

# ErhvervsBladet.dk

## Rygtespredning er ny markedsføringstrend

*Fredag den 16. november 2007, 10:07*

**Markedsføring. En virksomhed, der lever af at sprede rygter om forskellige produkter, er kommet til Danmark.**

Mund-til-mund-reklame er en ny markedsføringsform, som er ved at tage form i Danmark. Det svenskejede firma Buzzador vil have danskerne til at "buzze" med venner om nye produkter.

Buzzador er den største udbydere af mund-til-mund reklame i Norden med 60.000 medlemmer i Sverige. Konceptet bag buzz-marketing er at give virksomhederne direkte kontakt til deres respektive målgruppe gennem Buzzadors medlemmer, der spreder rygter om et produkt ved at benytte deres netværk.

Medlemmerne får helt gratis nye og spændende produkter og samtidig muligheden for at give deres mening til kende om produktet i en feedback til producenten.

Efter succesen i Sverige er Danmark og resten af Norden næste skridt.

"Det har været et ønske fra mange af vores kunder, at vi dækker alle nordiske markeder og derfor starter vi nu Buzzador i Danmark", fortæller Pär Thunström, direktør og grundlægger af Buzzador.

Flere større producenter af forbrugsvarer, som for eksempel Wrigleys, Barilla-Wasa, Coca-Cola, Unilever, Nivea og Nestlé benytter sig ifølge Buzzador af denne nye reklameform, som kaldes mund-til-mund markedsføring eller 'precision marketing'.

- mja

[\*\*Luk vindue\*\*](#)