

Brand24: kontynuacja wzrostów w II kw. 2021 r.

Brand24 – narzędzie SaaS zapewniające monitoring marki w Internecie – kolejny kwartał z rzędu poprawia wyniki finansowe i kluczowe parametry biznesu.

Porównując pierwsze półrocza 2020 i 2021 roku do roku, widać znaczną zmianę w generowanych wynikach Brand24. W tym roku po 6 miesiącach spółka wypracowała 418 tys. zł zysku operacyjnego, wobec podobnej wielkości straty przed rokiem. EBITDA skoczyła w tym samym okresie z 670 tys. zł do ponad 1,5 mln, zysk netto zaś wyniósł 157 tys. zł wobec prawie 600 tys. zł straty w 1 poł. 2020. Poprawę widać również w ujęciu kwartał do kwartału. W porównaniu do pierwszych 3 miesięcy tego roku spółka - w kolejnych trzech – potroiła zysk operacyjny i wynik na poziomie netto. Warto odnotowania są również przepływy operacyjne spółki, które w pierwszym pół. 2021 r. przekroczyły 1,5 mln zł.

Widoczna poprawa wyników to przede wszystkim efekt zwiększenia przychodów (7,36 mln zł w 1H 2021 vs. 6,56 mln zł w 1H2020), przy utrzymaniu wysokiej dyscypliny kosztowej, oraz zwiększenia bazy klientów do 3737 kont (+127 kw./kw.). Na koniec II kw. 2021 poziom MRR (miesięcznych powtarzalnych przychodów) Brand24 wyniósł 1,23 mln zł (+4 proc. w porównaniu z I kw. 2021) oraz 330 zł ARPU (średni przychód od klienta), co jest kwotą nieco wyższą w porównaniu z końcem 1 kw. 2021 r.

W pierwszych dwóch kwartałach 2021 działa się naprawdę dużo. Uruchomiliśmy nową usługę Custom Reports, mobilną wersję panelu Brand24, nowe metryki pomagające w ocenie efektów działań marketingowych i PR. Do tego systematycznie pracujemy nad ulepszaniem konwersji z kont testowych na płatnych klientów. Udało się znacząco podnieść konwersję, co cieszy szczególnie przy znacznie niższych niż jeszcze przed rokiem kosztach akwizycji. Wzrost ARPU i MRR to przede wszystkim

BRAND24

efekt rosnącej sprzedaży zagranicznej, ale również pierwszych z wielu planowanych zmian w naszych cenach (zwyżkach cen) – mówi Michał Sadowski, współtwórca i prezes Brand24.

Brand24 pracuje również nad szerszym zastosowaniem algorytmów AI (sztucznej inteligencji) do optymalizacji istniejących i opracowania nowych produktów. Na ten cel spółka pozyskała już 3,8 mln zł dotacji z funduszy unijnych.

- *Automatyzacja procesów w naszym przypadku to naturalna droga do poprawy efektywności biznesu i zwiększenia jego skalowalności. Udostępnimy klientom więcej skutecznych i precyzyjnych narzędzi do syntezy danych, za które będziemy mogli pobierać dodatkowe wynagrodzenie na dużo lepszych parametrach rentowności, niż w przypadku monitoringu - mówi Piotr Wierzejewski, Członek Zarządu, CTO, Brand24.*

Jednym z ważnych wydarzeń w historii spółki w tym roku było przeniesienie się z rynku NewConnect na parkiet główny warszawskiej GPW.

- *Cieszymy się z obecności Brand24 na głównym parkiecie. Czeka nas jednak jeszcze sporo pracy, aby wejść ekstraklasy światowych biznesów SaaS. Szczęśliwie, motywacji nie brakuje zarówno nam, jak i załodze. Mamy pomysł, jak powiększać dynamicznie portfolio klientów Brand24 przy jednoczesnym wprowadzaniu do sprzedaży nowych produktów premium – mówi Michał Sadowski*

Brand24 jest właścicielem autorskiego narzędzia do ochrony reputacji i monitoringu treści w internecie. Narzędzie sprzedawane globalnie w modelu SaaS (ang. Software as a Service). Spółka ma dominującą pozycję na polskim rynku w swojej kategorii produktowej i z sukcesem komercjalizuje narzędzie na rynku globalnym. Z Brand24 korzystają zarówno duże światowe marki, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa zainteresowane opiniami na swój temat w internecie. Na rynku głównym GPW zadebiutowała 11 maja 2021 r.

BRAND24

Więcej informacji:

Sebastian Krawczyk
MakMedia Group
tel.: 608 590 417
e-mail: s.krawczyk@makmedia.pl

BRAND24

investors@brand24.com
www.brand24.pl