

Lehdistöilmoitus nr. 3 - 2008

## Jenny on Buzzador nr. 100 000

Jenny Mobergin, työskennellessä vanhainkodissa Tukholman alueella juhannuksen alla kylään tuli Buzzador AB:n toimitusjohtaja antaakseen hänelle Buzzador diplomin, kukkia sekä lahjan. Jenny Moberg oli nyt 100.000 Buzzador

Jenny kuuli Buzzadorista ja suusta-suuhun markkinoinnista ystäviltään. Buzzadorina testaat uusia tuotteita ilmaiseksi ja kerrot niistä ystäville ja tuttaville. Tämän jälkeen raportoit ja kerrot, miten Buzzaus meni ja mitä mieltä sinä sekä ystäväsi olitte tuotteista.

”On tosi kiva testata uusia juttuja ja suositella tuotteita ystäville. Niinhän minä aina teen, jos mielestäni tuote on hyvä. Jos on kuullut ystävänsä kertoneen tuotteesta, yleensä myös uskoo sanomaan enemmän kuin esimerkiksi TV-mainokseen. Mutta jos ei ole testannut tuotetta, ei voi myöskään tietää, onko se hyvä vai ei”, kertoo Jenny.

Buzzador AB:lla voi testata esim. eri ruokia, elektroniikkaa, makeisia, kosmetiikkaa, Jenny odottaa innolla makeisten, ruokien ja muiden jännittävien tuotteiden testausta. ” Haluan näyttää hyviä tuotteita ystäville sekä työkavereille. Kahvituolla voin esimerkiksi kertoa uudesta pastillista ja antaa heidän maistaa”, sanoo Jenny hymyillen.

Jenny oli lukenut Buzzadorista heidän kotisivuiltansa ennen ilmoittautumistaan ja haluaa todella suositella muitakin osallistua mukaan. ” Se on hauskeempaa, mitä useampi on mukana. Tuotteita löytyy kaikkien makuun!

### **Kaikki Pohjoismaat Buzaavat**

100 000 Buzzadoria voivat saavuttaa 6 miljoonaa ihmistä kaikissa Pohjoismaissa yhteensä. Se on 1 joka viidennestä henkilöstä Pohjoismaissa.

”Suusta-suuhun markkinointi ei enää ole ainoastaan kapean markkinan markkinointimenetelmä. Monet suuret yritykset käyttävät Buzzador AB:n palveluja markkinoidessaan uusia tuotteita ja he ovat todella tyytyväisiä siihen, että nyt he voivat Buzzador AB:n avulla tavoittaa koko Pohjoismaat 100.000 Buzzadorin avulla”, sanoo Pär Thunström.

---

**Katso tietoruutu sekä kuva ohessa. Lisätietoja:**

**Siff Skovenborg, Lehdistökontakti**

**Tel: +46(0)8 624 99 85 – e-post: [siff.skovenborg@buzzador.com](mailto:siff.skovenborg@buzzador.com)**

**Pär Thunström, Toimitusjohtaja**

**Tel: +46(0)8 624 99 81 – e-post: [par.thunstrom@buzzador.com](mailto:par.thunstrom@buzzador.com)**

## Tietoa Buzzador AB:sta

- Pär Thunström perusti yrityksen joulukuussa 2005
- Kotisivu: [www.buzzador.com](http://www.buzzador.com)
- Asiakasyrityksiä mm: Coca-Cola, Kelloggs, Wrigley, Philips, Storck, Nestlé, Campbell, Barilla, Kungsörnen, Wasa, Leaf, Nivea, Gevalia, Falbygden ja monta muuta.

**Mitä Buzzador tarkoittaa?** Sana Buzz tarkoittaa surina-huhu. Buzz markkinoinnin – huhu markkinoinnin avulla tieto tuotteista sekä palveluista leviää ja tätä kautta tavaramerkki vahvistuu, jos tuote on hyvä. Viimeinen osa sanasta Buzzador tulee sanasta ambassador eli Buzzador on tuotelähettiläs.

**Miksi Buzzadorksi?** Ala Buzzadoriksi jos:

- Haluat testata uusia tuotteita
- Haluat keskustella ystäväsi kanssa
- Haluat vaikuttaa uusien tuotteiden kehitykseen

**Mitä Buzzadorina olo maksaa?**

Buzzadorina olo on ilmaista.

## Tietoa suusta-suuhun markkinoinnista

- 78 % ihmisistä luottaa eniten ystäviensä mielipiteeseen. Sitä voi verrata esim. siihen , että ainoastaan 18 % luottaa matkapuhelin mainontaan. ([http://www.nielsen.com/media/2007/pr\\_071001.html](http://www.nielsen.com/media/2007/pr_071001.html))
- WoM markkinointi on nopeimmin kasvava markkinointitapa. Kasvuprosentti oli kokonaiset 35,9 vuonna 2006 ja odotettu nousu vuonna 2007 aina 37,7%:iin. WoM sektori kasvoi siis 5 kertaa nopeammin, kuin muut markkinointisektorit vuonna 2006. (<http://www.pqmedia.com/about-press-20071115-wommf.html>)
- Vuonna 2010 tulee perinteisen TV mainoksen teho olemaan kolmanneksen siitä, mitä se oli vuonna 1990. ([http://adage.com/abstract.php?article\\_id=110899](http://adage.com/abstract.php?article_id=110899))



*Jenny Moberg – Buzzador nr. 100 000 – vastaanottaa Buzzadordiplomin ja kukkia Buzzador AB:n Toimitusjohtajalta Pär Thunströmiltä.*