



بازاریابی ویروسی

بازاریابی ویروسی (Viral Marketing) به معنای عرضه تسهیلات رایگان به افراد و اجازه انتقال آن به دیگران است.

مقصود اصلی از بازاریابی ویروسی پراکندن پیام میان مردم به هر تعداد ممکن است، بدون اینکه پولی برای تبلیغات صرف شود. در واقع این نوع بازاریابی مانند ویروس خود را تکثیر می‌کند و مشتری، منتشرکننده آن است.

متداول‌ترین روش برای انجام این نوع بازاریابی شبکه جهانی اینترنت است که با افزایش تعداد کاربران اینترنت، اهمیت آن روز به روز افزایش بیشتری می‌یابد. خریداران کالا و خدمات به صورت آنلاین دائماً در حال توسعه شبکه خود هستند و بیش‌تر از گذشته به سایر خریداران برای یادگیری و یا توصیه محصولات و خدمات جدید متکی هستند. آغاز یک طرح بازاریابی ویروسی اثربخش، مستلزم ارائه یک دلیل یا انگیزه قوی به افراد است تا آن‌ها را تشویق به ارسال پیام و یا تبلیغ مورد نظر به دوستان و اطرافیان‌شان کند. به طور مثال طنزها و لطیفه‌ها معمولاً خیلی سریع از

فردی به فرد دیگر انتقال پیدا می‌کند، صرفاً به این دلیل که بامزه و خنده‌دارند. بنابراین کلید موفقیت در نهایت در دست بازاریابان است چرا که آن‌ها باید با ارائه ایده‌ها و تشویق خلاقانه، انگیزه لازم را به افراد برای ارسال پیام مورد نظر به دیگران بدهند. یک ایده جالب توجه، به عنوان مشوق می‌تواند مشتریان را تشویق کند تا برای توصیه محصول و یا نام تجاری مورد نظر با هم ارتباط برقرار کنند.

چند استراتژی بسیار مؤثر در بازاریابی ویروسی عبارت‌اند از:

* امکان استفاده افراد از مجموعه محصولات و خدمات در سایت به صورت رایگان. این در واقع قوی‌ترین استراتژی بازاریابی ویروسی است. ایده‌ای که در پس بازاریابی ویروسی قرار دارد، این است که شرکت تبلیغ خود را با ارائه یک کالا یا خدمت مجانی به افراد عرضه کند. به طور مثال به راحتی می‌توان در اینترنت نرم‌افزارهایی را پیدا کرد که پس از خرید آن‌ها امکان انتشار و توزیع رایگان آن‌ها از سوی دیگر افراد وجود دارد. با همراه کردن نام تجاری و یا پیام تبلیغاتی شرکت با این نرم‌افزارها، نام شرکت و خدمات آن با سرعت باورنکردنی میان جمع زیادی از کاربران در مدت زمانی کوتاه توزیع می‌شود.

* نوشتن مقالاتی که موضوعات آن مرتبط با محصول یا خدمت مورد نظر نیز هست. در این ارتباط، باید به افراد اجازه استفاده مجدد از این مقالات را در وبسایتشان یا جای دیگر داد، چرا که آن‌ها با معرفی مرجع و منبع مقاله و اشاعه محتویات آن به طور غیرمستقیم و ناخودآگاه اقدام به بازاریابی به نفع شرکت می‌کنند.

* امکان ارسال هر یک از صفحات یا متون موجود در وبسایت شرکت به وسیله بازدیدکنندگان به دوستان و اطرافیان‌شان. به طوری که افراد تنها با وارد کردن نام و نشانی ایمیل مورد نظر خود بتوانند متن مورد علاقه‌شان را به فرد دیگری ارسال کنند.

* ایجاد امکان عضویت بازدیدکنندگان در سایت شرکت و همچنین ایجاد امکان ارسال خبرنامه به ایمیل کاربران و ارائه فضای کافی به آن‌ها برای ساخت سایت شخصی به

طور رایگان و در زیر مجموعه سایت اصلی شرکت تا از این طریق هم آن‌ها به فضایی برای ارایه مطالب خود و رسیدن به اهدافشان دست یابند و هم شرکت امکان تبلیغ برای کالا و خدمات خود را در آن فضا داشته باشد.

* در نظر گرفتن تالارهای گفت‌وگو به منظور تماس با افراد و نیز برقراری ارتباط میان آن‌ها با یکدیگر به صورت آنلاین. به این ترتیب تبادل اطلاعات و ارتباطات میان افراد با هم و با شرکت بسیار آسان می‌شود.

* انتشار یک کتاب الکترونیک (Ebook) و دادن این اجازه به افراد که تبلیغات مورد نظر خود را ضمیمه این کتاب کنند که به آن‌ها انگیزه لازم را جهت انتقال کتاب موردنظر به سایرین می‌دهد. به این ترتیب پیام یا تبلیغ مورد نظر شرکت به آسانی انتقال می‌یابد. به علاوه حتی محتوا و موضوع کتاب جذاب می‌تواند مورد توجه و علاقه خوانندگان قرار گرفته و انگیزه لازم را برای فرستادن آن به دیگران در آن‌ها ایجاد کند.