

Pressemelding nr. 4 – 2008

Buzzador når 1 av 5 personer i Norden med munn-til-munn-kampanjer!

Når 100 000 Buzzadorer forteller om nye produkter til venner og bekjente igjennom munn-til-munn markedsføringskampanjer i Norge, Sverige, Danmark og Finland når de ut til mer enn 6 millioner mennesker. Det er like mange som hver 5. innbygger i hele Norden.

Buzzador er en svensks bedrift som ble etablert i 2005 med håpet om at 5000 personer ville melde seg på som Buzzador. Etter seks måneder hadde 20 000 opprettet sin profil. Siden da har antallet Buzzadorer fordoblet hvert år, og nå er det til sammen 100 000 Buzzadorer i Norge, Sverige, Danmark og Finland. Både antallet Buzzadorer og bedrifter som vil bruke munn-til-munn markedsføring, også kjent som Word-of-Mouth (WoM), opplever en eksplosiv vekst.

Buzzador har en uovertruffen dekningsgrad i en så stor region med produktplasseringen igjennom WoM. Dette tiltrekker store kunder som Coca-Cola, Kelloggs, Wrigley, Philips, Storck, Nestlé, Campbell, Wasa, Leaf, Nivea, og Gevalia, og andre mindre virksomheter.

”Munn-til-munn markedsføring er ikke lengre et nisjemedium. Flere store bedrifter som markedsfører nye produkter tar i dag bruk av Buzzador, og vi er veldig fornøyd med å dekke hele Norden med våre 100 000 Buzzadorer,” sier Pär Thunström, administrerende direktør i Buzzador AB.

Slik blir 100 000 til 6 millioner!

En Buzzador buzzer gjennomsnittlig 15 personer – det kalles Buzz Rate 1 (se medfølgende illustrasjon). Disse 15 personene sprer kunnskap om produktet til ytterligere 3 personer hver i snitt - Buzz Rate 2. På den måten kan 100.000 Buzzadorer nå ut til mer enn 6 millioner personer.

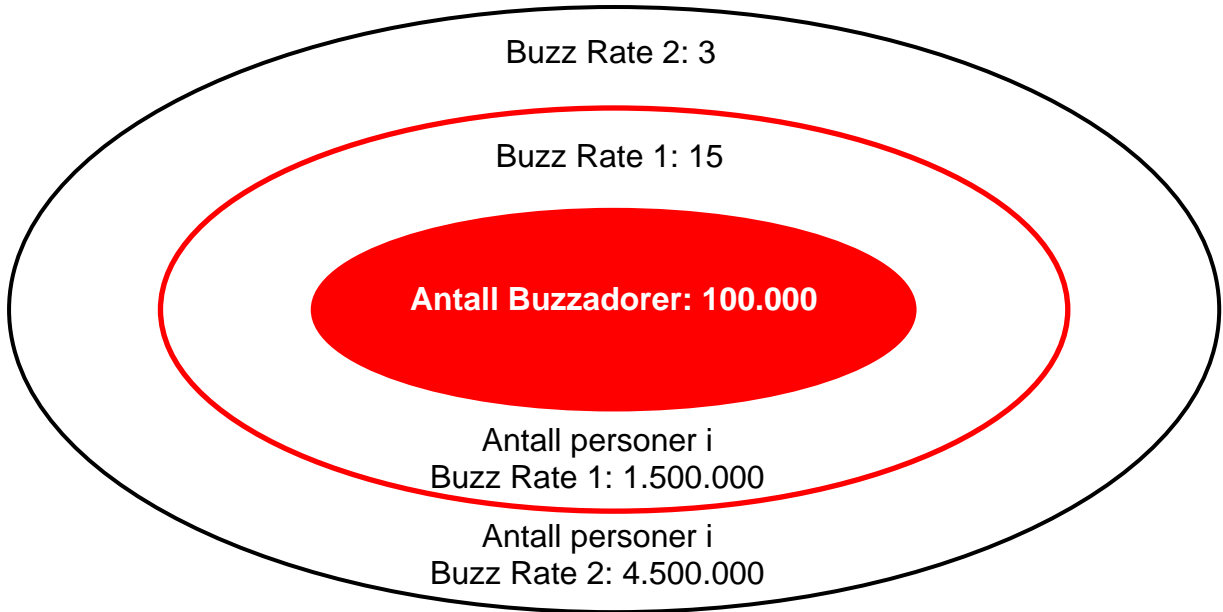
For mer informasjon, se faktaruten nederst eller kontakt:

Siff Skovenborg, Pressekontakt

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

Pär Thunström, administrerende direktør

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



Fakta om Buzzador

- Grunnlagt desember 2005 av Pär Thunström
- Hjemmeside: www.buzzador.com
- Bedrifter som bruker Buzzador: Coca-Cola, Kelloggs, Wrigley, Philips, Storck, Nestlé, Campbell, Barilla, Kungsörnen, Wasa, Leaf, Nivea, Gevalia, Falbygden og mange flere.

Hva betyr Buzzador? Ordet Buzz betyr et surrende rykte. Med Buzz marketing - ryktesmarkedsføring - spres kunnskap om varer og tjenester, og styrker varemerket dersom produktet er bra. Den siste delen av ordet Buzzador kommer fra ambassadør. En Buzzador er altså en varemerkesambassadør.

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

- Syns det er morsomt å teste nye saker
- Liker å diskutere med vennene sine
- Vil påvirke utviklingen av produkter

Hvor mye koster det å være Buzzador?

Å være Buzzador er alltid helt gratis.

Fakta om Munn-til-munn markedsføring

- 78 % har størst tillitt til sine venners synspunkter. Det kan sammenlignes med bare 18% som har tillitt til mobilreklame (http://www.nielsen.com/media/2007/pr_071001.html)
- WoM marketing er den raskest voksende markedsføringsmetoden, med en økning på 35,9 prosent i 2006, forventet å fortsette til 37,7% i 2007. WoM-sektoren vokste altså fem ganger raskere en andre markedsføringskanaler. (<http://www.pqmedia.com/about-press-20071115-wommf.html>)
- I 2010 vil tradisjonell TV-reklame å bare være 1/3 så effektiv som den var i 1990. (http://adage.com/abstract.php?article_id=110899)