

The Business of Buzz

(de consument als reclamebureau)



Willem Sodderland
Founder & CEO



slideshare.net/sodderland/reclame2014

[@sodderland](https://twitter.com/sodderland)

[#buzzable](https://twitter.com/buzzable)

Terug van weggeweest.

www.buzzer.biz



BUZZER
DE MACHT VAN JE MENING



Open Source Marketing
Willem Sodderland, Founder/CEO Buzzer

Nationaal Reclamerecht Congres
Huizen, 12 december 2008

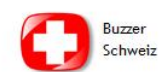
2002: 50 juicy ambassadors.

www.buzzer.biz



150.000 Buzzers, 200 campaigns, 6 countries

www.buzzer.biz



Word of Mouth Marketing
Giving people a reason to talk about products and make it easy to do so.



The Essence of Marketing.

www.buzzer.biz



1



Advertising
makes people
curious



3

Word of Mouth makes
curious people
comfortable to buy



2



Product
experiences create
word of mouth

Tedx & Taxi's.

www.buzzer.biz



Creating Conversations



Help, my baby is shrinking !

Branded Conversations

www.buzzer.biz



There are **2.4 billion** conversations that involve a brand per day.

There are **3.3 billion** mentions of brands in a day.

That comes out to about **1.4 impressions** per conversation.

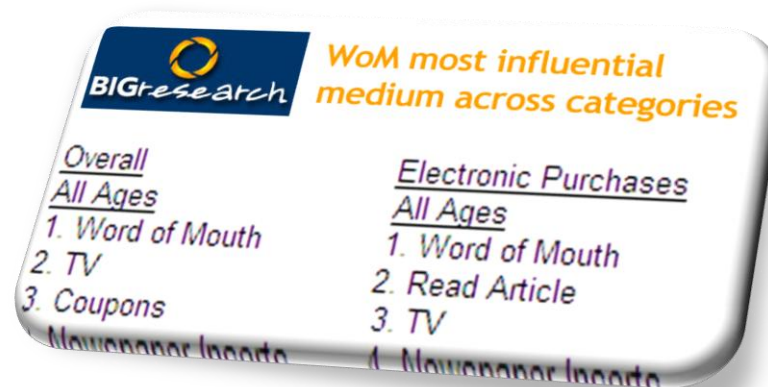


Trust in Word of Mouth

www.buzzer.biz



Sept. 17, 2013 – New York – Eighty-four percent of consumers around the world say they **trust** word-of-mouth recommendations from friends and family. Trust in word-of-mouth recommendations increased 6 percentage points since 2007.



Social Marketing is Everywhere

www.buzzer.biz



ik-ga-voor-inspiratie

« wil je gratis spullen hebben haal het gewoon op Je wilt een leuke kinderfeestje dan is dit een optie »

MRT
12

Dilmah thee getest bij Buzzer

DOOR GOUVELEEUW OP 12 MAART 2014

Hoi allemaal.

Je heb bij A&H een nieuwe thee de Dilmah thee. Ik heb hem al geproefd en moet zeggen het is een echte heerlijke thee.

Met echt smaak, echt een aanrader als je van echte thee houd. En niet van die thee dat je denk wat is dat voor raar smaakje.

ik heb hem mogen testen bij <https://www.buzzer.nl> als het wil proberen je kan je ook gewoon inschrijven of het pakje halen bij de A&H.

is ook een optie en zeg nu zelf iedereen hou van lekker thee als je uit je bed komt en lekker gedoucht en een ontbijtje met een kopje thee en ontspannen naar je werk gaan dan beging je dag pas goed. Deze smaken zijn er en dit is de bron. <http://www.dilmah.nl>

Geniet van de heerlijke thee beleving.

Groetjes Angeliqne



Transavia bedankt Facebook fans met eerste crowdsourced fanflight

Vr 18 oktober 2013 15:40, Jeroen de Hooge, 9705 views

Transavia heeft in samenwerking met Radio 538 een eerste fanflight georganiseerd. Deze reis is volledig samengesteld, crowdsourced dus, door Facebook-fans van Transavia en luisteraars van 538. Ze konden dus zelf hun bestemming, het welkomdrankje, muziekthema, het eten aan boord, de dresscode, e.d. kiezen.

Volgens M. Ten Brink, directeur Transavia, is de Facebook actie in ieder geval een groot succes geweest. Meer dan 15.000 fans hebben meegedaan om de Fanflight samen te stellen. Uiteindelijk zijn er 64 winnaars (32 via de Facebook pagina van Transavia en 32 via Radio 538) meegegaan naar party-eiland Ibiza. Een flinke meerderheid van de fans had gestemd op deze toch steeds populairder wordende bestemming onder Nederlanders.



Transavia regelde het vliegtuig, de fans hebben de bestemming gekozen, maar ook de vruchtencocktail bij ontvangst op Rotterdam / The Hague Airport, de sushi aan boord van het vliegtuig, dance was het muziekthema de hele trip, tropical de dress-code en relaxen was gekozen als de activiteit van de dag. Afsluitend volgde er een priveparty waar DJ's Barry Paf, Jens Timmerman en DJ Bakermat op kwamen treden.

De doelstelling van de actie van Transavia was om in ieder geval de grens van 100.000 Facebook Fans te doorbreken. Wat dat betreft was de actie dus al geslaagd. En ook de trip zelf was een groot succes. Het was een stralende dag op Ibiza met overdag een temperatuur van zo'n 28 graden. Alles was tot in de puntjes geregeld, van het verblijf in Hotel & Spa Garbi, het relaxen bij Beachclub Nassau, tot het afsluitende feest in Bar9. De fans waren het er unaniem over eens dat het allemaal top geregeld was.



PHILIPS

Philips Nederland @PhilipsNL

1h

Wie mogen we namens j u een Senseo Sarista kado doen?! Tweet: "Ik #GeefEenSarista aan @.., omdat.." en wellicht verrassen we jouw #Valentijn

Social Marketing is Everywhere



Social is niet altijd okselfris

www.buzzer.biz



1-2 DRY

- VOORPAGINA
- ZWEETWEETJES
- OVER 1-2 DRY
- VERKOOPPUNTEN
- VEEL GESTELDE VRAGEN
- MEDIA
- NIEUWSBRIEF
- CONTACTINFORMATIE
- WEBSHOP
- RELATIES

12 DRY AANMELDEN NIEUWSBRIEF

OKSELFRISEHEID VOOR IEDEREEN!

Nu eindelijk een product dat je niet alleen helpt tijdens ongemakkelijke momenten maar ook de levensduur van je kleding verlengt. 1-2 DRY OKSELPADS! Dit zijn 100% katoenen, hypoallergene beschermers die je simpelweg in de binnenkant van je kleding plakt, doordat ze dun en zacht zijn voorkom je op een discrete manier een veelvoorkomend maar vooral ongemakkelijk probleem.

De voordelen van 12 DRY okselpads:

- † LANGER OKSELFRISE
- † BESCHERMT DE KLEDING
- † VOORKOMT TRANSPIRATIEPLEKKEN
- † NATUURLIJK
- † HYPOALLERGEEN
- † 100% KATOEN
- † DUN, ZACHT, COMFORTABEL & DISCREET

MEER INFORMATIE

DE ZWEETWEETJES

Mannen en vrouwen hebben evenveel zweetklieren, maar toch zweten mannen meer dan vrouwen. Op de borst en het voorhoofd is dat zelfs 50% meer.

Kijk hier voor meer zweetweetjes. >

OVER DE OKSELPADS

De okselpads beschermen je tegen ongemakkelijke natte plekken tijdens spannende presentaties, inparkeren, eerste dates en alle andere situaties waarbij het zweet je spontaan uitbreekt. >

WINKEL ZOEKEN

Kijk voor het filiaal bij jou in de buurt...

'S-GRAVENHAGE ▾

ZOEKEN

CONTACTINFORMATIE | NIEUWSBRIEF | CHANGE LANGUAGE

Ik heb die pads nu al week gedragen en ben erg tevreden hoor. Je ziet en voelt ze helemaal niet en zag nu ook dat je shirts kunt bestellen waar die pads al in zitten...

Borsato loves Nespresso

www.buzzer.biz



twitter



Hij is er dan eindelijk #Koffie app Nespresso SA - Nespresso -
<http://itunes.apple.com/nl/app/n Nespresso/id342879434?mt=8>
#iTunes

9:10 PM Mar 14th via web





Adformatie

WEEKBLAD OVER RECLAME, MARKETING EN MEDIA / 25 MAART 2010 / JAARGANG 38 / NR 12



LIBÉMA ONTWAAKT
Libéma heeft vakantieparken, attractieparken, beurzen en evenementen. Maar te weinig mensen weten dat.

20



SPONSOR HARDSHIP
Door de financiële crisis kijken sponsors kritischer naar deals met sportclubs en sportorganisaties.

28



DESIGN IN DE BOEKEN
Eindelijk is er een methode om de economische waarde van design te berekenen.

32

Gedragscode social media marketing

Social media marketing groeit als kool, maar moet wel geloofwaardig blijven. Een gedragscode is daarom hard nodig.

INTERACTIEF

De Social Media Professionals Association (SMPA) trad deze week toe tot de DDMA. Daarmee heeft de in 2008 opgerichte groep van 'social' pioniers aansluiting gevonden bij een branchevereniging met een jarenlange ervaring in het opstellen en handhaven van gedragscodes. De social marketingbranche kan hiermee z'n voordeel doen, meent Willem Sodderland. De voorzitter/oprichter van de SMPA maakt zich sterk voor een eigen gedragscode die nog dit jaar het licht moet zien. De regels moeten gaan gelden voor iedereen die vanuit marketingperspectief met social media actief is. De Nederlandse social media-branchevolgt daarmee het voorbeeld van de

Amerikaanse brancheorganisatie Womma (Word of Mouth Marketing Association), die vorig jaar een set van richtlijnen publiceerde in de vorm van de 'Ethics Guidelines'. Ook in de Nederlandse gedragscode zal veel aandacht worden gegeven aan openheid, verklaart Sodderland. 'Om als social media marketeer succesvol te kunnen opereren, is het van belang om het vertrouwen van de consument te winnen. Dit kan alleen als er eerlijk en open wordt gecommuniceerd.'

NESPRESSO Onbekend is in welke mate marketeers misbruik maken van social media. 'Maar het komt voor, denk aan bedrijven die studenten betalen om op sites positieve meningen te schrijven, of bloggers betalen voor het posten van positieve reviews.' Het ontbreken van regels kan makkelijk twijfels oproepen, ook als er niets aan de hand is. Sodderland

verwijst in dit verband naar een item in Editie NL over de mogelijke sponsoring van Marco Borsato door Nespresso op Twitter. Het was de redactie opgevallen dat de popster wel erg vaak twitterde over koffie en Nespresso. Sodderland weet niet of Borsato wordt betaald. 'Maar als dat zo zou zijn, zou hij dat moeten openbaren. Dat is ook de richting van de regelgeving waar we naartoe gaan.'

Weliswaar beschikken social media over zelfcorrigerend vermogen, maar volgens Sodderland biedt dit onvoldoende bescherming. 'Wie niet eerlijk is, valt snel door de mand. Maar als dat gebeurt, is het vertrouwen al aangetast. Een code is belangrijk om misleiding en verwarring te voorkomen.' De gedragscode wordt opgesteld vanuit de DDMA en moet nog dit jaar van kracht worden, een toezichhoudende instantie zou later kunnen volgen. Ook wil Sodderland het IAB en de VeA bij de



'CODE MOET MISLEIDING EN VERWARRING VOORKOMEN'

discussie betrekken. De DDMA is inmiddels de zoektocht gestart naar een 'social marketing ambassador' die verantwoordelijk is voor de professionalisering en promotie van de social marketing-branchen. Sodderland verwacht op korte termijn 25 leden te kunnen verwelkomen; voor het einde van het jaar moet het ledental ruim verdubbeld zijn.

www.smpa.nl/guidelines

May the buzz be with you.

www.buzzer.biz



slideshare.net/sodderland/reclame2014

@sodderland **#buzzable**

willem@buzzer.biz

www.buzzable.biz (blog)

www.buzzer.nl



Willem Sodderland
Founder & CEO

Buzzer[®]

Buzzable[®]