

Brand24: rekordowa EBITDA w 2025

W 2025 r. Brand24 zwiększył przychody o 21 proc. do 42,6 mln zł i osiągnął rekordową rentowność: EBITDA niemal się podwoiła – z 4,1 do 8,2 mln zł, a zysk netto wzrósł pięciokrotnie do 2,8 mln zł. Strategia oparta na implementacji AI i rozwoju segmentu enterprise przełożyła się też na szybki wzrost MRR, który przekroczył w I kwartale 2026 r. milion dolarów; ARPU urosło o 42 proc. rok do roku.

Brand24, dostarczający narzędzia i usługi do monitorowania internetu i mediów społecznościowych, wypracował w 2025 r. 42,6 mln zł przychodów – o 21 proc. więcej niż rok wcześniej. Zysk brutto na sprzedaży wyniósł 20,4 mln zł (+13 proc. r/r). Kluczowa różnica wobec 2024 r. to rentowność: wyniki nie były już obciążone jednorazowymi kosztami pozyskania inwestora strategicznego (SEMrush), które rok wcześniej sprowadziły EBIT do symbolicznego poziomu. W 2025 r. EBIT wyniósł 3,1 mln zł, EBITDA – 8,2 mln zł (wobec 4,1 mln zł w 2024 r.), a zysk netto urósł pięciokrotnie – z 0,6 do 2,8 mln zł.

Na poprawę rentowności złożyło się kilka czynników. Koszty ogólnego zarządu spadły o 27 proc. – z 11,6 do 8,5 mln zł – dzięki optymalizacji struktury po zakończeniu procesu inwestycyjnego. Jednocześnie spółka zwiększyła wydatki sprzedażowe o 35 proc. (do 9,3 mln zł), świadomie inwestując w pozyskiwanie klientów korporacyjnych z segmentu enterprise. Efekty tej strategii widać w dynamice wskaźników: MRR wzrósł w ciągu roku o 39 proc. i na koniec marca 2026 r. przekroczył 1 mln USD (3,8 mln PLN). Jeszcze szybciej rósł średni przychód z klienta (ARPU) – o 42 proc. do 289 USD, a ARPU nowych klientów sięgnęło 362 USD (+47 proc. r/r), co potwierdza skuteczność strategii upsellingowej i rosnący udział planów premium.

Dynamika wzrostu utrzymuje się w kolejnych kwartałach. Na koniec marca 2026 r. miesięczny powtarzalny przychód (MRR) osiągnął 1 054 tys. USD – o 39 proc. więcej niż rok wcześniej.

BRAND24

Średni przychód przypadający na klienta (ARPU) wzrósł o 42 proc. do 289 USD, a wśród nowo pozyskanych klientów sięgnął już 362 USD (+47 proc. r/r). To efekt konsekwentnego przesuwania się Brand24 w górę rynku – ku klientom korporacyjnym, którzy korzystają z zaawansowanych funkcji analitycznych i abonamentów z najwyższych przedziałów cenowych.

Rok 2025 to przełom dla Brand24 pod względem rentowności. Udowodniliśmy, że można jednocześnie dynamicznie rosnać i generować satysfakcjonujące zyski. ARPU nowych klientów przekroczyło 360 USD – to wynik naszego świadomego odejścia od rozbudowanych, ale mniej precyzyjnych funkcji w stronę spójnego produktu „AI-first” z lepszą trafnością wyszukiwań i prostszym interfejsem. Marketing internetowy przechodzi fundamentalną rewolucję – AI Overviews w Google i odpowiedzi generowane przez modele językowe konsumują ruch, który wcześniej trafiał na strony docelowe. Jeśli marka nie przebije się do tych odpowiedzi, po prostu traci ekspozycję. Dlatego stworzyliśmy Chatbeat – narzędzie monitorujące pozycjonowanie marek w modelach językowych. W kilka miesięcy, bez nakładów na marketing, pozyskał ponad 130 klientów. – mówi Michał Sadowski, prezes Brand24.

Dane z Brand24 i Chatbeat uzupełniają się, a modele AI coraz mocniej zastępują wyszukiwarki, więc dla wielu firm monitoring marki w LLM już jest oczywistym wyborem – dodaje Michał Sadowski.

Jeśli chodzi o strategię całego biznesu, to wciąż przekierowujemy nasze działania na korporacje, co pozwala nam na dynamiczny wzrost ARPU (średni przychód z klienta) oraz new MRR (powtarzalne miesięczne przychody z nowych klientów). W najbliższych kwartałach powinno to pozwolić na dalsze utrzymanie dwucyfrowego tempa wzrostu sprzedaży. – dodaje Michał Sadowski.

BRAND24

Brand24 jest właścicielem autorskiego narzędzia do ochrony reputacji i monitoringu treści w Internecie. A także Chatbeat - narzędzia do monitoringu marki w modelach LLM. Oba produkty są 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. Od 2024 roku jest częścią Grupy SEMrush - amerykańskiego lidera w segmencie narzędzie marketingowych.

Więcej informacji:

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