

PRESSMEDDELANDE: Stockholm onsdag 14 maj 2025 kl. 08:15

Delårsrapport 1 januari – 31 mars 2025

STABIL UTVECKLING TROTS UTMANANDE JÄMFÖRELSETAL

Första kvartalet 2025

- Nettoomsättningen uppgick till 21 044 (21 789) TSEK, en minskning med 3,4 procent.
- Totala intäkter uppgick till 24 617 (25 357) TSEK, en minskning med 2,9 procent.
- EBITDA uppgick till 324 (987) TSEK, en försämring om 663 TSEK.
- EBIT uppgick till -2 631 (-1 456) TSEK, en försämring om 1 176 TSEK.
- Resultat per aktie uppgick till -0,18 (-0,10) SEK.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 11 019 (10 214) TSEK och likvida medel vid periodens utgång uppgick till 25 390 (29 135) TSEK.
- ARR uppgick till 73 579 TSEK.

Väsentliga händelser under kvartalet

- Styrelsen för Brilliant Future fastställde nya finansiella mål för verksamheten.
- Brilliant Future ingick strategiskt partnerskap med Avonova.
- Jack Gillberg utsågs till Head of Customer Operations på Brilliant Future.

Finansiella rapporter återfinns på bolagets hemsida:

<https://investor.brilliantfuture.se/finansiella-rapporter/>

VD har ordet

Stabilitet och växande kundbas trots utmanande jämförelsetal

Under det första kvartalet 2025 har vi fortsatt att följa vår plan och tagit ytterligare steg mot att uppfylla våra strategiska och finansiella mål. Det första kvartalet föregående år var av olika skäl ovanligt starkt vilket hämmar en direkt jämförelse. Intäkts- och kostnadsutvecklingen ligger ändå i linje med våra förväntningar för perioden och givet den minskade nettointäkten har EBITDA sjunkit med motsvarande belopp. Detta speglar en balanserad utveckling och en fortsatt god operationell kontroll i en marknad som präglas av ökade krav och snabba förändringar.

I tillägg vårdar vi kassaflödet så att likvida medel ökar med 7 MSEK under kvartalet. Detta är ett tydligt tecken på att den omställning vi gjort av Brilliant Futures affär de senaste åren gör bolaget mer stabilt över tid.

Strategiskt partnerskap som skalar försäljningen

Under kvartalet tecknade vi ett strategiskt partnerskap och vårt största ramavtal hittills med Avonova, en ledande aktör inom företagshälsa i Norden. Genom samarbetet får Avonova möjlighet att erbjuda Brilliant Futures mätverktyg till sina 16 000 kunder, vilket medför ett potentiellt stort tillskott av kunder jämfört med dagens antal. Ramavtalet innehåller inga volymgarantier, men är ett viktigt steg för att kunna säkerställa framtida tillväxt och lönsamhet och ett tydligt exempel på hur våra lösningar kan integreras i bredare kunderbudanden för ökad effekt och räckvidd.

Positionering för framtidens marknad

Marknaden förändras snabbt och våra kunder ställer allt högre krav på skraddarsydda lösningar. Inom våra medarbetarundersökningar arbetar vi fokuserat med att introducera så kallad hyperpersonalisering. Denna går i korthet ut på att leverera användarupplevelser som skraddarsys baserat på data om användarens tidigare beteenden, preferenser och handlingar. På så sätt skapas insikter och rekommendationer med en hög grad av individanpassning vilket tillför verkligt värde och ökar engagemanget att använda vår tjänst. Konkret innebär detta för medarbetarundersökningar att undersökningarna blir mer dynamiska, där frågor anpassas och förändras baserat på svaren som ges av den som svarar. Till skillnad från traditionella enkäter, där alla respondenter får samma uppsättning av frågor i samma ordning, justerar dynamiska undersökningar innehållet i realtid beroende på individuella svar. Detta gör dem mer flexibla och anpassade för att ge mer relevant och meningsfull information.

Inom vår affär för kundundersökningar ser vi en snabb rörelse mot omnikanalstrategier så att företag och organisationer kan ge sina kunder möjlighet att interagera genom den kanal de föredrar. Vid sidan av traditionella kanaler som telefon, sms och e-post har det de senaste åren tillkommit nya kanaler som chattar, mobilappar eller sociala media. Ett framtida krav är därför att all kommunikation och information som relaterar till en och samma kund ska vara lätt att följa och upplevas som sammanhängande av både företag och kund oavsett vilka kanaler som används. I linje med detta kommer Brilliant Future under året lansera en AI-baserad konversationsanalys som sammanfattar alla interaktioner en kund har med ett företag i stället för, eller som komplement till, de traditionella frågorna som kunderna ombeds svara på via telefon/sms/e-post. Med hjälp av detta verktyg kommer vi kunna ge våra kunder strategiska rekommendationer på de områden de behöver utveckla för att förbättra kundupplevelsen och engagemang hos sina kunder, oavsett vilken kanal de använt.

Vidareutvecklad Go-to-Market-strategi

Parallellt med arbetet att utveckla produkter och tjänster stärker vi vår Go-to-Market-strategi. Historiskt har vi haft en stark säljdriven konverteringsmodell, men för att möta framtidens krav utvecklar vi även en produkt driven sådan. De produkter vi lanserar ska vara så bra att en kund vill gå från en gratisversion av vår tjänst till att bli betalande kund utan handpåläggning från en av våra säljare. På så sätt kan vi skapa en sömlös kundresa samtidigt som vi lägger grunden för skalbar tillväxt och förbättrad kundlojalitet. Arbetet är påbörjat, och även om allt ännu inte är på plats, har vi en tydlig riktning och en solid grund att vidareutveckla från.

Genom att kombinera ovanstående satsningar positionerar vi oss för att möta dagens behov samtidigt som vi aktivt utformar morgondagens branschstandard. Hela vårt arbete präglas av en "AI-First"-strategi. Vi integrerar AI i våra produkter och gör dem smartare, mer anpassningsbara och enklare att använda, allt i syfte att öka våra kunders användarupplevelse och det kundvärde vi skapar.

Vi lever som vi lär

Vi befinner oss i en tid av snabb och konstant förändring - en verklighet som utmanar oss att tänka nytt, agera modigt, konstant säkerställa vår egen kompetens, handlingskraft och ett äkta engagemang. Det är just det engagemanget som är vår motor - det som möjliggör framgång, skapar riktning och driver hela organisationen framåt.

Ulrika Jonsson, VD



För ytterligare information kontakta

Ulrika Jonsson, VD

Tel: +46 73 408 27 05

E-post: ulrika.jonsson@brilliantfuture.se

Certified Adviser

Mangold Fondkommission AB är Bolagets Certified Adviser, telefon +46 8 503 01 550, e-post: ca@mangold.se, www.mangold.se

Denna information är sådan information som Brilliant Future AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 14 maj 2025 kl. 08.15. Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Om Brilliant Future

Brilliant Future erbjuder marknadsledande produkter och tjänster för att mäta kund- och medarbetarrelationer. Baserat på mer än 20-års erfarenhet förser man kunder med verksamhet i mer än 50 länder med agerbara insikter som resulterar i faktabaserade beslut och ett helhetsperspektiv på verksamheten. På så sätt kan företag och organisationer stärka relationen till kunder och medarbetare och därmed nå sin fulla potential. Bolagets aktie (BRILL) är noterat på Stockholmsbörsen Nasdaq First North Growth Market. Läs mer på www.brilliantfuture.se