



making content work

Vergadering van Obligatiehouders Jaarrekening 2017 Xillio Nederland BV

Rikkert Engels
Jana Kortusova
November 14, 2018

2017: Slow down to speed up!

Door de eerdere succesvol uitgevoerde NPEX emissie hebben we in 2017 significant kunnen investeren in software ontwikkeling. Mede door de Cool Vendor erkenning en het Hype Cycle van Gartner is er een significante groei in vraag ontstaan van software partijen en implementatie partners die interesse hebben in ons product.

Hierdoor hebben we in 2017 significant geïnvesteerd in productontwikkeling en het uitbouwen van ons partner netwerk. Beide strategieën hebben een lange aanlooptijd en zorgen voor een stap terug in omzet voor 2017. Q4 2017 laat echter een sterke groei zien van de order pijplijn voor 2018 als gevolg van deze strategie. Dit leidt tot een significante versnelling van de omzet in de tweede helft van 2018 en daarna.

Prognose 2018-2020

Vanwege de significante order groei in het laatste kwartaal van 2017 is de order pijplijn voor 2018 zeer ruim gevuld.

De doorlooptijd van een OEM-deal is 14-18 maanden. Om die reden verwachten wij dat vanaf de tweede helft van 2018 de omzet uit de OEM-business zal gaan bijdragen aan de omzet. Vanaf 2019 zal dit substantieel gaan groeien en zorgen voor de versnelling van de omzet. De geprognoseerde omzet voor 2018 is EUR 3240k, voor 2019 6655k euro en voor 2020 11700k euro.

2017 business retrospect

■ Good (as planned)

- Product development
- Key hires for product team
- Streamlined development team
- International branding and awareness

■ Not so good (unexpected)

- Lack of appetite at CMS vendors providing interoperability
- Clients still primarily focused on doing migrations

■ Learnings

- 21 categories to chase with OEM deals is too much. You can't provide proper follow up

2017 Jaarrekening Xillio Nederland BV

Dijck & de Ridder

Xillio Nederland B.V., Hilversum

GECONSOLIDEERDE RESULTATEN

Bespreking van de geconsolideerde resultaten

	2017		2016		Mutatie EUR
	EUR	%	EUR	%	
Netto-omzet	<u>1.418.033</u>	<u>100,0</u>	<u>2.718.596</u>	<u>100,0</u>	<u>-1.300.563</u>
Kosten uitbesteed werk en andere externe kosten	53.394	3,8	302.842	11,1	-249.448
Lonen en salarissen	1.247.724	88,0	1.524.710	56,1	-276.986
Sociale lasten	124.193	8,8	192.444	7,1	-68.251
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	150.783	10,6	23.627	0,9	127.156
Bijzondere posten	160.000	11,3	-	-	160.000
Overige bedrijfskosten	<u>998.591</u>	<u>70,4</u>	<u>527.366</u>	<u>19,5</u>	<u>471.225</u>
Som der bedrijfslasten	<u>2.734.685</u>	<u>192,9</u>	<u>2.570.989</u>	<u>94,7</u>	<u>163.696</u>
Bedrijfsresultaat	-1.316.652	-92,9	147.607	5,3	-1.464.259
Financiële baten en lasten	<u>-254.843</u>	<u>-18,0</u>	<u>-107.925</u>	<u>-4,0</u>	<u>-146.918</u>
Groepsresultaat uit bedrijfsuitoefening vóór belastingen	-1.571.495	-110,9	39.682	1,3	-1.611.177
Belastingen	<u>358.566</u>	<u>25,3</u>	<u>-1.301</u>	<u>-</u>	<u>359.867</u>
	-1.212.929	-85,6	38.381	1,3	-1.251.310
Resultaat aandeel derden	-	-	-40	-	40
Netto groepsresultaat na belastingen	<u>-1.212.929</u>	<u>-85,6</u>	<u>38.341</u>	<u>1,3</u>	<u>-1.251.270</u>

2018 Plan

- Stop trying to sell OEM integration deals to CMS vendors and focus on migrations instead
- Introduce Migration as a Service
- Focused OEM Campaigns per target category

2018: Revamp migration and Start Sales Integration

Q1 and Q2

■ Focus Direct Sales efforts on migration

- Migration as a Service
- Partner with ECM vendors
- Direct Sales Netherlands

■ Targeted OEM Campaigns

- GDPRP
- Archiving
- Localisation

Key wins 2018 Q1 and 2

- **Migration as a Service (4 new clients)**
- **Partner with ECM vendors**
 - Top 3 vendors are actively promoting Xillio and providing hot leads
- **Direct Sales Netherlands**
 - Migration revenue shows steep growth. Q2 was best quarter in history of Xillio migration

Key wins for Q1 and Q2

■ Targeted Campaigns

- **GDPR: Large Finance win**
- **Archiving: 2 hot prospects**
- **Localisation: Very very high demand in this sector**

■ Based on market feedback within localization we decided to investigate this market further

2018 Q3 and Q4: start ruiping Fruits

- Increased focus on Localisation & Analytics
- Localisation to both OEM as well as to End clients
- Introduce Localisation at two industry events in October
- Hire two senior Sales execs in localization
- Release version 2 of Xillio API
- Significantly increase Xillio Sandbox experience

Key wins Q3 and Q4

- We pass ALL technical due diligence with flying colors
- OEM Archiving: key wins achieved
- OEM Analytics: Key wins achieved
- Winner of Process Innovation Challenge at Localisation Event (Locworld Seattle)
- 42 hot leads from those 2 localization events
- Strong acceleration in Revenue in Q3 and Q4
- Monthly Recurring Revenue will grow with more than 400% this year and will surpass the 100k MRR per month

2019 plan and beyond

- Increase localization sales
- Increase localization specific features
- Launch Xillio at AWS Marketplace (Jan 2019)
- Focus sales efforts on ISV content analytics providers
- Increased (product) marketing focus on developer experience