

УДК 339.13

Мельничук Олена

Melnychuk Olena

Науковий керівник: к.е.н., доцент Шпилик С.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ

VIRAL MARKETING

Кожен із нас звик до того, що, насамперед, слово «вірус» є чимось поганим. Наприклад, вірус який вражає не тільки організм людини, але й комп'ютери, що знищує масу важливої інформації. Що собою являє вірусний маркетинг? Це метод який може зробити кожна фірму не тільки популярною, але й прибутковою. Ще на початку виникнення вірусного маркетингу, спеціалісти не знали як вірно використовувати його та не могли уявити на скільки потужний інструмент маркетингу в них у руках і як ним користуватись. Вірусний маркетинг – це не так вже погано.

Вірусний маркетинг – це маркетингова технологія, яка використовує самих людей для підвищення рейтингу своїх товарів, марки та бренду. Вірусна реклама не має ніякого відношення до комп'ютерних вірусів, навпаки, зазвичай вона кумедна, смішна або ж шокуючи. Рекламу завантажують у будь-яких форматах, де чітко відображається прорекламований сайт або товар. Усі соціальні мережі містять багато інструментів для запуску вірусної реклами. Наприклад, відвідувач, що зацікавився рекламою, загоряється щирим бажанням поділитися зі своїми друзями та знайомими завдяки репосту, повідомленню у форумі чи просто у розмові про це дізнаються десятки і сотні інших інтернет відвідувачів. За допомогою цього захоплюючого та рідкісного інструменту контент вашої сторінки розлетиться по мережі за лічені миті. Блискучий приклад «чорно-синьо-біле плаття», кожен з нас дивувався та пересилав картинку друзям та

знайомим в здивуванні, якого ж воно кольору. Звичайно частина користувачів розпізнали рекламу, хоча це не було кінцевою метою, а в результаті – спрацювало. Здавалось би проста реклама, але який ажіотаж вона створила: сукні розкупили за лічені хвилини, така реклама часто з'являється в іграх та мемах. Майже щодня в мережі з'являються маса нових відео, ігор, фото приколів проте не всі стають відомими та досить мала частка з них популяризується за вірусним принципом. Ефективність вірусної рекламної кампанії – досить складне завдання, яке вимагає авторського підходу та глибинних знань у сфері маркетингу.

Вірусна рекламна кампанія формується: з ряду проведених попередніх досліджень, обґрунтувань корисності рекламної кампанії, розробки стратегій вірусних комунікацій, процес виробництва, поширення реклами на сайтах, мережах, форумах та оцінки результативності реклами. Проте компанія може потерпіти повний провал після великого, довгого та обдуманого маркетингового ходу, або ж здобути славу після незначних зусиль та реалізації божевільної ідеї. Найцікавіше, що замовників приваблює вірусна реклама значно більше, адже вона ненав'язлива та може поширюватись самостійно без будь-яких додаткових витрат, тому що розповсюджують її вільні користувачі всесвітньої мережі. Найважливіше у вірусній рекламі – це змусити говорити про те що ми рекламуємо, викликати емоції та створити ідею, яка зацікавить мільйони споживачів.

У наш час застосування вірусної реклами для компанії може бути досить доцільним, оскільки вона дуже добре сприймається будь-якою людиною та найліпше просувається завдяки глобальній мережі інтернет, яка охоплює велику частку цільової аудиторії споживачів. Але фірма яка користується даною рекламою має постійно контролювати результати своїх дій, тому що від цього, можливо, залежатиме кінцевий результат.