

VD-brev och intervju november 2020

Vi närmar oss slutet på ett händelserikt år med flera stora lanseringar och avtal och fokus under sista månaden har varit att säkerställa årets plan och tidigare kommunicerade mål och leveranser. Vi börjar nu även få igång leveranser och se resultat av vårt transformationsarbete. Inte minst tack vare våra nya medarbetare som nu alla är på plats och arbetar med att lyfta EyeOnID's affär till ytterligare en nivå. Under början av nästa år kommer vi även att kunna ge en tydligare bild av hur planen för att nå tidigare kommunicerade mål för 2021 kommer att se ut. [Se VD intervjun här](#) eller på EyeOnIDs youtubekanal.

TO6 inlösen som genomfördes och avslutades i sin helhet under november gav bolaget ett tillskott på totalt ca 7,5 MSEK vilket till dels används för att amortera av på ett tidigare lån från våren 2020. Jag är mycket positivt till resultatet som nu stärker vår utvecklingsresa ytterligare. I och med den amorteringen om 5 MSEK som delar av kapitaltillskottet använts för, öppnas möjligheten att ropa av ytterligare ett lån om 10 MSEK vid behov och som vi kan styra över när vi vill, och ser, att det finns värde av att nyttja detta. I första hand är tanken att detta lån skall stärka vår genomförandeförmåga i olika utvecklingsprojekt som skall öka bredden i EyeOnID's och EyeonTEXT's affärer.

I detta brev kommer jag framförallt uppehålla mig kring hur affärsläget, befintliga kunder och kommande lanseringar ser ut och var vi kommer stå vid årsskiftet.

Marknadsutvecklingen

Corona har ökat exponeringen av internet relaterade brott och bedrägerier där allt fler drabbas. Vi ser att den utveckling som sker i samhället kommer att bli bestående under lång tid framöver. Vi ser att Corona i viss mån fortsatt påverkar vår affär där beslutsprocesserna i vissa fall tenderar till att bli längre i synnerhet hos större bolag som får svårare att ta beslut i pågående dialoger. Dock ser vi inte att det kommer innebära att projekt stoppas eller stängs. Tvärtom ökar antalet dialoger både med befintliga och nya kunder runt om i Europa där man vill få in id-skydd i sina befintliga affärer och erbjudanden.

Vi ser en ökad konkurrens i allmänhet i marknaden främst mot slutkunder och i första hand när det gäller försäkrings och assistanstjänster. En trend som är positiv som jag ser det då den bidrar till att öka medvetenhet i marknaden och ökar exponeringen av dessa tjänster. EyeOnID står fortsatt väldigt starka och framstår tydligt som en leverantör av proaktiva ID-tjänster. Vår affärsmodell med stark kunskap och erfarenhet från olika branscher är en avgörande förtroendefaktor i valet av leverantör för dessa tjänster. Vi har under hösten arbetat upp en stark prospektstock med kvalificerade dialoger kring nya marknader kunder och lanseringar som vi ser kommer att kunna säkerställas redan under början av nästa år.

Mål 2020

Mitt övergripande mål för året är att vi ska ha byggt upp en starkare faktureringsbas i form av återkommande månadsintäkter. Och genom ett tätare samarbete med våra befintliga samarbetspartners och en ökad närvaro på marknaden i stort så är vi övertygade om att vi kommer se en löpande tillväxtökning. Vidare så stärker vi säljsidan genom att utöka uppdraget för externa säljpartners och genom interna förändringar av processer och nya resurser kan vi hantera flera projekt samtidigt.

Vi följer affären löpande inom flera olika områden men de viktigaste målen som visar på rätt utveckling för bolaget och som ligger till grund för en ökande intäktsutveckling är primärt:

- Antal tecknade avtal för kommersiell lansering 10 st. (8 st. per nov.)
- Antal lanserade avtal 8 st. (6 st. per nov.)
- Adresserbar kundbas inom tecknade avtal på 80 Miljoner. (70 Miljoner per sista nov.)



- Konvertering till betalande kunder i Try and Buy på 72%. (70% per sista nov.).
- Öka kundbasen avseende betalande kunder i lanserade avtal med +200%. (182% per sista nov.).

Bearbetning av kunder och avtal

Under senaste månaden har vi både förlängt flera befintliga avtal och sett en positiv utveckling hos befintliga kunder som nu i allt större omfattning utvecklar och växer sin affär.

Telenor fortsätter att ha en löpande tillväxt på ca 10% månad för månad avseende betalande kunder och kommer under året ha 3 dubblat omsättningen i löpande licensintäkter. Vårt avtal med Telenor har under hösten förlängts med ytterligare 12 månader från maj 2021.

ETVAS som tidigare har genomfört lanseringar under såväl eget namn mot B2B kunder har även tecknat flera nya avtal under november men även vidareutvecklat befintliga lösningar och erbjudanden mot redan tecknade kunder. Sparkasse Brehmen kommer under december ut med en omfattande sälj och marknadskampanj i Tyskland som första större kommersiella initiativ. Vidare har ETVAS tecknat avtal med Neo Digital (ägs av Deutsche Assitance) om ett första pilotprojekt för lansering under Q1. Vidare har man även tecknat ett pilotprojekt med ett större franskt försäkringsbolag som skall levereras under Q1.

ERGO har under hösten förvärvat ett nytt bolag och i samband med det valt och byta namn på bolaget som skall tillhanda hålla EyeOnID's tjänster. Vi har under november genomfört en re-branding av deras portaler och tjänst som sålt in och levererat lösningen EyeOnMarket som ett komplement till deras affär och som nu gått live under varumärket [Nexsurance](#).

Silencio som vi tecknade avtal med under november ligger nu för leverans och kommer att integreras i deras befintliga produkt som säljs genom försäkringsbolaget AXA i Schweiz. Leveransen från EyeOnID är färdig och acceptanstestad för lansering i deras befintliga erbjudande under v 52.

Skimsafe fortsätter rulla ut sin tjänst genom olika distributionspartners (i första steget Claes Ohlsson), initialt har man bedrivit sälj i butik med egna resurser och lämnar nu över på partners i allt större utsträckning att driva försäljningen med egna kanaler och resurser. Samtidigt som Skimsafe fokuserar på marknads och säljstödande åtgärder för att driva försäljning. Vi ser en ökning av antalet betalande kunder och en ökande volym nya användare där man följer den plan som tidigare utlovats.

Den spanska operatören är nu levererad och redo för soft launch i v 51. Vi har även med kunden nu spikat kommersiell lansering med inledande marknadsaktiviteter i interna och publika kanaler under januari och i samband med det kommer vi även kunna offentligt göra namnet samt förväntad affärspåverkan.

Elkjöp utökar löpande sina sälj- och marknadsaktiviteter nu senast med digitala kanaler och även i medlemsutskick där ID-skydd ingår som ett tydligt erbjudande till befintliga El-Giganten kunder i tex Sverige. Under november har framför allt den finska marknaden haft en stark utveckling och som vi nu ser kommer löpande att synas i Sverige och Norge. Och fortsatt är det Pre-Paid abonnemang med 12, 24 och 36 månaders bindningstid som gått starkast framför allt i butik med tyngdpunkt på 36 månaders avtal vilket tydligt stärker vår uppfattning att det finns en stark betalningsvilja för dessa tjänster i konsumentledet, dock ser vi att den senaste Coronautvecklingen har en viss negativ påverkan på kundtillströmning i butik.

Jag har tidigare påtalat att bolaget har flera avtal som tecknats sedan tidigare för olika pilot eller PoC (Proof of Concept) avtal. Ett av dessa som tecknades under hösten 2018 med ett större västeuropeiskt försäkringsbolag avseende en PoC lösning som under förra året genomfördes med tester mot utpekade målgrupper, har på grund av Corona blivit något försenat. Nästa etapp kommer nu att starta upp igen för planerad lansering i Q1. Kunden är en API-kund och utvecklar alla kundprocesser och kundgränssnitt själva vilket gör att det tar lite längre tid till lansering. Vi förlängde under november avtalet och nu går dem in i slutfasen för en Soft launch mot slutkunder. Över tid ser vi även en integration med bolagets hemförsäkringslösningar.

VI har fortsatt sett en ökning av antalet förfrågningar från marknaden som nu löpande går in i kommersiella dialoger. Spridningen av seriösa förfrågningar är stor och kommer från flera olika länder och branscher, jag gör därför bedömningen att vi kommer hålla kvar vid målet att nå en ökning och närmast en dubbling av antalet



kommersiella kontrakt (totalt 10 nya) och lanseringar (totalt 8 nya) under 2021. Även målet att bli kassaflödespositiva under Q4 för enskild månad kvarstår under 2021.

Kostnads- och intäktsutveckling

Intäkterna ökar och framför allt i löpande licensintäkter där Telenor tidigare varit dominerande med en löpande tillväxt på ca 10% per månad men nu ser vi även att Elkjöp och Skimsafe kommer upp i en allt högre löpande fakturering som ökar. Utökning av funktionalitet samt anpassningar för enskilda kunder kommer tillsammans med uppstartskostnader att generera engångsintäkter under december månad.

Övriga fasta kostnader ligger på en konstant nivå men kommer öka något i takt med att vi löpande intensifierar utvecklingsarbetet inom EyeonTEXT och för produktutveckling av B2B erbjudanden. Dessa kommer kortsiktigt att belasta kassaflödet medans kostnaderna delvis aktiveras i väntan på lansering av nya tjänster som då matchas mot intäkter. Finansiering av dessa utvecklingsprojekt kommer som tidigare aviserats dels att komma från kapital tillskott från bland annat TO6 men även från löpande intäkter vilket även styr takten på utvecklingen i dessa.

Målet att bolaget under Q4 2021 skall vara kassaflödespositivt för enskild månad kvarstår och har en tydlig styrning genom hela företaget.

Fortlöpande transformationsarbete

Transformationen från teknik till affär och kundfokusering fortsätter och kommer nu även att omfatta hela bolagets löpande kommunikation och uttryck i våra olika marknader. Flera av våra kunder arbetar aktivt med EyeOnID som partnervarumärke för sina lanseringar och ser vår specialistkompetens inom området som en framgångsfaktor i sina kommande lanseringar, men vi kommer även rent varumärkes och PR-mässigt göra en förändring vilket innefattar alla våra digitala gränssnitt och kanaler. Vårt kommersiella team med Joakim i spetsen har tagit fram en omfattande plan för hela det kommunikativa uttrycket och varumärkesigenkänning något som vi kommer att dela med oss av mer till marknaden under Q1. Ett omtag som kommer både synas och inte minst öka närvaron av varumärket och vår affär i Norden och Europa.

Riga som tidigare varit ett fristående bolag för teknikutveckling är nu helt avvecklat och likviderat vilket ger en kostnadsbesparing som slagit igenom redan under 2020. Skälet är att jag inte ser att offshore är en lösning som vi kan skala på i nuläget och eventuella kostnadsbesparingar från denna typ av satsning inte går att infria. Vi ser att vårt arbete med ett tight team av kvalificerade medarbetare lokalt ger större effekt med högre kvalitet och leveransförmåga, än att outsourca motsvarande kompetenser. Corona har även inneburit att tillgången på kvalificerad kompetens ökat och att vi ser att prisbilden för dessa fortsatt är väldigt konkurrenskraftig vilket jag bedömer kommer kvarstå under nästa år.

Som en ytterligare del i vårt förändringsarbete kommer bolaget under våren att flytta från dagens lokaler till nya mer anpassade efter verksamhet och behov. Befintligt hyresavtal löper ut den sista mars nästa år och vi har beslutat att inte förlänga detta av flera olika skäl, både kostnads- och rent arbetspraktiska sådana. En viktig del i den etableringen är att även fänga förändringen i nya arbetssätt där hem och distansarbete är något som jag ser kommer vara bestående under lång tid framöver och inte bara under den akuta delen av Corona. Det innebär att vi behöver se platsen där vi arbetar och utför våra dagliga aktiviteter som en del av vårt samlade arbetsplatsansvar. I går hade vi 2 arbetsställen (Stockholm och Antwerpen) i morgon kommer vi ha drygt 20 st. EyeOnID är där vi och våra medarbetare är och att knyta den fysiska arbetsplatsen till det digitala kommer vara en väldigt viktig del i bolagets förmåga att få med sig människor och personer på en fortsatt tillväxtresa med starkt engagemang i allt vi gör.

Fokus närmaste tiden

Bolagets samlade fokus är fortsatt på att säkerställa leveranser, avsluta avtalsdialoger och lägga ett starkt år bakom oss. Under nästa år kommer EyeonID's kärnaffär att vara vårt fokus och vi kommer driva nya och befintliga affärer som skall säkra våra övergripande mål för 2021.

Satsningar på utveckling av nya tjänster och inte minst kommersialisering av EyeOnTEXT har påbörjats och kommer vara en viktig del för bolagets långsiktiga expansion.



Vi kommer även att under början av nästa år ha en aktieägareträff för att delge övergripande strategi med tillhörande planer och mål för nästa år. Eventet är planerat att bli helt digitalt men med olika former av interaktion med deltagare. Vi återkommer i januari med inbjudan och tydligare agenda, tid och format.

Jag önskar er alla en underbar om än annorlunda jul och nyår

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 16 december 2020 kl. 12.00 CET.