

EYEONID GROUP AB: VD-Brev Oktober

Hösten är på väg och det är full fart i verksamheten när vi lägger Q3 bakom oss som inneburit ytterligare en period av mycket aktiviteter. Dels flera pågående leveranser som börjar närma sig lansering men även fortsatta och intensifierade avtalsdialoger som vi fokuserar på för att de ska komma närmare avslut. Under september genomförde vi även en aktieägareträff med fokus på verksamheten och EyeonID som företag, våra kunder, vår affär och våra produkter. Jag kunde med stor glädje se ett deltagande som var över min förväntan i antal deltagare och ett stort visat intresse för bolaget vilket jag är väldigt glad för. Trots att kundernas köpprocesser fortsatt går lite långsammare än önskat så kan man se en trend som ändå visar på ett fortsatt starkt intresse för tjänsterna som EyeonID erbjuder.

Efter ett flertal kundmöten både inom och utanför Norden ser jag även att det finns en tydlig differentiering i de mervärden som EyeonID har i sitt erbjudande, som dels kommer från vår styrka inom compliance, bl.a. genom vår certifiering avseende PCI-DSS, och dels styrkan i den textanalysplattform - EyeOnText - som vi har utvecklat.

Jag kommer fortsätta att driva våra fyra viktigaste fokusområden som fortfarande är de som jag ser att vi måste säkerställa, både kortsiktigt såväl som att bygga 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 marknadsnärvaro och stärka vår distributionskapacitet.
3. Driva hållbar och långsiktig affärs- och produktutveckling.
4. Säkra operativ uthållighet genom finansiering samt att stärka upp våra processer och arbetssätt som möter marknadens och kundernas krav.

Affärsläget/marknaden:

Under den senaste perioden har vi arbetat intensivt med att färdigställa leveranserna för de två stora projekt som pågår.

Den ena leveransen avser den färdiga lösningen för Baloise Group, vars namn vi offentliggjorde föregående vecka, efter att vi ingått avtal med Baloise Group i maj månad. Leveransen inkluderar nu även en nyutvecklad marknadstjänst i form av en marknadsportal där vi använder oss av vår sedan tidigare presenterade produkt, EyeOnPass. Avsikten är att driva trafik från olika webbplatser, såsom t.ex. sociala medier, till kundens egen webbsida för att driva en ökad konvertering till aktiva användare. Under början av oktober kommer nu EyeonID's produkter att rulla ut i ett större återförsäljarnät om närmare 3000 försäkringsagenter för att dessa ska få information och utbildning för att kunna sälja och lansera i marknaden, med start i början av november månad.

Den andra leveransen avser Telenor, där vi – utöver tidigare leveranser - utvecklat stöd via vårt API för att Telenor ska kunna använda vår marknadsfunktion (läs: marknads- och



användarportal) som skall användas vid re-lansering av deras paketering kopplad till vår ID-monitoreringstjänst.

Det LOI (Letter of Intent) vi tecknade med en europeisk retailkedja har nu fört oss in i slutskedet – om än att det tagit längre tid än både beräknat såväl som önskat. Skälet till att detta har dragit ut på tiden är potentiellt positivt, även om inget är klart förrän det är klart. Det som är positivt är att den potentiella kunden eventuellt önskar vidga den geografiska marknaden redan från start, i tillägg till att man undersöker om ett bredare erbjudande ska lanseras direkt. Detta gör att avtalets omfattning påverkas och blir större än tidigare planerat, i händelse av att dessa ändringar blir realitet. Oavsett så arbetar vi outtröttligt med att nå en affär som är ömsesidigt framgångsrik, för vår potentielle kund såväl som för oss.

Sammantaget har hösten startat bra med flertalet nya förfrågningar och vi ser framför allt ett allt större intresse från såväl bank/finans som från försäkringsbranschen.

Jag vet att många känner en stor frustration över att affärerna drar ut på tiden och jag delar den känslan även om jag har stor förståelse för vilka processer som omfattas hos våra kunder.

Vid vår aktieägareträff i september visade jag upp en övergripande plan för hur affärsläget ser ut och att vi i nuläget har ett antal intensiva affärsdialoger, huvudsakligen i Europa. Dessa omfattar både telekom- och försäkringsbranschen. Vissa av dialogerna har pågått under en längre tid medan några är nyare som tillkommit under våren/sommaren. Under aktieägarträffen redogjorde jag även för hur vår säljprocess ser ut och varför t.ex. LOI/avsiktsförklaringar är en viktig del av vår säljprocess, då den definierar såväl vilken typ av samtal vi kan föra med kunden och även då ett LOI skapar ett engagemang från båda sidor att finna olika lösningar. Det är ofta en förutsättning för att vi skall kunna gå in i de ofta djupa dialogerna kring verksamhet och affären hos kunden.

Ytterligare en sak som jag bedömer som ytterst viktig är att vi säkerställer en så hög närvaro i den europeiska marknaden som möjligt. Marknaden i Europa består av drygt 740 miljoner invånare varav 72% använder internet dagligen. Rensat för länder med låg köpkraft och små marknader samt att vi inte i nuläget ser Ryssland som en relevant marknad så är den bedömda adresserbara marknaden för EyeOnID ca 110 miljoner användare.

Genom arbetet med att säkra dialoger och LOI'er med olika kunder så säkerställer vi en så stor närvaro som möjligt och det s.k. footprint som vi därmed får ligger till grund för framtida affärer även om våra kunder inte alltid är redo att lansera och konvertera i den takt som vi önskar.

Jag är helt övertygad om att vi kommer se ID-skydd och monitoreringstjänster som en commodity inom 2-3 år och att marknaden i form av slutanvändare kommer säkerställa att de har en fungerande och tillförlitlig proaktiv tjänst för att hålla koll på var ens digitala ID eventuellt har läckt ut.

Partnerskap:

Partnerskap är en central del i hur vi som bolag driver affären men även hur vi utvecklar densamma avseende nya servicetjänster i första hand. Vi kan dela in våra partnerskap i två huvudsakliga grupper:

- Distribution/försäljning - Partners som driver nya kunder och affärer till oss genom att man bearbetar marknaden löpande och fristående avseende våra tjänster, såsom t.ex. MMW (Match Maker Ventures). Där jag ser att vi löpande gör framsteg både i marknadsnärvaro såväl som gällande kvalitet i s.k. prospects samt kvalificering av "sales leads". Andra exempel är olika plattformar som t.ex. WTW och Tieto.

- Servicetjänster – Företag som tillhandahåller tjänster eller produktkomponenter som på olika sätt kan komplettera vårt erbjudande. Här kan nämnas betaltjänster och försäkrings- & supportlösningar men även verifieringsplattformar (s.k. Single Sign On) och vår erkända Password Manager, Enpass.

På marknadssidan har vi även under hösten tecknat ett avtal med Gartner i syfte att skapa bättre kunskap i marknaden kring vad som utgör kvalitet och vad som differentierar olika aktörer inom proaktivt ID-skydd.

Produktutveckling:

Vi jobbar kontinuerligt med att utveckla både tjänsten och den tekniska plattformen samtidigt som vi adderar nya service- och tjänstekomponenter. Arbetet sker både tillsammans med kunder genom olika typer av krav och marknadsmässiga behov som vi utvecklar stöd för, kombinerat med mer långsiktig utveckling av ny funktionalitet inom befintligt erbjudande såväl som utveckling för nya tjänsteområden.

Just nu ligger fokus på att säkerställa kommande utveckling av EyeOnID's ID-monitoreringstjänst, med en fördjupade integration av NLP som kommer att ge en bättre relevans för kunderna när det gäller vilka olika läckor och typer av ID-begrepp som identifierats i dessa. Vi kallar det för "Dynamic Matching" vilket även ger en mer kvalificerad och mer individanpassad s.k. risk scoring. Detta kommer betyda att vi får en tydligare differentiering av vår produkt jämfört med konkurrenternas. Lansering beräknas kunna ske till sommaren vilket är något senare än tidigare planerat men vi bedömer att det ligger bättre i tiden marknadsmässigt.

Utvecklingen av en ny distributionsplattform för EyeOnText's mjukvara NLP gör att vi kommer kunna distribuera access till mjukvaran på ett mer automatiserat sätt både för användare men även för utbyte av data och tillämpning. Detta riktar sig i första hand till utvecklare inom dataanalys såväl som till universitet och forskningsprojekt som vill kunna använda NLP-teknologin i olika typer av projekt. Vi kommer även att ta fram olika standardmoduler som direkt går att arbeta med som en molntjänst eller ansluta via API. Syftet är att öka tillgängligheten för tjänsten och driva på innovationsutveckling inom området snabbare än vad vi kan göra i dag och med högre effektivitet. Lansering beräknas ske under våren 2020.

Marknadskommunikation

Vi har under hösten inlett ett samarbete med Gartner som syftar till att stärka och skapa tydlighet i marknaden kring våra tjänster såväl som inom det marknadssegment för ID-skydd och websscanning som vi är verksamma inom. Det saknas i dag tydlig definition för vad som är teknisk kvalitet i segmentet och för den typ av teknologi som vi levererar. Genom samarbetet med Gartner vill vi sätta tydliga definitioner och identifiera olika typer av kvalitetsnivåer i marknaden.

Vi kommer även att delta vid en telecommässa och konferens (ETIS) i Wien 17 – 18 oktober där merparten av de större aktörerna inom branschen kommer delta. Där kommer vi att vara en av utställarna samt även göra anföranden kring våra tjänster och erbjudanden.

Extra bolagsstämma

Styrelsen har kallat till extra bolagsstämma som sker torsdagen den 7 november 2019, kl 17:00, hos Eversheds Sutherland Advokatbyrås kontor på Strandvägen 1 i Stockholm. De



huvudsakliga ärendena avser utökning av bolagets s.k. kapitalgränser i bolagsordningen samt förnyat bemyndigande för styrelsen. Se kallelsen i sin helhet på vår hemsida.

Då vi fått några frågor från aktieägare – vilket både jag själv såväl som styrelsen uppskattar - kring föreslagen storlek på förändring av kapitalgränserna så vill jag gärna passa på att kommentera även detta. Vid en ändring av kapitalgränserna är det vanligt förekommande – särskilt gällande mindre bolag – att man utgår från nuvarande antal aktier och aktiekapital och sedan ber bolagsstämma om höjning i enlighet med det min-max-förhållande som stipuleras i aktiebolagslagen (dvs $\text{max} = 4 \times \text{min}$). Ofta föreslås "min" hamna i närheten av nuvarande antal aktier jämte aktiekapital. Allt som oftast sker dessa höjningar därmed i större steg – om än inte alltid – för att inte behöva kalla till bolagsstämmor mer än nödvändigt, som annars skulle bli fallet vid successiva höjningar. Ett bolag som ber att få höja kapitalgränserna ska dock inte förväxlas med beslut om att bolaget i fråga nödvändigtvis har för avsikt att agera så att man "slår i taket" inom de nya kapitalgränserna, utan snarare istället för att ha utrymme för framtida ageranden, både på kort och längre sikt, utan att behöva be om höjningar av kapitalgränserna för ofta. Vi hoppas få träffa så många av er aktieägare som möjligt på stämman, då det också ger möjlighet till mer personliga samtal och diskussioner mellan aktieägare och företrädare för bolaget.

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 11 oktober 2019 kl 10.15 CET.

.