

**Vragen en Antwoorden naar aanleiding van de Algemene Vergadering van Aandeelhouders CM.com N.V**

Agendapunt 2a: Report of the Board for the financial year 2020	
<p>1. CM.com neemt regelmatig bedrijven over; in net iets meer dan een jaar werden 4 ondernemingen overgenomen.</p> <p>a. Hoe lang duurt het om de aangekochte technologie te implementeren in het platform van CM.com?</p> <p>b. Bij de overnames van Robin HQ, CX Company en Global Ticket werd ook het overgenomen klantportfolio genoemd. Kan CM.com een indicatie geven welk percentage van deze klanten bij CM.com de diensten heeft voortgezet?</p>	<p>a. Voor CM.com is het belangrijk dat alle ondernemingen volledig worden geïntegreerd in ons platform. Belangrijke onderdelen zoals HR, IT en Finance zijn normaliter binnen een paar maanden volledig geïntegreerd. Ook Sales en Marketing gaan direct aan de slag om een gezamenlijk plan van aanpak op te stellen. Afhankelijk van de complexiteit en de grootte van de acquisitie zullen de software en klanten binnen een tot drie jaar zijn gemigreerd.</p> <p>b. Alle klanten van de overgenomen ondernemingen zijn mee gegaan naar CM.com.</p>
<p>2. CM.com expandeert het marketingapparaat in hoog tempo, maar ook de andere afdelingen laten een snelle groei zien. Hoe zorgt het bedrijf voor een goede onboarding van het personeel in een tijd waarin kantoren overwegend gesloten zijn?</p>	<p>Wij hebben een uitgebreid onboardingsprogramma voor nieuwe medewerkers. Tijdens dit programma worden ze geïntroduceerd met ons bedrijf, cultuur, producten en procedures. Dit programma bestaat uit zowel online als offline onderdelen, waarbij de afgelopen tijd veel gebruik wordt gemaakt van onze online learning omgeving de CM Academy. Tevens krijgen nieuwe medewerkers een buddy, die de eerste 90 dagen zal zorgen voor actieve begeleiding en hun wegwijs zal maken binnen CM.com. Daarnaast organiseert CM.com ieder kwartaal een CM Together week, ook deze was de afgelopen tijd virtueel. Tijdens deze week worden er allerlei trainingen, presentaties, productinnovaties, maar ook sociale activiteiten georganiseerd om iedereen geïnformeerd en verbonden te houden.</p>
<p>3. Investeringen drukken vooralsnog op de marge. Kan CM.com aangeven hoe zij de marge naar het gewenste percentage op de middellange termijn denkt te gaan brengen?</p>	<p>Voor de langetermijn geeft CM.com een EBITDA-doelstelling af van 20% van de omzet. In eerste instantie zullen de kosten voor toekomstige groei die we nu maken, zoals het aannemen van nieuwe mensen en het openen van kantoren wereldwijd de winst drukken. Op lange termijn verwachten we dat deze investeringen resulteren in hogere omzetgroei, en binnen deze omzetgroei een relatief hogere groei door producten met een hoger marge</p>

	<p>profiel. Daarnaast verwachten we dat de kosten voor operationele activiteiten waarschijnlijk minder hard stijgen dan de omzet en brutowinst.</p>
<p>4. CM.com heeft een schaalbaar platform ontwikkeld en groeit snel door. Toch is de snelgroeiende internationale markt nog sterk gefragmenteerd. Hoe ziet CM.com de ontwikkelingen op markten waarin het actief is over 5 jaar?</p>	<p>De markt waarin CM.com opereert is een dynamisch en snel groeiende markt. Wij verwachten dat deze markt de komende jaren zal blijven doorgroeien en ontwikkelen. Wij zien daarbij de Communication Platform as a Service (CPaaS) markt zich ontwikkelen van eenrichtingsverkeer naar gesprek en vervolgens naar contactcenter- en verkoopkanaal, waarbij in een chat gesprek direct een betaling gedaan kan worden. Ons one-stop-shop aanbod speelt hierop in. Wij zien dat ondernemingen ook steeds meer waarde zien in deze geïntegreerde totaaloplossingen, waarbij de implementatietijd veel korter en eenvoudiger is. Bovendien zien wij dat iedere markt zijn eigen gebruiken en wensen heeft. Wij hebben daarom wereldwijd kantoren geopend om de klant zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn, waar ook ter wereld.</p>
<p>5. Bij de kapitaalverhoging in september meldde CM.com het volgende "Fueled by the changing environment, we have seen companies increase their investments in virtual customer communication and reshape their customer journeys with our technology as customer engagement has become critical in the current environment." Kan CM.com aangeven op welke wijze het sentiment rond virtual customer communication is veranderd, als ook hoe het bedrijf inspeelt op deze veranderende omstandigheden?</p>	<p>De pandemie heeft voor een versnelling van de digitalisering van veel trends gezorgd. Thuiswerken en online winkelen werden de norm. De afgelopen jaren zagen we al dat consumenten liever met elkaar communiceerden via het versturen van berichten dan door met elkaar te bellen. Wij verwachten dat ondernemingen verder op deze trend zullen inspelen en call centers worden contactcenters, waarbij de klant steeds vaker via zijn of haar favoriete communicatiemiddel met de onderneming communiceert. Tevens zien we dat geïntegreerde totaaloplossingen meer waarde toevoegen voor ondernemingen. In plaats van te onderhandelen met meerdere partijen en softwarepakketten van verschillende de partijen met elkaar te moeten integreren, kunnen deze gecombineerde diensten via CM.com op een eenvoudige en efficiënte manier snel worden geïmplementeerd. CM.com biedt sinds de tweede helft van 2020 onder andere de Mobile Marketing Cloud en de Mobile Service Cloud aan, die sluiten aan op deze trend.</p>
<p>6. CM.com heeft een ruime liquiditeitspositie. Om negatieve rente op de kasmiddelen te voorkomen, worden rekeningen van leveranciers snel voldaan. Welke voordelen levert dit de onderneming op?</p>	<p>Inderdaad dit voorkomt een negatieve rente op de kasmiddelen. Bovendien versterkt het onze relatie met leveranciers.</p>

<p>7. Mocht de evenementen sector en musea etc weer opengaan vanaf 1 juli 2021 welke revenues verwacht CM.com voor 2e helft 2021 en wat is de inschatting in een normaal jaar.</p>	<p>Tijdens onze Q1 2021 Trading update hebben wij een guidance afgegeven op totale omzet. Wij verwachten dat de totale omzet over 2021 tussen € 205 miljoen en € 225 miljoen zal bedragen. U zult begrijpen dat onze concurrenten de door u gevraagde informatie graag zouden willen weten. Wij houden het daarom bij een guidance voor de totale omzet.</p> <p>Ondanks dat onze klanten in de evenementensector en musea, theater en pretparken hard geraakt zijn door de lockdown als gevolg van de pandemie, zien wij de eerste tekenen van herstel als gevolg van de versoepeling van de lockdowns, met de eerste uitverkochte evenementen in het Verenigd Koninkrijk en enkele evenementen in Nederland. Het verspoelen van de lockdowns zal onze Ticketing business positief beïnvloeden.</p>
<p>8. Waarom wordt er niet meer geacquireerd door middel van betaling van CM.com aandelen?</p>	<p>Wij bekijken bij iedere acquisitie wat de optimale verhouding is van betaling in aandelen en cash binnen de mogelijkheden die er zijn in een competitief biedingsproces. Meer details vindt u in het jaarverslag 2020 op pagina 105.</p>
<p>9. Wie waren de concurrenten in de tender voor de internationale PSP van de overheid?</p>	<p>Dit is geen publiekelijk beschikbare informatie.</p>
<p>10. Krijgt de betaaldivisie een grotere focus als gevolg van deze acquisitie?</p>	<p>Payments is een essentieel onderdeel in onze Conversational Commerce propositie en in 2020 heeft CM.com aanzienlijke vooruitgang geboekt in de ontwikkeling van het Payments segment. Dat begint nu zijn vruchten af te werpen onder andere door het winnen van deze tender.</p> <p>In 2020 heeft CM.com bijvoorbeeld Apple Pay volledig geïntegreerd als een mogelijkheid van Apple Business Chat. WeChat Pay werd toegevoegd, waardoor we de eerste Payment Service Provider van WeChat Pay in Europa werden. Bovendien werden de betalingsvolumes van Global Ticket gemigreerd, zijn we begonnen met de implementatie van het Mastercard Principal Membership, en hebben we ons voorbereid op de VISA Principal Membership, dat begin 2021 werd verkregen.</p>
<p><b>Agendapunt 6: Reappointment of the External Auditor</b></p>	
<p>11. Welke extra of alternatieve procedures heeft de accountant bij het uitvoeren van zijn controle gebruikt in het licht van de pandemie?</p>	<p>Aangezien Deloitte dit jaar voor het eerst is aangesteld, hebben zij de audit uitgevoerd met inachtneming van de heersende COVID 19-</p>

	omstandigheden. Bovendien hebben zij op deeltijdbasis in de kantoren van de CM.com gewerkt, met inachtneming van de RIVM-richtlijnen.
12. De accountant noemt als key audit matter “Information technology and financial reporting”. Bij de observaties staat ‘we concluded that we had to perform mitigating procedures to sufficiently address the risks of material misstatement identified for financial reporting and the underlying relevant databases and interfaces.’ Moet daaruit afgeleid worden dat de accountant niet heeft kunnen vertrouwen om de interne IT-controle-omgeving bij zijn werkzaamheden?	De accountant heeft kunnen vertrouwen op de IT-systemen welke relevant zijn voor de financiële rapportage en de interface daartussen. Voor het aangemerkte verbeterpunt m.b.t. functiescheiding in het boekhoudsysteem zijn aanvullende procedures uitgevoerd. Daar zijn geen bevindingen uitgekomen.