

## FORMULARZ DLA CZŁONKA ORGANU EMITENTA

1) Imię, nazwisko, zajmowane stanowisko lub funkcje pełnione w ramach emitenta oraz termin upływu kadencji, na jaką dana osoba została powołana,

**Aleksandra Anklewicz, Członek Rady Nadzorczej, powołana na jednoroczną kadencję, kończącą się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego Sprawozdanie finansowe za rok 2022 r.**

2) Opis kwalifikacji i doświadczenia zawodowego

Konsultant biznesowy w zakresie zarządzania sprzedażą i budowania efektywnych zespołów sprzedaży (63 projekty). Były szef sprzedaży ( w sumie 8 lat i 25 zespołów sprzedażowych) oraz Interim Manager w zakresie zarządzania sprzedażą (13 projektów).

Przez 9 lat współpracowała z nr 1 na międzynarodowym rynku firm konsultingowo-szkoleniowych Mercuri International przy projektowaniu i wdrażaniu projektów rozwoju i zmiany w organizacjach sprzedażowych, w 35 % we współpracy z czołową firm konsultingowych: McKinsey&Company, Ernst&Young, Boston Consulting Grup, Arthur Andersen. Ma za sobą ponad 63 projekty w tym zakresie oraz wdrożenia projektowe.

Coach managerski, trener, mentor.

6 900 godzin treningu grupowego

4 120 godzin executive coachingu

383 grup szkoleniowych

68 zakończonych procesów coachingowych

Przygotowuje managerów do pełnego wykorzystania własnego potencjału i przyjęcia najważniejszych ról w organizacji.

Współpracowała z Vital Voices, fundacją Hilary Clinton, tworzącą programy mentorski dla kobiet liderek biznesu na świecie oraz CEO Round Table.

Współpracuje z Akademią Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz Collegium Mazovia.

Posiada International Coaching Certificate i International Business Coaching Certificate, akredytację trenerską Nonviolent Communications by Buy NVC oraz Mercuri International Business School.

Ukończyła studia magisterskie na Uniwersytecie Łódzkim na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym oraz podyplomowe w Wyższej Szkole Bankowości w Warszawie.

### Przykłady zrealizowanych projektów doradczych

1.



Zakres projektu:

opracowanie i wdrożenie strategii rekrutacji i narzędzi dla wysoce wyspecjalizowanych pracowników IT  
wprowadzenie planowego i efektywnego onboardingu  
wprowadzenie narzędzi do mierzenia postępów w zakresie realizacji strategii sprzedażowych  
wprowadzenie ścieżek rozwojowych dla potencjału managerskiego  
wprowadzenie ścieżek rozwojowych dla HIPO  
wprowadzenie systemu certyfikacji merytorycznych i sprzedażowych  
wprowadzenie regularnych badań motywacji zespołu i kultury feedbacku  
wprowadzenie zasad regularnej pracy managerów z pracownikami

2.



Zakres projektu:

wprowadzenie planowego i efektywnego onboardingu

wprowadzenie narzędzi do mierzenia postępów na ścieżkach rozwojowych wprowadzenie ścieżek rozwojowych dla potencjału managerskiego  
wprowadzenie systemu certyfikacji merytorycznych  
wprowadzenie regularnych badań motywacji zespołu i kultury feedbacku w oparciu o Discovery Insight  
wprowadzenie zasad regularnej pracy managerów z pracownikami  
stworzenie i wprowadzenie modeli kompetencyjnych na stanowiska sprzedażowe i managerskie  
stworzenie i wdrożenie planów treningowych w formułach blended learning



Zakres projektu:

wprowadzenie managerskich map zespołów sprzedażowych i inżynierskich  
wprowadzenie narzędzi do mierzenia postępów na ścieżkach rozwojowych  
wprowadzenie ścieżek rozwojowych dla potencjału managerskiego  
wprowadzenie systemu certyfikacji merytorycznych  
wprowadzenie regularnych badań motywacji zespołu  
wdrożenie kultury feedbacku (Focus On Sales)  
wprowadzenie zasad regularnej pracy managerów z pracownikami

3.



Zakres projektu:

Opracowanie i wdrożenie strategicznego zarządzania sprzedażą w relacjach z partnerami biznesowymi Velux i w zespole własnym. Zbudowanie praktycznych modeli budowania kompetencji managerskich i sprzedażowych. Projekt 3 letni.

Główne rezultaty:

Wzrost skuteczności działań zarówno managerskich jak i sprzedażowych o 67 %

**Sektor przemysłowy (sprzęt oraz usługi)**, światowi liderzy technologii (HVAC, sprężonego powietrza, przepływu oraz kontroli mocy, wysokowydajnych pomp, sterowania procesami produkcyjnymi)

Zakres projektu:

Zdefiniowanie procesu sprzedaży oraz narzędzi, opracowanie podejścia do sprzedaży przetargowej, wypracowanie i wdrożenie narzędzi do identyfikacji oraz analizy szans sprzedaży

Zdefiniowanie oraz wdrożenie narzędzi zarządzania sprzedażą (pipeline management oraz rozmowy sterujące).

Główne rezultaty:

Wzrost wartości oraz liczby składanych ofert, wzrost liczby podpisywanych kontraktów, wzrost przychodów oraz marżowości.



#### 4. Operator telefonii komórkowej

Zakres projektu:

Wypracowanie oraz wdrożenie standardów zarządzania detaliczną siecią sprzedaży z wykorzystaniem koncepcji zarządzania przez cele (ok. 900 POS, 50% partnerskich)

Uzyskanie zakładanych przez właściciela wzrostów sprzedaży



Główne rezultaty:

Osiągnięcie zakładanych wzrostów sprzedaży, klient osiągnął pozycję najlepiej sprzedającej sieci GSM w Polsce.

#### 5. Sektor bankowy

Bank Zachodni WBK

Grupa Santander



BGZ BNP PARIBAS

Zakres projektu:

Wdrożenie standardów zarządzania sprzedażą na poziomie sprzedaży korporacyjnej.

Badania Customer Eye

Wdrożenie metodologii pracy z klientami posiadanymi w portfelu, ale uśpionymi w oparciu o sprzedaż asertywną. 411 dni coachingowych, 18 grup sprzedażowych i managerskich. Projekty trwające około roku.

Główne rezultaty:

Znaczący wzrost poziomu działań handlowych w stosunku do portfela klientów. Wzrost przychodów z istniejącej bazy klientów. Znaczący przyrost umiejętności managerskich.

6. Pharma



Zakres projektu:

Wdrożenie standardów zarządzania sprzedażą.

Wdrożenie metodologii pracy z lekarzami w oparciu o sprzedaż asertywną. Projekt trwający rok.

Główne rezultaty:

Znaczący wzrost jakości działań handlowych w stosunku do istniejącej bazy lekarzy.

Wzrost przychodów z istniejącej bazy klientów.

Znaczący przyrost umiejętności managerskich.



9.

Zakres projektu:

Zebranie i stworzenie standardów Key Account Management w odniesieniu do zebranych best practice w całej organizacji.

Wdrożenie metodologii Key Account Management w organizacji.

Główne rezultaty:

Znaczący wzrost jakości działań handlowych w stosunku do kluczowych klientów.



10. Sektor logistyczny

Zakres projektu:

Zdefiniowanie procesu sprzedaży oraz narzędzi, opracowanie podejścia do sprzedaży przetargowej, wypracowanie i wdrożenie narzędzi do identyfikacji oraz analizy szans sprzedaży

Zdefiniowanie oraz wdrożenie narzędzi zarządzania sprzedażą (pipeline management oraz rozmowy sterujące).

Główne rezultaty:

Wzrost wartości oraz liczby składanych ofert, wzrost liczby podpisywanych kontraktów, wzrost przychodów oraz marżowości.

- 3) Wskazanie działalności wykonywanej przez daną osobę poza emitentem, gdy działalność ta ma istotne znaczenie dla emitenta  
Nie
- 4) Wskazanie wszystkich spółek prawa handlowego, w których, w okresie co najmniej ostatnich trzech lat, dana osoba była członkiem organów zarządzających lub nadzorczych albo współnikiem, ze wskazaniem, czy dana osoba nadal pełni funkcje w organach lub jest nadal współnikiem  
Nie

- 5) Informacje na temat czy w okresie ostatnich pięciu lat dana osoba została skazana prawomocnym wyrokiem za przestępstwa, o których mowa w art. 18 § 2 Kodeksu spółek handlowych lub przestępstwa określone w Ustawie o obrocie, Ustawie o ofercie lub ustawie z dnia 26 października 2000 r. o giełdach towarowych, albo za analogiczne przestępstwa w rozumieniu przepisów prawa obcego, oraz wskazanie, czy w okresie ostatnich pięciu lat osoba taka otrzymała sądowy zakaz działania jako członek organów zarządzających lub nadzorczych w spółkach prawa handlowego  
Nie
- 6) Szczegóły wszystkich przypadków upadłości, restrukturyzacji, zarządu komisarycznego lub likwidacji, w okresie co najmniej ostatnich pięciu lat, w odniesieniu do podmiotów, w których dana osoba pełniła funkcje członka organu zarządzającego lub nadzorczego  
Nie
- 7) Informację, czy dana osoba prowadzi działalność, która jest konkurencyjna w stosunku do działalności emitenta, oraz czy jest współnikiem konkurencyjnej spółki cywilnej lub osobowej albo członkiem organu spółki kapitałowej lub członkiem organu jakiegokolwiek konkurencyjnej osoby prawnej  
Nie
- 8) Informację, czy dana osoba figuruje w rejestrze dłużników niewypłacalnych, prowadzonym na podstawie ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym  
Nie

.....  
(podpis)