



Wyniki finansowe Q1 2014

Warszawa, 15 maja 2014 r.

Dominik Libicki – Prezes Zarządu, CEO

Tomasz Szelaąg – Członek Zarządu, CFO

Maciej Stec – Członek Zarządu Telewizji Polsat

Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji. Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.

1

Wprowadzenie



Finalizacja transakcji nabycia Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel Sp. z o.o. („Plus”)

- Zgoda Walnego Zgromadzenia na warunkowe podwyższenie kapitału
- Uzyskanie nowego finansowania, spłata kredytu terminowego (2011) i obligacji SSN oraz ustanowienie zabezpieczeń pod nowe finansowanie
- Zatwierdzenie prospektu przez KNF
- Zgoda Walnego Zgromadzenia na wypłatę dywidendy w kwocie blisko 103 mln PLN
- Podpisanie ramowej umowy z EBOiR
- Emisja warrantów i wydanie ich akcjonariuszom Metelem, zamiana warrantów na akcje, nabycie 100% własności udziałów Metelem
- Dopuszczenie akcji nowej emisji do obrotu na GPW



- Wspólny projekt sprzedażowy produktów i usług Grupy Polsat i Plusa w ramach programu smartDOM:
 - Oszczędzanie przez dodawanie kolejnych usług (telewizja, Internet, telefon) oraz rozszerzenie oferty o produkty i usługi Plus Banku i sprzedaż energii elektrycznej
- Przygotowanie wyjątkowej oferty dla obecnych klientów grupy posiadających tylko jedną usługę z naszego portfolio
 - „Drugi produkt za połówkę (50%), trzeci za złotówkę”
- Wprowadzenie wyjątkowego na polskim rynku programu lojalnościowego - „Paszport Korzyści”



- Umowa z Polkomtelem oraz porozumienie z Mobylandem dotyczące Usług Transmisji Danych
 - Nowe zamówienie do Polkomtelu na zakup 61 milionów GB za cenę jednostkową 0,00477 PLN netto za 1 MB
 - Niższa stawka w wysokości 0,00477 PLN netto za pozostałe opłacone i niewykorzystane 20,1 mln GB



- Bardzo dobre wyniki oglądalności wiosennej ramówki – kanał Polsat liderem w 1Q'14, zarówno w całodobowej oglądalności jak i w prime time, dzięki doskonałym wynikom nowych pozycji programowych – „Your face sounds familiar - Twoja twarz brzmi znajomo”, „Dancing with the Stars – Taniec z gwiazdami” oraz „Hell’s Kitchen - Piekielna Kuchnia”

- Zakup praw do transmisji wyścigów Formuły 1 we wszystkich naszych kanałach sportowych i polach dystrybucji treści



- Nowy kanał tematyczny Disco Polo Music w ofercie kanałów Polsatu poświęcony muzyce disco polo, dance i biesiadnej - tym samym portfolio kanałów pod marką "Polsat" wzrasta do 25 kanałów, w tym 5 HD

- Zmiana Polsat Biznes na Polsat News Plus w formule informacyjno-publicystycznej – start zaplanowany na 9 czerwca 2014 roku

Podsumowanie wyników operacyjnych



- Liczba abonentów płatnej telewizji na koniec 1Q'14 na stabilnym poziomie 3.527.519
- ARPU Pakietu Familijnego w 1Q'14 wzrosło do 49,6 PLN, zaś ARPU Pakietu Mini wzrosło do 13,6 PLN
- Wskaźnik churn wyniósł 9,3%
- Liczba użytkowników Internetu w 1Q'14 wzrosła do 255 tys.
- Średniomiesięczna liczba użytkowników witryny/aplikacji IPLA w 1Q'14 r., według naszych danych, wyniosła około 4,2 mln



- Udział w oglądalności Grupy w 1Q'14 wzrósł do 22,5%
- Udział w rynku reklamy telewizyjnej w 1Q'14 roku wzrósł do 24,9%

2

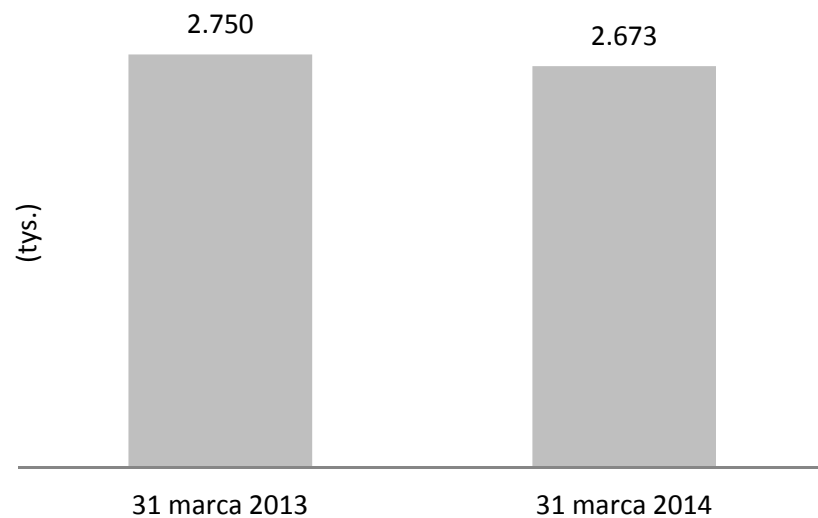
Wyniki operacyjne

Stabilna baza abonentów płatnej telewizji

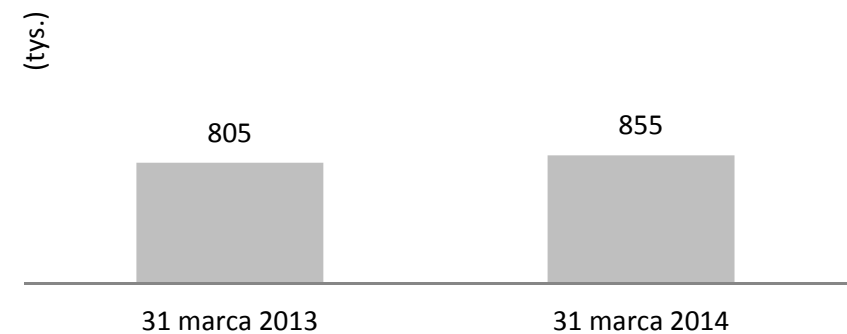


- Nasza baza abonentów na koniec 1Q'14 wyniosła **3,53 mln**
- Prawie 20% bazy abonentów korzysta z usługi Multiroom

Abonenci — Pakiet Familijny



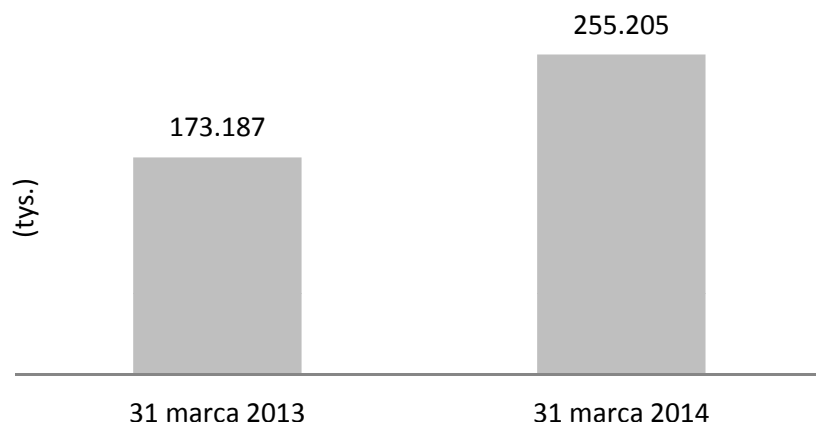
Abonenci — Pakiet Mini



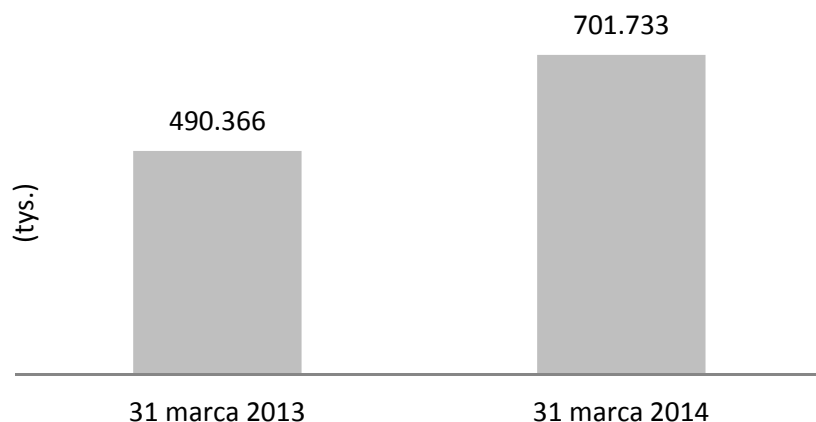
Dodatkowe źródła przychodów od klientów indywidualnych



Użytkownicy dostępu do Internetu



Użytkownicy usługi Multiroom



🌐 Dodatkowe źródła przychodów

- Już 85% naszych klientów korzysta z dekodерów HD
- 264 tys. transakcji VOD/PPV w 1Q'14 i 4,8 mln od momentu uruchomienia usługi
- 🌐 Średniomiesięczna liczba użytkowników witryny/aplikacji IPLA w 1Q'14 r., według naszych danych, wzrosła do około 4,2 mln

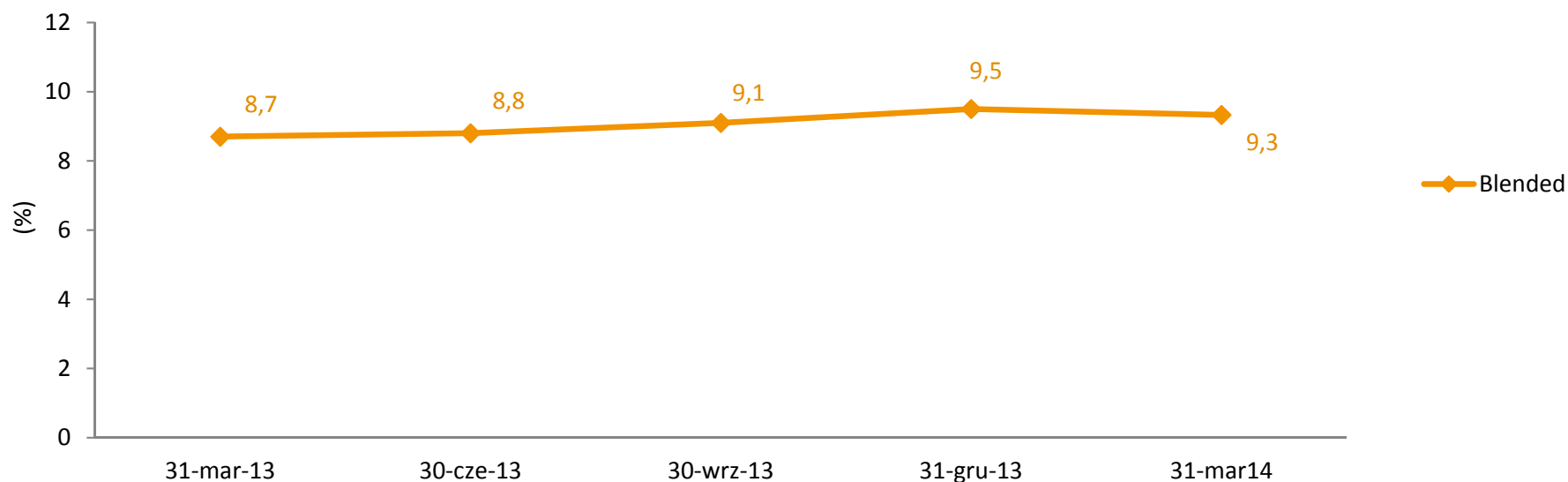
Niski wskaźnik churn



● Churn (blended) w 1Q'14 na poziomie 9,3% w wyniku:

- Wysokiej satysfakcji klientów
- Skutecznych programów utrzymaniowych

Churn (12 miesięczny)



Nota: Wskaźnik odpływu abonentów (churn) definiujemy jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu oraz o liczbę abonentów, którzy posiadali więcej niż jedną umowę i dokonali rozwiązania jednej z nich, w zamian zobowiązując się do korzystania z usługi Multiroom.

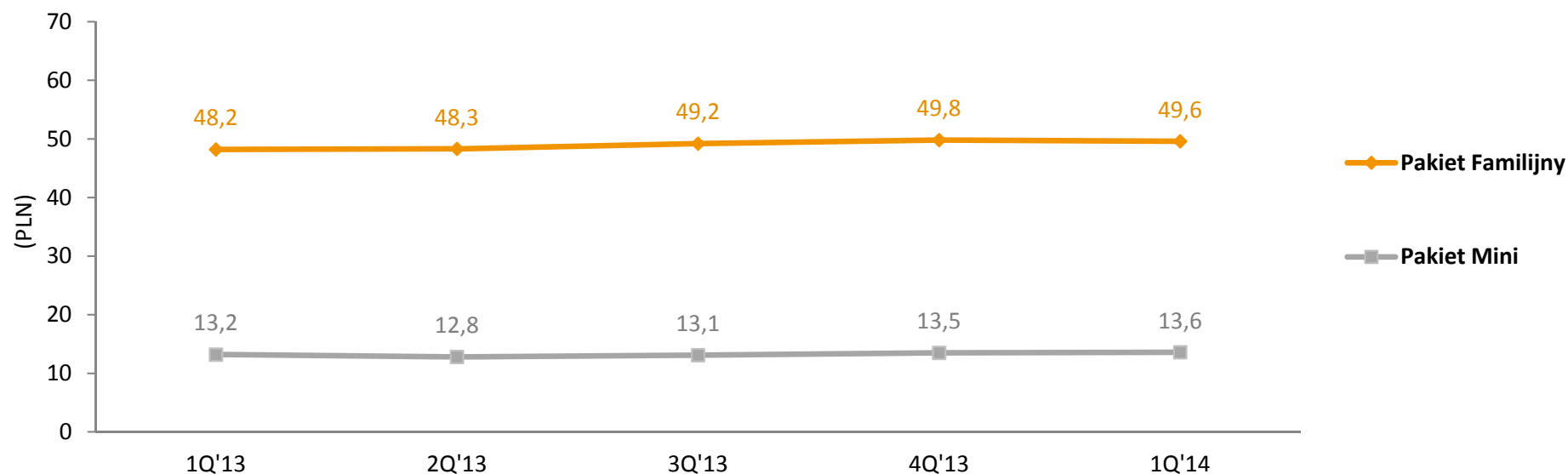
Organiczny wzrost ARPU



Wskaźnik ARPU Pakietu Familijnego w 1Q'14 wzrósł r/r do 49,6 PLN

- Migracja abonentów do wyższych pakietów programowych
- Sprzedaż dodatkowych usług m.in. Multiroom i VOD

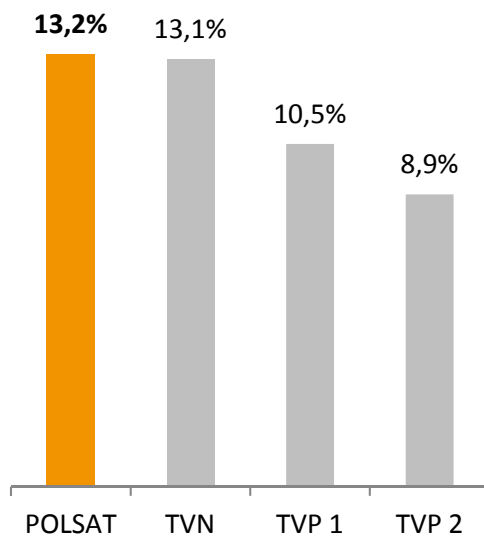
ARPU



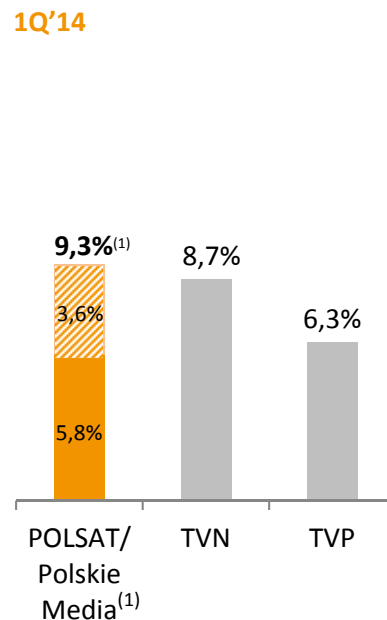
Nota: „ARPU” odnosi się do średniego miesięcznego przychodu netto na jednego abonenta, któremu świadczyliśmy usługi, obliczanego poprzez podzielenie sumy przychodów netto, generowanych przez naszych abonentów na oferowane przez nas usługi płatnej telewizji cyfrowej w danym okresie przez średnią liczbę abonentów, którym świadczyliśmy usługi w danym okresie

- **Bardzo dobre wyniki oglądalności Grupy Telewizji Polsat w 1Q'14 zgodne ze strategią**
 - Kanał główny ponownie liderem oglądalności pomimo postępującego procesu fragmentaryzacji rynku oraz transmisji w 1Q'14 przez kanały z grupy TVP Olimpiady zimowej w Soczi
 - Oglądalność pozostałych kanałów grupy wzrosła r/r o 65%, głównie dzięki dołączeniu do grupy kanałów TV4 i TV6

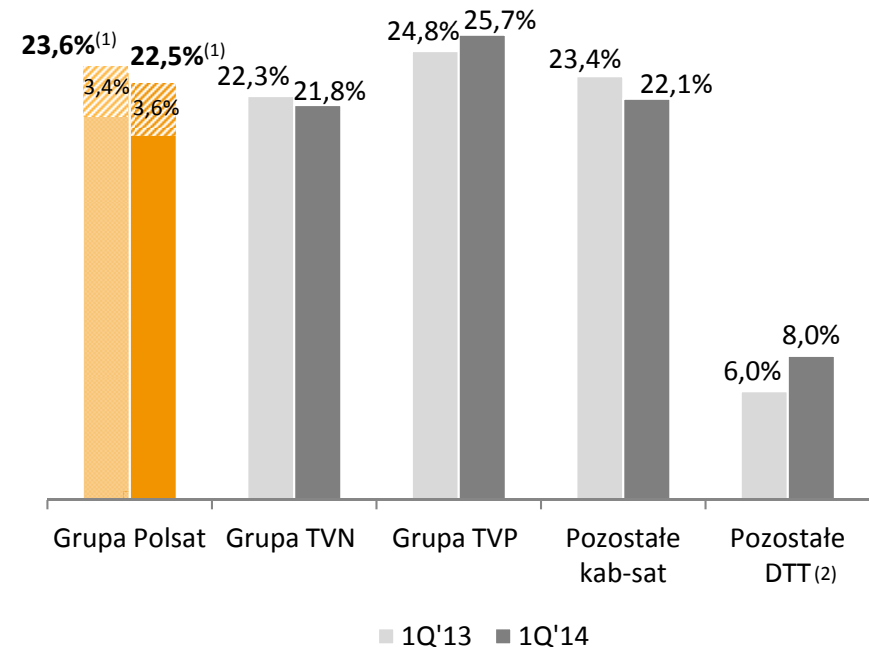
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



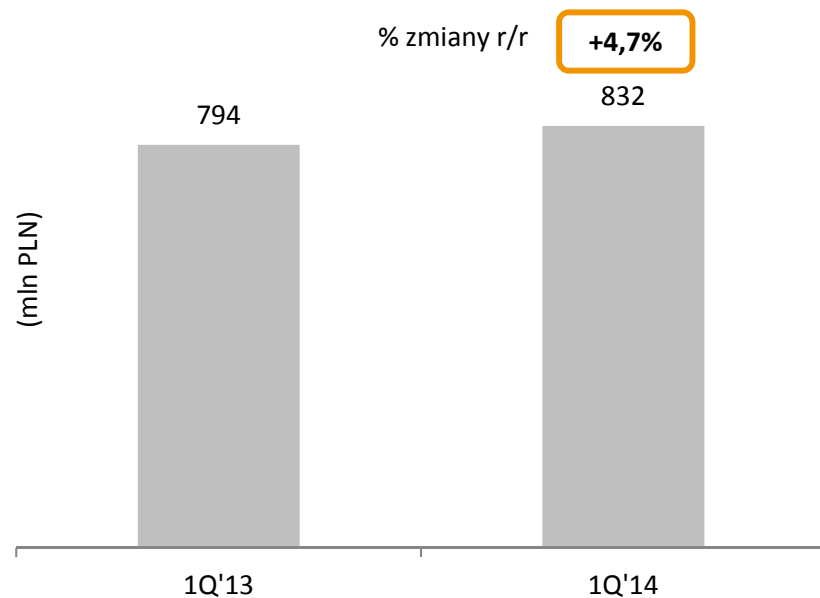
Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

Nota: (1) Zawiera udział kanałów TV4, TV6 wynoszący w 1Q'13 i 1Q'14 odpowiednio 3,4% i 3,6%;

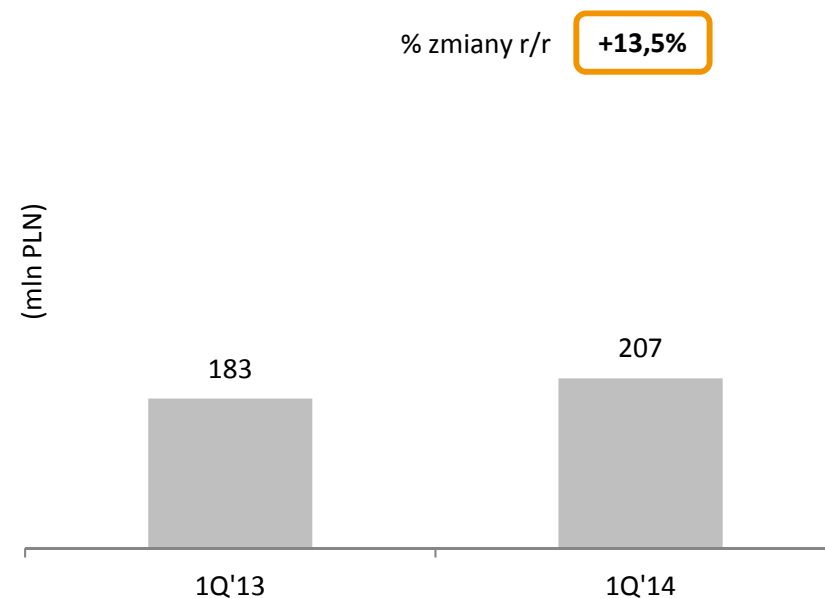
(2) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2, Stopklatka TV wzrost/r o 33%

- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodne z przyjętą strategią
 - Wzrost przychodów w wyniku konsolidacji od września 2013 roku wyników TV4 i TV6 dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 1Q'14 do poziomu 24,9%.

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



3

Wyniki finansowe

Wyniki finansowe Grupy



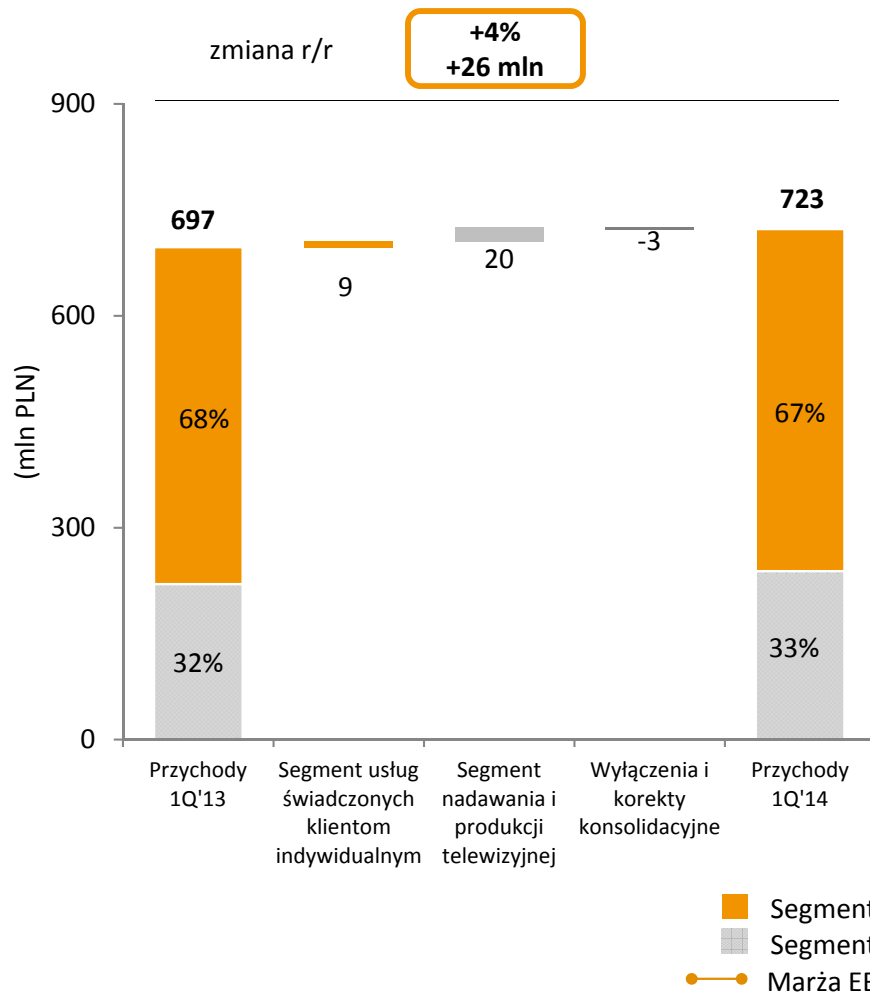
w mln PLN	1Q 2014	zmiana r/r	
Przychody	727	↑	4%
Koszty ⁽¹⁾	446	↓	(2%)
EBITDA	281	↑	15%
Marża EBITDA	38,9%	↑	3,7pkt%
Zysk netto	98	↑	3%

- Wzrost przychodów wynika ze wzrostu organicznego segmentu klientów indywidualnych oraz włączenia do konsolidacji wyników kanałów TV4 i TV6
- Spadek kosztów m.in. dzięki niższym kosztom:
 - sprzedanego sprzętu
 - amortyzacji licencji filmowych
 - dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Poziom zysk netto odzwierciedla jednorazowy koszt w wysokości 50 mln PLN wynikający z rozliczenia kosztów pozyskania finansowania na zakup TV Polsat, co zostało częściowo zniwelowane niższym negatywnym efektem wyceny obligacji Senior Notes oraz niższymi kosztami obsługi długu

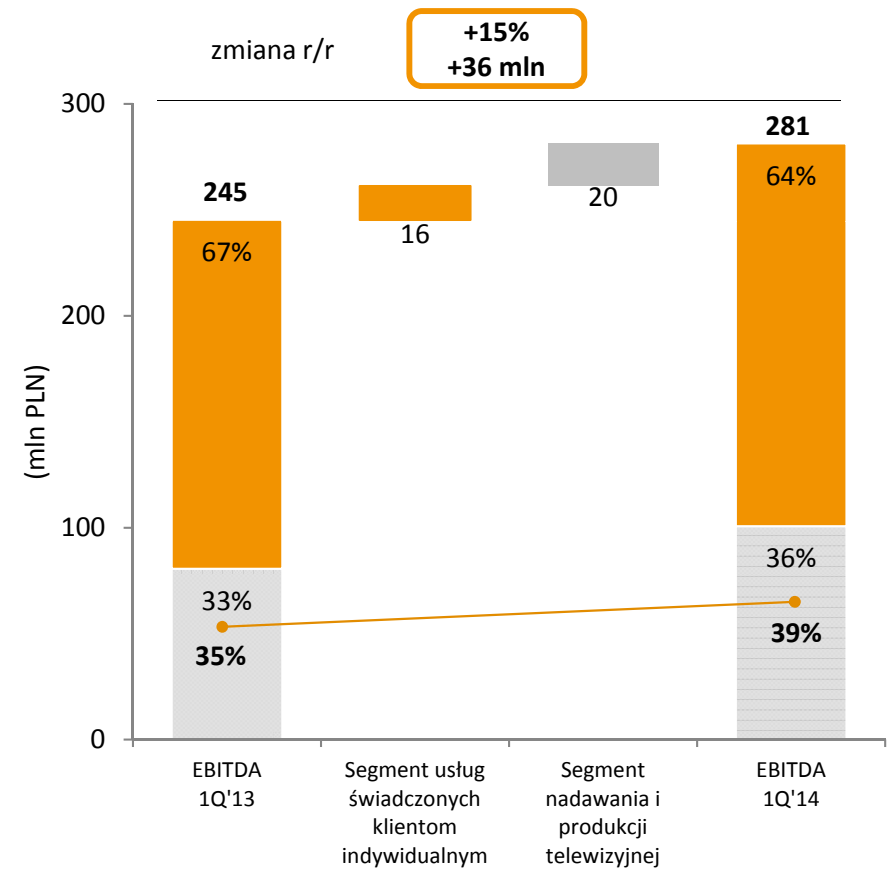
Przychody i EBITDA – czynniki zmian



Przychody⁽¹⁾






EBITDA



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym⁽¹⁾



w mln PLN	1Q 2014	zmiana r/r	
Przychody	494	↑	2%
Koszty ⁽²⁾	313	↓	(2%)
EBITDA	181	↑	10%
Marża EBITDA	36,8%	↑	2,6pkt%
Zysk netto	30	—	0%

-  Kontynuacja rekordowych przychodów od klientów indywidualnych, dzięki stabilnie rosnącemu ARPU oraz wyższym przychodom telekomunikacyjnym
-  Efektywne zarządzanie bazą kosztową bezpośrednio wpływa na poprawę wyniku EBITDA
-  Poziom zysk netto pod wpływem rozliczenia kosztu pozyskania finansowania na zakup TV Polsat, co zostało częściowo zniwelowane niższymi ujemnymi różnicami kursowymi z wyceny obligacji Senior Notes oraz niższymi kosztami obsługi długu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) W ramach segmentu konsolidacji podlegają spółki Cyfrowy Polsat S.A., Cyfrowy Polsat Trade Marks, Cyfrowy Polsat Finance, INFO-TV-FM, spółki tworzące serwis IPLA

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej⁽¹⁾



w mln PLN	1Q 2014	zmiana r/r	
Przychody	266	↑	8%
Koszty ⁽²⁾	165	—	0%
EBITDA	101	↑	25%
Marża EBITDA	37,9%	↑	5,0pkt%
Zysk netto	79	↑	28%

Organiczny wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu wsparty konsolidacją nowo nabytych kanałów TV4 i TV6

Wzrost przychodów przy zachowaniu bazy kosztowej na niezmienionym poziomie stał się główną przyczyną wzrostu EBITDA oraz zysku netto

Źródło: Telewizja Polsat Sp. z o.o. oraz analizy wewnętrzne

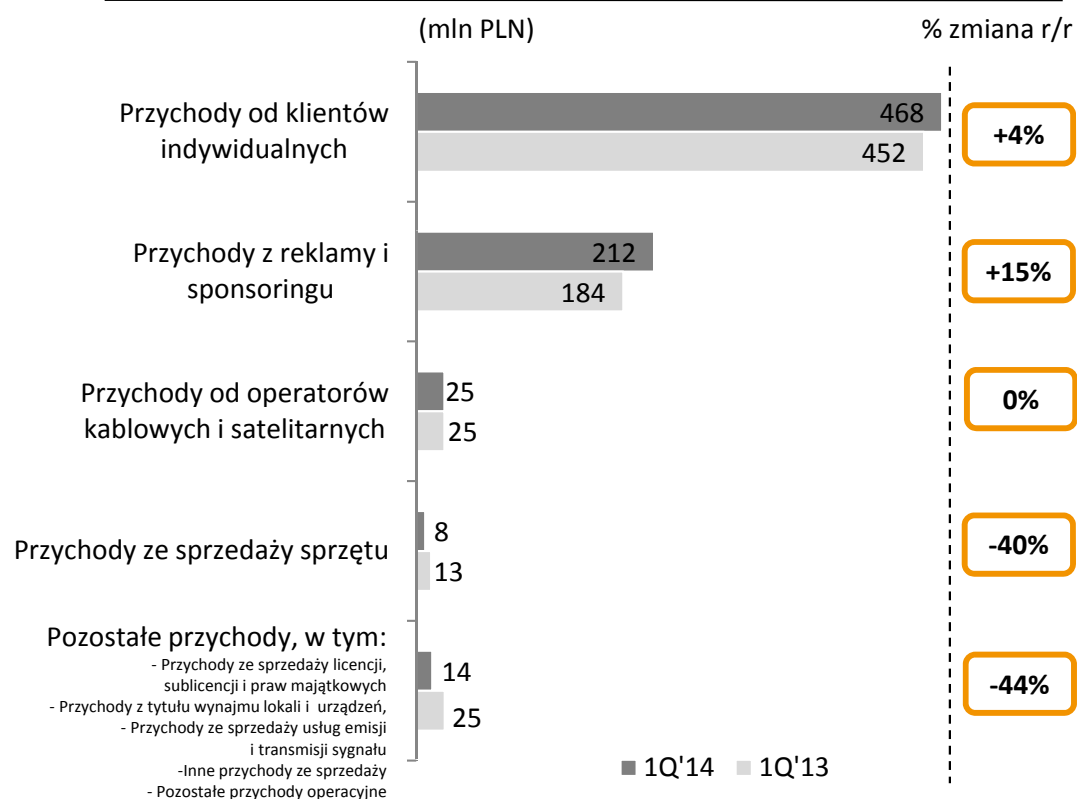
Nota: (1) W ramach segmentu konsolidacji podlegają spółka Telewizja Polsat, wszystkie jej spółki zależne i spółka współzależna (pośrednio lub bezpośrednio)

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

Struktura przychodów

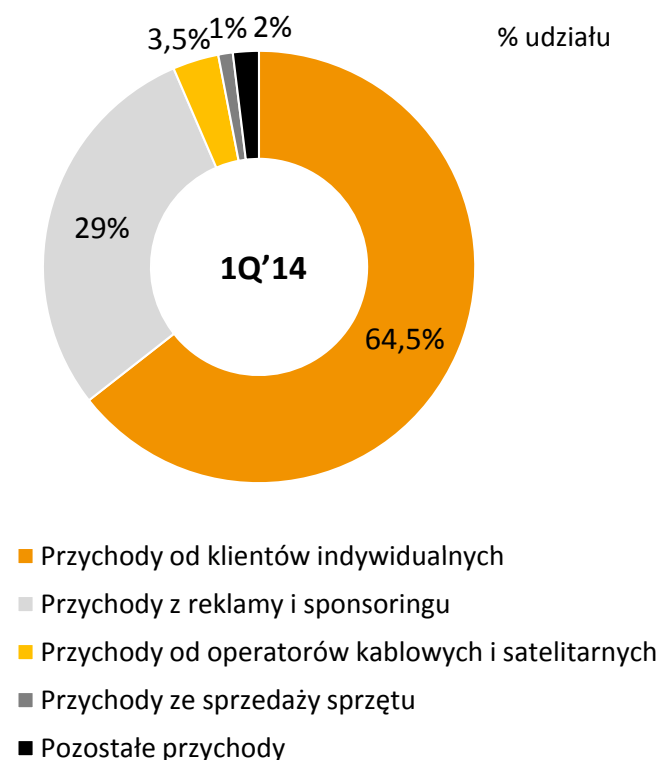


Przychody w 1Q'14 vs 1Q'13



Razem
 1Q'14 727 mln PLN
 1Q'13 699 mln PLN | +4%

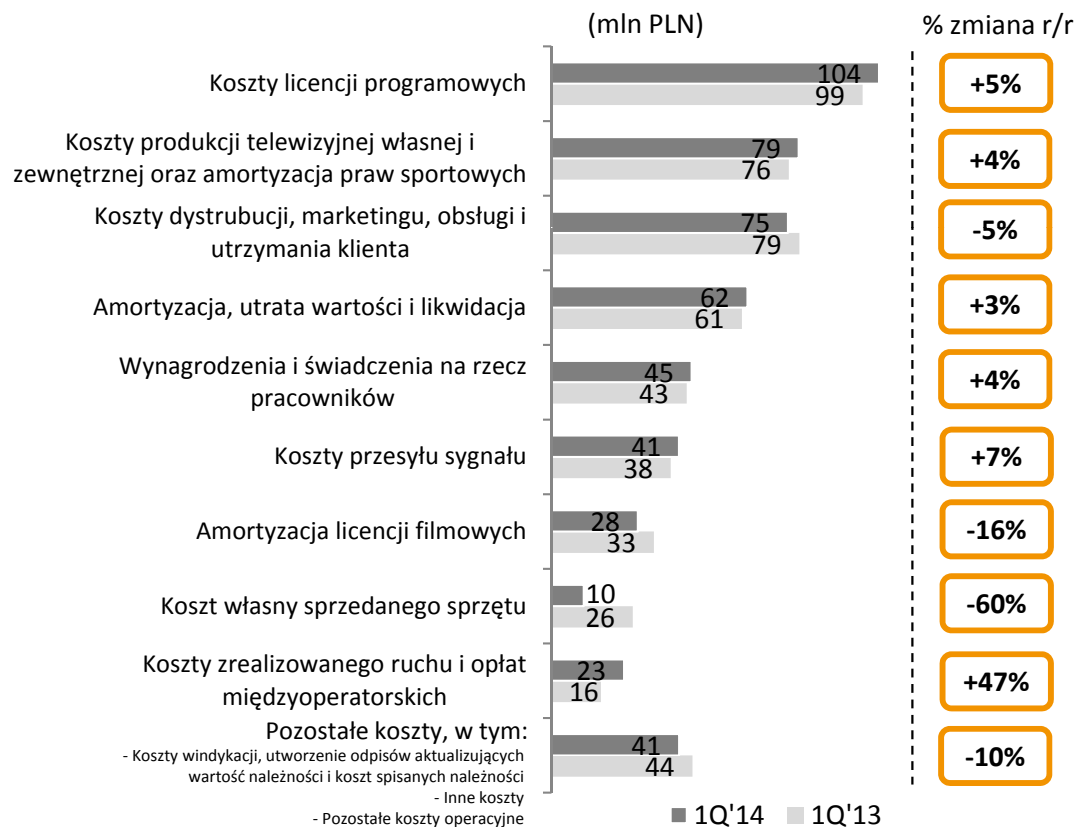
Struktura przychodów



Struktura kosztów

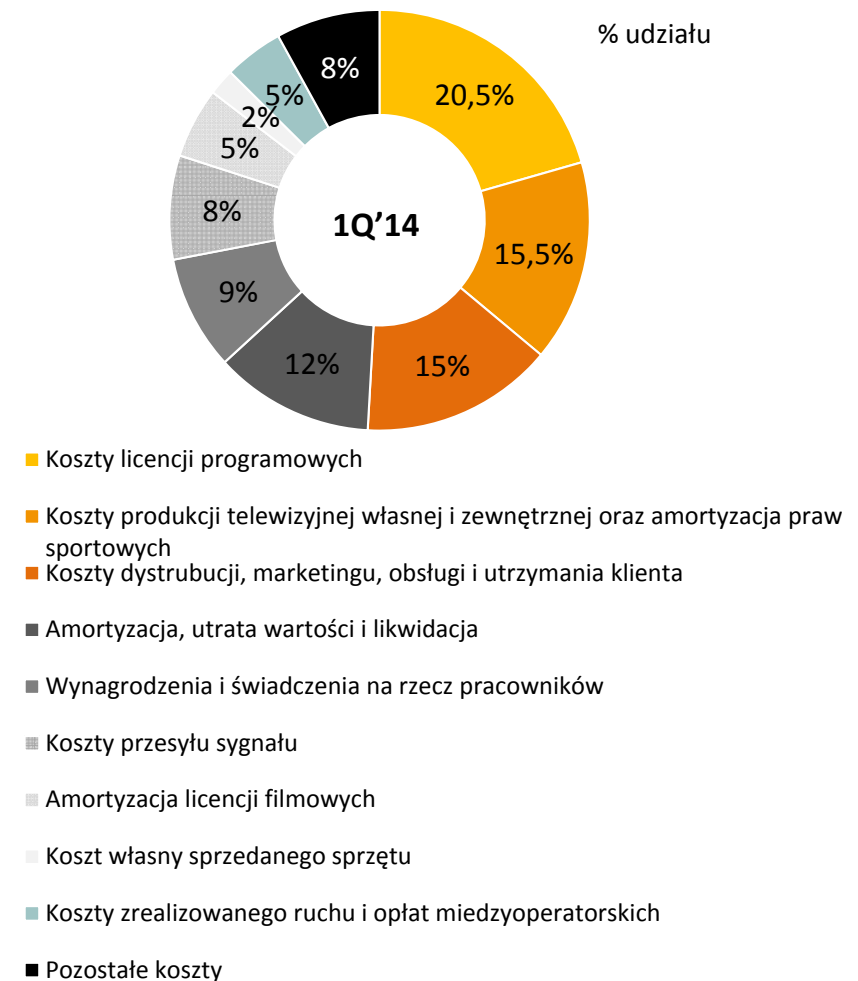


Koszty w 1Q'14 vs 1Q'13

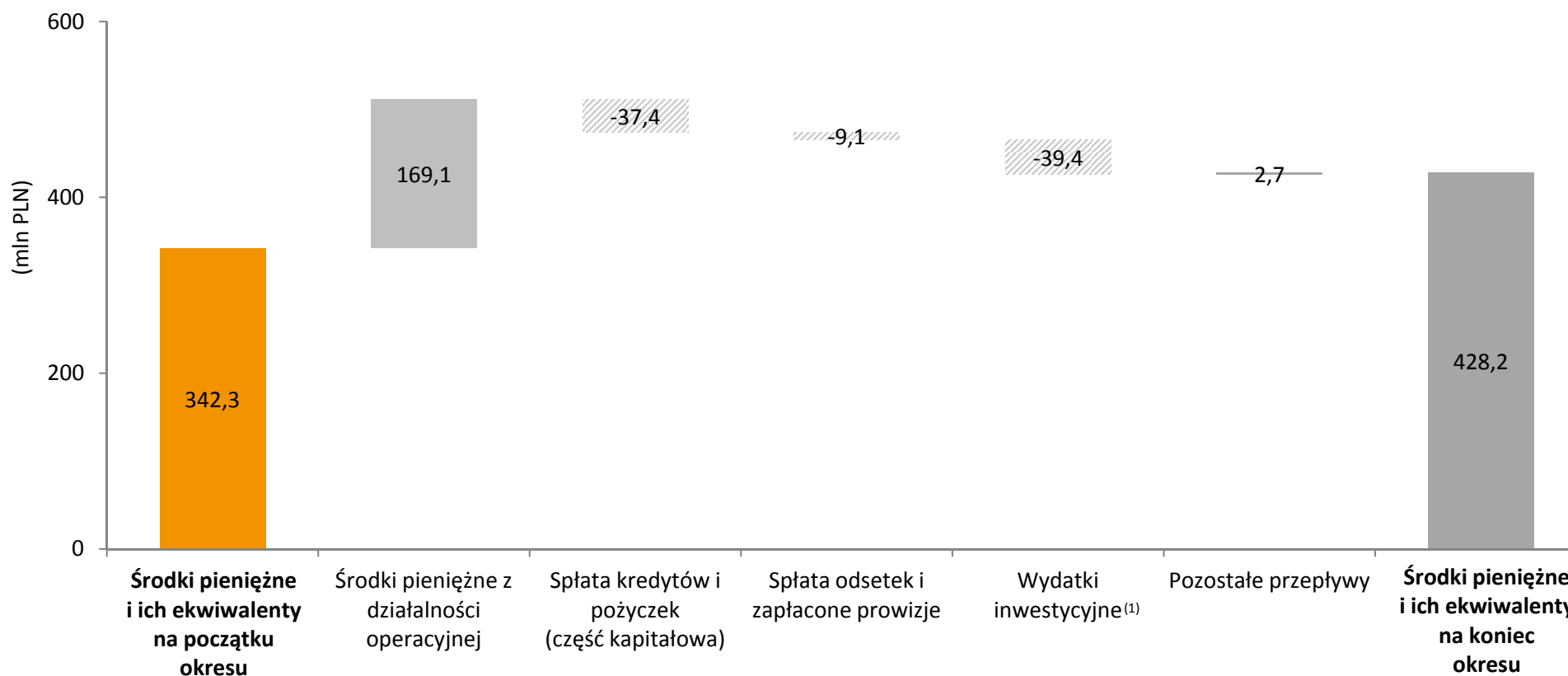


Razem
 1Q'14 508 mln PLN
 1Q'13 515 mln PLN | -1%

Struktura kosztów



Przepływy pieniężne netto, środki pieniężne oraz saldo zadłużenia – 1Q'14



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

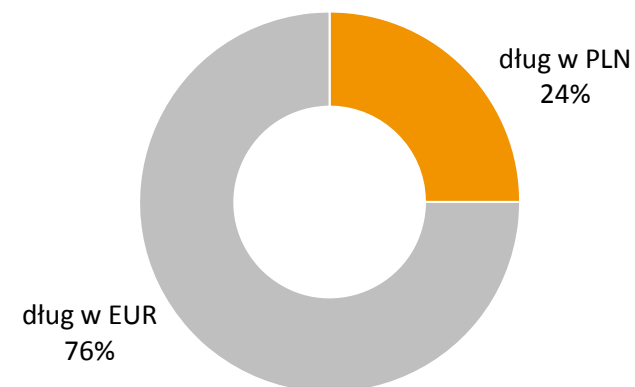
Nota: (1) Nie zawierają wydatków na dekodery, modemy i routery udostępnianie klientom

Zadłużenie finansowe



w mln PLN	31.03.2014	Zapadalność
Kredyt niepodporządkowany ⁽¹⁾	477	2015
Obligacje ⁽¹⁾	1.497	2018
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	428	-
Dług netto	1.546	
EBITDA za 12M	1.082	
Zadłużenie netto/ 12M EBITDA	1,43	

Struktura walutowa zadłużenia



Rating spółki

Standard & Poor's	BB, perspektywa stabilna
Moody's	Ba3, perspektywa stabilna

4

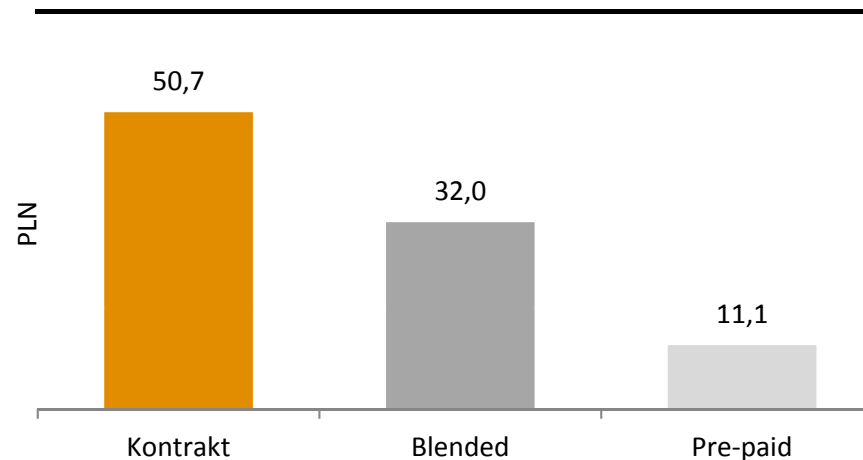
Polkomtel – wyniki 1Q'14

Stabilna, atrakcyjna baza klientów

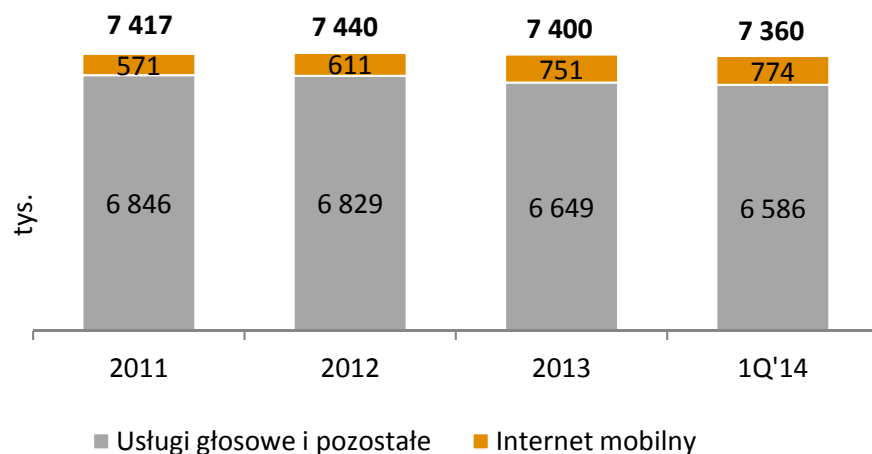


- Łączna baza klientów na koniec 1Q'14 wyniosła 13,9 mln
- Stąły wzrost klientów Internetu mobilnego, przekładający się na coraz wyższy strumień przychodów z usług transmisji danych

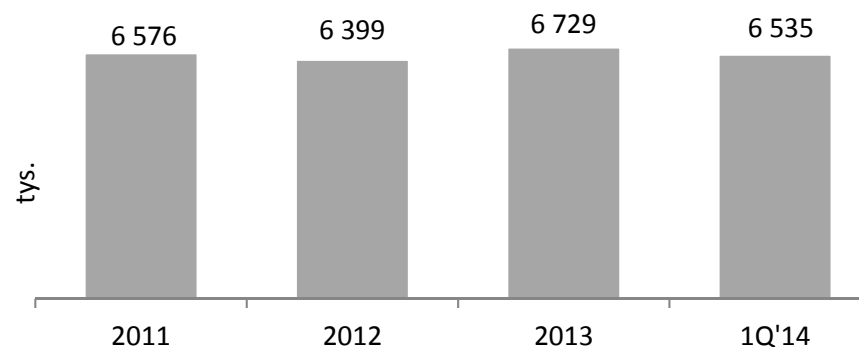
ARPU 1Q'14 (połączenia wychodzące i przychodzące)



Baza abonentów kontraktowych



Baza klientów prepaid

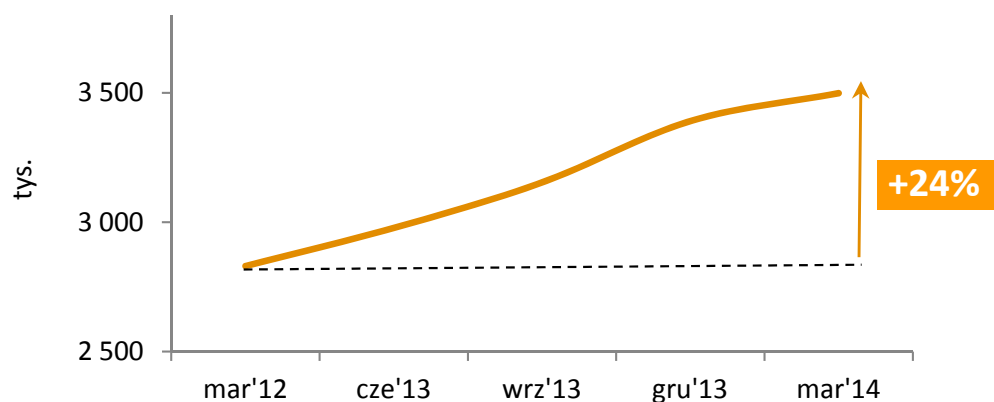


Wzrost sprzedaży usług transmisji danych

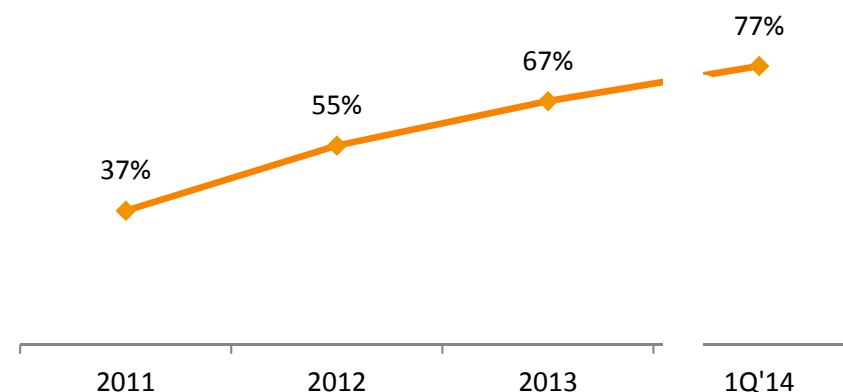


- Rosnąca jakość i dostępność usług transmisji danych (w tym LTE) powoduje dynamiczny wzrost liczby urządzeń i aktywnych użytkowników, która w marcu 2014 r. sięgnęła poziomu 3,5 mln

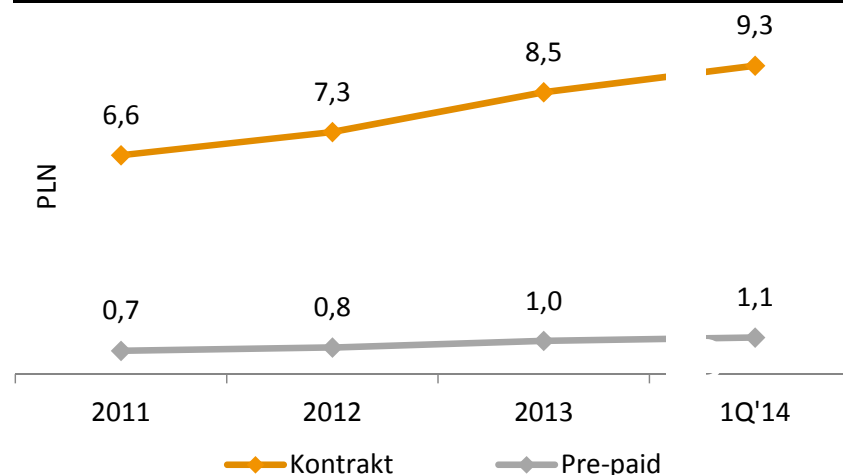
Wzrost aktywnych użytkowników usługi transmisji danych⁽¹⁾



Udział smartfonów w sprzedaży aparatów telefonicznych



ARPU detaliczne z usług transmisji danych⁽²⁾



Źródło: Polkomtel

Nota: (1) Zawiera użytkowników dedykowanych taryf kontraktowych Internetu mobilnego jak również pozostałych klientów, których transfer danych przekraczał 1MB w danym miesiącu
(2) ARPU detaliczne z usług transmisji danych dotyczy całkowitych przychodów z tych usług, podzielonych przez całkowitą liczbę klientów, odpowiednio kontraktowych lub pre-paid

Wyniki finansowe

Metelem (w tym Polkomtel)



w mln PLN	1Q 2014	zmiana r/r
Przychody ⁽¹⁾	↓ 1.603	(4%)
- Sprzedaż detaliczna	1.311	(4%)
- Interconnect i sprzedaż hurtowa	292	(6%)
Koszty ⁽²⁾	↓ 874	(9%)
EBITDA ⁽³⁾	↑ 729	2%
Marża EBITDA	↑ 45,5%	2,8 pkt%
EBIT	↑ 290	3%
Zysk netto	↑ 15	n/a

Źródło: Metelem (w tym Polkomtel), 1Q 2014 wyniki nieaudytowane



Nota: (1) Przychody ze sprzedaży (nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”)

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji, zawierają wynik netto pozostałych przychodów/kosztów operacyjnych

(3) EBITDA definiujemy wynik netto przed obciążeniami podatkowymi, kosztami finansowymi, przychodami finansowymi, udziałami w zysku jednostek stowarzyszonych, zyskiem z wyłączenia inwestycji w jednostkach stowarzyszonych, amortyzacją, jak również stratami i zyskami z trwałej utraty wartości oraz kosztami likwidacji rzeczowych środków trwałych

Wyniki pro-forma 31 marca 2014 (LTM)



mld PLN		 ⁽³⁾	Razem ⁽⁴⁾
Przychody⁽¹⁾	2,9	6,7	9,6
EBITDA⁽²⁾	1,1	2,9	4,0
Marża EBITDA	36,9%	43,0%	41,1%
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	0,8	2,7	3,6
Dług netto	1,5	9,8	11,3
Dług netto/EBITDA	1,4x	3,4x	2,9x

Źródło: pro forma 31.03.2014 (12M), Cyfrowy Polsat, Metelem, skonsolidowane sprawozdania finansowe i analizy własne, nieaudytowane, wartości zaokrąglone

Nota: (1) Przychody ze sprzedaży nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”

(2) EBITDA definiujemy jako zysk/(stratę) netto określone zgodnie z MSSF, przed amortyzacją (z wyłączeniem licencji programowych), odpisami (oraz ich odwróceniem) z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, wartością netto zlikwidowanych środków trwałych, przychodami z tytułu odsetek, kosztami finansowymi, dodatnimi/(ujemnymi) różnicami kursowymi, podatkiem dochodowym oraz udziałem w wyniku spółek współkontrolowanych. Różnice pomiędzy EBITDA a wykazanim zyskiem/ (stratą) z działalności operacyjnej obejmują amortyzację, odpisy (oraz ich odwrócenie) z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych oraz wartość netto zlikwidowanych środków trwałych

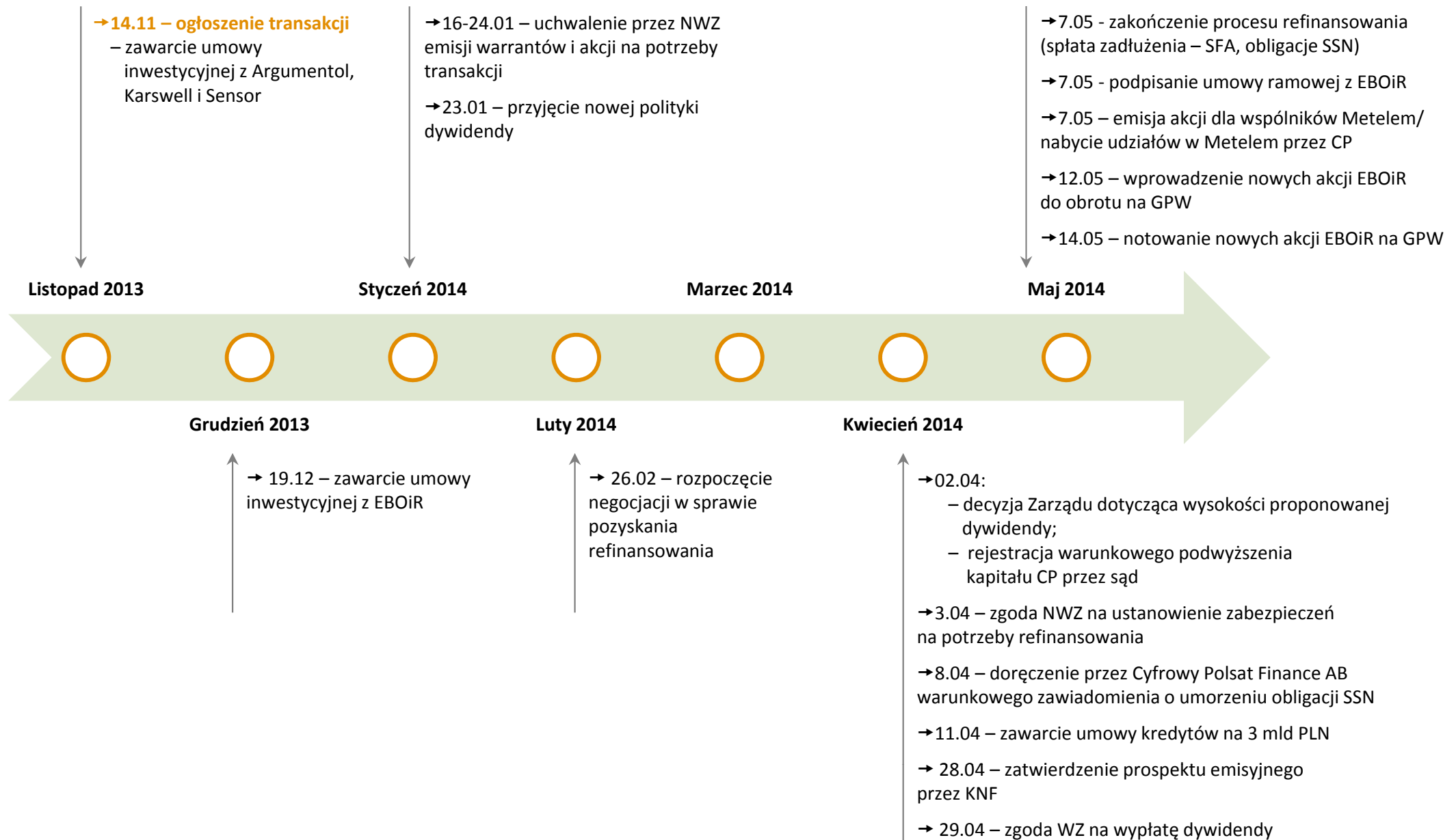
(3) Skonsolidowane dane Metelem na potrzeby pro-formy zostały dostosowane do sposobu prezentacji danych Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.

(4) Wartości zaokrąglone

5

Podsumowanie transakcji nabycia Metelem

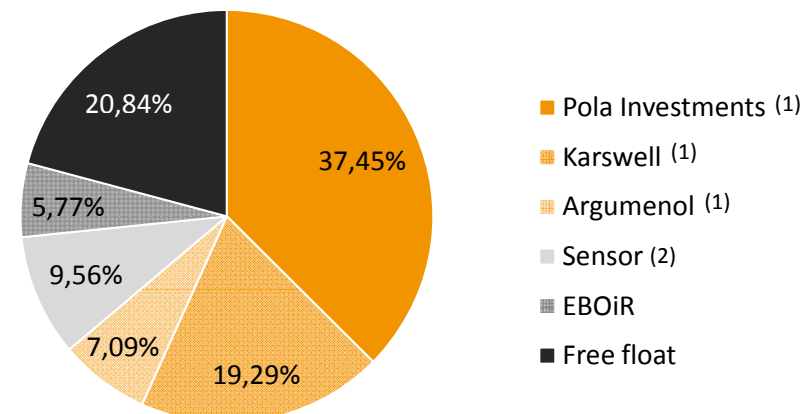
Podsumowanie procesu transakcji



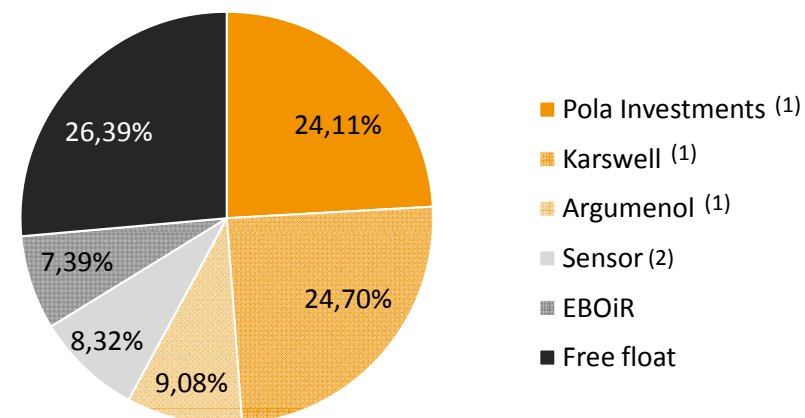
- Nowa Umowa kredytów zawarta w dniu 11 kwietnia 2014 r. przewiduje udzielenie kredytu terminowego do maksymalnej kwoty w wysokości 2,5 mld zł oraz wielowalutowego kredytu rewolwingowego do maksymalnej kwoty stanowiącej równowartość 500 mln zł
- Środki z nowego finansowania zostały przeznaczone na spłatę całości zadłużenia wynikającego z umowy kredytu niepodporządkowanego z 2011 roku oraz umowy dotyczącej emisji dłużnych papierów wartościowych (Senior Secured Notes) wyemitowanych przez Cyfrowy Polsat Finance AB
- Pozostała część wraz ze środkami własnymi Spółki zostanie przeznaczona na refinansowanie zadłużenia wynikającego z dłużnych papierów *pay-in-kind* (PIK Notes), wyemitowanych przez Eileme 1 AB (publ) (spółkę zależną Metelem Holding Company Limited)
- Kredyt terminowy będzie spłacany w kwartalnych ratach, o różnej wysokości, począwszy od 30 czerwca 2014 r., a ostateczną datą spłaty kredytu będzie 11 kwietnia 2019 r. Ostateczną datą spłaty całości kredytu rewolwingowego jest również dzień 11 kwietnia 2019 r.
- Oprocentowanie nowego kredytu uzależnione jest od poziomu wskaźnika całkowitego zadłużenia - im niższy wskaźnik dług netto/EBITDA, tym niższa marża

- Zatwierdzenie prospektu przez KNF w dniu 28 kwietnia 2014 r.
- Podpisanie Umowy Ramowej z EBOiR
 - Umowa dotyczy zobowiązań spółki dotyczących prowadzenia działalności przez spółkę oraz jej podmioty zależne zgodnie z wymogami stosowanymi przez EBOiR, w szczególności w zakresie ochrony środowiska
- Emisja warrantów, a następnie konwersja 291.193.180 akcji (w tym 47.260.690 akcji serii I oraz 243.932.490 serii J)
- 14 maja 2014 r. – pierwszy dzień notowania akcji EBOiR na GPW
- Akcje serii J zostaną wprowadzone do obrotu na GPW nie wcześniej niż w 2 kw. 2015 r.

Oczekiwania struktura głosów



Oczekiwania struktura kapitału

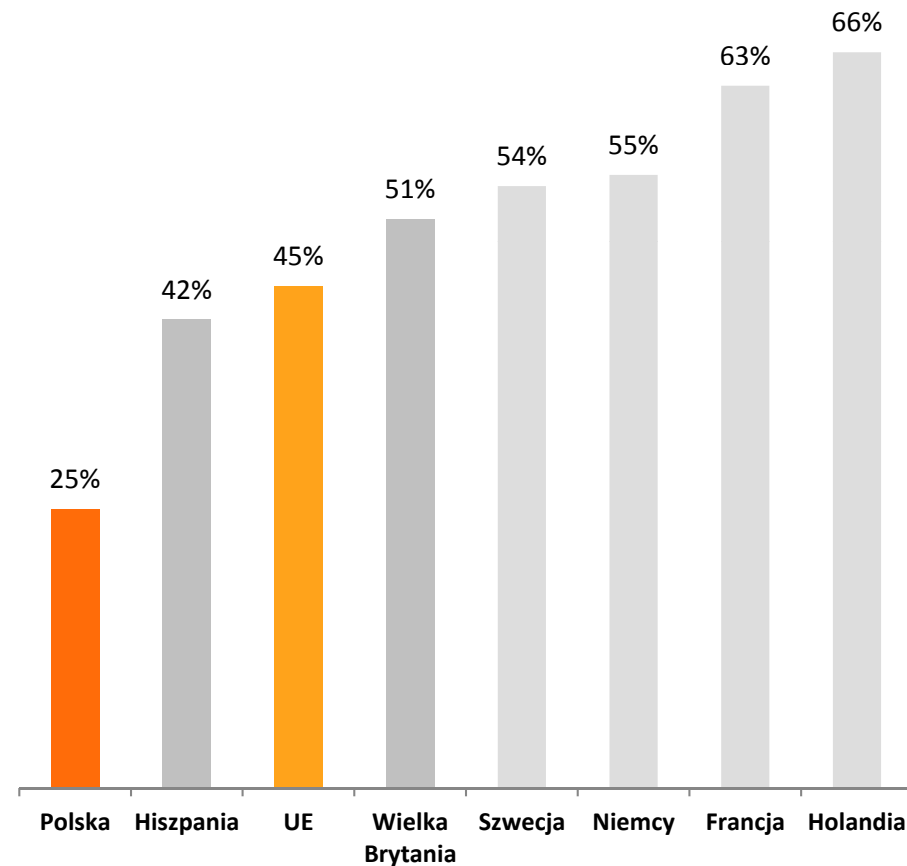


6

Realizacja naszej strategii

- Konwergencja świata mediów i telekomunikacji jest faktem i ma już miejsce na całym świecie
- Dotychczasowe trendy rynkowe pozwalały operatorom na łączenie podstawowych usług (Telewizja, Internet, Telefon)
- Dzisiaj operatorzy oferują już znacznie więcej (VAS, OTT, itp.)
- Polski rynek usług zintegrowanych posiada ogromny potencjał – dogonić resztę Europy

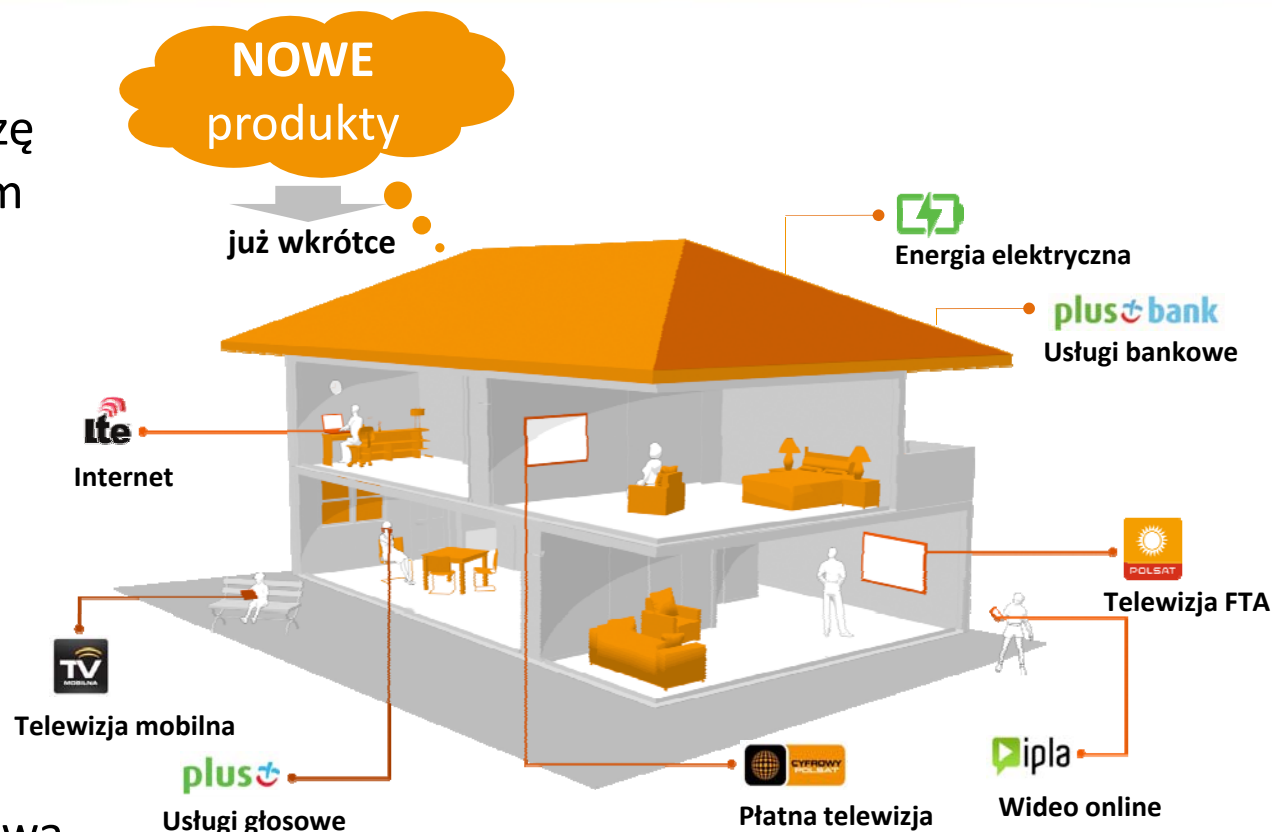
Nasylenie rynku usług zintegrowanych w Europie



Nasze szanse i wyzwania rynkowe



- Mamy największą w Polsce bazę klientów przy relatywnie niskim overlap'ie – co daje ogromny potencjał do cross – selling'u
- Posiadamy atrakcyjne i unikalne na polskim rynku portfolio produktów i usług
- Naszym największym wyzwaniem rynkowym jest skuteczna lojalizacja bazy klientów i konsekwentna budowa przychodu na jednego klienta



Aby zmierzyć się z tym wyzwaniem wdrożyliśmy produkt smartDOM

Wyjątkowa oferta dla obecnych klientów



plus  

Internet LTE
-50%

Telewizja satelitarna
99 kanałów
nawet za **1 zł**

Tylko dla naszych Klientów!
Drugi produkt za połówkę,
trzeci za złotówkę.
Spiesz się!



- Kolejna odsłona programu smartDOM
- Oferta skierowana tylko do obecnych klientów Cyfrowego Polsatu i Plusa, posiadających tylko jeden produkt
- Prosty i elastyczny mechanizm dający klientom wyraźne korzyści z zakupu **dodatkowych** usług grupy
 - drugi produkt za **50%**
 - trzeci za **1 zł**

Program lojalnościowy Paszport Korzyści



- Program lojalnościowy skierowany do klientów Cyfrowego Polsatu, Plusa oraz Plus Banku
- Szeroki wachlarz korzyści
 - specjalna oferta partnerów programu (m.in. Axa Assistance, Eurocash, Orlen, Superpolisa.pl, Telepizza)
 - lead back – po otrzymaniu „Karty Korzyści” można korzystać z ofert partnerów, a od każdej transakcji użytkownik otrzymuje środki, które może przeznaczyć na rabaty na usługi organizatorów
 - atrakcyjny pakiet rozrywki – specjalne nagrody, możliwość uczestnictwa w konkursach, loterie i bilety na siatkówkę, festiwale muzyczne itp.
- Program będzie rozwijany w najbliższej przyszłości o oferty nowych partnerów



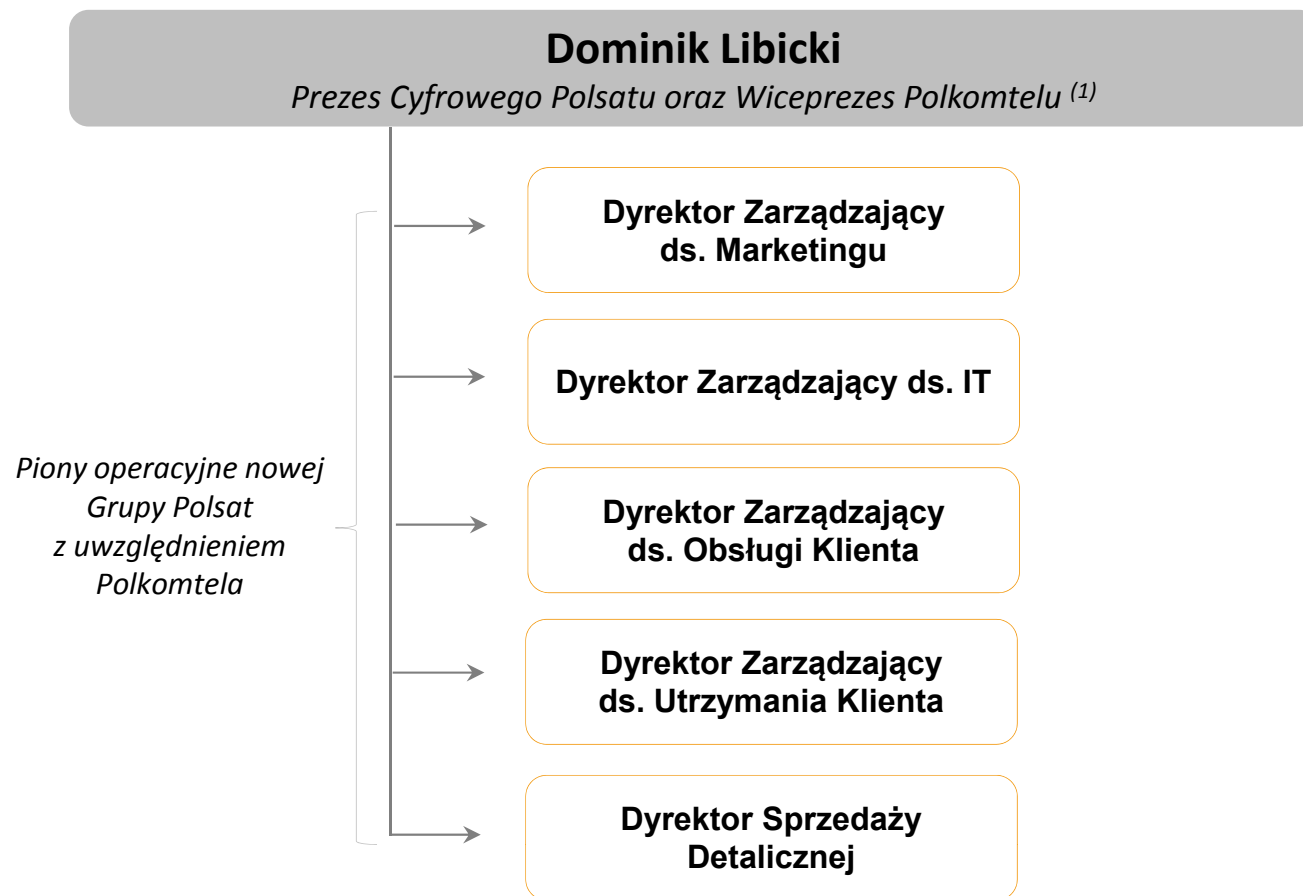
Reorganizacja struktury organizacyjnej



**Integracja kluczowych
obszarów biznesowych**



Cel zrealizowany



Nota (1) Od 15 maja 2014 roku Dominik Libicki pełni funkcję Członka Zarządu Polkomtela. Zgodnie z uchwałą Rady Nadzorczej, po rejestracji przez sąd zmian w Akcie Założycielskim Spółki, obejmie stanowisko Wiceprezesa Zarządu

Średnioterminowe cele operacyjne



Wspólne działania ofertowe

Cel zrealizowany

Wspólne Call Center

Projekt w toku
Oczekiwana finalizacja 2016

Integracja systemów IT

Projekt w toku
Oczekiwana finalizacja 2016

Jedna sieć sprzedaży

Projekt w toku
Oczekiwana finalizacja 2016

CEL

Realizacja strategii budowy wartości klienta oraz zwiększanie jego lojalności poprzez wyższą jakość świadczonych usług

Cele Grupy Polsat na 2H'14



- Konsolidacja wyników nowej grupy począwszy od 7 maja 2014 r.
- Zmiana w sposobie prezentacji i raportowania wyników
 - osobna komunikacja nowego sposobu raportowania jeszcze przed publikacją wyników za 2Q'14
 - pierwszy raport nowej grupy 28 sierpnia 2014 r.
- Kontynuacja procesu integracji Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu
- Kolejne wdrożenia wspólnych inicjatyw sprzedażowych oraz rozwój nowych produktów grupy

7

Q&A

Olga Zomer

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową: www.cyfrowypolsat.pl/inwestor