

## بازاریابی ویروسی چیست؟

بازاریابی ویروسی روشی بسیار مؤثر می باشد که از طریق آن می توان، برند، محصول، شرکت و غیره را به سرعت به دیگران معرفی کرد. در این مقاله ابتدا تعریفی از بازاریابی ویروسی ارائه می دهیم و در ادامه آن را بررسی خواهیم کرد.

### بازاریابی ویروسی چیست؟



الفبان روشی نوین در کسب و کار اینترنتی [www.Alefban.com](http://www.Alefban.com)

### تعریف بازاریابی ویروسی (Viral Marketing)

بازاریابی ویروس وار (Viral Marketing) به روش تبلیغ یا بازاریابی ای گفته می شود که معمولاً به صورت مجازی از طریق **شبکه اجتماعی** موجود یا ایمیل در اینترنت ارائه می گردد و به روش های متفاوتی انجام می شود. بازاریابی ویروسی را می توان به این صورت تعریف کرد؛ یک تکنیک بازاریابی که با بهره برداری از شبکه های اجتماعی موجود به دنبال افزایش نمایی

الفبان | روشی نوین در کسب و کار اینترنتی [www.Alefban.com](http://www.Alefban.com)

آگاهی از برند از طریق یک فرایند ویروسی مانند انتشار یک واگیر است. تبلیغات دهان به دهان با استفاده از تأثیر شبکه‌ای اینترنت به صورت آنلاین گسترش می‌یابد و برای دسترسی سریع به تعداد زیادی از افراد بسیار مفید است. از دیدگاه بازاریابی، طبق این فرایند افراد تشویق می‌شوند اطلاعات بازاریابی مطلوبی را که دریافت می‌کنند در محیطی فرا رسانه‌ای منتقل کنند؛ اطلاعاتی که به طور اتفاقی یا به طور برنامه‌ریزی شده، مطلوب فرد هستند.

این روش از نظر روش توزیع شبیه ویروس (زیستی) یا ویروس رایانه‌ای یا میم اینترنت یا memetics می‌باشد و توسط بازاریابی دهان به دهان یا توسط اینترنت و شبکه‌های موبایل به صورت متن، تصویر، کلیپ یا فیلم کوتاه، تصویر متحرک انجام می‌گیرد.

به طور خلاصه یعنی: همانطور که یک ویروس بین مردم پخش می‌شود، در بازاریابی ویروسی نیز مشتریان محصول یا برند را دهان به دهان بین هم منتشر می‌کنند که این کار بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد.

در این نوع از بازاریابی ارتباط از حالت بازاریاب-مصرف کننده به مصرف کننده-مصرف کننده تغییر می‌کند. در بازاریابی ویروسی به جای اینکه بازاریاب با مشتری (مصرف کننده) در ارتباط باشد و محصولات را معرفی کند، سعی می‌شود این ارتباط، از طریق خود مشتری به مشتری‌های دیگر فراهم گردد که این کار در کاهش هزینه‌ها، بسیار مؤثر می‌باشد.

## انواع بازاریابی ویروسی

### ۱- بازاریابی ویروسی حیاتی:

در این حالت افراد دوست دارند تا در تجربیات خود، با افرادی شریک شوند که به محصولات معینی نیاز دارند. مثلاً فرد «الف» می‌خواهد در تجربه یک محصول با فرد «ب» شریک شود و فرد «ب» نیاز به محصول دیگر دارد و الی آخر.

## ۲- بازاریابی ویروسی حيله اى:

در این حالت از بازاریابی ویروسی سعی می شود از طریق تشویق دیگران، محصول خود را به فروش برسانند.

مثال: فرد «الف» سعی می کند تا فرد «ب» را متقاعد کند که محصول را امتحان کند، زیرا ممکن است در صورت استفاده فرد «ب» از آن محصول، فرد «الف» پاداشی دریافت کند.

در این حالت استفاده کننده بایستی احساس کند که پاداش باارزش است و اینکه محصولات به اندازه کافی خوب باشند که برای نارضایتی احتمالی دیگران بتوان ریسک کرد.

## ۳- بازاریابی ویروسی ناخوشایند:

در حالت ناخوشایند، افرادی که از محصول خریداری شده تجربه منفی دارند و نارضی هستند، سعی می کنند دیگران را از خرید این محصول، منصرف کنند.

مثال: فرد «الف» محصول را امتحان می کند و می بیند که محصول خیلی بدی است و موردپسند او قرار نمی گیرد. سپس او مانع استفاده فرد «ب» از این محصول می شود.

## ۴- بازاریابی ویروسی ارزشی:

برخلاف ویروسی ناخوشایند، در این حالت افراد دیگران را به خرید و استفاده از محصول خریداری شده تشویق می کنند. زمانی که فردی از محصولی استفاده می کند و از آن راضی است، به دیگران پیشنهاد می کند که از این محصول استفاده کنند.

البته محصولات باید از کیفیت کافی برخوردار باشند تا خریدار را، تشویق به تبلیغ محصولات کنند.

## ۵- بازاریابی ویروسی ماریچی:

در این حالت وقتی فردی کالا یا محصولی را خریداری می کند و تجربه ای جالب یا شاد به دست می آورد، دوست دارد که تجربه خرید خود را با افراد دیگر نیز در میان بگذارد، چون احساس می کند دیگران نیز آن را مانند خودش جالب می دانند یا شاد می شوند.

### مشکلات بازاریابی ویروسی



- ۱- تهدید روابط شخصی: در صورتی که بازاریابی ویروسی نتواند موفق عمل کند، موقعیت بازاریاب را خدشه دار خواهد کرد.
- ۲- عدم کنترل بر برند شرکت: در بعضی موارد شرکت کنترل چندانی بر نام و نشان خود ندارد.

۳- رشد بدون برنامه: بعضی اوقات بازاریابی ویروسی آنقدر رشد دارد که هیچ برنامه برای اینکار نشده است. شاید این رشد مورد انتظار شرکت نبوده باشد و هیچ برنامه ای نیز برای نداشته باشد!

### چند روش مهم برای موفقیت در بازاریابی ویروسی:

۱- می توان در آغاز کار، برخی از محصولات و خدمات را در سایت به صورت رایگان قرار داد تا همه از آن استفاده کنند. در این کار در واقع به طور غیرمستقیم تبلیغ محصول می شود. این عمل، بهترین استراتژی در بازاریابی ویروسی است.

۲- در این مورد باید برای سایت محتوایی تولید کرد که با محصولات سایت نیز مرتبط باشد. در ادامه می توان اجازه بازنشر این محتواها (شامل ویدئو، تصویر، متن و غیره) را به مخاطبان داد تا در سایت یا وبلاگ یا جای دیگر این محتواها را با ذکر منبع مورد استفاده قرار دهند که این مورد نیز در بازاریابی به سود شرکت بسیار مؤثر است.

۳- در مورد بعدی باید امکان به اشتراک گذاری مطالب سایت را بازدیدکنندگان داد که این کار، امروزه در تمامی سایت ها مورد استفاده قرار می گیرد. همچنین می توان، امکان ارسال مطالب به دوستان را برای مخاطبان قرار داد.

۴- ساخت فروم یا تالار گفتگو یکی دیگر از راهکارهای مؤثر در بازاریابی ویروسی است. اینکه کاربران بتوانند خیلی راحت با هم در مورد محصولات سایت تبادل نظر کنند.

۵- ساخت کتاب الکترونیکی آموزشی خوب و ارائه محتوای باکیفیت در آن نیز، می تواند یکی از روش های خوب در بازاریابی ویروسی باشد. در این حالت، کاربران با انتقال و معرفی آن به همدیگر به طور کاملا غیرمستقیم برای محصول یا شرکت بازاریابی می کنند.

**به هیچ وجه به طور کامل روی این تکنیک تکیه نکنید!**

کاملاً درست است که بازاریابی ویروسی تأثیر فوق العاده‌ای در فروش محصولات دارد، اما تکیه کامل روی این نوع از بازاریابی نمی‌تواند موفقیت شما را تضمین کند.

نویسنده: **محمد افراسیابی**

سایت: [www.Alefban.com](http://www.Alefban.com)