



Övergripande strategi 2019 – 2021 samt deltar på Stora Aktiedagen i Göteborg och Stockholm

Qiiwi offentliggör idag bolagets övergripande strategi och fokus över tidsperioden 2019 – 2021. VD Erik Dale Rundberg kommer även att presentera bolaget och strategin på Stora Aktiedagen i Göteborg 12 november och på Stora Aktiedagen i Stockholm den 26 november. I detta pressmeddelande sammanställer bolaget delar av strategin och information i de kommande presentationerna. Presentationerna kommer även gå att se via direktsänd länk och i efterhand på bolagets hemsida.

Qiiwi – Förfinad affärsidé, vision och slogan

Sedan starten av Qiiwi fram tills idag har det hänt mycket inom bolaget och man är numera aktiv inom fler speltyper, genrer och affärsområden. För att profilera Qiiwi på bästa sätt och för att anpassa hur bolagets långsiktiga strategi och fokus kommer vara har bolaget valt att ändra hur bolaget presenterar sin affärsidé, vision och slogan till nedan:

Affärsidé:

Utveckla och publicera mobilspel riktade mot personer som lever ett vardagligt liv, så kallade "Casual Gamers".

Vision:

Att förgylla människors vardagliga liv och stunder.

Slogan:

Adventures for Everyone

Speltyper och målgrupp

Qiiwi har som strategi att utveckla mobilspel riktade mot tre olika typer av spelare som bolaget valt att benämna som "Vardagsspelaren (Casual)", "Den mer inbitna spelaren (Mid-Core)" och "Klicka och pricka spelaren (Hyper-Casual)". De olika spelartyperna betar sig olika i hur man spelar bolagets spel och hur bolaget skapar intäkter från dem:

Vardagsspelaren (Casual):

Vardagsspelaren är normalt 35+ och spelar korta spelsessioner per dag när det finns utrymme för det. Dessa spelare finns primärt i bolagets så kallade Casual speltitlar inom genrerna Match-3, Trivia och Word/Puzzle. I denna typ av speltitlar består bolagets intäkter till ca 70% av Köp i spel (IAP) och 30% av annonsintäkter.

Den mer inbitna spelaren (Mid-Core):

Den mer inbitne spelaren är normalt 18+ och spelar längre spelsessioner per dag och prioriterar mobilspelande i sin vardag. Dessa typer av spelare finns primärt i bolagets så kallade Mid-Core speltitlar inom genrerna Match-3, Trivia och Word/Puzzle. I denna typ av speltitlar består bolagets intäkter till ca 80% av Köp i spel (IAP) och 20% av annonsintäkter.

Klicka och pricka spelaren (Hyper-Casual):

Klicka och pricka spelaren är normalt 12 år och uppåt och spelar korta och många spelsessioner per dag. Dessa typer av spelare finns primärt i bolagets så kallade Hyper-Casual speltitlar inom genren Arcade. Förtillfället har bolaget enbart denna typen av speltitlar som minispel i speltiteln Backpacker® men utvärderar möjligheten att lansera separata speltitlar inom genren. Hyper-Casual spel har de senaste åren dominerat topplistorna avseende mest nedladdade spel och lockar breda målgrupper. Bolaget ser denna typ av speltitlar även som en del i tillväxtstrategin med tanke på att man kostnadseffektivt kan driva mycket trafik till dessa spel som sedan kan korsmarknadsföras vidare till andra speltitlar inom bolagets portfölj med högre livstidsvärden. I denna typ av speltitlar förväntar sig bolaget att intäktsfördelningen kommer vara ca 10% av Köp i spel (IAP) och 90% av annonsintäkter.

Strategi 2019 – 2021 – Speltitlar, fokus och affärsområden

Inom den långsiktiga strategin vill bolaget informera om hur man avser att arbeta för att lansera fler konkurrenskraftiga och högkvalitativa speltitlar inom de genrer som bolaget valt att fokusera på. Bolaget presenterar dessa speltitlar per genrer, aktuell status och affärsområde:

Trivia:

- Backpacker® (Lanserat/Förvaltning)
Speltiteln är globalt lanserad och bolaget har under 2018 fortsatt att optimera speltiteln per marknad. Bolaget ser stor intäktspotential på de kritiska marknaderna USA och Tyskland och arbetar förtillfället på speltitelns största uppdatering sedan lansering som beräknas rullas ut under Q4 2018.
- Backpacker® Arena (Utveckling pågår)
Speltiteln finns förtillfället tillgänglig att spela som ett tillägg inuti speltiteln Backpacker®. Bolaget kommer att fokusera på att utveckla Backpacker Arena till en separat speltitel med fokus på olika typer av spellägen där spelare kan utmana andra spelare i frågesport. Bolaget vill även nå ut med denna speltitel på sociala plattformar som t ex Facebook Messenger Games för att öka den virala och organiska inströmningen av spelare vilka sedan kan korsmarknadsföras vidare till speltiteln Backpacker®.
- Backpacker® Metagame (Planerad utveckling)
Bolaget har planerat utveckling av en ny speltitel inom genren trivia under varumärket Backpacker® som går under arbetsnamnet "Backpacker® Metagame". Denna speltitel kommer vara uppbyggt i en 3D-värld och innehålla en betydligt mer äventyrlig och visuell upplevelse vilket således bedöms locka en bredare och ny målgrupp. Den nya speltiteln kommer på ett effektivt sätt väva in så kallade "metagaming" element i spelflödet.
- Backpacker® Landsversioner (Utvärdering pågår)
Bolaget utvärderar för tillfället möjligheterna att lansera separata speltitlar under varumärket Backpacker® enbart innehållandes ett visst lands specifika städer. Dessa speltitlar skulle t ex kunna lanseras som "Backpacker® USA, Backpacker® Germany eller Backpacker® China" och således locka en stor målgrupp i respektive land och erbjuda en mer lokaliserad utforskande reseupplevelse.
- Backpacker® Augmented Reality/Virtual Reality (Utvärdering pågår)
Bolaget utvärderar för tillfället olika koncept och idéer kring att lansera speltitlar inom varumärket Backpacker® med Augmented Reality och Virtual Reality tekniken. Denna teknik förväntas mogna mer och mer under kommande år och bolaget ser goda möjligheter till att hitta koncept som kan förhöja äventyrs och reseupplevelsen på detta sätt. Utveckling av denna typ av speltitlar är något som bolaget kan ansvara för på egen hand men ser också över möjligheterna till samarbetsformer med spelutvecklingsbolag som har huvudfokus på AR/VR.

Match-3:

- Magic Gifts (Lanserat/Förvaltning)
Speltiteln Magic Gifts är i lanserat stadie och förvaltas med tillägg av nya match-3 nivåer. Bolaget arbetar för tillfället på att växa speltitelns spelarbas via korsmarknadsföring. Speltiteln inkluderades i bolagets portfölj i samband med förvärvet av Milliplay.
- Magic Gifts 2 (Utveckling pågår)
Bolaget utvecklar för tillfället en uppföljare till speltiteln Magic Gifts vilket kommer vara ett klassiskt match-3 spel med anpassningar och justeringar utifrån erfarenhet man fått ifrån Magic Gifts. Speltiteln Magic Gifts 2 beräknas inleda mjuklansering under Q4 2018.
- Match-3 Metagame (Utveckling pågår)
Bolaget utvecklar för tillfället ett nytt spel som kommer att bli studios hittills största match-3 produktion. Det nya spelet kommer på ett effektivt sätt väva in så kallade "metagaming" element i spelflödet. Arbetstitel för det nya spelet hålls för närvarande konfidentiellt av konkurrensskäl. Mjuklansering beräknas ske under H1 2019.
- Magic Potions Castle (Utveckling pågår)
I samband med förvärvet av Milliplay erhöll bolaget även speltiteln Magic Potions Castle vilken ännu inte har lanserats. För tillfället genomgår speltiteln anpassningar och justeringar för att nå mjuklansering under 2019.
- Backpacker® Match-3 (Planerad utveckling)
Bolaget har planerat att utveckla ett Match-3 spel under varumärket Backpacker®. Detta innebär att bolaget kan återanvända mycket av den tidigare utvecklingen kring Backpacker®-plattformen och implementera Match-3 pussel istället för Trivia-frågor i spelmomenten. Detta innebär också att bolaget förstärker sin spelportfölj inom varumärket Backpacker® och ökar på chanserna till lyckad korsmarknadsföring mellan speltitlarna.

Word/Puzzle:

- Words in a Pic (Lanserat/Förvaltning)
Speltiteln är i lanserat stadie och bolaget underhåller med nya nivåer.
- Words in a Pic 2 (Lanserat/Förvaltning)
Speltiteln är i lanserat stadie och bolaget underhåller med nya nivåer.
- WordMunch (Lanserat/Förvaltning)
Speltiteln är i lanserat stadie och bolaget underhåller med nya nivåer.
- Word Memories (Mjuklansering pågår)
Under Q1 2018 startade bolaget mjuklansering av speltiteln Word Memories som är ett ordspel med så kallad "Word Search Puzzle"-teknik. Mjuklanseringen pågår fortfarande och arbete med optimering och analys av nyckeltal pågår innan speltiteln kan nå global lansering.
- Word Metagame (Utveckling pågår)
Bolaget utvecklar för tillfället ett nytt ordspel med "metagaming" element i spelflödet. Speltiteln beräknas starta sin mjuklansering under Q4 2018.

- **Backpacker® Words (Planerad utveckling)**

Bolaget har planerat att utveckla en Word/Puzzle speltitel inom varumärket Backpacker®. Detta innebär att bolaget kan återanvända mycket av den tidigare utvecklingen kring Backpacker®-plattformen och implementera ordpussel istället för Trivia-frågor i spelmomenten. Denna speltitel kommer även att väva in spelmoment som t ex Hidden Objects för att attrahera nya typer av målgrupper. Detta innebär också att bolaget förstärker sin spelportfölj inom varumärket Backpacker® och ökar på chanserna till lyckad korsmarknadsföring mellan speltitlarna.

Arcade:

Inom genren Arcade kommer bolaget att utvärdera möjligheterna att lansera speltitlar som kan assistera till bolagets tillväxtstrategi och attrahera spelartypen som bolaget valt att kalla "Klicka och pricka spelaren". Speltitlar inom denna genren och av speltypen Hyper-Casual har en stor viral och organisk spridning och har de senaste åren dominerat topplistorna över mest nedladdade spel globalt i mobilbutikerna. Bolaget har redan idag flera potentiella speltitlar som skulle fungera inom genren som idag används som mini-spel i mobilspelet Backpacker®. Genom att dels lansera vissa av dessa mini-spel som separata speltitlar samt utveckla helt nya inom genren förväntar sig bolaget att kunna genomföra kostnadseffektiva användarförvärv och sedan utnyttja korsmarknadsföring mot speltitlar i bolagets portfölj som har högre livstidsvärden.

Branded Games:

Branded Games är ett nytt affärsområde för bolaget vilket innebär att man söker samarbeten med stora välkända internationella varumärken som vill engagera sin publik ytterligare via mobilspel. Bolaget ser ett ökat intresse kring denna typen av samarbeten och ser god potential i att kunna växa dessa speltitlar kostnadseffektivt med hjälp av den virala och organiska påverkan ett globalt internationellt varumärke har. Bolaget spår att det framgent kommer bli än mer populärt med denna typen av samarbeten och att det är ett sätt att ytterligare skala upp bolagets intäktströmmar samtidigt som risken sprids ut med att arbeta med välkända varumärken. Bolaget kommer i dessa samarbeten att ansvara för utveckling, publicering och marknadsföringsstrategier i nära samarbete med den aktuella samarbetspartnern.

Korsmarknadsföring och Qiiwi Games Portal:

Qiiwi ansvarar sedan en tid tillbaka för tillväxt och marknadsföring av samtliga speltitlar i sin portfölj. För att ytterligare förstärka utbudet mot kunderna kommer bolaget fokusera på att etablera en Qiiwi Games Portal vilken kommer vara tillgänglig inifrån bolagets spel men även externt på bolagets olika landningssidor/hemsidor. Via denna portal kommer spelare enkelt att kunna hitta andra spel som de tycker är intressanta inom bolagets spelportfölj. Genom dataanalys kommer bolaget även kunna ge förslag åt särskilda spelare kring andra spel inom bolagets portfölj som kan passa dem väl. Detta gör att bolaget kan slussa spelare via olika spel i bolagets portfölj och således öka livstidsvärdet per spelare. I takt med att antalet speltitlar i bolagets portfölj kommer öka kraftigt de kommande åren ser bolaget detta som ett viktigt steg för att kunna få ut maximal avkastning per anskaffad spelare till bolagets speltitlar.

Qiiwi deltar på Stora Aktiedagen i Göteborg och Stockholm

VD Erik Dale Rundberg kommer att presentera bolagets verksamhet, nuvarande fokus och den framtida strategin vid två investerarträffar under november månad:

- **12 november 2018 - Stora Aktiedagen i Göteborg**

Datum och tid: 12 November 2018 10:50 - 11:20 Sal 4

Plats: Svenska Mässan (OBS: entré via Mässans Gata 8)

Adress: Mässans Gata 8, Göteborg

Live-TV: Har ni inte möjlighet att delta på plats finns även möjlighet att följa presentationerna live på följande

länk www.aktiespararna.se/tv/live

Notering: Presentationen och livesändningen kommer i efterhand att finnas tillgänglig på bolagets hemsida www.qiiwi.com.

- **26 november 2018 - Stora Aktiedagen i Stockholm**

Datum och tid: 27 November 2018 17:20 - 17:50 Sal 1

Plats: Sheraton Hotel

Adress: Tegelbacken 6, Stockholm

Live-TV: Har ni inte möjlighet att delta på plats finns även möjlighet att följa presentationerna live på följande

länk www.aktiespararna.se/tv/live

Notering: Presentationen och livesändningen kommer i efterhand att finnas tillgänglig på bolagets hemsida www.qiiwi.com.

VD Erik Dale Rundberg kommenterar:

"Vår målsättning är att fortsätta hålla ett stort fokus på att vidareutveckla bolaget inom genrerna Trivia, Match-3, Word/Puzzle och Arcade. I och med vårt nya ben inom Match-3 har vi verkligen skapat oss möjligheterna att erbjuda våra målgrupper fler konkurrenskraftiga och underhållande speltitlar. Vi kommer ha ett stort fokus på att lansera fler speltitlar under varumärket Backpacker® vilket vi bedömer kommer leda till ett effektivt sätt att växa samtliga speltitlar under varumärket samtidigt som vi kan återanvända mycket av den utveckling vi arbetat med de senaste åren. Utöver detta har vi väldigt mycket spännande på gång under utvärdering och det nya affärsområdet "Branded Games" vilket har stor potential att skapa ytterligare intäktströmmar till bolaget. Qiiwi är idag ett nytt typ av bolag där mycket har hänt det senaste året. Den förfinade affärsidén, visionen och sloganen följer bolagets nya arbetssätt och vi vill offentliggöra vår långsiktiga strategi och fokus för att ge aktieägare en bild över hur vår spelportfölj kommer att utvecklas de kommande åren. Något som också är oerhört spännande är att vi har ett flertal speltitlar på väg in i mjuklansering under Q4 2018 som vi med spänning ser framemot. Välkomna att se presentationerna från Stora Aktiedagen i Göteborg och Stora Aktiedagen i Stockholm för mer information."

För ytterligare information:

Erik Dale Rundberg

VD, WeAreQiiwi Interactive AB

Telefon: 0709-260 697

E-post: erik@qiiwi.com

Om WeAreQiiwi Interactive AB

Qiiwi är en utvecklare av spel till mobila plattformar som iOS och Android. Bolagets nuvarande verksamhet startade 2012 och bolaget har sitt säte i Alingsås, Sverige samt dotterbolag i Nicosia, Cypern. Qiiwi fokuserar på att utveckla mobilspel riktade mot "*Casual Gamers*" inom genrerna Trivia, Match-3, Word/Puzzle och Arcade. Bolagets slogan är "Adventures for Everyone".