

VD-brev och intervju augusti 2020

Efter ett intensivt första halvår och nu när kontoret åter börjar fyllas på efter semestertider vill jag passa på att summera läget, samt hur vi bedömer den kommande utvecklingen både affärsmässigt och möjligheterna att kapitalisera på leveranser och avtal framåt.

Från och med denna månad kommer vi förändra formatet för vår löpande kommunikation, vilket vi har arbetat med under sommaren, genom att anpassa våra digitala kanaler för en mer frekvent och återkommande kommunikation samt harmonisera uttryck och igenkänning för bolaget och varumärket EyeOnID.

Fortsättningsvis kommer VD-brevet att vara en mer kortfattad summering av de viktigaste händelserna under perioden. Dessa kommer att kompletteras med videoinslag och intervjuer där vi går in mer i detalj kring verksamheten, människorna samt olika händelser och frågeställningar som vi ser är viktiga i vår löpande kommunikation till såväl kunder som aktieägare. Se video via länken [VD-intervju augusti 2020](#)

Marknaden domineras fortsatt av reaktiva produkter som försäkringar och assistanstjänster när en ID-stöld är ett faktum, medan proaktiva skydd likt det som EyeOnID levererar fortfarande är relativt få i marknaden. Just kombinationen av proaktivt och reaktivt skydd är det som främst kommer att kunna påverka privatpersoner och organisationers förmåga att minska riskerna och öka sitt skydd. Vi möter en allt större efterfrågan från olika branscher i Europa där allt fler nu vänder sig direkt till EyeOnID för att utvärdera och testa våra tjänster samt se på deras möjligheter att bygga tjänsteportföljer med ID-monitorering som bas.

Under sommaren har arbetet varit fokuserat på att säkerställa pågående leveranser bl.a. för Elkjöp i Danmark och säkra nytt avtal med den spanska operatören som vi i förra veckan kunde knyta upp i ett kommersiellt avtal för en kommande lansering. Ett avtal som innebär att vi nu kommer kunna etablera oss i en ny europeisk marknad med stark tillväxtpotential.

Under maj och juni genomförde vi flera lanseringar tillsammans med kunder men har även tecknat nya avtal som vi avser gå live med senare i år. Sammantaget har vi nu 6 stycken lanserade kunder i Europa och målet är att vi skall ha minst 8 lanseringar och ett drygt 10 tal avtal för lansering på plats innan året är slut. Totalt har vi nu kontrakterat kunder med egna kundbaser på över 65 miljoner användare som utgör basen för att sälja och konvertera till EyeOnID's tjänster.

Transformationsarbetet mot ökat kund och affärsfokus pågår löpande och vi avser att under hösten stärka upp teamet med ytterligare resurser och nyckelroller, ett behov som ökar när vi intensifierar samarbetet med utvalda kunder kring deras förmåga att driva konvertering till aktiva och betalande kunder. Rekryteringen av Head of Digital & Marketing har följts upp med en Content Manager och ytterligare parallella rekryteringar pågår kring Produkt och Erbjudandechef med ansvar för den kommersiella portföljen, innefattande intäkt- och lönsamhetsansvar på produkt-nivå. Dessa roller stärker vår kommersiella och marknadskommunikativa förmåga och rapporterar till CDCO. Dessa resurser planeras vara på plats i skiftet september/oktober vilket jag ser framemot.

Utvecklingen i affären går framåt men fortsatt långsammare än förväntat, Telenor har haft en stark tillväxt under första delen av sommaren med en ökning av betalande kunder med ca 10%, en takt som ser ut att hålla i sig även under andra halvan av året. Både ERGO och Baloise genomförde i början av sommaren stora förändringar i sina kundprocesser och sin kommunikation vilket vi bedömer kommer att ge en ökning av antal konverterade kunder under resterande del av året. I juni utsågs även Baloise:s erbjudande och tjänst CyberSafe till vinnare av årets innovationsprodukt, i en global utnämning med över 50 kandidater inom försäkringsbranschen, vilket var både roligt och spännande att vara en del av.



För Elkjöp har utrullningen fortsatt under sommaren, men i avvaktan på kommande kampanjperioder har den varit lite avvaktande. Dock pågår planering av kommande aktiviteter inför hösten för fullt med en allt högre samverkan mellan parterna.

Per den 21 juli introducerades de nya Teckningsoptionerna TO6 och TO7 vilka i samband med detta blev tillgängliga för handel i marknaden. Under perioden 24 juli till 7 augusti har även en ny inlösenperiod för tidigare utställda TO4 initierats. Inlösenperioden är den tredje av sex stycken som genomförs fram till februari 2022.

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.