



Danderyd 25 juni 2006

Pressmeddelande nr 4 – 2008

Buzzador når 20 procent av Nordens befolkning!

I juni passerade Buzzador 100 000 medlemmar i Norden och når därmed en femtedel av Nordens befolkning genom mun till mun marknadsföring. Mun till mun marknadsföring har den högsta trovärdigheten av alla mediakanaler.

Buzzador fortsätter att växa kraftigt och omsättningen under första tertialet översteg omsättningen under hela 2007.

”Företagen flyttar allt mer av sina mediapengar till nya medier och det påverkar oss självklart positivt” säger Pär Thunström, VD och grundare av Buzzador.

”När vi startade Buzzador såg säkert många oss som ett nischmedium. Men med den snabba tillväxten av Buzzadorer har vi nu möjlighet att med kirurgisk precision hitta exakt de som våra kunder vill kommunicera med samtidigt som vi i stora kampanjer kan nå en betydande del av Nordens befolkning”, fortsätter Pär Thunström.

För mera information kontakta:

Siff Skovenborg, Presskontakt

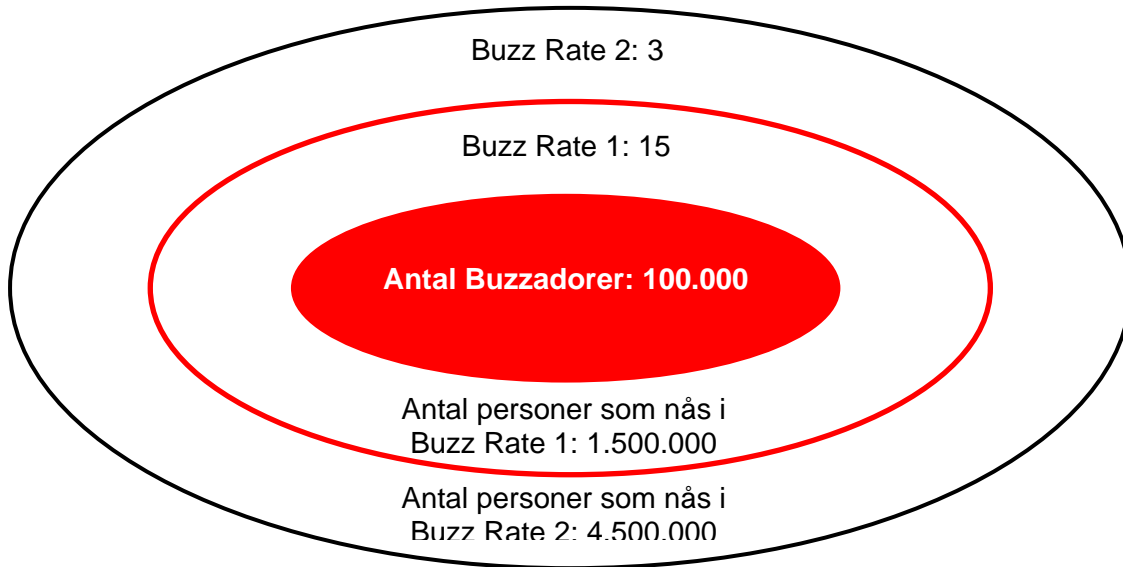
Tel: 08 - 624 99 85, e-post: siff.skovenborg@buzzador.com

Pär Thunström, VD och grundare

Tel: 08 - 624 99 81, e-post: par.thunstrom@buzzador.com

Så blir 100 000 till 6 miljoner!

En Buzzador buzzar i genomsnitt med 15 personer – detta kallas för Buzz Rate 1 (se bild nedan). Dessa 15 personer sprider i genomsnitt kännedom om produkten till ytterligare 3 personer – detta är Buzz Rate 2. På det viset kan 100 000 Buzzadorer nå ut till mer än 6 miljoner personer.



Fakta om Buzzador

Buzzador grundades 2005 av Pär Thunström 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, Unilever, Coca Cola, Philips, Barilla-Wasa, Kronfågel, Cloetta-Fazer och Leaf. Hemsida: www.buzzador.com

Varför blir man en Buzzador?

- ✓ Man gillar att prova nya produkter
- ✓ Man tycker om att diskutera nya produkter och tjänster med sina vänner
- ✓ Man vill påverka utvecklingen av nya produkter
- ✓ Det är alltid gratis att vara en Buzzador

Fakta om mun till mun marknadsföring

- ✓ 78 % har störst tillit till sina vänners åsikt. Det kan man jämföra med att bara 18 % har tillit till reklam i mobiltelefoner. http://www.nielsen.com/media/2007/pr_071001.html
- ✓ WoM marketing är den snabbast växande marknadsföringsmetoden med en tillväxt på 35,9 % under 2006 och en förväntad ökning år 2007 till 37,7 %. WoM sektorn växte således 5 gånger så snabbt som andra marknadssektorer under 2006. <http://www.pgmedia.com/about-press-20071115-wommf.html>
- ✓ År 2010 kommer traditionell TV-reklam att vara en tredjedel så effektiv som den var under 1990. http://adage.com/abstract.php?article_id=110899
- ✓ Vill ni veta mer om mun till mun marknadsföring, besök vår branschorganisation WOMMAs hemsida <http://www.womma.org>



Jenny Moberg – Buzzador nr. 100 000 - får Buzzadordiplom och blommor av Buzzadors VD Pär Thunström.