

وایرال مارکتینگ چیست؟

وایرال مارکتینگ یا همان بازاریابی ویروسی یکی از انواع سبک های تبلیغاتی از طریق رسانه های اجتماعی و سوشال مدیا می باشد. در واقع می توان گفت به کمک وایرال مارکتینگ، تبلیغات دهان به دهان انجام می شود. به این صورت که افراد، تبلیغات را به آسانی در محیط های فرا رسانه منتشر می کنند.



وایرال مارکتینگ را از کجا شروع کنیم؟

بسیاری از افراد با این موضوع رو به رو می شوند که وایرال مارکتینگ را از کجا و چگونه می توان شروع کرد؟ در این قسمت به بررسی چند نکته برای شروع وایرال مارکتینگ، تولید محتوای ویروسی و همچنین افزایش بازدید آنها می پردازیم.

در قدم اول باید هدف از تولید محتوای ویروسی را در وایرال مارکتینگ مشخص کنید. در گذشته تمامی بازاریاب ها به دنبال این بوده اند که از هر طریقی بتوانند مخاطب را جذب کنند. اما امروزه اگر هدف از تولید محتوای ویروسی مشخص نباشد، در جذب مخاطب با مشکل مواجه می شوید.

شناخت مخاطب

برای اینکه بتوانید محتوای ویروسی خود را در شبکه های مجازی مختلف و سوشال مدیا منتشر کنید، باید در ابتدا بر روی مخاطب خود شناخت کافی داشته باشید. در نتیجه علایق و خواسته های مخاطب را شناسایی کنید و سپس با توجه به آنها به تولید محتوا بپردازید.



تولید محتوای عالی و با کیفیت تاثیر زیادی بر روی جذب مشتری و وایرال مارکتینگ دارد. همچنین سعی کنید محتواهای تولید شده را در شبکه های اجتماعی مختلف منتشر کنید.

استفاده از هشتک برای تولید محتوای ویروسی

برای هر کمپین از کسب و کارتان یک هشتک مشخص کنید. زیرا با استفاده از هشتک ها، اشتراک گذاری محتوا را در سوشال مدیا آسان تر و سریع تر می شود.

عوامل مهم در موفقیت محتوای ویروسی

عوامل مهمی که می توان باعث موفقیت در انتشار محتوای ویروسی شوند، عبارتند از:

فراهم کردن رسانه های مختلف

برای انتشار محتوای ویروسی به رسانه های اجتماعی مختلفی نیاز دارید تا بتوانید به آسانی پیام خود را به مخاطب منتقل کنید. وب سایت، ایمیل و گرافیک از معروف ترین رسانه ها در حوزه وایرال مارکتینگ می باشند.

اشتراک گذاری رایگان محتوا

یکی دیگر از عواملی که می تواند به بازاریابی ویروسی کمک کند، اشتراک گذاری محتواهای ویروسی رایگان می باشد. به عنوان مثال شما می توانید اطلاعاتی از یک نرم افزار را به صورت رایگان در اختیار مخاطب قرار دهید.

از افرادی که در زمینه وایرال مارکتینگ فعالیت می کنند، کمک بگیرید. زیرا یکی از عوامل مهمی که شما را به موفقیت در حوزه وایرال مارکتینگ نزدیک می کند، استفاده از تجربیات و دانش افراد در این زمینه است.



مزایای وایرال مارکتینگ

از مزایای وایرال مارکتینگ می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- برند سازی: وایرال مارکتینگ یکی از قدرتمند ترین ابزارها برای برند سازی می باشد. زمانی که یک محتوای مناسب تولید شود، کاربران تصمیم می گیرند که آن را به اشتراک بگذارند و این موضوع می تواند به برند سازی و همچنین افزایش اعتبار برند شما کمک کند.

- کاهش هزینه: در کمپین های وایرال، کاربران محتوای تولید شده را در شبکه های اجتماعی و سوشال مدیا منتشر می کنند که این موضوع می تواند به میزان قابل توجهی هزینه های تبلیغاتی شما را کاهش دهد.
- قابلیت انتشار بالا: محتواهایی که در اینترنت وایرال می شوند قابلیت انتشار بالایی دارند و به دست تعداد زیادی از افراد در سراسر دنیا می رسند.

منظور از کمپین وایرال مارکتینگ چیست؟

در تولید محتواهای وایرالی با دو رویکرد آشکار و پنهان مواجه هستیم. به این صورت که در رویکرد آشکار، تبلیغاتی بودن محتوا در همان ابتدا به خوبی برای مخاطب روشن است. اما در رویکرد دوم، مخاطب باید به انتهای محتوا برسد تا متوجه تبلیغاتی بودن آن شود، در مواردی نیز ممکن است این موضوع در انتهای محتوا نیز برای مخاطب فاش نشود. نکته مهمی که در رویکرد پنهان باید در نظر بگیرید این است که مخاطب نباید احساس فریب خوردگی کند.

با توجه به مواردی که در قسمت فوق به آنها اشاره کرده ایم، در کمپین وایرال مارکتینگ شما باید در ابتدا محتوایی جذاب برای مخاطب تولید کنید. زیرا محتواهای اولیه می توانند به عنوان جرقه ای برای موفقیت های بعدی در حوزه وایرال مارکتینگ باشد.



تبلیغات موفق ویرال مارکتینگ

تا به اینجای مقاله با وایرال مارکتینگ (بازاریابی ویروسی) آشنا شده اید. در این قسمت به بررسی نمونه های تبلیغات موفق وایرال مارکتینگ می پردازیم.

تی ان تی (TNT) یکی از نمونه های بازاریابی ویروسی ویدئویی موفق است. در سال 2012 برای معرفی شبکه تلویزیونی تی ان تی، دکمه ای بزرگ در وسط یکی از میدان های بلژیک قرار داده شد که در نزدیکی آن عبارت "فشار دهید تا با صحنه ای هیجان انگیز رو به رو شوید" نوشته شده بود. این ویدئو در کمتر از یک هفته، بیش از 23 میلیون

بازدید کننده داشت و به عنوان یکی از موفق ترین ویدیو های وایرال مارکتینگ شناخته می شود.

شرکت اپل یکی دیگر از نمونه های موفق تبلیغات وایرالی است. شرکت اپل در سال های ابتدایی فعالیت خود، با انتشار آیفون X کمپینی را راه اندازی کرد. در این کمپین از مخاطبان خواسته شد که با آیفون خود یک عکس سلفی بگیرند و آن را در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارند. با انتشار این عکس ها، شرکت اپل توانست کیفیت بالای دوربین سلفی آیفون را به مردم نشان دهد.



آژانس تبلیغاتی مانا رسانه در زمینه برندسازی در شبکه های اجتماعی و سوشال مدیا فعالیت می کند. اگر به دنبال پشتیبانی هستید که به کمک آن بتوانید در کسب و کار و تخصصتان موفق شوید، به مانا رسانه مراجعه کنید و از مشاوره های تخصصی این مجموعه بهره مند شوید.