

Begriffsklärung:

1. Begriff: Technik zur Erzeugung von Mundpropaganda (Word-of-Mouth). To buzz; engl. für summen bzw. schwirren; wird auch mit Gerede übersetzt.

2. Merkmale: basiert auf der Wirkung traditioneller Mundpropaganda, der persönlichen Empfehlungen von Person zu Person. Beim Buzz Marketing sprechen Privatpersonen (sog. Buzz Agents) i.d.R. gegen ein Honorar oder die Vergabe von Gratisprodukten in ihrem sozialen Umfeld (bei Freunden und Kollegen) oder an öffentlichen Plätzen (Bushaltestellen, Warteschlangen) in einem natürlichen und ungezwungenen Kontext positiv über eine zu bewerbende Marke bzw. Produkte, Services und Unternehmen. Das Buzz Marketing kann sich zusätzlich die Wirkungsweise des Viral Marketings und die Möglichkeiten des Informationsaustausches im Internet via E-Mail sowie Blog- und Foreneinträge zu Nutze machen. Als Multiplikator und zusätzlicher Hebel können zusätzlich unabhängige PR und Medienberichterstattung dienen.