

PRESSMEDDELANDE  
2020-04-29

## VD-brev april 2020

Det är inte bara träden som knoppar och slår ut under våren, jag känner att vi nu efter hårt arbete även kan se hur ett flertal av våra affärer börjar ta form och slå ut i blom. I detta VD-brev vill jag uppdatera Er aktieägare och marknaden i stort om hur verksamheten framskrider samt även belysa en del händelser som jag ser som viktiga milstolpar för oss i vårt löpande arbete.

- **Marknad & omvärld:** Distansarbete är här för att stanna
- **Affärsläget:** Elgiganten samt nya lanseringar genomförda i Europa
- **Leveransläget:** Starkt tryck på leveransorganisationen
- **Affärsutveckling:** Ny webbsida lägger grunden för vår digitala kommunikation

### Marknadsläget – Distansarbete är här för att stanna

Att Corona har förändrat vårt sätt på många områden, inte minst hur vi arbetar och kommunicerar med nära och kära, råder det ingen tvekan om. Men förändringen kommer bestå långt efter att vi har kunnat återgå till det normala igen om det någonsin funnits något vi kan kalla normalt.

Vi ser allt fler tecken på att människor nu börjar anpassa sig till den nya ordningen och hittar både smarta och kreativa idéer på hur man håller vardagen igång och driver sin verksamhet framåt.

Detaljhandeln inom hemelektronik går starkt och webbkamerorna börjar ta slut på hyllorna runt om. Likväl slår fler och fler mötestjänster i taken när det gäller nyttjande och kapacitetsförmåga.

Och i takt med det höjs röster kring säkerhet och privacy ökar användarnas medvetenhet om hur vår personliga information hanteras och skulle kunna skyddas på ett säkert sätt.

Flera stora läckor har under senaste tid också nått marknaden, däribland mötestjänsten Zoom som utsatts för upprepade attacker där konton har tagits över och använts för att misskreditera människor och organisationer. I en [nyligen publicerad artikel beskrivs hur 500 000 konton blivit angripna](#) men där Zoom inte själva primärt varit orsaken till att attacker kunnat genomföras.

Detta speglar ytterligare en risk med ID-uppgifter som kommer på villovägar från olika läckor av data. Konsekvensen riskerar oavsett bli att det påverkar ryktet för det utsatta bolaget på ett negativt sätt. Ofta är det inte den direkta finansiella effekten som har störst påverkan för bolag som utsätts för denna typ av attacker utan istället är det främst negativ inverkan på rykte och varumärke som skapar konsekvensen, vilket i sin tur skapar indirekt finansiell påverkan. Det visar dessvärre på att även om man har god kontroll på sin egen kunddata så kan det räcka med att någon annan har läckt informationen för att skada ska kunna uppstå.

Vi kan inte förlita oss på att de uppgifter vi tvingas lämna efter oss på internet hanteras på ett säkert sätt. EyeOnID's tjänster hjälper människor och organisationer till ökad trygghet och kontroll, vilket vi är dedikerade att försätta driva och utveckla i olika marknader.

### Affärsläget – Elgiganten samt nya lanseringar genomförda i Europa

Elgiganten, som vi tidigare kommunicerat som den europeiska retail-/hemelektroniskkedjan, går nu in ett slutskede inför lansering i Norden. Inför lansering involveras allt fler personer i Elgigantens organisation och all kommunikation kring erbjudandepaketering och lanseringstakt styrs av Elgiganten. Av praktiska och tekniska skäl kommer lansering ske löpande under en period av ett antal veckor med målet att lansera tjänsten i sin helhet innan vi kommit för långt in i sommaren, inledningsvis i 2-3 nordiska länder följt av 1-2 nordiska länder efter sommarperioden. För att ytterligare stärka och komplettera erbjudandet inkluderas försäkring, assistans och betallosningar i samtliga nordiska länder.

Vi kommer från och med nu även kunna erbjuda våra övriga befintliga såväl som potentiella kunder tillgång till dessa komplement, vilket vi bedömer kommer att stärka marknadspositionen av vår ID-monitoreringstjänst ytterligare.

Vårt löpande förändringsarbete mot att bli ett mer affärs- och kundfokuserat bolag börjar allt mer synas och märkas i dialogen med kunder, både kring lanseringar såväl som i dialogen kring nya avtal. I takt med



att vi kommer ut med fler affärer och nyheter gällande kunder och partners så ökar tilliten för oss som bolag och trovärdigheten för våra tjänster och produkter. Om jag tittar i backspegeln ser jag nu en helt annan dialog än tidigare. Förr började ofta samtalen med att förklara vad ID-skydd är, varför det behövs och hur det kan vara till gagn för våra kunder och kundens kund. Idag är frågan inte om varför, utan hur och när man skall göra det. Vi är nu naturlig lösning och partner för att ta fram lösningar och kunna stödja kunder på deras resa och tjänsteportfölj. Vi upplever att vi nu speglas som den partner och det komplement man frågar om råd, vilket tydligt visar att förtroendet för EyeOnID ökat rejält. Vi kan även se att våra samarbeten med större aktörer legitimerar och stärker vårt varumärke och tjänster ytterligare.

**ERGO** lade sin första order i höstas och lanserade sin tjänst under sitt eget varumärke, Innosure.me, den 24 april. ERGO blev i och med det vår första partner på den tyska marknaden, en marknad som jag bedömer som väldigt viktig och som kommer att rymma flera olika potentiella partners och kundsegment. Med en partner som ERGO bygger vi ett ökat förtroende och över tid positionerar det EyeOnID som ett trovärdigt varumärke för ID-skydd i en annars ganska konservativ marknad. Med ERGO som ett av Europas största försäkringsbolag får vi tillgång till en mycket stor och del av den tyska marknaden och lanseringen hoppas jag skall ge goda förutsättningar för att bygga upp en långsiktig stark affär och ett bra signalvärde mot marknaden.

**Etvas**, som ny distributionspartner i Tyskland, har nu lanserat sitt första erbjudande i marknaden, med tydlig koppling till EyeOnID. Vi har levererat en API-baserad lösning där Etnas har byggt kundprocesser och kundgränssnitt i sin egenutvecklade portal.

Än mer spännande är att detta är det första erbjudandet som nu går ut mot SME-marknaden där tjänsten kommer att kunna erbjudas företagskunder direkt för första gången.

Initialt tar lanseringen fasta på det rådande läget i Europa kring Corona och det ökade internetanvändandet, inte minst distansarbete för företag och därtill en ökad exponering avseende ID-stöld och digitala bedrägerier.

Lanseringen på [etvas.com](https://etvas.com) kommer löpande att följas upp med olika marknadskampanjer och aktiviteter, i första hand via Facebook och Google.

Genom dessa lanseringar och partners stärker nu EyeOnID sin varumärkesposition på den tyska marknaden ytterligare. EyeOnID positioneras som en högkvalitativ och trovärdig leverantör där vi tydligt lyfter fram vårt tjänsteerbjudande. Kundernas egen önskan och förmåga att lyfta fram vårt varumärke visar att kunderna nu ser oss som en stark partner för att skapa trovärdighet och legitimitet till sina egna lanseringar.

I takt med att vi lanserar fler och fler kunder kommer fokus i försäljningen bli mer inriktad på att skala upp försäljningen inom ramen för dessa avtal och att driva ökad konvertering och intäktsgenerering.

**Leveransläget:** Starkt tryck på leveransorganisationen

Under årets första månader har vi haft ett starkt leveransfokus och vi har säkrat flera leveranser för implementering under maj månad.

Leveranskapaciteten är fortsatt i linje med vad vi planerat, dvs avsevärt högre än tidigare. Sedan har vi inom ramen för samarbetet med Elgiganten utvecklat vår s.k. enablerfunktion med tillhörande försäkrings- och betalningslösningar, samt utvecklat en ny användarportal som även kan levereras mot andra kunder vilket kommer ge en ökad konkurrenskraft och differentiering mot våra jämförbara konkurrenter.

Vi har arbetat hårt med automatiseringsprocesser och att effektivisera i vår leveransorganisation för att ytterligare öka vår konkurrenskraft. Under andra kvartalet kommer vi att kunna nå en snabbare leveranstakt där vi i praktiken halverar vår leveranstid för våra nya API- och portalkunder jämfört med tidigare. Det innebär även att vi kommer kunna öka takten i olika utvecklingsprojekt gällande ID-monitorering.

Tilläggsprodukten Enpass är den s.k. password manager som vi tecknade ett exklusivt avtal för gällande den europeiska marknaden under sommaren 2019. Detta är ett av våra pågående utvecklingsprojekt för kommande distribution tillsammans med våra kunder. Arbetet med nya produkter och funktioner görs i nära samarbete med olika kunder för att skapa rätt förväntningar för marknaden vid kommande lansering. Detta innebär att utvecklingskostnader och tidsåtgång minskar jämfört om vi skulle bygga det helt själva. Vi får dessutom värdefulla insikter om de lokala marknaderna samt hur vi på bästa sätt kan integrera bästa lösningen för kunden.



**Affärsutveckling:** Ny webbsida lägger grunden för vår digitala kommunikation

Den transformation som påbörjades under föregående år har även stöttat och förbättrat vår digitala kommunikation mot marknaden. Dels har förändrat hur vi arbetar med web och digitala kanaler generellt, samt utvecklingen av våra portaler som är en central del av vårt produkt erbjudande, vilket utgör kärnan i kundupplevelsen.

Den nya webbsidan för EyeOnID är ett led i att bli mer kundfokuserade i vår kommunikation och tydliggöra affärsvärdet för våra kunder och partners. Detta är första steget och vi kommer löpande att vidareutveckla och bygga på vår web med fler funktioner och innehåll. Syftet är primärt att driva tjänsten ID-monitorering som företeelse men även att vi under IR-sidorna kommer att kunna öka transparensen i det vi kommunicerar mot marknaden samt säkerställa tillgänglighet i vår kommunikation.

EyeOnTEXT agerar under en egen webbsida och det mot bakgrund att den skiljer sig avseende målgrupp såväl som i det kommunikativa budskapet. Webbsidan är här medvetet fokuserad på en mer tekniskt och ämnesspecifik målgrupp som handlar om Data Scientists och analysfunktioner hos olika företag. Men även affärsmodellen skiljer sig från den licensbaserade SaaS-lösning som vi har för ID-monitorering.

Portalerna som vi bygger för våra kunder är dels en del i att stödja distribution och access till de underliggande funktionerna men också den delen som står för kundupplevelsen för slutanvändaren. Portalerna är kärnan i produkten för att ha ett väl utvecklat användargränssnitt. Den tilltalande designen är väldigt viktigt för kundupplevelsen som ska skapa tillit och trovärdighet åt tjänsten. Vi har sedan slutet av förra året påbörjat ett arbete med att bygga om dessa portaler gällande funktionalitet men främst modernisera och förbättra kundupplevelsen. Under våren kommer vi att lansera en helt ny portalstruktur för våra kunder och den kommer då gå live i samband med lansering av Elgiganten i Norden.

**Operativ verksamhet:**

Ett av kärnvärdena för EyeOnID är att våra produkter och tjänster bygger på compliance (regelverk för personuppgifter) och hög säkerhet. För EyeOnID är arbetet med GDPR och PCI-DSS (compliance avseende kredit- och betalkort) något vi är mycket stolta över och vilket vi bedömer är en viktig konkurrensfördel i marknaden. Under april har vi genomgått en omfattande översyn av dessa processer och genom ett externt certifieringsorgan gjort revision och erhållit förnyat godkännande av vårt PCI-certifikat, vilket är en kvalitetsnivå som vi är mycket stolta över.

PCI-DSS krävs för att vi skall kunna hantera kortuppgifter på ett säkert och betryggande sätt för våra kunder vilket motsvarar samma typ av certifiering som både banker och betalföretag går igenom. För oss är det ett kvitto på att vi inte bara hanterar kortuppgifter korrekt utan det betyder även att vi genomför en omfattande granskning av våra processer och säkerhetslösningar. Dels genom att dessa granskas av externa parter men även att vi genomför omfattande s.k. PEN-tester (penetrationstester av våra IT-miljöer.) GDPR är ett krav som ställs på alla företag i Europa för att hantera personuppgifter på ett korrekt sätt, ett mycket omfattande regelverk som vi säkerställer att vi lever upp till, eller överträffar, i vår affär. För EyeOnID, som hanterar mycket känslig personinformation, är detta en helt central del i vår trovärdighet gentemot kunder specifikt och marknaden generellt. I processen för GDPR tillämpar vi samma rigorösa tänk och testar löpande oss själva gällande GDPR även om det inte finns krav på det idag, annat än att man skall möta kraven men inte hur man genomför testerna. Detta är något som vi är väldigt transparenta med och som uppskattas av våra kunder.

Bolaget har även beslutat att hålla årsstämma den 28 maj. Se separat kallelse för detta.

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.*

*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 29 april 2020 kl. 08.10 CET.*