

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

С помощью основных инструментов маркетинговых коммуникаций ежегодно становится труднее завоевывать доверие целевой аудитории. Обществу уже не актуальны убеждения в приобретении товара или услуги. В настоящее время традиционные методы маркетинга начали уступать альтернативным. К таким методам и относится вирусный маркетинг, который набирает популярность среди других.

В современном мире же вирусный маркетинг в социальных сетях играет существенную роль в продвижении товаров и услуг на рынке, обеспечивая определённый информационный выход на потребительский круг. Основой такого маркетинга является потребность в обмене информацией о товаре или услуге, что вызывает интерес с каждым днём, помогая тем самым бизнесу в продажах.

Кроме того, структура маркетинга является весьма скрытой, в результате чего эффективность увеличивает прибыль и способствует привлечению большого количества покупателей. Вследствие этого, реализуются основные задачи, такие как информирование потребителя о выпуске новых товаров или услуг на рынок продаж; убеждение о покупке тех товаров и услуг, которые выгодны производителю; побуждение не откладывать приобретение товара на более поздний срок.

Следует отметить, что составляющей частью маркетинга в социальных сетях является реклама, которая выступает самостоятельной коммуникационной системой, обуславливающей производство рекламного товара. Не остаётся без внимания и повышение покупательской способности посредством различных скидок, накопительных бонусов, которые осуществляются посредством рекламы. Именно данные критерии являются более привлекательными. Безусловно, следует учесть во внимание и такие критерии, как качество оказываемой услуги или продукта, актуальность, востребованность, заинтересованность на современном рынке и многие другие.

Однако вирусный маркетинг в социальных сетях имеет и свои недостатки, главным из которых является стремление установить лидирующие позиции среди всего маркетинга. Барьером для этого является неустойчивое отношение со стороны аудитории. Такой маркетинг пытается имитировать реальную жизнь, в результате чего появляется опасность, что потребители будут относиться с подозрением к любой информации.

Не остаётся без внимания и актуальность аудитории в социальных сетях, которая оказывает существенное влияние на продвижение товаров и услуг. На рисунке 1.1 можно увидеть данные за 2019 год об актуальности «рекламных коммуникаций» на популярных платформах с постоянно растущей аудиторией американского аналитического центра по социальным вопросам, общественному мнению и демографическим тенденциям Pew Research Center.

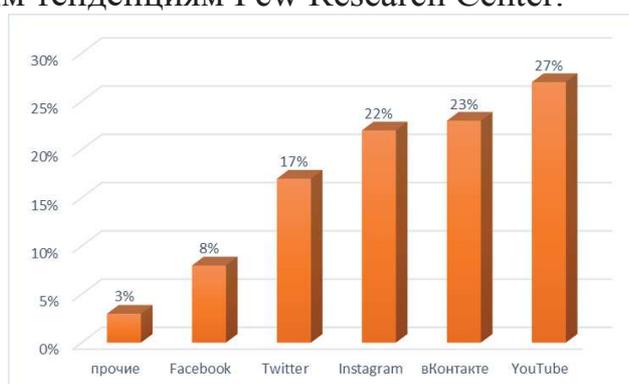


Рисунок – Распространение рекламы в социальных сетях

Исходя из этого, социальные сети являются востребованными среди как покупателей, так и продавцов. Однако, такие показатели, как распространённость и актуальность среди аудитории не всегда являются перспективными. По статистике только 15% маркетинговых кампаний, рассчитывавших на востребованность, действительно таковыми становятся. При условии, что маркетинговое сообщение действительно стоящее, интересное и необычное.

Таким образом, в условиях быстро развивающейся IT-сферы, использование вирусного маркетинга позволяет подстраиваться под практически каждого пользователя социальных сетей, а также свести к минимуму расходы на проведение рекламных компаний вместе с повышением их качества, что значительно воздействует на систему маркетинга в целом.