

РЕКОМЕНДАЦИЯ

В процессе

Sprout Social (SPT)

Потенциал роста: -

Целевая цена: -

Диапазон размещения: -

РЫНОК АКЦИЙ

Оценка капитала | DCF

США | Программное обеспечение

[обзор перед IPO](#)

IPO SPT: платформа для управления социальными сетями



Выручка, 2018 (млн USD)	79
EBIT, 2018 (млн USD)	-21
Прибыль, 2018 (млн USD)	-21
Чистый долг, 2Q19 (млн USD)	0

P/E, 2019 (x)	—
P/S, 2019 (x)	—
EV/S, 2019 (x)	—
ROA (%)	—
ROIC (%)	—
ROE (%)	—
Маржа EBIT (%)	-26

Капитализация IPO (млрд USD)	—
Акции после IPO (млн шт)	—
Акции к размещению (млн шт)	—
Объем IPO (млн USD)	—
Минимальная цена IPO (USD)	—
Максимальная цена IPO (USD)	—
Целевая цена (USD)	—
Дата IPO	—

Динамика акций | биржа/тикер **NASDAQ/SPT**

Доходность (%)	3-мес	6-мес	12-мес
Абсолютная	—	—	—
vs S&P 500	—	—	—

Абдикаримов Ерлан
Директор Департамента финансового анализа
(+7) 727 311 10 64 (614) | abdikarimov@ffin.kz

Бектемиров Алем
Младший инвестиционный аналитик
(+7) 727 311 10 64 (932) | bektemirov@ffin.kz

25 октября заявку на IPO подала компания Sprout Social, стартап из Чикаго, который был основан в 2010 году и уже обслуживает более 23 тысяч компаний и 380 тысяч социальных профилей из 100 стран мира. Среди инвесторов компании стоит отметить Goldman Sachs Group, NEA, Lightbank и AU Special Investments II.

Платформа Sprout Social. Sprout Social разработала платформу для управления социальными сетями, которая включает в себя планирование публикаций, аналитику реакции пользователей, жалобы клиентов и другие функции. Платформа работает в различных социальных сетях, таких как Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Google и YouTube. Платформа проста в использовании и может быть быстро установлена новыми клиентами без обращения в отдел продаж или службу поддержки. Платформа работает на единой базе кода, что позволяет без необходимости настройки использовать её. В 2018 году более 90% новых клиентов были привлечены по причине быстрой и легкой установки в течение нескольких минут и без посторонней помощи.

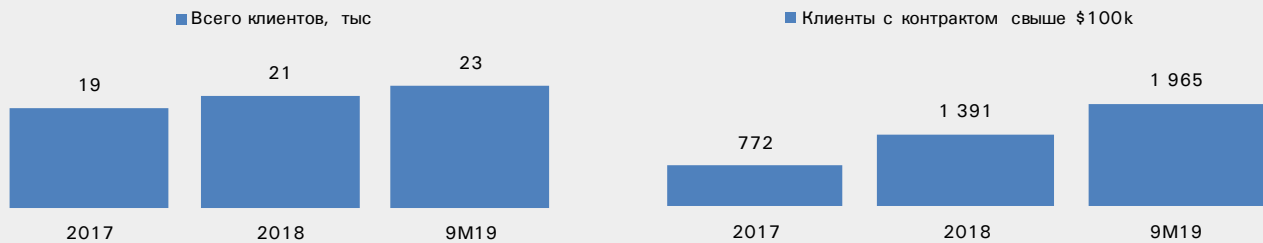
Клиентская база компании. В настоящее время компания обслуживает более 23 тысяч компаний, начиная от малых предприятий до мировых брендов. Также среди клиентов - маркетинговые агентства, государственные, некоммерческие и образовательные учреждения.

Бизнес-кейсы. Trek является ведущим производителем и дистрибьютором велосипедов и велосипедных продуктов. Компания столкнулась с проблемой создания единого мирового бренда в социальных сетях с правильным контентом для привлечения большего интереса со стороны потребителей. С 2014 года Trek является клиентом Sprout. Trek работает с платформой Sprout для оптимизации публикаций и планирования контента, используя различные инструменты для совместной работы. Решение Sprout позволяет Trek легко создавать, организовывать, редактировать и публиковать ресурсы из одного централизованного местоположения, благодаря чему количество участников в социальных сетях увеличилось на 82%.

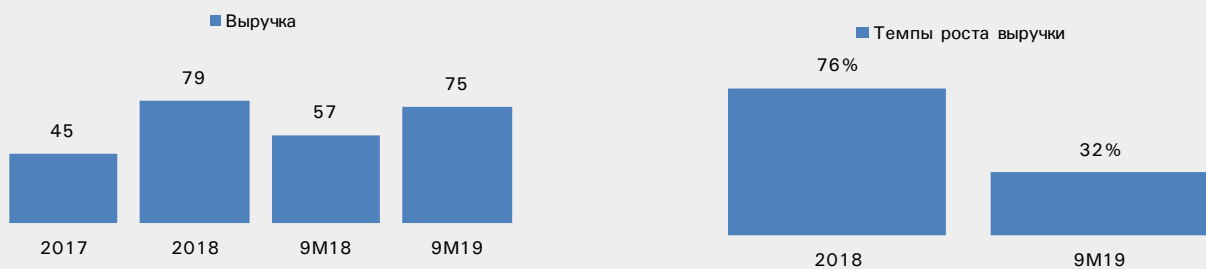
За последние 2 года и 9 месяцев средний рост составил 52%, при этом компания сокращает расходы. Выручка компании включает в себя доходы от подписки на платформу и профессиональные услуги. За последние 2 года темпы роста компании составили +76% в 2018 году, а основным драйвером роста стал рост клиентской базы. За первые 9 месяцев 2019 года темпы роста составили +32%. Валовая маржа демонстрирует снижение с 78% в 2017 году до 74% за 9M19 года. Также рост демонстрируют показатели операционной маржи и маржи чистой прибыли. Главным драйвером роста операционной маржи стало снижение расходов R&D с 37% в 2017 до 26% за 9M19, S&M с 56% в 2017 г. до 46% за 9M19 и G&A с 33% в 2017 году до 31% за 9M19.

Sprout Social: ключевые цифры

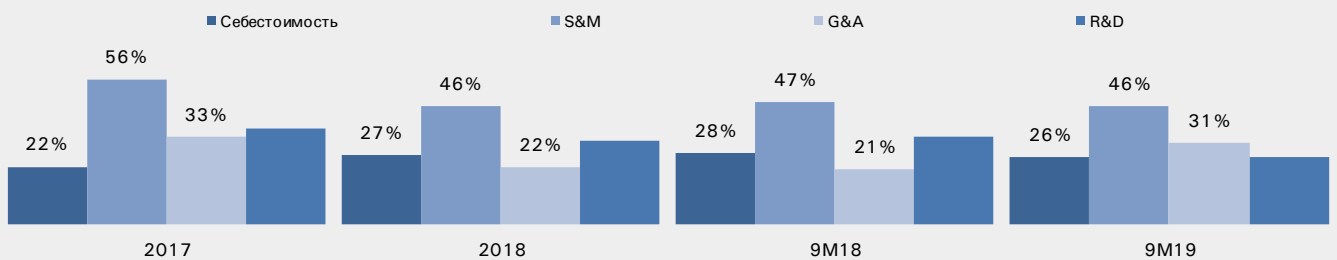
Операционная метрика



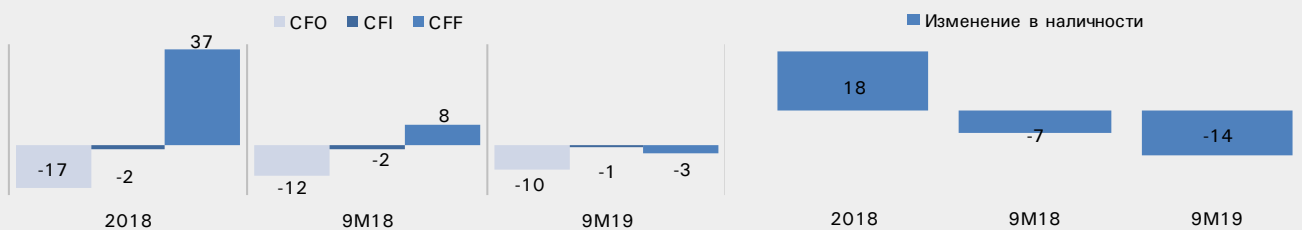
Выручка и темпы роста



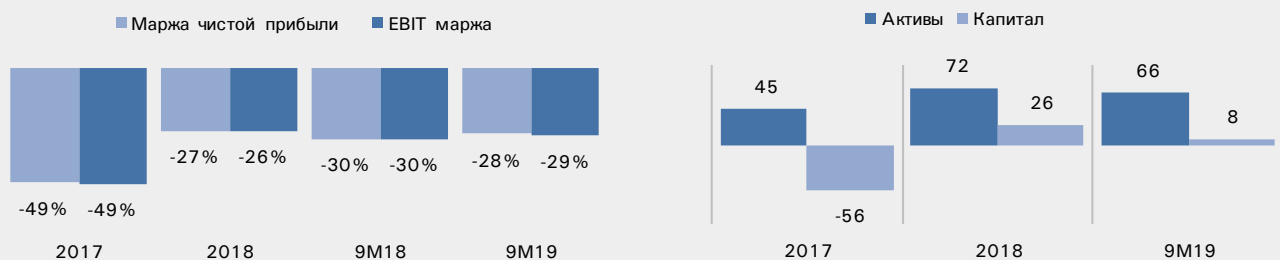
Расходы и их структура



Денежные потоки



Маржа и активы



Sprout Social: ключевые факты

Sprout Social – это стартап из Чикаго, который был основан в 2010 году и уже обслуживает более 23 тысяч компаний и 380 тысяч социальных профилей из 100 стран мира. Sprout Social является разработчиком программного обеспечения, которое упрощает работу SMM-специалистам, рекламщикам и сотрудникам поддержки социальных сетей.

Компания за всю историю привлекла более \$111,5 млн, а на последнем инвестраунде была оценена в \$800 млн. Среди акционеров компании числятся Goldman Sachs Group, NEA, Lightbank и AU Special Investments II.

Иллюстрация 1. Обслуживаемые клиенты компании



Источник: на основе данных компании

Платформа Sprout Social. Sprout Social разработала платформу для управления социальными сетями, которая включает в себя планирование публикаций, аналитику реакции пользователей, жалобы клиентов и другие функции.

Платформа работает в различных социальных сетях, таких как Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Google и YouTube.

Платформа проста в использовании и может быть быстро установлена новыми клиентами без обращения в отдел продаж или службу поддержки. Платформа работает на единой базе кода, что позволяет без необходимости настройки использовать её. В 2018 году более 90% новых клиентов были привлечены по причине быстрой и легкой установки в течение нескольких минут и без посторонней помощи.

Иллюстрация 2. Платформа Sprout Social



Источник: на основе данных компании

Основные функции платформы. Engagement: managing social media conversations включает в себя следующие инструменты.

- Почтовый ящик: сбор всех публичных и личных сообщений пользователей с различных социальных площадок для быстрого ответа.
- «Социальная CRM»: сохраняет в базе старые переписки, заметки, информацию о пользователях для более актуального ответа.
- Мониторинг: платформа собирает данные по компании, различные сообщения для уведомления о критических ситуациях.
- Автоматизация: создание ботов, которые могут автоматизировать массовые переписки с клиентами в частных социальных сетях.

Publishing: plan and publish effective content.

- Планирование и публикация контента: создание любого контента для отправки на несколько социальных площадок в запланированное время.
- Предлагаемый контент: определение интересного контента, которым можно поделиться со своей аудиторией.
- Общая библиотека: здесь хранится весь публикуемый контент компании.

Analytics: measure and improve your social media performance.

- Аналитика эффективности в социальных сетях.
- Отчет о производительности контента: предоставление аналитики эффективности предоставляемого контента.
- Интеграция с различными инструментами бизнес-аналитики.

Social Listening: business intelligence at scale.

- Исследование рынка: визуализация анализа социальных данных в реальном времени.
- Состояние бренда: отслеживание состояния бренда путем анализа эффективности компании, настроения потребителей.

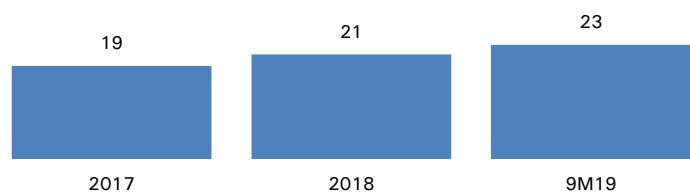
- Сравнение с конкурентами: сравнение своих продуктов или услуг с конкурентами путем исследования «настроений» пользователей.
- Отзыв о продукте.

Хронология компании.

- 2010 год – основание компании, запуск бета-версии V1, Lightbank стала инвестором.
- 2011 год – запуск платформы Sprout, клиентская база достигла 1000 компаний, NEA стала инвестором.
- 2015 год – клиентская база более 15 тысяч компаний.
- 2016 год - Goldman Sachs стал инвестором.
- 2018 год – клиентская база более 20 тысяч, был открыт офис в Европе, запущен первый дополнительный модуль Listening, Future Fund стал инвестором.
- 2019 год – общий ARR превысил \$100 млн.

Клиентская база компании. В настоящее время компания обслуживает более 23 тысяч компаний, начиная от малых предприятий до мировых брендов. Также среди клиентов - маркетинговые агентства, государственные, некоммерческие и образовательные учреждения (GrubHub, Glassdoor, Ticketmaster, Evernote, Subaru).

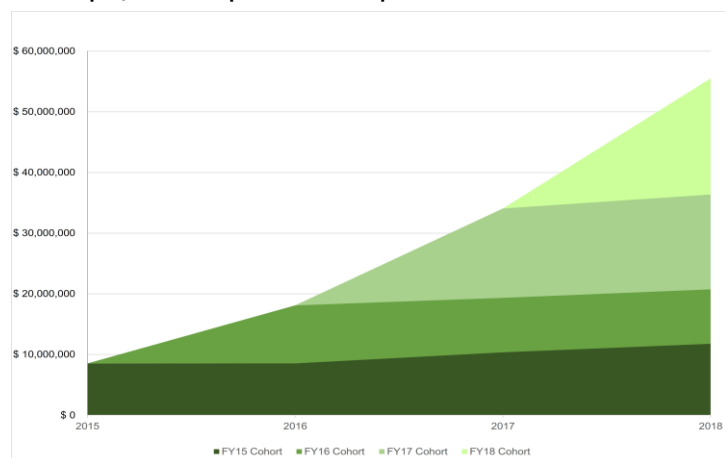
График 1. Клиентская база



Источник: на основе данных компании

При этом у компании довольно высокая ставка удержания – 115%.

Иллюстрация 3. Когорта клиентов Sprout Social



Источник: на основе данных компании

Бизнес-кейсы. Zendesk является разработчиком системы для поддержки клиентов. Компания Zendesk стремилась к более эффективному взаимодействию со своими потребителями в социальных сетях, расширению их охвата и расширению присутствия бренда в социальных сетях. Решение компания нашла в платформе Sprout Social, клиентом которой Zendesk является с 2013 года. Вследствие использования платформы Zendesk удалось увеличить количество клиентов, с которыми они взаимодействуют в социальных сетях, за счет более эффективного своевременного реагирования на сообщения.

Trek является ведущим производителем и дистрибьютором велосипедов и велосипедных продуктов. Компания столкнулась с проблемой создания единого мирового бренда в социальных сетях с правильным контентом для привлечения большего интереса со стороны потребителей. С 2014 года Trek является клиентом Sprout. Trek использует платформу Sprout для оптимизации публикаций и планирования контента, используя различные инструменты для совместной работы. Решение Sprout позволяет Trek легко создавать, организовывать, редактировать и публиковать ресурсы из одного централизованного местоположения, благодаря чему количество участников в социальных сетях увеличилось на 82%.

Потенциальный рынок свыше \$17 млрд. На сегодняшний день стратегическое значение социальных сетей быстро растет, поэтому организации все больше заинтересованы в возможностях управления ими.

По оценкам компании, исходя из средних затрат на платформу клиентов компании, адресный рынок составляет \$13 млрд в США и около \$4 млрд за пределами США.

Конкурентные преимущества.

- Лидерство на рынке.
- Диверсифицированная база клиентов.
- Простота использования.
- Сотрудничество с Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn и Google.
- Обслуживание клиентов: лидер в отрасли среди всех платформ в рейтинге G2 Crowd.

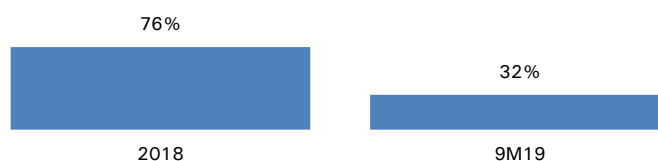
Sprout Social: стандартные цифры для SaaS-компаний

Выручка компании. Выручка компании включает в себя доходы от подписки на платформу и профессиональные услуги.

Темпы роста за 2018 год составили +76%, а основным драйвером роста стал рост клиентской базы.

За первые 9 месяцев 2019 года темпы роста составили +32%.

График 2. Темпы роста, %

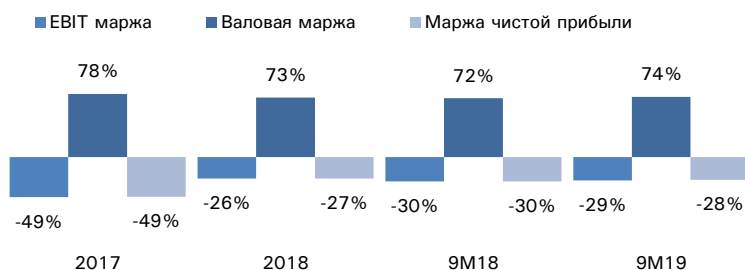


Источник: на основе данных компании

Основные показатели маржинальности бизнеса. Валовая маржа демонстрирует снижение с 78% в 2017 году до 74% за 9M19 года, рост себестоимости связан с ростом тарифов, выплачиваемых поставщикам компании.

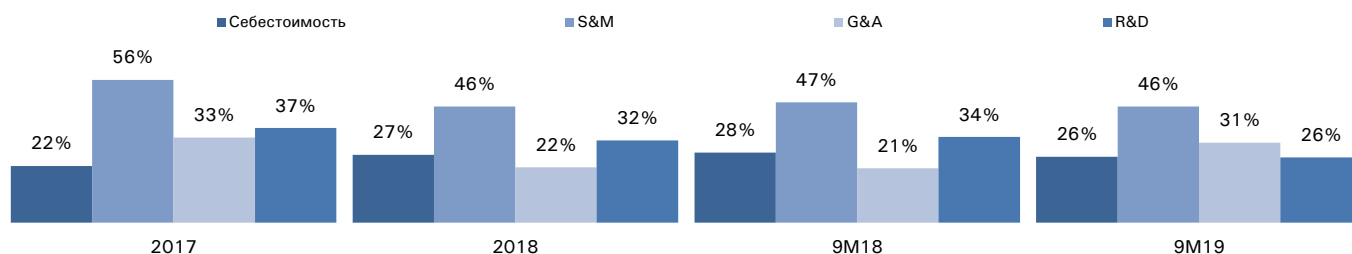
Также рост демонстрируют показатели операционной маржи и маржи чистой прибыли. Главным драйвером роста операционной маржи стало снижение расходов R&D с 37% в 2017 до 26% за 9M19, S&M с 56% в 2017 г. до 46% за 9M19 и G&A с 33% в 2017 году до 31% за 9M19.

График 3. Основные индикаторы маржинальности бизнеса, %



Источник: на основе данных компании

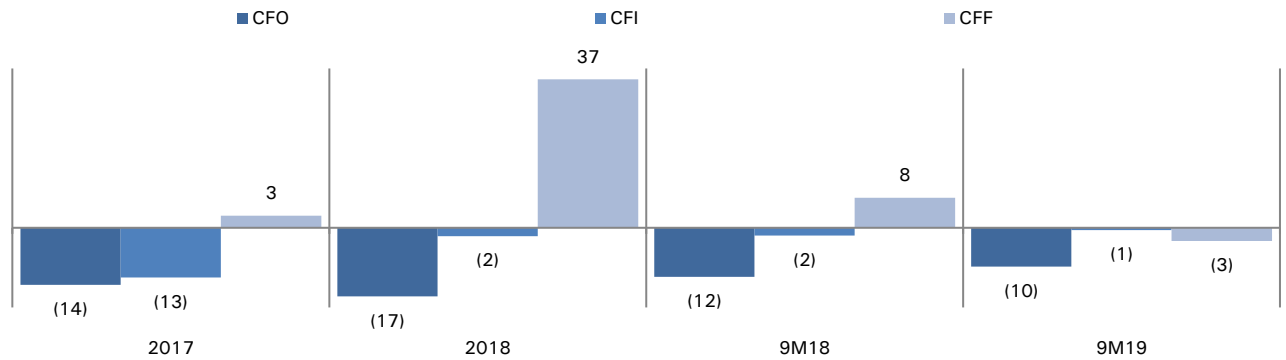
График 4. Структура расходов Sprout Social за 2017-9M19 гг.



Источник: на основе данных компании

Денежный поток. В 2018 году компания сгенерировала наличность за счет своей финансовой деятельности.

График 6. Денежный поток Sprout Social с 2017 по 9M19 гг.



Источник: на основе данных компании

Риски: клиенты, третьи лица и сбои в платформе

Конкуренция. Компания работает на фрагментированном и высококонкурентном рынке с низкими барьерами входа. Помимо конкуренции с комплексными платформами управления социальными сетями с различными возможностями, компания также конкурирует с точечными решениями для мониторинга настроек, управления контентом и распространения контента, защиты интересов сотрудников и управления взаимоотношениями.

Зависимость от третьих лиц. Платформа и продукты Sprout Social зависят от возможности доступа и интеграции со сторонними API, в частности, для интеграции с определенными API-интерфейсами социальных сетей и сторонними приложениями других разработчиков. Как правило, API и данные, которые получает платформа, написаны и контролируются поставщиком приложений. Любые изменения или модификации API или предоставленных данных могут негативно повлиять на функциональность или потребовать внесения изменений в работу платформы.

Сбои в работе платформы. В случае ошибок или сбоев в работе платформы, это может оказать неблагоприятное влияние на финансовые результаты компании, так как клиенты могут перестать пользоваться платформой.

Настоящий отчет подготовлен аналитиками компании АО «Фридом Финанс». Каждый аналитик подтверждает, что все позиции, изложенные в настоящем отчете в отношении какой-либо ценной бумаги или эмитента, точно отражают личные взгляды этого аналитика касательно любого анализируемого эмитента/ценной бумаги. Любые рекомендации или мнения, представленные в настоящем отчете, являются суждением на момент подготовки настоящего отчета. Настоящий отчет был подготовлен независимо от Компании, и любые рекомендации, и мнения, представленные в настоящем отчете, отражают исключительно точку зрения аналитика. При всей осторожности, соблюдаемой для обеспечения точности изложенных фактов, справедливости и корректности представленных рекомендаций и мнений, ни один из аналитиков, Компания, ее директора и сотрудники не устанавливали подлинность содержания настоящего отчета и, соответственно, ни один из аналитиков, Компания, ее директора и сотрудники не несут какой-либо ответственности за содержание настоящего отчета, в связи с чем информация, представленная в настоящем отчете, не может считаться точной, справедливой и полной. Ни одно лицо не несет какой-либо ответственности за какие-либо потери, возникшие в результате какого-либо использования настоящего отчета или его содержания, либо возникшие в какой-либо связи с настоящим отчетом. Каждый аналитик и/или связанные с ним лица могут предпринять действия в соответствии либо использовать информацию, содержащуюся в настоящем отчете, а также результаты аналитической работы, на основании которых составлен настоящий отчет, до его публикации. Информация, представленная в настоящем документе, не может служить основанием для принятия инвестиционных решений любым его получателем или иным лицом в отношении ценных бумаг Компании. Настоящий отчет не является оценкой стоимости бизнеса Компании, ее активов либо ценных бумаг для целей, применимых в сфере деятельности оценки стоимости.
