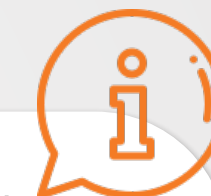




Wyniki finansowe **3Q 2025**

Listopad 2025

GAMIVO 3Q 2025 vs. 3Q 2024 vs. 2Q 2025



Wyniki wygenerowane przez **Grupe GAMIVO** za drugi kwartał 2025 roku w zakresie:

- **przychodów ze sprzedaży wynoszących 4,1 mln zł**
(wynik za 3Q 2024 to 4,0 mln zł, wzrost przychodów o 3%; wynik za 2Q 2025 to 3,9 mln zł, wzrost przychodów o 5%);
- **zysku netto wypracowanego przez Grupe wynoszącego 1,1 mln zł**
(wynik za 3Q 2024 to 1,0 mln zł, wzrost zysku netto o 11%; wynik za 2Q 2025 to 1,0 mln zł, wzrost zysku netto o 8%)
- **wskaźnika EBITDA osiągniętego przez Grupe wynoszącego 1,6 mln zł**
(wynik za 3Q 2024 to 1,6 mln zł, wzrost wskaźnika EBITDA o 1%; wynik za 2Q 2025 to 1,4 mln zł, wzrost wskaźnika EBITDA o 14%).

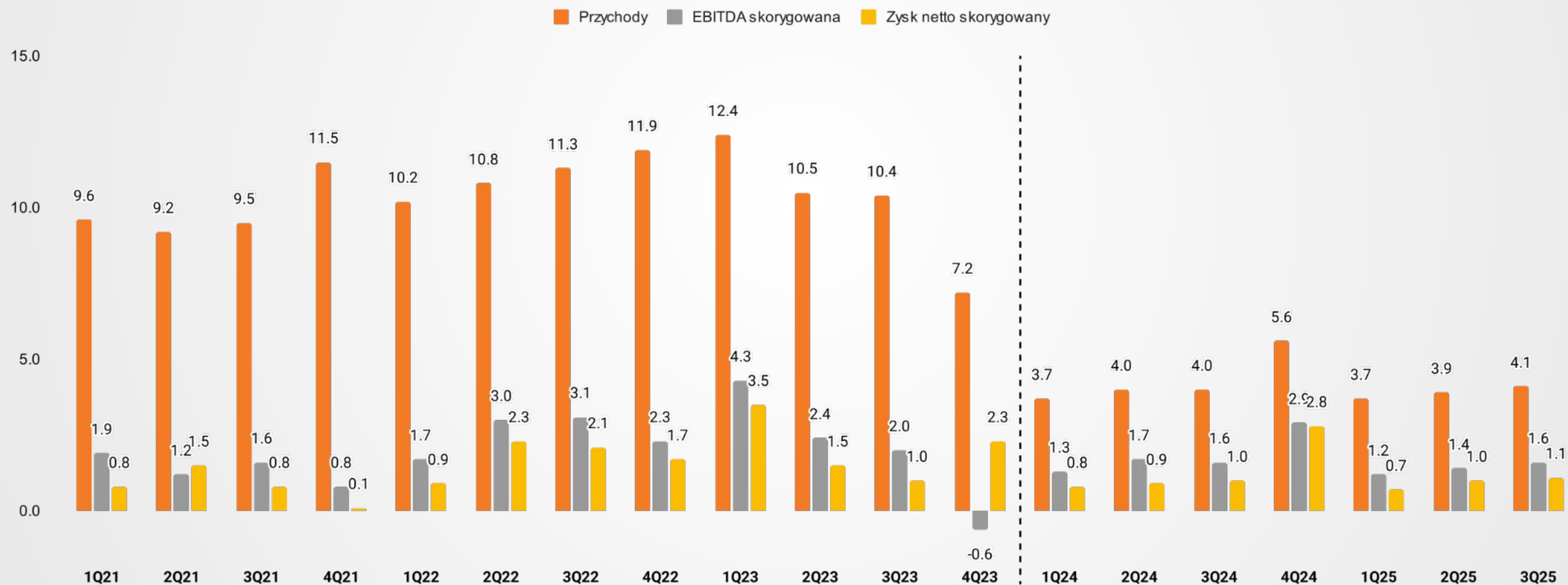
	3Q 2025	vs. 3Q 2024	vs. 2Q 2025
	4 137 415 zł Przychodu	▲ +3%	▲ +5%
	1 069 652 zł Zysku netto	▲ +11%	▲ +8%
	1 568 587 zł EBITDA	▲ +1%	▲ +14%

* Wyniki skorygowane na poziomie zysku netto o odpis ujemnej wartości firmy.



Wyniki grupy kapitałowej

Wyniki osiągnięte po 4Q23 odbiegają od rezultatów prezentowanych w poprzednich okresach, gdyż zostały wypracowane po wyłączeniu ze struktur Grupy GAMIVO spółki Gamivo.com Ltd.





III kwartał 2025 roku



6 585 317

zarejestrowanych
użytkowników



1 637

dostawców



29 679 056

sprzedanych produktów



214 962

ofert

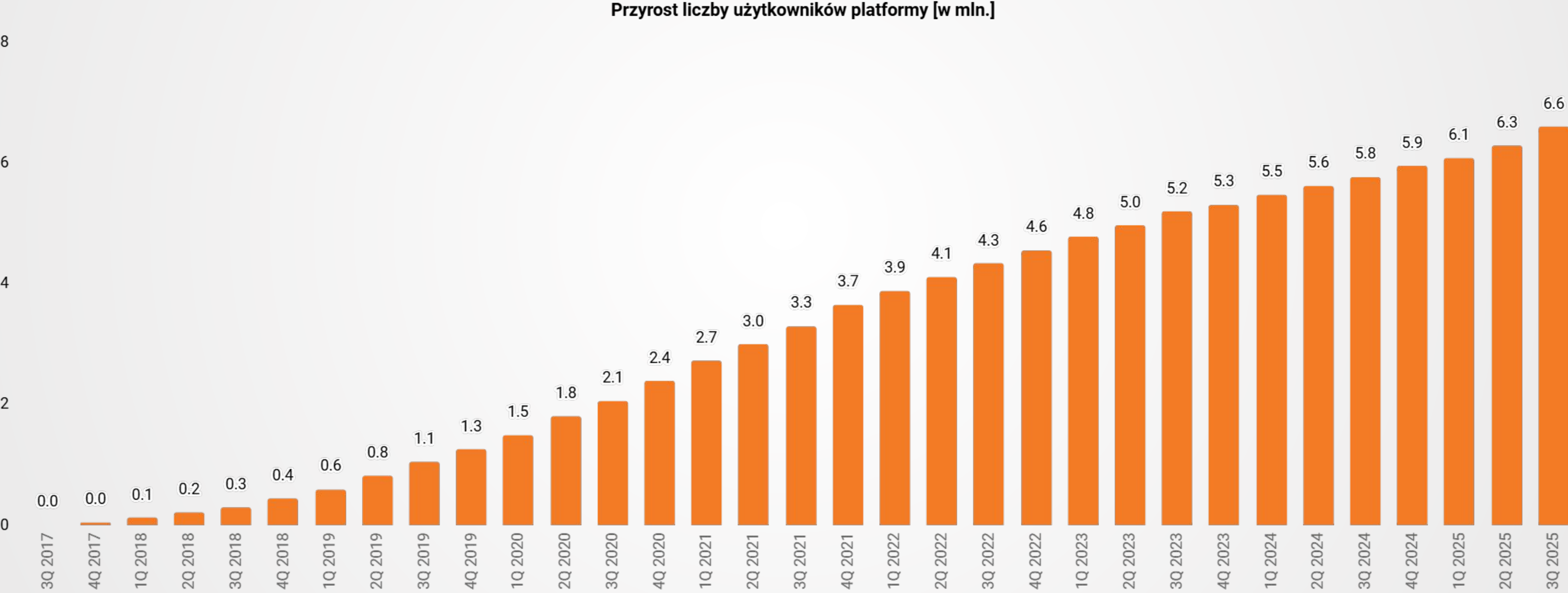


4,5

Google Rating



Przyrost klientów

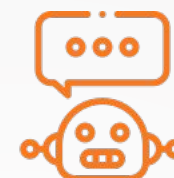


Działania w 3Q 2025



Optymalizacja doświadczeń zakupowych

Prowadzono dalsze prace z zakresu UX/UI. Między innymi analizowano wpływ nowej strony produktowej na zachowanie użytkowników oraz wdrożono mniejsze usprawnienia. Między innymi dostosowano wybór metody płatności do preferencji kontentych użytkowników.



Wprowadzenie AI w obsłudze klienta

W związku z dynamicznie rosnącą liczbą użytkowników zdecydowano wdrożyć narzędzie AI, które będzie w stanie odpowiadać na część pytań klientów. Odciąży tym samym pracowników Zespołu Wsparcia, którzy będą mogli skupić się na kwestiach wymagających głębszej analizy. Większość prac w tym kierunku przeprowadzono w III kwartale, a projekt powinien ujrzeć światło dzienne jeszcze w 2025 roku.



Akcje brandingowe

W III kwartał prowadzono szereg działań poprawiających rozpoznawalność marki. Warto tu wymienić zwłaszcza kooperacje z popularnymi sklepami z elektroniką użytkową, czyli Komputronikiem i X-kom.de. Marka GAMIVO była także obecna podczas skierowanej do graczy imprezy Nocne Retro Granie, która odbyła się w sierpniu w Poznaniu.



Nowa akcja promocyjna

GAMIVO znane jest z nietypowych akcji promocyjnych, które skutecznie przyciągają klientów i budują przywiązanie do marki. Dlatego na przełomie lipca i sierpnia przeprowadzono promocję PennyPlay, która pozwoliła zaktywizować użytkowników w okresie największej stagnacji na rynku gamingowym.

Plany na 4Q 2025



Nowe opcje w sprzedaży hurtowej

Rozwijany będzie segment zakupów hurtowych. W IV kwartale przedsiębiorcy otrzymają zupełnie nową opcję, która zwiększy elastyczność i poprawi płynność obrotu oferowanymi produktami.



Rozwój kategorii doładowań

Wprowadzone zostaną rozwiązania, które pozwolą uniknąć sytuacji, gdy klienci muszą czekać na dostarczenie produktu dłużej niż 30 min. Dostawcy zyskają m.in. możliwość wyłączania swojej oferty w określonych godzinach.



Rozszerzenie samoobsługi

W określonych sytuacjach użytkownicy zyskają możliwość uzyskania zwrotów bez konieczności angażowania działu obsługi klientów. Dzięki temu będą mogli dokonać tego szybciej i łatwiej, co przyczyni się do podniesienia ich satysfakcji z korzystania z platformy.



Wykorzystanie AI

W IV kwartale sztuczna inteligencja odciąży dział obsługi klienta, co opisano we wcześniejszej części prezentacji. Równolegle prowadzone będą inne projekty związane z wykorzystaniem AI.



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

GAMIVO S.A.

Ul. Władysława Łokietka 5/2
70-254 Szczecin

KRS 0000703362

NIP 5252729625

REGON 368773702

Relacje inwestorskie

biuro@gamivo.co

