

Pressmeddelande, Göteborg den 12 juni 2020

Första nyckeltalen i den pågående värningskampanjen

Appspotr har tidigare 2020-05-13 meddelat att man startat sin globala värningskampanj av nya användare till version 3. Nu kan bolaget presentera de första nyckeltalen från delar av kampanjen.

Värningskampanjen pågår under hela året och inriktar sig initialt till 50 000 st utvalda användare i gamla version 2 och samt 1000 st intresserade återförsäljare som sedan tidigare lämnat intresseanmälan för att få tillgång på nya version 3.

Kampanjen mot de 50 000 st gamla användarna kommer att pågå successivt under hela året och det är i nuläget för tidigt att lämna några nyckeltal än.

Kampanjen mot de 1000 st intresserade återförsäljarna pågår och som tidigare meddelats är målet att uppnå 10% i konverteringsgrad, dvs värva 100 st nya användare till plattformen från denna målgrupp. Kampanjen är inte klar ännu men visar i nuläget en konverteringsgrad på 30%, vilket är mycket högre än vad man räknat med.

Kampanjerbjudandet ger användaren möjligheten att använda plattformen för att bygga och lansera en PWA (Progressive Web App) utan kostnad. Användaren kan lansera fler PWA eller iOS och Android appar mot en kostnad.

Uppgradering till betalande användare sker löpande genom olika aktiviteter både i plattformen och genom kontakt från säljare och supportcenter.

Nya kampanjer förbereds hela tiden och sätts efterhand till olika nya målgrupper under året.

Efterhand som dessa första kampanjer är klara kommer nyckeltal av denna typ inte rapporteras för varje kampanj via pressmeddelanden utan istället vara en del av rapporteringen i bolagets delårsrapporter.

Kommentar från vd, Appspotr Patric Bottne:

- Det är mycket glädjande att se vilken fin konverteringsgrad vi just nu uppnår i målgruppen av återförsäljare som lämnat intresseanmälan. Högt över vår egen förväntan. Att nå 30% i konverteringsgrad är mycket bra och vi bedömer att denna nivå kommer hålla i sig i denna rekryteringskampanj. Varje ny målgrupp vi adresserar i våra kampanjer kommer att vara unik och vi kan inte räkna med att uppnå samma konverteringsgrader i alla kampanjer utan de kommer såklart variera från kampanj till kampanj. Men att vi så här tidigt når 30% i konverteringsgrad i en första kampanj är som sagt väldigt lovande. Detta i kombination med att vi får väldigt bra feedback från användarna som nu använder plattformen så är det mycket inspirerande för oss att nu planera och förbereda nya kampanjer. Viktigt nu är att få in volymer av användare, uppnå rätt nyckeltal och nöjda användare.

För ytterligare information, kontakta:

Patric Bottne, VD Appspotr AB (publ)

Mobil: +46 701 46 61 89

E-post: patric@appspotr.com



Om Appspotr

Appspotr erbjuder en plattform med en rik uppsättning verktyg för utveckling och publicering av professionella appar till iOS, Android och webben. Plattformen används av återförsäljare och partners som säljer skräddarsydda appar och färdiga appkoncept som en tjänst till slutkunder inom näringsliv, offentlig sektor och organisationer. Plattformen säljs också direkt till storkunder som har behov av att utveckla och distribuera interna appar inom den egna organisationen. I Appspotr koncernen ingår också Appsales som är ett helägt säljbolag som driver koncernens försäljning mot partners och återförsäljare. Moderbolaget Appspotr AB har sitt säte i Göteborg. Dotterbolaget Appsales Sweden AB har sitt säte i Stockholm.