

PRESSMEDDELANDE  
2020-04-03

## VD- brev mars 2020

Vintern som aldrig kom har nu börjat övergå i vår men allt vi gör kantas i stor utsträckning av det pågående Coronavirusets framfart i samhället. I detta VD-brev tänker jag både beröra hur vi ser dess påverkan på vår verksamhet på kort och lång sikt men även ge status i affärerna och utvecklingen under den närmaste tiden.

- **Marknad & omvärld:** Coronavirusets påverkan på affärsverksamhet, beteendeförändringar och ökat internetanvändande driver nya möjligheter till ökad tillväxt.
- **Affärsläget:** Ökat intresse för ID-skyddstjänster med flera nya dialoger under Q1 visar på tillväxtpotential 2020.
- **Leveransläget:** Fokus på att leverera och säkra lanseringar av pågående avtal för tillväxt under 2020.
- **Affärsutveckling:** EyeOnID stärker sitt erbjudande med betallosning, försäkring- och assistanstjänster som gynnar starkt tillväxt, differentiering och förbättrade marginaler.

### Corona skapar ett digitalt paradigmskifte

Jag antar att vi kommer se nya beteenden växa fram som en del av effekten från Coronavirusets framfart, där beroendet av digitala tjänster kommer öka med bestående effekter på både privat- och arbetsliv. Resandet kommer att minska och andelen fysiska möten likaså. Men när vi flyttar arbetet till hemmaplan blir datorer, mobiler och andra uppkopplade enheter en allt viktigare del av vår vardag i stor utsträckning.

Vi kan konstatera att både näthandel och användandet av digitala tjänster har ökat dramatiskt under senaste månaden men det innebär även att exponeringen och riskerna med internet gör likaså. Antalet artiklar och nyheter med olika hackerattacker har ökat vilket även visar på att man tar problemen på allvar och att medvetenheten växer i samhället.

Den eventuella påverkan som detta får för våra kunder och samarbetspartners inom sin verksamhet och affär kan vi inte styra över, men vi följer utvecklingen i nära samarbete med dem. Mindre justeringar avseende lansering och beslut har vi sett som en konsekvens av Coronaläget men i nuläget har inget stoppats. Samtidigt ökar kundernas fokus på digitala kanaler och tjänster när butiker och fysiska kanaler tvingas stänga vilket vi ser i pågående dialoger.

Vi påverkas operativt och på kort sikt genom en ökad risk för sjukdom och resursbrist men att vi har vidtagit åtgärder för att minska den så mycket som möjligt genom att arbeta på distans och vi följer myndigheternas riktlinjer.

Vi har redan i dag en operativ modell som gör att vi kan jobba på distans, var som helst & när som helst men även ett upparbetat arbetssätt för att få det att fungera mellan människor och med kunder digitalt.

### Marknadsläget - marknaden sitter inte still

Med en omvärld som allt tydligare påverkas av hotet från cyberkriminella grupper börjar såväl enskilda användare som våra kunder att inse att den personliga data vi dagligen lämnar efter oss på Internet riskerar att läcka och komma i orätta händer i en allt större omfattning.

I nästan alla sammanhang börjar det med en falsk eller stulen identitet, ofta utan att man vet om det. Samtidigt blir metoder och nya sätt att komma över dessa uppgifter allt fler och personerna bakom ligger hela tiden steget före.

Jag tog nyligen del av en omfattande undersökning kring internetanvändandet och kopplingen till cyber- och digitala skyddstjänster från en av våra nya partners i Europa. Rapporten är en av de största i sitt slag och visar på hur människor uppfattar hotbilder och påverkan kring ID-stöld såväl som möjligheterna att hitta tjänster som minskar dessa risker.



Efterfrågan på tjänster inom ID-skyddsområdet växer inom våra primära segment Telecom, Bank/Försäkring och Retail, både för ID-stöldskydd samt att allt fler försäkringsprodukter kommer ut på marknaden både som fristående eller inkluderade i tex. hemförsäkringen.

Jag har tidigare sagt att jag ser 2020 som en "tipping point" i den europeiska och nordiska marknaden för ID-skyddstjänster med flera lanseringar och ökad mediabevakning. EyeOnID kan inte på egen hand ansvara för mognadsutvecklingen i marknaden men vi kommer att driva opinion och ha en stark position när den tar fart. Detta inte minst visat av hur Telenor har lyckats nå stora framgångar med sin lansering av SAFE i Norge, med EyeOnID's ID-monitorering som integrerad komponent. Telenor visar även vägen för andra kunder som vill ta steget in i denna typ av erbjudande och att det har en positiv effekt på säljcyklerna som vi bedömer blir allt kortare.

#### **Affärsläget – här ser vi ett trendbrott:**

Fortsatt är vårt fokus att framgångsrikt slutföra pågående affärsdialoger samt öka närvaron i den europeiska marknaden. Parallellt med detta driver vi aktivt konvertering av kund i befintliga avtal såsom Baloise och Telenor.

Trots det rådande marknadsläget ser vi ingen avmattning från marknaden utan tvärtom så har intresset under senaste månaden, främst inom Försäkring och Telecom, succesivt ökat och allt fler dialoger startas upp kring ID-skydd. Vi har under Q1 signerat både nya NDA'er, nya offerter men tecknade även ytterligare några nya avtal under perioden med kortare försäljningscykel än tidigare. Dels en ny försäkringskund som planerar lansering under april samt en ny distributionspartner.

Existerande kunder driver på sin försäljning och konvertering löpande där vi under de senaste månaderna sett en ökning av betalande kunder och att tex. Telenor i Norge i har haft en stark tillväxt avseende antalet aktiva och betalande användare. Jag ser att vi kommer se en snabbare ökningstakt under året med tydlig påverkan på EyeOnID's resultat mot slutet av 2020.

Vi har även sett ett tydligt trendsifte kring hur antalet kunder som har varit utsatta för en läcka ökar. Dels för att vi ökar andelen datakällor löpande men även att antalet läckor växer globalt. Detta har medfört att vi ser en ökning på närmare 90% av andelen personer som har blivit exponerade.

Vi ser även att prisbilden för våra tjänster stärks i marknaden och att för såväl oss själva som våra kunder kommer man att kunna upprätthålla goda lönsamhetsnivåer i enskilda avtal och paketeringar över tid. En central del är att dialogen med kunderna går från att vara ett produktinköp till att vi driver nya intäkter med goda marginaler och att fokus blir på lösning och ROI.

Våra kunder har en hög marginal på sina paketeringar när våra tjänster inkluderats, ofta på över 50%, vilket skapar incitament för kunderna för ökat fokus på egna försäljningsinsatser och marknadsföring, vilket vi ser tilltar.

Gällande affärsdialogen med en större s.k. **Retailkedja**, tecknade vi ett avtal i början på januari i år och vi bedömer att potentialen i den affären för EyeOnID är mycket stor och att vi kommer se en ökning av våra intäkter redan under andra halvan av 2020. Affären kommer även att ge en tydligare exponering av ID-skyddstjänster i 4 olika marknader som vi kommer att lansera i. Detta kommer inte bara att gynna EyeOnID utan även branschen i stort när allt fler människor och hushåll nås av erbjudandet.

**Telenors** lansering under januari av det nya erbjudandet SAFE har redan visat positiv utveckling av antalet aktiva användare i vår tjänst vilket även innebär att vi bedömer att vi kommer kunna se en positiv intäktsutveckling ur samarbetet med den kunden under Q2. Under Q1 har antalet betalande kunder vuxit med närmare 50% till följd av ökade aktivitet men även som en konsekvens av det förändrade avtal vi tecknade med dem under 2019.

Den affären fungerar även som en väldigt viktig referens för oss i marknaden som ett tydligt bevis på att det går att bygga lönsamma och framgångsrika mervärdestjänster inom ID-skydd. Affären har genererat ett kraftigt ökat intresse för våra tjänster både i Norden och ute i Europa.



### **Leveransläget:**

För att kunna möta en ökad efterfrågan på våra lösningar och tjänster har vi löpande sedan i somras stärkt upp leveransteamet och vår leveranskapacitet vilket är ett led i att bli mer affärs- och kundfokuserade. Dels genom att vi byggt upp en leveransprocess och stärkt upp teamet med projektledarkompetens. Vi har även parallellt automatiserat flera delar av vår plattform som möjliggör att vi kan korta ledtider och minska resursåtgången för varje ny leverans och får därmed större flexibilitet och kan hantera flera parallella projekt. Detta kommer att påverka lönsamheten positivt över tid då kostnaden per ny kund minskar. Ordergången har succesivt vuxit men jag ser inte att det i nuläget påverkar ledtiderna för leverans. Vi har även tagit höjd för att med kort varsel kunna stärka upp vid behov för kommande beställningar.

**Telenor:** Under Q4 2019 levererade vi dels ett nytt uppdaterat s.k. API för Telenors nya lansering SAFE, dels vårt senaste marknadserbjudande, EyeonMarket, som stöd för att driva marknadsaktiviteter till Telenors säljsidor samt även en PCI-lösning för säker hantering av kortuppgifter.

Under Q1 i år har Telenor genomfört en omfattande migrering av sina tidigare kunder i tjänsten "Sikker ID" till deras nya tjänstepaket "SAFE". Migreringen däremellan har nu avslutats med mycket bra resultat och en väldigt nöjd kund. Vi påbörjar nu aktiviteter med Telenor för att driva en ökning av antalet aktiva användare vilket kommer att pågå under april månad där vi stödjer dem i marknadsbearbetningen.

Den europeiska **retailkedjan** är under leverans och tidplanen för lansering, som tidigare kommunicerats till att ske under första halvåret 2020, går enligt plan med lansering i flera länder parallellt. På grund av Coronaläget kommer fokus i första hand att ligga på försäljning och marknadskommunikation via digitalt baserade kanaler. Vi kommer även att integrera såväl försäkring som betallosningar. Den största delen av arbete är kopplat till kommersialiseringen av tjänsten samt marknads- och produktkommunikation, där EyeOnID även stöttar i dessa processer, tillsammans med kund.

Erbjudandet kommer att säljas under ett eget nytt namn och även vara tydligt co-brandat med EyeOnID som leverantör av tjänsten.

Parallellt pågår flertalet leveranser mot nya distributionspartners och försäkringsbolag i och utanför Norden där vi är klara för leverans med lansering planerad till april och maj, vilket är något försenat jämfört med vad som tidigare kommunicerats.

Jag ser att vi har en bra balans mellan olika kunder och leveranser med både portallösningar och API-lösningar vilket gör att vi kan hantera nya affärer med relativt korta leveranstider.

### **Affärsutveckling:**

Under förra året påbörjade jag en transformation av EyeOnID, i syfte att positionsflytta bolaget till att bli ett mer affärs- och kunddrivet bolag som kan möta marknads- och kundkrav på erbjudanden, tekniska förutsättningar och stödet för att lyckas med nya satsningar. Detta är en ständigt pågående process och vi har redan kommit långt, vilket kommer stärka konkurrenskraften och långsiktig lönsamhet som följd.

De investeringar som gjorts under de senaste åren i våra plattformar och tjänster har gett oss en mycket konkurrenskraftig lösning som nu är automatiserad och har den flexibilitet och skalbarhet som krävs för att kunna växa med nya kunder. Vi fortsätter nu att driva utvecklingen mot ytterligare affärstödande tjänster.

Framförallt har vi fokuserat på att utveckla sälj- och marknadsstödande funktioner för våra kunder, bl.a. genom

EyeOnMarket som driver säljkonvertering och driver s.k. leadsgenerering via digitala kanaler och sociala medier. Dessutom fungerar EyeOnMarket även som stöd för att bygga kommunikations- och innehållsframtagande som stödjer kundernas egna varumärken och sälj- & konverteringsprocesser.

Som ytterligare ett led i detta stärker vi nu vårt erbjudande med tjänster inom både försäkring, assistans och betallosningar vilket inte minst ska tydliggöras i partnerskapet med den retailkedja som vi ser ska lansera sitt erbjudande inom kort, om inget oförutsett sker.

Ett par viktiga steg har tagits för att möjliggöra denna positionering, vilket bl.a. innefattar att kunna erbjuda en "one-stop-shop"-lösning för samarbetspartners, där affärsnyttan tydliggörs och implementation- och lansering förenklas i långt mycket större utsträckning än tidigare. Flera hörnstenar har varit på plats redan



sedan tidigare och nu har vi tagit det ett par steg längre, genom samarbetsavtalen med assistans- och försäkringsbolaget HELP samt Arvato för betalningslösningar. Dessa två samarbetsavtal ger EyeOnID nu möjligheten att erbjuda fullständig "one-stop-shop"-lösning till våra kunder och samarbetspartners vilket nu integreras i pågående leveranser och kommer kunna lanseras i samtliga nordiska länder. Detta på ett sätt som ger skäl att tro att säljcykler kommer att kortas ned samtidigt som affärsnyttan och kraften i lanseringar kan konvertera kommersiellt på ett helt nytt sätt.

#### **Operativ verksamhet:**

Vi har idag säkrat vår leveransförmåga löpande genom att investera i både nya processer och stöd men också genom att ta in resurser som gör att vi säkerställer kompetensen och långsiktiga förbättringar.

Som ett led i att bli allt mer kund- och affärsorienterade kommer vi löpande att stärka upp vår sälj- och marknadsförmåga genom att ta in nya resurser och kompetenser. Under början av året stärkte vi upp teamet med ytterligare en UX-utvecklare (User Expert), tillika UI-designer (User Interface) för utvecklingen av kundanpassade lösningar såväl som för all vår utveckling av digitala gränssnitt såsom portaler och webbsiter.

Våra tidigare investeringar som gjorts i teknik och plattformar ligger till grund för våra tjänster inom ID-monitorering med en skalbarhet och flexibilitet som jag bedömer som marknadsledande. Vi fortsätter att löpande vidareutveckla och säkerställa denna position men till avsevärt lägre kostnader genom trimmad produktion och ökad effektivitet.

Vi har nu även implementerat en ny driftsplattform under början av januari som innebär förbättrad flexibilitet och skalbarhet, vilket i sin tur kortar ned leveranstider och snabbar på utvecklingen av nya funktioner.

Samtidigt som vi ökar effektiviseringen och minskar kostnader i både produktion såväl som inom data- och serverkapacitet, trots ökade datamängder, kan vi driftsätta stora globala lösningar med endast ett fåtal resurser. Det är imponerande! Resultateffekten av detta hoppas jag kommer att kunna visa sig redan från starten av Q2.

Mänskliga tragedier till trots så har jag ett ansvar för bolaget, dess anställda, kunder och partners, såväl som för att hålla bolagets aktieägare informerade. Jag hoppas därför att ni inte misstycer att jag fortsätter att hålla er uppdaterade kring vår verksamhet, våra kunder, kommande lanseringar och vår jakt på tillväxt.

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 grundades 2015 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 3 april 2020 kl. 07.50 CET.*