



New Tech Venture

NEW TECH VENTURE S.A.

Materiał Informacyjny

Podstawowe informacje o NEW TECH VENTURE S.A.

Nazwa (firma)	NEW TECH VENTURE Spółka Akcyjna
Kraj:	Polska
Siedziba:	Warszawa
Adres:	ul. Bekasów 74, 02-803 Warszawa
Numer KRS:	0000389467
REGON:	142943119
NIP:	5213603831
Poczta e-mail:	office@ntvsa.pl

Czas trwania Spółki jest nieograniczony.

Spółka działa na podstawie Statutu Spółki oraz przepisów Kodeksu spółek handlowych (Dz. U. z 2000 r., Nr 94, poz. 1037, z późn. zm.).

Przedmiot działalności - model biznesowy

New Tech Venture S.A. prowadzi działalność w obszarze usług marketingowych i sprzedażowych, koncentrując się na realizacji projektów wspierających sprzedaż, budowanie doświadczenia marki oraz organizację działań promocyjnych w kanałach offline i online. Spółka świadczy kompleksowe usługi dla klientów biznesowych, obejmujące zarówno przygotowanie koncepcji działań marketingowych, jak i ich pełną realizację operacyjną.

Podstawowym obszarem działalności Spółki jest projektowanie i prowadzenie akcji promocyjnych oraz działań shopper marketingowych, w szczególności w punktach sprzedaży. Usługi te obejmują przygotowanie koncepcji akcji, organizację zaplecza personalnego i logistycznego, produkcję lub zakup materiałów marketingowych, koordynację działań terenowych oraz raportowanie efektów kampanii. Celem realizowanych projektów jest zwiększenie sprzedaży produktów klientów, poprawa widoczności marki w miejscu sprzedaży oraz budowanie bezpośredniego kontaktu konsumenta z marką.

Istotnym segmentem działalności Spółki jest również organizacja eventów, wydarzeń promocyjnych, konferencji, premier produktowych, roadshows oraz innych projektów specjalnych. W tym zakresie Spółka zapewnia klientom pełną obsługę, obejmującą przygotowanie scenariusza i kreacji wydarzenia, realizację techniczną i produkcyjną, dostarczenie niezbędnych materiałów oraz koordynację przebiegu przedsięwzięcia.

Spółka prowadzi także działalność w zakresie zarządzania zespołami konsultantów, ambasadorów marek i personelu sprzedażowego wspierającego klientów w punktach

sprzedaży na terenie całej Polski. Model ten obejmuje rekrutację, szkolenie, organizację pracy, nadzór nad realizacją zadań oraz ocenę efektywności zespołów. Istotnym elementem modelu biznesowego Spółki jest odpłatne udostępnianie wykwalifikowanego personelu operacyjnego spółce NCF Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („NCF”). NCF prowadzi działalność w obszarze trade marketingu, field marketingu, wsparcia sprzedaży, organizacji akcji promocyjnych, eventów, roadshow oraz badań typu mystery shopper realizowanych w punktach sprzedaży.

Model operacyjny Emitenta polega na kierowaniu własnych pracowników oraz współpracowników do spółki NCF. Spółka NCF pozostaje bezpośrednim wykonawcą kontraktów zawartych ze swoimi klientami końcowymi. Udostępniany personel jest wykorzystywany przez NCF przy realizacji zobowiązań wobec klientów krajowych i zagranicznych. Pracownicy Spółki, pozostając formalnie zatrudnieni przez Spółkę, wykonują zadania w ramach struktur projektowych organizowanych przez NCF. W zależności od projektu mogą być włączani do zespołów obsługujących kontrakty NCF. Zadania mogą być wykonywane bezpośrednio u klientów lub kontrahentów NCF. Dotyczy to w szczególności punktów sprzedaży, sieci handlowych, lokalizacji eventowych, centrów dystrybucyjnych oraz innych miejsc realizacji usług marketingowych i sprzedażowych.

Uzupełnieniem oferty Spółki są usługi związane z przygotowaniem strategii komunikacji dla wybranych kanałów, kreacją i produkcją materiałów reklamowych, realizacją programów lojalnościowych i motywacyjnych, a także działaniami w obszarze marketingu internetowego, analityki internetowej oraz influencer marketingu.

Spółka obsługuje przede wszystkim klientów korporacyjnych i duże przedsiębiorstwa, w tym marki z segmentu premium i luxury, zwłaszcza z branży beauty, kosmetycznej, perfumeryjnej oraz innych kategorii wymagających wysokiego standardu ekspozycji marki i jakości obsługi konsumenta. Działalność Spółki obejmuje obszar całej Polski.

Przychody Spółki pochodzą przede wszystkim z usług wsparcia sprzedaży w punktach sprzedaży, organizacji i realizacji kampanii promocyjnych, dostarczania materiałów marketingowych oraz kompleksowej organizacji eventów i projektów specjalnych. Model działalności opiera się na połączeniu kompetencji strategicznych, kreatywnych, organizacyjnych i terenowych, co pozwala Spółce realizować projekty kompleksowo – od etapu koncepcji po etap wykonania i rozliczenia efektów.