



beaconsmind AG publie ses résultats annuels, pour la période de juillet 2020 à juin 2021, et annonce une croissance de 56 % du chiffre d'affaires

Zurich, Suisse, le 29 octobre 2021, 18h00 CEST – beaconsmind (ISIN : CH0451123589 – WKN : A2QN5W – VIENNA : BMD – Euronext : MLBMD), fournisseur suisse de solutions SaaS de marketing géolocalisé pour les chaînes de distribution, publie aujourd'hui ses résultats annuels pour la période de juillet 2020 à juin 2021 correspondant à son exercice 2020/2021. Les résultats, bien qu'inférieurs aux prévisions données lors de l'introduction en bourse en février 2021, font ressortir une croissance du chiffre d'affaires de 56% à 780 K CHF et un EBITDA négatif de 2,0 millions CHF.

Le principal facteur de sous-performance de la croissance du chiffre d'affaires est l'impact de la pandémie COVID-19 sur les clients qui a entraîné le report des déploiements de la solution beaconsmind dans les magasins. Pour les douze prochains mois, le nombre de magasins dans lesquels devaient être déployés la solution beaconsmind s'élève à plusieurs milliers, alors que la base de magasins actuellement installés se compte en centaines. La société est prête à répondre aux commandes de projets mondiaux en un temps record, avec une capacité d'installation d'au moins 100 magasins par semaine, contre moins de 30 au moment de la cotation en février dernier. Cette amélioration de la capacité et l'augmentation connexe des coûts fixes d'exploitation sont les principaux facteurs de l'accroissement de la perte, en plus des coûts liés à la cotation des actions de la société sur le marché Euronext Access à Paris en février 2021 et à la Bourse de Vienne en mars 2021.

La force de vente de la société a été renforcée au cours de la période et a permis d'acquérir un nombre record de nouveaux clients. La société a tout d'abord remporté le compte DEPOT, l'un des plus grands spécialistes du mobilier de maison dans les pays germanophones, avec plus de 500 magasins en Allemagne, en Autriche et en Suisse. Ensuite, beaconsmind a remporté le compte Roberto Cavalli, la maison de haute couture, et Maison-B-More, un groupe de vente au détail d'articles de mode, bien établi aux Émirats arabes unis. La société dispose désormais d'une force de vente spécialisée dans plusieurs verticales de la vente au détail et dotée d'un important portefeuille de potentiels nouveaux clients. Cet investissement dans les ventes constituait un objectif prioritaire pour beaconsmind, la société cherchant à réduire sa dépendance à l'égard des grands comptes via une diversification vers de nouvelles verticales telles que les grands magasins, les supermarchés/hypermarchés, la logistique, la culture et les hôtels/restaurants/café.

Enfin, la société a étendu sa portée géographique en ouvrant une antenne à Dubaï, dans les Émirats arabes unis, où elle s'est associée à Seed Group, une société du Private Office of Sheikh Saeed Bin Ahmed Al Maktoum, afin de proposer des logiciels et des solutions de marketing géolocalisé pour les chaînes de magasins dans la région du Moyen-Orient. Grâce à ce partenariat, beaconsmind dispose désormais d'un accès direct aux entreprises de la famille royale de Dubaï, telles que Emirates airlines et le Jumeirah Group, ouvrant la voie à un déploiement potentiel de la solution beaconsmind dans un ensemble important d'hôtels, de restaurants, de commerces de détail et de lieux de bien-être au Moyen-Orient, en Europe et en Asie. En fournissant un siège social à la société et en agissant en tant que sponsor local, le groupe Seed affirme son soutien envers beaconsmind pour faciliter son entrée sur ce marché.

Max Weiland, PDG de beaconsmind AG, a déclaré : « *Tout au long de la période, le nombre de commandes de projets en attente n'a cessé d'augmenter. Bien que nous soyons déçus par le fait que ces commandes aient été retardées par nos clients pour des raisons opérationnelles et à cause du COVID-19, nous sommes ravis du travail accompli par notre équipe pour préparer leur exécution imminente. Par ailleurs, notre diversification, tant en termes de géographies que de clients verticaux, porte déjà ses fruits, avec un nombre record de gains de comptes sur la période, en Europe et au Moyen-Orient. Nous sommes extrêmement enthousiastes quant à notre pipeline et à nos perspectives, et nous sommes impatients de pouvoir remporter des comptes structurants dans les mois à venir.* »



À propos de beaconsmind

Fondée en 2015 en Suisse, beaconsmind est un pionnier dans le domaine des solutions logicielles de marketing basé sur la localisation (LBM) pour les enseignes de vente au détail. beaconsmind permet aux enseignes de mener avec succès des campagnes marketing géolocalisées. En équipant les magasins de balises bluetooth qui localisent et identifient avec précision leurs clients, et en intégrant sa solution logicielle, beaconsmind ouvre pour les enseignes physiques un nouveau canal d'interaction avec leurs clients, transformant en profondeur l'expérience d'achat. Grâce à sa solution, les enseignes physiques ont la possibilité de faire converger les achats digitaux et physiques et de combler les lacunes de chaque canal.

Pour plus d'informations, visitez www.beaconsmind.com

Contacts

beaconsmind

Max Weiland, Fondateur et CEO
maxweiland@beaconsmind.com

Relations Presse

Nicolas Merigeau
NewCap
beaconsmind@newcap.eu

Relations Investisseurs / Communication stratégique

Louis-Victor Delouvrier
NewCap
beaconsmind@newcap.eu