

Brand24 zwiększył przychody o 32% w 2019 roku, wraca na Facebooka i Instagrama

- **wzrost skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży grupy kapitałowej Brand24 o 32%, do 15,7 mln PLN w 2019 - zgodnie z publikowanymi szacunkami**
- **EBITDA w wysokości 1,6 mln PLN w porównaniu do 0,07 mln PLN rok wcześniej, ograniczenie straty netto do 1 mln PLN z 1,8 mln PLN przed rokiem**
- **3 325 aktywnych klientów na koniec 2019, wzrost o 229 klientów rok do roku**
- **dalsza ekspansja zagraniczna – 61% przychodów generowanych przez klientów spoza Polski (grudzień 2019)**
- **liczba klientów, MRR i ARPU pod negatywnym wpływem wstrzymania monitoringu serwisów Facebook i Instagram (wpływ widoczny w szczególności w 4Q 2019)**
- **po dacie bilansowej podpisanie porozumienia, na mocy którego Facebook przywraca Spółce dostęp serwisów Facebook.com oraz Instagram.com, kont reklamowych i dostępu do API**
- **Uzyskanie pozytywnej weryfikacji nowej integracji z serwisami Facebook.com oraz Instagram.com. Uruchomienie danych z ww platform dla klientów Brand24 będzie miało miejsce 23 marca 2020**

BRAND 24 S.A., właściciel autorskiego narzędzia do monitoringu treści w internecie, sprzedawanego globalnie w modelu SaaS (software as a service), opublikował skonsolidowany raport grupy kapitałowej za rok 2019.

Przychody ze sprzedaży Grupy sięgnęły w omawianym okresie 15,7 mln PLN (wzrost o 32% r/r) i są zgodne z szacunkowymi danymi publikowanymi przez Spółkę. Skonsolidowana EBITDA Brand24 wyniosła w 2019 1,6 mln PLN wobec 0,07 mln PLN rok wcześniej. Spółka istotnie ograniczyła stratę netto do 1 mln PLN z 1,8 mln PLN w 2018. Na koniec grudnia 2019 Brand24 miał 3 325 aktywnych klientów (+229 aktywnych klientów r/r).

Na 2019 Monthly Recurring Revenue (MRR) - miesięczny powtarzalny przychód - wyniósł 1,1 mln PLN, a ARPU 366 PLN. Na powyższe wskaźniki, a także poziom osiągniętych wyników finansowych w 2019 roku negatywny wpływ miało głównie wstrzymanie monitoringu serwisów Facebook i Instagram, co widoczne było w szczególności w 4Q 2019. Po dacie bilansowej Spółka podpisała porozumienia, na mocy którego Facebook przywraca dostęp do profili w serwisach Facebook.com oraz Instagram.com, a także kont reklamowych i ogólnego dostępu do API. 23 marca 2020 spółka uruchamia nową integrację z platformami Facebook oraz Instagram dla klientów Brand24.

BRAND24

Większość klientów Brand24 stanowią podmioty zagraniczne. Firma pracuje aktualnie z klientami ze 122 krajów. Procentowy podział geograficzny klientów w ujęciu ilościowym systematycznie zwiększa się na rzecz klientów zagranicznych i na koniec 2019 wynosił 56% klientów zagranicznych i 44% klientów krajowych, a w ujęciu generowanych przychodów: 61%:39%

W 2019 roku Brand24 kontynuował prace nad rozwojem narzędzia i promocją swoich rozwiązań w zakresie monitoringu treści w globalnym Internecie. Do najważniejszych wydarzeń w tym obszarze należało uruchomienie automatycznych raportów PDF (nowej wersji jednej z najpopularniejszych funkcji produktu), uruchomienie monitoringu nowych serwisów społecznościowych: Tik Tok oraz Twitch, start nowej strony głównej Brand24 oraz wdrożenie nowego algorytmu analizy sentymentu dla ponad setki języków lokalnych.

„Do końca 3Q 2019 wyniki i tempo wzrostu spółki utrzymywały się na dobrym poziomie, dopiero w 4Q uwidocznił się wpływ wstrzymania zbierania i prezentowania wzmianek z Facebooka i Instagrama w naszym narzędziu, co było największym wyzwaniem biznesowym, z jakim mierzyliśmy się dotychczas. Efekty będziemy odczuwać jeszcze w wynikach pierwszych miesięcy 2020, ale wierzymy, że najgorsze mamy już za sobą. Najważniejsze, że udowodniliśmy wartość Brand24. Dla wielu klientów – istniejących i nowych - narzędzie pozostaje cennym zasobem nawet, gdy zmienia się dostępność analizowanych danych. Nawet w trudnym okresie po blokadzie, Brand24 zdołał sprzedać ponad 1000 nowych abonamentów. Już po dacie bilansowej, tzn. w marcu 2020, podpisaliśmy porozumienie, które przywróciło nam dostęp do kont i API tych serwisów społecznościowych. W przeciągu kilku dni uruchomimy nową wersję monitoringu platform Facebooka i Instagrama wewnątrz Brand24. Przejściowe problemy stały się dla nas okazją do inwestycji w nowe możliwości narzędzia. Rok 2019 przyniósł start funkcji wprowadzających do Brand24 nową jakość, takich jak system automatycznych raportów, czy wprowadzenie nowych źródeł monitoringu – w tym serwisów Tik Tok oraz Twitch - a także start nowego algorytmu analizy sentymentu. Choć wpływ kryzysu, z jakim przyszło nam się zmierzyć, będzie jeszcze widoczny w wynikach kolejnych miesięcy roku 2020, wierzymy, że nowe funkcjonalności, a także dostępność danych z Facebooka i Instagrama pozwolą nam powrócić do tempa wzrostu, do jakiego wszyscy byliśmy przyzwyczajeni - mówi Michał Sadowski, Prezes Zarządu, znaczący akcjonariusz i założyciel BRAND 24 S.A.

BRAND 24 jest właścicielem autorskiego narzędzia do ochrony reputacji i monitoringu treści publicznych w Internecie. Umożliwia wychwytywanie publicznych wzmianek, budowanie relacji oraz pozyskiwanie klientów. 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.

BRAND24

dodatkowych informacji udziela:

Katarzyna Sadowska

CC Group Sp. z o.o.

Telefon: +48 22 440 14 40

Mobile: +48 697 613 020