



Hoodin lanserar erbjudande för content marketing

Hoodin AB (Publ) meddelar idag, den 20:e december 2020 att bolaget utökar sitt erbjudande till de båda branscherna Medtech och Pharma. Det utökade erbjudandet innebär att Hoodin inom kort erbjuder en anpassad version av plattformen som levererar värde inom content marketing.

Hoodin erbjuder en digital tjänst och plattform som automatiserad bevakning av digital innehåll och erbjuder versioner av tjänsten som är anpassad för olika branscher och dessa branschers unika behov. Sedan tidigare erbjuder Hoodin lösningar till företag inom Medtech och Pharma, då med inriktningen att effektivisera arbetet med att bevaka väsentligt innehåll som rör de egna produkterna (Post market surveillance samt Pharmacovigilance) och en lösning för att bevaka regelverk och lagar inom den bransch och de marknader som företagen är verksamma inom.

Nu finns även en lösning som levererar värde för dessa företag och deras behov att skapa högkvalitativt och kvantitativt digital innehåll med syfte att marknadsföra produkterna och skapa sk thought leadership inom det område som företaget vill påvisa att de är experter inom.

"En väsentligt del i vår uttalade strategi är att växa med nya lösningar som baseras på den existerande plattformen. Att vi nu släpper en lösning som adresserar behovet kring att förbättra effektiviteten i skapandet av digitalt innehåll med syfte att informera och marknadsföra är oerhört spännande då det är ett direkt resultat från marknadens önskan. Under denna hösten har vi fått fler och fler frågor från kunder och intressenter om man inte kan använda Hoodin för att effektivisera skapandet av sk content marketing och efter ca en månads testande så är vi nu redo att lansera brett.

Denna nya lösning har ett tydligt och lättförståeligt värde för en användare och är ett intressant komplement för cross selling inom de branscher vi har lösningar inom. Att skapa mycket och kvalitativt innehåll för att informera, bygga intresse samt trovärdighet är både tidskrävande och oftast kostsamt. För att skriva en artikel i form av ett blogginlägg, eller ett white paper etc. så behövs i snitt cirka fyra timmars arbete. Av de timmarna är ungefär tre timmar research. Med Hoodin for Content Marketing Medtech eller Pharma så hämtas relevant innehåll in via bevakningar och den som ska skriva nytt innehåll får med Hoodin ett konstant inflöde av innehåll för inspiration och återanvändning. För just Medtech och Pharma är det dessutom viktigt att referera till pågående forskning som bedrivs av andra aktörer än det egna företaget. Vilket är information som är mycket tidskrävande att leta fram manuellt.

*Vi ser ett stort behov och förmodad efterfrågan av denna lösning, både inom Medtech och Pharma. Rimligtvis är behovet även mycket stort inom många andra branscher och vi kommer under 2021 ta fram lösningar avseende content marketing för andra branscher utöver Medtech och Pharma." **Marcus Emne, VD Hoodin***

För mer information vänligen kontakta:

Marcus Emne, verkställande direktör, Hoodin AB (publ)
Tfn: +46 79-335 76 58
E-post: marcus@hoodin.com

Hemsida: www.hoodin.com

Om Hoodin AB

Hoodin AB utvecklar och säljer en unik tjänst (SaaS) som kan utföra bevakning och inhämtning av digital information. Tjänsten bevakar och hämtar digital information från de källor kunden anser mest relevanta och viktiga för dem. Den automatiska hanteringen gör att Hoodins kunder får full kontroll över den information som kontinuerligt skapas på internet, samtidigt som tjänsten medför stora arbetstids- och kostnadsbesparingar.

Om Hoodins affärsmodell - Hoodins affärsmodell baseras på att partners och kunder betalar en månadslicens. Storleken på månadslicensen är variabel beroende på vilka funktioner som valts för det aktuella projektet samt hur många bevakningar och användarkonton som används. Betalning för licensen sker i förskott om tre månader och Hoodin gör en bedömning att varje projekt inbringar licensintäkter över tre år. En grundlicens har ett månadspris om minst 1250kr.

Om Hoodins partnerprogram - Hoodin når slutkunder och nya användare genom ett nätverk av partners. En partner kan vara verksam inom en viss bransch eller tillhandahålla egen mjukvara där Hoodin ingår som del för att automatisera bevakning och inhämtning av digital innehåll. I och med ingått partnerskap mellan Hoodin och partners, ges partner rätt att sälja och implementera Hoodin hos kund. Affärer med slutkund kan ske omgående efter att partnerskap ingåtts, men utbildning och certifiering av partners anställda sker i regel före de första affärerna registreras. Partners kan utveckla egna erbjudanden baserat på Hoodins plattform,

allt från att de driftar och sköter ett projekt åt slutkund, till att de bistår i utbildning och implementering av ett projekt.