

image not found or type unknown



Вирусный маркетинг — общее название различных методов распространения рекламы, характеризующиеся распространением в прогрессии близкой к геометрической, где главным распространителем информации являются сами получатели информации, путем формирования содержания способного привлечь получателей информации за счет яркой, креативной, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания.

Вследствие того, что у большинства населения наблюдается низкий уровень доверия к рекламе вообще, а тем более исходящей от компании-производителя, основной принцип вирусного маркетинга заключается в том, что человек получающий информационное сообщение должен быть уверен, что оно исходит от лица незаинтересованного, например от знакомого, или незнакомого но ни в коем случае не относящегося к рекламной компании. Например, человек с готовностью выслушает от «живого человека» положительные отзывы о товаре, и скорее всего купит этот товар. И наоборот: увидев рекламный ролик этого товара, он его проигнорирует, поскольку распространено мнение, что реклама приукрашивает качества товара.

Особенности вирусного маркетинга

С **вирусным маркетингом** связано много мифов. Первый из них связан с тем, что такой вид рекламы в основном используют в Интернете. Конечно, именно в сети вирусная реклама расходуется очень быстро и с минимальными затратами (даже несмотря на то, что на ее создание иной раз приходится тратить огромную сумму), однако, она существовала задолго до возникновения интернета.

Классический пример такого **вирусного маркетинга** - "пирамиды" и различные коммерческие сети консультантов (продавцов, которые получают не зарплату, а процент с каждого проданного товара). "Приведи друга и получи прибыль/подарок/деньги" - гласит реклама, и, как бы ни было это для нас неинтересно или заезженно, это действует эффективно.

Этот **вид рекламы** перешел и в интернет, преобразовавшись в многочисленные партнерские программы и акции, которые устраивают время от времени различные компании и владельцы интернет-магазинов.

Но это лишь один из **видов вирусной рекламы**, пусть и самый популярный на данный момент. На самом же деле существует огромное количество его видов.

Суть **вирусного маркетинга** заключается в том, что с помощью определенных каналов между продавцом и покупателем создаются доверительные отношения, а реклама сайта, компании, магазина сама по себе распространяется в сети, как вирус.

В итоге, самое меньшее, чего можно добиться с помощью грамотной **вирусной рекламы**, - практически полной узнаваемости бренда среди целевой аудитории или всех пользователей.

Дорого ли провести кампанию с **вирусной рекламой в интернете**? Нет. Конечно, ценные идеи и их хорошо продуманная реализация приносят рекламируемой компании невероятную прибыль, поэтому создание рекламного продукта стоит дорого. Но вместе с тем, вся кампания в целом обходится гораздо дешевле, чем массовое размещение баннерной рекламы.

Потому что вы платите исключительно за создание самого продукта, все остальное - размещение и распространение рекламы в сети - происходит уже само собой, без всякого вмешательства (либо практически без вмешательства).

Поэтому **вирусная реклама**, вопреки сложившемуся мнению, вполне доступна среднестатистической компании или даже только что открывшейся небольшой фирме. Именно таким организациям **вирусная реклама** принесет настоящую популярность и колоссальное увеличение доходов.

Вирусная реклама в интернете так популярна именно из-за того, что не нужно тратить время и деньги на ее размещение - достаточно просто создать продукт (клип, рисунок, книгу, статью и так далее), интересный или полезный пользователям, и он сам разнесется по сети.

В этом случае (как и в случае настоящего вируса) сами пользователи становятся носителями интернет-рекламы, передавая ссылку на продукт или сайт своим друзьям и знакомым. Тем самым популярность и посещаемость сайта растет в геометрической прогрессии, подобно количеству участников финансовой пирамиды. **Партизанский и вирусный маркетинг** во многом похожи, но в этом случае сами пользователи, ничего не подозревая, становятся агентами скрытой рекламы.

Вирусный маркетинг в интернете – технология маркетингового продвижения, особенно в случае социальных сетей объект распространения - вирусное видео, фотографии, даже тексты и отдельные выражения (мемы). Впрочем, в случае крупных проектов, для достижения целей может быть создан сайт вирусного маркетинга, работающий столь же эффективно.

На дальнейшее распространение удивительного или просто необычного знания людей побуждает само содержание рекламного сообщения. Основой вирусной рекламы могут стать слухи или сплетни, которые, как известно распространяются очень быстро и играют на руку специалистам вирусного маркетинга. Пользователи социальных сетей изначально готовы не только к получению информации, но и к ее распространению, что делает такие площадки практически идеальным инструментом для распространения сообщения вирусного маркетинга. Впрочем, в случае крупных проектов, для достижения целей может быть создан сайт вирусного маркетинга, работающий столь же эффективно. Наше агентство вирусного маркетинга предлагает Вам быстро и выгодно продвигать Ваш бренд, товары и услуги.

На первом этапе создается продукт, полезный или просто интересный пользователям, или разрабатывается рекламная акция.

Внедряясь в среду интернета с помощью контекстной, баннерной или скрытой рекламы, рекламный продукт вызывает интерес у пользователей. С помощью тех, кто первыми увидел, прочитал или воспользовался рекламным продуктом, он начинает расходиться по форумам, блогам, контактам на почте, в Instagram или VK, а иногда переходит и в офф-лайн.

В итоге, самое меньшее, чего можно добиться с помощью грамотной **вирусной рекламы**, - практически полной узнаваемости бренда среди целевой аудитории или всех пользователей.

Можно сделать вывод о высокой значимости в нынешних условиях такого фактора и обстоятельства как эффективно работающая система вирусного маркетинга на предприятии. Создание эффективной системы вирусного маркетинга – это одна из первоочередных задач маркетинговых служб организации, так как именно от ее успешного решения во многом зависит прибыльность и эффективность деятельности в условиях стагнирования и снижения эффективности стандартных маркетинговых инструментов.