



PwC Growth

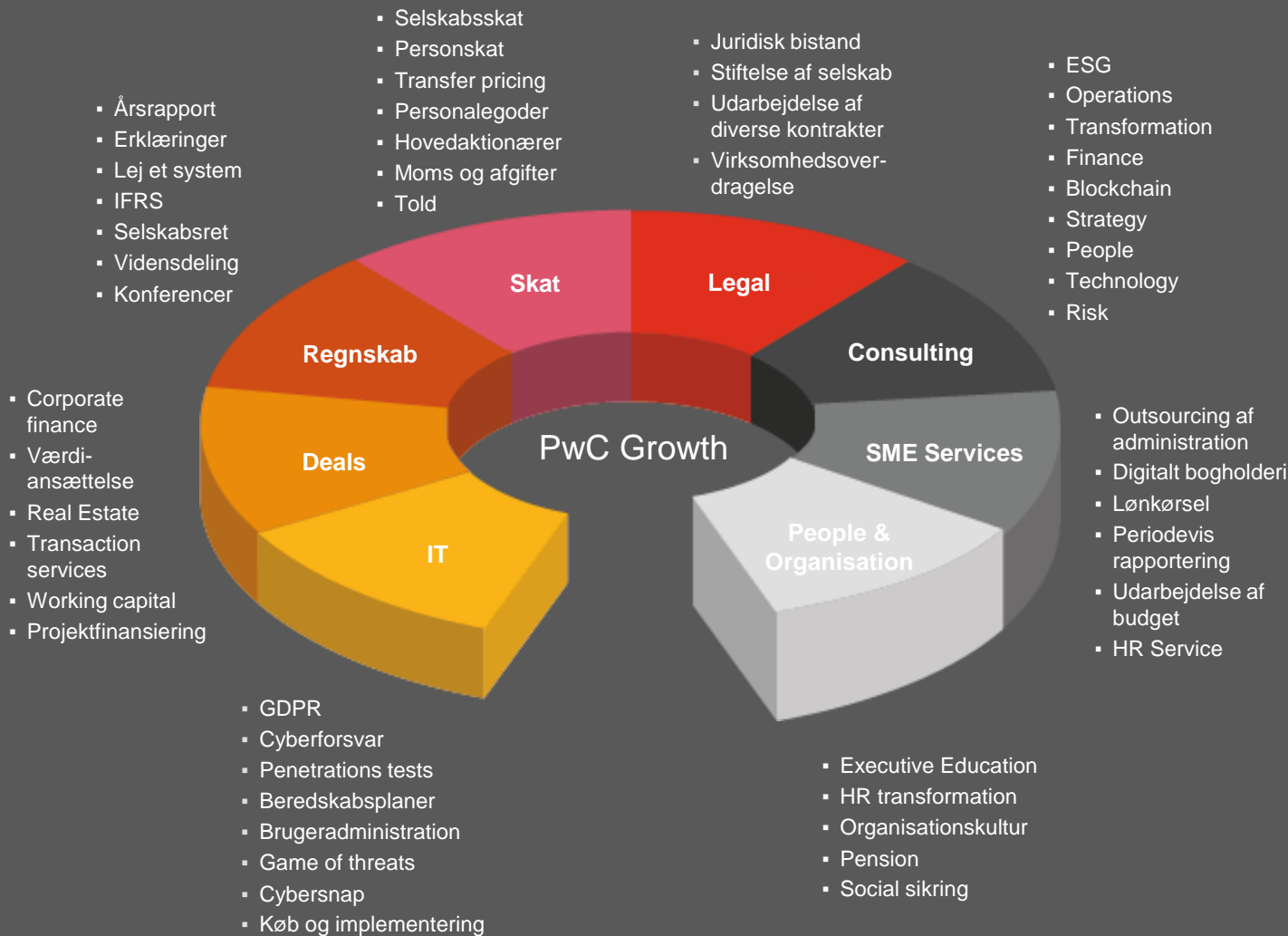
Morgenmøde for IT- og SaaS-virksomheder



Program

- 09:00 Velkomst v. PwC
- 09:10 Trends for vækst - vigtigheden af likviditetsstyring samt KPI monitorering v. Sebastien Delus fra PwC
- 09:40 De største risikoområder i den daglige abonnements- og økonomistyring v. Kent Bredahl fra Cuori (Del 1)
- 09:55 Pause
- 10:05 De største risikoområder i den daglige abonnements- og økonomistyring v. Malte Fanefjord fra Fenerum (Del 2)
- 10:20 SaaS-markedet ses gennem en investors øjne v. Jan Lehrmann, ejer af LoveMondays
- 10:50 Spørgsmål og afrunding





Internationalisering

Med vores store internationale netværk, har vi mulighed for at rådgive om ekspansion på tværs af landegrænser.

Vi bistår med beregning af One Stop Shop Moms, der sikrer korrekt rapportering i EU og internationalt.

Samtidig hjælper vi med løbende selskabsskat, planlægning, styring og optimering af jeres momshåndtering på alle fronter.

Vi rådgiver også om nationale og internationale selskabsstrukturer ved etablering i udlandet, herunder assistance med faste driftssteder og internationale kildeskatter.





PwC Growth - Trends for vækst

Vigtighed af likviditetstyring samt KPI monitorering

Oplægsholdere



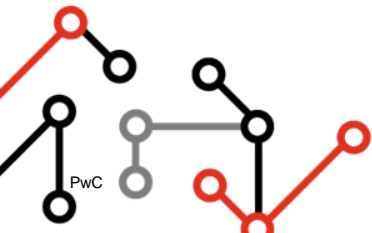
Sebastien Delus

Partner, PwC

+45 5133 1681

sebastien.delus@pwc.com

- M&A - Finansiell due diligence
- Købsaftale / investerings rådgivning
- Funds flow
- Likviditetsforecasting





Agenda

1. Cash is king – runway & cash burn
2. Likviditetsforecast
3. Forbedringsmuligheder

KPI monitorering

1. Revenue & gross margin
2. Snowball analysis
3. Customer cohorts
4. LTV - CAC
5. Customer journey



1. Cash is king - Runway & cash burn



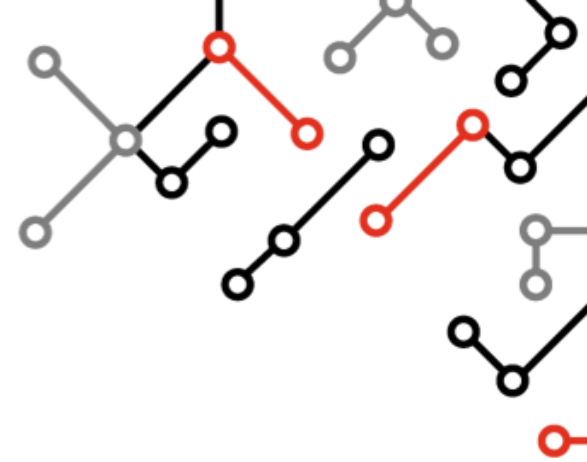
Likviditet

- Virksomhedens likviditet er et udtryk for, om den er i stand til at handle og dække sine udgifter. Det svarer til nettorådighedsbeløbet.
- Likviditeten er altså forholdet mellem omsætningsaktiver og den kortfristede gæld
- I start-up / scale-up miljøer, så er regnskab vigtigt, men likviditet vigtigere
- Use of proceeds!



I praksis, hvordan følger man op på likviditet

- Udarbejd og/eller gennemgå **kortsigtet cash flow forecast**
- Opdatér forretningsplaner, budgetter og prognoser løbende
- Identificér potentielle worst-case scenarier
- Udfør **følsomhedsanalyse** med modellering af worst-case scenarier og negative aspekter inkl. indvirkningen af FX
- Eksisterende rapporteringsværktøjer og systemers muligheder eller begrænsninger med hensyn til at tillade realtidsrapportering (også på tværs af forskellige lokationer)





2. Likviditetsforecast



Værktøjet

Et værktøj, der er tilgængeligt for hele organisationen

- Kortsigtet likviditetsforecast efter den direkte metode
- Langsigtet likviditetsforecast efter den indirekte metode (beholdningsforskydnings-modellen)

Dashboards til brug for rapportering og indsigt

Overblik over forudsætninger og inputkilder (in- og out-flow)

Overblik over relevant output

- Seneste forecast
- Forecast vs. forecast – hvad er ændret siden sidst?
- Realiseret vs. forecast – variansanalyse
- Forecastet headroom – er råderummet tilstrækkeligt?
- Relevante kommentarer til output



Medarbejdere

Ejerskab og ansvar uddelegeres

- Hvem leverer input og hvornår?
- Hvem ejer modellen?
- Hvem modtager output og hvornår?
- Sæt faste ugentlige/månedlige deadlines for processen

Involvering af hele organisationen er vigtig

Udbred og understøt en likviditetskultur gennem åbenhed på tværs af organisationen

- Understøtter en awareness om likviditetsmæssige konsekvenser af de valg som tages fra indkøb til salg
- Sikrer retvisende og realistisk input/output
- Muliggøre at foretage relevante beslutninger på baggrund af en fælles opfattelse af virkeligheden ved at identificere og fremme driftsmæssige forbedringer

2. Likviditetsforecast – kort sigt

Den direkte metode bruges til 13-ugers forecastet



Input til udarbejdelse

- Aldersfordelt debitorliste
- Forventet salg - pipeline, som endnu ikke er faktureret (new biz, renewals, upsell)
- Aldersfordelt kreditorliste
- Nyt indkøb
- Løn, inkl. A-skat og evt. bonus
- Moms (månedlig, kvartal etc.)
- Seneste bankkontoudtog /rådgighedsbeløb



Add-ons

- Opfølgning på realiserede tal (Variansanalyse)
- Simuleringsmuligheder på relevante scenarier
- Kan udvides til at omfatte runway estimation

Likviditetsforecast efter den direkte metode, Virksomhed ABC A/S

Indbetalinger							
Indbetalinger	1.912	1.683	2.899	2.067	2.088	877	1.024
Ej faktureret salg	-	-	-	301	588	1.312	-
Nyt salg	-	-	-	-	1.050	1.000	-
Indbetaling af overforfaldne debitorer	-	298	487	-	-	-	-
Indbetalinger i alt	1.912	1.981	3.386	2.368	3.726	3.189	1.024
Udbetalinger							
Kreditorbetalinger	(1.215)	(1.988)	(1.617)	(79)	(9)	-	-
Nyt køb	-	(420)	-	(446)	(2.395)	(2.634)	(1.267)
Løn inkl. A-skat	-	-	-	(4.800)	-	-	-
Moms	-	-	-	(1.941)	-	-	-
Betaling af overforfaldne kreditorer	(1.941)	-	-	-	-	-	-
Udbetalinger i alt	(3.158)	(2.408)	(1.617)	(7.266)	(2.404)	(2.634)	(1.267)
Udvikling i likvider	(1.244)	(427)	1.769	(4.898)	1.322	555	(243)
Kassekredit, primo	(10.645)	(11.889)	(12.316)	(10.547)	(15.445)	(14.123)	(13.568)
Kassekredit, ultimo	(11.889)	(12.316)	(10.547)	(15.445)	(14.123)	(13.568)	(13.811)
Bevilliget kassekredit	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)

2. Likviditetsforecast – lang sigt

Den indirekte metode bruges til 12-måneders forecastet



Input til udarbejdelse:

- Opdateret regnskab
- Prognose / budget fordelt på regnskabsposter
- Samme format som pengestrømsopgørelse, fordelt på drift, investering og finansieringsaktiviteter



Add-ons

- Opfølgning på realiserede tal (Variansanalyse)
- Simuleringsmuligheder på relevante scenarier
- Kan udvides til at omfatte runway estimation

Likviditetsforecast efter den indirekte metode, Virksomhed ABC A/S

Periodens resultat	(3.795)	(7.286)	3.267
Finansielle omkostninger	(4.824)	(4.600)	(4.400)
Af- og nedskrivninger	3.947	4.000	4.000
Reguleringer i alt	(877)	(600)	(400)
Ændring i varebeholdninger	(384)	1.036	(1.345)
Ændring i tilgodehavender	(2.052)	(1.345)	(8)
Ændring i leverandører m.v.	980	(1.092)	(271)
Ændring i driftskapital	(1.456)	(1.401)	(1.624)
Pengestrømme fra drift før finansielle poster	(6.128)	(9.287)	1.243
Renteudbetalinger og lignende	4.824	4.600	4.400
Pengestrømme fra ordinær drift	4.824	4.600	4.400
Pengestrømme fra driftsaktivitet	(1.304)	(4.687)	5.643
Køb af materielle anlægsaktiver	-	(3.435)	(1.296)
Pengestrømme fra investeringsaktivitet	-	(3.435)	(1.296)
Tilbagebetaling af gæld til realkreditinstitutter	(1.156)	(1.200)	(1.200)
Kapitalindskud	10.000	-	-
Pengestrømme fra finansieringsaktivitet	8.844	(1.200)	(1.200)
Ændring i likvider	7.540	(9.322)	3.147
Likvider primo måneden	(14.074)	(6.534)	(15.856)
Likvider ultimo måneden	(6.534)	(15.856)	(12.709)



2. Likviditetsforecast

Hvad skal man være opmærksom på?



Direkte metode

Fordele

- Simpel at opstille og let at fortolke
- Let at overskue handlemuligheder
- Bruges ofte til kortsigtede prognoser

Ulemper

- Det er risiko for at overse in/out flows (fuldstændighed)



Indirekte metode

Fordele

- Kan afstemmes til regnskabet
- Giver et overblik over pengestrømsaktiviteter
- Bruges til langsigtet prognose

Ulemper

- Kræver prognose for resultatopgørelsen og balancen
- Udvikling i arbejdskapitalen er ofte vanskelig at forudsige
- Sjældent modelleret på daglig bases (for kompliceret at håndtere)

4. Forbedringsmuligheder – hvilke håndtag findes?



- Potentielle forbedringer koncentrerer omkring optimering af arbejdskapital (NWC) – udover cost-cutting.
- Arbejdskapital omfatter især debitorer og kreditorer i IT og SaaS virksomheder
- Der er derfor 2 overordnet processer at undersøge



Order-to-Cash (OtC)

Målet er at minimere tiden mellem ordredato og modtaget betaling



Procure-to-Pay (PtP)

Målet er at maksimere tiden mellem fakturadato og betalingsdato.



Arbejdskapitalelement	Før	Efter
Debitorer (kunder)	100	80
Kreditorer	(50)	(60)
Nettoarbejdskapital	50	20

I dette eksempel vil en forbedring på 20% af hvert arbejdskapitalelement, forbedre nettoarbejdskapitalen med **60%**

4. Forbedringsmuligheder – hvilke håndtag findes?

Eksempler på områder, hvor vi ofte ser muligheder for forbedringer

Debitorer Order to cash

Væsentlige fokusområder:

- Kreditorrisiko-politikker
- Ensartede og optimerede salgsbetingelser
- Faktureringsnøjagtighed og kvalitet
- Stringente og proaktive inddrivelsesprocedurer
- Eliminering af årsager som medfører overforfaldne debitorer

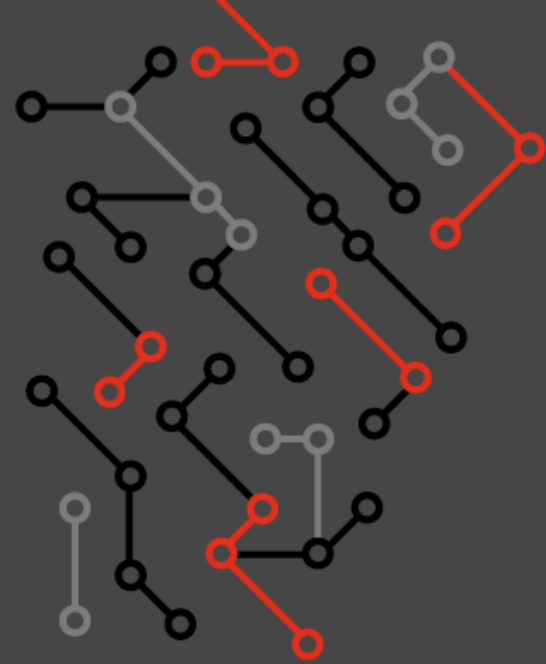
Kreditorer Procure to pay

Væsentlige fokusområder:

- Konsolideret indkøb
- Optimerede leverandørbetingelser
- Leverandørfinansiering
- Indkøbskanaler (undgå kontraktbrud)
- Betalingsmetode og frekvens
- Undgå for tidlig betalinger
- Indkøbsgodkendelser



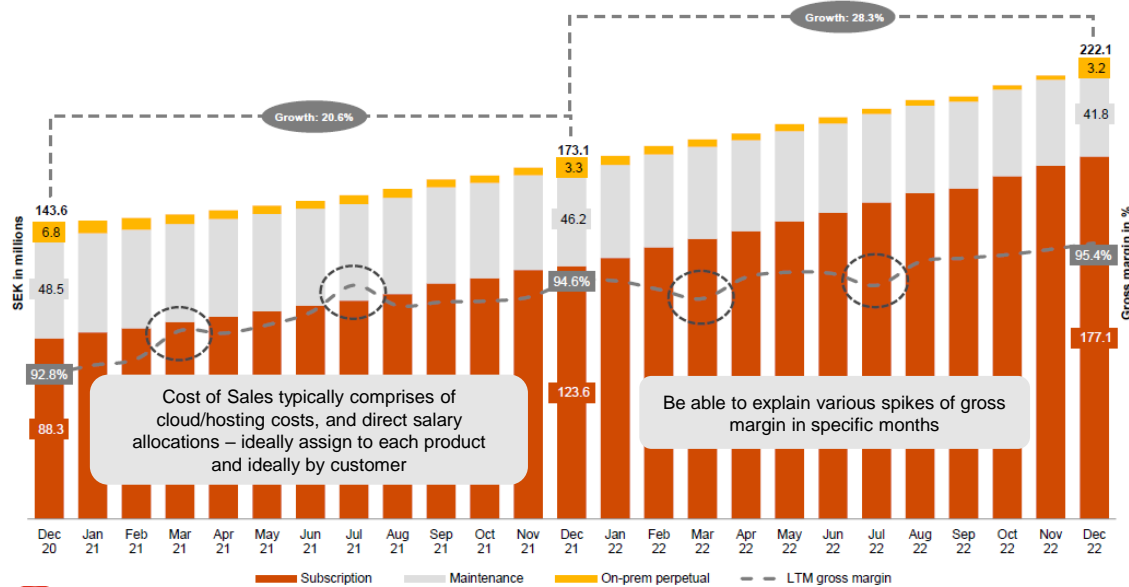
KPI monitorering



1. Revenue & margin per produkt /service

Historisk udvikling af omsætning og margin baseret det mest detaljeret niveau

PF LTM revenue and gross margin development | Products



Key considerations

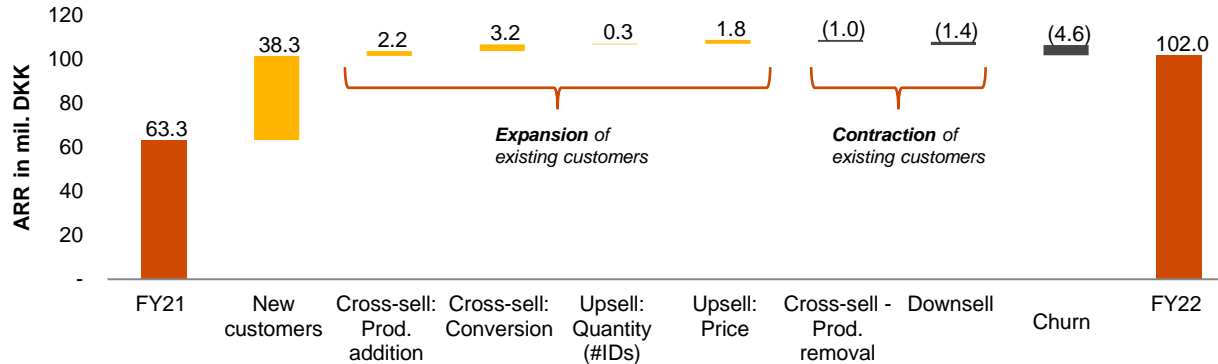
- Omsætning (GAAP) vs. fakturering (non-GAAP)
- *Deferred revenue* procedurer
- Kontrakt længde & *subscription renewal*
- Være i stand til at afstemme/forklare omsætning til MRR/ARR, samt ændringer på månedsbasis per produkt, kunder, geografi, industri etc.etc.

2. Snowball analysis

Forklar omsætningens/MRR udvikling /vækst momentum via new customer /churn samt expansion /contraction af kundebasen

Revenue development excl. new customers -> Net retention rate % (NRR)

Snowball analysis



Key considerations

- Analyse foretaget på kunde niveau
- Give sig selv mulighed for at forklare expansion /contraction på yderligere dimensioner (seats, licenser, #IDs etc.)

Og relateret KPIs:

Customer net retention rate (NRR)

Number of active users

Avg. revenue per user (ARPU)



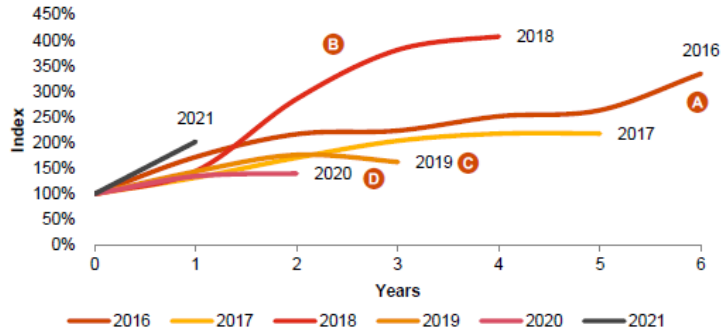
3. Customer cohort

Er kundebasen robust og loyal? Er der mulighed for upsell? Hvordan har reaktionen været på prisstigninger?

ARR per vintage year

SEK in millions	FY16 Act	FY17 Act	FY18 Act	FY19 Act	FY20 Act	FY21 Act	FY22 Act
Before 2016	27.2	40.1	59.1	65.7	78.8	82.0	88.2
2016	3.8	6.5	8.2	8.4	9.5	9.9	12.6
2017		14.5	19.1	24.7	29.5	31.5	31.5
2018			8.7	12.6	24.9	33.2	35.5
2019				14.4	20.7	25.4	23.4
2020					8.0	10.8	11.2
2021						16.6	33.5
2022							23.1

ARR by customer vintage



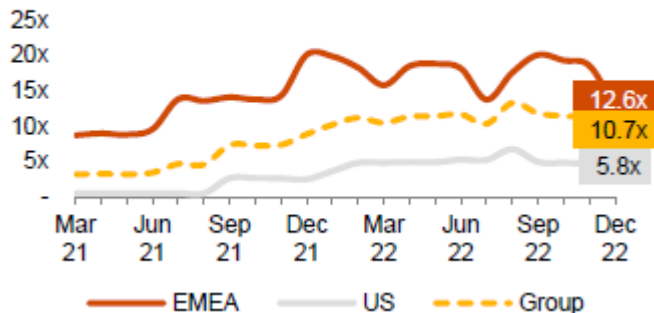
Key considerations

- Vigtigt at holde styr på hvordan kunden er blevet (betalende) kunde
- Være i stand til at forklare *outliers*, som ikke følger den overordnet trend
- Forklar cohort trend via price /volume analyser

4. LTV - CAC

Connecte LifeTimeValue – CustomerAcquisitionCost for at understrege kunde profitabilitet

LTV-CAC ratio



Key considerations

- Typisk trend analyse, da store variationer kan ske måned for måned – især i starten når kundevolumen er lav
- CAC profil kan være forskellig ift. geografi, enterprises vs. SME vs. consumer etc. Jo mere øremærket omkostninger er, jo bedre kan det bruges analytisk for at træffe de rigtige beslutninger

Customer lifetime value (LTV) =

e.g.
$$\frac{\text{ARR from new customers} * \text{GM}\%}{\text{Churn rate \%}}$$

Customer acquisition cost (CAC) =

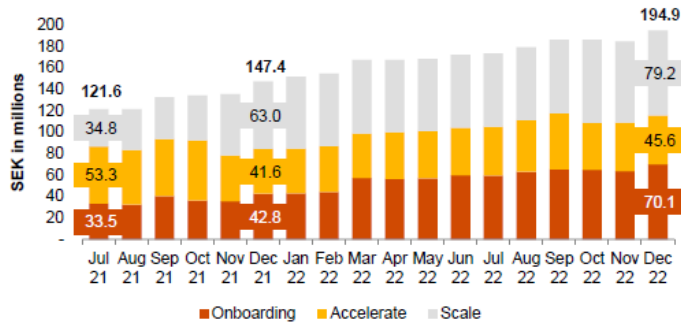
e.g.
$$\frac{\text{Marketing cost} + \text{Sales targeting new customers}}{\text{Number of new customers}}$$



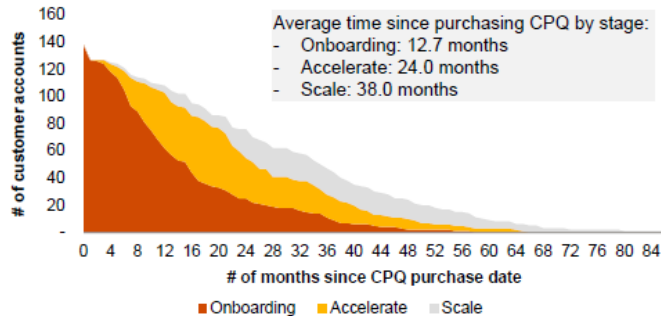
5. Customer journey

Hvis relevant – beskriv "customer journey" i skræddetsyet faser, som passer til dit produkt

Customer journey | CPQ ARR



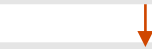
Customer journey | Distribution of customer accounts



Key considerations

- Overvej at opdele kundebasen i forskellige kunde profiler baseret på konkrete milestones

Installation of initial main software



Cross-sell of new product



Extra quantity (# licenses)



Increase price





Kent Bredahl

Uvildig rådgivning om
Customer Success og
kundeloyalitet

kent@cuori.dk

+45 5240 2340

[Linkedin.com/kentbredahl](https://www.linkedin.com/kentbredahl)

www.cuori.dk

Risikoområder for SaaS

1. De forkerte kunder
2. Manglende føling med kunderne
3. For meget købmand



*The seeds of churn
are planted early.*

Lincoln Murphy

Find ICP – Ideal Customer Profile

DESK RESEARCH



- Hvilke kunder bliver længe og er lønsomme?
- Hvad kendetegner dem?
- Har I gjort noget særligt for dem?

KUNDEDIALOG



- Hvorfor er de loyale over for jer?
- Hvor ligger deres værditilførsel?
- Hvorfor valgte de netop jer?

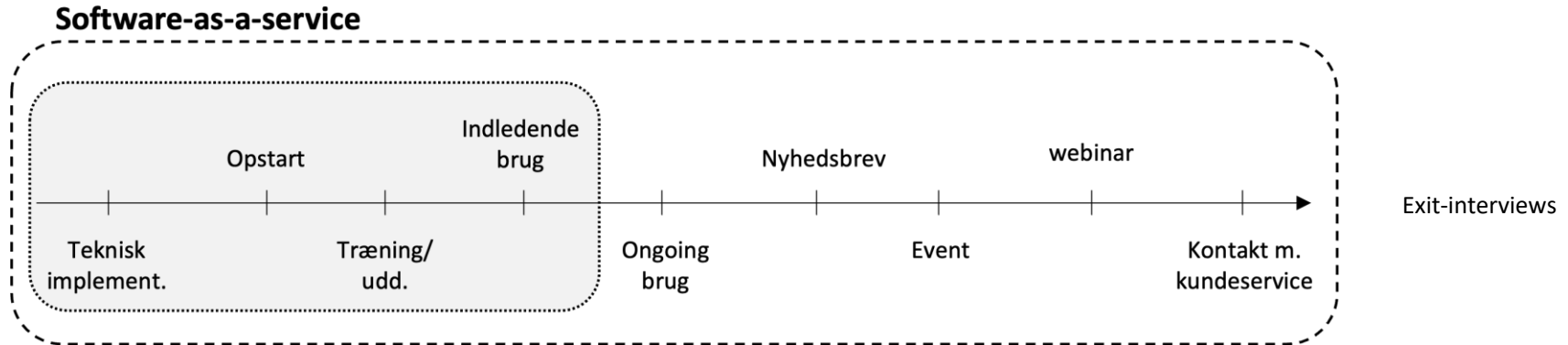
Risikoområder for SaaS

1. De forkerte kunder
2. Manglende føling med kunderne
3. For meget købmand



**HAR VI FØLING
MED KUNDERNE?**

Får I nok feedback fra kunderne?



Sørg for RELEVANT kundefeedback på:

- Kontaktpunkter
- Kunderejser
- Relationen

Eksempel på måling efter første måned

1

CUORI

Kære kunde,

Du har nu været bruger af CUORI Software i mere end en måned.

Det er vigtigt for os, at vores software tilfører værdi for dig og din virksomhed.

Vi håber derfor, at du vil bruge et kort øjeblik på at svare på nogle få spørgsmål om den første måneds tid som bruger.

Venlig hilsen
Alle os fra CUORI Software

I hvilken udstrækning har den første måned med CUORI Software levet op til dine forventninger?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
I lav grad I høj grad

Du modtager denne mail, da du er kunde hos CUORI Software.
Drevet af [nps.today](#), udsendt af CUORI.



2

CUORI

Hvad er årsagen til din positive vurdering?

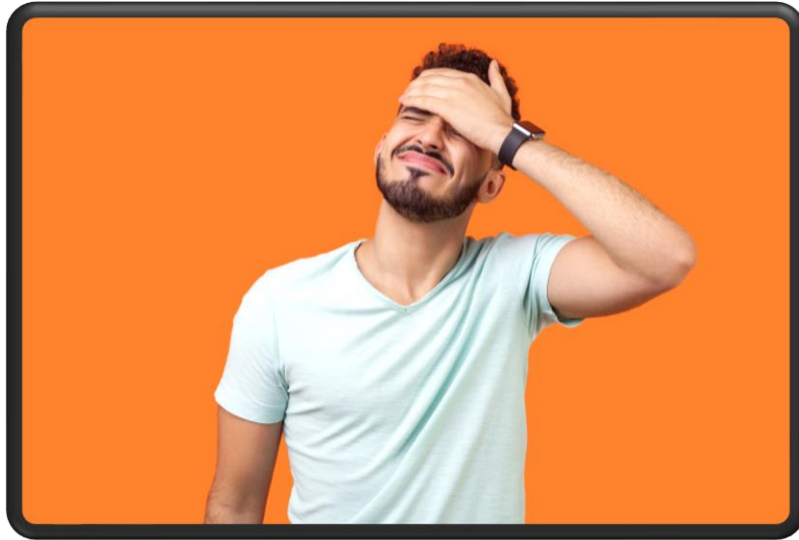
God onboarding og god service.
Mange nyttige funktioner.

Næste

Drevet af [nps.today](#), udsendt af CUORI.



Faldgruber for Voice of the Customer (VoC)



- For mange spørgsmål
- For lidt opfølgning, dialog og handling
- For manuelt

Risikoområder for SaaS

1. De forkerte kunder
2. Manglende føling med kunderne
3. For meget købmand

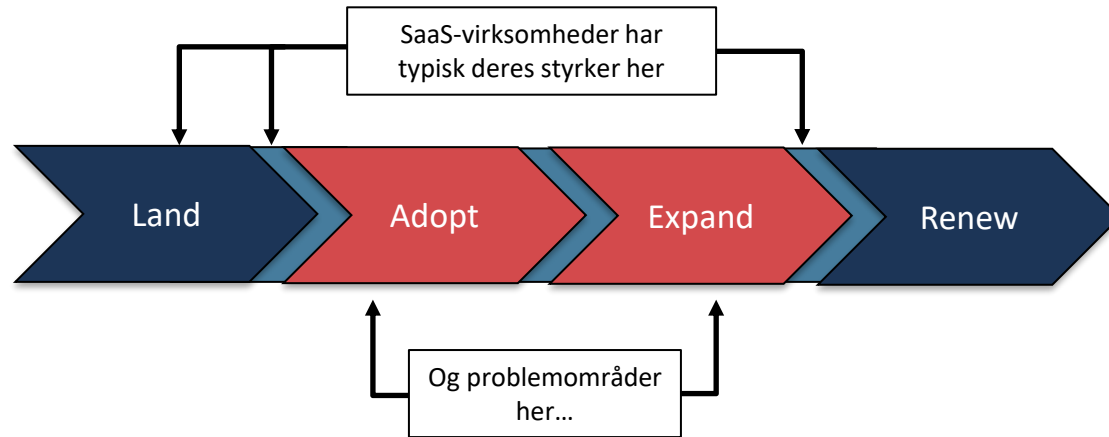


Traditionelt købmandskab er en reel risiko

	<u>ROLLE</u>	<u>FOKUS</u>		
NIVEAU 3	Customer Success	Relationen og CLV	At være givende. Med en logik om, at der – før eller siden – kommer mere tilbage	→ SaaS
NIVEAU 2	Købmand	Transaktionerne og kvartalet	Noget for noget. Du får hvad du betaler for, hverken mere eller mindre.	→ SaaS
NIVEAU 1	Fedterøv	Udnyttelse nu og her	Udnytter situationen. Tager mere end vi giver.	→ SaaS

Kilde: Modellen er udarbejdet af Kent Bredahl med inspiration fra "Teorien om gensidighed", af antropologen Marshall Sahlins.

LAER-modellen



**Customer Success
drives everything
we do.**



Pause
09.55-10.05

Afdækning af risikoområder for SaaS virksomheder

Malte Fanefjord, 23.11.2023

Agenda

Intro – Malte & Fenerum

Risikoområder - fortsat

- Dårlig onboarding
- Manglende / forkert brug af produkt
- Manglende betaling
- Forkert periode og betalingsmetode
- Manglende tracking af relevante KPI'er

Intro

Malte Fanefjord og

Fenerum



Malte Fanefjord

CSO & Co-Founder i Fenerum ApS

HD - regnskab

Mere end 10 års erfaring med salg, drift og økonomistyring i abonnementsbaserede virksomheder

Aktiv med SaaS netværksgrupper i Aarhus, København, Odense og Oslo med 100+ medlemmer.

Fenerum – en totalløsning til SaaS virksomheder



Direkte integrationer (API first)

Self service adgang og mulighed for direkte integration til Fenerum



Afstemning og likviditetsstyring

Automatisk bankafstemning, bogføring og rykkerstyring.



Fuld automatisk billing

Automatisk start, fornyelse og ændringer af abonnementer.



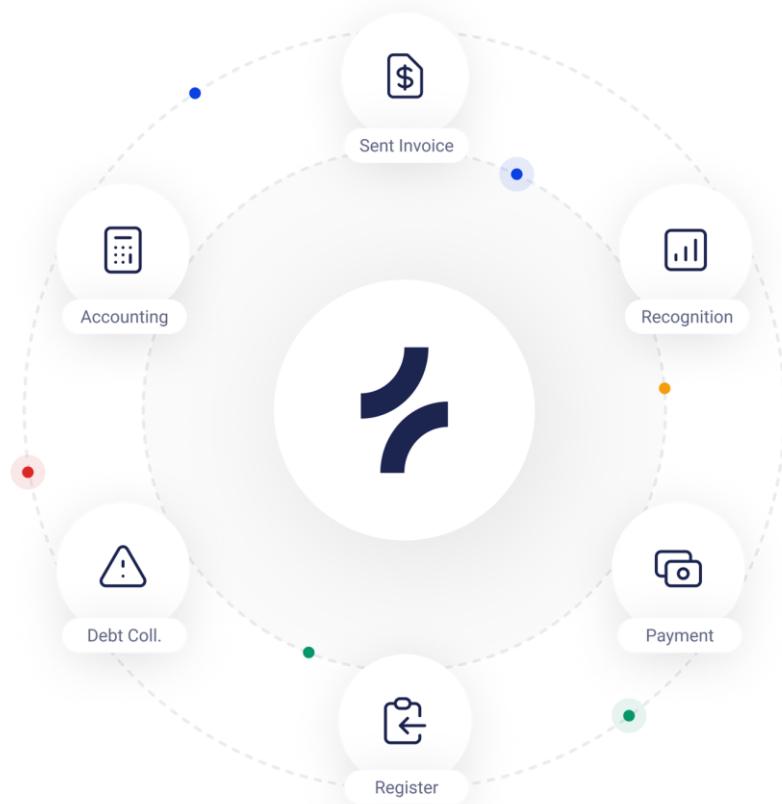
Avanceret rapportering

Overblik over MRR aktiviteter, P/L og budgetopfølgning.

Din fakturering og betaling på autopilot - Integreret med din regnskabsprogram

Vores automatiske fakturering og afstemning integreres med dit regnskabsprogram. Sig farvel til manuel fakturering og tidskrævende afstemning.

- Automatiske fakturaer, periodisering og regnskab
- Betaling - Kreditkort, Direkte debitering, Bankoverførsel
- Inddriv overskredne betalinger med inkasso



Risikoområde 4

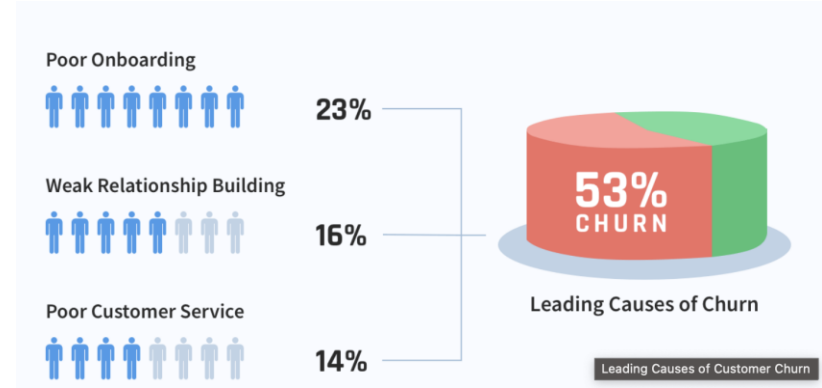
Dårlig onboarding

Dårlig onboarding leder til churn

Hvis du ikke støtter dine kunder i deres første trin af interaktion med et produkt, de ikke er vant til, er chancerne for, at de løber ind i en flaskehals og ikke kan se værdien af dit produkt ekstremt høj.

Her er et par vigtige tips til en effektiv onboarding-proces:

- Definer din onboarding-proces og gør den obligatorisk
- Lav en vejledning til kunden og gør det nemt at komme i gang med dit produkt
- Opret engagerende how-to-videoer og opbyg en omfattende videnbase / supportcenter
- Hold kunden i hånden gennem hele processen
- Vær gennemsigtig i din kommunikation og lov ikke mere end du kan holde
- Test onboarding-tilgange og mål deres effekt



Risikoområde 5

Manglende / forkert brug af produkt

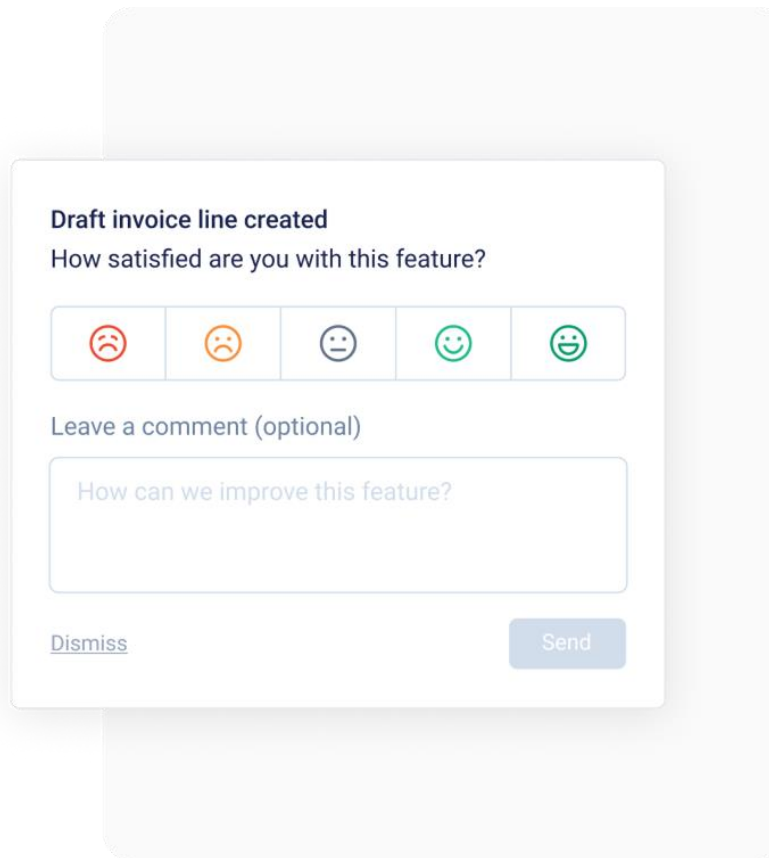
Manglende / forkert brug af produkt

Track dine kunders tilfredshed (og lyst til at bruge produktet) ned på produktniveau.

En gang om ugen spørger vi ind til vores kunders oplevelse af specifikke funktioner i Fenerum. På denne måde kan vi tracke kundetilfredshed på feature niveau og på længere sigt minimere churn.

- Dashboard til at visualiser data
- Opfølgning på kommentare og feedback

Manglende brug af produktet kan lede til følgende ARPA og dermed en lavere livstidsværdi



The image shows a customer feedback modal window. At the top, it says "Draft invoice line created" and asks "How satisfied are you with this feature?". Below this is a row of five smiley face icons: a red sad face, an orange frowny face, a grey neutral face, a green happy face, and a green very happy face. Underneath the icons is a text input field with the placeholder text "How can we improve this feature?". At the bottom left of the modal is a "Dismiss" link, and at the bottom right is a "Send" button.

Risikoområde 6

Manglende betaling

Manglende betaling

Manglende betaling er både en likviditetsmæssig udfordring og et klart tegn på at kunden er i churn risk.

Gentagne ignoreringer af dine faktura, betyder at kunden er ligeglad med risikoen for at miste adgang til dit system og det er et stort faresignal med mulighed for at miste kunden.



✔ Subscription added

Net MRR

1.200.000 \$ +2.5% ↑

Compared to last year

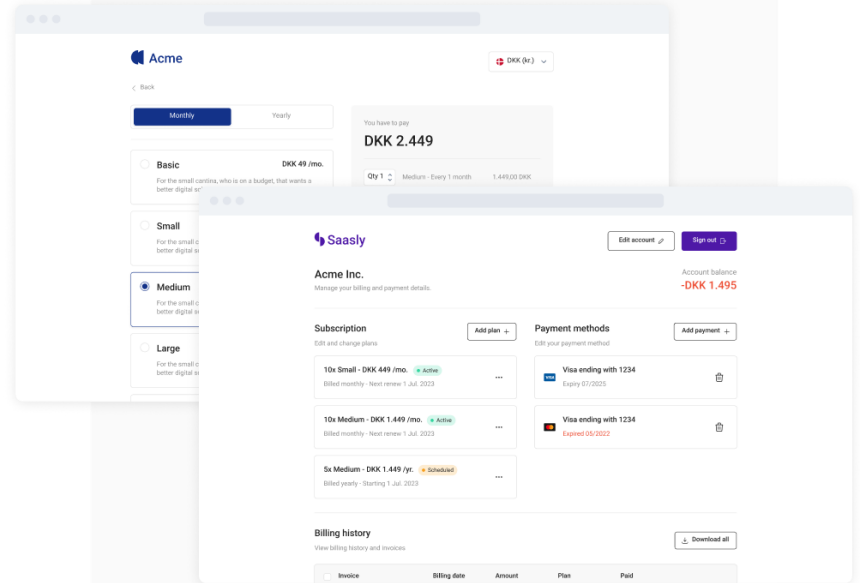
Risikoområde 7

Forkert periode og betalingsmetode

Fokuser på automatisk betaling og årlige aftaler

Optimer din likviditet og undgå churn.

- Der er 80% mindre churnrisk på kunder der betaler årligt.
- Du kan motivere dine kunder til at betale årligt ved prisforhøjelse ved månedlig betaling.
- Du kan styre dine kunder mod kortbetaling ved at lade dette være eneste betalingsmulighed ved sign-up.



Risikoområde 8

Manglende tracking af relevante KPI'er

Gode tips til optimering af din rapportering

- Mål altid ICP vs. NON-ICP. Churn på NON-ICP kunder er mindre kritisk.
- Mål KPI'er på flere dimensioner, f. eks kundetype og salgskanal.
- Mål churnrate som et gennemsnit over 3/6 måneder for et mere retvisende billede.
- Mål hvor meget MRR der er i churnrisk hvis muligt. F. eks på grund af lav aktivitetet

Current MRR
959.050 \$



End of month MRR

810.500 \$ +2.5% ↑

Compared to last year

Cash Balance

245.560 \$ -5.5% ↓

Compared to last year

Kohorte analyse

Kohorteanalyse er en type adfærdsanalyse, hvor du tager en gruppe brugere og analyserer deres brugsmønstre baseret på deres fælles træk for bedre at spore og forstå deres handlinger.

Fordele ved en kohorte analyse:

- Bestem virksomhedens sundhed. (Overblik over hvilke kunder der skaber mest værdi)
- Forstå kunderne bedre. (Overblik over kundens adfærd gennem en længere periode)
- Forbedret kundesegmentering. (Målret dit produkt og specifikke features til de rigtige kunder)
- Øget kundefastholdelse. (Viden om kritiske punkter i kunderejsen)

Dette kan f. eks bruges til at afdække hvornår churnrisk og churn opstår, så man kan agere proaktivt på dette.

	Jun 23	Jul 23	Aug 23	Sep 23	Oct 23	Total
New Customers	3	2	1	2	3	26
1 month	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2 month	100%	100%	100%	100%	0%	88%
3 month	100%	100%	100%	0%	0%	81%
4 month	100%	100%	0%	0%	0%	77%
5 month	100%	0%	0%	0%	0%	65%
6 month	0%	0%	0%	0%	0%	54%
7 month	0%	0%	0%	0%	0%	46%
8 month	0%	0%	0%	0%	0%	42%
9 month	0%	0%	0%	0%	0%	38%
10 month	0%	0%	0%	0%	0%	19%
11 month	0%	0%	0%	0%	0%	0%
12 month	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Customer lifetime value (CLV)

KPIs	Beregning	Forklaring / hvorfor?
Customer lifetime value (CLV)	$\frac{ARPA}{\text{Churnrate customers}}$	<p>Kundens levetidsværdi er vigtig, fordi den giver dig værdifuld viden som du kan bruge til at udnytte værdien af hver enkelt kunde under køberens rejse.</p> <p>Du kan bruge CLV til at give et overblik over hvor du skal øge fokus på kundeloyaliteten, reducere churn og træffe strategiske forretningsbeslutninger for at imødekomme særlige kundegrupperes behov.</p>

CLV / CAC ratio

KPIs	Beregning	Forklaring / hvorfor?
CLV / CAC Ratio	$\frac{\text{CLV}}{\text{CAC}}$	<p>Kundens livstidsværdi (CLV) til kundeanskaffelsesomkostninger (CAC)-forholdet måler forholdet mellem livstidsværdien af en kunde og omkostningerne ved at erhverve denne kunde.</p> <p>CLV:CAC er et signal om rentabilitet. Denne KPI fortæller dig, om en kundes levetidsværdi er højere eller lavere end marketing- og salgsomkostningerne for at erhverve den pågældende kunde.</p>

CLV / CAC ratio

Performance	Måneder
Potentielt for lavt marketing forbrug	5:1
<i>Excellent performance</i>	4:1
<i>God performance</i>	3:1
<i>Ineffektiv salgs & marketing performance</i>	2:1
Likviditetsproblemer – dårlig performance	1:1

Net retention rate

KPIs	Beregning	Forklaring / hvorfor?
Net retention rate	$\frac{BoP\ ARR - churn + upgrades - downgrades}{BoP\ ARR}$ <p><i>BoP = beginning of period</i></p>	<p>Måler den samlede ændring i ARR relateret til den eksisterende kundebase over tid.</p> <p>Indfanger den negative effekt fra nedgraderinger og churn, men også den positive effekt fra opgraderinger og prisstigninger.</p> <p>Mest omfattende churn-metrik, da den fortæller den komplette indtægtshistorie for den installerede base af kunder.</p>

Churnrate

KPIs	Beregning	Forklaring / hvorfor?
Churnrate customers	$\frac{\text{Number of cancel activities}}{\text{Total number of customers}}$	At forstå din kundeafgang er afgørende for at evaluere effektiviteten af din marketingindsats og dine kunders overordnede tilfredshed.
Churnrate MRR	$\frac{\text{Cancel MRR}}{\text{Total MRR}} \times 100$	MRR churnrate bør være lavere end churnrate på kundeniveauet, da nogle kunder kan churn pga. prisændringer. (NON-Icp)

Tak for jeres tid!

Malte Fanefjord

malte@fenerum.com

+ 45 61 72 88 48



JAGTEN PÅ DEN USLEBNE DIAMANT

Kriterier vi vægter, når LoveMondays investerer



Jan Dal Lehrmann
Serie iværksætter og investor

Vi er stolte af at være en del af en større familie

EN DEL AF VÆKSTREJSEN FOR 17 VIRKSOMHEDER

	E-COMMERCE	SAAS	MARKETPLACE	OTHER
PORTFOLIO	      	   		    
EXITS	    	  	     	    

FRA 5 MDKK TIL 8,5 BDKK

Love
MONDAYS

SPILLEREGLERNE I SAAS KATEGORIEN

Fire aktive SaaS virksomheder

To cashflow positive

To med behov for funding

Softpay.io

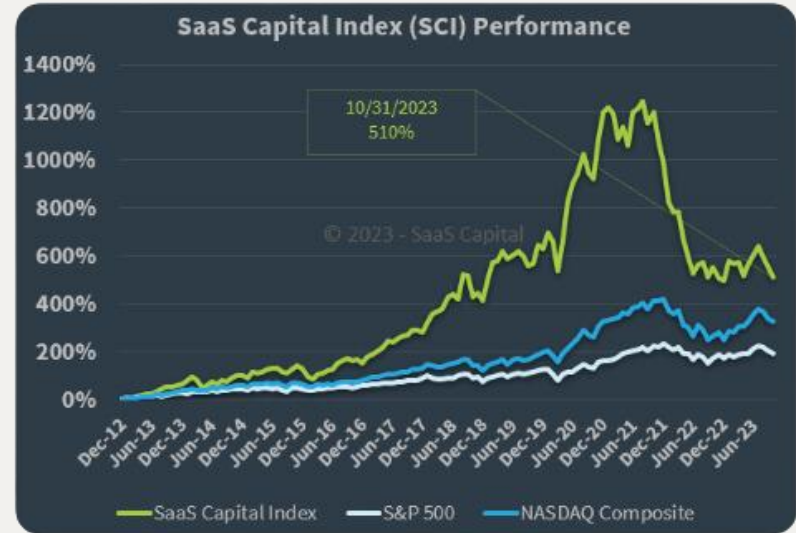
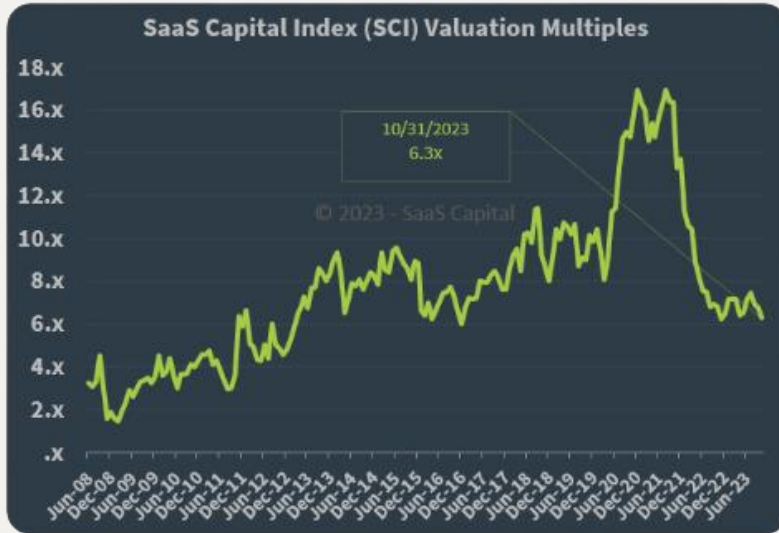
 **fenerum**

 **candeno**

PLECTO

SaaS bubble?

FACE THE BRUTAL FACTS



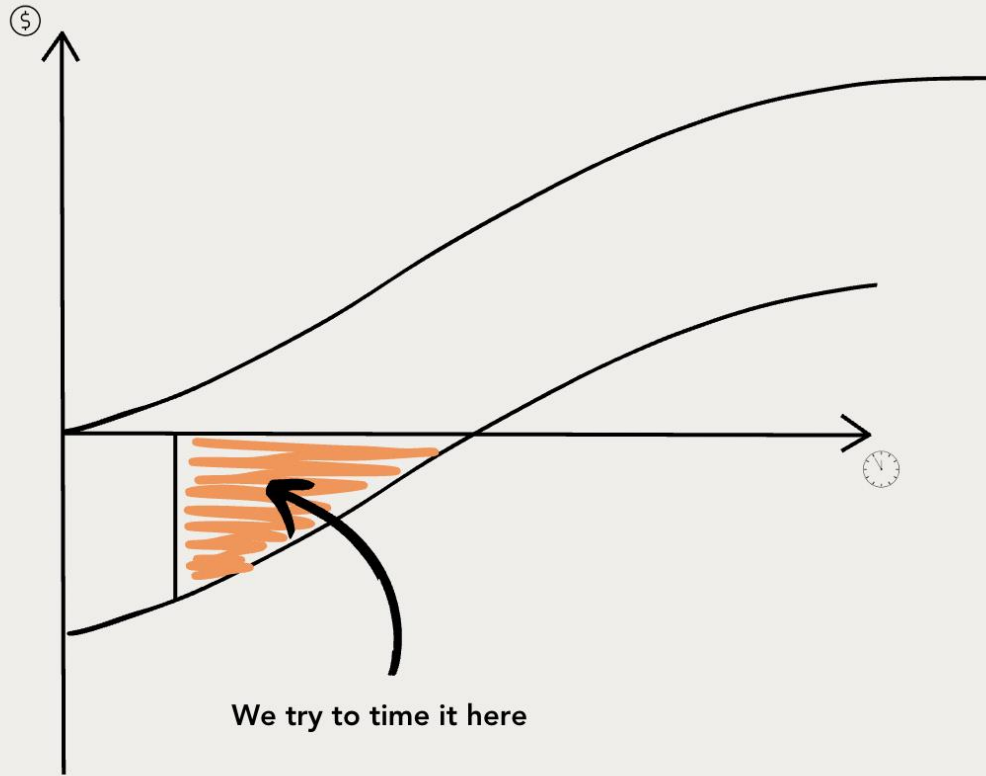
ER I KLAR TIL EN VC INVESTERING (I USA)?

	GREAT	GOOD	DANGER ZONE
GROWTH	3X	2X	<2X
GROSS MARGINS	80%	50%	<20%
NET DOLLAR RETENTION	120%	>100%	<100%
CAC PAYBACK	6-16 måneder	12-18 måneder	Over 24 måneder
BURN MULTIPLE	1 eller mindre	1.0-1.5	>2
Ligger net dollar retention på under 70% er det ikke interessant for en VC.	I det nuværende marked ser vi ikke længere en growth på 6-3X.	Den vigtigste er Growth rate & Net dollar retention	Under 3

interessant for en VC.

3X.

TIMING IS EVERYTHING





VI INVESTERER I

Fantastiske teams og stærk kultur

Klar formål og retning

Styr på tallene

Koncepter der udfordre status quo

Proof of business &
klar til skalering



Fantastiske teams og stærk kultur

VI LEDER EFTER CHAMPIONS LEAGUE HOLD

Passion, sult, nysgerrighed og robusthed

Holdånd!

Mangfoldighed (typer, alder & køn)

Founders der er bevidste om egne styrker og svagheder, og ansætter derefter

Stjernespillere tiltrækker stjernespillere

Kan vs. vil

Proaktivt samarbejde

Klar formål og retning

ER KURSEN SAT?

Kom vi løber denne vej

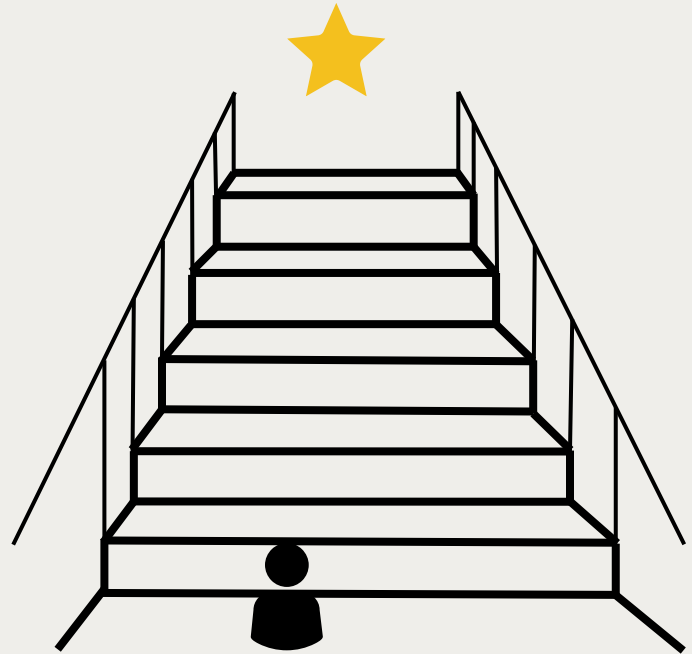
Purpose – The Why!

Fokuseret strategi

Execution is everything

Lysten til succes skal være langt større
end frygten for fiasko.

Vi vil hellere sparke på mål 10 gange,
og ramme de 8, fremfor kun at når 5 spark





Klar formål og retning

Steve jobs siger
"1.000 nej'er for hvert ja".
Bare giv mig ni

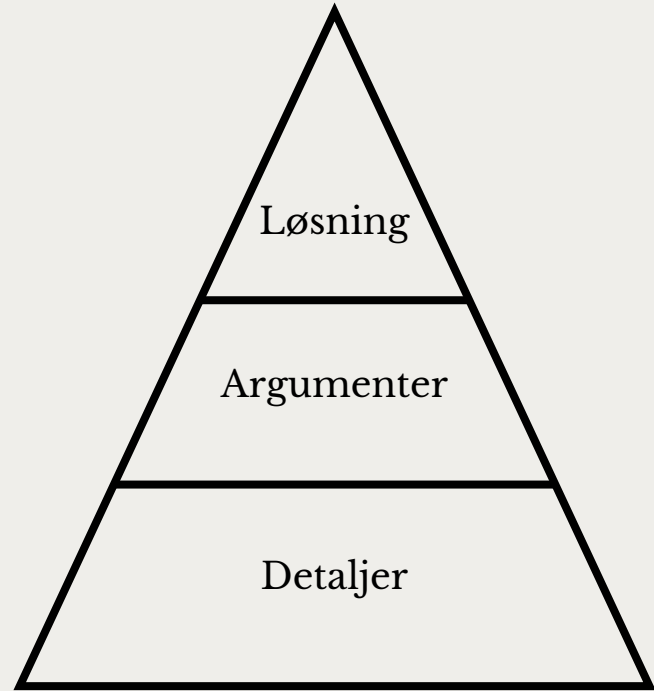
People think focus means saying yes to the things
you've got to focus on.

But that's not what it means at all. It means saying
no to the hundred other good ideas that there are.
You have to pick carefully. I'm actually as proud of
the things we haven't done. Innovation is saying
no to 1.000 things.

-Steve Jobs

Klar formål og retning

SÅDAN GÅR VI
MENNESKER OFTEST TIL
ET PROBLEM?



Klar formål og retning

Etabler problemet og gå hurtigt til løsningen
Det spare tid & viser tillid

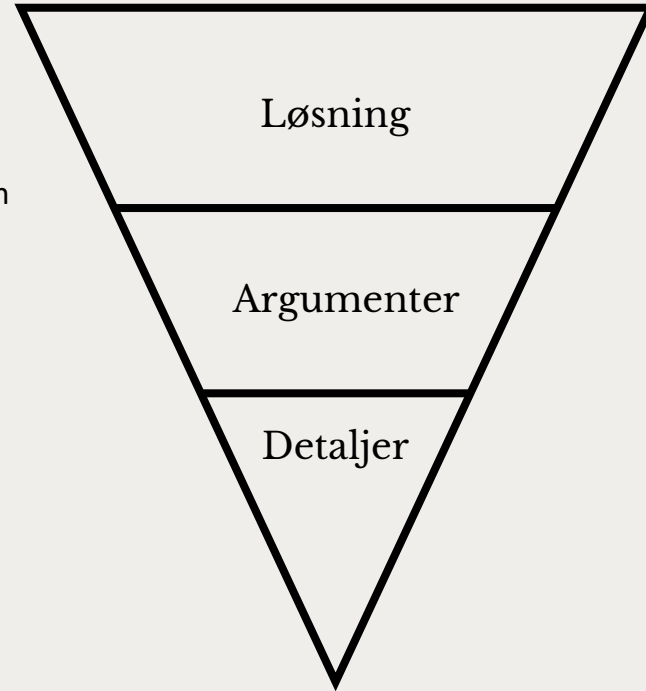
VI LEDER EFTER DEM DER:

Giver ansvar - for vi er alle lige vigtige og vi vokser med opgaven

Ved at man som leder har ikke alle svar

Lære medarbejderne at fokuser på løsningerne fremfor
problemet

Giver ejerskab og ansvarsfølelse





Styr på tallene

VI ELSKER DEM DER, KNOW THEIR F**** NUMBERS

Intuition vs. fakta eller Intuition ovenpå fakta

Face the brutal fatcts - Jack Welch

Koncepter der udfordre
status quo

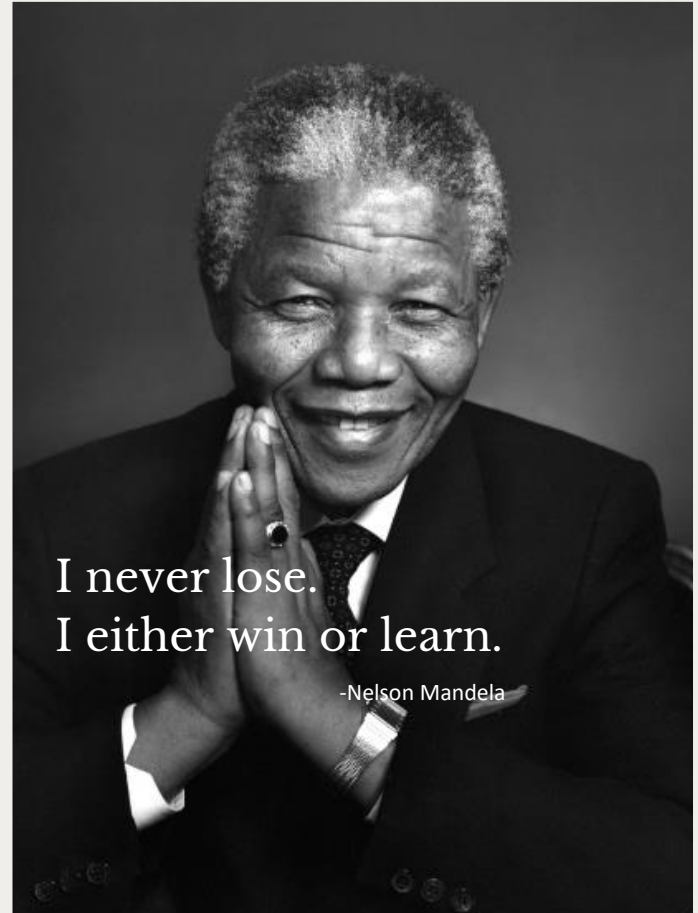
VI ELSKER GAME CHANGERS

Koncepter som udfordre status quo
og driver forandring

Innovative løsninger med såvel innovations højde som en
simpel value prop.

Modige ledere, der går forrest i forandringen

Stay hungry - stay foolish, Steve Jobs





Proof of business & klar til skalering

VI ELSKER VIRKSOMHEDER DER HAR NAIL'ET DEN, MEN IK' SCALET DEN

Stærkt fundament af loyale kunder

Klar vækstplan

Klar value proposition - win/win

Kernekunder vs. hangarounds

WE LOVE TO...

Build team culture

Gøre en forskel for mennesker og inspirer dem til at elske mandag morgen

Be responsible

Vi hjælper med at træffe betydningsfulde og ansvarsfulde valg.

Do Good

Vi giver tilbage og dedikerer tid og penge til at støtte aktiviteter for en bedre fremtid.



3 KEY TAKE-AWAYS

1.

I er meget federe at arbejde for hvis du har styr på
Klar purpose, stærk retning og smukke værdier

2.

Face the brutal facts!

SaaS multiblerne er ikke hvad de har været.

3.

Kig i retning at LoveMondays, når du har proof of business
og skal bruge en investering til skalering.

