

Brand24 podsumowuje I kwartał 2020 roku

- **skonsolidowane przychody ze sprzedaży grupy kapitałowej Brand24 na poziomie 3,2 mln PLN w 1Q 2020 (-10% r/r); EBITDA w wysokości 0,3 mln PLN w porównaniu do 0,6 mln PLN rok wcześniej; strata netto w wysokości 0,4 mln PLN wobec 0,02 mln PLN przed rokiem**
- **3 066 aktywnych klientów na koniec 1Q 2020**
- **liczba klientów, MRR i ARPU w ujęciu r/r pod negatywnym wpływem wstrzymania monitoringu serwisów Facebook i Instagram w 2H 2019 – w poszczególnych miesiącach 1Q 2020 widoczne hamowanie trendu spadkowego**
- **zmniejszenie kosztów operacyjnych o 0,7 mln PLN w porównaniu z 4Q 2019**
- **dalsza ekspansja zagraniczna – 63% przychodów generowanych przez klientów spoza Polski**
- **uzyskanie pozytywnej weryfikacji nowej integracji z serwisami Facebook.com oraz Instagram.com - uruchomienie danych z ww platform dla klientów Brand24 23 marca 2020**
- **po dacie bilansowej otrzymanie pożyczki i deklaracji dokapitalizowania Spółki ze strony głównych akcjonariuszy, pozwalające na szybszy powrót na ścieżkę wzrostów**

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 1Q 2020 roku.

Przychody ze sprzedaży Grupy wyniosły w omawianym okresie 3,2 mln PLN (-10% r/r), a skonsolidowana EBITDA 0,3 mln PLN wobec 0,6 mln PLN rok wcześniej. Spółka zakończyła 1Q 2020 stratą netto w wysokości 0,4 mln PLN, co oznacza istotne ograniczenie jej (o 0,22 mln PLN nie uwzględniając wyceny Programu Motywacyjnego z 4Q 2019) w stosunku do 4Q 2019. Na koniec marca 2020 Brand24 miał 3 066 aktywnych klientów (-267 aktywnych klientów r/r). W poszczególnych miesiącach 1Q 2020 roku spadki liczby klientów były systematycznie zmniejszane, ze 113 w styczniu br. do 49 w marcu br.

W 1Q 2020 Monthly Recurring Revenue (MRR) - miesięczny powtarzalny przychód - wyniósł 1,04 mln PLN, a ARPU 335 PLN. Na powyższe wskaźniki, a także poziom osiągniętych wyników finansowych w 1Q 2020 roku, negatywny wpływ miało głównie wstrzymanie monitoringu serwisów Facebook i Instagram w 2H 2019. W marcu br. spółka podpisała porozumienie, na mocy którego Facebook przywrócił dostęp do profili w serwisach Facebook.com oraz Instagram.com, a także kont reklamowych i ogólnego dostępu do API. 23 marca 2020 Spółka uruchomiła nową integrację z platformami Facebook oraz Instagram dla klientów Brand24. W poszczególnych miesiącach 1Q 2020 widoczne było hamowanie trendu spadkowego w zakresie MRR oraz wzrost ARPU.

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 marca 2020 wyniósł 57% klientów zagranicznych i 43% klientów krajowych, a w ujęciu generowanych przychodów: 63%:37%

Po dacie bilansowej Spółka otrzymała pożyczkę oraz deklarację dokapitalizowania w formie objęcia akcji nowej emisji Brand 24 S.A. przez głównych akcjonariuszy, co pozwoli na szybszy powrót na ścieżkę wzrostów. Ponadto, przeprowadzona optymalizacja, która skutkowałą zmniejszeniem kosztów operacyjnych o 0,7 mln PLN w 1Q 2020 w porównaniu z 4Q 2019 (nie uwzględniając wyceny Programu Motywacyjnego z 4Q 2019), wraz z oczekiwanym wzrostem liczby klientów w kolejnych miesiącach przybliżają Spółkę do osiągnięcia trwałej rentowności. Jednocześnie, w związku z ograniczeniem działalności biznesowej przez część podmiotów w czasie kwarantanny związanej z epidemią koronawirusa możliwy będzie przejściowy wzrost wskaźnika churn w 2Q 2020.

„Początek Q1 2020 to echa blokady Facebooka. Obserwowaliśmy negatywny wpływ wstrzymania oferowania danych z serwisów Facebook oraz Instagram w szczególności związany z wygasającymi kontraktami rocznymi. Stąd podwyższony churn w styczniu 2020. Luty 2020 to z kolei także wygasające konta z listopadowej promocji Black Friday i sezonowy podwyższonych wskaźnik odejść. W marcu 2020 odnotowaliśmy wyraźną poprawę kluczowych wskaźników. 158 nowych abonamentów w marcu versus 126 w styczniu. Churn na przychodzie w marcu 2020, mimo że nadal podwyższony, sięgnął 6,11% w porównaniu do 9,68% w styczniu br. Dzięki temu udało się wyhamować spadki przychodów, jakie miały miejsce przez ostatnie 6-7 miesięcy.

Q1 2020 to także okres, w którym przebudowaliśmy nasze działania marketingowe koncentrując się na kanałach, które przynoszą nam największy zwrot z inwestycji. W ten sposób liczba rejestrujących się co miesiąc kont testowych wzrosła z 9,900 w styczniu 2020 do 11,300 w marcu. Wzrostom liczby rejestracji towarzyszył pozytywny spadek kosztu akwizycji klienta (CAC).

Pierwszy kwartał 2020 to kolejny etap powrotu do normy po wyzwaniach drugiej połowy ubiegłego roku. Pomimo odczuwalnych efektów ubiegłorocznych przeszkód widzimy, że pod koniec Q1 2020 jesteśmy już blisko powrotu do wzrostów. W okresie I kwartału 2020 roku poziom MRR zmieniał się istotnie w poszczególnych miesiącach. W styczniu br. spadek ten wynosił 77 tys. PLN, w lutym br. 26 tys. PLN, a w marcu br. 1 tys. PLN. Powrót danych z platform Facebook i Instagram, który miał miejsce pod koniec marca 2020 w połączeniu z nowościami produktowymi (jak monitoring podcastów) sprawia, że liczymy na powrót do dynamiki, do której Spółka zdążyła wszystkich przyzwycząć.

Naturalnie, bacznie obserwujemy wpływ wydarzeń związanych z koronawirusem na wyniki Spółki. W Q1 2020 taki wpływ był niewidoczny, ale nie wykluczamy, że koronawirus może wpłynąć istotnie na wyniki Q2. W związku z ograniczeniem działalności biznesowej przez część podmiotów w czasie kwarantanny możliwy będzie podwyższony churn. Monitorujemy sytuację i będziemy ją szczegółowo komentować w kolejnych raportach - mówi Michał Sadowski, Prezes Zarządu, znaczący akcjonariusz i założyciel BRAND 24 S.A.

BRAND24

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.

dodatkowych informacji udziela:

Katarzyna Sadowska

CC Group Sp. z o.o.

Telefon: +48 22 440 14 40

Mobile: +48 697 613 020