

Trifid Norge AS

Halvårsrapport 2019

TRIFID AS i vekst

Trifid AS er et selskap i sterk vekst! Det krever at selskapet utvikler seg på en måte som understøtter behovene. I 2018 gikk selskapet fra å være Trifid AS (Trifid) til å bli Trifid Holding AS og Trifid Norge AS. I 2019 går utviklingen videre, med initiativer i et ventureselskap og ekspansjon utover Norges landegrensar. Trifid fortsetter den raske veksten, og med stabilitet på kostnadssiden og nyansatte som har gått direkte inn i prosjekter har første halvår av 2019 gitt gode resultater.

Nøkkelen til suksessen ligger i at vi har lyktes med å opprettholde en høy belastning på alle konsulenter i relevante kundeoppdrag (85%). Dette til tross for en økning fra 20 til 32 ansatte bare i løpet av det siste halve året. Parallelt med dette har selskapet i 2019 jobbet hardt på med å skape et solid fundament for å håndtere vekstfasen man befinner seg i, både for ansatte og alle de kunder og prosjekter vi er ansvarlige for. Resultatene så langt viser at Trifid har lyktes med akkurat det. Med 9 signerte nyansatte som begynner høsten vil dette solide fundamentet være kritisk for videre suksess.

Dette er Trifid Norge AS

Trifid Norge AS (Trifid) er et selskap som leder deg gjennom endringer i grensesnittet mellom forretning, teknologi og organisasjon. Trifid støtter virksomhetsledere som vil utvikle virksomheten, tilpasse seg endrede rammevilkår og utnytte nye, digitale muligheter.

Rådgivere i Trifid kan vise til dokumenterte resultater fra arbeid med modernisering, digitalisering og transformasjon, og er oppdaterte både på beste praksis og ny metodikk.

Trifid leverer tjenester med høy kvalitet og med et godt resultat for både kunden, de ansatte i virksomheten og for eiere. Ambisjonen er minst 300 ansatte i minst 5 land, med tilfredse kunder som fortsetter å etterspørre verdiskapningen innen Trifid sine fagområder.

Trifid er et verdibasert selskap, og verdiene er rettesnoren for adferd, leveranser og beslutninger.

ÆRLIG

Vi er til å stole på. I Trifid setter vi vår stolthet i å være åpne, forutsigbare og tydelige. Vi sier det vi mener og gjør det vi sier, til det beste for kunden.

MODIG

I Trifid tør vi utfordre etablerte sannheter. Vi tør være synlige og tydelige. I krevende situasjoner viser vi handlekraft, mot og oppriktighet.

HEL VED

I Trifid er vi der for hverandre, både kunder og kolleger. Vi samarbeider, utfordrer og hjelper hverandre for å bringe frem det beste i alt vi gjør. Vi behandler alle med respekt, og verdsetter andres meninger.

Høydepunktene i H1 2019

32 ansatte – 9 nye på vei inn

Blogg

Brutt 5 MNOK barrieren

Trifid Open Source Initiative

Trifid Ventures er etablert

Sosiale medier

**Høy belastning av
prosjekter på tross av dobling
av antall ansatte**

Nøkkeltall

	1 halvår 2018	1 halvår 2019	Endring %	2018
Driftsinntekter	13 181	27 383	108%	28 789
Driftskostnader	12 530	23 595*	88%	26 203
Driftsresultat	651	3 788*	X5,8	2 586
Faktureringsgrad	85%	85%	0,3%	83%
Driftsmargin	5%	14%*	180%	9%
Antall ansatte	15	32	113%	20

* Justert for lønn og ferie for sammenlignbarhet

Daglig leder har ordet

TRIFID så langt i 2019



Vi begynte 2019 på toppen av hoppbakken og satte rett og slett utfor. Vi fortsetter å få nye kollegaer i det som i all beskjedenhet er et imponerende tempo. Det er helt fantastisk å samle så mye kompetanse under ett tak, og med denne kompetansen en bred portefølje med interessante kunder og samfunnskritiske prosjekter! Etter første halvår var vi 32 stykker og vi runder 40 i august. For ett år siden var vi 15. Kvinneandelen vår økes, og det er viktig og riktig i vår bransje.

Med økt antall mennesker som kan bidra til å bygge selskap har vi klart nettopp det. Nicklas og Jørund startet 2019 med entusiasme og iver rundt Trifid Ventures. Med samme entusiasme har veldig mange av våre kollegaer forpliktet seg til investeringsfondet, og Trifid har forpliktet en betydelig sum. Gleden var derfor stor når vurderingen av potensielle objekter er godt i gang og vi nærmer oss noe konkret. Jenny tar kommunikasjonen til nye høyder, og får oss til å poste i sosiale medier, skrive blogger og bygger opp tegninger som passer vår visuelle profil. Synligheten vår er blitt mangedoblet, og vi har vært i Finansavisen med positivt fortegn. Unni dytter oss i riktig retning med å holde interne kurs, Siri passer på helse-ansvaret med førstehjelpskurs, Siv og Kristian jobber med å gjøre oss relevante for de som er helt nyutdannet. Dette er bare noen av de veldig mange gode initiativene som våre kollegaer jobber med.

I løpet av sommeren er det ett år siden vi flyttet inn i Akersgata 20. Dette er et lokale som i all hovedsak fungerer bra for oss. Det er lokaler som støtter opp under visjonen og målsetningene våre. Det er fokus på plasser der vi kan jobbe sammen med blant annet alle initiativene nevnt over. I tillegg er vi i Trifid gode på sosialt samvær, og der fungerer den store sosiale sonen vår bra. Alle venner av Trifid er alltid invitert og vi har åpent hus hver fredag ettermiddag. Nettverket og økosystemet øker sakte men sikkert. Alt dette gjør at vi kan sette sammen bedre konstellasjoner og levere bedre kvalitet til de prosjektene vi sitter i.

Trifid skal være et verdidrevet selskap. Alle i Trifid er voksne og vil jobbe, og alle tenker selv. Da trenger vi verdier for å regulere adferd og ta viktige valg. Vi baserer oss ikke på excel til rapportering på detaljer. Når vi ser tilbake på første halvår av 2019 har vi eksempler på verdidrevne prosesser; medarbeiderundersøkelsene og tilbakemeldingene fra våre kunder. Dette er et område som er vanskelig å konkretisere. Vi vil fortsette å jobbe intenst med dette og ta med verdidiskusjoner i alt vi gjør. Jeg er overbevist om at vi blir bedre rådgivere av dette.

Vi utvider tjenesteområdene våre for å dekke opp behovene vi ser ute hos kunder. Digitalisering krever ofte store endringer i de organisasjonene vi jobber med, og Jenny har derfor opprettet en gruppe som har fokus på organisasjonsutvikling og endringer. Et annet viktig område for våre kunder er begreping av verdi,

kostnadskontroll, virksomhetsprosesser og Tone skal jobbe opp et kompetansemiljø på dette. Med disse to øker vi også andelen kvinner i lederstillinger i Trifid – det er jeg fornøyd med.

Visjonen i 2019 er fortsatt den samme, og fortsatt relativt enkel:

- vi vil jobbe med samfunnskritiske prosjekter
- vi vil levere verdi til kundene våre
- vi vil levere løsninger og ferdigstille prosjekter

Det Trifid kan være mest fornøyd med er at vi har levert på denne visjonen samtidig som vi har vokst. Vi har klart å finne interessante prosjekter hvor våre kollegaer kan bidra med sin kompetanse. I løpet av det første halvåret i 2019 har vi fått jobbe med mange flere viktige kunder. Blant disse er DGI, NAV, Tolletaten og Bærum kommune, for å nevne noen. Vi jobber kontinuerlig med å identifisere behov i markedet, matche dette med egen kompetanse og å identifisere hull hos oss selv og kunder. Markus og Ellen holder i dette arbeidet, og vi blir bedre og bedre.

Stor vekst fører også med seg utfordringer. Det er ekstremt viktig at et selskap som bikker 40 ansatte må redusere dugnadsarbeid og øke profesjonell styring. Vi jobber med profesjonalisering av styrearbeidet vårt, roller internt i selskapet, innhold i de ulike tjenesteområdene. Dette gjør vi for å være tydeligere på ansvarsområder, målsetninger på det vi vil oppnå innen ulike områder, samt rammer for hvordan vi skal jobbe. Alt dette fordi vi er ambisiøse på våre egne, og våre kunder sine vegne. Da må vi maksimalisere hele potensialet til våre ansatte sånn at vi kan levere den aller beste kvaliteten til våre kunder – hele tiden. Alle våre ansatte skal til enhver tid vite hvordan de best kan bruke seg selv i Trifid til det beste for prosjektene sine. Det er et tøft, men riktig mål for meg som daglig leder – det er jeg sikker på.

Resultatene for første halvår av 2019 er vi fornøyde med. Hardt arbeid har gitt solide resultater. Kundeporteføljen for høsten er bra ut, men med tilvekst på ressurser er det behov for økt fokus på arbeid med kunder og behov i markedet. Gode økonomiske resultater spises fort opp dersom vi ikke klarer å levere på vårt kjerneområde, men jeg er overbevist om at vi er i stand til å møte den utfordringen også!

Finansielle resultater

TRIFID så langt i 2019

Driftsinntekter

Trifids driftsinntekter for første halvår av 2019 var på 27,4 millioner kroner sammenlignet med 13,2 millioner i første halvår 2018. Det tilsvarer mer enn en dobling av driftsinntektene. 0,1 millioner av driftsinntektene i 2019 regnes som andre driftsinntekter, og knytter seg til utleie av lokaler. I det videre vil det belyses hvordan økningen i driftsinntektene fordeler seg på ulike forhold som priser, antall ansatte, faktureringsgrad m.m.

Innledningsvis var det i 2019 en arbeidsdag mindre enn i første halvår 2018, dette påvirker driftsinntektene negativt med 0,2 millioner. En marginalt høyere gjennomsnittlig timepris øker driftsinntektene med 0,1 millioner, mens en 0,27% økning i faktureringsgrad gir en økning på 0,1 millioner. Den primære årsaken til økningen i driftsinntektene ligger i tilgangen på ansatte. Med 17 flere ansatte ved utgangen av juni 2019 kontra juni 2018, økte driftsinntektene med 14,2 millioner.

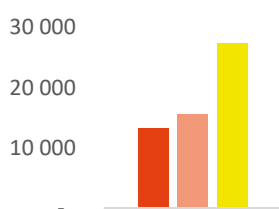
Av Trifids ordrebok kan en lese at en overvekt av kundene tilhører offentlig sektor. Videre var driftsinntektene fra fakturering 4,7 million høyere enn hva ordreboken for første halvår 2019 tilsa.

Driftskostnader

I første halvår av 2019 var Trifids driftskostnader på 23,6 millioner kroner. En oppgang på 88%, som tilsvarer 11,1 millioner. Trifid har begynt å avskrive anskaffet materiale, med en påvirkning på driftskostnadene av i underkant av 50 000 kroner. Lønnskostnadene utgjør 87% av Trifids kostnader, og beløper seg til 20,8 millioner. Dette er en økning på 9,9 millioner som tilsvarer 91%. Andre driftskostnader øker fra 1,6 millioner til 2,8 millioner, en økning på 73%. Under andre driftskostnader finner man blant annet husleie, innkjøp og bruk av mobil og pc, hodejeger, bedriftsforsikring og IT.

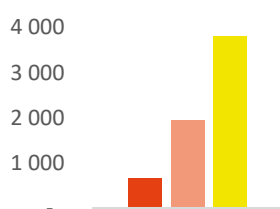
Kostnadsstrukturen i Trifid er tilnærmet identisk for de relevante postene for første halvår av 2018 og 2019. Andre driftskostnader utgjør hhv 12,8 og 11,8% og lønnskostnadene 87,0% og 88,0% tilsvarende.

Driftsinntekter



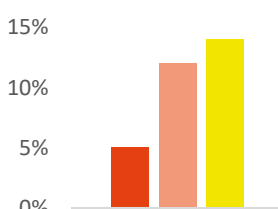
■ H1-18 ■ H2-18 ■ H1-19

Driftsresultat



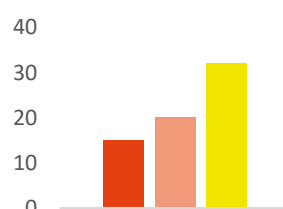
■ H1-18 ■ H2-18 ■ H1-19

Driftsmargin



■ H1-18 ■ H2-18 ■ H1-19

Ansatte



■ H1-18 ■ H2-18 ■ H1-19

Finansielle resultater

TRIFID så langt i 2019

Driftsresultat

Trifids driftsresultat for første halvår er på 3,8 millioner*. Dette er en økning på 3,1 millioner, som tilsvarer et 5,8 ganger så godt resultat. Resultatet for juni blir kunstig høyt på grunn av lave lønnskostnader grunnet trekk for årets ferie, mens man får et tilsvarende svakt resultat i juli på grunn av uttak av ferie samtidig med normale lønnskostnader. Dette er hensyntatt i fremstillingen av resultater og driftsmarginene for første halvår sammenlignet med fjoråret.

For å kunne gi et bedre og mer nyansert bilde på resultatene er det verdt å ta en titt på driftsmarginen. For første halvår er denne 14%*. Til sammenlikning var driftsmarginen for første halvår 2018 på 5%.

Alt i alt kan Trifid se seg fornøyd med resultatene for første halvår av 2019. Selv med sterk vekst i selskapet har man klart å opprettholde den høye faktureringsgraden og klart å stabilisere og redusere kostnadene knyttet til rekruttering.



* Justert for lønn og ferie for sammenlignbarhet

Ansatte og risiko

TRIFID så langt i 2019

Ansatte

I Trifid kartlegges arbeidsmiljøet løpende gjennom små månedlige medarbeiderundersøkelser, samt halvårslige medarbeiderundersøkelser som er av større omfang. Det er viktig for Trifid at alle som jobber der trives, føler seg sett og hørt, og får de utfordringene og mulighetene de trenger for å blomstre. Medarbeiderundersøkelsen bidrar til å fange opp i hvilken grad Trifid lykkes med dette, samt identifisere hvor det er rom for forbedring.

I perioden 1.1.2019 til 30.06.2019 er det gjennomført 5 medarbeiderundersøkelser. I perioden har det vært en flat eller svakt negativ utvikling på samtlige spørsmål, men resultatene er fremdeles jevnt over høyt. Gjennomsnittlig score på samtlige spørsmål var 4,47 (på en skala fra 1 til 5) ved målingen i juni 2019 mot 4,67 i januar 2019. Trifid vil fortsette å kartlegge og følge utviklingen i arbeidsmiljøet, og implementere tiltak ved behov.

Rekruttering har stått sterkt i fokus hos Trifid fra dag en. I et rekrutteringsmarked som av flere beskrives som utfordrende, er det en imponerende utvikling å gå fra 12 ansatte i januar 2018 til 32 ved utgangen av juni 2019, med 9 på vei i august. I den samme perioden er det verdt å nevne at frafallet har vært på 2 ansatte. Trifid har i 2019 fått sin første «internt» ansatte og opprettet en dedikert salgsrolle, begge deler for å være proaktive med tanke på fremtidige utfordringer knyttet til interne prosesser og salg.

Balansen av ansatte fordeler seg jevn mellom aldersgruppene og det er en litt større andel menn enn kvinner.

Risiko

Trifid har så langt håndtert de største risikoene som har forekommet. Selskapet er til en hver tid eksponert for den risiko som følger av markedet, ansatte og økonomi. Med aktivt arbeid ut mot kunder og prosjekter, mange samarbeidsrelasjoner og gode incentivmodeller for kundearbeid har Trifid klart å finne relevante prosjekter til konsulentene. Med mange nyansatte følger et økt behov for salg. Markedet peker mot et fortsatt stort behov for konsulenter, og forutsetningene for å lykkes synes å ligge til rette. Den største risikoen for Trifid ligger i å opprettholde den høye faktureringsgraden samtidig som man ivaretar de kulturelle verdiene som selskapet er tuftet på, selv med økt tilgang av nye ressurser.



Utvikling, marked og utsikter

TRIFID så langt i 2019

Utvikling

Trifid har hatt en formidabel vekst så langt i 2019. Ved hjelp av prosesser og rutiner som har blitt utviklet underveis angående rekruttering, salg og oppfølging, har Trifid klart å vedlikeholde kundearbeid på tross av sterk vekst. Dette skyldes en knallhard innsats rundt det å få nyansatte raskt ut i prosjekter. Denne innsatsen begynner i rekrutteringsprosessen, går videre til on-boarding og salg, og sluttføres med kontinuerlig oppfølging. Robustheten i plattformen, rutinene og prosessene som har blitt laget vil få en skikkelig test når 9 nyansatte starter i august. Trifid fortsetter å bli engasjert i samfunnskritiske prosjekter. Hos flere av våre kunder er Trifid tungt etablert, med store prosjektteam i sentrale roller. Fellesnevneren for prosjektene er anskaffelse, utvikling og implementering. Videre bistår Trifid flere sentrale prosjekter med prosess og prosjektledelse.

Marked

Den generelle markedsutviklingen er fortsatt god, og antas å være vedvarende. Etterspørselen drives av digitaliseringsprosjekter i offentlig sektor, men også stadig flere og større prosjekter i privat sektor. Større foretak er pådrivere for denne type prosjekter, og det er særlig foretak med statlig eierskap eller tilknytning som er mest aktive i konsulentmarkedet. Sammenlignbare aktører trekker frem IT-strategi, større digitaliseringsprosjekt og cloud-/integreringsprosjekter som de største driverne for fremtidige oppdrag.

Utsikter

Det skjer mye i det offentlige Norge. Mange direktorater, etater og kommuner som står ovenfor store endringer. Legg til digitalisering, bærekraft og miljø, så har du en gryterett som krever mange. Det betyr ikke at konsulentbransjen blir enklere fremover. Økt etterspørsel vil føre med seg økt tilbud, dynamiske innkjøpsordninger og stadig flere selskaper med smal og smidig organisering. Behovet for å levere relevant og oppdatert kompetanse vil bli større, og en av nøkkelfaktorene vil være proaktivitet. Selskaper som Trifid må klare å sitte tett på marked og kunder, forstå de fremtidige behovene, dekke opp behovet med relevant kompetanse og videre levere på de fremtidige samfunnskritiske prosjektene. Dette vil derfor også reflekteres i økt omsetning.

Med en betydelig økning i antall ansatte, og lønnskostnad som største kostnadsdriver vil fokuset ligge på å **levere** relevant alltid. Forward order book for Trifid viser signerte kontrakter til en verdi av 24 millioner ut 2019, kostnadsestimatet* for samme periode ligger på mellom 30 og 35 millioner. Prognosene for H2 krever over 73% faktureringsgrad for positivt resultat. Dette innebærer at Trifids fokus må ligge på salg. Med to nye kompetanseområder og ansatte med stort nettverk har Trifid satt seg selv i en god, men noe risikoutsatt, posisjon. Trifid har kompetanse og evne til å utnytte denne posisjonen, nå skal vi bare gjøre det!



Med 24 MNOK i ordreboken før H2-19 er grunnlaget lagt

* Basert på 75'i måneden og bonus basert på fakturering.



Tilgjengelige ressurser tydelige prosesser fører til relevante prosjekter og oppgaver