

WEBGALLERIAN

Ditt shoppingcenter på nätet

Inbjudan till företrädesemission
Webgallerian Scandinavia AB

Teckningstid 30 januari – 15 mars 2019



WEBGALLERIAN – TILLVÄXTSTRATEGI 2019

2018 var året då Webgallerians affärsmodell tog konkret form i en välfungerande marknadsplats färdig för kommersiell lansering. Hårt arbete och omfattande raffinering under året har lagt grunden till den nya plattformen. Slutsatsen är att Webgallerians nya tillväxtstrategi, en gateway till en skattekista av spännande fynd och en plats att upptäcka en samling av handplockade produkter från Sveriges bästa kurerade oberoende webbshoppar, som visar sig vara attraktivt för vårt målinriktade segment av konsumenter och skapar mycket uppmärksamhet.

För att förverkliga visionen att bli svenskarnas självklara val för utvald och överraskande shopping online, har Webgallerian under 2018 finlipat strategin och börjat jobba med en mer noggrann urvalsprocess som bara låter de bästa butikerna ansluta sig. Webgallerians nya mål är att samla 500 av Sveriges mest intressanta webbutiker i ett shoppingcentrum på nätet under ett tak. Butiksruvalet baseras på vissa kriterier där butikerna även ska leva upp till devisen: "En tjustring med shopping är att bli överraskad – upptäck butiker du inte visste fanns" i syfte att erbjuda kunderna en unik shoppingupplevelse. Kort sagt ska Webgallerian erbjuda en samling noga utvalda, små och spännande butiker som man inte kände till, och som man inte hittar överallt!

VÅR UNIKA AFFÄRSMODELL

- Webgallerian samlar Sveriges mest intressanta webbutiker i ett digitalt shoppingcentrum på nätet, under ett tak. Idag finns 107 butiker anslutna, och 120 till står i "kö" för att granskas.
- Kunderna handlar från många olika butiker och betalar allt i samma kassa på Webgallerian.
- Våra intäkter bygger på provision (7 %) för alla genomförda köp, samt en årlig marknadsföringsavgift för varje butik.
- Anslutna butiker får kraftfull marknadsföring genom Webgallerians samarbetsparter Vi i Villa (Bonnier) som når 2,2 miljoner konsumenter, samt även marknadsföring i sociala medier, annonskampanjer och influencersamarbeten.
- Genom samarbetet med Bring erbjuder Webgallerian lager och distribution, vilket ger butikerna en smidig och kostnadseffektiv lösning. På så sätt får kunderna varor från olika butiker i samma paket.
- En värdefull tillgång i bolaget är det egenutvecklade it-systemet som automatiskt sköter både uppdatering av produktinformation från alla medverkande butiker, betalningstransaktioner så att varje butik får rätt betalt och provisionsbetalningen till Webgallerian. Systemet fungerar även som admin-gränssnitt för både butiker och Webgallerian.

VÄGEN FRAMÅT

- Konverteringsgraden ska ökas genom: 1) förbättrad användarupplevelse i mobilen, 2) kundbearbetning som retargeting och varukorgspåminnelser, och 3) omförhandlade fraktvillkor med butikerna, som ska ge en lägre och enhetlig fraktkostnad så att kunden inte överrumplas av hög fraktkostnad i slutet av köpprocessen.
- Sverige är en liten marknad, men ett starkt varumärke internationellt. Initialt ligger fokus på tillväxt på svenska och nordiska marknader, men vi ser fram emot att lyfta svenska butiker och hjälpa dem ut på en mycket större global marknad. Vår tekniska plattform är skalbar och stöder flera språk.
- Många har varit intresserade av Webgallerians tekniska plattform, som har öppnat dörrarna för Webgallerian till "white label" av plattformen för köpcentrum, fysiska butiker samt internationella aktörer. Det finns ett stort intresse och behov av att digitalisera butiker och Webgallerians tekniska plattform är lätt anpassningsbar och kan enkelt användas och implementeras i dessa sammanhang. Det finns 23 industrikommuner i Sverige som alla delar den gemensamma oron för att skydda en aktiv och effektiv cityhandel för att upprätthålla en fungerande arbetskraft på orten. "Butiksdöden" påverkar både cityhandeln och köpcentrum runt om i landet och det finns ett behov av att möta detta med en välfungerande digitalisering. Webgallerians teknik är särskilt lämpad för att snabbt initiera en sådan process. Flera sådana diskussioner pågår för närvarande avseende både cityhandel och köpcentrum men även med internationella aktörer.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN HAR ORDET

Kära aktieägare och nya investerare i Webgallerian,

Även om en plattform som Webgallerian aldrig blir helt klar ser vi våra ansträngningar som iterativ och progressiv. Som sådan är vi glada att det intensiva utvecklingsarbetet 2018 resulterade i en framgångsrik relansering av vårt kraftfulla koncept i en levande miljö. Vårt nya fokus på handplockade och kurerade webbbutiker har mottagits mycket positivt från både kunder och handlare. Vi är nu redo att skala upp vår plattform för att möta våra tillväxtförväntningar med fortsatt finjustering och tillägg av nya "smarta funktioner", mer omfattande social marknadsföring, fler partnerskap och fler kunder.

"Webgallerian är inte längre bara en idé. Det är nu en avancerad "one-stop-shopping" marknadsplats med växande mängd handplockade och kurerade butiker "

VAD HANDLAR DEN NYA TILLVÄXTSTRATEGIN OM?

Inför relanseringen i december 2018 tog vi fram en ny strategi som förstärker inriktningen på ett vassare urval av butiker och bättre struktur. Det ger en starkare positionering för att stå mer rustade i konkurrensutvecklingen på marknaden idag, där valet av butiker är avgörande för att kunna erbjuda något unikt.

Vi handplockar nu butiker som måste uppfylla vissa kvalitets- och innehållskriterier för att få vara med. Det skapar en marknadsplats, en galleria, med butiker och produkter man inte hittar överallt. Alla har något speciellt att erbjuda som blir mer intressant och bidrar till nyfikenhet och en mer spännande shoppingupplevelse. Den förändrade strategin innebär att vi valt att ta bort vissa butiker som fanns med tidigare men som inte passar in i vår nya tydligare inriktning.

VAD GÖR VÅR TEKNISKA PLATFORM UNIK?

Webgallerian är inte längre bara en idé. Det är nu en avancerad "one-stop-shopping" marknadsplats med 110 butiker (fler ansluter hela tiden). Att ansluta en ny butik till vår plattform tar bara några minuter, och all produktinformation uppdateras kontinuerligt automatiskt för att ge besökarna ständigt uppdaterat innehåll.

Vi har faktiskt byggt något unikt – en plattform där kunden kan handla från olika butiker, lägga alla varor i en varukorg och betala allt i en och samma kassa. Den ännu större utmaningen var att kunna ge rätt betalt till alla butiker och rätt provision till oss. Den enda betaltjänstleverantören som kunde erbjuda en sådan lösning var PayEx, som gjorde det möjligt genom att bygga en applikation, till en rimlig kostnad för Webgallerian., som vi integrerat i vår plattform. Nu lägger vi dessutom till betalningstjänsten Swish, vilket också bara varit möjligt genom integrationen med PayEx. Swish bidrar starkt till ett ännu enklare betalningsalternativ för kunden. Integreringen påbörjas inom kort.

År 2018 förvärvade vi en teknisk plattform som ger oss en förbättrad applikation för personifierat innehåll. Vi tror att personifierad shoppingupplevelse skiljer ut oss från konkurrenterna och att det kommer att öka kundernas engagemang och driva konvertering.

Så här gör vi: För **nya besökare** presenteras personifierat innehåll baserat på användarens universella beteendemönster på internet. För **återvändande besökare** kommer även tidigare navigationsmönster på Webgallerian att användas för att presentera det mest relevanta innehållet (dvs sidbesök, produktvyer, sökord, kundvagn och checkoutaktiviteter). För de **mest engagerade kunderna** visar vårt system också personifierat innehåll baserat på aktivt engagemang som utvalda intressanta platser, butiker och produkter som är markerade som favoriter i Min Galleria och tidigare inköp. Denna logik för anpassning kommer att styra innehållet på webgallerian.se, i nyhetsbrev, i kundvagnens påminnelsemail och för push-meddelanden i mobilapp. Även retargeting kommer att tillämpas i våra besökares sociala media-flöden och i bannerannonser.

Alla dessa funktioner ger våra användare en rik och personlig shoppingupplevelse när de handlar bland hundratals handplockade och kurerade butiker. Dessutom ger dessa fördelar, som driver konvertering och personifiering, fördelar för våra butiker som annars inte har kunskap eller resurser att implementera själva. Detta utgör starka försäljningsargument vid införsäljning av nya butiker till vår plattform.

VAD ÄR NÄSTA STEG?

Efter vår framgångsrika relansering 2018 fokuserar vi nu på att fortsätta öka kännedomen bland kunder och öka konverteringsgraden genom att ständigt förbättra personaliseringsfunktionerna. Vi har sett att 74 % av vår trafik kommer från mobiler och tablets, därför lägger vi nu fullt fokus på att öka användarvänligheten i mobilen. Vi förväntar oss att leverera support för iOS och Android-plattformen under andra kvartalet 2019.

Med den smarta plattform vi nu byggt är det spännande att börja planera för ännu fler strategiska steg på sikt: Att lansera WG internationellt, hitta nischområden som exempelvis en ekogalleria, eller skapa nya B2B-samarbeten genom white labeling.



Ingemar Gleissman, Grundare och VD

FÖRETRÄDESEMISSION – ERBJUDANDET I SAMMANDRAG

Med stöd av bemyndigande lämnat på extra bolagsstämman den 16 maj 2018 i Webgallerian Scandinavia AB (publ) har styrelsen beslutat att genomföra en företrädesemission (nyemission) av 568 782 aktier.

Nyemissionen omfattar aktier som erbjuds till kursen 5,40 SEK. Sammantaget väntas en fulltecknad nyemission (företrädesemission) inbringa 3 071 422,80 SEK före transaktionskostnader. Styrelsen har även möjlighet att utöka erbjudandet till både befintliga och nya aktieägare, inom bemyndigandets ram, om ytterligare högst 277 777 aktier.

Teckningskurs	5,40 SEK
Teckningstid	30 Januari – 21 Februari 2019
Antal erbjudna aktier, Företrädesemission	568 782
Antal erbjudna aktier, övertilldelning	277 777
Emissionsbelopp, Företrädesemission	3 071 422,80 SEK
Emissionsbelopp, övertilldelning	1 499 995,80 SEK
Bolagsvärdering, pre money	39 928 518 SEK

Tillgänglighet

Föreliggande memorandum och de handlingar som införlivats genom hänvisning kommer under dokumentets giltighetstid att finnas tillgängliga i elektronisk form på någon av följande två länkar:

<http://eminova.se/emissionsuppdags/>

<https://www.bequoted.com/bolag/webgallerian/prospekt/inbjudan-till-foretradesemission-webgallerian-scandinavia-20-68819/> .

Länk för onlineteckning (utan stöd av rätter) där man kan fylla i på nätet och signera med bank-id:

<https://www.signrportal.se/portal/732/WebgallerianScandinavia>