



Raport roczny

2024

www.coffeedesk.pl



SPIS TREŚCI

Wstęp	<u>3</u>
Sytuacja makroekonomiczna na rynku kawy	<u>5</u>
2024 w Coffeedesk	<u>7</u>
Nowa struktura zespołu zarządzającego	<u>8</u>
Value Creation Plan 2024-2028	<u>12</u>
Wybrane projekty strategiczne 2024	<u>19</u>
Dane finansowe i operacyjne	<u>26</u>
Ludzie Coffeedesk	<u>40</u>
Plany na 2025	<u>45</u>



WSTĘP

2024 to dla Coffeedesk początek nowej ery. Przez ponad dekadę zarządzaliśmy firmą w trzysobowym gronie właścicielskim. Przy obecnej skali naszych działań i wyzwaniach, jakie przyniosły nam poprzednie lata, a zarazem nieustającej chęci dalszego szybkiego rozwoju, podjęliśmy decyzję o rozszerzeniu kompetencji zespołu zarządzającego i zatrudnieniu General Managera o multidyscyplinarnym doświadczeniu w dużych organizacjach.

Przed rozpoczęciem współpracy stworzyliśmy z Magdą Małą strategię na lata 2024-2028, co utwierdziło nas w słuszności decyzji, zapewniło wspólną wizję i ułatwiło tranzycję. GM w strukturze zajmuje miejsce pomiędzy zarządem a naszym zespołem managerskim, umożliwiając zarządowi większe skupienie na tematach komercyjnych, kreatywnych, budowanie relacji z dostawcami i rozwijanie portfolio przy jednoczesnej świadomości dbania o zyskowność i operational excellence.

2024 upłynął pod znakiem profesjonalizacji i planowania strategicznego. Poświęciliśmy dużo czasu na analizy i przygotowanie do kolejnych lat, nie zaniedbując jednak działalności operacyjnej - zamknęliśmy rok rekordowymi przychodami i EBITDA na poziomie 3,3 mln zł.



Bardzo dobre wyniki - mimo trudnej sytuacji na rynku kawy i podwyżek cen ziaren - zawdzięczamy wzrostom we wszystkich kanałach, wykorzystaniu zwiększającej się skali, usprawnionej logistyce związanej z zeszłorocznymi przenosinami do nowego magazynu i sukcesywnej pracy nad obiema platformami, o czym bardziej szczegółowo piszemy w dalszej części raportu.

W 2024 przygotowaliśmy się do rozwoju sieci kawiarni, otworzyliśmy eksperymentalną wyspę w showroomie Answear i podpisaliśmy umowy na dwa kolejne lokale, a w momencie, w którym ten raport trafia w Wasze ręce, otworzyliśmy już szóstą kawiarnię Coffeedesk i rozpoczęliśmy przygotowania do otwarcia siódmej.

W 2025 spodziewamy się pierwszych efektów nowej struktury, planowania, optymalizacji i liczymy, że kolejne lata przyniosą jeszcze większą efektywność i wzrost wartości firmy.

Łukasz Wichłacz, CEO Coffeedesk

RYNEK KAWY W 2025



Kawa to jeden z najbardziej pożądaných produktów na świecie. Zgodnie z prawami ekonomicznymi, spadek dostępności ziaren wywołuje wzrosty cen, mimo prób utrzymania statusu quo przez palarnie i importerów. C-market price, cena kawy na giełdzie, która wyznacza cenę tego surowca na całym świecie, określana jest w odniesieniu do Brazylii, największego importera, który boryka się z dużymi problemami.

Rynek kawy w ogromnym stopniu uzależniony jest od klimatu, a ten w ostatnim czasie zdecydowanie nie sprzyja zbiorom. Intensywne opady deszczu i następujące po nich długotrwałe susze w krajach produkcyjnych, a szczególnie w Brazylii, doprowadzają do całkowitego rozregulowania cykliczności zbiorów, a także znaczącego spadku ich jakości. Na kryzys klimatyczny nakładają się także problemy geopolityczne, z których wynikają wysokie cła, czy trudności w dostawach.

Importerzy i palarnie muszą podejmować ryzykowne decyzje utrzymując w ofercie kawy o uwielbianym przez klientów profilu sensorycznym. Takie okoliczności tworzą jednak okazję do odkrywania kaw pochodzących z innych krajów i przełamywania przyzwyczajeń konsumentów. Naszą sprzedaż stabilizuje różnorodność, którą w Coffeedesk staramy się promować już od długiego czasu.



RYNEK KAWY W 2025

Należy pamiętać, że na ostateczną cenę kawy dla konsumenta składają się również czynniki obciążające sprzedawców zarówno w offline jak i e-commerce. Utrzymująca się inflacja, a także rosnące koszty pracy, logistyki oraz mediów w dłuższym terminie także przekładają się na ceny dla klientów.

Zakładamy podwyżki cen kawy, ale z drugiej strony widzimy dużą szansę dla sektora specjalty. Wysokie ceny sektora commodity mogą stworzyć możliwość na obniżenie progu wejścia do kategorii specjalty - różnice w kwotach są mniejsze, a w jakości - nadal bardzo duże. Wierzymy, że jakość przekona kolejnych miłośników kawy w długim terminie. Szans upatrujemy również w stale rosnącej świadomości ekologicznej młodych konsumentów i ich wysokich oczekiwaniach względem produktów które kupują.

Aż 89% klientów kawiarni Coffeedesk deklaruje, że zrównoważona produkcja i etyczne pochodzenie kaw jest dla nich ważne, a dla klientów coffeedesk.pl to nie cena (13%), a smak (72%) jest głównym czynnikiem decydującym o zakupie kawy.

2024 W COFFEEDESK



Dubai Coffee Festival (18.01) oraz World of Coffee Dubai (21-23.01) których sponsorem była nasza spółka w Dubaju

VALUE CREATION PLAN - STRATEGIA COFFEEDESK 2024-2028 trwające od końca 2023 prace nad strategią na lata 2024-2028 uwieńczone jej prezentacją w czerwcu 2024



Q1

Q2

Q3

Q4



Otwarcie kawiarni Coffeedesk w Showroomie Answear



Najciekawsza współpraca w SM i real time marketing - **dedykowana kawa z Olą Mirosław**

Gala Coffedeskowości - rozdanie nagród Coffeedesków Roku





**NOWA
STRUKTURA
ZESPOŁU
ZARZĄDZAJĄCEGO**



DECYZJA O ZATRUDNIENIU GENERAL MANAGERA

Podążając za strategicznym rozwojem spółki oraz zwiększaniem skali działalności, zarząd podjął decyzję o wzmocnieniu kluczowych kompetencji przywódczych i zarządczych w organizacji i zatrudnieniu General Managera. Uwaga zarządu będzie mogła się dzięki temu skupić na kwestiach związanych z ekspansją oraz kreacją nowych koncepcji strategicznego rozwoju. Nowa GM wnosi doświadczenie, które umożliwi zwiększenie doskonałości operacyjnej i podniesienie umiejętności zarządczych w spółce. Jest to naturalny ruch związany z rozwojem spółki na tym etapie.

Krzysztof Lis, przewodniczący Rady Nadzorczej



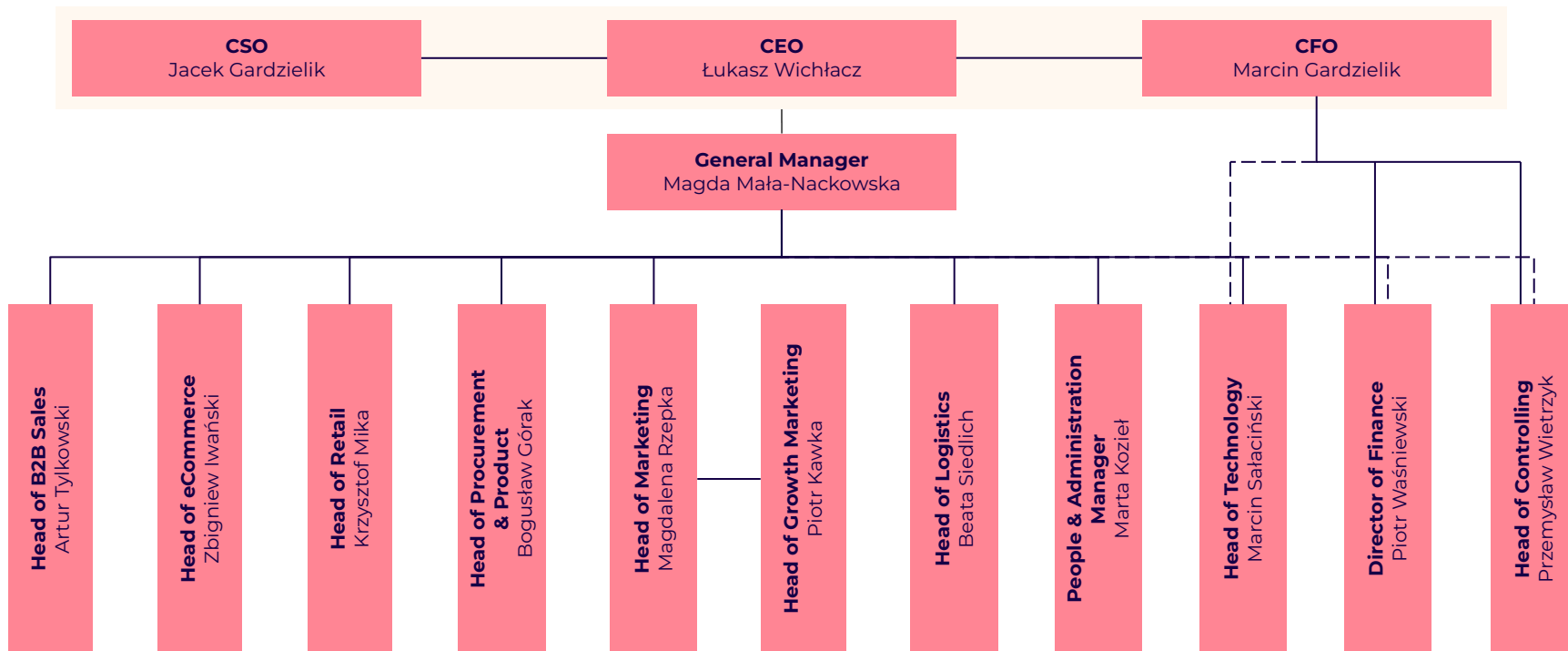
MAGDA MAŁA-NACKOWSKA

Magda ma doświadczenie w rolach managerskich w obszarze M&A i nadzoru właścicielskiego, prowadziła procesy integracji i podziału spółek oraz budowania strategii. Zaangażowana była w zarządzanie spółkami zależnymi na pozycjach CFO, COO, szefa sprzedaży. Większość życia zawodowego związana była ze światem inwestycji w obszarze internet & e-commerce.

Karierę rozpoczynała w 2006 r. w funduszu venture capital MCI Management. Przez ponad 13 lat związana była z inwestorami strategicznymi. 5 lat razem z Naspers realizowała strategię M&A dla Grupy Allegro, gdzie była odpowiedzialna za nowe inwestycje w sektorze e-commerce w Polsce i regionie CEE. 8 lat rozwijała się w holdingu Wirtualna Polska, gdzie realizowała transakcje M&A, prowadziła procesy integracji i podziału spółek (w tym międzynarodowych) i nadzorowała spółki portfelowe, niejednokrotnie schodząc do pracy operacyjnej na poziomie zarządów.

Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, gdzie zgłębiała tematykę rozwoju rynku Venture Capital/Private Equity oraz rynków alternatywnych. W 2013 obroniła pracę doktorską „Fundusze Wysokiego Ryzyka na Rynku NewConnect” i uzyskała tytuł doktora nauk ekonomicznych. W 2020 roku ukończyła Advanced Leadership Program for Top Talents, a w 2023 pełniła rolę Teaching Assistant w programie Leadership Academy for Poland. Jest założycielką inicjatywy KobiECE Perspektywy, której misją jest wspieranie i inspiracja kobiet w biznesie, by były gotowe sięgać po więcej.

STRUKTURA FIRMY NA DZIEŃ 18.06.2025r.





VALUE CREATION PLAN 2024-2028

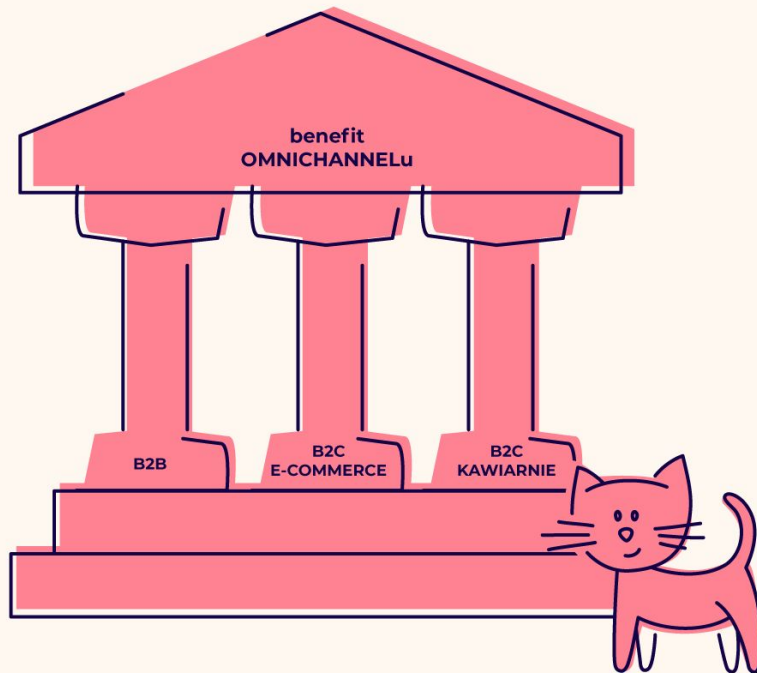


VALUE CREATION PLAN

Wspólnie z Zarządem i całym zespołem zarządzającym wypracowaliśmy nową strategię: Value Creation Plan dla Coffeedesk na lata 2024-2028. Strategia stała się Kompasem Coffeedesku i przypomina nam, że czasem tak samo ważne, jak to, co robimy, są decyzje, z czego zrezygnować.

- Sięgnęliśmy po dane rynkowe, przeprowadziliśmy własne badania z konsumentami i potwierdziliśmy potencjał do wzrostu zarówno w Polsce, jak i na rynkach europejskich.
- Przeprowadziliśmy liczne analizy wewnętrznie i dzięki temu:
 - odświeżyliśmy misję i wizję Coffeedesk;
 - uzupełniliśmy nasze wartości - nasze DNA pozostaje to samo, ale wraz ze wzrostem firmy chcemy wzmacniać nasz profesjonalizm;
 - uzgodniliśmy kierunki i cele strategiczne na najbliższe lata;
 - zoperacjonalizowaliśmy strategię wskazując konkretne inicjatywy strategiczne;
 - przez ostatni rok systematycznie monitorujemy postępy.
- Przyjęliśmy iteracyjne podejście do wypracowywania strategii, co oznacza, że wraz z nowymi danymi / analizami / wnioskami z naszych testów korygujemy wcześniej przyjęte założenia i dostosowujemy nasz kurs.

3 FILARY STRATEGII



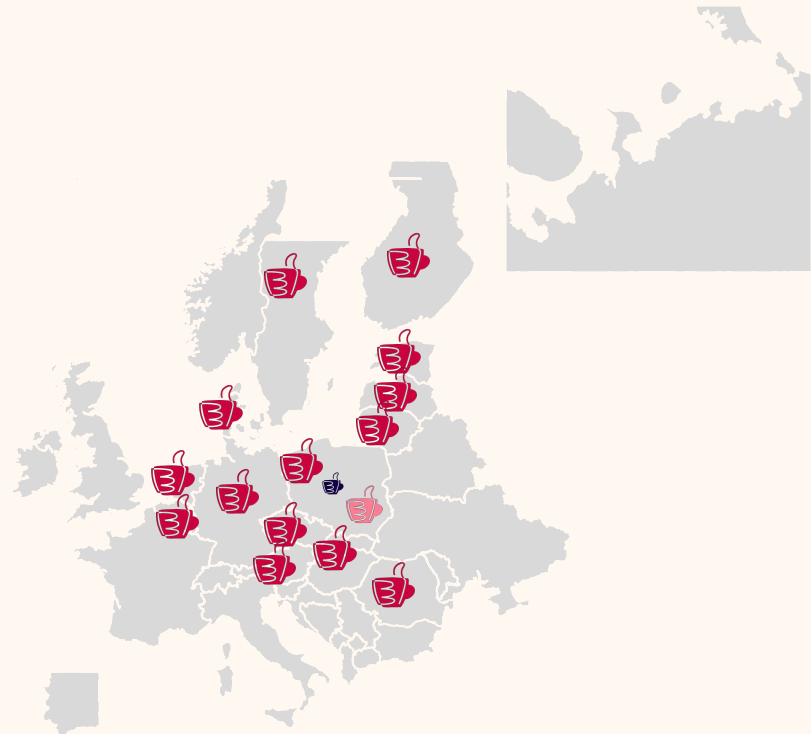
WIDZIMY POTENCJAŁ W KAŻDYM Z 3 KANAŁÓW

Pierwsze 2 lata to skupienie na wzmocnieniu fundamentów, by móc w pełni korzystać z potencjału rozwojowego w kolejnych latach.

PENETRACJA I EKSPANSJA RYNKÓW

W pierwszej fazie strategii skupiamy się na **penetracji rynków**, na których **już jesteśmy** i **budujemy gotowość na ekspansję**:

- **B2B:** Polska oraz top regiony UE: Niemcy, Czechy i Słowacja, kraje nadbałtyckie, kraje skandynawskie*,
- **B2C E-COMMERCE:** PL
- **B2C KAWIARNIE:** PL - Warszawa



*nie obejmuje Norwegii



Kawiarnie



E-COM



B2B

DLA NASZYCH KLIENTÓW CHCEMY BYĆ:



O KAWIE I AKCESORIACH SPECIALTY & PREMIUM



O RYTUALE PRZYJEMNOŚCI



O WYSOKIEJ JAKOŚCI I SELEKCJI



O WYJĄTKOWEJ OBSŁUDZE KLIENTA



O EKSPERCKOŚCI

MISJA

**SPRAWIAĆ, ŻEBY LUDZIE PILI LEPSZĄ KAWĘ...
Z PRZYJEMNOŚCIĄ**

Inspirując i zarażając pasją do odkrywania świata dobrej kawy oraz
połączonych z nią rytuałów

WIZJA

**Lider i ekspert w sprzedaży kawy i akcesoriów specjalty,
w Polsce i Europie,**
otwarty na klientów segmentu premium i komplementarne produkty
wprowadzający trendy rynkowe,
z lojalnymi klientami, unikalnymi produktami, rozpoznawalną marką
i siecią kawiarni w największych miastach Polski,
który towarzyszy swoim klientom w codziennych rytuałach przyjemności.



**WYBRANE
PROJEKTY
STRATEGICZNE
ZREALIZOWANE
W 2024**

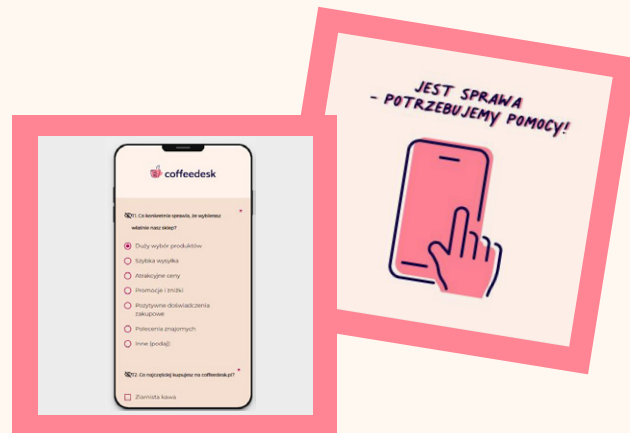
BADANIE RYNKU I KONSUMENTÓW



MAGDA RZEPKA
Head of Marketing

Rok 2024 był rokiem poznawania naszych klientów - zarówno obecnych, jak i potencjalnych. Kupiliśmy i przeanalizowaliśmy raporty rynkowe o kategorii kawy w Polsce i za granicą, wraz z agencją IQS przeprowadziliśmy badania segmentacyjne polskich kawoszy (ilościowe oraz jakościowe), szczególnie przeanalizowaliśmy opinie naszych klientów, a także przeprowadziliśmy ankiety wśród gości kawiarni i członków grupy Coffeedesk Kawowe Wsparcie na Facebooku. Kolejnym krokiem będzie przekucie zdobytej wiedzy w konkretne działania mające na celu dalszą poprawę doświadczeń naszych klientów oraz pozyskiwanie nowych.

Magda Rzepka, Head of Marketing





STRATEGIA PRODUKTOWA

W trakcie prac nad strategią pochyliłiśmy się również nad jednym z najważniejszych aspektów naszego biznesu, jakim jest asortyment. Uporządkowaliśmy, nazwaliśmy i spisaliśmy strategię produktową, posegmentowaliśmy naszą ofertę upewniając się czy adresujemy potrzeby wszystkich grup klienckich, stworzyliśmy szczegółowe wytyczne i kryteria dla wprowadzanych nowości, a także wdrożyliśmy nowe narzędzie (PIM), które ułatwi nam zarządzanie danymi produktowymi. Celem tych wszystkich działań było sprawienie, aby mimo planowanego dynamicznego rozwoju spółki nie stracić jednego z naszych najważniejszych wyróżników, jakim jest uważana selekcja produktów najwyższej jakości.

W tegorocznej ankiecie zaangażowania aż 88% pracowników odpowiedziało, że poleciłoby nasze produkty swoim znajomym. Wierzmy, że dzięki wdrożonej strategii i narzędziom uda nam się ten wynik utrzymać lub nawet jeszcze poprawić!

Magda Rzepka, Head of Marketing

WSZYSCY

N=120

Średnia = 9,24

Wynik: **Doskonały**



Krytycy 2,5%

Neutralni 15%

Promotorzy 82,5%



WZMOCNIENIE ANALITYKI I CONTROLLINGU

W 2024 r. położyliśmy duży nacisk na rozwój w obszarze analityki i controllingu. Obszar ten został wzmocniony personalnie i wyodrębniony w strukturze finansów. Skupiliśmy się na jeszcze lepszym dopasowaniu raportów zarządczych do specyfiki naszego modelu biznesowego, aby poprawić analizę rentowności kanałów sprzedaży. Rozwijaliśmy analitykę w obszarze zakupów, sprzedaży, marketingu i logistyki, wdrażając nowe narzędzia, raporty oraz KPI, które pomagają nam w podejmowaniu decyzji i rozwoju biznesu. W 2025 r. kontynuujemy prace w tym obszarze.

Przemysław Wietrzyk, Head of Controlling

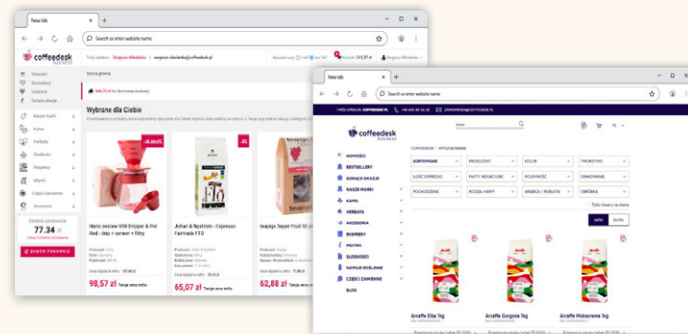


NOWA WERSJA PLATFORMY B2B

Platforma B2B przeszła metamorfozę nie tylko pod względem wyglądu dla klientów i wizerunkowo-kolorystycznej spójności z nowym brandingiem, ale przede wszystkim architektury rozwiązania, dzięki czemu system działa wielokrotnie szybciej, wykorzystując najnowsze rozwiązania technologiczne.

Dzięki tym zmianom Klienci mogą dokonywać zakupów szybciej i na dowolnym urządzeniu, także mobilnym, co wcześniej było utrudnione. Teraz doświadczenia zakupowe są dużo lepsze, co znajduje potwierdzenie w spływających do nas pozytywnych opiniach od aktywnych użytkowników.

Marcin Sałaciński, Head of Technology





POPRAWA ARCHITEKTURY SYSTEMÓW

2024 rok upłynął nam pod hasłem optymalizacji istniejących systemów, połączeń między nimi i wdrożeń nowych rozwiązań. Uruchomiliśmy nową platformę integracyjną, która stała się podstawą budowania wydajnych, niezawodnych i optymalnych połączeń między systemami. Dzięki temu jesteśmy w stanie szybko i efektywnie usprawniać komunikację, jednocześnie wdrażając nowe funkcjonalności.

Wdrożyliśmy nowy katalog produktów, który pozwala nam oferować klientom lepsze i pełniejsze dane produktowe. Mamy dodatkowo większe możliwości zapewnienia zgodności z dyrektywami i przepisami ukierunkowanymi na prezentację wiarygodnych informacji o naszej ofercie.

Marcin Sałaciński, Head of Technology

NOWE KAWIARNIE

w 2024 rozpoczęliśmy i zakończyliśmy z sukcesem negocjacje umów dla dwóch nowych kawiarni, które planujemy otworzyć w roku 2025. Jedną z nich jest nasza pierwsza kawiarnia w nowoczesnym ekologicznym budynku biurowym: The Form przy ulicy Pańskiej 97 w Warszawie. Ta szósta już kawiarnia w sieci rozpoczęła swoją działalność 1 maja 2025.

Drugą zaplanowaną w 2024 i realizowaną w 2025 inwestycją jest długo wyczekiwana lokalizacja przy ul. Nowy Świat, gdzie powstanie zupełnie nowa odsłona kawiarni, która za dnia będzie działać jak inne dobrze znane lokale Coffeedesk, a wieczorem będzie zamieniać się w miniklub z elektroniczną muzyką na żywo, najnowocześniejszym nagłośnieniem klubowymi kreatywną kartą koktajli. Otwarcie planujemy na jesień 2025. Rozpoczęliśmy już także szukanie nowych lokalizacji pod budowę kolejnych kawiarni w roku 2026.

Krzysztof Mika, Head of Retail



KRZYSZTOF MIKA
Head of Retail





DANE FINANSOWE I OPERACYJNE



2024 OCZAMI CFO

Po kilku latach sporych zawirowań związanych z sytuacją makroekonomiczną utrudniającą pracę operacyjną spółki oraz możliwości generowania zysków, rok 2024 był powrotem do względnej stabilności. Nasze prace optymalizacyjne z poprzednich lat, inwestycje poczynione od strony technologicznej, a także te dotyczące logistyki i magazynu zaczęły przynosić efekty w postaci wzrostu dynamiki sprzedaży oraz lepszej struktury kosztowej. Wszystkie kanały sprzedaży w Coffeedesk zanotowały wzrosty sprzedaży w porównaniu do roku poprzedzającego. Struktura przychodów była zbliżona do tej z 2024, przychody ze sprzedaży w kanale B2B nadal są największe, ale udział B2C i kawiarni sukcesywnie rośnie. W 2024 B2C cechowało się najwyższą dynamiką r/r. Mimo inflacji wywierającej presję na wzrost kosztów prowadzenia działalności, poprawiliśmy także naszą rentowność.

Odrobiliśmy pracę domową i przygotowaliśmy strategię rozwoju firmy na następne lata oraz wzmocniliśmy naszą kadrę zarządzającą. Wynik końcowy przekraczający 132 mln zł obrotu oraz EBITDA na poziomie 3,3 mln zł napawa optymizmem, a planem spółki jest dalsze zwiększenie rentowności w roku bieżącym oraz następnych latach.

Marcin Gardzielik, CFO

DANE FINANSOWE I OPERACYJNE:



W 2024 roku nasza
sprzedaż wzrosła o
ponad **16%**
w stosunku do roku
2023

Zwiększyliśmy
EBITDA o
0,78 mln zł



Nasz zysk
z działalności
operacyjnej wzrósł o
69%



Łączna liczba
zamówień wzrosła o
41%

WYBRANE ELEMENTY RACHUNKU ZYSKU I STRAT ZA 2023 I 2024:

Pozycja	Wartość na dzień 31.12.2023	Wartość na dzień 31.12.2024	Dynamika 2024/2023
Przychody ze sprzedaży	114,00	132,41	16%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	0,97	1,64	69%
Zysk (strata) netto	0,72	0,72	0%
EBITDA	2,53	3,30	31%
EBITDA %	2,2%	2,5%	13%

W 2024 roku nasza sprzedaż wyniosła **132,4 mln zł**, co oznacza wzrost o 18,4 mln zł r/r.

EBITDA wzrosła o **0,78 mln zł**, czyli o 31% r/r.

O **0,67 mln zł** wzrósł nasz wynik na działalności operacyjnej, co stanowi wzrost aż 69% r/r.

WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE I OPERACYJNE B2C E-COMMERCE:



FCR **83%**
tyle problemów
rozwiązujemy przy
pierwszym kontakcie
z obsługą klienta

Wskaźnik satysfakcji
zakupów (TrustScore)
4,93/5



Unikalne rysunki na
zamówienie
ponad **11 tys.**



Dynamika liczby
transakcji
44,6%



Dynamika
współczynnika
konwersji
10,9%



B2C E-COMMERCE W 2024

W latach 2022-2023 pracowaliśmy nad filarami naszego B2C e-commerce obejmującymi technologię i funkcjonowanie strony. Zwieńczeniem tej pracy było uruchomienie nowej wersji sklepu w Q4 2023r. Rok 2024 spędziliśmy pracując nad nową wersją systemu PIM, którego wdrożenie pozwoliło nam uporządkować tematy związane z danymi produktowymi i zaprezentować udoskonalone karty produktów, poprawione menu i nawigację. Mogliśmy też w większym stopniu przenieść uwagę na tematy komercyjne, przede wszystkim związane z planowaniem i realizacją akcji komercyjnych oraz pricingu. Dzięki tym zmianom klienci mogą łatwiej odnaleźć pożądane produkty i uzyskać pełniejsze informacje o najważniejszych atrybutach - bez potrzeby dodatkowego kontaktu z obsługą klienta.

Zbigniew Iwański, Head of eCommerce



Dynamika liczby
transakcji
16,7%

NPS
(wskaźnik
rekomendacji netto)
64



Dynamika leadów
sprzedażowych
14,4%



Obsłużyliśmy
klientów
z **40** krajów

WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE I OPERACYJNE: B2B

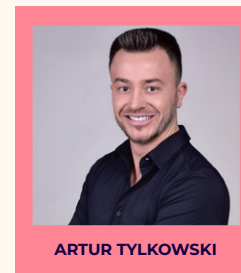


B2B W 2024

Rok 2024 upłynął pod kątem wielu zmian w kanale B2B. Kluczową zmianą było dołączenie do zespołu nowego Head of Sales B2B Artura Tylkowskiego w listopadzie 2024 r., który zastąpił na tym stanowisku Marcina Zamaro. Artur wnosi do zespołu wiedzę merytoryczną i wieloletnie doświadczenie zarówno po stronie sprzedaży, jak i zakupów. Jego doświadczenie jest istotnym wsparciem w rozwoju kanału B2B w Polsce i Europie, a także w budowaniu efektywnej współpracy pomiędzy zespołami.

W 2024 r. dzięki nowej odsłonie platforma B2B znacząco poprawiła user experience oraz szybkość działania, co przełożyło się na znaczącą poprawę efektywności korzystania z platformy. Druga połowa roku upłynęła nam na przygotowaniach do wdrożenia długo wyczekiwanego systemu CRM - wybraliśmy dostawcę i wynegocjowaliśmy warunki wdrożenia.

Magda Mała-Nackowska, General Manager





Ponad **100** tysięcy
sztuk kaw mlecznych



20 tysięcy
napojów na bazie
matchy



80 tysięcy
wypieków i ciast

W roku 2024 sprzedaliśmy
między innymi:

Oceny Google
4,7



Dynamika wzrostu
liczby transakcji
6,9%



Dynamika wzrostu
przychodów z półki
22%

WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE I OPERACYJNE B2C KAWIARNIE:



B2C KAWIARNIE W 2024

Rok 2024 upłynął pod względem planowania strategicznego rozwoju naszych kawiarni. Nowa strategia 2024-2028 roku zakłada organiczny wzrost w tym okresie i powiększanie sieci o dwie kawiarnie rocznie.

W 2024 roku otworzyliśmy eksperymentalną wyspę kawową w sklepie Answear pod nazwą Coffeepoint Answear x Coffeedesk, stając się pionierami w dziedzinie kawiarnianych third places w Polsce i wyznaczając nowy trend, za którym podążyło po nas wiele kolejnych marek.

2024 to także innowacje w menu kawiarni, w tym pierwsza w Polsce odsłona połączenia kawy z grzybami adaptogennymi w kolaboracji z marką Aloha Fungi. Adaptogeny zagościły na stałe w naszym menu kawowym i zaczynają cieszyć się dużą popularnością. Nasze zmieniane sezonowo napoje na bazie matchy na stałe goszczą w TOP 5 sprzedaży barowej - wpisaliśmy się doskonale w ten trend w roku 2023 i niezmiennie jesteśmy liderem w kwestii napojów na bazie tego produktu wśród warszawskich kawiarni.

POZOSTAŁE WSKAŹNIKI FINANSOWE I OPERACYJNE:

LOGISTYKA



Nasze produkty wysłaliśmy do
41 krajów, w tym do Tajlandii,
Azerbejdżanu i Rwandy.



Sprowadziliśmy dla naszych klientów
dostawy z różnych zakątków świata
- łącznie z **27** krajów.



Przyjęliśmy
1 600 dostaw



Wysłaliśmy **+28%** więcej paczek
i **15%** więcej palet do klientów

POZOSTAŁE WSKAŹNIKI FINANSOWE I OPERACYJNE:

MARKETING



Facebook:

wzrost zasięgów o **43%** rok do roku,
odwiedzin o **79%** rok do roku,



Instagram:

wzrost zasięgów o **72%** rok do roku,
odwiedzin o **126%** rok do roku,

ZAKUPY



Wprowadziliśmy do oferty
46 nowych brandów.



Średnia **dostępność** produktów
strategicznych we wszystkich kanałach
wyniosła w kluczowych miesiącach
listopad-grudzień ponad **90%**

NIE TYLKO BIZNES



WOŚP



Kocia Kawa



Kundelkowa Kawa

Jak co roku włączyliśmy się również w akcje społeczne bo pomaganie innym jest dla nas po prostu ważne. Graliśmy z WOŚP – nasze przedmioty trafiły na aukcje, a zebrane środki wspomogły ten szczytny cel. Dołączyliśmy także do inicjatywy naszego partnera – marki HAYB – i wspólnie zbieraliśmy środki dla zwierzków w schroniskach. Takie działania zawsze dają nam dużo satysfakcji i pokazują, że razem możemy zrobić coś naprawdę dobrego



**LUDZIE
COFFEEDESK**

GALA COFFEEDESKOWOŚCI

Rok 2024 zamknęliśmy wyjątkowo: doceniając to, co w Coffeedesku najważniejsze - ludzi! Blisko 200 kawowych entuzjastów buduje tę organizację, każdego dnia wnosząc swoją energię, pasję i zaangażowanie.

Na zakończenie 2024 roku postanowiliśmy wyróżnić osoby, których osiągnięcia oraz postawy są szczególnie podziwiane przez innych i stanowią wzór do naśladowania.



GALA - WYNIKI



SUPREME SERVICE

Nieustannie przekracza oczekiwania naszych klientów i pracowników, stawiając ich zawsze w centrum naszych działań. Rynkowe standardy obsługi to dla tej osoby za mało. Chce zaskakiwać, wywoływać uśmiech i sprawiać, aby każdy pamiętał, że może liczyć na najwyższy poziom obsługi.

HUBERT MARCINIAK



RESPONSIBILITY & FAIRNESS

Bierzemy odpowiedzialność za swoje działania i złożone obietnice. Jesteśmy uczciwi wobec klientów, partnerów biznesowych i pracowników. Podejmujemy decyzje kierując się odpowiedzialnością społeczną i dbaniem o środowisko

BEATA SIEDLICH



ENTREPRENEURSHIP & OWNERSHIP

Jesteśmy przedsiębiorczy i odważni. Podejmujemy ryzyko, próbujemy, nie boimy się popełniać błędów, ale zawsze wyciągamy wnioski. Bierzemy odpowiedzialność za własne obszary, uważnie zarządzamy budżetami. Dbamy o efektywność i rentowność naszych działań.

KAMIL KWIETNIEWSKI

GALA - WYNIKI



RELATIONSHIPS

Budujemy ze współpracownikami, klientami i partnerami biznesowymi relacje oparte na zaufaniu. Zmniejszamy dystans. Dbamy o transparentną komunikację i zawsze zakładamy dobre intencje wszystkich stron.

MARKO DJURIC



FUN&JOY

Nie jesteśmy przesadnie poważni i lubimy się bawić. Dbamy o dobrą energię i aktywnie się nią dzielimy.

PAULINA WŁADZIŃSKA



BE PROFESSIONAL

Profesjonalizuje nasze procesy i działania, buduje odpowiednie kompetencje, traktuje swoją pracę serio. W codziennych kontaktach nie zawsze jest poważn_, ale w biznesie dba o utrzymanie profesjonalnego wizerunku firmy.

ANIA PINKER-BATKO



COFFEEDESK ROKU

Top of the Top, osoba, która jest chodzącą definicją budowania naszej organizacji, wnosząc przy tym swoją energię, pasję i zaangażowanie każdego dnia.

BEATA SIEDLICH

GALA - NOMINOWANI I LAUREACI





PLANY NA 2025

NA CZYM PLANUJEMY SKUPIĆ NASZE DZIAŁANIA W 2025?

B2B

- wdrożenie systemu CRM;
- wzmocnienie siatki dystrybucji Bialetti o rynek czeski i słowacki oraz Fellow o rynek niemiecki;
- opracowanie strategii rozwoju poszczególnych grup klientów B2B:
 - praca nad rozwojem i powracalnością naszych klientów;
 - wzmocnienie bazy klientów i pozyskiwanie nowych klientów.

B2C ECOMMERCE

- kontynuacja prac nad quality selection oferty produktowej dla naszych klientów;
- pełne wdrożenie procesu zarządzania cenami sprzedaży;
- poprawa doświadczenia użytkownika (UX): kontynuacja badań i wdrożenia;
- praca nad powracalnością naszych klientów;

NA CZYM PLANUJEMY SKUPIĆ NASZE DZIAŁANIA W 2025?

B2C KAWIARNIE

- dwa kolejne lokale w Warszawie: maj - The Form, jesień - ul. Nowy Świat;
- profesjonalizacja procesów w związku ze skalowaniem sieci kawiarni;
- pierwsze poważne zmiany w zakresie działu food w menu - w warszawskiej kawiarni The Form wprowadzamy dania na ciepło, po pomyślnych testach upatrujemy duży sukces tej kategorii i planujemy wdrożenie we wszystkich lokalach sieci;
- dalszy rozwój i rozszerzenie oferty warsztatów dla naszych klientów.

A vibrant, colorful still life arrangement of various objects. In the center, a stack of pink and yellow drawers holds a blue cup and a yellow bottle. To the left, a pink bust sits on a white shelf, next to a yellow duck and a pink cup. To the right, a pink lamp and a pink balloon dog are visible. The background is a solid light blue.

**Rabat 100 zł
przy zakupach
za min. 300 zł**

*kod nie łączy się z innymi promocjami,
jest ważny do 31.12.25r. tylko z mailem
podanym do kontaktu przy zakupie akcji

NIESPODZIANKA

Dodatkowo dbając o wysoki poziom kofeiny i energii naszych akcjonariuszy, przygotowaliśmy kod* umożliwiający zamówienia kawy w niższych cenach!

**20% zniżki na
wszystkie kawy
hi!Coffeedesk**

z kodem wielokrotnego użytku:
hi!partnerze25

*kod nie łączy się z innymi promocjami,
jest ważny do 31.12.25r. tylko z mailem
podanym do kontaktu przy zakupie akcji



coffeedesk

DZIĘKUJEMY, ŻE JESTEŚCIE Z NAMI!

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

www.coffeedesk.pl