

## VD-brev och intervju september 2020

I detta och kommande brev och videointervjuer kommer vi löpande, med utgångspunkt i vår operativa plan och mål, beskriva och följa upp dessa samt även successivt bygga på med olika KPI'er och nyckeltal i takt med att dessa uppnår en tillförlitlig nivå för kontinuerlig uppföljning. I den intervju som släpps parallellt med detta brev finns mer information och även svar på flera av de frågor som kommit från aktieägare i olika forum. [Se VD intervju här.](#)

Jag är fullt medveten om att den strategi som bolaget har där försäljning och marknadspenetration sker genom partners och deras kunder är baktung och kräver stora insatser för att nå resultat, i synnerhet i en marknad som fortsatt är omogen. Icke desto mindre tror jag att det är helt rätt strategi och att den är avgörande för att på sikt kunna skala affären kostnadseffektivt mot slutanvändare i flera olika marknader och branscher parallellt. Vi ser allt fler bevis för att produkten fungerar och att den skapar tydligt värde för våra partners i deras affär. Detta kommer vi löpande kunna redogöra för utan att, på ett icke önskvärt sätt för våra partners, exponera deras affär och resultat. Det är primärt deras kunder, deras affär och deras resultat vilket vi måste respektera i vår egen kommunikation även om vi gärna skulle säga mer än vad vi kan i nuläget. Av marknadsmässiga och regulatoriska skäl måste vi därför vara restriktiva med siffror och nyckeltal som inte på ett tillförlitligt och kontinuerligt sätt speglar bolagets position och utveckling framåt då dessa kan driva spekulation i aktien baserat på för stora osäkerhetsfaktorer i underliggande data.

### Plan för 2020

Mitt övergripande mål med uppdraget har varit och är fortsatt att driva ett långsiktigt uthålligt bolag som både kan växla ut på den befintliga affären i definierade marknader och samtidigt utveckla nya affärsområden och expandera i fler länder och regioner. I senaste kvartalsrapporten för Q2 så hänvisade jag till att resultatet och utvecklingen ligger i enlighet med vår plan. Planen som avses är vår operativa plan med tillhörande målsättningar och prioriterade aktiviteter. Dessa tar sin utgångspunkt i flera operativa delar samt säkring av kostnader, löpande utveckling och ökade intäktsströmmar. Planen är vårt primära styrdokument med tillhörande aktiviteter och mål vilket inte är något vi distribuerar utanför bolaget, primärt av konkurrensskäl, alla finansiella resultat kommuniceras löpande i kvartalsrapporter.

Jag tar på mig att vi inte har kommunicerat tydligt nog hur denna plan övergripande ser ut vilket leder till en stor mängd frågor om bolagets position samt löpande utveckling inte minst från befintliga aktieägare.

Nedan lyfter jag upp grundprincipen i vår plan samt vidare vilka mål vi kopplar till dessa.

1. Teckna och säkra nya kommersiella avtal med tydligt engagemang och plan för lansering i den europeiska marknaden.
2. Säkerställa lansering tillsammans med partners där vi skall leverera teknisk lösning och kommersiellt stöd för sälj- och marknadsaktiviteter.
3. Driva konvertering till betalande kunder med tydliga aktiviteter och dialog i nära samarbete med partners.
4. Säkerställa kvalitet i teknik och processer som upprätthåller vår position som en attraktiv och flexibel affärspartner.
5. Stärka allmän marknadskunskap och insikter om våra produkter och tjänster.
6. Säkerställa kostnadskontroll ställt mot initiativen som stödjer utvecklingen enligt plan och stärker bolagets intäktsfokusering.

I samband med rapporten publicerade vi ett antal nyckeltal som jag ser som tydliga mätare på att vi är på väg i rätt riktning. Även om jag vet att många har förväntningar på att intäkterna skall komma i snabbare takt, så har vi nu ett gynnsamt läge och mina förväntningar på liggande affärer är högt ställda.

Målet är att bolaget vid årets slut skall ha uppnått ett flertal viktiga målsättningar som tydligt visar på resultat av våra aktiviteter, genom att följa denna typ av värden ger den insikt om kommande ökning av intäkter och långsiktig lönsamhet i bolaget.

#### **Mål 2020**

- Antal tecknade avtal för kommersiell lansering 10 st (7 st per Aug)
- Antal Lanserade avtal 8 st (6 st per Aug)
- Adresserbar kundbas inom tecknade avtal på 80 Miljoner (66 Miljoner per Aug)
- Konvertering till betalande kunder i Try and Buy på +70% (70% per Aug).
- Öka kundbasen avseende betalande/konverterade kunder i lanserade avtal med +200% (110% per sista Aug)

Jag har fått flera frågor om bolagets nuvarande kundbas samt andelen betalande kunder i olika avtal. Något som jag bedömer att vi inte kan bemöta i dagsläget både av konkurrensskäl men även för att uppgifterna är våra kunders information som vi inte äger. Men jag bedömer att vi kommer kunna ta fram övergripande nyckeltal/index som visar på utvecklingen inte minst mot hur löpande licensintäkter påverkar intäkterna ackumulerat över tid. Allt större del av intäkterna kommer från löpande och återkommande licensfakturerings och vi bedömer att dessa kommer att vara säkra över en längre tidperiod med fortsatt låg churn.

#### **Viktigaste händelser**

- Under sommaren har vi tecknat ett nytt avtal med en spansk operatör för planerad lansering under Q4.
- ETVAS har genomfört sitt första större kommersiella samarbete med den tyska banken Sparkasse Bremen som gick live den 1 september.
- Vi har säkerställt flera nya resurser genom rekrytering som löpande kommer stärka upp ledningsteamet och vår kommersiella förmåga i såväl befintliga affärer som löpande utveckling.

#### **Bearbetning av kunder och avtal**

Vi arbetar parallellt både med nykundsbearbetning samt att driva konvertering i befintliga affärer, något som sker löpande i nära samarbete med våra partners. Även om de äger kunden och produkten, och vi inte direkt styr deras planering och genomförande så innebär det inte att vi inte kan var starkt pådrivande och stöttande i det arbetet. Bolaget har under senaste åren initierat fler olika avtal och samarbeten som i olika takt löper på men progressen är varierande främst på grund av vart kunden står och vilken prioritet denna typ av affär har i dagsläget. För mig är det mest centrala just nu att fokusera på de kunder och partners som snabbast kan driva mot intäkter och där det finns ett tydligt engagemang för att nå uppsatta mål och förväntningar. Dessa har vi under våren löpande kommunicerat utvecklingen i och utgörs av de lanseringar och tecknade kommersiella avtal som vi genomfört till stor del under första halvåret i år. Till dessa finns en rad olika samarbeten och initiativ allt ifrån LOI'er, ramavtal, marknadsprov/softlauch aktiviteter som fortsatt löper på men som ännu inte materialiserats i konkreta lanseringar eller slutliga kommersiella avtal. Vi kommer löpande att återkomma till dessa i takt med att de utvecklas framåt eller om vi skulle välja att avsluta enskilda avtal. I nuläget har vi inte gjort det med några andra än vad som tidigare kommunicerats med bl.a. mySafety.

När det gäller hur våra kunder, tex Skimsafe och Telenor, väljer att strategiskt eller marknadsmässigt lansera eller expandera sin affär i nya marknader eller kanaler så är det en fråga som vi inte kan bemöta i varje enskilt fall utan något som är deras beslut och kommunikation. Vi är initierade i många av dessa planer men äger dem inte, som om det var vår egen affär eller lansering.

Samtidigt börjar den installerade basen av aktiva kunder nu generera allt mer information och data som vi kan använda löpande mot nya kunder och i sälj och marknadsaktiviteter tillsammans med befintliga kunder. Tex. Telenor som nu driver för att öka sin stock av SAFE-kunder och därmed även aktiva kunder i EyeOnID's tjänst. Detta efter att ha gjort marknads- och kundundersökningar mot olika målgrupper inom SAFE som tydligt visar att de kunder som har ett aktivt abonnemang för ID-skydd även är mer nöjd än kunder som inte har det.



### **Kostnads- och intäktsutveckling**

Jag ser en ökning av antalet betalande kunder inom befintliga avtal och vi har dubblerat dessa under årets första halvår vilket är mycket positivt. De nya affärer och lanseringar som vi gjorde i våras finns tillgängliga i marknaden och i takt med att riktade sälj och marknadsaktiviteter kan starta upp så bedömer vi att intäkterna löpande från dessa kommer ta fart samt att vi även ser en stabil löpande ökning från Telenor.

Transformationsarbetet mot mer affärs- och kundfokusering innebär både investering i nya resurser och kompetenser men är även en del i att fördela om kostnader och optimera verksamheten. Nya resurser har dels ersatt tidigare anställda och relativt dyrare konsulter vilket göra att nettokostnadsökningen inte blir så stor, trots en stor satsning på ökad försäljning och kommersialisering av verksamheten. Men minst lika viktigt är att vi kan effektivisera vissa delar av verksamheten och driva fler parallella kund Case och processer på ett mer kostnadseffektivt sätt.

### **Fokus närmaste tiden**

I en växande marknad med högt ställda krav på leverans i befintliga avtal och full fart framåt, så ökar nu fokus på att driva nya och befintliga kunder där vi blir allt tydligare med våra förväntningar och engagemang från deras sida.

Elkjöp står för en betydande del av vårt sälj och marknadsfokus just nu och där flera olika aktiviteter och kampanjer ligger i plan med så väl trafikdrivande insatser digitalt som för exponering i butik. Dessa kommer löpande under kommande månader att nå ut i marknaden. Lanseringen som skedde innan sommaren var ett första steg (Soft Launch) i att testa och utvärdera erbjudande samt säkerställa processer och rutiner som nu följs upp med riktade sälj- och marknadsaktiviteter.

Under senaste månaderna har vi rekryterat ett flertal nyckelroller som jag ser kommer vara en viktig del i transformationen mot ökat sälj och intäktsfokus. Att få igång dessa och etablera ett stärkt ledningsteam är något jag ser helt nödvändigt och som jag ser fram emot väldigt mycket.

Ta hand om er!

Patrik Ugander  
VD

### **För mer information, kontakta**

Patrik Ugander, CEO, Eyeonid Group AB (publ.)  
Tfn: 070-544 01 68  
E-post: patrik.ugander@eyeonid.com  
www.eyeonid.com

*Eyeonid Group AB (publ) grundades 2015 och är en SaaS-leverantör som genom egenutvecklad teknologi för insamling, analys och paketering av data utvecklar och säljer smarta lösningar som gör livet på internet enklare och tryggare för människor, företag och organisationer. Genom helhetslösningar som kompletteras med försäkring, betalningslösningar och assistanstjänster samt försäljnings- och marknadsstöd för branscher som t.ex. bank, försäkring, telekom och retail, skapar EyeOnID lösningar för nya affärsmöjligheter hos sina kunder.*