Выполнила студентка 5 курса, 5 группы, ФУ Трифонова Юлия



Вирусный маркетинг — комплекс мероприятий, побуждающий потребителя передавать рекламное сообщение друг другу.

В настоящее время одна из самых популярных и динамично развивающихся маркетинговых стратегий в мире. Активно используется:









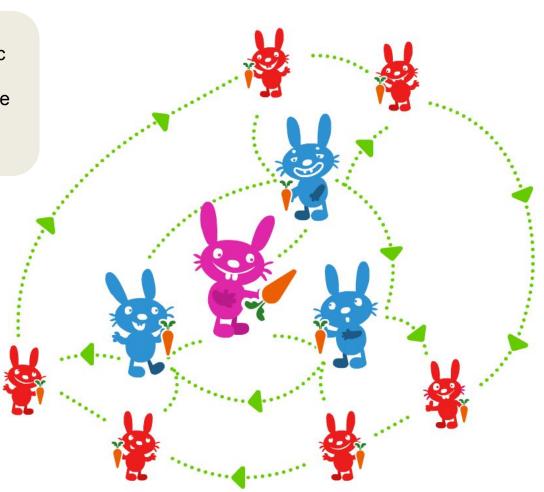






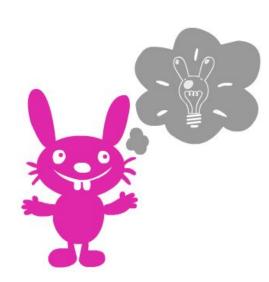








Принципы вирусного маркетинга



Оригинальна идея



Рекламное сообщение должно быть связано с сюжетной линией, чтобы реклама сработала, а не просто запомнилась, как интересный ролик или шутка.



Легкость распространения

Небольшое количество людей формирует общественное мнение о продукте



Преимущества вирусного маркетинга

- 1 .Бесплатное распространение за счет инициативы пользователей
- 2 Информация должна воспринимается аудиторией не как реклама, а как досуг и развлечение. Для этого сообщение должно быть:



Эмоциональным: удивление, провокация, шок, ненависть, смех



Актуальным



Заразительным

- Вирус не навязчив и не раздражает аудиторию.
- 4 В вирусном маркетинге можно показать то, что нельзя в традиционных медиа, «зацепить» аудиторию и придать бренду индивидуальность.



Возможные носители вируса

- Видео и аудио ролики
- 🤦 Анимационные мультфильмы или открытки
- Игры. Различного рода квесты и стратегии
- .Фотопроекты и картины
- 5 .Статьи и тексты (посты)
- .Скандалы и слухи
- 🧝 .Виртуальные персонажи
- Обои для рабочего стола и виджеты
- 10 Различные веб-сервисы, продукты, отдельный

функционал Отдельные вирусные промо-сайты





Этапы вирусной компании

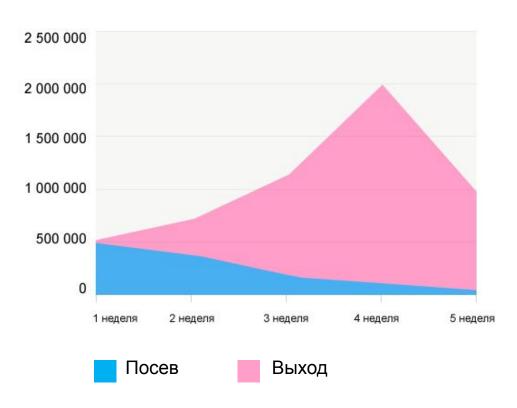
- Анализ ситуации, разработка стратегии
- .Разработка креатива
- .Производство креатива
- .Медиапланирование. Подбор площадок
- Посев (размещение активирующей информации)
 - .Статистика и отчеты



Посев



Посев - это предварительное размещение информации в ожидании будущего отклика масс





Стадии посева

- Определить целевых лидеров мнений Успех запуска вирусной кампании зависит от правильного вычисления целевых лидеров мнений (influencers).
- **Таргетинг** Определение сред обитания лидеров.
- **Активация лидеров**При правильной подаче «вируса» лидеры подхватывают контент и распространяют среди друзей и знакомых.



Где обычно распространяют вирус:

- Развлекательные сайты
- Видеосервисы
- Социальные проекты
- Блогосфера

Для каждого проекта подготавливается перечень ресурсов используемых для посева вирусного маркетинга в зависимости от:

- целей и задач проекта
- информационного послания
- предмета вируса.







Спасибо за внимание