

## **Wyniki Q3'18 - kolejny kwartał z ponad 50% wzrostem przychodów i rekordową liczbą nowych klientów Brand24**

- kolejny kwartał z ponad 50% wzrostem skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży grupy kapitałowej Brand24 SA (w ujęciu rok do roku wzrost o 56% z 2,06 mln PLN w 3Q 2017 do 3,21 mln PLN w 3Q 2018)
- dodatnia EBITDA w wysokości 33 tys. PLN
- 2 829 aktywnych klientów na koniec 3Q 2018 – rekordowy kwartał pod względem liczby pozyskanych klientów w historii Brand24
- 65% wzrost miesięcznych powtarzalnych przychodów r/r (MRR\* - Monthly Recurring Revenue, czyli przychody z abonamentów opłacanych cyklicznie) do 1 038 tys. PLN na koniec 3Q 2018 wobec 629 tys. PLN w 3Q'17
- 49% klientów zagranicznych, 110 krajów w portfolio i dalsza ekspansja zagraniczna
- dalszy rozwój narzędzia jak – nowe funkcje, np. analityka geograficzna

BRAND 24 S.A., właściciel autorskiego narzędzia do monitoringu treści w internecie, sprzedawane globalnie w modelu SaaS (software as a service), opublikował skonsolidowany raport grupy kapitałowej za trzeci kwartał 2018 roku.

Przychody ze sprzedaży Grupy przekroczyły w omawianym okresie 3,21 mln PLN (wzrost o 56% z 2,06 mln PLN w 3Q 2017, +53% z 5,58 mln PLN w 1-3Q 2017 do 8,55 mln PLN w 1-3Q 2018 ), a liczba aktywnych użytkowników na koniec omawianego okresu wyniosła 2 829 tys. (wzrost o 917 klientów r/r, +48%). W samym 3Q 2018 liczba klientów zwiększyła się netto o 285 – był to rekordowy kwartał pod względem liczby pozyskanych klientów w historii Brand24. Na koniec 3Q 2018 Monthly Recurring Revenue (MRR) - miesięczny powtarzalny przychód - wyniósł 1 038 tys. PLN, co oznacza 65% wzrost w porównaniu do 3Q 2017.

Skonsolidowana EBITDA Brand24 wyniosła w 3Q 2018 0,03 mln PLN wobec 0,12 straty EBITDA w 3Q 2017. Spółka zakończyła kwartał niewielką stratą netto w wysokości 0,09 mln PLN wobec 0,2 mln straty netto w 3Q 2017. Narastająco w okresie 1-3Q 2018 Brand24 miał 0,44 mln zł straty EBITDA.

Brand24 nie sporządził prognozy wyników finansowych na rok 2018. Prognozy dla spółek portfelowych, w tym Brand24, opublikował natomiast LARQ, będący pośrednio wiodącym akcjonariuszem Spółki. Jej założenia są następujące:

- wzrost liczby aktywnych klientów o 34% do 2 935 użytkowników z 2 196 na koniec 2017 roku,
- przychody ze sprzedaży 10,8 mln zł, wzrost o 42% z 7,6 mln zł w 2017 roku,
- strata EBITDA 0,9 mln zł, wobec straty 0,3 mln zł w 2017 roku.

Grupa, zgodnie z założoną strategią, inwestuje wszystkie środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów. Procentowy podział

geograficzny klientów w ujęciu ilościowym na koniec 3Q 2018 zwiększa się na rzecz klientów zagranicznych i w na koniec Q3 prezentował się następująco: 51% krajowych i 49% klientów zagranicznych.

*„Jestem zadowolony z osiągniętych wyników, będących potwierdzeniem dynamicznego rozwoju Spółki. Konsekwentnie budujemy naszą pozycję na rynku globalnym – widać to po zmieniającej się strukturze geograficznej klientów. Nasze narzędzie do monitoringu jest w 100% naszym autorskim pomysłem, który nieustannie rozwijamy. Koncentrujemy się przede wszystkim na jakości danych i jakości obróbki danych, rozwijamy nowe funkcjonalności jak np. uruchomienie analityki geograficznej wzmianek, która pomaga określić kraje najmocniej wpływające na reputację wybranej marki czy wdrożenie nowej funkcji narzędzia dającej możliwość śledzenia najpopularniejszych hashtagów dla danego projektu. Dzięki tym działaniom konsekwentnie poprawiamy retencję (zdolność do utrzymywania klientów). Stale badamy i wdrażamy sposoby pozyskiwania nowych klientów, ulepszamy strategię akwizycji klienta, pracujemy nad konwersją”. - mówi Michał Sadowski, Prezes Zarządu, znaczący akcjonariusz i założyciel BRAND 24 S.A.*

*„Obecny etap w spółce to być może jeden z najintensywniejszych i najważniejszych pod kątem „nabierania masy” – jednocześnie staramy się ostrożnie podejmować decyzje kosztowe, dzięki czemu pokazujemy coraz lepsze wyniki. Jesteśmy technologicznie przygotowani do obsługi coraz większej liczby klientów, o których zabiegamy. Jednocześnie koszt akwizycji klienta systematycznie nam spada. Konsekwentnie realizujemy nasze główne cele biznesowe, a w niektórych aspektach rośniemy nawet szybciej, niż zakładaliśmy – już w sierpniu br. przekroczyliśmy 1 mln zł MRR (MRR\* - Monthly Recurring Revenue, czyli przychody z abonamentów opłacanych cyklicznie), czego pierwotnie oczekiwaliśmy pod koniec roku. Cały czas reinwestujemy, by przyspieszać tempo wzrostu, ale jednocześnie z niecierpliwością oczekujemy momentu wyjścia „na plus” na poziomie zysku netto.” - podsumowuje Michał Sadowski.*

-----  
dodatkowych informacji udziela:

Katarzyna Sadowska  
CC Group Sp. z o.o.  
Telefon: +48 22 440 14 40  
Mobile: +48 697 613 020

BRAND 24 jest właścicielem autorskiego narzędzia do monitoringu treści w internecie, umożliwiającego śledzenie wzmianek, budowanie relacji oraz pozyskiwanie klientów, sprzedawanego 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 IKEA, H&M czy Biuro Pierwszej Damy USA, ale również małe i średnie przedsiębiorstwa zainteresowane opiniami na swój temat w Internecie.