

Wyniki Brand24 lepsze od oczekiwań – grupa z nawiązką zrealizowała cele postawione na 2018 rok

- **3 096 aktywnych klientów na koniec 2018 roku (wzrost o 41% r/r),**
- **przychody na poziomie 11,8 mln PLN* (wzrost 59% r/r)**
- **klienci ze 110 krajów na całym świecie i dalsza ekspansja zagraniczna – ponad połowa klientów spoza Polski**
- **wzrost wskaźnika MRR (monthly recurring revenue - miesięczny powtarzalny przychód) o blisko 60% r/r, do poziomu 1,1 mln PLN na koniec 2018 roku**
- **realizacja z nawiązką założeń planu motywacyjnego na rok 2018**
- **nowe funkcjonalności i dynamiczny rozwój autorskiego narzędzia monitoringu internetu**

* decyzją NWZ z 19.12.2018 Grupa postanowiła sporządzać sprawozdania finansowe zgodne z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości zatwierdzonymi przez Unię Europejską

BRAND 24 S.A. – właściciel autorskiego oprogramowania do monitoringu treści w internecie, sprzedawanego globalnie w modelu SaaS (software as a service) - opublikował raport roczny za rok 2018. Na koniec ub.r. Brand24 miał 3 096 aktywnych klientów, co oznacza wzrost o 41% w ujęciu rok do roku. Spółka osiągnęła w minionym roku przychody na poziomie 11,8 mln PLN,* co oznacza wzrost o 59% w ujęciu rok do roku, a EBITDA była dodatnia i wyniosła w tym okresie 0,1 mln PLN wobec 1,6 mln PLN straty na tym poziomie w roku 2017.

Na koniec 2018 roku proporcja portfolio klientów w ujęciu Świat/Polska wzrosła do 51:49 – użytkownicy narzędzia Brand24 rekrutują się obecnie z 110 krajów. Spółka zakłada, że udział zagranicznych klientów w najbliższych latach będzie rósł. Wzrostowi liczby klientów towarzyszy wzrost średniego przychodu przypadającego na klienta (ARPU – average revenue per user), który w 2018 roku wynosił średnio 358 PLN i wzrósł średnio o 28 PLN r/r.

Grupa realizuje plan przedstawiony inwestorom w czasie IPO i konsekwentnie zwiększa liczbę klientów i osiąga wyniki finansowe. Realizacja Programu Motywacyjnego za rok 2018 została osiągnięta z nawiązką na każdym jego operacyjnym wskaźniku: liczby klientów (3096 vs 2935 wg celu), skonsolidowanych przychodów (12 mln PLN vs 10,77 mln PLN, przedstawione według Polskich Standardów Rachunkowych, tak jak zostały wyznaczone cele w programie motywacyjnym.) oraz skonsolidowanego wyniku netto (-1,00 mln PLN vs -1,09 mln PLN wg PSR). Sukcesem grupy jest niewątpliwie przekroczenie poziomu 1 mln PLN dla miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR) na koniec 2018 roku.

„Rok 2018 możemy zaliczyć do bardzo udanych, jesteśmy szczególnie zadowoleni z osiągnięcia, a nawet przekroczenia zakładanych na ten rok celów planu motywacyjnego. Jest to kierunek, w którym dalej będziemy chcieli podążać - również na ten rok mamy postawione ambitne

zadania. Chcielibyśmy pochwalić się kilkoma projektami, nad którymi pracowaliśmy w roku 2018. Jednym z najważniejszych było wprowadzenie płatności cyklicznych, automatycznych w polskiej wersji narzędzia, a także wdrożenie płatności rocznych. Mechanizm ten pozwala na automatyzację płatności długoterminowych pozwalających na redukcję churnu (wskaźnik klientów odchodzących), a zatem ulepszenie retencji (wskaźnik klientów powracających do korzystania z usługi). Istotną były także integracja rozwiązania Brand24 z nowymi serwisami internetowymi, co pozwoli na jeszcze bogatsze treści i przyciągnięcie nowych klientów (np. Yelp, TripAdvisor). Kolejnym zapowiadany. Należy również podkreślić, że w 2018 roku uruchomiliśmy nowy system analizy sentymentu, który podniósł skuteczność algorytmu automatyzującego wykrywanie wzmianek o zabarwieniu pozytywnym, negatywnym i neutralnym. Na rok 2019 mamy plany dotyczące dalszego rozwoju oprogramowania Brand24, możliwe jest zwiększenie zatrudnienia w zespole programistów. Ważnym czynnikiem stymulującym sprzedaż naszego narzędzia będzie zwiększenie budżetu na działania marketingowe. Wydatki marketingowe są przede wszystkim skierowane na pozyskiwanie klientów międzynarodowych, charakteryzujących się wyższym poziomem ARPU. Od strony organizacyjnej kontynuujemy prace nad przeniesieniem BRAND 24 S.A. na główny parkiet GPW – to jeden z naszych celów na ten rok.” - mówi Michał Sadowski Prezes Zarządu i Założyciel BRAND 24 S.A.

18 października 2018 r. LARQ SA, dla którego BRAND 24 S.A. jest spółką wchodzącą w skład aktywów finansowych, opublikował prognozę wyników poszczególnych aktywów na 2018 rok. Jej założenia oparte o Polskie Standardy Rachunkowości. Również w tym obszarze Brand24 przekroczył plan:

- liczba klientów wyniosła 3 096 w stosunku do prognozowanej liczby 2 935 klientów
- skonsolidowane przychody ze sprzedaży (według Polskich Standardów Rachunkowości) wyniosły 12,0 mln PLN, a prognoza zakładała 10,8 mln PLN
- skonsolidowana EBITDA wyniosła -0,8 mln PLN przy zakładanej prognozie na poziomie -0,9 mln PLN.

Grupa postanowiła sporządzać sprawozdania finansowe zgodne z MSR/MSSF w związku z planowanym przejściem na główny parkiet GPW. Według PSR Grupa odnotowała w 2018 roku 12 mln PLN przychodów, -0,82 mln PLN EBITDA i 1,0 mln PLN straty netto. Najistotniejszy (lecz niegotówkowy) wpływ na wynik netto wg. MSR ma wycena programu motywacyjnego w kwocie 0,59 mln PLN.

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.

dodatkowych informacji udziela:

Katarzyna Sadowska

CC Group Sp. z o.o.

Telefon: +48 22 440 14 40

Mobile: +48 697 613 020