

PRESSMEDDELANDE
2020-01-29

EYEONID GROUP AB (publ): VD-brev januari 2020

Efter en hektisk period med genomförd företrädesemission och flera ingångna affärer går vi med finansiering på plats in i 2020 med fullt affärsfokus. Vi fokuserar nu helt på att vidareutveckla affärerna och vår positionsförflyttning till att bli ett allt mer affärs- och kunddrivet bolag. Det nya året har börjat väldigt positivt och vi är i full gång med leveranser i tecknade avtal för att säkerställa nya intäkter. Parallellt fortsätter säljarbetet kring nya affärer samt att säkerställa den planerade produktutveckling som jag ser kommer att bredda affären för bolaget.

Med finansieringen på plats kan vi nu lägga kraften på nya affärer och på våra befintliga kundavtal. Långsiktigt kvarstår våra fokusområden som jag tidigare kommunicerat men kortsiktigt kommer prioriteringen vara att säkra intäkter från tecknade avtal och säkra leveranser och bästa möjliga kundupplevelse. Vi har en teknisk lösning på plats och under hösten stärkt upp vår leveransförmåga för att kunna möta nya avtal och kunna leverera med korta ledtider och bästa tänkbara kvalitet inför lanseringar.

Fokusområden övergripande:

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.

Prioritering Q1:

1. Säkra leveranser av tecknade avtal för att kunna lansera tillsammans med våra kunder och säkra nya intäkter genom nya användare i vår plattform.
2. Säkra konvertering i löpande avtal för att öka intäkterna och samtidigt stötta kunderna i deras försäljning av Eyeonid's tjänster.
3. Genom ökat marknadsstöd bredda närvaron och säljförmågan, primärt i Europa.
4. Säkra roadmap för produktutveckling av våra tjänster för att bibehålla en ledande position inom ID-monitorering och textanalys.

Affärsläget/marknaden:

Under slutet av december har vi haft ett fortsatt starkt fokus på affären och vår försäljning. Vi tecknade nya avtal med två kunder samt genomförde leverans och lansering med det belgiska försäkringsbolaget **Baloise**. Genom att vi tecknat flera nya avtal kommer leveranser av dessa att vara ett starkt fokus för att säkerställa lansering och aktiveringar av våra tjänster.

Vi ser en positiv effekt i marknaden av de lanseringar och affärer som kommunicerats under senare tid, vilket fått till följd att intresset försätter att öka markant inom såväl bank och försäkring som inom telekom i Europa. Vi ser en allt ökad kommunikation av nyheter kring ID-stöld och dataläckor i världen och att medvetenheten om effekterna blir allt större. Det märks inte minst i de dialoger som vi för med olika befintliga kunder såväl som potentiella kunder där Telenor har bidragit till att driva på den ökande medvetenheten på ett positivt sätt.

Året startade med två viktiga händelser. Dels att **Telenor** har genomfört en ny lansering av sin säkerhetspaketering **SikkerID** och lanserat den nya tjänsten **SAFE**. Och dels tecknandet av avtal med den europeiska retailkedjan som nu är i leveransläge.

Några affärshändelser:

Den 17 januari kunde vi teckna avtal med den **europiska retailkedjan** som vi ingick LOI med under sommaren 2019. Färdigställandet av avtalet har skett parallellt med att vi påbörjat leveransprojektet och går nu in i en mycket intensiv fas för att under närmaste sex månaderna kunna lansera i flera marknader parallellt. Genom avtalet får vi möjlighet att etablera oss med stark position i ett nytt industrisegment som vi bedömer har stor potential, både nu och över tid. En viktig faktor, som skiljer Retail från andra segment, är att man har en helt annan typ av marknadsföring och går mycket bredare i olika kanaler med erbjudande- & produktfokus i bredmedia och interna kanaler. Effekten är man snabbare når ut till både befintliga och nya slutkunder i marknaden och att man har en mer frekvent kommunikation. Jag ser att detta kommer ge bra förutsättningar för nyförsäljning såväl som att det kommer öka marknadens och konsumenternas medvetenhet om Eyeonid som bolag och den typ av tjänster bolaget erbjuder.

Samarbetet med **Telenor** går nu in i en ny fas efter att deras nya erbjudande SAFE har lanserats i Norge. Den erfarenhet som byggts upp kring ID-säkerhet under den initiala perioden har nu blivit ett mycket strakt erbjudande som är väl anpassat till marknaden, varumärke och kundbehov. Förutom en ökning av nyförsäljning i den nya tjänsten kommer även befintliga kunder succesivt att migreras från den tidigare lösningen med Eyeonid. Denna migrering kommer att starta under februari i år. Vår bedömning är att konverteringsgraden och antal nya slutkunder löpande kommer att öka och ge en positiv utveckling för Eyeonid under året.

Det nya avtalet med en ny **distributör** av Eyeonid's tjänster för Norden och valda delar av Europa tecknades i slutet av december. Tjänsten kommer levereras under distributörens varumärke och sampaketeras med deras befintliga produkterbjudande samt säljas som en kompletterande tjänst. Bedömningen är att detta ökar relevansen i distributörens befintliga affär såväl som att den prenumerationstjänst som Eyeonid's ID-monitorering möjliggör skapar en återkommande relation med kunderna vilket i sin tur genererar nya intäkter och ökat s.k. Customer Lifetime Value i distributörens affär. Det är första gången vi sampaketerar vår affär med en distributör som finns i flera olika kanaler och återförsäljarled vilket är väldigt spännande. Lansering kan ske i flera länder.

Avtalet med ett större tyskt **försäkringsbolag** står inför leverans och vi bedömer att den initiala s.k. soft launch som skall ske kommer kunna bli realitet under första kvartalet i år. Lansering sker via Eyeonid's portal med kundens eget varumärke. Kunden kommer testa tjänsten mot marknaden som en skarp produkt från start med möjlighet att göra anpassningar i paketering och säljmodell innan man lanserar brett.

Baloise i Belgien lanserade sitt erbjudande i november och vi förväntar oss en succesiv ökning av antal slutkunder över tid. Baloise är först ut i Belgien och med erfarenheterna från bl.a. Telenor så vet vi att det tar lite tid innan marknaden svarar upp på nya tjänster. Denna gång har vi dock en något annorlunda prissättning och aktiveringsmodell vilket gör att vi kan förvänta oss intäkter i affären snabbare än tidigare, i samband med att slutkunderna tecknar sig för erbjudandet. Vi har ett nära samarbete med kunden och arbetar löpande med hur man kan driva kommunikation och konvertering.

Produktutveckling:

Den produktutveckling som vi har i vår s.k. Product Roadmap 2020 är fokuserad på två områden. Dels funktionalitet och stöd för ökad tillämpning av data och dels förbättring av den kundupplevelse som vi levererar genom t.ex egna portaler och via API. Den grundläggande tekniska plattformen och vårt API visar, inte minst i affären med Telenor, att vi har byggt stöd för en flexibel och kvalitativt stark tjänst. För kunder där vi bygger portaler som bär deras eget varumärke är det väldigt viktigt att vi kan upprätthålla en bra slutkundsupplevelse genom hela tjänsten, dvs det som även kallas UX (User Experience). Våra digitala gränssnitt i tjänsten är en del av produkten och som alla slutanvändare möter. Det är viktigt att vi bygger detta så att värdet av underliggande teknik blir enkelt och relevant för användaren. Vi kommer därför att lägga mer tid på detta under första halvåret och vi stärker upp vår UX-förmåga löpande med ytterligare resurser i teamet.

"Dynamic Matching" som är en av våra viktigaste satsningar framöver är under utveckling där delleveranser sker löpande även mot befintlig plattform. Närmast så är det möjligheten att läsa in fler datatyper från läckor som möjliggörs men även förmågan att samla mer och ny information från olika webbsidor och forum på darknet och deepweb som ökas. Genom en ökad automatisering kommer vi kunna komma åt mer data på ett ännu mer effektivt och kvalitativt sätt.



Löpande så ökar vi vår redan ansenliga mängd av läckt data och vi kunde nyligen addera ytterligare närmare en miljard nya digitala ID-uppgifter från olika läckor. Det är skrämmande datamängder som ytterligare visar på relevansen av vårt erbjudande i marknaden, både i Sverige såväl som internationellt.

Extra bolagsstämma

Bolaget har kallat till extra bolagsstämma som hålls den 31 januari 2020, kl 10.00, där styrelseledamot Joerg Floeck föreslås entledigas pga nya uppdrag och åtaganden som begränsar hans möjlighet att kvarstå. Bolagets VD, Patrik Ugander, föreslås tillträda som styrelseledamot i Joerg Floecks ställe.

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 29 januari 2020 kl. 11.20 CET.