

Ponad 1 mln zł zysku operacyjnego Brand24 - wzrost o 191% r/r

W trzecim kwartale giełdowa spółka Brand24 znacznie zwiększyła EBIT – zarówno wobec tego samego okresu przed rokiem, jak i w porównaniu z drugim kwartałem 2022.

Trzeci kwartał 2022 roku to kolejny okres sprawozdawczy, w którym Brand24 notuje solidne zwyżki. Przychody spółki w 3 kw. wzrosły rok do roku z 4 mln do 5,8 mln zł (wzrost o 45%). Jednocześnie koszty zwiększyły się w niewielkim stopniu, co pozwoliło niemal na potrojenie zysku operacyjnego do ponad 1 mln zł (191% wzrostu r/r) i podwojenie EBITDA do 1,6 mln zł (wzrost o 87% r/r). Postęp widoczny jest również w odniesieniu do 2 kw. 2022, w którym sprzedaż wyniosła 5,4 mln zł, a zysk operacyjny 0,75 mln zł.

Narastająco po 9 miesiącach 2022 r. Brand24 wypracował 16,1 mln zł przychodów (+42 proc. r/r), 4,2 mln zł EBITDA (+76 proc. r/r) i 1,3 mln zł zysku netto (+255 proc. r/r). Warto też zauważyć, że w tym okresie firma wygenerowała 4 mln z przepływów operacyjnych, a na jej kontach na 30 września 2022 r. były 2 mln zł gotówki, czyli o 1,5 mln więcej niż przed rokiem w tym samym momencie.

- W trzecim kwartale i w całym trwającym roku widać efekt dźwigni operacyjnej, wywołany konsekwentnym rozwojem głównego produktu, wdrażaniem nowych produktów i usług grupy Brand24 oraz kolejnymi zmianami w modelu cenowym przy utrzymaniu wysokiej dyscypliny kosztowej. Nowe źródła przychodów to przede wszystkim Insights24 (wcześniej Custom Reports), po drugie z produktu przygotowanego dla globalnego dostawcy rozwiązań wspierających marketing online – platformy Semrush. Łącznie wygenerowaliśmy w tym roku ponad 270 tys. zł przychodów z nowych produktów. To dobry wynik, zważywszy że oba wystartowały w ostatnich kilkunastu miesiącach. Nasz plan to dojście do 1 mln przychodów z nowych produktów w ciągu pierwszych 3 lat od startu – mówi Michał Sadowski, prezes Brand24

– Warto też odnotować, że systematycznie rosną główne mierniki wydajności naszego biznesu

BRAND24

takie, jak MRR (Monthly Recurring Revenue), a także ARR (Annual Recurring Revenue) czyli MRR w ujęciu rocznym.

MRR w Brand24 ciągu roku wzrósł o 0,52 mln zł do 1,8 mln zł, a co za tym idzie ARR zwiększył się o 6,3 mln zł, do 21,6 mln zł.

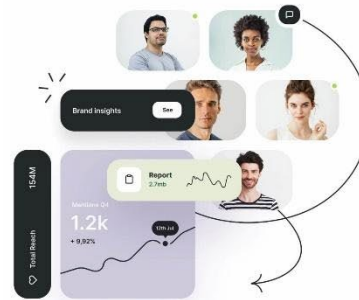
ARPU na nowych użytkownikach wynosi obecnie 126 USD (554 zł), co oznacza wzrost o ponad 40 proc. w porównaniu do okresu przed zmianą cennika.

- W najbliższych kwartałach będziemy testować dalsze zmiany w cenniku, które mają z jednej strony przyciągnąć nowych użytkowników, a z drugiej w dłuższym horyzoncie zwiększyć MRR – **mówi Michał Sadowski**. – Chcemy też rozwijać współpracę z zewnętrznymi firmami, które mogą stać się „dystrybutorami” naszych rozwiązań podobnie jak Semrush obecnie. Dodatkowo, w najbliższych miesiącach ruszy MVP kolejnego produktu grupy Brand24 skierowanego do specjalistów komunikacji online – **zapowiada Michał Sadowski**.

Know your customers. Impact growth.

We turn billions of online conversations into actionable insights

[Book a meeting](#)



10^{YEARS}

of experience in online media monitoring

Get instant access to consumer insights from 100 million sources and over 1.4 trillion posts across the globe provides access to the most up-to-date consumer's opinion

25M
ACTIVE DOMAINS
MONITORED

9.5/10
TRUSTRADIUS
RATING

154
NUMBER OF COUNTRIES
WE HAVE CUSTOMERS IN

25B+
INSIGHTS
DELIVERED

Przypomnijmy też, że spółka zakończy w połowie przyszłego roku projekt R&D, którego celem jest transformacja od narzędzia dostarczającego wzmianki internetowe w kierunku produktu zapewniającego interpretację tego, co o marce napisane jest w sieci, dzięki zastosowaniu zaawansowanych rozwiązań sztucznej inteligencji.

BRAND24



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