

PRESSMEDDELANDE
2019-07-17

EYEONID GROUP AB: VD-Brev Juli

Med en sommar i full blom kan jag fortsatt konstatera att det är full aktivitet i bolaget där väldigt mycket händer och pågår parallellt, både gällande affärer och förhandlingar med kunder men även att vi vidare utvecklar vår portfölj och ser att vi nu även kommer kunna addera ytterligare en väldigt viktig komponent till vår affär, våra nya Password Manager. Jag kan även konstatera att fler aktörer syns i marknaden vilket visar på ett ökat intresse för området och därmed hjälper till att synliggöra tjänsterna i marknaden. Vidare ser jag ett behov av att involvera aktieägarna mer i vad EyeOnID står för som företag och kanske viktigast, hur våra produkter och tjänster fungerar. Men även vad som faktiskt styr hur och när man slår igenom i en ny marknad som är både relativt omogen och som i viss mån saknar tydliga referenser.

Jag kommer fortsätta att driva våra fyra viktigaste fokusområden som fortfarande är de som jag ser att vi måste säkerställa, både kortsiktigt men som även bygger bolagets uthållighet långsiktigt.

Fokusområden:

1. Win New Business, att säkra pågående affärsdialoger och ta tydligare ägarskap över processen med kunderna.
2. Vidareutveckla våra samarbeten med olika partners för ökad markandsnärvaro och stärka vår distributionskapacitet.
3. Driva hållbar och långsiktig affärs- och produktutveckling.
4. Säkra operativ uthållighet genom ny finansiering samt att stärka upp våra processer och arbetssätt som möter marknads- och kundkrav.

Affärsläget/marknaden:

VD-brevet har låtit vänta lite denna gång beroende på att vi har haft fullt upp med att både få till den avsiktsförklaring som vi kommunicerade under slutet av förra veckan. Och som jag tidigare har informerat om ser vi en stor potential även i segmentet retail/detaljhandel där vi nu har möjlighet att etablera oss på riktigt. Genom att vi går mot en helt ny kundgrupp breddar vi succesivt vårt erbjudande och kan nå flera intressanta målgrupper. Vi ser att det finns en tydlig relevans mellan deras kundgrupper och EyeOnID's erbjudande för ID-monitorering. Tillsammans kommer vi nu att inleda slutförhandling avtalet och räknar med att kunna presentera det mer utförligt samt lanseringen för deras nya erbjudande i flera marknader parallellt. Jag ser även att denna affär kommer nå ut väldigt brett i marknaden och sätta såväl ID-monitorering som EyeOnID på kartan på ett helt nytt sätt, vilket jag tror är nödvändigt för att få ordentlig fart på besluten i affärsprocesserna.

Vi är i full fart med att leverera och planera för lanseringar av de två affärer som vi tecknade under maj månad och det är dessutom premiär för att släppa in kunder i vår nya 2:a generationens plattform (Gen II). Samtliga projekt går nu parallellt och vi kommer vara redo att lansera tillsammans med kunder under slutet av Q3. I slutet av september kommer vi att tydliggöra denna plattformslansering tillsammans med vår nya försäkringskund i Europa, där vi kommer att driva marknaden i gemensamma aktiviteter för deras första lansering inom koncernen.



Min bedömning av marknaden just nu och det som bidrar till att vi inte får avslut på våra affärer i den takt som vi bedömt tidigare är även kopplat till att det finns en osäkerhet hos potentiella kunder kring lansering av nya tjänster i marknaden. Vetskapen om problemen med ID-stölder och riskerna med att bli utsatt när man rör sig på internet är något som det flesta börjar förstå. Dock så har människor rent generellt inte klart för sig att det finns lösningar i marknaden av typen ID-monitorering och Password Manager som minskar riskerna och ger ett ökat skydd. Som jag ser det kommer vi succesivt få en ökad insikt i takt med att ID-monitorering kommer ut bredare i marknaden och därmed även driva på efterfrågan. Det är en "hönan och ägget"-situation där någon måste våga ta första steget. Jag bedömer att vi är i den brytpunkten där detta kommer att ske och att vi kommer se flera lanseringar inom Europa kring nya paketeringar där ID-monitorering ingår. Ser vi till utvecklingen i den amerikanska marknaden som generellt ligger ca 6-9 månader före oss på detta område så var detta exakt vad som hände under början av året. Efter att ett antal stora incidenter inträffat med ID-läckor och att media fick fokus på olika lösningar, såsom enklare tjänster som t.ex "Have i Been Powned" till mer fullödiga tjänstepaketeringar från andra kommersiella aktörer, så gick de flesta från väldigt små volymer till väldigt stora i form av antal slagningar på lösenord och e-postadresser på bara några få veckor. Volymerna har sedan har stadigt vuxit.

Även om jag är frustrerad över att vi inte slutit fler avtal än vad som kommunicerats under andra kvartalet, så ser jag att vi fortsatt är nära avslut i ett antal affärsdialoger. Vi har ett konstant inflöde av nya förfrågningar och har startat upp nya dialoger inom såväl bank/finans som inom försäkring, huvudsakligen inom Europa. Vi märker nu att intresset från dessa branscher börjar bli vad telekombranschen visat under längre tid. Vi har en stadig tillväxt i antalet potentiella kunder och initiativ som vi bearbetar.

Partnerskap:

Under slutet av juni deltog EyeOnID tillsammans med Tieto på konferensen DIA i Amsterdam där vi demonstrerade vår lösning integrerad för första gången i en extern distributionsplattform, Tieto's "Insurance in a Box". Jag är nöjd med vår närvaro och även att Tieto valde att bjuda in oss till den. Vi presenterade tillsammans med Tieto och visade upp lösningen med ett stort intresse som följd från olika branscher, om än huvudsakligen från försäkringsbolag då mässan hade försäkring som fokus. Det innebar även möjlighet att utveckla vårt nätverk inom bl.a. återförsäkringsbranschen i Europa, en bransch som jag ser som en viktig framtida partner till EyeOnID.

Under sommaren har vi även beslutat att avsluta samarbetet med My Cyber Care då vi inte ser att det har utvecklats i den takt som vi tidigare har förväntat och att vi inte heller ser att My Cyber Care kan leva upp till sina åtaganden i avtalet. Vi måste fokusera på partnerskap som vi långsiktigt ser kan ge utväxling samt där bägge parter kan driva sin del av affären framåt.

Produktutveckling:

Det blir allt tydligare för mig ju närmare verksamheten och affären jag kommer att EyeOnID är ett innovationsföretag och att kärnan i verksamheten på sikt kan utvecklas till flera olika affärslösningar utöver ID-monitorering. Detta betyder i praktiken att det vi i huvudsak gör är att löpande samla in stora mängder data, strukturera och analysera denna data med högt säkerhetstänk för att sedan paketera detta i form av olika tjänster. I praktiken gör vi data till en affär för olika branscher och affärsbehov.



En central del i detta och det som skiljer oss från våra konkurrenter är vår förmåga att analysera data i text genom vår NLP-teknologi (Natural Language Processing). Som en led i att ständigt utvecklas och förbättra vår förmåga att göra analyser av data, säkerställer vi allt fler olika projekt med bl.a. universitet och forskningsteam, där vi driver innovation genom att ge dem tillgång till vår NLP-gateway. På så sätt får vi både ny kunskap och nya tillämpningar men även tillgång till helt ny data som kan användas för att vidareutveckla vår huvudprodukt. Jag ser det som en naturlig del för EyeOnID att vara nära olika innovationscommunities där vi löpande byter kunskap och erfarenheter.

I förra veckan kunde vi även kommunicera vårt samarbete kring en Password Manager från ett indiskt bolag och deras produkt Enpass. Förutom att Enpass är en Password Manager så innefattar den även möjligheten att lagra dokument i en säker och krypterad miljö vilket ger användaren ytterligare trygghet kring hantering av känslig och personlig information. Vi kommer att lansera denna både som s.k. White Label och Non White Label. Redan i slutet av året kommer vi kunna ha en Non White Label tillgänglig i den europeiska marknaden. Den ser jag som en mycket viktig pusselbit för att bygga en mer komplett användarupplevelse där slutanvändare nu även direkt i samband med att man har varit med i en dataläcka också kan ändra och anpassa sina lösenord.

Det är tre viktiga saker som utgör användarens främsta möjlighet att påverka sin egen säkerhetsrisk med persondata på internet. Det är proaktivt ID-skydd, hantera och skydda sina lösenord samt assistans och försäkring som hjälper människor som utsatts för en faktisk ID-stöld. Dessa områden tillsammans minskar riskerna avsevärt och är kärnan i vad EyeOnID erbjuder. Vidare stärker även vår Password Manager våra kunders helhetserbudanden gentemot sina respektive slutkunder och öppnar upp för nya affärslösningar och intäktsmöjligheter. Genom att vi numer även kan erbjuda betalningsmöjligheter har vi byggt upp en helhetslösning och plattform som s.k. enabler och kan därmed ta ett "End-2-End"-ansvar för affären gentemot våra partners och deras kunder. Ambitionen är självklart att detta också ska underlätta för våra kunder och därmed korta ned beslutsprocesserna i affärsdialogerna.

Marknadskommunikation

Som jag nämnde inledningsvis ser jag att det är viktigt att vi arbetar närmare våra aktieägare och att vi även involverar dem i det vi arbetar med. Totalt är det idag ca 6000 aktieägare i EyeOnID som har investerat i bolaget. Vi planerar därför att under månadsskiftet augusti/september bjuda in till en aktieägar dag. Syftet med denna kommer dels att vara att ge en bättre insikt om hur vår affär är uppbyggd och hur marknaden vi arbetar i ser ut och fungerar. Men även att visa hur den produkt vi har ser ut och fungerar då den i dag inte är tillgänglig som en ren konsumentprodukt på nätet. Jag hoppas att detta skall ge en bättre och närmare dialog mellan bolaget och våra aktieägare. Jag återkommer inom kort med en inbjudan och mer detaljerad agenda för detta tillfälle.

Med vänlig hälsning

Patrik Ugander

För mer information, kontakta

Patrik Ugander, CEO, Eyeonid Group AB (publ.)

070-544 01 68

patrik.ugander@eyeonid.com

www.eyeonid.com



Eyeonid grundades 2014 och har sedan starten utvecklat en tekniskt komplex och avancerad plattform gällande proaktiva ID-skyddstjänster. Bolagets tjänst bevakar och larmar kunder när känslig, privat och företags digitala information, som t ex inloggningsuppgifter, kreditkortsnummer och personnummer, konstateras på obehöriga platser på internet, varpå kunden kan agera och skydda sig.

Denna information är sådan information som Eyeonid Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 17 juli 2019.