



Nyhetsbrev 2019-05-27

VibroSense Dynamics tar nästa steg i en offensiv affärs- och IR-plan

VibroSense Dynamics (VibroSense) bedömer att bolagets teknologi MultiFrekvens Vibrametri har goda möjligheter att bli en "gold standard" vid neurologiska undersökningar. Den potentiella marknaden för bolagets instrument och tjänster är stor och består i nordvästra Europa av fler än 39 000 kliniker och mottagningar inom diabetes, cancer, företagshälsovård och neurologi. Efter den avslutade emissionen genomförs nu affärsplanen enligt kommunicerad plan.

Målsättning

VibroSense Dynamics målsättning är att bolagets metod och instrument, VibroSense Meter II, skall bli ett standardinstrument vid diagnostik av perifer sensorisk neuropati.

Organisation

För att bolagets målsättning skall uppnås har ett arbete inletts med att utveckla och stärka organisationen. I detta ingår rekryteringar av personer inom marknadsföring och försäljning.

Av de pengar som erhållits i emissionen kommer merparten, 65 procent, att användas till att förstärka bolaget inom marknadsföring och försäljning. I takt med att försäljningsvolymerna ökar har bolaget för avsikt att under 2020 anställa ytterligare medarbetare.

Affärsstrategi och milstolpar

VibroSense Dynamics affärsmodell bygger på att bolaget är navet i ett nätverk av forskare, referenscenter, distributörer och leverantörer. Bolaget äger och ansvarar för strategi, produktutveckling, forskning, IP och marknadsstöd. Nätverket möjliggör att VibroSense Meter II systemet (VSM-systemet) kan bli ett standardinstrument som säljs i stora volymer.

Strategin kan sammanfattas i tre steg där de två första redan pågår. I det första steget säljer bolaget VSM-systemet i huvudsak till företagshälsovård, forskare och opinionsledare.

Denna försäljning ger intäkter, klinisk evidens och teknologiacceptans, vilket är en förutsättning för större framtida volymförsäljning. Vidare ska bolaget introducera VSM-systemet till läkemedels- och medicinteknikbolag samt fortsätta arbetet med att bygga upp distributörsnätverket i nordvästra Europa.

Ett exempel på bolagets nätverksstrategi är samarbetet med företagshälsan Avonova för att hjälpa dem att sätta upp en rikstäckande organisation för hälsokontroller av vibrations-exponerade arbetstagare enligt tidigare kommunicerad avsiktsförklaring med köp av 24 instrument.

Målen i affärplanens första steg är:

Steg1:

- Direktförsäljning till kunder i Skandinavien (2019)
- Implementera funktioner i VSM-systemet för screening av större patientgrupper inom diabetes och företagshälsovård (2019)
- Starta samarbete med läkemedels- och medicinteknikbolag (2019-2020)
- Bygga upp distributörsnätverk i nordvästra Europa (2019-2020)
- Visa ytterligare klinisk evidens för bolagets metod inom diabetes och onkologi hos såväl barn som vuxna (2019-2020)
- Etablera referenscenter i syfte att visa effekterna av tidig behandling av perifer sensorisk neuropati som upptäckts av VSM-systemet (2019-2020)
- Genomföra hälsoekonomiska studier inom diabetes och företagshälsovård i syfte att visa samhällsekonomiska effekter av tidig upptäckt av perifer sensorisk neuropati (2019-2020)
- Certifiera bolaget enligt ISO 13485 (2019-2020)

I det andra steget bearbetas kliniker och sjukhus i nordvästra Europa. Därutöver möter bolaget patient- och intresseorganisationer inom diabetes och onkologi med målet att öka förståelsen för möjligheterna med teknologin, vilket kommer att öka efterfrågan. Slutligen arbetar bolaget för att instrumentet skall bli en del av de lokala ersättningssystemen, så kallad reimbursement.

Steg2:

- Ingå samarbete med patient- och intresseorganisationer (2019-2020)
- Samarbeta med opinionsledare med målet att komma in i lokala ersättningssystem (2019-2021)
- Starta Advisory Board med forskare (2020)
- Försäljning genom distributörsnätverk i nordvästra Europa (2020-2022)
- Bearbeta relevanta aktörer i syfte att VSM-systemet skall ingå i kliniska riktlinjer (2020-2022)

I steg tre, vilket beräknas till 2022, kommer bolaget att bearbeta marknader utanför nordvästra Europa.

Problem, lösning och marknadspotential

Dagens kliniska diagnostiska metoder är undermåliga vilket betyder att perifer sensorisk neuropati upptäcks för sent. I diabetes leder detta till fotsår, amputationer och handikapp. Vid cancer-behandling med cellgifter måste många behandlingar avslutas i förtid och många patienter riskerar livslånga komplikationer, allt ifrån smärta till försämrad finmotorik och balans.

VibroSense Meter II detekterar och kvantifierar tidiga tecken på perifer sensorisk neuropati vilket innebär att bolaget ger läkare möjlighet att mildra eller förhindra allvarliga nervskador i samband med diabetes- och cellgiftsbehandling.

Den adresserbara marknaden är stor och det underliggande behovet utgörs av ett uppskattat globalt antal på 625 miljoner personer med diabetes 2045 och 14 miljoner nya cancerfall per år i nordvästra Europa.

Antalet kliniker i nordvästra Europa som uppskattas ha stor nytta av VibroSense Meter II systemet uppgår till fler än 39 000. Detta innebär att bolagets försäljningspotential i nordvästra Europa beräkna till cirka 35 000 instrument. Målsättningen är att uppnå en marknadspenetration på 2,5 procent 2024, vilket motsvarar cirka 900 instrument. Intäkten per instrument beräknas till 10 000 Euro per sålt instrument och en återkommande årlig intäkt per instrument på 1 000 Euro.

- VibroSense befinner sig nu i en omvandlingsfas från ett utvecklingsbolag till ett tillväxtbolag där vi ska sälja vår nya produkt till marknaden. För att lyckas med detta anpassar vi nu vår organisation. Vi planerar därför att rekrytera erfarna personer inom marknads- och försäljning. Vi kommer också sätta upp erforderliga system för kvalitetsstyrning, produktion och logistik samt att ytterligare stärka vår teknologisk och produktionsutveckling, säger Toni Speidel, VD VibroSense Dynamics AB.

Kommunikation med aktiemarknaden

VibroSense verkar i en komplex miljö som kräver en genomtänkt kommunikationsstrategi. Målgrupperna sträcker sig allt ifrån investerare och potentiella kunder till Key Opinion Leaders.

För att uppnå målsättningarna gällande kommunikationen till aktiemarknaden har bolaget tagit fram en utökad IR-plan som innehåller en rad olika aktiviteter fram till nästkommande sommar. Utöver löpande pressmeddelanden med anledning av exempelvis genomförande av affärer, nya studier och utfall från pågående studier, kommer bolaget delta på flera investerarpresentationer samt publicera löpande aktieanalyser och VD-intervjuer. Ett nyhetsbrev ska också publiceras varannan månad.

Kontakt

Toni Speidel, VD VibroSense Dynamics AB,
Tel: +46 40 88 026 (Obs! nytt växelnummer)
E-post: info@vibrosense.com
www.vibrosense.com

Om VibroSense Dynamics AB (publ)

VibroSense Dynamics AB (publ) säljer och utvecklar medicintekniska produkter och tjänster för diagnostikstöd vid nervskador i händer och fötter till primärvård, företagshälsovård, sjukhus och forskare. Bolaget grundades 2005, är noterat på Spotlight Stock Market och har sitt säte i Malmö, Sverige.