

Millioner i buzz



Direktør Pär Thunström regner med å selge munn til munn-markedsføring for 10 millioner kroner i år. Nå skal 10.000 norske munn til munn-markedsførere rekrutteres.

Av: [Knut Kristian Hauger](#)

Buzzador satser på munn til munn-markedsføring når de skal hjelpe selskaper som Coca-Cola, Wrigleys og Kellogs til å lansere nye produkter.

– Tradisjonell reklame mister effekt

Toppsjef Pär Thunström mener tradisjonell reklame mister effekt og at annonsørene derfor er på jakt etter nye måter å kommunisere med forbrukerne. Det har gitt suksess i Sverige. 50.000 såkalte buzzadors jobber for selskapet i Sverige, og Thunström satser nå på å rekruttere 10.000 norske munn til munn-markedsførere innen utgangen av 2007.

– 75 prosent av alle kjøp kommer som følge av anbefalinger. Vi rekrutterer derfor representanter som har lyst til å prøve nye produkter og som gjerne deler med andre og forteller om produktene, forteller administrerende direktør i Buzzador, Pär Thunström.

Selskapet mener å ha tall på at at 50 prosent av alle som har testet produktene via en buzzador kjøper produktet etter at de først har testet det gratis.

Dobler omsetningen

Idéen om organisert munn til munn-markedsføring kommer fra USA og markedet der er ifølge Thunström stort. Buzzador regner selv med en omsetning på 10 millioner kroner i 2007, og satser på en dobling i løpet av 2008.

– Vi har doblet omsetningen hvert halvår siden oppstarten i 2006, sier han.

Ønsker ikke betaling

Men til alle de som kunne tenke seg å være buzzadorer - det blir ingen betaling. De som frivillig registrer seg som buzzadorer får ikke betalt for at de tester produktene, noe Thunström mener er litt av poenget.

– Undersøkelser utført i Storbritannia viser at de som tester ønsker å være først ute med å prøve nye produkter, de liker å snakke om produkter, og de ser på det som god nok lønn å være først ute og få dele dette med andre. På den måten tiltrekker vi oss de som virkelig har noe å bidra med. Det er også en sikkerhet for kundene våre, sier han.

Foto: Maja Sørlundsengen