

Buzzador tulee Suomeen

12.12.2007

Buzzador kutsuu itseään Pohjoismaiden ensimmäiseksi suusta-suuhun - markkinointiportaaliksi. Samassa tahdissa kun perinteisen mainonnan teho laskee ja mediakulutus sirpaloituu, lisääntyy kuluttajatuoteyrityksien tarve löytää uusia ja tehokkaampia markkinointikanavia. Tähän rakoon Buzzador on iskemässä.

Buzzadorissa uskotaan siihen, että suusta-suuhun markkinoinnin vahvuus piilee sen ylivoimaisuudessa ostopäätökseen johtavana kanavana. Suomesta jalansijaa hakevan yrityksen palveluita voivat periaatteessa käyttää kaikki kuluttajatuotteita myyvät yritykset.

-Alusta lähtien olemme enimmäkseen työskennelleet nopeasti liikkuvien kuluttajatuotteiden parissa, sanoo toimitusjohtaja Pär Thunström.

Yritys käyttää apunaan ns. buzzadoreja, jotka vapaaehtoisesti kokeilevat tuotteita, arvioivat ja raportoivat niistä sekä keskustelevat tuotteista ystäviensä kanssa. Toisinaan he myös jakavat tuotenäytteitä.

-Yhdysvalloissa, jossa trendi on ollut kauemmin olemassa on markkinoitu monipuolisesti nopeasti liikkuvista kuluttajatuotteista aina vaatteisiin. Muita tuotteita ovat olleet autot, koulutus ja sisustustuotteet. Yritykset ovat myös alkaneet käyttämään kanavaa päävälineenä uusia tuotteita lanseeratessaan, Thunström mainitsee.

Tärkeintä suusta-suuhun markkinoinnille onnistumiselle on se, että kampanjaidea on buzzadoreille kiinnostava. Ruotsissa on kaikkiaan 50 000 buzzadoria. Heidän avullaan saavutetaan henkilökohtaisesti noin 900 000 henkilöä.

http://kampanja.net/index?option=com_content&task=view&id=452&Itemid=9