

Pressmeddelande nr 1 - 2007

Buzzador startar verksamhet i Norge och förstärker styrelsen

Efter framgångarna i Sverige har styrelsen för Buzzador beslutat att starta verksamhet i Norge. ”- Det har varit ett önskemål från många av våra kunder att vi skall finnas på alla nordiska marknader och som respons på önskemålet startar vi nu Buzzador Norge” säger Pär Thunström, VD och grundare av Buzzador. Förhoppningen är att vi skall täcka hela Norden senast under början av 2008. Majoriteten av våra kunder har nordiska marknadsavdelningar och ser Norden som en marknad och det är viktigt att vi kan möta deras önskemål om att göra nordiska kampanjer.

Vi beräknar att starten kommer att ske under mars månad och rekryteringen av personal pågår för fullt.

Ägarna i Buzzador har beslutat att förstärka styrelsen med ytterligare kompetens inom handel och försäljning. Björn Hermansson är från den 5 februari ny styrelseordförande i Buzzador AB. Björn Hermansson har varit verksam under hela sin karriär inom försäljning av snabbrikliga konsumentvaror och arbetat i företag som Hemglass, Dagab och under närmare 25 år inom Kraft Foods där han bl.a. varit försäljningsdirektör i Sverige och Nordic Customer Business Director. ” – Jag har haft förmånen att följa Buzzador på distans under dess första verksamhetsår och ser nu fram mot att få leda verksamheten med att gå från att vara ett svenskt företag till att bli en nordisk aktör. Med den utveckling vi ser inom både marknadsföring och handel kommer Buzzador att bli viktig del i företagets marknadsmix i framtiden” säger Björn Hermansson.

För ytterligare information kontakta:

Pär Thunström, VD och grundare av Buzzador AB: 08 – 624 99 81

Björn Hermansson, styrelseordförande i Buzzador AB: 070 – 514 97 60

Läs mer om Buzzador på vår hemsida: www.buzzador.com

Buzzador grundades 2005 och är en ny mediekanal för företag som säljer konsumentvaror. Genom mun till mun marknadsföring når Buzzador genom sina Buzzadorer ut till de målgrupper som företagen önskar. Buzzador arbetar med precisionsmarknadsföring och dubbelriktad kommunikation. När traditionell reklam tappar i effekt blir det allt viktigare att nå sina konsumenter med ett tydligt budskap utan att störa personer som inte är mottagare av budskapet. Mun till mun marknadsföring är mycket effektiv när det gäller att utlösa köpbeslut hos konsumenten. Buzzador har bl.a. följande kunder: Kraft, Nestlé, Coca Cola, Barilla-Wasa, Kronfågel, Cloetta-Fazer och Leaf.