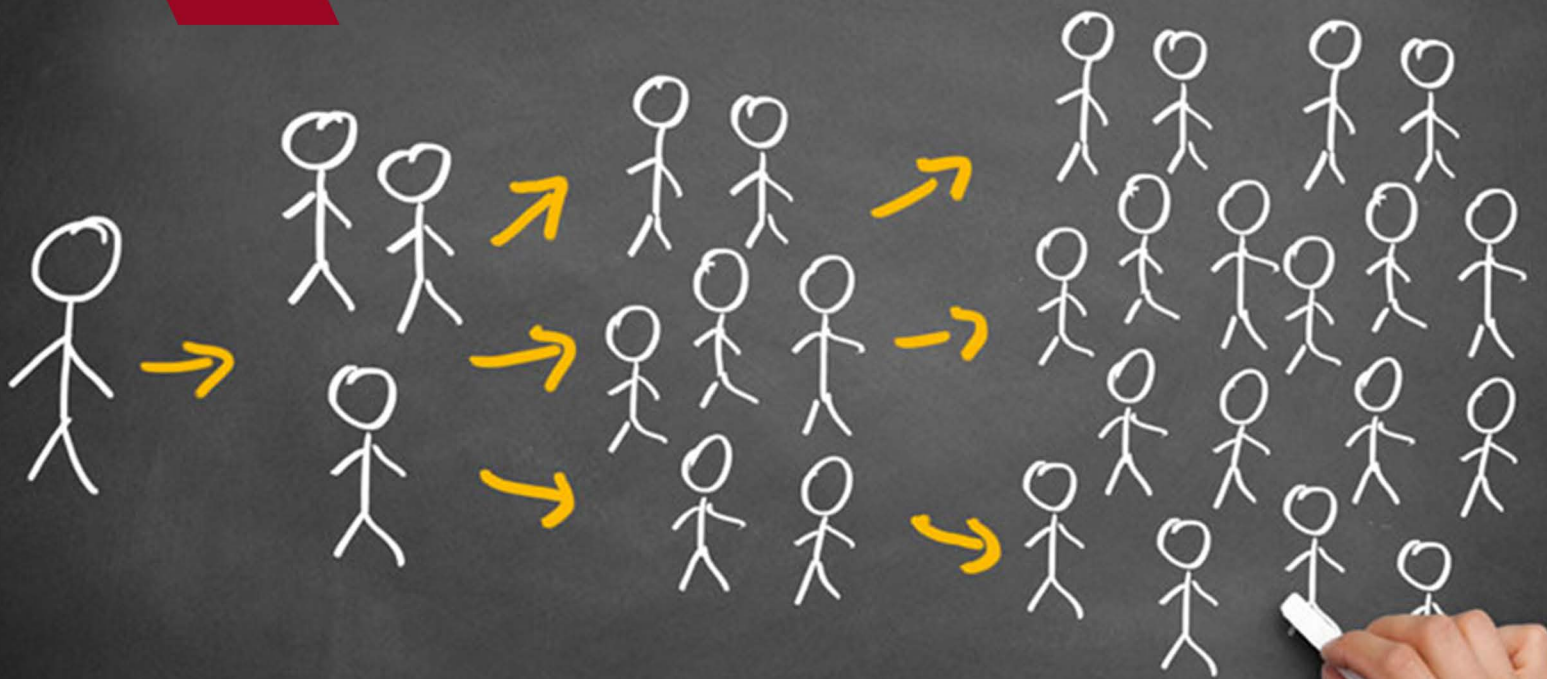


بازاریابی ویروسی چیست؟



بازاریابی ویروسی چیست؟



نویسنده: مهران منصوری فر

بازاریابی ویروسی (Viral Marketing) نوعی بازاریابی است که در آن پیام تبلیغاتی به صورت دهان به دهان (Word of Mouth) در میان مخاطبان پخش می‌شود. در ادامه به توضیحات کامل تری درباره این موضوع خواهیم پرداخت

در بازاریابی ویروسی، همان‌طور که ویروس از شخصی به شخص دیگر منتقل می‌شود، در این نوع بازاریابی تبلیغ محصولات یا خدمات برند نیز از یک شخص به شخص دیگر منتقل می‌شود. در دنیای اینترنت همه چیز کمی متفاوت‌تر است و بازاریابی ویروسی به تکنیکی از بازاریابی گفته می‌شود که در آن یک برند از خدمات شبکه‌های اجتماعی، ایمیل و سایر تکنولوژی‌ها برای تبلیغات خود استفاده می‌کند. با توجه به همه گیر شدن اینترنت می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که این روش یکی از راه‌های قدرتمند بازاریابی محسوب می‌شود.

تا به حال برای همه ما پیش آمده است که نتوانیم بین چند فیلم سینمایی یا رستوران یک مورد را انتخاب کنیم. در چنین شرایطی معمولاً به بخش نظرها مراجعه کرده و با خواندن پیشنهاد دیگران اقدام به تصمیم‌گیری می‌کنیم. یا زمانی که یکی از دوستانمان از کیفیت محصولی راضی است ما نیز نسبت به خریدن آن محصول تشویق می‌شویم. این موارد نمونه‌هایی از بازاریابی ویروسی هستند و امروزه به لطف شبکه‌های اجتماعی این نوع بازاریابی بیش از پیش قوی شده است. طبق تحقیقات صورت گرفته کاربران فعال تویتر که حداقل یک شرکت را دنبال کرده‌اند ۵۹ درصد بیشتر از دیگران تمایل دارند که خدمات آن شرکت را به دیگران توصیه کنند.

استراتژی‌های بازاریابی ویروسی

برای اینکه یک محتوا بتواند مانند ویروس به سرعت در میان مخاطبان منتشر شود، باید موضوع جالبی داشته باشد و به آسانی به اشتراک گذاشته شود. همچنین باید طوری طراحی شده باشد که بتواند حق مطلب را به طور خلاصه بیان کند. محتواهایی که موضوع آموزشی یا سرگرمی دارند

معمولا موفق‌تر هستند و به سرعت در فضای مجازی پخش می‌شوند. در ادامه به معرفی تکنیک‌هایی می‌پردازیم که بر موفقیت بازاریابی ویروسی تأثیرگذار هستند:



۱- مخاطبان مناسب را هدف قرار دهید

اولین گام برای راه‌اندازی کمپین بازاریابی ویروسی این است که ببینید مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند و در کدام شبکه‌های اجتماعی بیشتر فعالیت می‌کنند. هیچ تبلیغی خود به خود ویروسی نمی‌شود و باید علاوه بر جذابیت، پیغام صحیحی را به دیگران منتقل کند. به همین دلیل است که انتخاب یک کانال صحیح برای تبلیغات اهمیت بیشتری پیدا می‌کند زیرا می‌تواند پیغام شما را به دست مخاطبان مناسب برساند. به‌عنوان مثال اگر مخاطبان هدف شما خانم‌های مجرد بین ۱۸ تا ۲۴ سال هستند شبکه اجتماعی پینترست محل مناسبی برای تبلیغات شما است زیرا ۸۰ درصد کاربران این شبکه اجتماعی را خانم‌های جوان تشکیل می‌دهند.



۲- ویدئو تهیه کنید

یکی از تکنیک‌های موثر در بازاریابی ویروسی ویدئو است زیرا مخاطبان را با محصولات و خدمات درگیر می‌کند. یک ویدئوی آموزشی یا سرگرم‌کننده تهیه کنید و در سایت‌هایی مانند یوتیوب یا سایر سایت‌های به اشتراک‌گذاری ویدئو منتشر کنید. زمانی که ویدئوی شما از نظر شخصی جالب و مفید باشد آن را با دوستانش نیز در میان خواهد گذاشت و به این ترتیب ممکن است در سراسر اینترنت منتشر شود. هر قدر یک ویدئو جنبه آموزشی یا سرگرمی بیشتری داشته باشد، پرتعدادتر خواهد بود.

FREE

«رایگان» یکی از قدرتمندترین
کلمه‌ها در دنیای بازاریابی است

مدیریت

۳- خدمات یا محصول ارزشمندی را رایگان عرضه کنید

چه کسی بدش می‌آید کالا یا خدمات با ارزشی را مجانی دریافت کند؟ «رایگان» یکی از قدرتمندترین کلمه‌ها در دنیای بازاریابی است. به همین دلیل در بسیاری از کمپین بازاریابی ویروسی، برند برای جلب توجه مخاطبان خود

اقدام به عرضه رایگان کالا یا محصولات می‌کند. با انجام این کار شاید نتوانید همین امروز یا فردا به سود مورد نظر خود برسید اما مطمئن باشید که توجه دیگران به برند شما جلب می‌شود و در آینده نزدیک نتیجه آن را خواهید دید.

این تکنیک چگونه روی مخاطب تأثیر می‌گذارد؟ کلمه «رایگان» باعث جلب توجه مخاطب می‌شود و زمانی که به وبسایت یا فروشگاه شما مراجعه کند توجهش به مابقی اجناس نیز جلب خواهد شد. همچنین مطمئن باشید که این موضوع را با دوستان و اعضای خانواده نیز در میان خواهد گذاشت. فراموش نکنید که برای به دست آوردن چیزی باید ابتدا برای آن خرج کنید.

«تاریخچه»

«برانگیختن احساسات مخاطب موثرترین

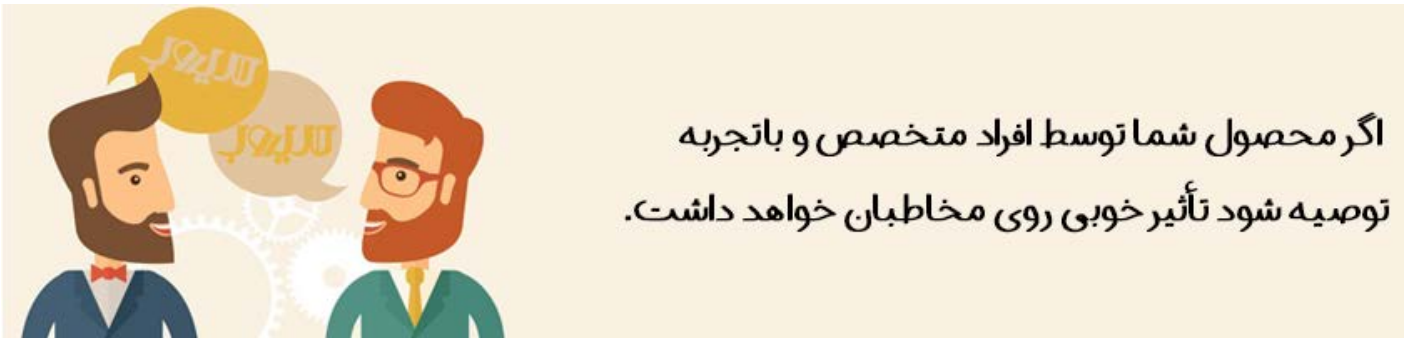
تکنیکی بازاریابی ویروسی است.



۴- احساسات مخاطب را برانگیزید

بازاریابی ویروسی ۱۰۰ درصد با احساسات در ارتباط است. بنابراین برانگیختن احساسات مخاطب موثرترین تکنیک بازاریابی ویروسی است. اما چگونه می‌توان این کار را انجام داد؟

- یک محتوای دوست داشتنی یا منجرکننده تولید کنید
- در آن واحد یا زرنگ باشید یا خنگ
- دیگران را خوشحال کنید یا عصبانی
- پیغام احساسی بازاریابی‌های ویروسی باید به اندازه‌ای قوی باشد که بتواند سریع توجه مخاطب را جلب کند.



۵- در شبکه‌های اجتماعی فعالیت داشته باشید

واقعیت این است که این روزها یک برند با عدم فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر، لینکدین و... نمی‌تواند به موفقیت‌های بزرگ دست پیدا کند. زمانی که افراد تأثیرگذار یک صنعت محصولی را تبلیغ می‌کنند، مخاطبان بیشتری را به سمت یک برند جذب خواهند کرد. اینفلوئنسرهای صنعت خود را پیدا کنید و محصول یا خدمات خود را در اختیار آن‌ها قرار دهید. سپس از آن‌ها بخواهید که در صورت تمایل تجربه خود را با مخاطبان در میان بگذارند. این افراد فالوئرهای زیادی دارند و به دیده شدن برند شما کمک می‌کنند. همچنین اگر محصول شما توسط افراد متخصص و باتجربه توصیه شود تأثیر خوبی روی مخاطبان خواهد داشت.

بیشتر بخوانید: [اینفلوئنسر مارکتینگ چیست؟](#)



۶- کار غیرمنتظره انجام دهید

اگر می‌خواهید توجه مخاطبان را جلب کنید باید یک کار غیرمنتظره و جدید

انجام دهید. مردم زمانی که احساس کنند سوژه یک کار قدیمی است هرگز سراغ آن نخواهند رفت. بزرگ و جالب نشان دادن یک محصول کاری است که همه برندها برای تبلیغ محصولات خود انجام می‌دهند. به فکر ایده‌های جدید باشید.



۷- با استفاده از مقاله بازاریابی کنید

اگر در مقاله نویسی مهارت دارید از این فرصت استفاده کنید زیرا مقالات ارزشمند نیز ممکن است با سرعت در میان دیگران پخش شده و همه‌گیر شوند. ناگفته نماند که مقاله‌ها باید موضوع سرگرم‌کننده یا آموزشی جالبی داشته و مطابق اصول نگارشی نوشته شده باشند. همچنین می‌توانید با استفاده از نرم‌افزارهای مخصوص برای مقاله‌های خود ویدئو تهیه کنید.

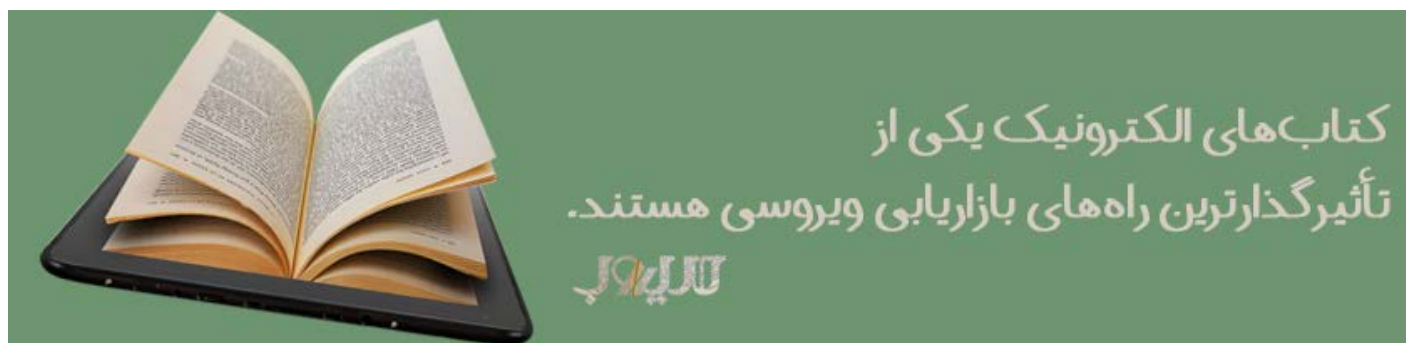
مطالعه بیشتر: [چطور محتوایی بنویسیم که افراد واقعاً آن را بخوانند](#)



۸- قابلیت اشتراک‌گذاری را افزایش دهید

دوری کردن از افراد سرماخورده، لمس نکردن چشم، دهان و بینی و شستن مرتب دست‌ها از جمله نصیحت‌هایی هستند که برای جلوگیری از سرماخوردگی توصیه می‌شوند. در واقع ویروس‌ها زمانی منتشر می‌شوند که شرایط انتقال آن‌ها میان افراد مهیا شده باشد. به همین ترتیب در بازاریابی ویروسی نیز پیغام یا محتوای شما باید راحت‌تر دانه شود و به اشتراک گذاشته شود. این روزها دکمه توییت کردن در اکثر وبسایت‌ها قرار دارند و کاربران می‌توانند داخل هر سایتی که هستند محتوای مورد نظر را در پروفایل توییت خود منتشر کنند. شما نیز می‌توانید این قابلیت را در وبسایت خود اضافه کنید. همچنین فراموش نکنید هر قدر محتوا ساده‌تر باشد قابل فهم‌تر است و دیگران تمایل بیشتری برای به اشتراک گذاشتن آن خواهند داشت.

مطالعه بیشتر: [\(SMM\) بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی چگونه ما را به هدفمان می‌رساند؟](#)



۹- کتاب الکترونیکی تهیه کنید

کتاب‌های الکترونیک یکی از تأثیرگذارترین راه‌های بازاریابی ویروسی هستند. ساختن این کتاب‌ها ساده است و مخاطبان زیادی را درگیر خواهد کرد. مطمئناً اگر کتاب الکترونیکی جنبه آموزشی یا سرگرم‌کننده داشته باشد با سرعت در میان مردم پخش خواهد شد. اگر مهارت نویسندگی ندارید می‌توانید از کتاب‌های الکترونیکی دیگران استفاده کرده و درصدی از فروش خود را به آن‌ها بپردازید.



تدریس

در پایان خبرنامه‌ها از خوانندگان
بخواهید که مطالب شما را با دیگران به اشتراک بگذارند.

۱۰- خبرنامه بسازید

خبرنامه‌ها نه تنها نام کسب‌وکار و برند شما را در میان مشترکین برجسته می‌کنند بلکه امکان ویروسی شدن محتوا را نیز افزایش می‌دهند. بنابراین همیشه در پایان خبرنامه‌ها از خوانندگان بخواهید که مطالب شما را با دیگران به اشتراک بگذارند.



تکرار کردن را فراموش نکنید
پیغامی که تنها یک بار منتشر شود
خیلی زود از ذهن‌ها خارج خواهد شد.

۱۱- تکرار کردن را فراموش نکنید

پیغامی که تنها یک بار منتشر شود خیلی زود از ذهن‌ها خارج خواهد شد. تصور کنید محتوای جالب و غیرمنتظره‌ای تولید کرده‌اید که توانسته است توجه مخاطبان زیادی را جلب کند. احتمالاً پیش خودتان فکر می‌کنید کارتان به پایان رسیده است و دیگر نیازی به کار اضافه نیست. اما این تازه آغاز ماجرا است. حال که توانسته‌اید توجه دیگران را جلب کنید باید وارد عمل شوید. یکی از راه‌حل‌ها این است که بازاریابی ویروسی را ادامه دهید. به‌عنوان مثال زمانی که مردم تبلیغات یک شرکت بیمه را می‌بینند، بعد از مدتی آن را فراموش خواهند کرد اما زمانی که به فاصله چند روز بعد تبلیغ متفاوتی با پیغام مشابه را مشاهده کنند آن را به یاد خواهند آورد. بنابراین

تولید یک سری پیغام‌های ویروسی قدرت تأثیرگذاری کمپین تبلیغاتی شما را افزایش خواهد داد. اتفاقات و جریاناتی که در یک بازه زمانی در جامعه مطرح می‌شوند تأثیر زیادی روی تعیین موضوع بازاریابی ویروسی می‌گذارند. بنابراین تکنیک‌های این نوع بازاریابی همواره در حال تغییر است. اما موارد بررسی شده در این مقاله کمک می‌کنند که یک کمپین بازاریابی ویروسی تأثیر بیشتری روی مخاطبان داشته باشد.