

10 salgsanledninger for branding, web og digital

Pilotrapport • Norge • 1. september 2026

Hva du får: ferske norske selskaper som viser tegn til lansering, ny merkevare eller kommersiell vekst - før de blir åpenbare prospekter.

Denne utgaven er kuratert for byråer som selger **branding, nettsider, e-handel, kampanje og digital vekst**.

[Patentstyret](#) [Brønnøysund](#) [offentlige nettsider](#) [manuell verifisering](#)

Prioritetsscoren er en manuell pilotprioritering (timing + byråfit + dokumentasjon), ikke en garanti for kjøpsbehov.

Ring først

Tre muligheter der offentlig aktivitet tilsier at timingen er spesielt god akkurat nå.

01

REVLY / AITIVE AS

AI-native revisjonsplattform i aktiv lansering. Lanseringspris, demo og kundeopptak er live nå.

Salgsangle: Launch campaign, paid acquisition, conversion/CRO, kundecaser.

96

/100

02

ZYMAMI / ZYMIA AS

Nytt matindustriprodukt er kommersialisert og tar imot prøveforespørsler.

Salgsangle: B2B-produktfortelling, sample-funnel, salgsmateriell, trade marketing.

94

/100

03

CASEWEB / CASEWEB AS

Ny digital helsetreningstjeneste er i gratis/beta-lignende fase før betalingen skrus på.

Salgsangle: Beta→paid-konvertering, onboarding, prisside, B2B-salgsmateriell.

91

/100

Hele topp 10

#	Merke	Selskap	Prioritet	Primærsignal
1	Revly	Aitive AS	96	AKTIV LANSERING
2	Zymami	Zymia AS	94	KOMMERIALISERING
3	Caseweb	Caseweb AS	91	BETA → BETALT
4	Snakker	Snakker AS	90	NYTT PRODUKT
5	Sori	Sori Wonder AS	88	NY CONSUMER-BRAND
6	Adora Avenue	Amora Studio AS	87	NY MOTE BRAND
7	NUDE GREEN	Yihaa Utvikling AS	86	NY MAT/DRIKKE-BRAND
8	ARCTIC ICONS	The Arctic Resort Company AS	84	REISELIVSSATSING
9	ClaraCare	Lucatech Health AS	83	HELSETECH
10	Samosapikene	AK Foods AS	80	NY MATVARE-BRAND

Tips: Bruk rapporten som prioritering, ikke som fasit. Åpne kildene før kontakt og tilpass pitch til byråets tjenestoområde.

01 Revly

Aitive AS • Kristiansund

96

/100

STIFTET
09.03.2026

VAREMERKE
26.08.2026

KLASSER
42

SIKKERHET
Svært høy

HVORFOR NÅ

Revly er ikke bare et nytt varemerke - produktet er i aktiv kommersiell lansering. Egen nettside tar imot kunder og demo-bookinger, har tidsbegrenset lanseringspris, og selskapet profilerer seg mot norske revisjonsfirmaer.

SIGNALER

Varemerke levert 26.08 og registrert 31.08. Egen nettside viser aktiv kundereise og kommersiell CTA. Revly er eksplisitt knyttet til Aitive AS.

ANBEFALT SALGSANGLE Gå rett på lanseringsvekst: konverteringsoptimalisering, paid search/LinkedIn, webinar/demo-funnel, retargeting, kundecaser og kategori-/konkurrentinnhold.

ÅPNER “«Ser dere er midt i lanseringen av Revly. Vi har noen konkrete ideer til hvordan dere kan gjøre demo→kunde-flyten og lanseringskampanjene skarpere de neste ukene.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610213 • [Revly](#) • [Brønnøysund](#)

02 Zymami

Zymia AS • Lørenskog

94

/100

STIFTET
02.11.2023

VAREMERKE
27.08.2026

KLASSER
30

SIKKERHET
Svært høy

HVORFOR NÅ

Zymia har gått fra prototype/pilot til et konkret B2B-ingredienstilbud. Zymami presenteres nå som et ferdig clean-label produkt, og nettstedet har tydelig «få prøver»-CTA mot matindustrien.

SIGNALER

Ferskt varemerke + nytt produkt på egen nettside + offentlig kommunisert kommersialisering i 2026. Dette er et sterkt go-to-market-signal selv om selskapet er eldre enn ett år.

ANBEFALT SALGSANGLE B2B produkt-/brandplattform, sample-funnel, salgsdeck, messedesign, thought leadership mot matindustrien, produktfoto og leadgenerering mot innkjøp/R&D.

ÅPNER “«Zymami ser ut til å ha gått inn i den fasen hvor produktet skal skaleres kommersielt. Vi ville særlig sett på sample-funnel og hvordan produktverdien kommuniseres mot industrielle kjøpere.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610358 • [Zymia](#) • [LinkedIn](#) • [Brønnøysund](#)

03 Caseweb

Caseweb AS • Trondheim

91

/100

STIFTET
25.03.2026

VAREMERKE
24.08.2026

KLASSER
9, 41, 42

SIKKERHET
Svært høy

HVORFOR NÅ

Caseweb har et ferdig digitalt produkt for prehospital mengdetrening. Tjenesten er gratis til og med uke 36, mens bruksvilkårene beskriver betaperiode og salgsvilkår for abonnement.

SIGNALER

Nytt selskap + ferskt varemerke + live produkt + nært skifte fra gratis/beta til kommersiell betaling. Timingen er spesielt god for onboarding, prising og konvertering.

ANBEFALT SALGSANGLE Beta→paid launch: pricing/package, onboarding, e-post/lifecycle, CRO, B2B-side for skoler/arbeidsgivere, testimonial/-case-struktur og lanseringskampanje.

ÅPNER “«Dere står akkurat i overgangen fra gratis bruk til en mer kommersiell fase. Vi har noen konkrete ideer til pricing-, onboarding- og B2B-flyten før dere skrur opp betalingen.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610180 • [Caseweb](#) • [Brønnøysund](#)

04 Snakker

Snakker AS • Oslo

90

/100

STIFTET
09.06.2026

VAREMERKE
31.08.2026

KLASSER
9, 42

SIKKERHET
Høy

HVORFOR NÅ

Snakker AS er et helt nytt programvareselskap med en live AI-plattform for norske SMB-er. Nettsiden har pris, møtebooking og en bred kategoriambisjon: CRM, regnskap, nettsider, markedsføring og flere moduler i ett produkt.

SIGNALER

Selskap stiftet i juni, varemerke levert 31.08, registrert nettsted og aktiv kommersiell side. Produktet er ute, men posisjoneringen er svært bred - et typisk tidspunkt for kategori- og vekstarbeid.

ANBEFALT SALGSANGLE Kategori/posisjonering, sammenligningssider, performance-annonser, product marketing, proof/cases, onboarding og tydeligere segmentering av SMB-målgruppen.

ÅPNER “«Snakker har en stor kategoriambisjon. Vi tror dere kan hente mye på å spisse hvem som kjøper først, og bygge kampanjer/sider rundt de 2–3 mest lønnsomme use casene.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610427 • [Snakker](#) • [Brønnøysund](#)

05 Sori

Sori Wonder AS • Nittedal

88

/100

STIFTET
06.08.2026

VAREMERKE
31.08.2026

KLASSER
20, 24, 28

SIKKERHET
Høy

HVORFOR NÅ

Sori Wonder ble stiftet 6. august og registrert 18. august. Bare to uker senere leverte selskapet varemerket Sori i klasser knyttet til interiør/tekstiler/leker. Ingen tydelig offentlig nettside er registrert i datasettet.

SIGNALER

Ekstremt ferskt selskap + distinkt consumer-brand + produktnære varemerkeklasser + lav offentlig digital footprint. Dette er et klassisk «brand før launch»-signal.

ANBEFALT SALGSANGLE Navn/identitet, e-handel, produktfoto, launch content, paid social, e-postliste/venteliste og grunnleggende tracking/CRM fra dag én.

ÅPNER “«Dere har akkurat sikret Sori-navnet i produktkategorier som vanligvis trenger en tydelig visuell og digital launch. Vi jobber med å få slike brands raskt fra registrering til en salgbar front.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610426 • [Brønnøysund](#) • [Gule Sider](#)

06 Adora Avenue

Amora Studio AS • Porsgrunn

87

/100

STIFTET
16.07.2026

VAREMERKE
29.08.2026

KLASSER
25

SIKKERHET
Høy

HVORFOR NÅ

Amora Studio er registrert direkte innen industri-, produkt- og motedesign. Kort tid etter oppstart leverte selskapet Adora Avenue som varemerke i klasse 25 (klær).

SIGNALER

Nytt designskap + nytt klesmerke + ingen registrert nettside i datasettet. Kombinasjonen peker mot tidlig brand-/launchfase med høy relevans for visuell identitet og e-handel.

ANBEFALT SALGSANGLE Brand identity, Shopify/e-commerce, launch shoot, social system, produkt-/kolleksjonssider, e-post/SMS og influencer-/UGC-oppsatt.

ÅPNER “«Adora Avenue ser ut som et brand som er tidlig nok til at identitet, nettbutikk og launch-content fortsatt kan bygges som én helhet - før dere låser dere til enkeltløsninger.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610401 • [Brønnøysund](#)

07 NUDE GREEN

Yihaa Utvikling AS • Fredrikstad

86

/100

STIFTET
05.03.2026

VAREMERKE
29.08.2026

KLASSER
5, 29, 30, 32, 35

SIKKERHET
Høy

HVORFOR NÅ

Et seks måneder gammelt selskap har levert et distinkt merkenavn på tvers av kosttilskudd/mat/drikke og retail-relaterte klasser. Den brede klassepakken tyder på et brand som er ment å fungere kommersielt i flere kanaler.

SIGNALER

Ferskt selskap + consumer-navn + mat/drikke/handel-klasser + ingen tydelig offentlig webtilstedeværelse funnet. Høy branding- og packaging-fit, men selve lanseringen er ikke offentlig bekreftet.

ANBEFALT SALGSANGLE Brand strategy, emballasjesystem, retail/e-commerce, claims/produksider, launch creative og kanalpakke for paid social/search.

ÅPNER “«NUDE GREEN-navnet og klassebredden tyder på at dere bygger et brand som skal fungere både på produkt og i salgskanal. Vi kan vise et konkret oppsett for identitet + emballasje + digital launch.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610405 • [Brønnøysund](#)

08 ARCTIC ICONS

The Arctic Resort Company AS • Tromsø

84

/100

STIFTET
08.12.2025

VAREMERKE
27.08.2026

KLASSER
39, 41, 43

SIKKERHET
Høy

HVORFOR NÅ

The Arctic Resort Company er en ung reiselivsaktør med en betydelig operativ footprint for alderen. Selskapet har hatt tosifret antall ansatte i 2026 og søker nå varemerkebeskyttelse for ARCTIC ICONS i reise-, opplevelses- og hospitality-klasser.

SIGNALER

Ny reiselivsvirksomhet + aktiv bemanning + nytt destinasjons-/opplevelsesbrand. Dette indikerer mer enn et rent juridisk varemerke; det kan være en ny merkevare eller portefølje som skal ut i markedet.

ANBEFALT SALGSANGLE Destination brand, web/booking-funnel, foto/video, SEO/paid search mot internasjonale gjester, CRM/e-post og partner-/trade-materiell.

ÅPNER “«ARCTIC ICONS ser ut som et nytt kommersielt lag oppå en allerede operativ reiselivssatsing. Vi ville sett på hvordan brand, bookingflyt og internasjonal synlighet kan lanseres samlet.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610363 • [Brønnøysund](#) • [Firmadatabasen](#)

09 ClaraCare

Lucatech Health AS • Bryne / Stavanger

83

/100

STIFTET
16.12.2025

VAREMERKE
24.08.2026

KLASSER
9, 42

SIKKERHET
Høy

HVORFOR NÅ

Lucatech Health er etablert for utvikling og kommersialisering av helseteknologiske løsninger. ClaraCare profileres offentlig som støtteinfrastruktur for pårørende til personer med demens, med digital plattform og tydelig formål.

SIGNALER

Ung healthtech + nytt varemerke + offentlig produktfortelling + eksplisitt kommersialiseringsformål. Høy behovssannsynlighet for tillit, tydelig segmentering og digital salgsreise.

ANBEFALT SALGSANGLE Trust-led brand/web, caregiver messaging, B2B2C-materiale for helseaktører/forsikring, demo/lead funnel, innholdsstrategi og proof/cases.

ÅPNER “«ClaraCare løser et emosjonelt og komplekst problem. Vi tror dere kan vinne mye på å gjøre verdien tydelig separat for pårørende, helseaktører og betalende partnere.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610162 • [ClaraCare / LinkedIn](#) • [Brønnøysund](#)

10 Samosapikene

AK Foods AS • Skjetten

80

/100

STIFTET
01.11.2025

VAREMERKE
21.08.2026

KLASSER
29, 30

SIKKERHET
Middels-høy

HVORFOR NÅ

AK Foods er et ungt matselskap med formål som dekker matproduksjon, café/restaurant, import/eksport og grossist. Varemerket Samosapikene er levert i sentrale matvareklasser.

SIGNALER

Ung mataktør + tydelig consumer-navn + matvareklasser. Offentlig lansering er ikke bekreftet, så dette er et tidligere og mer spekulativt signal - men med svært god fit for brand/packaging/web.

ANBEFALT SALGSANGLE Consumer identity, emballasje, food photography, nettbutikk/landing page, retail-materiale, SoMe launch og lokal→nasjonal merkevarebygging.

ÅPNER “«Samosapikene er et navn som allerede har sterk forbrukerkarakter. Hvis dere er i produkt-/lanseringsfasen, kan vi samle emballasje, digital front og launch-innhold i ett system.»”

Kilder: Patentstyret søknad 202610144 • [Brønnøysund](#) • [Firmadatabasen](#)

Slik ville vi brukt listen

1

Start med 3–5 leads

Velg de som passer byråets sterkeste tjeneste og referansecaser.

2

Verifiser siste 5 minutter

Åpne kildene og sjekk at aktiviteten fortsatt er fersk før du tar kontakt.

3

Pitch signalet - ikke tjenestelisten

Vis at du har sett hva som skjer nå, og koble én konkret idé til situasjonen.

4

Følg opp raskt

Disse signalene taper verdi når flere konkurrenter oppdager samme launch eller brand.

Metode / avgrensning

Vekstsignal kombinerer ferske varemerkesøknader med selskapsdata og offentlig tilgjengelige lanserings-/vekstsignaler. Denne pilotrapporten er manuelt kvalitetssikret. Et signal betyr ikke at selskapet har besluttet å kjøpe byråtenester, og rapporten skal brukes som prioriteringsstøtte - ikke som en påstand om kjøpsintensjon.

VEKSTSIGNAL

Finn hvem du bør kontakte - og hvorfor akkurat nå.