



140 MILJARDER DOLLAR var det samlade värdet på världens kryptovalutor i slutet av mars.

Alternativa valutor kräver hård marknadsföring. För hård, tycker myndigheterna som vill rensa i altcointräsket.



ALTCOINREKLAM

Kryptopeng i vilda västern

Det ska vara en *kryptovaluta* i år. I Kalifornien är det en egen kategori inom marknadsföring. Tricket är djuriska valutanamn.

Text: Margaretha Levander /

MIN H KIM driver Blocultural Studios i San Francisco. En marknadsförings- och eventbyrå för startupföretag som planerar att ta in pengar genom att ge ut en kryptovaluta.

Hon är dessutom en av grundarna bakom kryptovalutan bee

token som används för att boka boende hemma hos privatpersoner. Bee Token tog nyligen in fem miljoner dollar genom en ICO (se faktaruta). Min H Kim, som var marknadschef för bolaget, berättar att det först var trögt.

– Vi var det första bolaget som förmedlade social uthyrning, det fungerar som Airbnb men du kan välja att bo hemma hos personer med samma intressen som du själv. Men det räckte inte för att locka det intresse vi sökte.

Bee Token är ett nätverk baserat på plattformen Beenest och blockkedjeteknik. Användarna kan boka och betala för boenden, utan några förmedlingsavgifter eller mellanhänder.

Att vara verkligt unik är också det främsta rådet som Min H Kim ger Blocultural Studios klienter.

– Det är också viktigt att vara personlig. Jag låter grundarna skriva och berätta om sig själva, på så sätt kan investerarna själva förstå varifrån deras affärsidé kommer, vilket skapar förtroende och trovärdighet.

Hur viktigt är namnet på valutan?

– Väldigt viktigt. Vi valde ett djurnamn, bee, för det fanns inte tidigare. Sedan har vi publicerat roliga historier och skämt kring bin i vårt community. Medlemmarna har uppmanats att själva lägga ut