

Komentarz Zarządu Brand 24 S.A. do danych sprzedażowych za III kwartał 2019

Według danych o sprzedaży na koniec III kwartału 2019 r. Brand24 posiadał 3631 aktywnych klientów, co oznacza, że liczba klientów netto wzrosła o 102 w ujęciu kwartał do kwartału. Natomiast na dzień 30 września 2018 r. liczba aktywnych klientów Brand24 wynosiła 2829.

Kluczowe informacje:

- W kontekście wyjaśnianych aktualnie blokad Facebook/Instagram, spółka zdecydowała się wstrzymać monitoring tych serwisów pod koniec sierpnia.
- We wrześniu 2019 r. Spółka sprzedała 182 nowe abonamenty.
- Liczba klientów, jacy zdecydowali się odejść we wrześniu sygnalizując jako powód ograniczenia w dostępności danych (z serwisów Facebook/Instagram) to 72 klientów (na 3630 wszystkich klientów), co stanowi 1.9% portfolio Spółki.
- Poziom ARPU (średni przychód per klient w ujęciu miesięcznym) nie odbiegał od poziomu ARPU w poprzednio zaraportowanym okresie.

Na liczbę klientów pozyskanych w raportowanym okresie negatywnie wpłynęły opisane poniżej czynniki:

1. Wstrzymanie oferowania danych z serwisów Facebook oraz Instagram, przy czym Spółka podkreśla, że ww. serwisy nie są kluczowymi kanałami marketingu i sprzedaży Brand24 jako produktu. W II kwartale 2019 r. odpowiadały one za 0,2% wygenerowanej sprzedaży (decyzja związana z blokadą firmowego profilu Brand24 na FB oraz profilu Prezesa Spółki - więcej informacji o blokadzie poniżej). Liczba klientów, którzy zrezygnowali z subskrypcji Brand24 sygnalizując problem z dostępnością danych z wspomnianych serwisów, wyniosła we wrześniu 72 klientów (na 3630 wszystkich klientów), co stanowi 1.9% portfolio Spółki.
Po zagregowaniu danych z pełnego miesiąca, Spółka ocenia, że zmiany w dostępności danych z serwisów Facebook oraz Instagram wpłynęły także tymczasowo na inne funkcje produktu, których przywrócenie nastąpiło w drugiej połowie września.
2. Wyniki testu nowego systemu zbierania publicznych wzmianek z platform blogowych, które okazały się niezadowolające. Nowy mechanizm, mimo że zwiększył istotnie ilość wyników prezentowanych w narzędziu, wygenerował nadspodziewane ilości wzmianek klasyfikowanych jako spam (bezwartościowych z perspektywy użytkowników), które zdominowały całościowe wyniki dla wielu kont testowych korzystających z narzędzia. Z tego względu, w drugiej połowie września przywrócona została poprzednia wersja tego mechanizmu. Równocześnie Spółka podkreśla, że tego typu testy nowych rozwiązań są naturalnym procesem poszukiwania metod optymalizacji lejka konwersji, których celem jest poprawa dynamiki sprzedaży.

3. Istotny wzrost aktywności botów, tworzących masowo darmowe konta testowe w platformie Brand24. Czynniki ten występuje od końca czerwca i miał wpływ na tempo nowych wdrożeń produktowych Spółki oraz spowodował konieczność skomplikowania procesu rejestracji konta testowego. Ponadto, utrudniło to również analizowanie efektów poszczególnych wdrożeń, takich jak wspomniany nowy mechanizm monitoringu publicznych wzmianek z blogosfery.

Spółka przewiduje, że spowolnienie tempa przyrostu nowych klientów jest przejściowe. Brand24 wyeliminował szereg czynników obniżających konwersję klientów w III kwartale 2019 i jest w trakcie wdrożeń nowych funkcji narzędzia, dzięki którym chce przywrócić satysfakcjonujące tempo wzrostu.

We wrześniu br. został uruchomiony jeden z pierwszych na Świecie mechanizmów monitoringu serwisu TikTok, z którego globalnie korzysta już 500 mln osób. W tym roku ruszą także nowe mechanizmy Raportów Email, nowy filtr antyspamowy oraz nowe wersje abonamentów Brand24 dedykowane określonym grupom docelowym (jak np. Uniwersytety).

Spółka podkreśla również, że priorytetowym czynnikiem oceny tempa wzrostu i skali biznesu w tym i kolejnych okresach jest poziom przychodów. Dane te zostaną zaprezentowane w skonsolidowanym raporcie za III kwartał 2019, który opublikowany zostanie 14 listopada 2019 roku. Emitent przypomina, iż zgodnie z parametrami programu motywacyjnego intencją jest wygenerowanie przez Spółkę ok. 16 mln PLN przychodów ze sprzedaży w 2019 roku.

Poziom ARPU (średni przychód miesięczny przypadający na klienta) w III kwartale 2019 r. nie odbiegał od poziomu ARPU w poprzednio zaraportowanym okresie.

Stanowisko spółki w sprawie blokady profili na serwisach FB/Instagram.

Spółka podkreśla, że prowadziła i nadal prowadzi monitoring wyłącznie danych publicznych w Internecie, dostępnych dla każdego z użytkowników Internetu. Mechanizmy zbierania danych, z których korzysta Spółka, są w pełni zgodne z obowiązującym prawem. Brand24 to monitoring marek, pozwalający od lat docierać do wybranych publicznych wzmianek na ich temat. Mechanizmy zbierania danych, które stosowała i stosuje Spółka to standardowe, wieloletnie praktyki wśród wyszukiwarek i firm zajmujących się monitoringiem Internetu.

Blokada kont Spółki i Prezesa Zarządu Michała Sadowskiego we wspomnianych serwisach to efekt krzywdzącej publikacji w amerykańskich mediach, która zestawiając Spółkę z podmiotami działającymi w oparciu o dane wrażliwe (których Spółka nigdy nie zbierała i nie oferowała) uruchomiła automatyczne procedury prewencyjnej blokady oraz zbierania wyjaśnień. Spółka przygotowała kompleksową dokumentację, która została przekazana Facebookowi. Trwa proces weryfikacji, na czas którego Spółka zdecydowała się wstrzymać monitorowanie danych z wspomnianych serwisów.

Warto podkreślić, że w ostatnich miesiącach Facebook zablokował (tymczasowo lub całkowicie) ponad 69,000 aplikacji. Spółka jest przekonana, że zmiany w dostępności danych z serwisów

Facebook i Instagram są pochodną globalnej dyskusji na temat prywatności użytkowników na wybranych serwisach społecznościowych i docelowo dotyczyć mogą całego rynku.

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 i małe i średnie przedsiębiorstwa zainteresowane opiniami na swój temat w Internecie.