

MIGALOO

Pressmeddelande

2018-06-18

Contentbyrån Migaloo utmanar branschen med abonnemangsmodell och tokens

Nu kan företag köpa kvalitativt content via abonnemang och egen digital valuta. Nystartade contentbyrån Migaloo lanserar en affärsmodell där processerna kring innehållsskapande avdramatiseras och skapar nya vägar för köp, produktion och distribution.

Bakom Migaloo står Stefan Jakobsson som tidigare utmanat de traditionella byråerna som medgrundare och delägare av reklambyrån Dear Friends och UX- och designbyrån BRV Agency.

– De allra flesta företag har idag ett behov av att kontinuerligt publicera relevant och engagerande innehåll i egna och köpta digitala kanaler. Marknadsföring idag handlar om att vara hands on, vi lever i en dynamisk vardag där allt förändras varje timme, varje dag. Det rimmar dåligt med traditionella byråstrukturer som ofta betyder långa möten, briefar, genomgångar med en faslig mängd människor och timarvoden, säger Stefan Jakobsson, vd och strateg på Migaloo och BRV Agency.



Stefan Jakobsson, vd och strateg på Migaloo och BRV Agency.
Foto: Mike Stranéus

Stefan har varit i branschen sedan mitten av nittitalet, först som systemutvecklare och sedan drivande i kommunikationsbyrå Cordovans digitala erbjudande. 2010 var han med och startade upp reklambyrån Dear Friends som byggdes upp till över 50 anställda och arbetade framgångsrikt med kunder som Tele2, Trelleborg Group och C More. För två år sedan startade han upp UX- och designbyrån BRV Agency där han gör upp med gamla byråstrukturer och hur man jobbar tillsammans med kunderna. Migaloo är nästa naturliga steg mot att utveckla contentbranschen.

Migaloo ska vara enklare, snabbare och med transparenta priser – utan att kvalitén blir lidande. Snarare tvärtom, enligt Stefan, som ser tidsbrist som den stora boven för många företag.

– Det vi på Migaloo gör nu ser man ett par exempel på utomlands, och det kommer bli vanligare i framtiden. Ute hos företagen finns ofta en strategi och plan för hur man ska arbeta med content marketing, men få klarar av att genomföra den fullt ut, vilket är avgörande för att lyckas. Ofta beror detta på brist av tid och resurser.

Migaloo har redan ett antal kunder för vilka man producerar innehåll löpande och hanterar deras kanaler och har även byggt upp partnerskap med flera stora plattformslieferantörer och specialister.



Självklart löser man även sina content-behov via Migaloo direkt på deras webbplats.
Foto: Mike Stranéus.

MIGALOO

Abonnemangsmodellen består av tre paket som enkelt kan skalas upp eller ner eller skräddarsys.
– Vi har helt enkelt förenklat köp av content. Du väljer vad du vill ha, när du vill ha det och till en budget som passar dina affärsbehov. Så enkelt är det, säger Stefan.

Bakgrund, Stefan Jakobsson, 44 år:

1996–1999	Systemutvecklare på Sinpro
1999–2006	Systemutvecklare och projektledare på Adera Kommunikation
2006–2007	Projektledare på Frost New Media Agency
2007–2010	Account Manager på Cordovan Digital
2010–2015	Medgrundare av Dear Friends
2016–	Medgrundare av BRV Agency
2018–	Grundare av Migaloo

För ytterligare information kontakta:

Stefan Jakobsson, vd och strateg på Migaloo och BRV Agency, tlf: +46 (0)707 550 496,

e-post: stefan.jakobsson@migaloo.se

Bilder för fri publicering kontakta Oscar Wiktorsson, +46(0)702 50 97 29,

e-post: oscar.wiktorsson@perspective.se

***Migaloo** är en contentbyrå och en del av BRV Agency. Migaloo erbjuder alla kompetenser som krävs för att producera, publicera och marknadsföra ett kreativt innehåll i de digitala kanalerna såsom sociala media, bloggar, kampanjer och hemsidor. I teamen ingår strateger, kreatörer och producenter och affärsmodellen fungerar lika bra för små upstarts som för större företag och är helt utan inläsningar i abonnemangen.*