

Ensimmäinen Buzzadorkampanja Suomessa Barillan Pasta Plus

Jos ystäväsi kutsuu sinut maistamaan Barillan Pasta Plussaa lähiaikoina, saattaa olla, että hän on tuotelähettiläs – niin sanottu Buzzador.

Suusta-suuhun markkinointi on osoittautunut tehokkaaksi markkinointikeinoksi uusia tuotteita lanseeratessa. Tuotteet lähetetään suoraan valitulle kohderyhmälle, Buzzadoreille, jotka testaavat, kertovat mielipiteensä sekä keskustelevat ystäviensä ja tuttaviansa kanssa tuotteesta. Buzzadorit haluavat kokeilla uusia tuotteita ja sanoa mielipiteensä, samalla kuin tuotteita markkinoivien yritysten sanoma leviää tehokkaasti ja nopeasti oikealle kohderyhmälle.

Suusta-suuhun markkinointi – nopeasti kasvava markkinointitrendi

Suomessa Barilla on edelläkävijä ja ensimmäinen yritys, joka nyt markkinoi Buzzadorin ja suusta-suuhun konseptin avulla tuotteitaan. Sekä kansainvälisesti että Pohjoismaissa suusta-suuhun markkinointitrendi on kasvanut räjähdysmäisellä vauhdilla. Parissa kuukaudessa Buzzador on kerännyt Suomessa yli 2.800 vapaaehtoista Buzzadoria, lukumäärä joka kasvaa päivittäin. Yhteensä kaikissa Pohjoismaissa heitä on jo yli 80.000.

Suurempi kannustin kuin raha

Useat meistä keskustelevat päivittäin tuttaviansa kanssa eri tuotteista. Monen mielestä voisi myös varmasti olla mukava testata uusia tuotteita ilmaiseksi, toiset meistä taas haluavat olla ensimmäisenä kokeilemassa uusia tuotteita sekä kertoa mielipiteensä tuotteista.

- Buzzadorit haluavat mielellään kuulla ystäviensä mielipiteitä ja he haluavat kertoa uusista, jännittävästä tuotteista ystävillensä. Buzzadorin kautta tuotteet ja kuluttajat kohtaavat toisensa, kertoo Siff Skovenborg, PR-vastaava Buzzadorilta.

On todettu, että yli 50% Buzzadoreista sekä henkilöistä, joille he puolestaan ovat kertoneet tuotteista todellakin myös ostavat kyseisiä tuotteita, jos he ovat todenneet tuotteen laadun hyväksi. Näistä positiivisista tuloksista johtuen ei ole ihme, että monet kuluttajatuotteiden valmistajat, Barilla mukaanlukien, ovat alkaneet käyttämään suusta-suuhun markkinointia luonnollisena osana uusia tuotteita lanseeratessaan sekä muun markkinointinsa ohella.

Jos haluat lisätietoja, voit ottaa yhteyttä:

Siff L. E. Skovenborg, PR-vastaava: +46 86 24 99 85

Pär Thunström, Toimitusjohtaja ja perustaja Buzzador AB: +46 - 86 24 99 81

Lue lisää kotisivuiltamme: <http://www.buzzador.com>

Buzzador perustettiin vuonna 2005 ja toimii mediakanavana kuluttajatuotteita myyville yrityksille. Suusta-suuhun markkinoinnin kautta Buzzador AB saavuttaa Buzzadorejensa välityksellä asiakasyritysten toivomusten mukaiset kohderyhmät. Buzzador työskentelee täsmämarkkinoinnin sekä kaksisuuntaisen markkinoinnin saralla. Kun perinteisen mainonnan teho laskee, tulee aina tärkeämmäksi saavuttaa kuluttajat selkeällä sanomalla, häiritsemättä henkilöitä, jotka eivät ole viestin vastaanottajia. Suusta-suuhun markkinointi on tehokas kuluttajan ostopäätöksen laukaisija. Buzzadorin asiakkaisiin kuuluu mm. : Kraft, Nestlé, Coca Cola, Barilla-Wasa, Kronfågel, Cloetta-Fazer, Unilever, Nivea, Wrigleys ja Leaf.