



AKSJONÆROPPDATERING
2023

Q3

*Ta vare på hunden din
Slik den alltid tar vare på deg.*

lilbit[®]

INTRO

Om Lilbit

Lilbit er et fremtidsrettet teknologiselskap basert i Norge, spesialisert i utviklingen og produksjonen av Lildog og Lilcat smartenheter til hunder og katter.

I kjernen av Lilbit ligger en dyp forpliktelse til omsorg. Vi anerkjenner den ubetingede kjærligheten og lojaliteten som hunder og katter gir sine eiere. Derfor jobber vi utrettelig med å gi dem den samme grad av beskyttelse og livskvalitet gjennom våre avanserte teknologiske løsninger.

Nøkkeltall

MNOK	2022	2021	%
Driftsinntekter	16,1	6,1	164 %
Driftskostnader	24,2	14,5	67 %
Driftsresultat (EBIT)	8,1	8,9	-9 %
Investeringer i FoU	12,9	10,0	29 %
Egenkapital	37,6	44,9	-16,3 %
Egenkapital (%)	38 %	59 %	-35,6 %
Antall ansatte	11,0	17,0	-35,3 %

Høydepunkter

- Salg fra egen nettside økte med 220% i tredje kvartal sammenlignet med andre kvartal.
- En betydelig økning i salg til forhandlere; en vekst på over 100% i tredje kvartal.
- Vellykket implementering av ChatGPT4-basert kundeservice AI.
- Introduksjon av forhåndsbetaling for abonnement har økt gjennomsnittlig første innbetaling fra brukere til over tusen kroner.
- Spennende avtale med Spedify for automatisert lagerstyring, for å forenkle kundeservice ytterligere.

SJEFEN HAR ORDET

Lilbit i vekst

I tredje kvartal opplevde vi en god salgsvekst på 220% fra egne kanaler sammenlignet med forrige kvartal. Denne økningen skyldes primært vår innsats i sosiale medier. Videre har salget til forhandlere også fordoblet seg dette kvartalet. Butikkene har nå begynt å selge produktene de anskaffet i andre kvartal, noe som resulterer i en sterk tilstrømning av nye abonnemeter. Den gode veksten underbygger effektiviteten av vår salgsstrategi og viser vår kapasitet til skalerbar vekst.

I sin bok "Blitzscaling", forklarer Reid Hoffman, medgrunnlegger av LinkedIn, konseptet med «kraftig vekst», hvor ambisjonen er rask ekspansjon for å dominere et marked. En slik vekst kan utløse en dominoeffekt i organisasjonen. Selv om ressursene forblir konstante, krever det økt innsats fra alle involverte. Dette kan være krevende, samtidig som det er veldig inspirerende å se den positive responsen våre produkter mottar og den direkte verdien de gir kundene våre.

Vår forretningsmodell, som hovedsakelig er abonnementsbasert, sikrer oss en jevn strøm av økende og stabile inntekter. Imidlertid møter vi utfordringer med hvor mye vi kan investere i anskaffelse av hver nye kunde. Verdien av våre kunder starter ved første salg og øker for hver måned kunden betaler for sitt abonnement, noe som gir en betydelig livstidsverdi per kunde.

Vi kan likevel ikke bruke denne verdien som utgangspunkt ved anskaffelse av en kunde i nåtid da inntektene kommer senere. Noe som gjør at vår kostnad per salg, også kjent som "customer acquisi-

tion cost" (CAC), ligger vesentlig lavere enn den kunne ha vært. Dette betyr at selv om vi kan vise til en god vekst, så begrenser en lav CAC veksten, samtidig som det også betyr at den veksten vi opplever er svært lønnsom.

For å balansere inntektene mellom det kortsiktige og langsiktige perspektivet, har vi introdusert flere alternativer for forhåndsbetaling av abonnemeterne. I tredje kvartal har dette tiltaket ført til at gjennomsnittlig førstegangsbetaling fra våre kunder overstiger tusen kroner.

I dag velger over halvparten av alle nye brukere å forhåndsbetale for et års abonnement.

Balansen mellom nåværende forretningsbehov og fremtidige ambisjoner er derfor også et viktig fokus i utviklingen. Selv om våre nye innovasjoner som AI og avatar ikke bidrar med direkte inntekter, ser vi på dem som viktige investeringer for vår fremtid. Lansering av AI og vår avatar markerer det vi betegner som vårt "iPhone-øyeblikk", hvor vi introduserer en radikal ny løsning som møter en større kundebase og dekker



Morten Sæthre, CEO

kundenes behov på en langt mer omfattende og bedre måte enn dagens produkter.

Vi ser på dette som øyeblikket hvor vi vil eskalere vår vekst, ved å øke vårt investeringsnivå for kundeanskaffelse og dermed virkelig dominere markedet. I en tid hvor tillit fra forbrukerne er avgjørende, streber vi etter å møte behovene til våre eksisterende brukere, samtidig som vi utformer fremtidens løsninger.

Så til alle våre investorer, samarbeidspartnere og til vårt fremragende team - Takk for at dere er med oss på denne reisen. Vi er bare i begynnelsen.



REGNSKAPSFØRER HAR ORDET

God økonomisk vekst

Siden januar har vi sett en kontinuerlig månedlig vekst i inntektene. Den mest betydelige økningen kom i tredje kvartal, hvor salget til både forhandlere og kunder har økt mange ganger. Vi har også klart å redusere faste kostnader, noe som umiddelbart har styrket vår økonomiske stilling. Dette setter Lilbit i en posisjon hvor vi kan skalere opp virksomheten samtidig som vi jobber mot en stabil lønnsomhet.

Lilbit fortsetter sin gode vekst i tredje kvartal

Desember markerer et vendepunkt for oss. For første gang vil vi oppleve automatisk fornyelse av årsabonnemeter fra brukere som kjøpte abonnemeter i desember i fjor.

Dette betyr at vi i desember vil motta hele fjorårets abonnementsinntekter fra desember, som direkte påvirker bunnlinjen positivt. Dette mønsteret vil vedvare gjennom 2024, hvor vi hver måned vil motta fjorårets abonnementsinntekter i tillegg til inntektene fra nye brukere.

Dette bidrar betydelig til å forbedre selskapets likviditet.

Selv i en positiv vekstfase, er likviditetsstrømmen fortsatt stram. Hovedsakelig kommer dette fra kostnader innen produksjon, salg og distribusjon som forfaller før inntektene kommer.

Denne balansen, sammen med vår investering i AI-utviklingen, krever nøye styring og oppmerksomhet.

Forsinkelser i leveringen av revidert årsregnskap skyldes et omfattende

skattefunn-prosjekt. Dette prosjektet, med en verdi som overgår 20 millioner kroner, har krevd omfattende gjennomgang. Prosjektet gir en utbetaling på 3,8 MNOK i fjerde kvartal, og vi forventer en lignende utbetaling i 2024.

Ut fra årsregnskapet kan vi observere at Lilbit AS har hatt en vekst i driftsinntektene fra 4.7MNOK til 7.3MNOK. Videre har datterselskapet Lilbit ODM AS sett en betydelig økning i driftsinntektene, fra 1.4 MNOK til imponerende 8.8 MNOK. Som forventet, har det vært en mindre nedgang i egenkapitalen.

Med tanke på børsnotering, er vår visjon klar. Vi sikter mot en solid omsetningsøkning opp mot 50 millioner før meglerhus starter prosessen med å ta selskapet på børs.

Gitt dagens prognoser, planlegger vi å realisere dette målet i andre kvartal av 2024. Tiden for dette spennende skrittet nærmer seg raskt.

For øyeblikket avventer vi den endelige godkjenningen og mottakelsen av 4 millioner fra Innovasjon Norge.

Til slutt vil jeg nevne at en oppdatering av Caplist er planlagt for fjerde kvartal.

I tider med rask vekst og endring, forblir Lilbits økonomiske fundament sterkt, og fremtiden ser lys ut.



Mats Røstad, Regnskapsfører

TEMA Q3 2023

Vår stemme i en digital tidsalder

Vi tar et betydelig steg i å styrke vår digitale tilstedeværelse ved å ønske Just Andreas Salvesen velkommen til teamet. Med erfaring fra å jobbe med anerkjente influencere som Jake og Logan Paul, samt selskaper som Snapchat, DB og Royal Caribbean, bringer han en dybde av forståelse og ekspertise som vil maksimere vår tilstedeværelse på sosiale medier.

Vår YouTube-kanal har allerede sett en imponerende vekst, med 60.000 visninger i løpet av de første ukene og over 300 timer med avspilling på våre 10-sekunders filmer.

Hvem skulle trodd at videoer med hunder og katter ville fange så mye oppmerksomhet på Youtube?

Med et ambisiøst mål om en million visninger innen utgangen av året, setter vi kursen mot å utvikle en av de mest kjente YouTube-kanalene i landet.

Også på Facebook og Instagram har vi en stigende tilstedeværelse. Mens vår tilnærming til disse plattformene hittil har vært for Norske brukere, gjør bruk av AI-verktøy oss i stand til å oversette, dubbe og tilpasse innhold for et bredere europeisk publikum i løpet av minutter.

Etter å ha produsert og markedsført 32 forskjellige reklamefilmer i tredje kvartal, tar vi nå de mest suksessrike filmene, tekstene og målgruppene med oss videre ut i Europa og inn i nye kanaler som TikTok og Snapchat.

TikTok har vist seg som en kanal med enormt potensial, som raskt når ut til et stort publikum. Vi lanserer flere kanaler med unikt innhold, hvor innholds-

produsenter knyttet til vår affiliate-konto deler innhold og tjener en prosentandel av hvert salg. Vårt eierskap til alt råmaterialet fra alle innholdsprodusenter, lar oss gjenbruke dette innholdet i våre reklamefilmer og publisere det beste innholdet i våre offisielle kanaler.

Navigering gjennom nye personvernregler har vært utfordrende for vår digitale markedsføring.

Ved å implementere ny springsteknologi på våre nettsted, som gir de store medieplattformene tilgang til våre data, har vi allerede redusert salgskostnadene betydelig på de store plattformene.

Dette initiativet, selv om det var tidkrevende, har også gitt oss verdifull innsikt som hjelper oss med å forstå og engasjere vårt publikum bedre.

Vi utforsker også podcasting som en metode for å utvide vår digitale tilstedeværelse som en teknologi-bedrift. En regelmessig podcast vil gi et innblikk bak kulissene hos Lilbit, dele essensielle oppdateringer og forsterke vår merkevareidentitet.

Ved å dele vår hverdag skal vi engasjere, *Just Andreas Salvesen, Digital markedsansvarlig*

skape merkevaretilhørighet, bygge nettverk, gjøre selskapet mer synlig for mulige partnere. Med intern erfaring innen podcasting vil dette være en kostnadseffektiv måte å spre vårt budskap til et voksende publikum.

Planer om å filme og dele episodene i kortere segmenter på sosiale medier gir oss en ekstra mulighet til å bygge vår digitale tilstedeværelse og engasjement.

Dette markerer begynnelsen på vår digitale reise. Og som med alt annet vi har tatt på oss, går vi all-in for å bringe verdi til våre kunder og investorer.



AI Q3 2023

AI som kundeservice

Vi er inne i en ny æra hvor kunstig intelligens (AI) genererer svar basert på kontekstuell forståelse. I Lilbit har vi tatt i bruk en av de mest avanserte AI-modellene for dette formålet. Vår AI, basert på ChatGPT4 og videreutviklet med vår egen dokumentasjon, har en dyptgående kunnskap om våre produkter, tjenester, selskapsstruktur og de underliggende teknologiene som er i bruk.



Jørgen Berg, Markedsfører

Tenk deg en kollega som alltid er på jobb, aldri er syk og aldri drar på ferie, men fortsetter å arbeide med sine oppgaver døgnet rundt, uten å miste kvaliteten i arbeidet. I tillegg er kollegaen veldig smart og snakker flytende på 24 språk.

Til tross for denne utrettelige innsatsen, er kollegaen alltid tålmodig, effektiv og vennlig. Og tro det eller ei, denne utrolige medarbeideren krever ingen månedslønn, kun en knapp tusenlapp i drift.

Velkommen til fremtidens kundeservice – Vi presenterer stolt vårt tilskudd til teamet: Lildog AI.

Vi utforsker nå potensialet ved å integrere denne AI-modellen mer inngående i våre operasjonelle systemer. Fremtidsvisjonen inkluderer en modell som kan utføre refusjoner, abonnementsoppdateringer, utsendelse av retursedler, og gi enkeltbrukere softwareoppdateringer tilpasset deres behov.

Selv om sikkerhet og personvern fortsatt er i fokus, og gir oss nødvendige barrierer å overkomme, er målet klart: en fullautomatisert kundeservice hvor AI håndterer

brorparten av alle henvendelser.

Som et ledd i denne utviklingen har inngått et samarbeid med Spedify, et automatisert lagerstyrings-system. Produktene sendes nå direkte fra vår produksjonslinje til Autostore, som inkluderer varemottak, lager, plukk, pakking, forsendelse og returhåndtering av produktene helt automatisk og til en brøkdel av prisen. Når de fysiske varene håndteres digitalt, blir det enda lettere å håndtere kundeservices digitalt.

Det som skiller vår AI fra tradisjonell kundeservice er dens mangfoldighet og effektivitet. Den kan for øyeblikket svare på 24 språk, noe som gir oss en global rekkevidde. Driftskostnadene er minimale og ytterligere besparelser blir realisert ved at den konstant selv-evaluerer og lærer av interaksjoner med brukerne.

Sist, men ikke minst, kan modellen produsere ukesrapporter, analysere tilbakemeldinger fra kunder, og selv foreslå forbedringer basert på brukerbehov og trender.

I Lilbit omfavner vi denne fremtiden, og ser på AI som en essensiell medspiller i vår kontinuerlige innsats for å levere best mulig verdi for våre kunder og aksjonærer.



Skippergata 14,
7042 Trondheim, Norge

(+47) 734 40 070
info@lilbit.no

*Ta vare på hunden din
slik den alltid tar vare på deg.*