

Buzzadorene kommer



I løpet av året vil Norge fylles av buzzadorer, som jobber på oppdrag fra selskaper som skal lansere nye produkter. Bak offensiven står Buzzador og Pär Thunderström.

Av: [Redaksjonen, Kampanje](#)

I stedet for å bruke masse penger på tv-reklame, som mange mener har mistet effekt, satser nå mange bedrifter på frivillige som skal løpe rundt og anbefale produkter skriver Dagbladet.

– Tradisjonell tv- og mediereklame mister effekt, særlig innenfor aldersgruppen 15-35 år. Og når vi i tillegg vet at 75 prosent av alle kjøp kommer som følge av anbefalinger fra noen vi kjenner, er det ikke så rart at produsentene jakter på andre måter å kommunisere med forbrukerne på, mener administrerende direktør Pär Thunderström i det svenske reklameselskapet Buzzador.

Selskapet har doblet omsetningen hvert halvår siden de startet opp i fjor. I Sverige har de vervet nærmere 60.000 buzzadorer. Nå satser de i Norge.

De ubetalte buzzadorene får tilsendt nye produkter noen ganger i året. Det kan være godterier, hår- og hudpleieprodukter, mat eller klær - som de skal anbefale videre til sine venner. Tanken er at vennene igjen skal anbefale det videre til sine venner igjen. Så rapporterer de tilbake til selskapene hva tilbakemeldingene er.