

[« Med internet som hjemmebane](#)
[E-torvet »](#)

## Buzz med dine venner!



### Hvordan får man nye produkter helt gratis, som man også kan dele med sine venner og får sagt sin mening til producenten? Man bliver en Buzzador!

En ny måde at formidle budskabet om nye produkter er kommet til Danmark. At buzze, dvs. at snakke om produkter, er en ny trend indenfor markedsføring. Buzzador er et svensk markedsføringsfirma, som netop nu indfører mund-til-mund reklame gennem helt almindelige danskere.- Ideen er, at man gratis modtager produkter, som man først afprøver selv. Det kan f.eks. være en chips med et lavt indhold af fedt og uden transfedtsyre. Man afprøver derefter chipsen sammen med venner og bekendte og kan f.eks. diskutere brugen af fedt og hvilke typer af fedt som er sunde og hvilke som er skadelige. At diskutere produkter på denne måde, kan højne ens forbrugerbevidsthed, fortæller Siff Skovenborg, PR ansvarlig hos Buzzador. For at blive en Buzzador – en produktambassadør – kræves intet andet end, at man synes det er sjovt at lære nyt om produkter, at man kan lide at tale om produkter med ens omgangskreds og at man er mindst 18 år.

- Det er klart, at der er en reklameværdi, når man formidler og diskuterer produkter med sine venner. Derfor skal man også fortælle ærligt, at man er en Buzzador og at varerne er sponserede. Reklameeffekten bliver ikke mindre, så længe produktet er af en god kvalitet, siger Siff Skovenborg.

Buzzador er allerede en succes i Sverige. Her har 60.000 Buzzadorer afprøvet konceptet og så mange vil være med, at der nu er venteliste. Det er formentlig kombinationen af, at man selv danner sig en mening om produktet, at man selv bestemmer, hvordan man vil buzze og at man efterfølgende siger sin mening om buzzningen og produktet i en rapport, som gør det interessant for så mange at være med.

### En drivkraft større end penge

At så mange mennesker frivilligt reklamerer for produkter, uden at få betalt for det, handler om at de fleste i forvejen interesserer sig for og diskuterer produkter med sin omgangskreds. Det er også grunden til at den svenske Buzzador, som kalder sig Greenlady, har tilmeldt sig.

- Da jeg alligevel tester mange nye produkter, når de kommer ud i butikkerne, er det jo dejligt, hvis jeg kan gøre det uden at skulle betale noget og endda kan dele ud til venner og kolleger.

Hun oplever, at de kampagner hun har deltaget i, er noget som hendes omgivelser sætter pris på.

- Ikke kun fordi de får lov at teste nye produkter, men også fordi det giver en lejlighed til at mødes og snakke.

Desuden lærer man, hvad ens venner kan lide og ikke lide. Det er jo godt, når man skal lave mad til dem og ved andre lejligheder.

Der findes der en drivkraft, som er vigtigere end penge: At være trendsætter, at være den som er først med det nye

og have en større viden om produktet. Kristofer er ligefrem stolt over at være med:

- Hvorfor ikke være den første med nye ting, som man kan byde rundt til venner og bekendte. Nogle uger efter fik jeg min første pakke, som jeg tilbød mine venner og spurgte ved samme tilfælde nogle spørgsmål om produktet. Det var en god respons jeg fik. Jeg føler mig stolt over at være en Buzzador.

Desuden er der også muligheden for at give sin mening til kende i den efterfølgende feedback til producenten.

- At være buzzador er gratis og du hjælper flere virksomheder, når de tester nye produkter for at se, hvad der fungerer godt hos kunderne. Tænk på den indflydelse man har! Efter hver buzzning skriver man en rapport om, hvordan buzzningen gik og hvad man syntes om produktet, fortæller Buzzadoren Peel.

### Rygter som sælger

Producenterne af forbrugsvarer har fået øjnene op for fordelene ved denne nye reklameform, som kaldes mund-til-mund markedsføring eller 'precision marketing'. Store navne som Wrigleys, Kellogs, Wasa, Coca-Cola og Nestlé er med. I stedet for - eller som supplement til brede reklamer - sigter forbrugsvarerproducenter nu på, at få direkte kontakt til sin målgruppe gennem det at buzze.

- Tiden er moden til, at producenterne af forbrugsvarer får en mere direkte kontakt til forbrugerne. Nyeste målinger viser, at de traditionelle metoder som tv og avisreklamer får mindre og mindre effekt. Der er brug for nye metoder og Buzzador tilbyder denne nye effektive måde at lancere nye produkter på, fortæller Siff Skovenborg.

### Hvordan kan du blive en Buzzador?

Gå ind på [www.buzzador.com](http://www.buzzador.com) og tilmeld dig. Det er altid gratis at være med og du forbliver anonym overfor producenten.

Dette indlæg blev skrevet onsdag, 19. december 2007 kl. 16:17 og er gemt i [Sampling](#). Du kan følge kommentarerne til indlægget via følgende feed:

[RSS 2.0](#). Du kan [efterlade en kommentar](#), eller sende [trackback](#) fra din egen side.

### Skriv en kommentar

Navn (nødvendigt)

E-mail (offentliggøres ikke) (nødvendig)

Webside

YOYOMag er stolt af at køre [WordPress](#)  
[Indlæg \(RSS\)](#) og [Kommentarer \(RSS\)](#).