

DAGENS MEDIA

2007-12-19 06:01

Snackis ska sälja snyttisar

Lambi tar hjälp av buzzmarketingbyrån Buzzador när de vill flytta sina pappersnäsdukar från butikernas stökiga kosmetikhyllor in i förkylda konsumenters medvetanden. "Det är ett intressant experiment", säger Lennart Karlberg, kategoriansvarig på Lambi.

I samband med lanseringen av Lambis nya pappersnäsduk Cool Mint skickas ett kit med olika näsdukssorter ut till "ett antal tusen" Buzzadorer.

- Vi vill få konsumenterna att prova produkten. Vi tror på mun-till-mun marknadsföring. Den bästa reklamen är om någon tycker om vår produkt och sedan rekommenderar sina vänner att prova, och just nu är var och varannan människa lite småsnuvig, säger Lennart Karlberg.

Enligt Lennart Karlberg råder ett krig om pappersnäsdukskonsumenterna där ute. Lambi Cool Mint marknadsförs inte i några andra egna kampanjer.

- Det är en kostnadsfråga. Pappersnäsdukar är en liten produktkategori. Vi försöker hitta vägar att göra effektiv reklam på andra sätt. Genom Buzzador syns vi på andra sätt. Vi rör oss ut från hyllorna och omnämns i flera bloggar.

Lambi ser Buzzador-kampanjen som ett test.

- Vi får se om vi fortsätter med detta i framtiden. Det är en intressant ny marknadsföringskanal, som vi ville prova i samband med en lansering. Framöver kommer nog inte tv-reklam vara så viktigt, utan det gäller att hitta alternativa mediekkanaler.

Sofia Eriksson
sofia@dagensmedia.se