

Suomalainen Frida Net julkistaa täysin uudenlaisen monimediaisen sisältöpalvelun ja kutsuu sisällöntuottajat mukaan kehittämään toimintaa

Frida Net julkistaa erilaisten sisältöjen kuluttamisen mullistavan alustan. Palvelun kautta kuluttajat pääsevät yhdellä kuukausitilauksella käsiksi niin musiikki-, elokuva- kuin kirjallisuussisältöihin. Eri mediat yhdistävä alusta tarjoaa sisällöntuottajille helpon mahdollisuuden tavoittaa entistä laajempi asiakaskunta. Frida Netin tavoitteena on kasvattaa alustasta globaali palvelu muutaman vuoden kuluessa.

Kulttuuria tuotetaan ja kulutetaan nykyisin erilaisten sisältöjen muodossa. Oli kyseessä musiikki, kirjallisuus, viestintä, pelit tai uutiset, on näiden tuotanto ja omistajuus hajaantunut miljoonille eri ihmiselle ympäri maailman. Kuluttajille tämä tarjoaa paljon erilaisia mahdollisuuksia, mutta samalla sisältöjen löytämiseen tarvitaan usein erilaisia, maksullisia alustoja. Monien sisältöjen laillinen kulutus on myös usein sidottu tietyille maantieteelliselle alueelle. Sisällön tuottajien kannalta, arvoketju on usein monimutkainen ja iso osa tuotoista päätyy muiden taskuihin.

Frida on seuraavan sukupolven palvelu, joka vastaa sekä sisällöntuottajien että kuluttajien tarpeisiin. Frida on alusta, jonka kautta tuottajat voivat tarjota sisältöjä suoraan kuluttajille. Kuluttajille tämä tarkoittaa pääsyä sisältöihin helposti, vain yhden alustan kautta.

Frida Netin tarkoituksena on luoda suora arvoketju tuottajilta kuluttajille. Tuottajat saavat kiinteän korvauksen omistamansa sisällön käytöstä, perustuen sisältöön käytettävään aikaan. Kuluttajat puolestaan saavat kuukausimaksulla pääsyn valtavaan määrään erilaista sisältöä, kuten musiikkia, elokuvia, lehtiä ja kirjoja. Alusta antaa myös suosituksia erilaisista sisällöistä kuluttajien käyttäytymisen perusteella täysin uudella tavalla. Nykyisin eri sisältöpalvelut eivät keskustele keskenään, jolloin kuluttajat eivät saa ristiinsuosituksia erilaisista sisällöistä. Frida tarjoaa tähän ratkaisun.

”Tarkoituksenamme on mullistaa digitaalisten sisältöjen kuluttaminen yhdistämällä erilaiset sisällöt yhdelle alustalle ja samalla auttamalla sisällöntuottajia tavoittamaan aivan uusia asiakasryhmiä. Alustan tekemät sisältöehdotukset hyödyntävät kaikkia osapuolia, kun esimerkiksi 80-luvun musiikista kiinnostunut henkilö voi saada suosituksia aikakauden artistien elämänerroista”, kertoo Frida Netin perustaja ja toimitusjohtaja **Jaakko Veikko Ajanko**.

Frida Net esittelee palvelun Slushissa – tavoitteena päästä kiinni nopeasti kasvaviin markkinoihin

Slushissa julkistettava Frida lanseerataan ensi vuonna valituilla markkinoilla, jolloin kuluttajat pääsevät alustan kautta katsomaan elokuvia ja tv-kanavien ohjelmia, kuuntelemaan laajaa musiikkivalikoimaa sekä lukemaan uutisia. Tarkoituksena on laajentaa sisältötarjontaa ja hakea nopeaa kasvua uusilta markkinoilta tulevien parin vuoden aikana.

Frida Netin tavoitteena on ylittää yli 2 miljoonan käyttäjän raja ja luoda markkinoiden laajin sisältötarjonta vuoden 2018 aikana. Suoratoistopalvelujen kysyntä on globaalisti nyt vasta alkutekijöissä. Markkinoiden koko

kasvaa kiihtyvällä vauhdilla. Erilaisten medioiden maailmanlaajuinen liikevaihto liikkuu useissa sadoissa miljardeissa, josta suoratoisto kasvattaa osuuttaan vuosi vuodelta. Tällä hetkellä suoratoista edustaa vain alle 10 prosenttia kokonaismarkkinasta.

”Kasvava kysyntä tarjoaa valtavat määrät mahdollisuuksia ja uusille tekijöille on tilausta. Toivomme myös löytävämme strategisen partnerin ja sijoittajan, jonka verkostojen kautta pääsisimme entistä nopeammin kiinni kasvaviin markkinoihin”, Ajanko jatkaa.

Osana palvelua kuluttajat saavat pääsyn myös paikallismedioiden sisältöön. Palvelu tullaan pilotoimaan paikallisten sisältöjen kanssa rajatulla alueella ensi vuoden alussa.

Lisätietoja:

Jaakko-Veikko Ajanko, Frida Net Oy
jaakko-veikko.ajanko@fridanet.com
+ 358 400 699 779