

Buzzador AB når ud til 1 ud af 5 personer i Norden gennem mund-til-mund kampagner!

Når 100.000 Buzzadorer fortæller om produkter til venner og bekendte via mund-til-mund kampagner i Danmark, Sverige, Norge og Finland, så spredes det til mere end 6 millioner personer. Det er det samme som 1 ud af 5 personer i Norden.

Buzzador AB, som er en svenskejet virksomhed, startede i 2005 med forhåbningen om at 5000 personer ville melde sig som Buzzadorer. Efter 6 måneder havde 20.000 oprettet en profil.

Siden da er antallet af Buzzadorer fordoblet hver år, så der nu findes 100.000 Buzzadorer i Danmark, Sverige, Norge og Finland. Denne eksplosive vækst fortsætter både med antallet af Buzzadorer og virksomheder som benytter sig af mund-til-mund markedsføring – også kaldet Word-of-Mouth (WoM).

Buzzador AB mener, at denne dækningsgrad i en stor region er uovertruffen, når det handler om produktplacering gennem WoM. Dette tiltrækker de store kunder såsom Coca-Cola, Kelloggs, Wrigley, Philips, Storck, Nestlé, Campbell, Wasa, Leaf, Nivea, og Gevalia såvel som mindre virksomheder.

”Mund-til-mund markedsføring er ikke længere et niche-medium. Store virksomheder som markedsfører nye produkter bruger i dag Buzzador AB og vi er meget tilfredse med at vi nu kan dække hele Norden med 100 000 Buzzadorer”, siger Pär Thunström, som er direktør for Buzzador AB.

Sådan blir 100 000 til 6 millioner!

En Buzzador buzzer i gennemsnit med 15 personer – det kaldes for Buzz Rate 1 (se medfølgende billede). Disse 15 personer spreder i gennemsnit viden om produktet til yderligere 3 personer hver - Buzz Rate 2. På den måde kan 100.000 Buzzadorer nå ud til mere end 6 millioner personer.

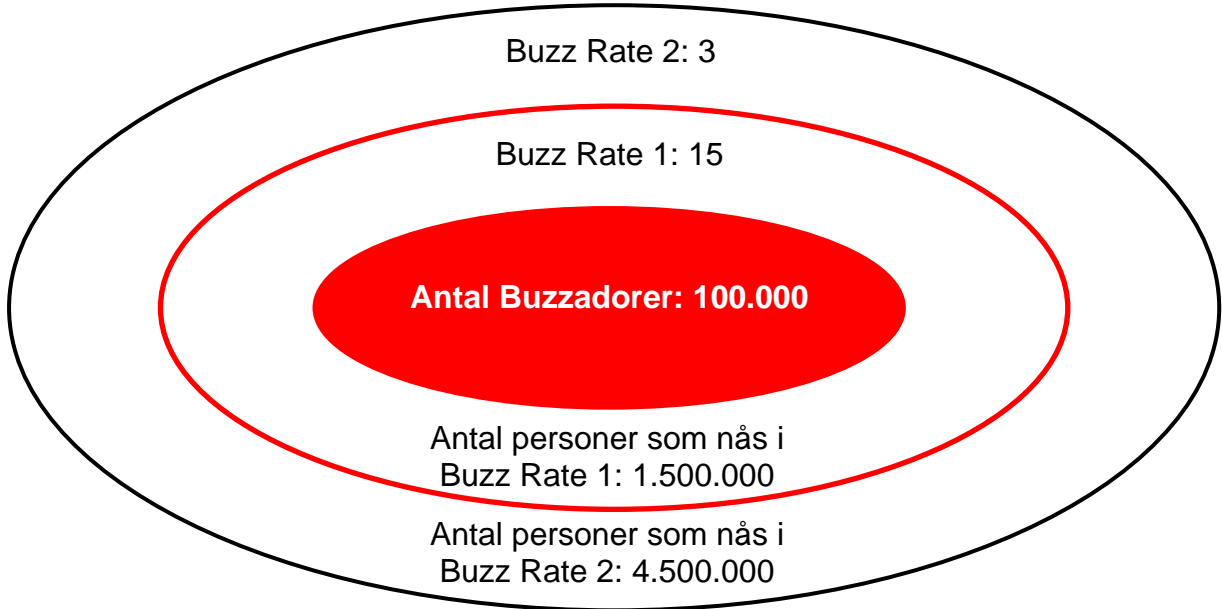
For mere information, se faktarude nederst eller kontakt:

Siff Skovenborg, Pressekontakt

Tel: 08 624 99 85 – e-mail: siff.skovenborg@buzzador.com

Pär Thunström, administrerende direktør

Tel: 08 624 99 81 – e-mail: par.thunstrom@buzzador.com



Fakta om Buzzador AB

- Grundlagt december 2005 af direktør Pär Thunström
- Hjemmeside: www.buzzador.com
- Virksomheder som er kunder hos Buzzador er bl.a. Coca-Cola, Kelloggs, Wrigley, Philips, Storck, Nestlé, Campbell, Barilla, Kungsörnen, Wasa, Leaf, Nivea, Gevalia og Falbygden.

Hvad betyder Buzzador? Ordet Buzz betyder at summe eller at sprede rygter. Gennem Buzz marketing - rygtemarkedsføring - spredes kundskaben om produkter og tjenester og det forstærker varemærket, hvis produktet eller tjenesten er god. Den sidste del af ordet Buzzador kommer fra ambassadør. En Buzzador er altså en produkt-ambassadør.

Hvorfor bliver man en Buzzador? Man blir en Buzzador fordi man:

- Kan lide at prøve nye produkter
- Holder af at diskutere med sine venner
- Vil påvirke udviklingen af nye produkter

Hvad koster det at være en Buzzador?

At være en Buzzador koster ingenting overhovedet nu eller fremover.

Fakta om Mund-til-mund markedsføring

- 78 % har størst tillid til sine venners mening. Det kan man sammenligne med at kun 18 % har tillid til reklamer i mobiltelefoner.
(http://www.nielsen.com/media/2007/pr_071001.html)
- WoM marketing er den hurtigst voksende markedsføringsmetode med en tilvækstprocent på 35,9 i 2006 og en forventet stigning år 2007 til 37,7%. WoM sektoren voksede således 5 gange så hurtigt som andre markedssektorer i 2006.
(<http://www.pqmedia.com/about-press-20071115-wommf.html>)
- I år 2010 vil traditionelle TV reklamer være en tredjedel så effektive, som de var i 1990.
(http://adage.com/abstract.php?article_id=110899)