



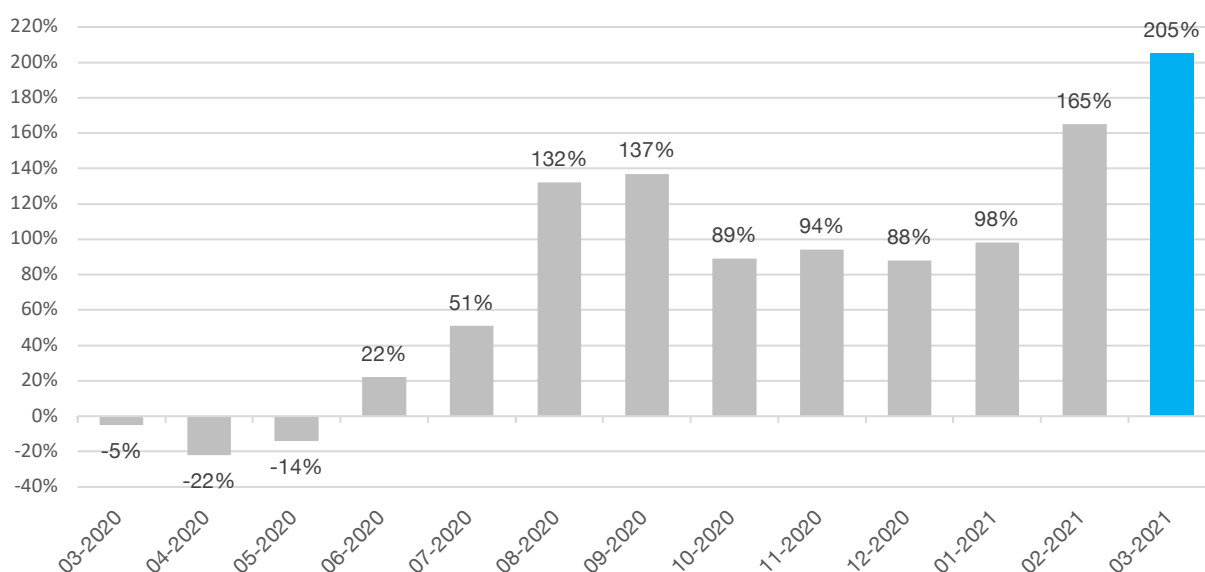
Szacunkowa miesięczna dynamika
sprzedaży danych do kluczowych klientów
za marzec 2021 roku

Warszawa, 14 maja 2021 roku

Szacunkowa miesięczna dynamika sprzedaży danych
do kluczowych klientów w segmencie Data enrichment

Marzec 2021 roku
+205% r/r

Historyczna miesięczna dynamika sprzedaży danych
do kluczowych klientów w segmencie Data enrichment (r/r)



Wartość za marzec 2021 roku ma charakter szacunkowy i może ulec zmianie w przyszłości.

Co obejmuje segment Data enrichment?

Segment Data enrichment jest strategicznym obszarem działalności grupy Cloud Technologies, który obejmuje monetyzację danych oraz technologii do ich przetwarzania. Ten segment jednocześnie jest głównym źródłem wzrostu przychodów, a ze względu na wysoki poziom marży ma kluczowe znaczenie dla wyników finansowych grupy kapitałowej.

Segment Data enrichment obejmuje sprzedaż anonimowych danych o użytkownikach Internetu, które są wykorzystywane do targetowania reklamy internetowej. Najważniejszymi odbiorcami danych są platformy umożliwiające zakup powierzchni reklamowej w modelu programatycznym, z których korzystają reklamodawcy z całego świata, a kluczowym rynkiem jest USA.

Co obejmuje wskaźnik dynamiki sprzedaży?

Miesięczna dynamika sprzedaży danych do kluczowych klientów wyraża w sposób relatywny zmianę przychodów ze sprzedaży w segmencie Data enrichment. Bieżąca wartość wskaźnika jest obliczana na podstawie raportów sprzedażowych, które wpłynęły do dnia publikacji niniejszego raportu i w związku z tym może ulec zmianie w przyszłości po otrzymaniu pełnych danych od kontrahentów.

Dlaczego wskaźnik prezentowany jest jako wartość w procentach?

Raporty sprzedażowe przekazywane są przez kontrahentów według określonego harmonogramu i część z nich może nie być dostępna w chwili prezentacji niniejszego raportu. Ponieważ kanały sprzedaży są zdwyersyfikowane to wskaźnik procentowy nie jest zaburzony, natomiast analiza wartości bezwzględnej może być utrudniona.

Dlaczego wskaźnik prezentowany jest w ujęciu rok do roku?

Rynek reklamy internetowej cechuje się zmiennością wynikającą z sezonowości, dlatego do oceny sytuacji spółki i kondycji rynku należy porównywać dane finansowe w ujęciu rok do roku. Ponieważ analiza danych finansowych w ujęciu miesiąc do miesiąca może być niemiarodajna to spółka nie przekazuje tego typu informacji.

Czy wskaźnik prezentowany będzie w sposób regularny?

Intencją spółki jest regularne prezentowanie wskaźnika w okresach miesięcznych, najpóźniej w ciągu 60 dni od końca miesiąca, którego dotyczy. Relatywnie długi termin wynika ze specyfiki rynku reklamy internetowej oraz jest związany z harmonogramem przekazywania raportów sprzedażowych przez kontrahentów.

Jak wskaźnik przekłada się na wyniki finansowe?

Analizując wskaźnik należy pamiętać, że ma on charakter szacunkowy i w związku z tym może różnić się od finalnych wyników finansowych przekazywanych w raportach okresowych. Wskaźnik dotyczy wyłącznie kluczowych klientów, a więc wysokość sprzedaży i tym samym jej dynamika dla całego segmentu może być inna. W szczególności należy mieć też na uwadze przesunięcia w okresach fakturowania oraz wynikające z tego różnice kursowe.

