

Advertly publicerar intervju och VD-ord med anledning av föreliggande emission

Advertly AB (publ) ("Advertly" eller "Bolaget") har genomfört en filmad presentation och intervju med Bolagets VD och medgrundare Niklas Bakos, som idag har publicerats på Bolagets emissionssida:

www.advertly.com/sv/invest/

Med anledning av föreliggande företrädesemission som offentliggjordes 30 oktober och där teckningsperioden inleds på måndag 2 december, har Bolagets VD även upprättat ett VD-ord som följer i sin helhet. Mer information om emissionen finns tillgängligt på Bolagets emissionssida.

VD-ord

Vi har under året gjort stora framsteg i vår övergripande strategi och vision för Advertly. En viktig pusselbit har varit att få bekräftat att sömlös in-gameannonsering inte har någon negativ effekt på hur spel som använder vår teknik uppfattas av dess användare. Detta är en signifikant milstolpe för oss då spelutvecklare genom detta kommer se mer positivt på reklam, vilket är betydelsefullt då det är en livsviktig intäktskälla för både dem och oss.

Under sommaren levererade vi över 40 miljoner annonser till cirka 1 procent av användarna i trippel-A-mobilspelet Subway Surfers. Därigenom fick vi bekräftat att placering av annonser under spelupplevelsen inte hade någon negativ effekt på varken spelets betyg, dess recensioner, antalet nya spelare eller det oerhört viktiga måttet "retention", vilket mäter hur ofta en ny användare återkommer till spelet.

Kampanjerna levererades på den öppna programmatiska marknaden med väldigt generösa kommersiella villkor i syfte att skapa maximalt köptryck på kort tid snarare än rättvisande intäkter. Det var nödvändigt då vi därigenom fick bekräftat att vår plattform tekniskt kan hantera så pass stora volymer av annonser. Subway Surfers är det mest nedladdade mobilspelet genom tiderna och vi har haft avtal med dem sedan 2018. Innan vi lanserar ytterligare regelbundna annonser i det spelet, vill vi med större säkerhet veta att vi kan fylla tillräckligt stora volymer med annonser i spelets viktigaste regioner.

Vidare har vi under året lanserat plattformen i ett par andra högkvalitativa storspel som spelas av hundratals miljoner användare varje månad. Med lanseringar i Critical Ops och ett "casual-action"-spel med 1 miljard nedladdningar, har vi lyckats erhålla en viktig och stor publik vilket är ett mycket betydelsefullt steg i vår lanseringsstrategi och ett av grundkraven för att skapa intresse hos annonsörerna. Att vi nu har skapat en plattform med stor publik och räckvidd genom satsningen på mobilspel har varit Bolagets primära mål under 2019. Nu ser vi fram mot nästa viktiga mål – att fylla annonseringsutrymmet vi byggt upp.

Ett gediget arbete pågår därför nu med att sälja in Advertly och konceptet med sömlös "in-game"-annonsering till mediebyråer och programmatiska handelsplatser runtom i världen. Då vi representerar en helt ny kanal för annonsering som kräver aktiv försäljning och marknadsutveckling, behöver vi nu anskaffa kapital i syfte att öka dessa insatser ordentligt. Emissionen avser möjliggöra en snabb expansion och vi vill ge befintliga aktieägare och nya investerare möjligheten att tillsammans med oss utvidga sitt engagemang och innehav i Advertly.

Ett viktigt första led i den aktiva försäljningen var att rekrytera vår nya Chief Revenue Officer (global försäljningschef) Kenny Spångberg. Vi är mer än glada över att ha honom ombord i detta viktiga skede när vi går ut med vår innovativa lösning till kunder globalt. Med hans kunskap, kontaktnät och erfarenhet inom mediebranschen är vi väl positionerade att nå nyckelsamarbeten med ledande annonsörer och mediebyråer.

Syftet med en annons är att rikta ett budskap mot en publik, som består av rätt målgrupp för budskapet i fråga och samtidigt nå så många åhörare som möjligt. Om annonsen mottas vid rätt tillfälle och plats för varje individ ger budskapet maximal effekt. För att ständigt kunna nå personer vid rätt tillfälle och plats kommer ett fortsatt fokus även ligga i att hitta nya spel att integrera vår teknik i och på så sätt skapa mångfald i vårt utbud samt växa vår globala räckvidd.

Vi har genom plattformen alla grundförutsättningar att etablera "in-game"-annonsering som ett nytt annonsformat i en ny mediekanal inom världens största underhållningsindustri. Den grundläggande och första fasen av infrastruktur är avklarad genom framgångsrika tekniska integrationer med ledande handelsplatser som PubMatic och BidSwitch och vi för kontinuerligt diskussioner med andra ledande aktörer med förhoppning om att verksamheten nu tar sina första kliv mot större affärer med återkommande intäkter. Vi har under 2019 tagit de första stegen med mindre kommersiella kampanjer (och därav små intäkter) från en handfull annonsörer primärt genom Critical Ops i Norden, Ryssland och Turkiet.

Vi är stolta över den banbrytande plattform vi byggt och att vi kunnat validera att annonser med vår teknik inte har en negativ inverkan på spels KPI:er. Jag och hela teamet ser mycket fram emot att ta Advertly till nästa nivå och börja fylla det enorma annonsutrymme vi byggt upp i plattformen.

Adverty önskar befintliga ägare och nya investerare varmt välkomna att teckna i emissionen!

Ytterligare information samt en filmad presentation och intervju med Bolagets VD och medgrundare Niklas Bakos finns på:

www.adverty.com/sv/invest/

För ytterligare information, vänligen kontakta

Niklas Bakos, VD
+46 703 66 96 46
nb@adverty.com

Om Adverty

Adverty, grundat 2016, är ett annonsteknikbolag som sammanför varumärken med dess konsumenter på rätt tid och plats, genom sin banbrytande plattform. Bolaget har genom plattformen byggt ett stort utbud av digitala annonseringsplatser inuti spel- och applikationer. Tekniken skapar en ny lättanvänd inkomstkälla för spelutvecklare genom icke-påträngande, sömlös annonsering. Mer information på www.adverty.com. Mangold Fondkommission AB, tel. nr. +46 8 5030 1550, är bolagets mentor och likviditetsgarant på NGM Nordic MTF.