

Buzzador AB tavoittaa 1 viidestä henkilöstä Pohjoismaissa suusta suuhun markkinoinnin avulla!

Kun 100.000 Buzzadoria kertoo tuotteista ystävilleen ja tuttavilleen suusta suuhun markkinoinnin avulla Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa sekä Norjassa, leviää tieto tuotteista yli 6 miljoonalle henkilölle. Se on sama määrä kuin 1 joka viidestä henkilöstä Pohjoismaissa.

Ruotsalaisen Buzzador AB:n aloittaessa toimintansa vuonna 2005 toiveena oli, että 5000 henkilöä rekisteröityisi Buzzadoriksi. 6 kuukauden sisällä näitä Buzzadoreja oli jo yli 20. 000.

Tämän jälkeen Buzzadorejen lukumäärä on kaksinkertaistunut jokaisen vuoden jälkeen. Lukumäärä tällä hetkellä on nyt 100. 000 Pohjoismaissa yhteensä, määrä joka jatkaa kasvuaan päivä päivältä. Myös yritysten kiinnostus käyttää suusta suuhun markkinointia (myös Word-of-Mouth- markkinoinniksi kutsuttu) apunaan markkinoidessaan tuotteitaan, kasvaa kasvamistaan.

Buzzador AB:n mukaan tällä tavalla voi kattaa suuren alueen nopeasti uusien tuotteiden lanseerauksessa WoM markkinoinnin kautta. Tämä pätee sekä suuriin asiakkaisiin, kuten Coca-Cola, Kelloggs, Wrigley, Philips, Storck, Nestlé, Campbell, Wasa, Leaf, Nivea, ja Gevalia kuten myös pienempiin yrityksiin.

”Suusta-suuhun markkinointi ei ole enää kapean markkinan mediankanava. Suuret yritykset, jotka markkinoivat uusia tuotteita, käyttävät Buzzador AB:n palveluja hyväkseen ja me olemme todella tyytyväisiä, että nyt voimme kattaa koko Pohjoismaat 100. 000:n Buzzadorimme avulla”, sanoo Pär Thunström, Buzzador AB:n toimitusjohtaja.

Tällä tavalla 100 000:sta tulee 6 miljoonaa!

Buzzador Buzzaa keskimäärin 15 henkilölle – tätä kutsutaan nimityksellä Buzz Rate 1 (katso oheinen kuva). Nämä 15 henkilöä osaltaan puhuvat tuotteesta eteenpäin keskimäärin 3 henkilölle - Buzz Rate 2. Tällä tavalla 100 000 Buzzadoria tavoittaa yli 6 miljoonaa henkilöä.

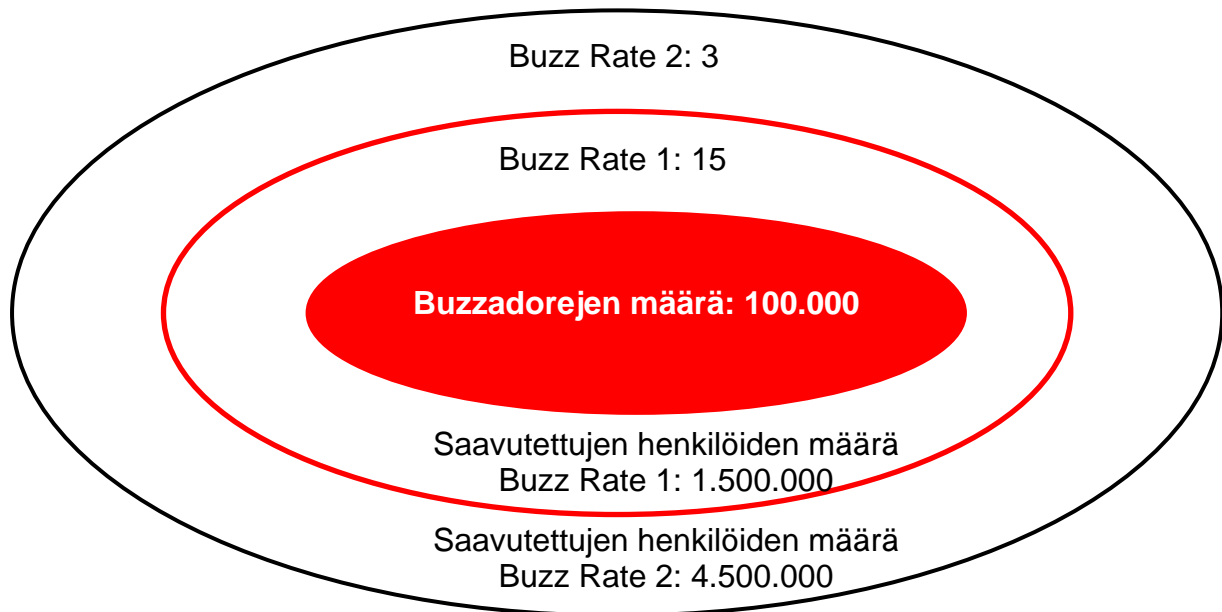
Lisätietoja:

Siff Skovenborg, Lehdistökontakti

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

Pär Thunström, Toimitusjohtaja

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



Tietoa Buzzador AB:sta

- Pär Thunström perusti yrityksen joulukuussa 2005
- Kotisivu: 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)
- 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)