



Imotions er stiftet af Peter Hartzbech (th) og udviklingsdirektør Jakob de Lemos (tv). Foto: Jeanne Kornum

# Ekspllosiv salgsvækst for IT-iværksætter

Det lille softwaresekskab Imotions indgår nu en millionaftale med amerikansk analysefirma, der ruller virksomhedens produkt ud i hele USA

## ■ Software

AF JESPER KONGSKOV OLSEN

Armbevægelserne er store i det lille, danske softwaresekskab Imotions, der kun har godt to år på bagen. Virksomheden emmer af selvsikkerhed oven på de sidste nye tal for omsætningsvæksten

og en banebrydende ny aftale i USA.

Fra 2005 til 2006 præsterede Imotions en omsætningsvækst på 1100 pct. Men her stopper det ikke. Mindre end fire måneder inde i 2007 har Imotions allerede solgt mere end i hele 2006 - væksten er på cirka 300 pct. For hele året regner Peter Hartzbech med en vækst på over 400 pct. i forhold til 2006.

Den markante fremgang allerede nu skyldes især en ny aftale med det store amerikanske analysebureau Cunningham Research Group, der lever af at samle data ind for reklame- og analysebureauer. Cunningham har betalt et millionbeløb up front for 10 styks af

Imotions' Emotion Tool, der måler menneskers følelsesmæssige respons, når de ser en reklame. Derudover får Imotions penge, hver gang Cunningham bruger softwaren efter pay-per-use-princippet.

## Vigtig britisk aftale

Imotions, der tidligere er blevet udråbt til både vækstkommet og supergazelle, er stiftet af Peter Hartzbech sammen med udviklingsdirektør Jakob de Lemos.

Imotions har også kunder herhjemme, men Hartzbech lægger ikke skjul på, hvor stor betydning Cunningham-aftalen har for den lille danske virksomhed.

»Aftalen bekræfter, at vi valgte rigtigt, da vi fra starten valgte en global strategi. Det er nødvendigt. Ellers er vi ikke blandt vinderne om fire-fem år,« siger Peter Hartzbech.

Ud over softwarepakken består Emotion Tool af en hardware-del med en avanceret »eye tracker«, der med stor nøjagtighed kan måle og indfange et menneskes øjes bevægelser.

Kombineret med softwaren gør det, at man kan måle en persons umiddelbare, følelsesmæssige respons, idet vedkommende ser en reklame. Når man reagerer følelsesmæssigt på en reklame, er den lettere at huske. Hvilket netop er den effekt

reklamebureauerne går efter.

»Vi er glade for samarbejdet med Imotions. Deres software er et aktiv og en revolution inden for test af reklamer,« siger Cunningham Research Groups topchef, Paul Cunningham, der nu går i gang med at rulle Imotions' software ud i sine testcentre i shoppingcentre i storbyer som New York, Los Angeles og Las Vegas.

Imotions, der har 22 ansatte i Danmark, åbnede sidste år en produktionsafdeling i Hyderabad i Indien. Her er der nu ansat 10 mand af de i alt 25, der efter planen skal være.

jesper.kongskov@borsen.dk

ELVANG &  
PARTNERE

Elvang & Partnere er en af Danmarks førende advokatvirksomheder. Vi har kontorer i København, Århus, Hillerød, Lyngby og Roskilde. Kontakt os på telefon 33 75 76 77.

Stiftelse af A/S? Få det gjort hurtigt og professionelt.

Kr. 4.000,-\*) ekskl. moms >>> Læs mere på [www.elvang.dk](http://www.elvang.dk)