

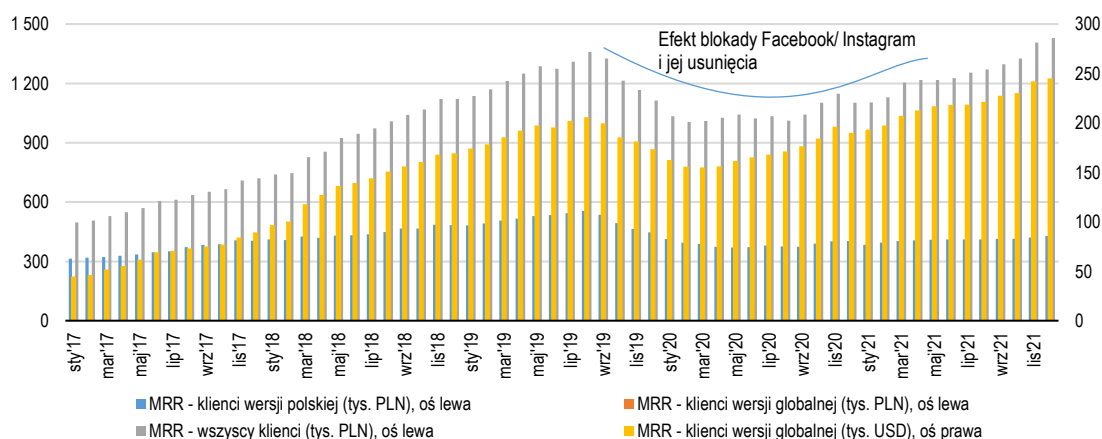
33/2022/AR

Spółka	Rekomendacja fundamentalna	Wycena w horyzoncie 12M (zł)	Rekomendacja relatywna	Analityk
Brand24	Bez rekomendacji	31,3	Bez rekomendacji	Sobiesław Pająk, CFA

Wydarzenie: Wybrane dane operacyjne za IV kwartał 2021 roku.

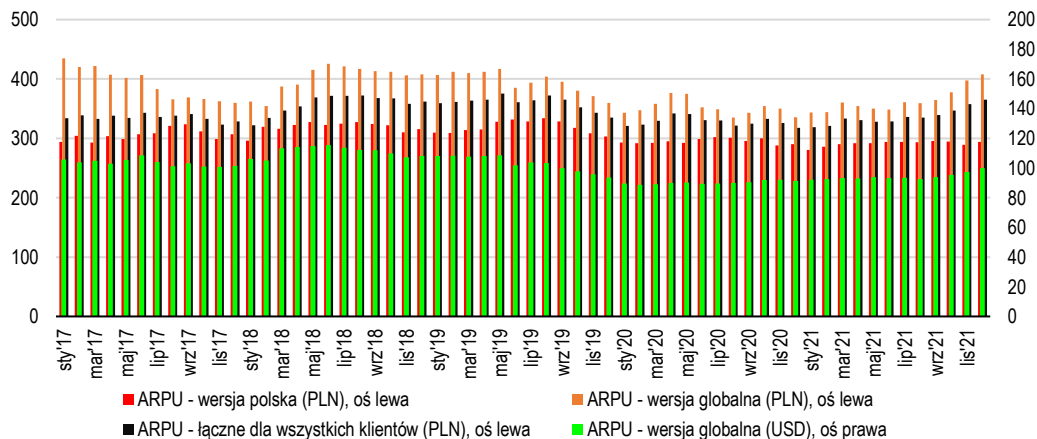
W poniedziałek 17 stycznia Brand24 opublikował wybrane dane operacyjne za IV kwartał 2021 roku.

 Wartość miesięcznych powtarzalnych przychodów (**MRR**) na koniec IV kwartału 2021 r. wyniosła 1.373 mln PLN, co oznacza wzrost o 236 tys. PLN, czyli o 21% w ujęciu rok do roku, oraz o 80 tys. PLN (6%) w ujęciu kwartał do kwartału. Pragniemy zauważyć, iż **łącznie** (denominowany w PLN) **MRR Spółki wrócił** (po ośmiu kwartałach) **do swego poziomu sprzed czasowej blokady przez Facebook i Instagram**.

Brand24; Miesięczne powtarzalne przychody z abonamentów (MRR)


Źródło: Spółka, szacunki DM BOŚ SA.

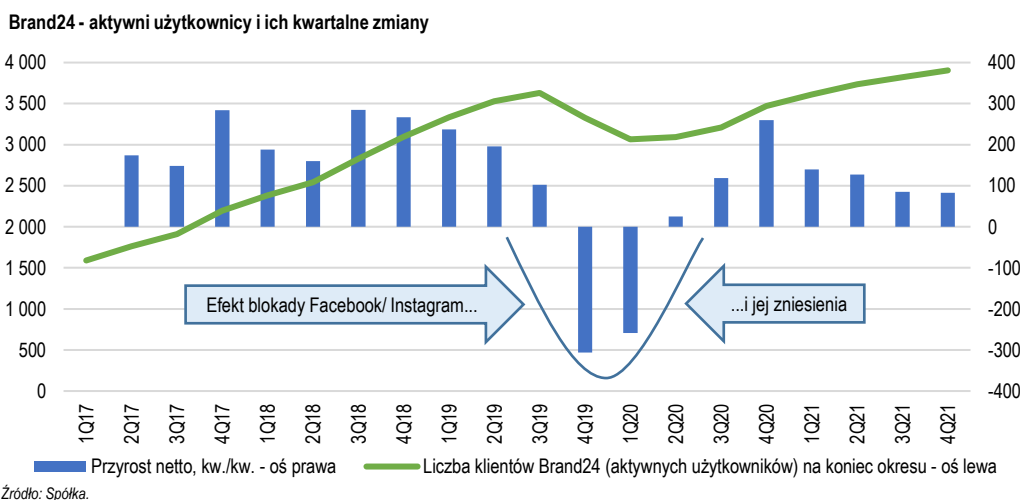
 Średni przychód operacyjny przypadający na użytkownika subskrypcyjnego (**ARPU**) na koniec IV kwartału 2021 r. wyniósł 352 PLN; oznacza to wzrost o 13 PLN (4%) w ujęciu kwartał do kwartału. Wzrost ten jest zasługą (i) wzrostu dolarowego ARPU wersji globalnej oraz (ii) osłabienia się PLN względem US\$ w kwartale (złotówkowe ARPU dla wersji polskiej obniżyło się marginalnie (o ok. 0,6%) w ujęciu kwartał-do-kwartału)¹.

Brand24; Średni miesięczny przychód operacyjny na użytkownika subskrypcyjnego (ARPU)


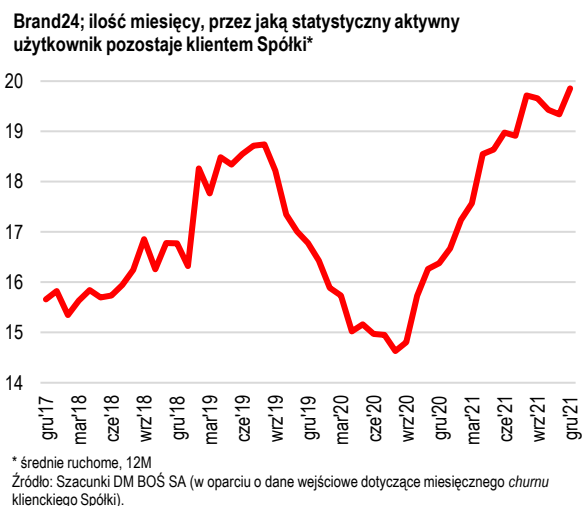
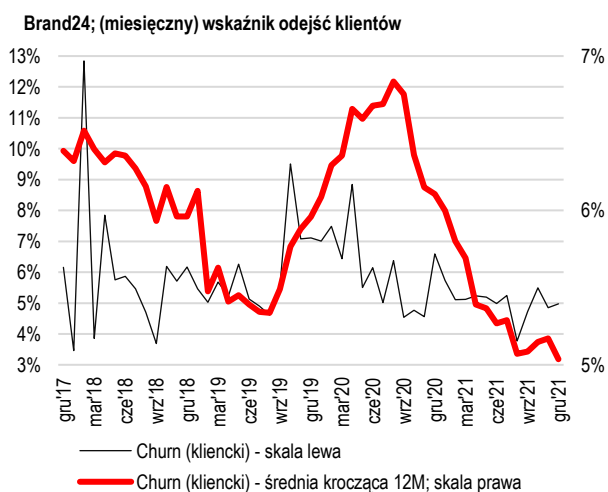
Źródło: Spółka, szacunki DM BOŚ SA.

¹ Na koniec IV kwartału 2021 roku złotówkowe ARPU dla wszystkich użytkowników znajdowało się wciąż około 5% poniżej poziomu sprzed czasowej blokady przez Facebook i Instagram.

Dodatkowo, Spółka poinformowała, iż na koniec IV kwartału 2021 roku **liczba jej klientów** wyniosła 3 905, co oznacza wzrost w kwartale o 83 klientów² (w porównaniu z pozyskaniem netto 260 klientów w IV kwartale 2020 roku).



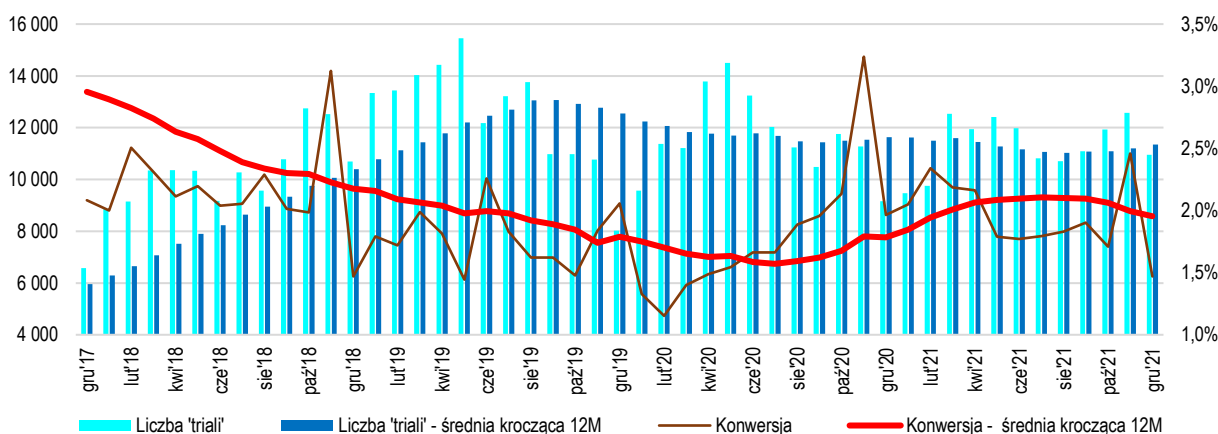
W IV kwartale ubiegłego roku **wskaźnik odejść klientów** (*churn* 'kliencki') znajdował się w okolicach 5% (podobnie jak i 12-miesięczna średnia krocząca tego parametru). **Ilość miesięcy, przez jaką statystyczny aktywny użytkownik pozostawał klientem Spółki** pozostawała w IV kwartale 2021 roku na (historycznie wysokim) poziomie 'dobijającym' do 20.



² Gdyby nie *churn* wśród klientów, którym w październiku istotnie zmieniono istniejące rabaty, kwartalne pozyskanie netto klientów wyniosłoby (*ceteris paribus*) 155.

Choć w okresie październik-grudzień'21 liczba 'triali' była o około 10% wyższa, tak w ujęciu rok-do-roku jak i kwartał-do-kwartału, to **konwersja** uległa pogorszeniu w ujęciu rok-do-roku (w ujęciu kwartał-do-kwartału nie uległa znaczącym zmianom dla średnich kwartalnych).

Brand24; Liczba klientów w okresie testowym (oś lewa) i konwersja na wersję płatną (oś prawa)



Czynniki wpływające na kształtowanie się powyższych kluczowych wskaźników efektywności (KPIs) Spółki w IV kwartale 2021 roku:

- **zmiana cennika dla nowych klientów** w listopadzie 2021 roku (podniesienie cen + wprowadzenie nowego planu abonamentowego + wyodrębnienie w cenniku abonamentów rocznych; co, zdaniem Spółki, przekłada się na wyższą sprzedaż takich abonamentów i w efekcie poprawia retencję klientów),
- **rewizja rabatów dla istniejących klientów** w październiku 2021 roku – co przełożyło się to na wzrost MRR o 4 tys. US\$ (pomimo tego, że z 321 klientów którym zmieniono istniejące rabaty, pozostało 249, co oznaczało (*ceteris paribus*) zmniejszenie bazy klientów o 72), oraz
- coroczna **promocja Black Friday**.

Czynniki mogące mieć wpływ na kształtowanie się kluczowych wskaźników efektywności (KPIs) Spółki w I kwartale 2022 roku:

- **podwyższenie cen dla istniejących klientów** od stycznia 2022 roku (po raz pierwszy od dekady; najprawdopodobniej najistotniejsze wydarzenie bieżącego roku w Brand24),
- **koniec okresu promocyjnego związanego z Black Friday** (luty 2022 roku), oraz
- **kolejne zaplanowane zmiany związane z planami cenowymi i strukturą samego cennika** (styczeń 2022 roku).

Niniejszy raport nie stanowi rekomendacji w rozumieniu przepisów „Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE)” nr 2016/958 z dnia 9 marca 2016 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych dotyczących środków technicznych dla celów obiektywnej prezentacji rekomendacji inwestycyjnych lub innych informacji rekomendujących lub sugerujących strategię inwestycyjną oraz ujawniania interesów partykularnych lub wskazań konfliktów interesów.