

Brand24 kontynuuje wzrost sprzedaży

1,85 mln zł powtarzalnych miesięcznych przychodów (MRR) miał na koniec grudnia Brand24. Oznacza to 35-proc. wzrost rok do roku

Giełdowy Brand24 – dostarczający usługi monitorowania mediów internetowych na całym świecie – kontynuuje wzrost powtarzalnych przychodów (MRR), którym mocno zwiększył dynamikę po przebudowie modelu cenowego rozpoczętej przez spółkę w grudniu 2021 r. W ciągu ostatnich 12 miesięcy MRR wzrósł o 0,5 mln zł, czyli o 35% w ujęciu rok do roku, do kwoty 1,85 mln zł (416 tys. USD).

Znaczny wzrost przychodów to głównie efekt rosnącego ARPU (średni przychód operacyjny na użytkownika subskrypcyjnego). W 4 kw. 2022 r. wyniósł on 483 zł (108 USD), wobec 352 zł w 4 kw. 2021.

- Sprzedażowo koniec roku był dla nas dość udany, a listopad to najlepszy miesiąc sprzedaży w historii firmy. Nawet w tradycyjnie słabym grudniu była lepsza od spodziewanej. Black Friday również wypadł bardzo dobrze. Niestety rekordową sprzedaż ostudza podwyższony churn grudniowy, co wpłynęło na nieco wolniejszy wzrost MRR w Q4. Wraz z końcem 2022 r. obserwujemy podwyższony churn w większości firm pracujących w modelu subskrypcyjnym. – wyjaśnia **Michał Sadowski, prezes Brand24.**

- W 2023 roku będziemy kontynuować rozbudowę modeli cenowych. W styczniu wprowadziliśmy zmianę cen dla nowych klientów (średnio o 24 proc.) dostosowując je do wysokiej inflacji. To element strategii przesuwania naszego portfolio w stronę większych klientów. Wzrosty cen wpływają oczywiście negatywnie na dynamikę klientów, ale naszym najważniejszym wskaźnikiem pozostaje MRR Growth. Wdrażamy również sporo nowości produktowych. Nowa wersja Brand24 okazała się

BRAND24

być hitem, bo jej użytkownicy testowi decydują się na zakup abonamentu o kilkudziesiąt procent częściej, niż w przypadku poprzedniej wersji - **dodaje Michał Sadowski.**

- Ten rok upłynie pod znakiem zwiększania konwersji na sprzedaż naszego głównego produktu oraz rozwoju kolejnych produktów takich jak aplikacja Brand Monitoring (we współpracy z Semrush) czy Insights24. Negatywne sygnały makroekonomiczne wskazują naturalnie, że w 2023 roku biznesy będą mieć więcej wyzwań niż w poprzednich latach. Obserwujemy niepewność i słabnącego dolara. Mimo trudnego otoczenia podtrzymujemy ambitne cele postawione przed zarządem w programie opcyjnym (MSOP) - **deklaruje Michał Sadowski.**

Optymizmem napawa to, że w nowy rok wchodzimy z 400 tys. zł backlogu w Insights24 – działu zindywidualizowanych raportów, gdzie wypracowujemy wyższe marże. Do tego dochodzi bardzo dobrze rozwijająca się sprzedaż poprzez platformę Semrush, gdzie nie ponosimy kosztów marketingu i mamy dostęp do mniejszych klientów na całym świecie. Pracujemy już nad kolejnymi produktami na platformy działające w podobnej formule - **zdradza Michał Sadowski.**

Brand24 jest właścicielem autorskiego narzędzia do ochrony reputacji i monitoringu treści w internecie. 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. Na rynku głównym GPW zadebiutowała 11 maja 2021 r.

Więcej informacji:

Sebastian Krawczyk
MakMedia Group

BRAND24

tel.: 608 590 417
e-mail: s.krawczyk@makmedia.pl

BRAND24

investors@brand24.com
www.brand24.pl