Pressmeddelande

Stockholm den 4 februari 2016

**Jojka: Tangerar föregående års januari tillväxt**

Januari blev efter ett starkt Q4 en tangering av 2015 års volymtillväxt, detta efter att en större order levererats i början av februari i stället för som planerat i januari. Tar man den i beaktande så ligger volymtillväxten i januari på ca. +18% mot föregående år.

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.

*”Januari är generellt en utmaning för många branscher efter bland annat julhandel och mellandagsrea. Detta i kombination med helgdagarna i januari gör att jag ser utfallet som tillfredställande och en bra grund för Q1. Fortsatt tillväxt men med ökad fokus på lönsamhet kommer vara högsta prioritering under 2016 säger VD Rutger Lindquist i en kommentar”.*

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

[rutger.lindquist@jojka.com](mailto: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.*