

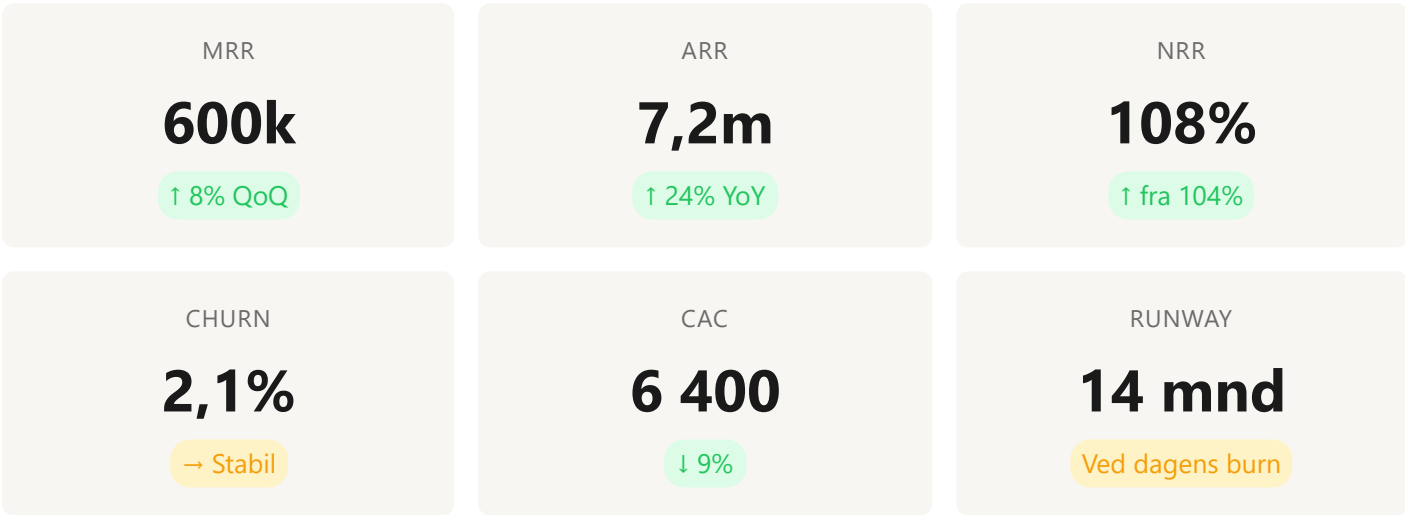
Oppsummering

Sterk vekst fortsetter. MRR økte 8% i kvartalet til 600k NOK, drevet av bedre onboarding og økt partner-salg. ARR er nå 7,2m NOK (+24% YoY).

Aktivering er hovedutfordringen. Betalt søk gir volum, men aktiveringen er for lav (37%). Må stramme inn på målretting og forenkle første verdi.

Anbefaling for Q4: Prioriter partnervekst, forenklet onboarding og pris-test for SMB-segmentet.

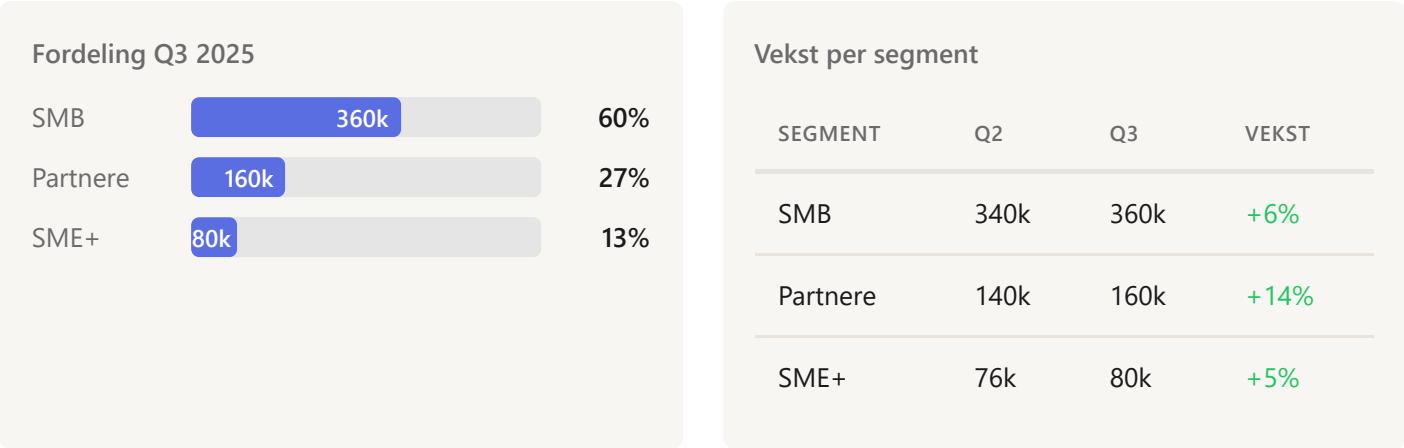
Nøkkeltall



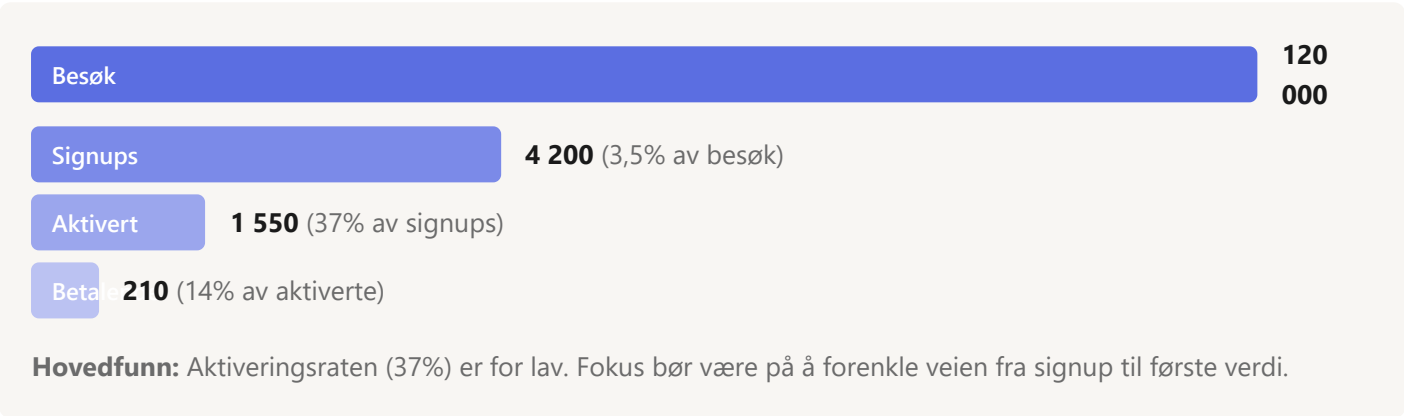
KPI-oversikt

METRIKK	Q3 2025	Q2 2025	ENDRING	KOMMENTAR
MRR	600 000 NOK	556 000 NOK	+8%	God vekst fra partner-kanal
ARR	7 200 000 NOK	6 672 000 NOK	+24% YoY	Over budsjett
Net Revenue Retention	108%	104%	+4pp	Økt expansion fra SMB
Churn (logo)	2,1%/mnd	2,2%/mnd	-0,1pp	Stabil
CAC	6 400 NOK	7 000 NOK	-9%	Bedre kanal-miks
Runway	14 måneder	12 måneder	+2 mnd	Lavere burn rate

MRR per segment



Konverteringstrakt Q3



Kundeinnsikt

OBSERVASJONER	ANBEFALINGER
Høy verdi hos kunder som bruker integrasjon mot regnskap + automatiske påminnelser.	5-dagers onboarding-sekvens (e-post + in-app), én handling per dag.
Churn kommer oftest fra "for lite brukt" i uke 1–2 etter onboarding.	"Hjelpesenter light": 10 artikler + 3 korte videoer.
60% av support-henvendelser gjelder samme 3 temaer – kandidat til hjelpesenter.	Standardisert partner-implementering med sjekkliste.

Markedskontekst

TRENDER

- SMB ønsker mer automatisering og færre manuelle rutiner.
- Økt prissensitivitet: tydelig ROI og enkel pakking vinner.
- Partnerøkosystemer blir viktigere for distribusjon og tillit.

KONKURRANSEBILDE

AKTØR	PRIS	STYRKE
Konkurrent A	Høy	Mange features
Konkurrent B	Middels	Integrasjoner
Konkurrent C	Lav	Pris
KlarFaktura	Middels	Enkelhet

Prognose Q4 2025

SCENARIO	MRR UTGANG Q4	CHURN	FORUTSETNINGER
Nedside	620 000 NOK	2,6%	Svak aktivering, lavere paid efficiency
Base	670 000 NOK	2,1%	Partnervekst + onboardingforbedring
Oppside	730 000 NOK	1,8%	Pris-test + høyere aktivering + co-marketing

Tiltak og prioriteringer

30 dager: Det viktigste

- Stram inn kanalmiks og flytt budsjett mot use-case keywords og partner
- 2-steps aktivering + onboarding-sjekkliste (mål: +15% aktivering)
- Start hjelpesenter light (10 artikler) for å fjerne repeterende support

90 dager: Bygg fart

- 3 nye partnere + co-marketing plan (webinar + maler)
- Pris-test (2 varianter) og oppfølging på aktivering → betalende
- Planlegg 1–2 stabilitetssprinter for å unngå teknisk gjeld

KlarFaktura

Styrerepresentasjon

Q3 2025

Illustrativt eksempel – fiktivt selskap og tall

- 1 **Sterk vekst fortsetter.** MRR +8% til 600k NOK. ARR nå 7,2m (+24% YoY).
 - 2 **Aktivering er hovedutfordringen.** Betalt søk gir volum, men 37% aktivering er for lavt.
 - 3 **Anbefaling Q4:** Prioriter partnervekst, forenklet onboarding og pris-test for SMB.
-

Nøkkeltall Q3 2025

3 / 10

MRR

600k

↑ 8% QoQ

ARR

7,2m

↑ 24% YoY

NRR

108%

↑ fra 104%

CHURN

2,1%

→ Stabil

CAC

6 400

↓ 9%

RUNWAY

14

måneder

MRR per segment

4 / 10



Partnersegmentet vokste 14% i kvartalet – raskest av alle segmenter.

Konverteringstrakt Q3

5 / 10

Besøk

120 000

Baseline

Signups

4 200

3,5% av besøk

Aktivert

1 550

37% av signups ⚠

Betalende

210

14% av aktiverte

Observasjoner

- Høy verdi hos kunder med integrasjon mot regnskap + automatiske påminnelser
- Churn kommer oftest fra "for lite brukt" i uke 1–2 etter onboarding
- 60% av support-henvendelser gjelder samme 3 temaer

Anbefalinger

- 5-dagers onboarding-sekvens (e-post + in-app)
- "Hjelpesenter light": 10 artikler + 3 videoer
- Standardisert partner-implementering med sjekkliste

Trender

- SMB ønsker mer automatisering og færre manuelle rutiner
- Økt prissensitivitet: tydelig ROI og enkel pakking vinner
- Partnerøkosystemer blir viktigere for distribusjon og tillit

Konkurransesbilde

Konkurrent A

Høy
pris

Mange
features

Konkurrent B

Middels
pris

Integrasjo-
ner

Konkurrent C

Lav
pris

Få
automasjoner

KlarFaktura

Middels pris

Enkelhet

Prognose Q4 2025

8 / 10

SCENARIO	MRR UTGANG Q4	CHURN	FORUTSETNINGER
Nedside	620 000 NOK	2,6%	Svak aktivering, lavere paid efficiency
Base	670 000 NOK	2,1%	Partnervekst + onboardingforbedring
Oppside	730 000 NOK	1,8%	Pris-test + høyere aktivering + co-marketing

Base-scenario gir 12% vekst i Q4. Oppside krever at alle tre tiltak lykkes.

Tiltak og prioriteringer

9 / 10

30 dager: Det viktigste

- Stram inn kanalmiks og flytt budsjett mot use-case keywords og partner
- 2-steps aktivering + onboarding-sjekkliste (mål: +15% aktivering)
- Start hjelpesenter light (10 artikler) for å fjerne repeterende support

90 dager: Bygg fart

- 3 nye partnere + co-marketing plan (webinar + maler)
- Pris-test (2 varianter) og oppfølging på aktivering → betalende
- Planlegg 1–2 stabilitetssprinter for å unngå teknisk gjeld

Takk for oppmerksomheten

Spørsmål og diskusjon

KlarFaktura AS – Styrepresentasjon Q3 2025