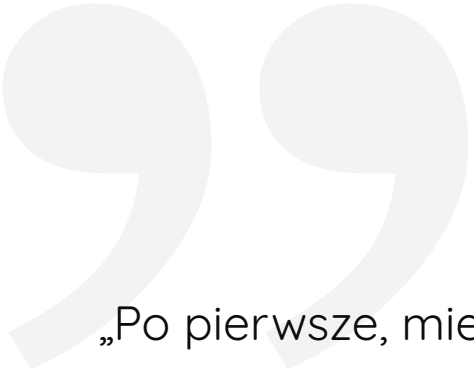


TEROPLAN

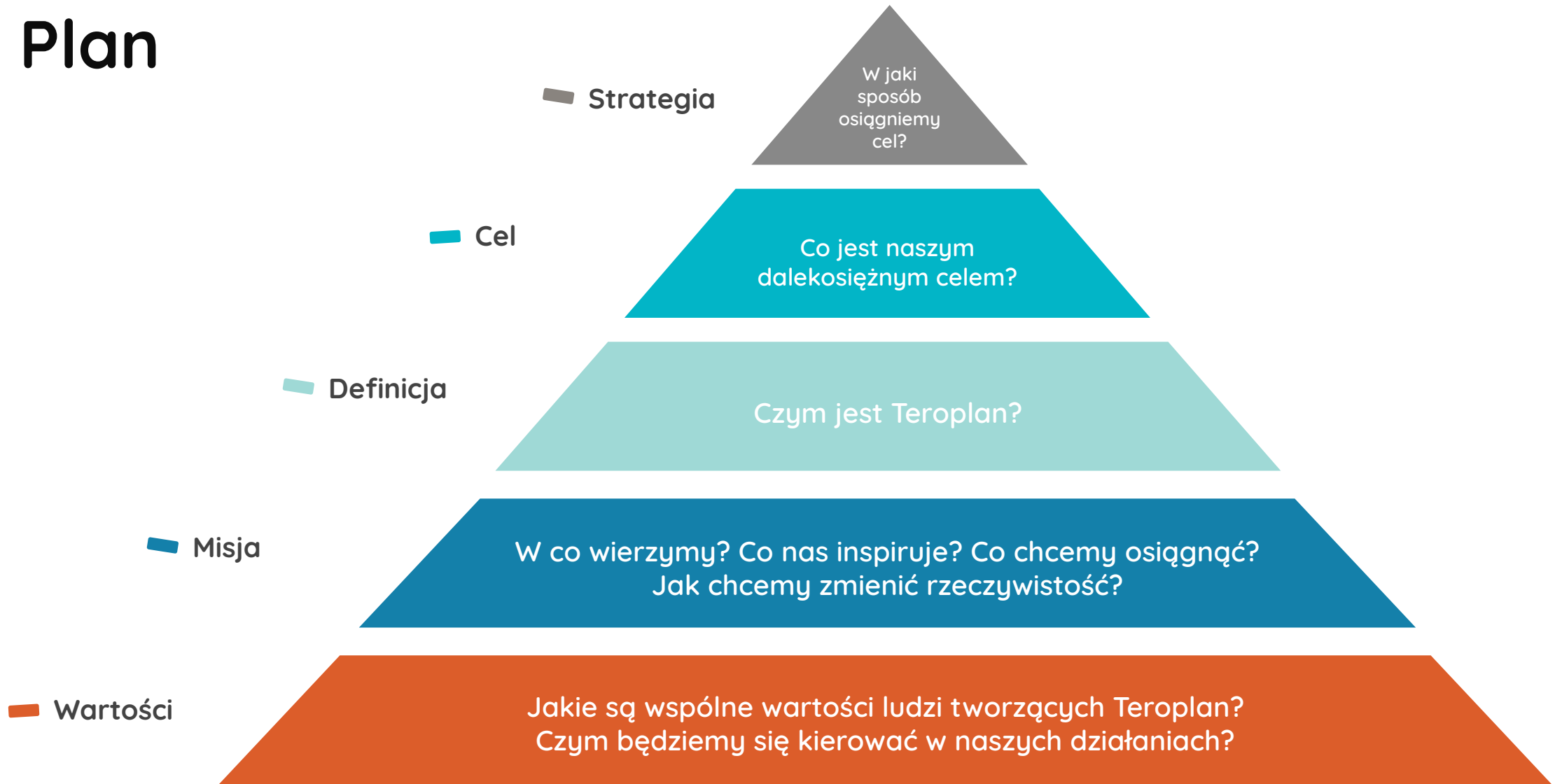
Misja, definicja, cel i strategia



„Po pierwsze, miej zdefiniowany, jasno określony cel (ideał, zadanie). Po drugie, zdobądź potrzebne zasoby by do niego dojść; wiedzę, pieniądze, materiały, metody. Po trzecie, skieruj wszystkie te zasoby na osiągnięcie celu.”

Arystoteles

Plan



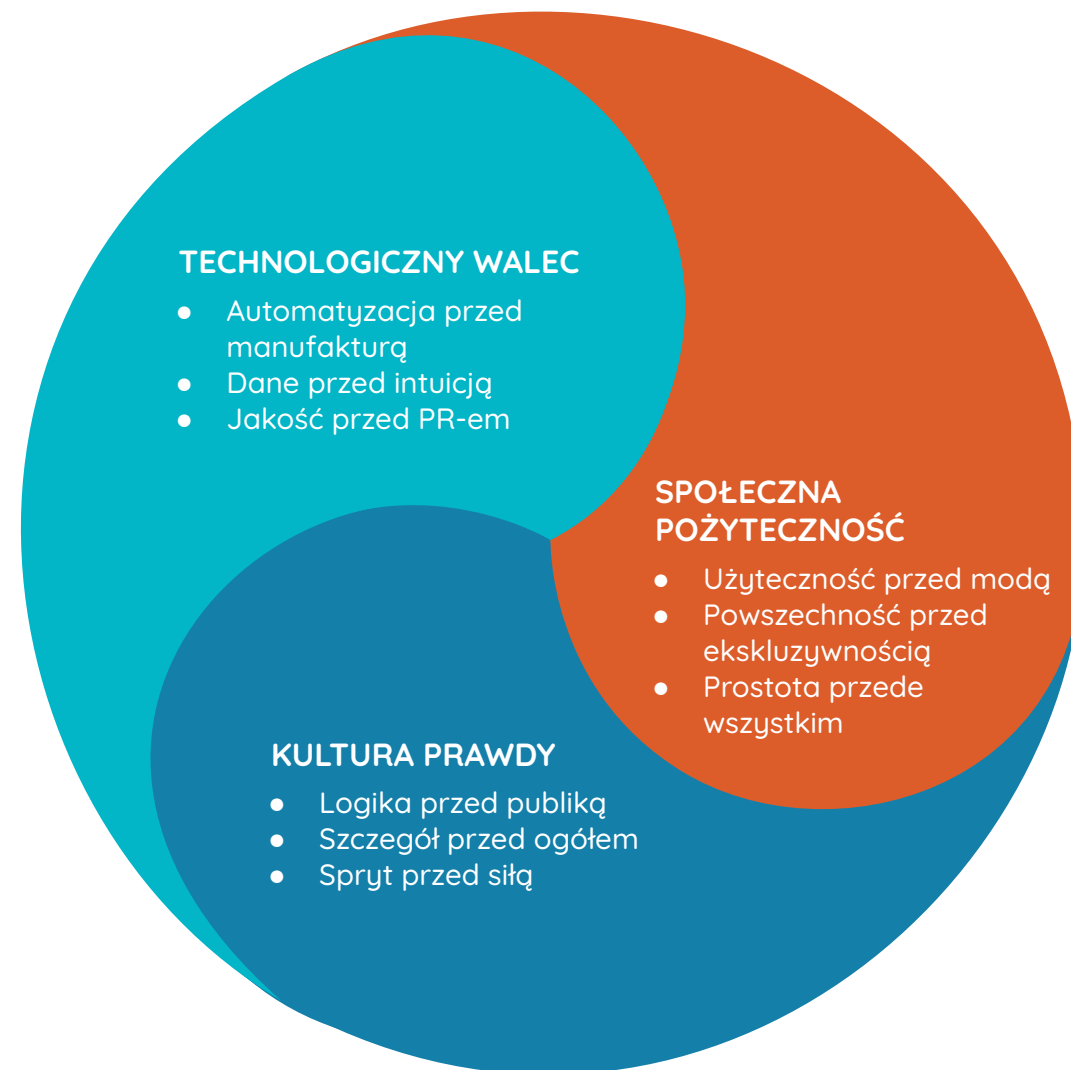
Wartości

Pasją zarządu i pracowników firmy jest **tworzenie przedsiębiorstwa i produktów**, które są:

- związane z **branżą IT** - tworzenie i rozwijanie nowych technologii
- **pożyteczne** dla znacznej części społeczeństwa - rozwiązują ich kluczowe problemy

Dostęp do **transportu zbiorowego** jest niezbędny dla większości ludzi, żeby pracować, studiować czy też ogólniej - **poznawać świat**. Dodatkowo transport zbiorowy jest **proekologiczny**. Upowszechnianie tej formy podróżowania jest zatem **bardzo pożyteczne**.

Rozwój technologii dla transportu pasażerskiego jest pasjonujący z uwagi na jego złożoność.



Misja

Misją firmy Teroplan jest
zwiększanie dostępności
i popularności transportu
zbiorowego

W ten sposób Teroplan:



Ogranicza **problem**
wykluczenia transportowego.



Ogranicza emisję CO2.



Racjonalizuje **wydatki**
energetyczne w transporcie
osób

Definicja

Teroplan to **system katalizujący** rozwój transportu zbiorowego

Opis poprzez funkcję jaką spełnia

Teroplan to technologiczny **katalizator** rozwoju transportu zbiorowego

Opis poprzez cechy strukturalne

Teroplan to **system** transportu zbiorowego

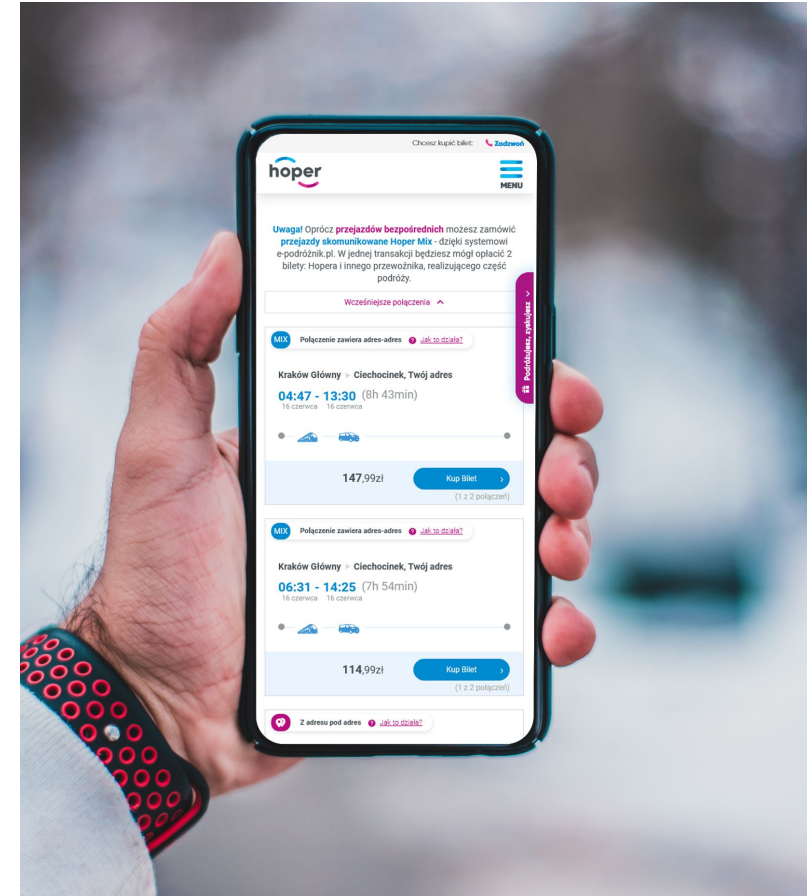
Funkcja

Teroplan **katalizuje** rozwój transportu zbiorowego w 3 obszarach:

K Tworzy technologie usprawniające procesy organizacji transportu zbiorowego - **Funkcja minimalizowania kosztów - “K”**.

P Tworzy technologie poprawiające dostępność oferty dla pasażerów - **Funkcja maksymalizacji przychodów - “P”**.

S Ułatwia transportowi zbiorowemu wchodzenie w nowe nisze, wcześniej dla niego niedostępne, poprzez tworzenie odpowiedniego know-how w zakresie transportu i technologii - **Funkcja zwiększania skali - “S”**.



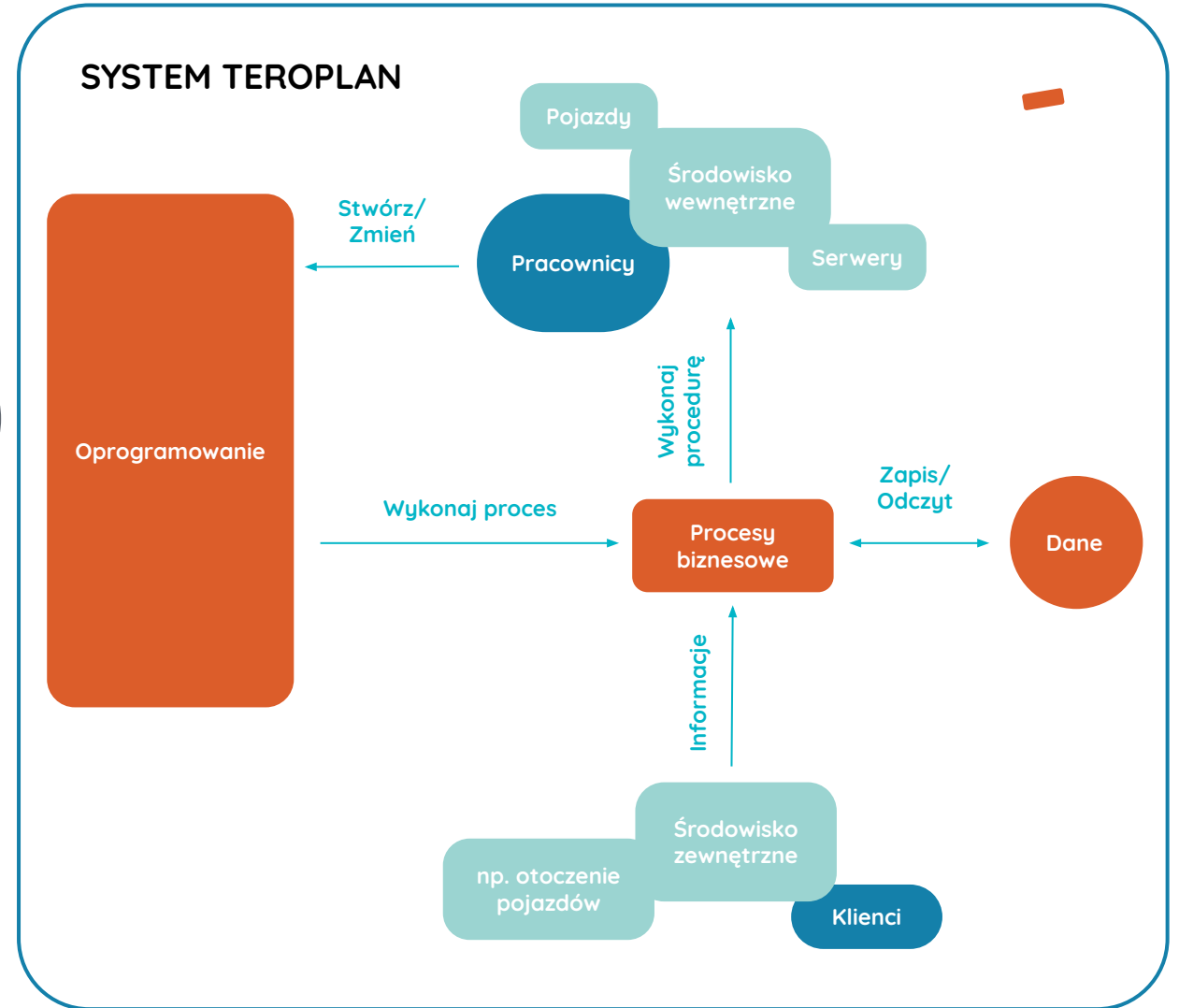
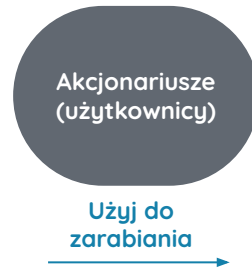
Metoda

Ideał, do którego dąży Teroplan to organizacja, która w drodze wewnętrznej ewolucji sama się usprawnia. Poprawa ta wynika z **ciągłego doskonalenia procesów w oparciu o dane zbierane w toku działania**. Wszystkie zidentyfikowane błędy i problemy są rozwiązywane na bieżąco.

Mapy procesów biznesowych zostają zaimplementowane przez oprogramowanie, którego używa System Teroplan.

Decyzje oparte o analizę danych są bardziej trafne niż te podejmowane intuicyjnie i podlegają naukowej weryfikacji.

Pracownicy są częścią systemu, co oznacza, że ich praca jest elementem procesów i tak jak one podlega ciągłemu doskonaleniu. **Oznacza to również, że pracą ludzi zarządza oprogramowanie przez nich zaprojektowane, stworzone i ciągle ulepszone.**



Cel

Celem firmy Teroplan jest stworzenie **najwygodniejszego** systemu międzymiastowego transportu zbiorowego w Polsce.



Wskaźniki

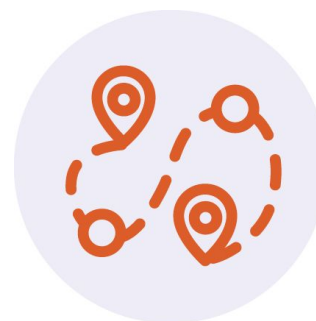
Najwygodniejszy system to taki, który:

Jest najbardziej **popularny**:

1. Procesuje najwięcej transakcji zakupu biletów spośród wszystkich systemów w Polsce.
2. Obrót na biletach osiąga co najmniej 1 MLD zł rocznie.

i jest bardzo **dostępny**:

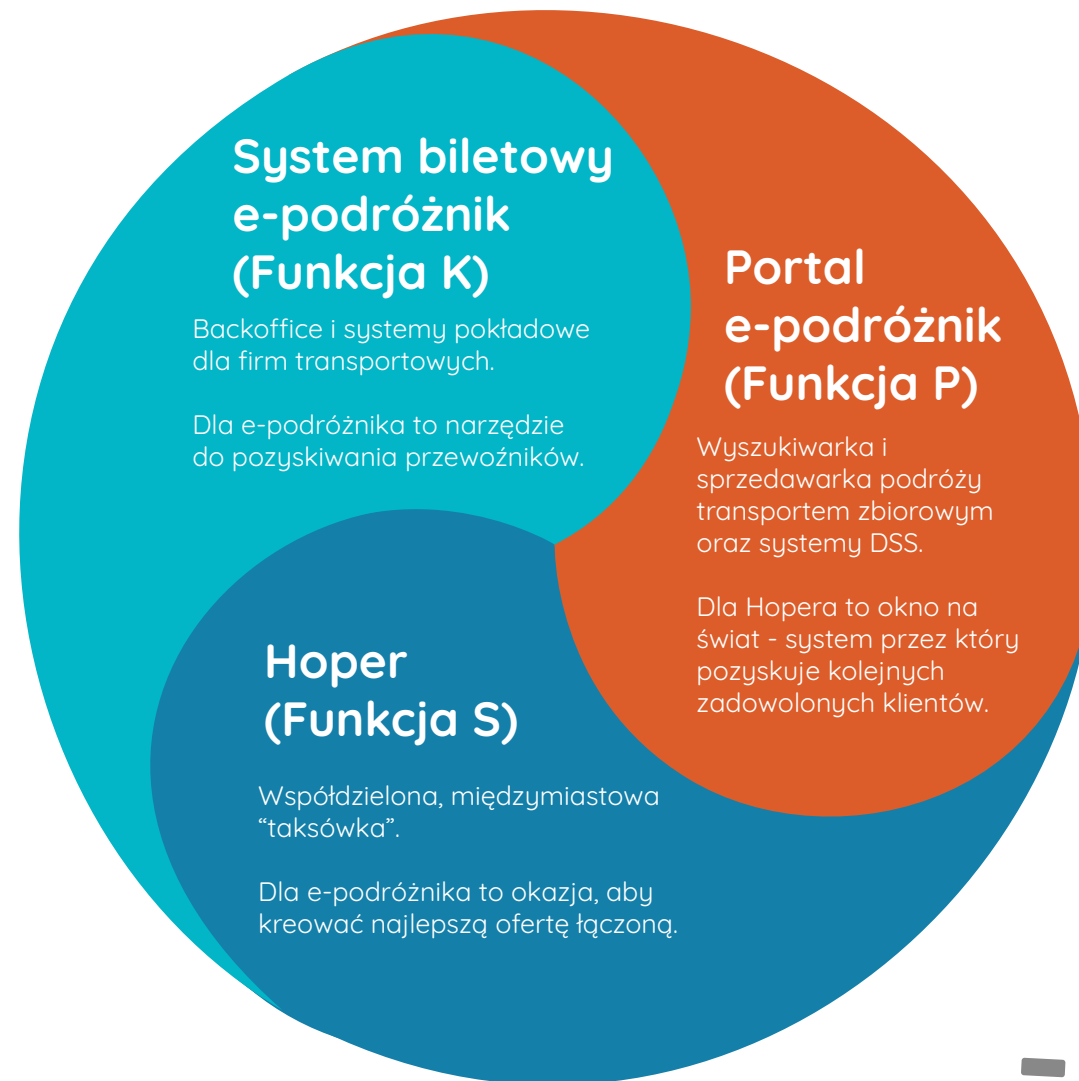
3. Pozwala się przemieścić maksymalnie z dwoma przesiadkami, a prędkość od adresu do adresu wynosi co najmniej 45 KM na h.
4. Obsługuje wszystkie pary miejscowości gminnych.



Strategia

Strategią realizującą cel jest **połączenie różnych typów transportu** w jeden wygodny system.

System biletowy umożliwia **wygodną współpracę z przewoźnikami**, portal e-podróżnik **łączy oferty przewozowe** i sprzedaje je pasażerom, a Hoper **uzupełnia istniejącą sieć**.



Produkt

Wyszukiwarka połączeń i system sprzedaży biletów na transport zbiorowy (autobus, pociąg, komunikacja miejska).

Główne funkcje:

1. Sprawdzanie rozkładu jazdy
2. Planowanie podróży
3. Zakup biletów w najniższych cenach
4. Pozakupowa obsługa pasażera

Na rynku od 18 lat

Model biznesowy

Przewoźnicy płacą prowizję od sprzedanych biletów.

Użytkownicy płacą opłatę transakcyjną przy zakupie biletu.

Przewoźnicy mogą również wykorzystywać wyszukiwarkę i system sprzedaży biletów na swojej stronie internetowej.

KPIs

Liczba przewoźników: **863**

Roczny obrót na biletach: **138 MLN zł**

Roczna liczba sesji GA: **64 MLN**

Roczna liczba wyszukań: **200 MLN**

Liczba przewoźników, którzy mają zainstalowany system na swojej stronie internetowej: **173**

System biletowy



Produkt

Oprogramowanie do zarządzania transportem pasażerskim dla Operatorów i Organizatorów publicznego transportu zbiorowego.

Służy do zarządzania ofertą przewozową i gospodarką biletową.

Główne funkcje:

1. Tworzenie oferty przewozowej
2. Sprzedaż biletów - stacjonarnie, w pojeździe i online
3. Urządzenia sprzedażowe
4. Analizy sprzedaży
5. Systemy kontroli biletów
6. Systemy dyspozytorskie i informacja pasażerska czasu rzeczywistego
7. Integracja z systemami zewnętrznymi (np. kadrowym)

Na rynku od 34 lat

Model biznesowy

Przewoźnicy użytkują system biletowy w modelu SaaS. **Płacą oni miesięczne abonamenty, których wysokość zależy od wielkości floty.**

Urzędy również korzystają z systemu biletowego w formie SaaS (opłaty za dostępność usługi).

KPIs

Liczba przewoźników korzystających z oprogramowania: **1 020**

Liczba urzędów korzystających z oprogramowania: **200**

Produkt

Współdzielona, międzymiastowa "taksówka".

Dociera tam, gdzie nie docierają inne środki transportu ze względu na zbyt niskie potoki pasażerskie i zbyt niską gęstość zaludnienia.

Główne zastosowania:

1. Obsługa PTZ* dla JST**,
2. Last-mile dla autobusu i pociągu,
3. Dojazd do małych miejscowości turystycznych.

Na rynku od 8 lat

Model biznesowy

Przewoźnicy to francyzobiorcy Hopera, którzy zapewniają zasoby (flotę i kierowców) i wykonują przewozy.

Francyzobiorcy pracują na zasadach podwykonawstwa - dostają wynagrodzenie zależne od wielkości zadań przewozowych.

Przychody to różnica między opłatami wnoszonymi przez JST** (dla Hopera dalekobieżnego) a kosztami operacyjnymi przewoźników (tzw. marża operacyjna).

KPIs

Liczba tras: **9 tras dalekobieżnych, 1 trasa lokalna**

Roczna liczba pasażerów: 30 tys.

Roczny obrót na biletach: 5 MLN zł

Ścieżka

Aby zrealizować cel, nasza strategia określa kluczowe wskaźniki jakie należy mierzyć.

Wskaźniki zostały dobrane tak, aby korelacja pomiędzy ich poprawą a poprawą głównego wskaźnika celu była jak największa.

Wskaźniki zostały określone dla każdego produktu osobno.

Portal

1. Obrót na biletach
2. Ruch w portalu
3. Konwersja
4. Marża transakcyjna
5. Wielkość oferty
6. Poziom satysfakcji użytkownika
7. COGS / 1 MLN zł obrotu
8. Koszty centralne / 1 MLN zł obrotu (np. Sprzedaż, marketing, administracja)

System biletowy

1. Liczba autobusów obsługiwanych przez moduł Informica 2.0+
2. Liczba urzędów używających Foris
3. Liczba biletów e-podróżnik
4. Obrót elektroniczny w biletach e-podróżnik
5. Poziom satysfakcji przewoźników (w tym kierowców, pasażerów i pracowników biurowych)
6. Poziom satysfakcji urzędów
7. COGS / przychody Systemu biletowego
8. Koszty centralne / przychody Systemu biletowego

Hoper

1. Liczba pojazdów usługi Hoper Lokalnie
2. Liczba gmin w usłudze Hoper Lokalnie
3. Zysk operacyjny z KM
4. Przychód operacyjny z KM
5. Koszt operacyjny z KM
6. Liczba KM
7. Poziom satysfakcji pasażera
8. Nominalny poziom kosztów nieoperacyjnych

Teroplan

Definicja i metoda

Czym jest Teroplan? Jaką metodę działania stosuje?

Misja

W co wierzymy? Co nas inspiruje? Co chcemy osiągnąć? Jak chcemy zmienić rzeczywistość?

Wartości

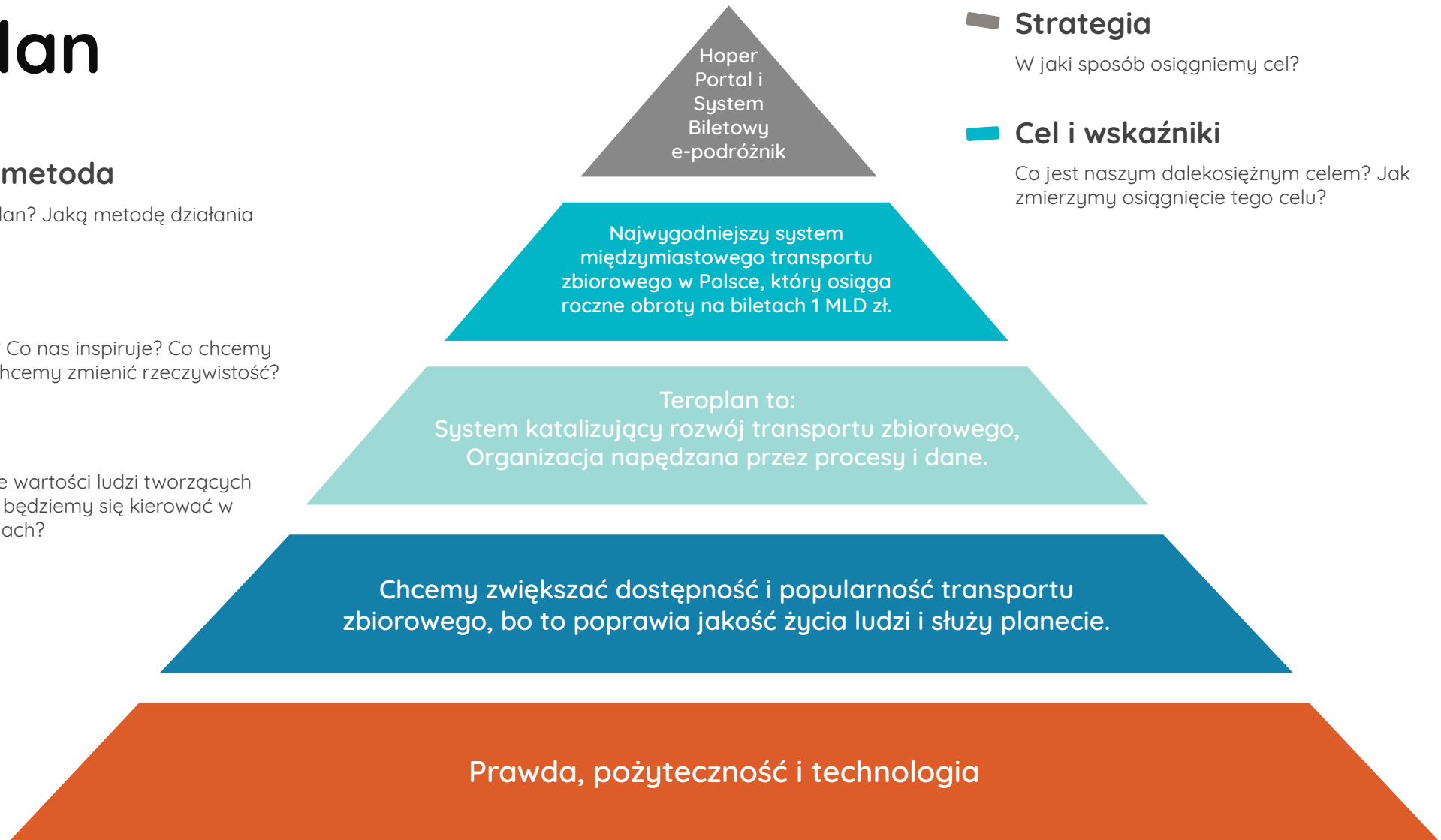
Jakie są wspólne wartości ludzi tworzących Teroplan? Czym będziemy się kierować w naszych działaniach?

Strategia

W jaki sposób osiągniemy cel?

Cel i wskaźniki

Co jest naszym dalekosiężnym celem? Jak zmierzmy osiągnięcie tego celu?





Dziękujemy za uwagę!

Andrzej Soroczyński, marzec 2026