

بازاریابی ویروسی

بازاریابی ویروسی

بازاریابی به عنوان فرایند مدیریتی و اجتماعی به منظور ترغیب افراد و گروه ها به تولید و مبادله کالا برای تامین نیازها و خواسته های آنان تعریف می شود. بازاریابی به هنر فروش مشهور است هرچند که فروش یک قسمت کوچک از بازاریابی محسوب می شود. انواع مختلفی از روشهای بازاریابی وجود دارد که یک نوع از آن بازاریابی ویروسی نام دارد.

بازاریابی ویروسی که به آن بازاریابی دهان به دهان نیز گفته می شود یک روشی از بازاریابی محسوب شده که در این روش پیام تبلیغاتی به مثابه یک ویروس منتشر می شود. معمولا این پیام تبلیغاتی به صورت مجازی از طریق شبکه های اجتماعی اینترنتی و ایمیل منتشر می شود. برای افزایش تصاعدی شناخت در مورد مسئله مورد نظر، پیغام به صورت فرایندی ویروسی به طور گسترده انتشار می یابد.

بازاریابی ویروسی راهبردی

بسیاری از شرکتها از طریق پست الکترونیک برای کار خود تبلیغات می کنند. طبق این روش هر پیامی که از طریق پست الکترونیک این شرکتها صادر می شود، شامل پیام تبلیغاتی کوتاه و کلیدی است. به تعداد پیام هایی که افراد از طریق این شرکتها بین یکدیگر رد و بدل می کنند، این پیامها نیز توزیع می شود. از آنجایی که این پیامها بدون دخالت مستقیم این شرکتها ارسال می شود و در تمام مکاتبات بین افرادی که آدرس پست الکترونیک خود را از این شرکتها دریافت کرده اند، ارسال می شود به این شیوه بازاریابی، ویروسی راهبردی می گویند.

دلیل محبوبیت بازاریابی ویروسی

شبکه های اجتماعی تحت وب بخش عظیمی از ارتباطات بین افراد را در اختیار گرفته است. تماس اشخاص بر روی وب و اینترنت تقریبا به

صورت رایگان است. هر شخص می تواند در کمتر از یک روز با چندین نفر ارتباط برقرار نموده و هر کدام از این چندین نفر نیز می توانند با صدها نفر دیگر ارتباط برقرار سازند. در اصل این ارتباط ها یک هرم ارتباطی بوده که می تواند در مدت یک روز ساخته شود. افراد بیشتری ثبت نام می کنند، آنها می توانند با گروه های بزرگتری ارتباط برقرار کنند و تعداد کل به صورت تصاعدی افزایش می یابد. این ارتباط های هرمی می تواند به سرعت، یک پیام را مانند ویروس در شبکه منتشر نماید که به عنوان مثال این پیام می تواند اطلاعات جامعی در مورد کیفیت یک محصول یا خدمات ارائه دهد.

[گروه تحقیقات ای تی مارکت](#)