



Onderwerp: Eerst breed dan diep strategie slaat aan

Datum: 2 februari 2024

In de update van 23 november 2023 hebben we gemeld dat we een eerste grote klant in Canada hebben gewonnen, een ministerie van de Canadese overheid. We hebben nu nog 2 strategisch belangrijke Canadese klanten gewonnen. Een eerste regionale overheid klant en één van de grootste energieleveranciers van Canada.

We hebben dus nu 3 typen klanten gewonnen. Een overheidsklant op regionaal niveau, een overheidsklant of federaal niveau en een grote landelijke speler uit de energie markt.

Alle 3 de migraties zijn vanuit Opentext naar Microsoft.

Dit is erg belangrijk want Opentext is een Canadees bedrijf en heeft honderden klanten in Canada. Dit zijn een van de eerste grote klanten die de overstap maken van Opentext naar Microsoft. De resultaten liggen dus onder een vergrootglas.

Daarnaast hebben we met afstand de beste januari ooit. We hebben al 6 klanten gewonnen, die bij elkaar al voor € 2 miljoen plus aan business zullen genereren in 2024. Dit is veel meer dan normaal. Normaal is Q1 het minste kwartaal en is januari de minste maand wat betreft nieuwe business en is Q4 het beste kwartaal. Deze 6 deals waren normaal gesproken in Q4 2023 gesloten en gestart. De "normale" gang van zaken is dat klanten het gereserveerde migratie budget in Q4 nog opmaken. Hierdoor is Q4 normaal gesproken het beste kwartaal. Nu is de redenering precies andersom. Er was geen budget meer in 2023 en migratie budget werd vrijgegeven in 2024.

Ondanks een teleurstellend vierde kwartaal is 2023 nog steeds zeer positief afgesloten. Onze halfjaarcijfers volgen eind februari en de jaarrekening zal dit jaar, naar verwachting, in Q2 worden opgeleverd. We kunnen echter al wel mededelen dat de omzet rond hetzelfde niveau als in 2022 is geëindigd en dat bedrijfsresultaat (EBITDA) zeker boven de € 1,6 miljoen zal uitkomen. Uiteraard nog steeds zeer goede cijfers. En grosso modo nog steeds een groei van 30-35% per jaar sinds 2017.

Misschien nog wel belangrijker dan behoud van zeer gezonde winstgevendheid is de kwaliteit van de omzet. We zien zeer duidelijke signalen dat onze strategie van eerst breed, dan diep aanslaat. De omzet uit eigen (partner) gebruik van de software is in 2023 toegenomen met 358% (van 159k naar 570k). Hierdoor neemt de intrinsieke winstgevendheid toe omdat de marge op software hoger is dan de marge op dienstverlening.

De schaalbaarheid neemt hierdoor ook toe. Meer software verkopen vereist veel minder personeel dan dienstverlening.

Daarnaast levert AI voor ons ongekende groei mogelijkheden op. De kwaliteit van content bepaalt voor een groot gedeelte de kwaliteit van AI. Wij zijn expert in de kwaliteit van content aangezien dit een essentieel onderdeel is van contentmigratie.



Binnen de eerst breed, dan diep strategie zien we al de eerste signalen dat “breed” goed werkt. Immers, partner gebruik is met 358% toegenomen

De “diep” fase wilden we bereiken door eigen producten te gaan ontwikkelen, partner producten te gaan doorverkopen of door andere software bedrijven te kopen. Door de opkomst van AI willen we de “diep” fase primair met eigen producten gaan bereiken aangezien de huidige migratie producten zich goed lenen voor continue gebruik van AI.

In de wereld met AI is er een nieuwe behoefte voor ons product ontstaan omdat klanten de juiste content aan hun AI engine willen voeden voor zo goed mogelijke resultaten.

We hebben hiervoor ook een blog geschreven die dit goed beschrijft.

<https://www.xillio.com/blog/integrating-task-specific-content-with-copilot365>

De toekomst ziet er dus zeer rooskleurig uit. Wij hebben een groeiplan gemaakt voor de periode 2024-2026 om deze eerst breed dan diep groeistrategie verder vorm te geven.

Hiervoor willen we 1,5 miljoen aan nieuwe aandelen uitgeven en zullen we binnenkort weer een nieuwe emissie starten op NPEX.

Met vriendelijke groet,

Rikkert Engels

CEO Xillio