

Lär företag klara sig själva

BAM54 i Karlstad är varumärkesbyrån som tagit fram ett eget nätbaserat arbetsverktyg, DMS® (Digital Media Solution) som kvalitetssäkrar företagens marknadsföringsmaterial.

– Tack vare DMS® sparar företagen både tid och pengar genom att de kan hantera stora delar av marknadsföringsmaterialet själva, säger vd Jonas Dahlgren.

BAM54, fram till 2006 Bild & Design AB, är ett familjeföretag som grundades 1973 av Bo och Mariann Dahlgren. Bo var grafisk designer och fotograf och arbetade på Svenska Telegrambyrån.

– När den lades ner frågade kunder som Billerud och Somas om inte Bo kunde starta en egen firma och det gjorde han, berättar Jonas Dahlgren som tillsammans med sin storebror Mikael arbetat i företaget de senaste 20 åren.

1998 tog de över firman från Bo och Marianne och kände att det var dags för en kursändring.

– Vi ville bort från ”reklambyråträsket”. Kunderna hade ingen koll på vad en reklambyrå egentligen gjorde och hade svårt att särskilja alla olika byråer åt. Därför ville vi jobba på ett nytt och annorlunda sätt, säger Jonas Dahlgren.

Man ville bort från korta uppdrag som gick ut på att skapa en enstaka annons eller en kampanj åt en kund för att i stället hjälpa företag att långsiktigt bygga upp ett starkt varumärke. Frågan var bara hur detta skulle ske?

DMS® blev en viktig pusselbit.

Bröderna Dahlgren insåg tidigt att den nya tekniken och internet skulle komma att spela en stor roll vad gäller marknadsföring.

– Redan 1998 när de flesta ännu inte hade email började vi med en PDF-bank. 2000 startade vi arbetet med att utveckla DMS® och 2003 fick vi det registrerat som ett eget varumärke, säger Jonas.



Från reklambyrå till varumärkesbyrå. De senaste åren har BAM54 ändrat sitt arbetssätt radikalt: från korta annons- eller kampanjuppdrag åt många kunder till långsiktiga varumärkessamarbeten med ett färre antal kunder. Vd Jonas Dahlgren (till höger) driver företaget tillsammans med sin bror Mikael Dahlgren.

DMS® är ett arbetssätt med rutiner och ett verktyg på internet där företagen samlar allt från mallar, riktlinjer och logotyper till bilder och färdigt marknadsföringsmaterial. Förutom för de egna anställda är DMS® även till för leverantörer, samarbetspartners, tryckerier och medier som behöver ha tillgång till rätt grundmaterial för tryck och publicering.

– Tidigare satt vi som ett serviceorgan och hjälpte kunderna med detta, nu ägnar vi mycket av vår tid till att lära kunderna att använda verktygen själva. Sam-

tidigt kan vi i stället koncentrera oss på den kreativa biten som vi är bäst på, säger Jonas Dahlgren nöjt.

Öhrlings PricewaterhouseCoopers är en av kunderna som använder sig av DMS® i sin organisation. Enligt Jonas Dahlgren har de sparat många miljoner som ett resultat av det nya arbetssättet och dessutom frigjort resurser inom företaget.

– De har 125 kontor i Sverige. Tidigare skulle deras egen inhousebyrå ta hand om allas marknadsföringsarbete, fatta vilken flask-

hals det var!

– Nu sköter de 125 kontoren merparten av detta arbete själva och alla vet var de kan hitta materialet de behöver. Inhousebyrån har numera möjlighet att jobba långsiktigt och kreativt i stället för att som förut mest ”släcka bränder”, säger Jonas Dahlgren som tror att intresset för DMS® kommer att öka framöver.

– Vi har mer eller mindre bara börjat!

Trots att BAM54 i dag bara har tolv kunder jämfört med ett 40-tal för

ett par år sedan, har man mer att göra än någonsin. Och arbetet är dessutom mycket mer stimulerande.

– Ett varumärkesarbete är mer långsiktigt och mer omfattande. Vi samarbetar med våra kunder under flera år numera och har därmed en helt annan möjlighet att utveckla en djupare dialog. Ett starkt varumärke byggs inte på en kul idé från en reklambyrå, utan inifrån organisationen själv, understryker Jonas Dahlgren.