

## **ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ – ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ ТА ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ**

Інновація – процес впровадження нової ідеї різних галузях та різних сферах діяльності. Виникає завдяки науково-технічному прогресу та передового досвіду. Вірусний маркетинг хоч і з'явився у США в 1996 р., але для України це нове явище та поняття. Про саме визначення «вірусний маркетинг» почали говорити нещодавно. Цей термін використовують дуже часто, навіть не підозрюючи, як цей процес називається, тому можна стверджувати, що дана тема є актуальною, оскільки пояснюється тим, що вірусний маркетинг являє собою яскраву, цікаву, привабливу, нестандартну і креативну ідею просування товару чи підвищення рейтингу підприємства. Полягає у тому, що люди спілкуючись передають інформацію про товар чи послугу. Звісно, на сьогодні найкраще це робити через Інтернет.

Нині основна частина населення шукає потрібний товар чи послугу у мережі Інтернет та у соціальних мережах. Цим вже нікого не здивуєш. Тому вислів «сарафане радіо в соціальних мережах» сміливо можна назвати вірусним маркетингом. Метою вірусного маркетингу є використання будь-якої можливості розповсюдження інформації з метою збільшення клієнтів і, звичайно, при цьому гарно заробити.

Люди дивуються як можна заробити чи підвищити рейтинг свого підприємства, наприклад, на резонансній події, чи на якомусь тренді, чи болочій темі. Виявляється можна. Найчастіше, резонансні події залишаються на піку обговорення близько тижня. Такі теми активно обговорюють в соціальних мережах: вибори в США, безвізовий режим, еміграція, курс долара, євробачення в Україні. А люди, які з користю використовують ці події, можуть гарно просунути свій товар чи послуги. Це також можна назвати як «ловити хвилю».

Можна привести приклад, коли у 2012 році проводився чемпіонат Європи з футболу в Україні. І як завжди загострилась проблема англійської мови. Але школа Speak Well не розгубилась та «зловила хвилю», а саме вони загрузили відео, в якому російські громадяни спробували розмовляти з працівниками поліції на англійській мові, вважаючи, що таким чином працівник поліції злякається і відпустить туристів. Але сталось навпаки, працівник зміг відповісти туристам. Це відео зібрало безліч переглядів. Згодом, ця ж школа випустила продовження – відео, де інспектор пояснює, в якій школі він так гарно вивчив англійську мову. Дізнатись яка кількість після цього стала бажаних вивчати мову у школі невідомо, але про неї стало знати більше.

В Івано-Франківську є ресторан Urban Space, де на популярній темі зуміли заробити. Заклад запросив людей дивитися фінал президентських виборів у США. Це відбулось о 5-й ранку в будній день. Незважаючи на те, що було дуже рано, ресторан був повністю заповнений – прийшло близько 100 осіб.

Було вигадане спеціальне меню, тематичні назви, такі як «демократичний» і «республіканський» бургер. На такій резонансній події ресторан зумів гарно заробити.

Вірусний маркетинг offline (поза інтернетом) може бути:

– «Сарафанне радіо», але сплановане. Це тоді, коли наймають людей, які дають певні коментарі про продукт, який їм потрібний. Зазвичай, це відбувається в процесі своєї ж життєдіяльності.

– Поширення потрібних чуток в комерційних цілях. Як правило, рекламодавець сам вводить інформацію в населення, а схильність людей додумати і дещо спотворити інформацію в даному випадку тільки йде на користь. Цей вид потрібно використовувати обережно, адже люди можуть на стільки спотворити інформацію, що у висновку піде не на користь рекламодавця.

– Акції типу «приведи друга». Кожен зустрічав такий напис, і майже кожному розповідали про таку акцію. Якщо ви приведете друга, вам буде знижка, бонус, чи подарунок, адже, ви збільшуєте таким чином клієнтів.

– Реклама від лідерів. У нас відразу з'являється думка, що це будуть знаменитості та впливові люди, які висловлюються про продукт, звісно, позитивно. Звичайно, такі послуги гарно оплачуються, але така реклама може принести у рази більший успіх та прибутки, чого і треба досягти.

Такі методи використовуються вже давно і мають великий успіх. Але XXI століття – це століття інтернету, соціальних мереж, інновацій. Тому особливо актуальним являється вірусний маркетинг online (або вірусний інтернет-маркетинг), що сприяє ще більш швидкісного поширення інформації.

Отже, частина населення дивиться на певну подію, як можливість заробити і прославитись, головне все прорахувати, вчасно і головне швидко втілити у життя. Таким чином, завдяки вірусному маркетингу можна підвищити рейтинг своєї компанії, товарів, марки, зробити бренд. Навіть одна подія може позитивно вплинути на розвиток подій. Вірусний маркетинг – це інновація, спрямована на значне підвищення ефективності діяльності підприємства.