

عنوان مقاله:

بازاریابی ویروسی ، مشکلات ، عناصر کلیدی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

روزبه حبیبی - استادیار دانشگاه پیام نور

مجید منظوری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

خلاصه مقاله:

ویروس چه ربطی به بازاریابی دارد ؟ باید بپذیریم عبارت بازاریابی ویروسی کمی ترسناک است . با معرفی خود به عنوان یک بازاریاب ویروسی مردم چند قدم با شما فاصله خواهند گرفت ! در این مقاله ابتدا به توصیف بازاریابی ویروسی می پردازیم که چگونه با تبدیل شبکه اینترنتی مشتریان به ماشین عظیمی که خبرها را دهان به دهان پخش می-کنند شرکت را در معرض دید همه قرار میدهد . بازاریابی ویروسی ارتباطات را از حالت «بازاریاب-مصرف کننده» به طرف «مصرف کننده- مصرف کننده» تغییر می دهد . میزان پیام تبلیغی یک شرکت با استفاده از ترغیب مشتریان به معرفی آن شرکت به دوستان و آشنایان به طور چشمگیری افزایش می یابد ، در واقع مشتریان بی اختیار فروشنده محصول شرکت می شوند . بعد از آن انواع بازاریابی ویروسی را معرفی کرده و مشکلات این نوع بازاریابی را بیان می کنیم ، در آخر نیز چند نوع استراتژی را برای موفقیت در این نوع بازاریابی بررسی خواهیم کرد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی ویروسی ، جذابیت پیام ، اینترنت ، سرویس رایگان ، اشتراک گذاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/301548>

