Specialist
- **Asia Kaczanowska**, IT Project Manager
- **Sergiusz Nikolenko**, PHP Developer
- **Patrycja Bochenek**, Młodsza Specjalistka ds. Obsługi Klienta

Ulubiona kawa:

ta na spacerze po parku

szybkie espresso
z przyjaciółką i bitą śmietaną
niedojrzała, bo zawsze z mleczkiem

ostygła przy dyskusji
czarna, mocna - na rozbieg
na rynku średniowiecznego miasta
ta, która nie zadaje pytań tylko
rozumie ;)



LUDZIE COFFEEDESK

Co roku przybywają do Coffeedesk nowi ludzie, którzy pozwalają nam się rozwijać, ale nic by się nie wydarzyło, gdyby nie duch i DNA marki przekazywane przez osoby, które są z nami najdłużej. Ludzie którzy o Coffeedesk wiedzą wszystko i są z nami już od 10 (!) lat opowiadają o tym, co się przez ten czas zmieniło.

Przez dziesięć lat pracy w Coffeedesk zmieniło się wiele, jednak jedno pozostało bez zmian, wciąż z taką samą ekscytacją i radością rozpoczynam każdy dzień pracy. Wyzwania i problemy są inne, ale budująca jest świadomość, że firma intensywnie się rozwija, a my razem z nią, wciąż pozostając fajnym miejscem, nie tylko do zarabiania pieniędzy, ale też poznawania ciekawych ludzi. Podobno “bycie coffeedeskiem” to trochę styl życia i trudno mi się z tym nie zgodzić. Once you go coffeedesk, you never go coffeedesk back, co tylko potwierdza fakt, że wiele osób, które zakończyło karierę w firmie, wciąż jest z nami związane sentymentalnie, wpadają na eventy, utrzymują bliskie relacje z ekipą.

Paulina Władzińska, Social Media & Influencer Marketing



LUDZIE COFFEEDESK

Trudno podsumować 10 lat życia w kilku zdaniach. Celowo piszę "życia", bo Coffeedesk to nie tylko praca. To ludzie, znajomości, przyjaźnie, wsparcie i ciągła nauka. Nie sądziłam dekadę temu, przyjmując ofertę na stanowisko eCommerce specialist, ani, że będę tu do dziś, ani jak potoczą się moje zawodowe losy. Z biegiem lat zmieniło się wiele - kiedy zaczynałam swoją przygodę cały team siedział w jednym pokoju, wszyscy robili wszystko, co było potrzebne, bez szczegółowego podziału zadań czy opisu stanowisk, magazyn mieścił się za ścianą. Dekadę później pracujemy z wielu lokalizacji, codziennością jest tryb online, nie mówiąc już o kilkunastokrotnym wzroście zatrudnienia. Dołączyło do nas wiele osób, od których możemy się uczyć, dzięki czemu profesjonalizujemy się w każdym obszarze. Ale jedno jest niezmiennie - satysfakcja na koniec dnia z tego, co się robi, a duża w tym zasługa ludzi, z którymi dzieli się codzienne trudy pracy i można na nich polegać. Przetrwaliśmy wspólnie niejedną burzę i jednak zawsze później wychodziło słońce. Najlepszym dowodem na to, że praca nie musi być tylko "złem koniecznym" i można robić ciekawe rzeczy jest fakt, że ciągle tu jestem i chcę być, a taki staż w jednym miejscu pracy w dzisiejszych czasach nie jest czymś powszechnym i oczywistym.

Beata Siedlich, Head of Logistics



LUDZIE COFFEEDESK

Gdy zaczynałem 10 lat temu w Coffeedesku, nie mogłem się spodziewać, że to będzie taka niesamowita podróż. Dołączając do wspaniałej grupy unikalnych 12 osób przeczuwałem, że jesteśmy w stanie osiągać coś wielkiego. 10 lat później Coffeedesk to najbardziej rozpoznawalna marka w kawowej branży. Z roku na rok się zmieniło wiele, wraz z rozwojem firmy, natomiast zawsze pozostaliśmy wierni swoim przekonaniom i ideom. Jak to bywa w każdej firmie, jest mnóstwo wyzwań, ale powodem tego, że zmierzamy tak wysoko i osiągamy wielkie rzeczy, są przede wszystkim ludzie. Wsparcie, pomocna dłoń, przyjaźń, coś o wiele więcej niż same relacje jako „koledzy z pracy”, to jest moc Coffeedesku i klucz naszych sukcesów.

Marko Djuric, Global Business Development



DZIAŁANIA CSR W COFFEEDESK

Jak co roku w Dzień Kota stworzyliśmy kawę, która wspiera bezdomne koty w Kołobrzegu - 5 zł z każdej paczki przekazaliśmy do Stowarzyszenia NIE NASZE KOTY - Wolontariusze Kołobrzeg, w tym roku było to 2000 zł.

Aktywnie zaangażowaliśmy się także w promocję kundelkowej kawy, z której sprzedaży 20 zł per paczka trafiło do Schroniska w Korabiewicach Viva.

Jak zwykle zaangażowaliśmy się także w WOŚP - w naszych licytacjach zebraliśmy ponad 4000 zł.

CO PLANUJEMY ZROBIĆ W 2024?



NA CZYM PLANUJEMY SKUPIĆ NASZE DZIAŁANIA W 2024?

B2B

- budowa zdywersyfikowanej struktury lojalnych klientów;
- rozwój platformy eCommerce B2B;
- systematyczny wzrost rentowności oraz efektywności kosztowej i procesowej.

B2C ECOMMERCE

- analityka i lepsze wykorzystanie zagregowanych danych;
- dalszy rozwój UX/UI serwisu;
- systematyczny wzrost rentowności oraz efektywności kosztowej i procesowej.

NA CZYM PLANUJEMY SKUPIĆ NASZE DZIAŁANIA W 2024?

B2C KAWIARNIE

- rozwój sieci, rozpoczynamy pracę budowlano projektowe, aby rok 2025 powitać w naszej sieci nową kawiarnią w inwestycji The Form przy ulicy Miedzianej;
- wzmocnienie wizerunku całej marki, rozpoczynając eksperymentalną współpracę ze sklepem odzieżowym Answear (w Fabryce Norblina powstał concept store, w którym znajdzie się nasza wyspa kawowa);
- utrzymanie poziomu obsługi na najwyższym poziomie i stały rozwój talentów (wypracowanie standardów, certyfikacja, audyty);
- utrzymanie wysokiej jakości dostępnych dla klientów pozycji menu.

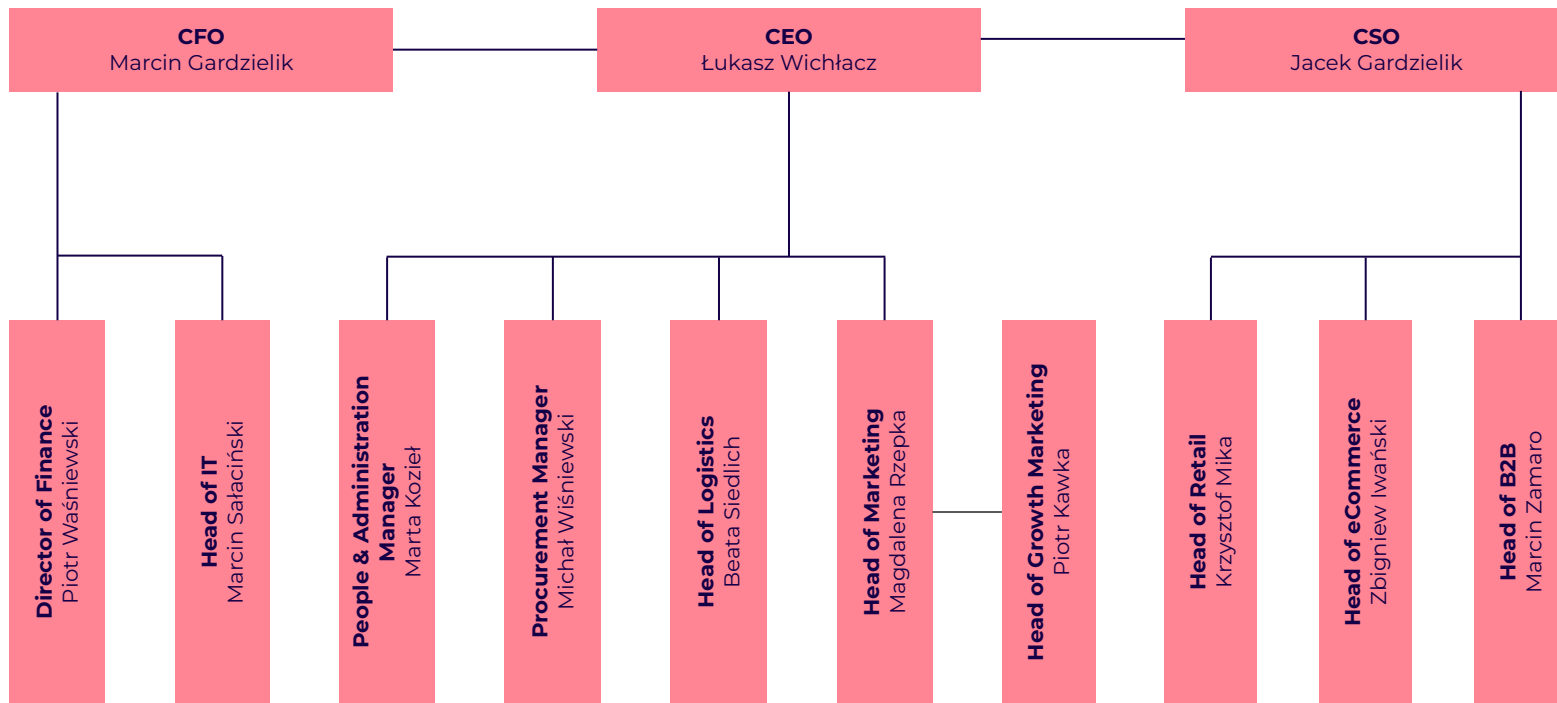
PLANY NA KOLEJNE LATA

STRATEGIA

W grudniu 2023 rozpoczęliśmy kilkumiesięczną pracę nad 5-letnią strategią Coffeedesk, angażującą cały zespół. Strategia przewiduje rozwój każdego z trzech istniejących kanałów sprzedaży i budowanie wartości poprzez omnichannel.



STRUKTURA FIRMY NA DZIEŃ 31.05.2024





coffeedesk

DZIĘKUJEMY!

ALL GOOD Spółka Akcyjna
ul. Mazowiecka 24I/U9, 78-100 Kołobrzeg
NIP 6711812675
REGON 321281341
KRS nr 0000773117

www.coffeedesk.pl