

التسويق الفيروسي

1- مفهوم التسويق الفيروسي: التسويق الفيروسي هو عبارة عن استراتيجية تسويقية تهدف إلى نشر رسالة أو محتوى تسويقي بسرعة كبيرة وبشكل عفوي بين الجمهور، تماماً كما ينتشر الفيروس. هذا الانتشار يحدث بشكل أساسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع والبريد الإلكتروني والتطبيقات والمواقع التفاعلية، حيث يشجع الناس على مشاركة المحتوى مع أصدقائهم ومعارفهم، حيث تتجلى أهم الأدوات المستخدمة في التسويق الفيروسي في

2- فوائد التسويق الفيروسي: تتجلى أهم فوائد التسويق الفيروسي في:

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية: يساعد التسويق الفيروسي على زيادة وعي المستهلكين بالعلامة التجارية ومنتجاتها أو خدماتها.
- بناء الثقة: عندما يشارك الأشخاص المحتوى بشكل إيجابي، فهذا يعزز من ثقة المستهلكين بالعلامة التجارية.
- زيادة المبيعات وتوفير التكاليف: يمكن أن يؤدي التسويق الفيروسي إلى زيادة المبيعات بشكل كبير، كما يكون التسويق الفيروسي أقل تكلفة من أشكال التسويق التقليدية.

3- عوامل نجاح التسويق الفيروسي:

- جودة المحتوى: يجب أن يكون المحتوى جذاباً ومثيراً للاهتمام وسهل الفهم.
- التوقيت المناسب: إن نشر المحتوى في الوقت المناسب يمكن أن يزيد من فرص انتشاره.
- التشجيع على المشاركة: يجب أن يكون المحتوى سهل المشاركة كما يجب العمل على تشجيع الجمهور على مشاركته.
- الاستفادة من المؤثرين: يمكن للمؤثرين في مجال معين أن يساعدوا في نشر المحتوى.
- التحليل والتتبع: يجب متابعة أداء المحتوى وتحليله لتحديد ما يعمل وما لا يعمل.

4- حدود التسويق الفيروسي: على الرغم من فوائد التسويق الفيروسي الكبيرة، إلا أنه يحمل معه بعض التحديات والحدود التي يجب أخذها بعين الاعتبار:

- صعوبة التنبؤ والتحكم والقياس: من الصعب للغاية التنبؤ بنجاح حملة تسويقية فيروسية، فما ينجح مع حملة قد لا ينجح مع أخرى، كما أنه بمجرد أن يبدأ المحتوى في الانتشار، يصعب التحكم في كيفية

تفسيره أو استخدامه من قبل الجمهور، وكذلك من الصعب قياس العائد الدقيق على الاستثمار في حملات التسويق الفيروسي.

- السمعة السلبية: إذا انتشر محتوى سلبي أو غير دقيق عن العلامة التجارية، فقد يكون من الصعب تصحيحه، كما يمكن استغلال التسويق الفيروسي لنشر الأخبار الكاذبة والشائعات، مما يؤثر سلباً على سمعة العلامة التجارية.

- التركيز على المدى القصير: غالباً ما يركز التسويق الفيروسي على تحقيق نتائج سريعة، مما قد يؤدي إلى إهمال بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء.

- الآثار الأخلاقية والقانونية: من الآثار غير محبذة في ممارسات التسويق الفيروسي الخصوصية وإحترام الملكية الفكرية والتضليل، فقد يؤدي جمع البيانات الشخصية لتحليل سلوك المستخدمين إلى انتهاك خصوصية الأفراد، كما قد ينتهك المحتوى الفيروسي حقوق الملكية الفكرية للآخرين، وكذلك قد يستخدم التسويق الفيروسي أساليب مضللة أو خادعة للتأثير على سلوك المستهلكين.