

18

Neu mitteninsherz.com als innovatives Insight-Tool ambuzzador setzt auf Tryvertising

Wien. Neue Produkte sollen ins Gespräch kommen: Mit mitteninsherz.com spricht ambuzzador neugierige Konsumenten ebenso an wie Schnäppchenjäger. Interessierte Konsumenten bewerben sich als „Angels“ auf mitteninsherz.com und werden dort zu „Missionen“ eingeladen – im Startprojekt zum Testen von medizinischen Textilprodukten von Meditex und dem neuesten Werk von Manfred Stelzig, „Was die Seele glücklich macht“ (erschieden im Ecowin Verlag).

Das Prinzip ist einfach: Was man einmal selbst probiert und erlebt hat, erzählt und empfiehlt man im besten Fall auch weiter. Neben dem Probierereffekt macht sich mitteninsherz.com den Gamma-Effekt zunutze. Gammas sind Menschen, die sich durch ein dichtes Netz an sozialen Kontakten auszeichnen, das sie – sowohl on- als auch offline – durch den intensiven Austausch von Ideen, Informationen und Empfehlungen pflegen. Sie legen mehr Wert auf Interaktion und Kommunikation, geben hilfreiche Tipps und spielen daher im Kommunikationsprozess eine ent-



mitteninsherz.com eignet sich für alle Phasen des Produktlebens.

scheidende Rolle. „Als innovatives Insight-Tool gewährt mitteninsherz.com Einblicke in den Prozess der Produktverwendung und -weiterempfehlung der Testerinnen und Tester und ermöglicht damit Zielgruppen auf eine neue, authentische Art kennenzulernen“, freut sich Sabine Hoffmann, ambuzzador-Geschäftsführerin; „mitteninsherz.com eignet sich für alle Phasen des Produktlebenszyklus.“