



Wyniki finansowe **3Q 2022**

Listopad 2022

GAMIVO 3Q 2022 vs. 2Q 2022 vs. 3Q 2021



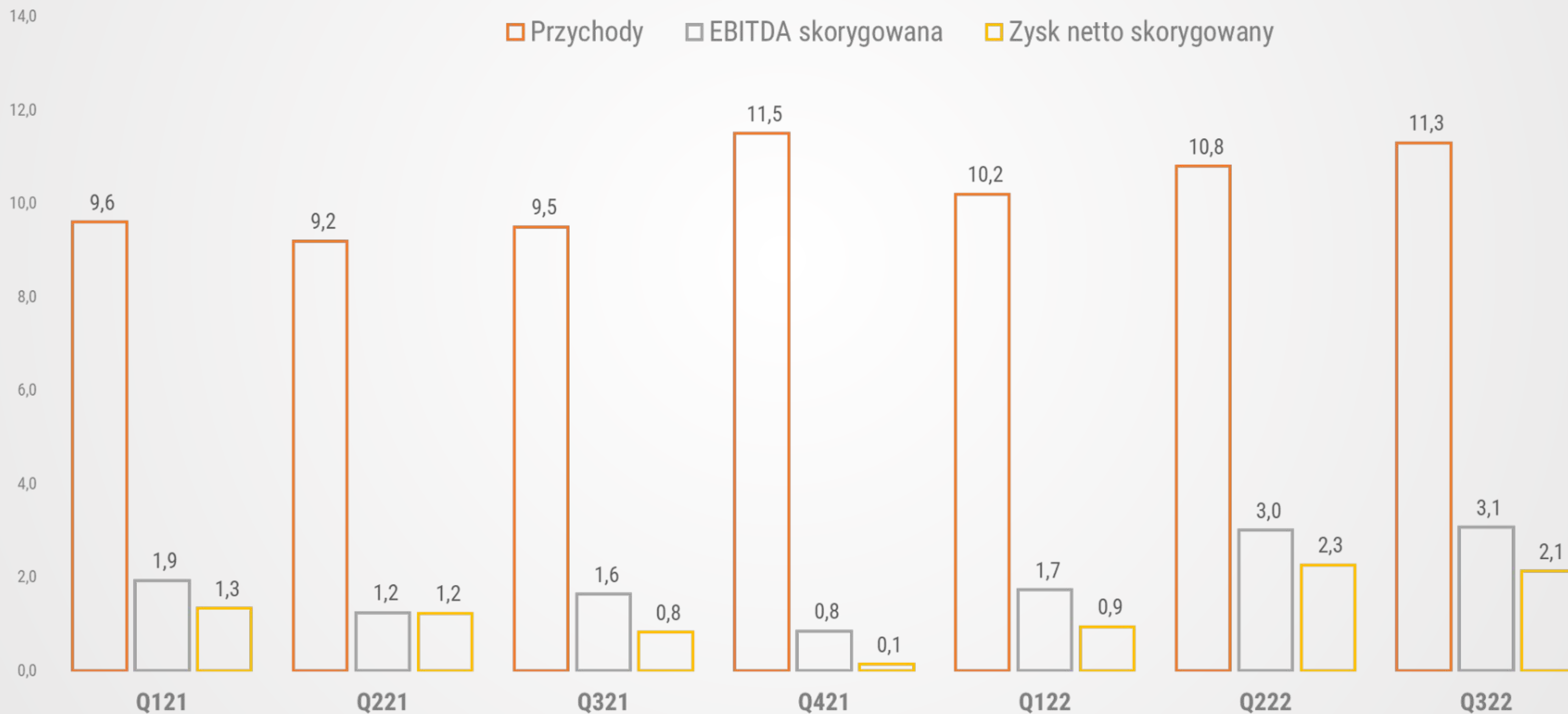
	3Q 2022	vs. 2Q 2022	vs. 3Q 2021
 59 855 714 zł Obrotu		▲ +6%	▲ +25%
 11 337 958 zł Przychodu		▲ +5%	▲ +19%
 2 755 468 zł Zysku netto		▼ -5%	▲ +125%
 3 697 718 zł EBITDA		▲ +2%	▲ +81%

Wyniki wygenerowane przez **Grupę GAMIVO** w trzecim kwartale 2022 roku, w zakresie:

- obrotów na platformie GAMIVO.com, wynoszących **59,9 mln zł** (wynik za 2Q 2022 to 56 mln zł, wzrost obrotów o 6% ; wynik za 3Q 2021 równy 47,7 mln zł, wzrost obrotów o 25%),
- przychodów ze sprzedaży, wynoszących **11,3 mln zł** (wynik za 2Q 2022 to 10,7 mln zł, wzrost przychodów o 5% ; wynik za 3Q 2021 to 9,5 mln zł, wzrost przychodów o 18%),
- zysku netto wypracowanego przez Grupę, wynoszącego **2,8 mln zł** (wynik za 2Q 2022 to 2,9 mln zł, spadek zysku netto o 5% ; wynik za 3Q 2021 to 1,2 mln zł, wzrost zysku netto o 125%),
- wskaźnika EBITDA wynoszącego **3,7 mln zł** (wynik za 2Q 2022 to 3,6 mln zł, wzrost wskaźnika EBITDA o 2% ; wynik za 3Q 2021 to 2 mln zł, wzrost wskaźnika EBITDA o 81%).



WYNIKI grupy kapitałowej





Podsumowanie 3Q 2022



4 334 197

zarejestrowanych
użytkowników



1 096

sprzedawców



16 026 738

sprzedanych gier



91 022

ofert



4,4

Trustpilot

Podsumowanie operacyjne

Plany projektowe w 2022 roku



5 filarów rozwoju

1 Skalowanie biznesu

Skalowanie obecnych usług oraz zwiększenie ruchu m.in. poprzez SEO, czyli optymalizację strony internetowej pod kątem wyszukiwarek internetowych.

2 Marketing automation

Automatyzacja user experience, co umożliwia wysyłanie użytkownikom spersonalizowanych informacji o produktach.

3 Korzyści dla sprzedawców

Wdrożenie systemu promocji dla dostawców.

4 System API

Rozwój systemu API, który pozwala dostawcom na sprzedaż oraz zakup towarów przy użyciu ich zewnętrznej infrastruktury, np. sklepu internetowego.

5 GAMIVO SMART

Rozbudowa usługi GAMIVO SMART poprzez oferowanie subskrybentom coraz ciekawszych korzyści.





Rozwój platformy w 3Q 2022



Wprowadzenie geotargetingu

Na początku trzeciego kwartału na platformie GAMIVO wdrożono targetowanie demograficzne. Dzięki funkcjonalności tej możliwe stało się uzależnienie wyświetlanych w serwisie treści od kraju przebywania użytkownika.



Prace and SEO

Spółka prowadzi działania mające na celu zwiększenie ruchu organicznego i poprawienie pozycji serwisu w wynikach wyszukiwarek. W tym celu wprowadzono pierwszą iterację projektu likwidacji zduplikowanych treści. Etap ten polegał na połączeniu różnych wersji tego samego produktu.



Program lojalnościowy

Na początku września, przy okazji obchodów pięciolecia platformy, zaprezentowany został program lojalnościowy GAMIVO Club. W jego ramach wszyscy użytkownicy indywidualni otrzymują cashback w wysokości 5 proc., natomiast w przypadku subskrybentów GAMIVO SMART jest to 10 proc.



Działania cross-sellingowe

Spółka wdrożyła rozwiązania sprzyjające wzrostowi sprzedaży. Na przykład przed dokonaniem płatności zostaje wyświetlony pop-up proponujący zakup dodatkowych produktów o wysokiej marży. Znacząca grupa użytkowników decyduje się dodać je do koszyka, tym samym zwiększając wartość zakupów.

Rozwój platformy w 3Q 2022



Kompleksowe akcje marketingowe

Wobec braku głośnych premier z segmentu AAA, spółka skupiła się na promocji innych produktów. Dzięki spersonalizowanej cenie i działaniom marketingowym z lokalnymi serwisami udało się osiągnąć bardzo dobre rezultaty, które miały przełożenie na osiągnięte w trzecim kwartale wyniki finansowe.



Międzynarodowe współprace

W trzecim kwartale przeprowadzono wspólne akcje marketingowe z producentami gier Plarium oraz Wargaming. Pierwsza zachęcała do grania w Raid: Shadow Legends, natomiast druga skupiona była wokół popularnej produkcji World of Warships.



Urodziny platformy

7 września serwis GAMIVO świętował piątą rocznicę rozpoczęcia działalności. Z tej okazji zorganizowano promocje i inne atrakcje dla użytkowników, co pozytywnie wpłynęło na aktywność użytkowników na platformie.



Usprawnienie obsługi klienta

Utworzony wewnątrz działu obsługi klienta zespół Community Support całkowicie przejął obsługę zapytań wysyłanych przez użytkowników za pośrednictwem mediów społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy Instagram.

Plany na 4Q 2022



**Kooperacje
z partnerami**



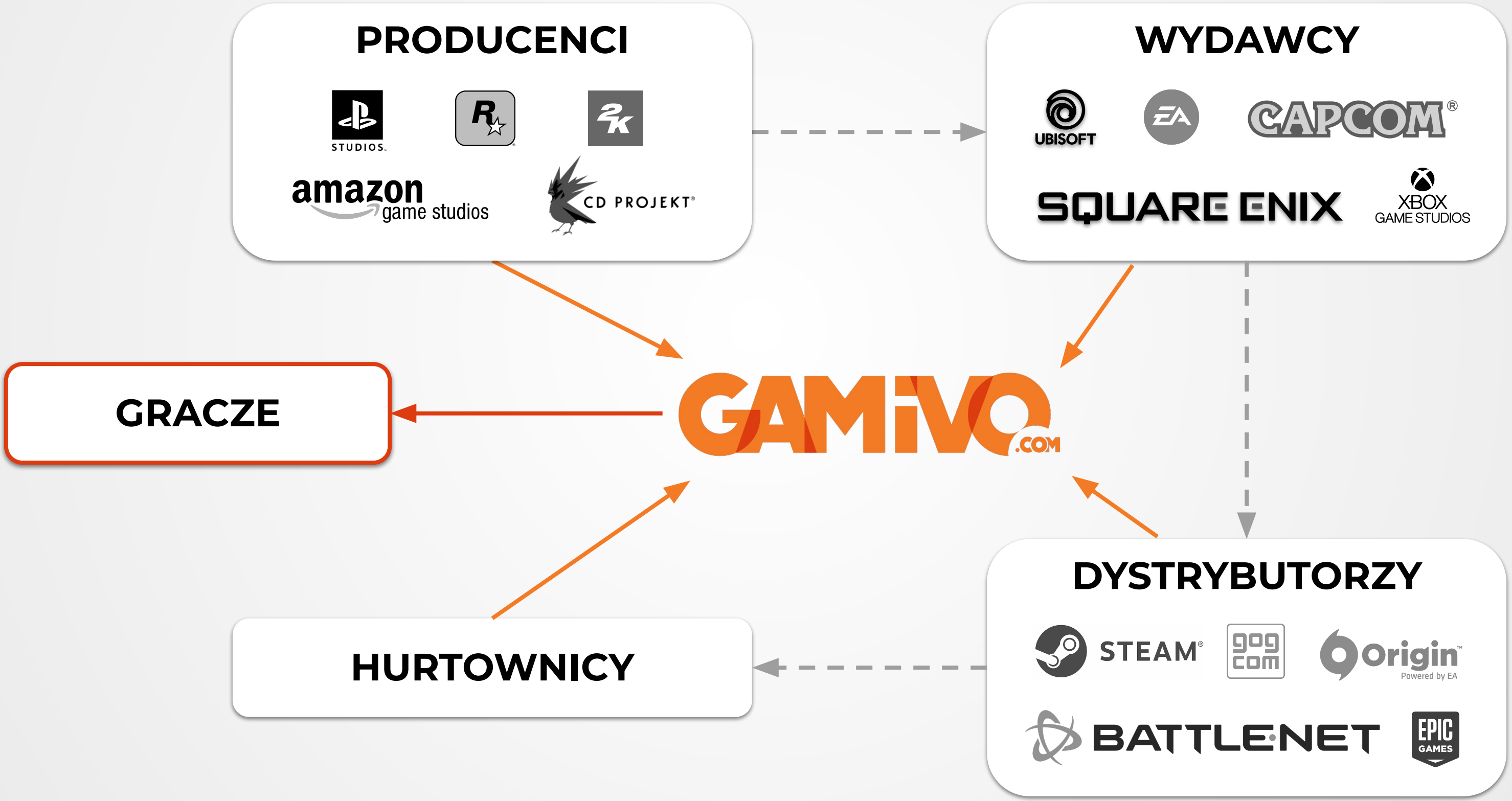
**Automatyczna
weryfikacja**



**Poprawa wyszukiwarki
i inne prace techniczne**



GAMIVO tworzy świat graczy





GAMIVO tworzy świat graczy



Wszyscy zyskują

Jesteśmy jednym z kanałów dystrybucji, dzięki któremu producenci i wydawcy gier mogą trafić do większej liczby osób, a platformy takie jak Steam czy Epic Games zyskują nowych użytkowników.



Unikalna pozycja

Dzięki korzystaniu z wielu zweryfikowanych źródeł oferujemy atrakcyjne ceny, a jednocześnie nie jesteśmy uzależnieni od jakiegokolwiek innego podmiotu.



Bogaty asortyment

Na GAMIVO można znaleźć nie tylko tysiące gier wideo, ale też inne dobra cyfrowe, w tym karty podarunkowe do popularnych sklepów i serwisów jak Amazon, Netflix czy Spotify.



W III kwartale
platforma GAMIVO
przekroczyła próg
16 mln
sprzedanych gier.



Dziękujemy za uwagę i zachęcamy do zajrzenia na www.GAMIVO.co

GAMIVO S.A.

Aleja Piastów 22
71-064 Szczecin

KRS 0000703362
NIP 5252729625
REGON 368773702

Relacje inwestorskie

gamivo@innervalue.com

