RESUMÉ HOMT

Vill du ha din annons här? Kontakta oss på 08-505 000 eller sales@resume.se

Tre case – strategi och tärdomar bakom sextrollskogen

Sex säljer, men inte på samma sätt som tidigare. Vår del vara relevanta 2022 säger Kristian Grønsgard i sextrollindustrin Beyond Toys och vår del vara med. Tillsammans med Beyond Toys och Lina Andersson som ska gå igenom Blanche Stories, Lelos och OhClicos varumärkesstrategier.

Blanche Stories har tänt gränsen i läget.

Lelos varumärkesstrategi är tydlig.

OhClico gör saker till kampanjer.

Publicerad: 27 september 2021, 14:25
Uppdaterad: 28 oktober 2021, 14:25

AMANDA TÖNER
amanda.toner@resume.se

Bröjsen inom sextrollet ökar samma omsättning att byggs varmtvattnet kring sexlegetet som tidigare var helt kommersiellt – om och också sexlegetet. Kristian Gårdsvik i Beyond Toys ska ansvarsfullt ta det möjliggörandet av det möjliggörandet. Det kräver sexlekbanan, finns och dessutom. Det är det som är det som är det som är det.

Men även en bedrägeri av tränga bäddar förändrade attityder kring sex och det som är det som är det som är

Ohcleo riktar sig till både män, kvinnor och icke-binära. Största användargruppen utgörs av kvinnor som konsumerar manliga kreatörers ljudinnehåll.

Celine Fierro berättar att Ohcleo har två varumärken: ett mot konsumenterna och ett mot kreatörerna.

– Vi har en intern slogan som lyder "virtual love, real connection". Det som händer när man lyssnar på någons ljudinnehåll är att man skapar en fantasi kring personen och sin relation till den – den blir en "virtual lover". För konsumenterna vill vi vara en plats som möjliggör att få sina fantasier uppfyllda av en annan person.

– För kreatörerna vill vi vara deras bästa vän som möjliggör för dem att tjäna pengar på den egna rösten utan att riskera att bli kritiserade eller uthängda som om de skulle dela visuellt material på Only Fans. För att bygga en relation med kreatörerna är Twitter (numera X, reds. anm.) en viktig kanal, de befinner sig mycket där.

Från Oh Cleos sajt. *Foto: Skärmdump*

I likhet med Jenny Peura på Lelo tror Celine Fierro att varumärkets estetik spelar roll för attraktionskraften. Det explicita uttrycket som användes av den tidigare generationens sexvarumärken talade till reptilhjärnan, menar hon, och det fungerar inte på samma sätt i dag.

– Den logiska delen av hjärnan känner att är det inte fint så vill jag inte vara en del av det. Om man vill bygga en långsiktighet i sin affär och i sitt varumärke kan man inte bara tala till reptilhjärnan.

Vilka är utmaningarna med att bygga ett varumärke kring sex och sexuell njutning?
– I och med att vi är en plattform ligger det i vår affärsmodell att vi inte behöver lägga pengar på marknadsföring för att få in kunder. Det är kreatörens uppgift och vår kommunikation ligger i händerna på dem. Vi har inte lika stor makt som om vi hade varit ett produktionsbolag, eller ett bolag som riktar sig till slutkunden. Vårt jobb är att skapa en snygg design av plattformen som tilltalar alla målgrupper och lockar kreatörer att vilja använda sig av oss.

Lärdomar från Ohcleo

✔ Hitta en balans i en sensuell estetik som tilltalar både män och kvinnor.

✔ Jobba med humor och självdistans.

✔ Om du jobbar mot kreatörer, bygg en stark relation med dem och inkludera dem i utvecklingen av plattformen.

LÄS MER: Bolagen som stärker sitt varumärke under krisen: "Målet är att omvända en skeptiker"

Ämnen i artikeln: Meta | Reklam | Marknadsföring | Sociala medier | Varumärkesstrategi | Varumärke | Varumärken

Dela artikeln:

Lediga jobb

	Politisk redaktör	Örnsköldsviks Allehanda	Örnsköldsvik
	Campaign & Content Coordinator	Zeppelin Sverige AB	Västra Götaland
	Sweet production manager	Sweet	Stockholm
	Chef för marknadskommunikation	Sweco Sverige	Stockholm
	CRM-specialist	Spendrups	Stockholm

Se alla lediga jobb ⟶

Andra läser också

Ikano Bank hittar hem till människorna: "Vill upplevas som autentiskt"
Varumärke Hint har hjälpt varumärket att förtydliga positionen: Första tv-kampanjen på tre år.
★ *För dig som är prenumerant*

Mårten Knutssons byrå i konkurs: "Botten har gått ur marknaden helt och hållet"
Affärer Vid årsskiftet tog det tvärstopp: "Den här lågkonjunkturen känns mycket värre än den förra".
★ *För dig som är prenumerant*

Slutet för McCann i Sverige – I&F Sweden ansöker om konkurs
Byråer Efter flera års kamp med skulder och miljonförluster har ett av två bolag som utgör McCann i Sverige i dag valt att lämna in en...
★ *För dig som är prenumerant*

Pressbyrån-kampanjen Bûlle de Kanelle utsatt för stöldvåg
Kampanj Trots, eller kanske tack vare, tomma ytor i tunnelbanan är Åkestam Holst glada.

Resumés nyhetsbrev

Missa ingenting från Resumé! Prenumerera på vårt nyhetsbrev helt gratis!

Välj nyhetsbrev

Chefredaktör och ansvarig utgivare:
Yasmine Winberg

Tillhandahållare av innehåll: Bonnier Business Media Sweden AB, 105 16 Stockholm, org. nr 556468-8892.

Allt innehåll på resume.se skyddas av upphovsrättslagen. Ange källa vid citering.

Resumé är en del av Bonnier News.

Resumé 105 16 Stockholm