

## **Brand24: wzrost zysku na sprzedaży o 32% oraz skok ARPU na nowych klientach o 40% w 2021 r.**

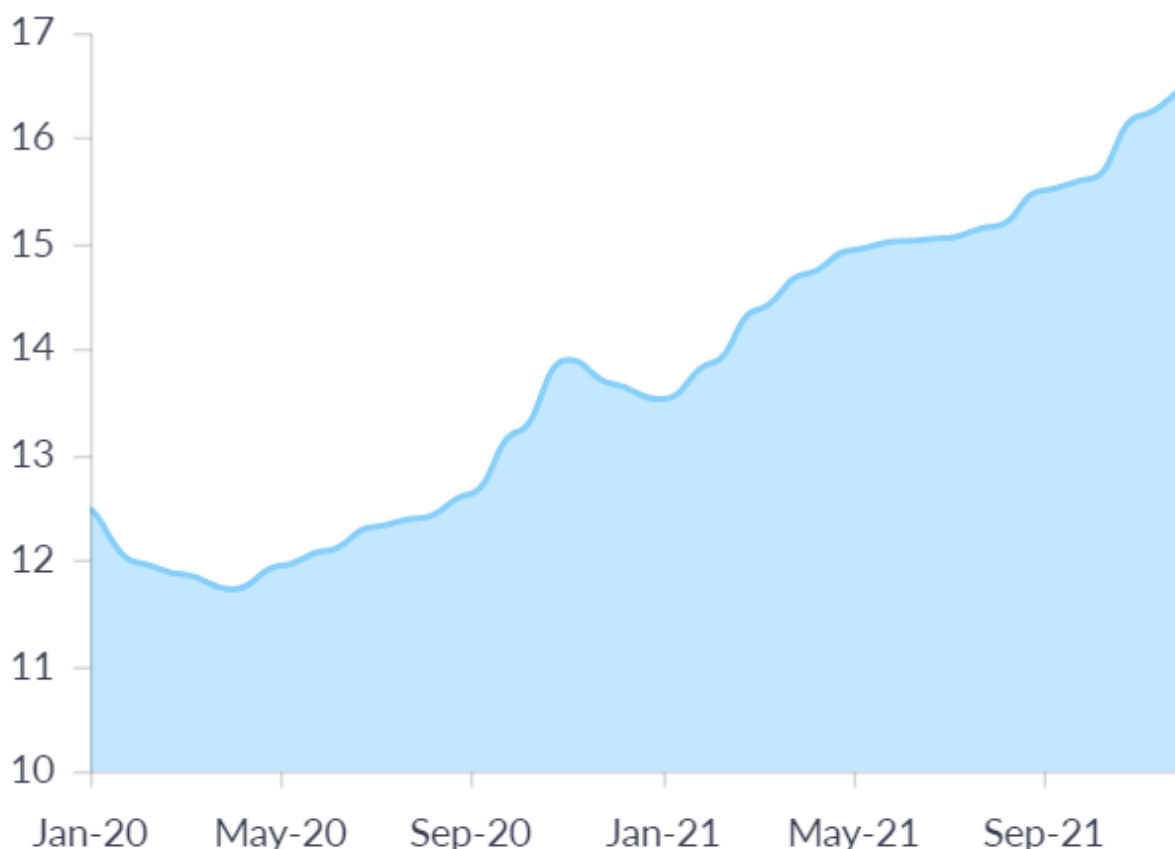
**Globalny dostawca monitoringu mediów zwiększył w 2021 r. wynik na sprzedaży o 32% r/r oraz średni miesięczny przychód na nowych klientach o 40%. Wzrost ARPU to efekt przebudowy cennika zrealizowanej w Q4 2021**

W 2021 roku Spółka zwiększyła sprzedaż – do poziomu 15,8 mln zł, jak również poprawiła jej marżowość, dzięki utrzymaniu dyscypliny kosztowej. Pozwoliło to Brand24 na wypracowanie 8,9 mln zł zysku na sprzedaży (+32%), oraz 1,2 mln zł zysku operacyjnego (wobec 200 tys. straty przed rokiem - nie uwzględniając wyceny Programu Motywacyjnego). Zysk netto spółki wyniósł w 2021 roku 264 tys. zł, podczas gdy rok wcześniej miała ona ponad 1,3 mln zł straty.

Tym samym cele programu opcyjnego dla uczestników MSOP zostały wykonane na poziomie 99% dla przychodów, oraz 100% na wyniku.

Wraz z końcem roku 2021 znacznej poprawie uległy kluczowe parametry operacyjne spółki. Główny wskaźnik MRR (miesięczne powtarzalne przychody) osiągnął w grudniu 2021 pułap 1,37 mln zł (wzrost o 24% rok do roku). Analogicznie do MRR zmienia się również ARR (Annual Run Rate), która w biznesach działających w modelu SaaS, pozwala przewidywać przyszłe przychody. ARR w Brand24 wzrósł z poziomu 13,5 mln zł na początku 2021 r. do 16,5 mln zł pod koniec roku.

## ARR



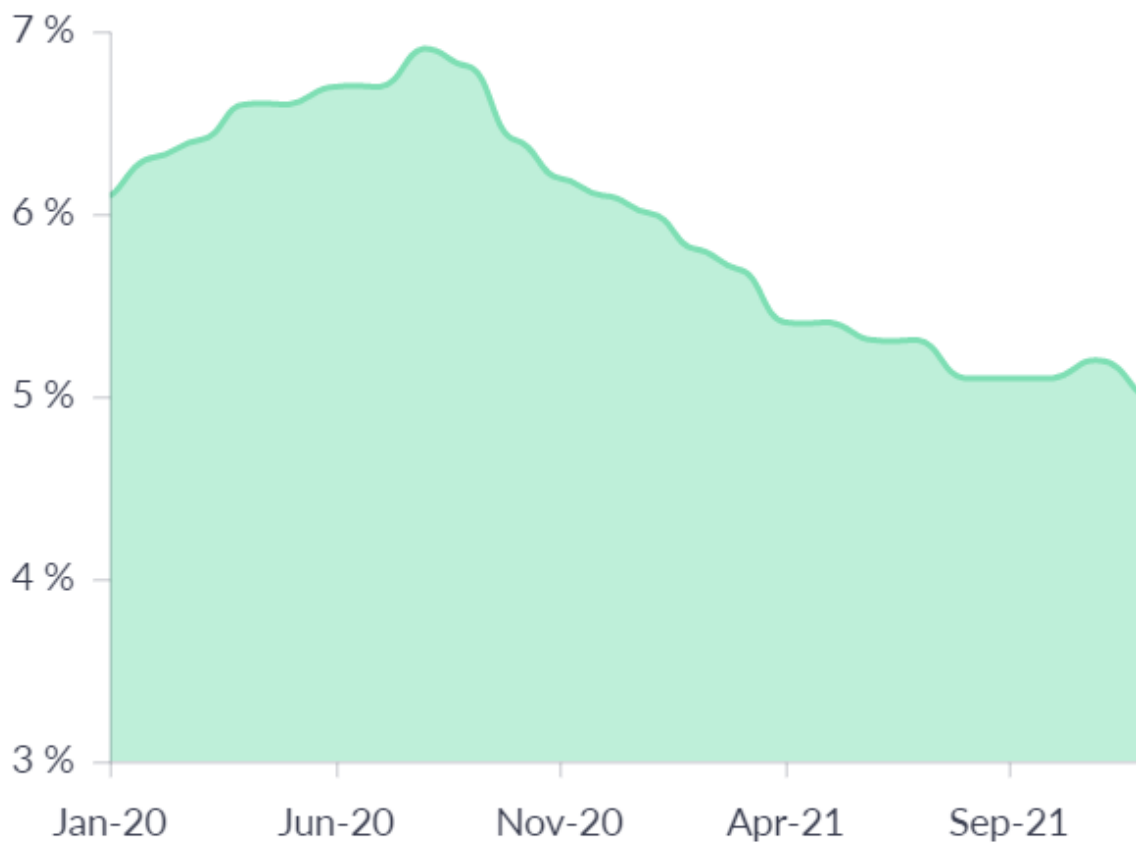
ARR (Annual Run Rate) B24 w 2020-2021 - jeden z głównych wskaźników biznesów SaaS - pozwalający ekstrapolować aktualne przychody w ujęciu rocznym (ostatni miesiąc razy 12).

Grudzień był pierwszym miesiącem, w którym Spółka prowadziła sprzedaż na podstawie nowego cennika. Wraz z nim, ARPU na nowych klientach zagranicznych wzrosło z 92 dolarów na 133 dolary. To wzrost o około 40%, który fundamentalnie polepsza ekonomikę modelu biznesowego Brand24. Znacznie wyższe ARPU to typowo niższy (długoterminowo) churn. A więc także większy średni przychód per klient (CLV). Poprawia się zatem istotnie stosunek średniego przychodu per klient do kosztu akwizycji klienta.

- *pozytywne efekty przebudowy cennika rozciągają się także na pierwsze miesiące 2022 roku. Proces podwyżek dla starych klientów przebiegł bardzo sprawnie. Wyższe ceny odbijają się wprawdzie na przyrostach liczby klientów netto, ale na przychodach, CHURN-ie i marży spółki efekt jest bardzo*

korzystny. O churnie mówimy oczywiście długoterminowo, bo w styczniu i lutym można oczekiwać podwyższonego churnu ze względu na podwyżkę cen - mówi Michał Sadowski, prezes Brand24

## Churn 12M



Churn kroczący z 12 miesięcy w B24. Efekt przebudowy cennika, ulepszeń produktu oraz nowych taktyk związanych z obsługą klientów.

- Efekty wprowadzenia nowego cennika przerosły nasze oczekiwania. Poprawiliśmy rentowność, ARPU (średni przychód per klient) oraz nasz kluczowy wskaźnik, czyli MRR. Warto podkreślić, że nowe plany cenowe wprowadziliśmy w grudniu 2021 – zatem dopiero w 2022 roku będziemy mogli pokazać jak bardzo wpływają na nasz biznes – **mówi Michał Sadowski, założyciel Brand24.**

Realizujemy konsekwentnie plan budowy grupy produktów dla marketingu i PR. Dynamicznie rosną przychody Custom Reports - nowego produktu analitycznego kierowanego do klientów, którzy nie mają czasu na korzystanie z Brand24 i chcą gotowych raportów. Pozyskaliśmy kolejnych dużych klientów, a przychody tego swoistego "startupu" wewnątrz Brand24 rosną na tyle dynamicznie, że w nieodległej przyszłości zaczną wpływać na wyniki całej grupy i zaczniemy raportować jako oddzielną linię w naszych sprawozdaniach.

Zarząd Brand24 podkreśla, że rozwój produktów i narzędzi oferowanych przez spółkę, będzie skierowany na automatyzację procesów, co powinno zaowocować wyższą wydajnością i niższymi kosztami. Nowe produkty Brand24 takie jak Custom Reports są sprzedawane na ARPU i marży kilkunastokrotnie wyższych niż klasyczną wersję Brand24.

Równolegle, Brand24 pracuje m.in nad szerszym zastosowaniem algorytmów AI (sztucznej inteligencji) do optymalizacji istniejących i opracowania nowych produktów. Na ten cel spółka pozyskała w 2021 roku 3,8 mln zł dotacji z funduszy unijnych.

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.

---

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