Pressmeddelande

Stockholm den 1 dec 2015

**Jojka ökar takten och förstärker organisationen**

Novembers volymutveckling följde den positiva trenden från tidigare månader och slutade på +88% över motsvarande period 2014, på årsbasis ligger ökningen på +74%. Skälet till den kraftiga ökningen ligger i tillströmningen av nya kunder samt att befintliga kunder expanderat användningen av Jojkas tjänster. Allt fler inser att SMS är en en stark kanal för att öka försäljningen samt att få ut information till rätt person i realtid. Vi på Jojka får allt fler förfrågningar och intresseanmälningar från brancher som traditionellt inte använt SMS som kanal och som nu söker nya vägar. Som en följd av detta noterades under november årets högsta antal nya kundavtal med fasta månadsintäkter.

Jojka har under november anställt Isabel Ottosson som ”Head of Business Support”. Isabel som har en bakgrund inom Länsförsäkringar Bank och från egen verksamhet kommer att ansvara för bolagets ”Back-Office” funktion.

*”Det är mycket glädjande att kunna konstatera att vi bibehåller den mycket starka tillväxten vi haft under året och att antalet nya kundavtal med fasta månatliga intäkter fortsätter öka. Detta är ett kvitto på att kunderna uppskattar våra tjänster och att allt fler fått upp ögonen för SMS som kommunikationskanal. Fortsatt tillväxt under lönsamhet kommer även framgent att vara vårt fokus säger VD Rutger Lindquist i en kommentar. Jag vill passa på att hälsa Isabel välkommen till Jojka och jag är övertygad om att hennes erfarenhet kommer bolaget har stor nytta av, säger Rutger Lindqusit i en avslutande kommentar”.*

För ytterligare information kontakta:
Rutger Lindquist, VD Jojka Communication AB

rutger.lindquist@jojka.com

**Om Jojka;**

*Jojka är en interaktiv kommunikationstjänst som hjälper företag och organisationer att kommunicera med kunder och anställda på ett effektivt sätt. Jojka har idag två olika produkter: en SMS-baserad produkt för mobil marknadsföring (Salesboost), samt en Survey produkt som hjälper företag att ha bättre struktur på sin eftermarknad. Jojkas intäktsmodell bygger på fasta abonnemangsavgifter samt en rörlig volymsbaserad avgift. Företaget Jojka Communications AB är noterat på AktieTorget och har runt 750 aktieägare.*