

## Från Gula Sidorna till ett Software-as-a-Service-bolag

**“Det kan tyckas märkligt att ett bolag med rötter i de gamla telefonkatalogerna idag är ett lönsamt Software-as-a-Service-bolag inom Marketing Technology-segmentet, men egentligen är det en ganska logisk utveckling av vår affär”, konstaterar Magdalena Bonde, vd på Eniro.**

Eniros vision är och har alltid varit att hjälpa små och medelstora företag att synas. För även om teknik och plattformar är i ständig förändring är behovet av synlighet detsamma.

För Eniro har digitaliseringen också inneburit en ökad konkurrens från globala jättar som Google och Facebook.

“Vi bestämde oss dock tidigt för att samarbeta vilket lett till att vi idag är den enda aktören som kan erbjuda våra kunder hela bredden av digitala marknadsföringskanaler i en “one stop shop”. Att vi nått framgång i denna strategi är våra drygt 55 000 kunder i Norden ett tydligt kvitto på”, säger Magdalena Bonde.

Eniros transformation mot ett SaaS-bolag kan beskrivas i fyra steg; affärsmodellen, kundanskaffningen, produktstrategin och e-handelslösningen.

“Redan när vi digitaliserade vår katalog vid millennieskiftet fanns förutsättningarna för en abonnemangsmo-  
dell, men det var först när vi införde vårt CRM-system 2017 som förändringen möjliggjordes fullt ut.”

Ungefär samtidigt påbörjades en digitalisering av kundanskaffningen och på tre år har Eniro gått från 100 procent manuell nykundsbearbetning till cirka 80 procent leadsgenerering.

Det tredje steget, produktstrategin, har handlat om att göra produktportföljen säljbar online. Det har inneburit att de tidigare runt 3000 artiklarna har koncentrerats och paketerats i sju tydliga produkt erbjudanden, lätta att såväl sälja som att köpa.

I det sista steget, e-handelslösningen, pågår fortsatt utvecklingsarbete.

“Portalen Mitt Eniro, där våra kunder kommer att kunna sköta all sin digitala marknadsföring på ett enkelt sätt a la Spotify, är navet i vår SaaS-resa. Här har vi investerat en del men kommer behöva fortsätta att investera.”

### **Hittills har transformationen till en SaaS-modell bland annat resulterat i att:**

\*Andelen repetitiva intäkter ökat till cirka 74 procent

\*Genomsnittlig bindningstid ökat till 19 månader

\*Värdet av de kunder som förloras, värdechurn, minskat till mellan 15 och 20 procent.

\*Såväl brutto- som rörelsemarginalen ökat

**Vill du veta mer? Lyssna på presentation av Magdalena Bonde från Aktiespararnas SaaS-event den 17 mars.**

<https://www.youtube.com/watch?v=gkzKTP7r60k>

**Eller kontakta:**

Magdalena Bonde, Verkställande direktör och koncernchef, tel 08-553 310 00,  
[magdalena.bonde@eniro.com](mailto:magdalena.bonde@eniro.com)

*Eniro AB är ett svenskt börsnoterat (Nasdaq Stockholm, ENRO) MarTech bolag med verksamhet i Sverige, Danmark, Finland och Norge. Eniro koncernen har en årlig omsättning på cirka 900 msek och cirka 600 anställda med huvudkontor i Stockholm. Koncernens verksamhet bedrivs inom tre affärsområden. Affärsområdet Marketing Partner, som står för 70 procent av omsättningen, erbjuder lokala små och medelstora företag ett helhetserbjudande av digitala marknadsföringstjänster. Affärsområdet Voice erbjuder kundtjänst och svarsservice för större bolag i norden samt nummerupplysningstjänster. Affärsområdet Venture består av Eniro På Sjön och andra tillväxtinitiativ inom koncernen.*