

Strategia rozwoju Emitenta w okresie 2017-2018 stawia przed sobą następujące cele:

Umocnienie pozycji eksperta w technologii Python na rynku polskim i europejskim

Intencją Spółki jest zbudowanie stałej, długoterminowej grupy klientów, dla której DOOK S.A. będzie świadczyć usługi programistyczne. Zespół programistów Emitenta to światowej klasy eksperci jeżeli chodzi o technologię Python. Strategia rozwoju Emitenta zakłada koncentrację na ulepszaniu portfela usługowego właśnie w tej technologii. Mimo, iż zakres oferowanych prac programistycznych jest stosunkowo szeroki (spółka realizuje kompleksową usługę z zakresu przygotowania systemu informatycznego, nie tylko prace programistyczne) wszystkie działania związane z procesem tworzenia kodu są w pewnym stopniu powiązane z technologią przewodnią DOOK S.A. Na kompleksowy charakter usługi DOOK S.A składa się własny dział UI/UX (user interface/user experience), dzięki któremu Spółka jest w stanie w odpowiedni sposób zamodelować wymagania określonego klienta oraz dopasować projekt systemu do jego potrzeb. Dodatkowo, w ramach wspomnianego działu spółka prowadzi warsztaty dla firm z zakresu UI/UX, obrazujące możliwości stosowanego podejścia. Umocnienie pozycji eksperta w tej branży objawiać się będzie w realizowaniu projektów na rzecz klientów długoterminowych (obecnie w opinii Zarządu takimi klientami są – AmRest Sp. z o.o., Sonel S.A., SciApps oraz Kring Group AS).

Emitent koncentruje swoje działania operacyjne na chłonnym rynku w Polsce. Główną strategią Emitenta jest realizacja projektów długoterminowych.

Osiągnięcie stabilnego zespołu liderów oraz zespołu wdrożeniowego, liczącego łącznie ok. 70-80 osób, celem zwiększenia możliwości produkcyjnych w zakresie świadczonych usług

Obecnie większość pracowników wyższego szczebla w Spółce pochodzi z rekrutacji wewnętrznej. Elementem strategii rozwoju DOOK S.A. jest zwiększenie liczby zespołów projektowych, co wiąże się z koniecznością zatrudnienia nowego personelu oraz odpowiedniego lidera zespołu (Team Leader). Na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu Spółka wyczerpała możliwość w zakresie rekrutacji wewnętrznej, w związku z tym poszerzenie zespołu będzie związane z zatrudnieniem ekspertów z zewnątrz.

W ramach działań wspierających proces poszukiwania nowych pracowników, Emitent podpisał umowę z Wyższą Szkołą Handlową we Wrocławiu, dzięki czemu w najbliższych latach będzie miał dostęp do wykwalifikowanej kadry pracowniczej – absolwentów nowego kierunku – Informatyka. Co istotne, większość uczelni w Polsce nie prowadzi zajęć z języka Python, co przekłada się na deficyt odpowiedniej jakości ekspertów w tej technologii. Współpraca z WSH ma na celu zabezpieczenie spółki przed możliwym, przejściowym brakiem kadry pracowniczej. Charakter działalności Emitenta wyróżnia go na rynku pracy, stanowiąc ciekawą alternatywę dla typowej korporacji operującej w segmencie IT. Jest to szczególnie istotne przy rekrutacji nowych i mniej doświadczonych pracowników, którym zależy na szerokich możliwościach rozwoju, indywidualnym podejściu oraz przyjaznej atmosferze.

Osiągnięcie w strukturze przychodów 65% wpływów ze współpracy z klientami o długim cyklu życia, zapewniając tym samym powtarzalność i stabilność przychodów w następnych latach

W pierwszych trzech kwartałach 2016 roku Spółka osiągnęła ponad 50% przychodów z projektów realizowanych na rzecz klientów identyfikowanych jako długoterminowi. Intencją Zarządu Emitenta jest osiągnięcie stałego poziomu – 65% przychodów osiąganych we współpracy z tą grupą partnerów.

Elementem strategii Emitenta jest koncentracja na realizacji projektów długoterminowych, co przyczyni się do realizacji celu związane ze strukturą przychodów. Obrany cel ma za zadanie zabezpieczyć spółkę przed okresowymi przestojami w realizacji projektów, zapewnić stałe przepływy gotówki oraz umożliwić efektywne realizowanie strategii rozwoju dotyczącej zespołów projektowych.

Prowadzenie działań mających na celu zwiększenie rozpoznawalności marki zarówno w grupie klientów jak i kapitału ludzkiego

Emitent nie prowadzi intensywnych działań marketingowych. Działania mające na celu kreowanie marki koncentrują się na specjalistycznych publikacjach dotyczących wykorzystania rozwiązań oferowanych przez spółkę w danych branżach. Dodatkowo, eksperci Spółki obecni są na różnego typu konferencjach oraz spotkaniach miłośników programowania. W branży Emitenta kluczową rolę odgrywa opinia kontrahentów dotycząca trzech aspektów: jakości oferowanych usług, terminowości oraz ostatecznego kosztu realizacji. Dobra opinia przekłada

się na pozytywne referencje oraz korzystny dla Spółki marketing szeptany. Analiza opinii na temat Emitenta zamieszczonych na portalu Clutch.co na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu nie ujawniła żadnych negatywnych opinii na jego temat. Wszelkie spory, które wynikały z różnych, często niezależnych od DOOK S.A. przyczyn w okresie ostatnich 6 lat zostały rozwiązane polubownie.

Intencją Zarządu Spółki jest konsekwentne i spokojnie kreowanie marki DOOK S.A. jako przedsiębiorstwa świadczącego kompleksową usługę projektowania i realizacji systemów informatycznych wysokiej jakości. W 2017 roku Spółka planuje powzięcie działań w zakresie *employer branding* i *public relations* w celu zwiększenia świadomości marki DOOK S.A. oraz budowę działu marketingu i sprzedaży dedykowanego usługom firmy.

Komercjalizacja wybranych projektów własnych firmy z uwzględnieniem rynków zagranicznych

W swoim portfolio produktowym Spółka posiada 4 rozwiązania:

- Planmate – autorskie rozwiązanie DOOK S.A. przeznaczone do efektywnego zarządzania projektami. Oprogramowanie zostało stworzone na potrzeby własnej działalności Emitenta. Obecnie znajduje się w fazie testowej. Spółka zamierza skomercjalizować powyższe narzędzie z wykorzystaniem modelu abonamentowego.
- eMissionForce.com – system wspierający sprzedaż różnego typu wydawnictw w formacie komputerowym. W ramach narzędzia oferowane są zarówno usługi projektowania samego e-wydania lub marki wydawnictwa, jak i implementacji obsługi procesu sprzedaży, promocji czy płatności. Na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu jest to kompletne narzędzie. Emitent rozważa dwie możliwości związane z jego rozwojem – całkowitą sprzedaż lub dalszy rozwój narzędzia przy wsparciu znaczącego gracza rynkowego. Na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu, Spółka planuje rozpoczęcie współpracy z jedną z największych platform e-wydawniczych na świecie (pierwsze działania zostały już podjęte).
- MallMap – narzędzie wspierające zarządzanie powierzchnią w galeriach handlowych. Zostało skomercjalizowane, a szczyt sprzedaży osiągnęło w latach 2011-2013.
- DOOK CMS – narzędzie do zarządzania stronami internetowymi, obecnie tylko utrzymywane.

Elementem strategii rozwoju Emitenta jest komercjalizacja obecnie oferowanych narzędzi. Główną rolę w tym procesie ma odegrać narzędzie Planmate znajdujące się obecnie w fazie testów zewnętrznych (narzędzie jest z powodzeniem wykorzystywane w ramach działalności projektowej DOOK S.A.). Istotne jest jednak zwrócenie uwagi, iż tworzenie i rozwijanie własnego oprogramowania stanowi obecnie działalność dodatkową w portfolio DOOK S.A. Głównymi celami strategicznymi Emitenta są plany związane z rozwijaniem głównej linii biznesowej – outsourcingu usług programistycznych.