



Truecaller stärker sin globala direktförsäljning inom annonsering genom nya regionala partnerskap

Stockholm | 3 mars 2026 – Truecaller meddelar idag en serie exklusiva regionala partnerskap avseende direktförsäljning i Afrika, MENA, Sydostasien och Indien, vilket markerar ett viktigt steg i bolagets satsning på att accelerera sin globala strategi för direktförsäljning av annonser.

Initiativet stärker Truecallers förmåga att bygga direkta relationer på tillväxtmarknader och stödjer bolagets långsiktiga ambition att skala en mer diversifierad och motståndskraftig internationell annonsaffär

Truecaller har ingått tre separata partnerskap:

- 365 Digital blir exklusiv återförsäljare av Truecaller Ads i Sydafrika och Kenya
- AnyMind Group täcker Ghana, Nigeria, MENA och Sydostasien
- Integrated Media Tech representerar Truecaller Ads i hela Indien

Tillsammans breddar partnerskapen Truecallers internationella infrastruktur för direktförsäljning och ger varumärken och byråer tillgång till premiumlösningar inom mobil annonsering i prioriterade tillväxtregioner.

Fredrik Kjell, COO på Truecaller, säger:

"Under 2025 har vi lagt betydande fokus på att stärka grunden i Truecaller Ads direktförsäljningskapacitet och jag är idag glad att kunna presentera dessa viktiga partnerskap. Truecallers interna säljorganisation, i kombination med starka återförsäljare i flera regioner, är en central del i vår plan att stärka vår affär inom direktförsäljning."

Stärkt direktförsäljning i tillväxtregioner

Truecaller når idag omkring 150 miljoner användare utanför Indien, med en tillväxt om 50 procent sedan slutet av 2023. De exklusiva avtalen i Afrika, MENA och Sydostasien ökar Truecallers lokala kapacitet på marknader där den digitala annonsmarknaden fortsätter att växa.

Genom att kombinera Truecallers globala användarbas med etablerade regionala säljpartners stärker bolaget sin förmåga att skala annonsintäkter utanför sina kärnmarknader.

Utökad direktförsäljning i Indien

I Indien kommer Integrated Media Tech att bredda Truecallers direktförsäljning utanför storstadsregionerna, vilket stärker tillgången till regionala och medelstora annonsörer och breddar bolagets annonsörsbas på en av dess största marknader. Detta är en del av Truecallers övergripande strategi att öka engagemanget med annonsörer i samtliga prioriterade marknader.

Partnerskapen speglar Truecallers fortsatta fokus på att stärka sin globala intäktstrategi. Genom att expandera exklusiv direktförsäljning i flera regioner tar bolaget ytterligare steg mot en mer diversifierad, skalbar och långsiktigt hållbar annonsaffär

För mer information, kontakta gärna:

Andreas Frid, Head of IR & Communication

+46 705 29 08 00

andreas.frid@truecaller.com

Om Truecaller och Truecaller Ads

Truecaller är en naturlig del av den dagliga kommunikationen för över 450 miljoner aktiva användare. Truecaller-appen har laddats ner mer än en miljard gånger och under 2025 identifierades och blockerades 68 miljarder spam- och bedrägerisamtal. Bolaget grundades 2009 och är noterat på Nasdaq Stockholm sedan den 8 oktober 2021. För mer information, besök corporate.truecaller.com.

Annonsering är fortsatt Truecallers största intäktskälla, med ett tydligt fokus på att expandera direkta globala varumärkespartnerskap. Truecaller Ads levererar 5 miljarder annonsvisningar varje dag och används av över 10 000 varumärken världen över. Besök advertisers.truecaller.com för mer information