

Теория большого вируса, или Поделись с другом



как создавать вирусный контент

Ольга Цымбал
«Дни интернет-маркетинга», 15 марта 2013 г.

«...Почти в каждом классе обязательно есть какая-нибудь **общепризнанная красавица**. И чаще всего она ничуть **не лучше других**. Просто однажды в нее **случайно** влюбились **двое мальчишек сразу**. А остальные подумали: раз за ней бегают сразу двое, значит, она того **заслуживает**. И пошла **цепная реакция!**»

*Анатолий Алексин,
«Мой брат играет на кларнете»*



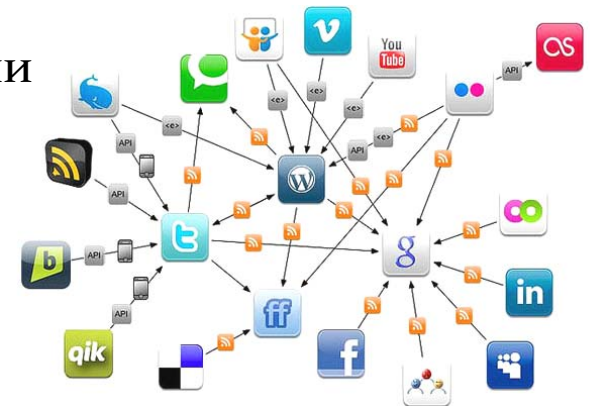
Вирусный маркетинг – это то же «сарафанное радио» (word of mouth), только в интернете.

Термин родом из США (статья в журнале «PC User», 1989; Джеффри Рэйпорт, статья «The Virus of Marketing», 1996).

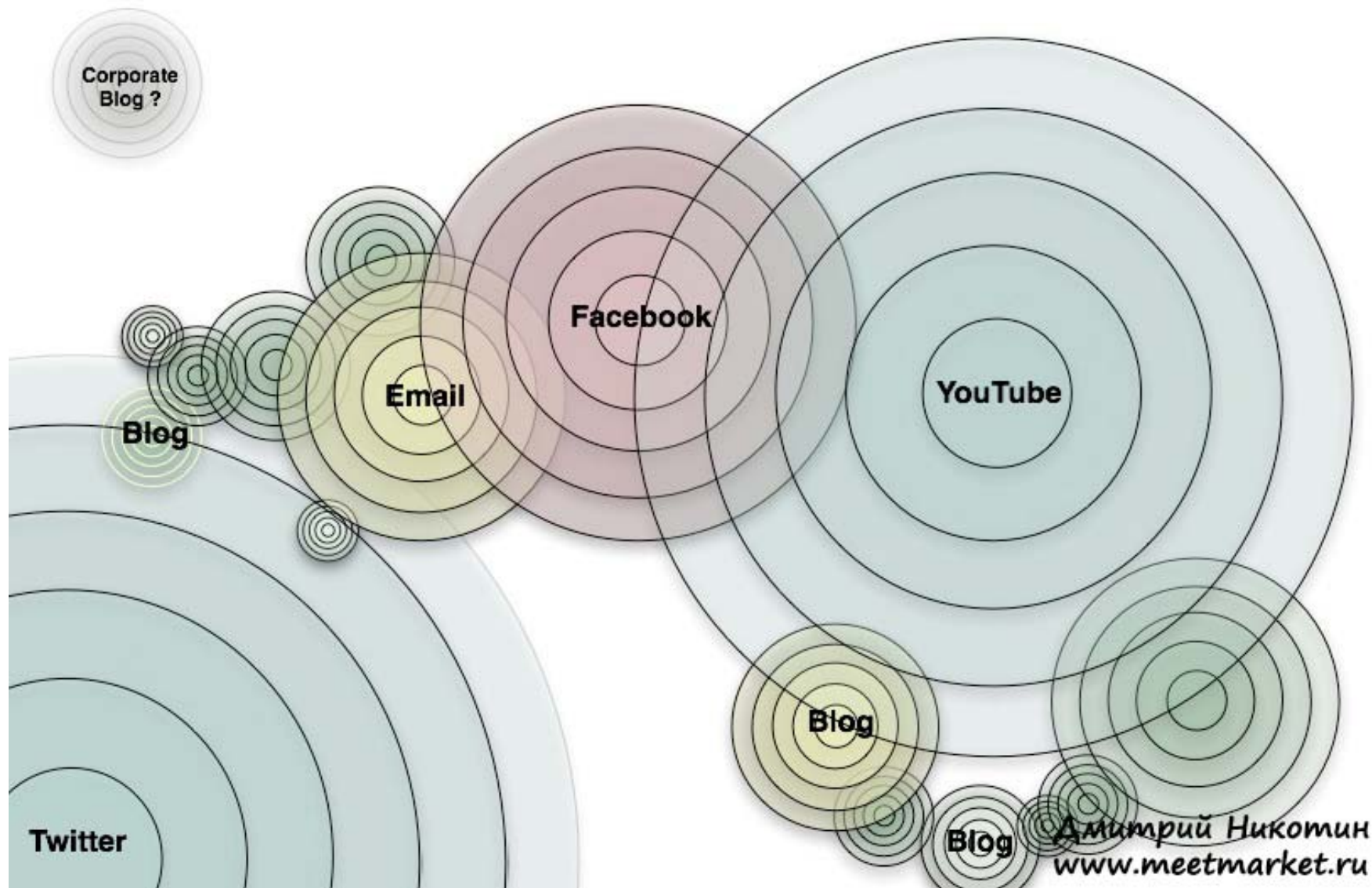
Вирусный контент – информация, которую пользователи интернета распространяют добровольно за счет размещения на своих страницах/ресурсах, а также посредством функции «поделиться с другом». Обычно это осуществляется через:

- веб-сайты;
- социальные медиа (сети, хостинги, блоги);
- e-mail.

Вирусный эффект – желание пользователя поделиться информацией с другими пользователями сразу после ее потребления.



Вирусная волна



Виды вирусного контента:

- текстовый;
- фотоконтент;
- аудиоконтент;
- видеоконтент;
- комбинированный.

Наиболее популярны среди пользователей интернета:
фото-, видео-, комбинированный контент.

Виды вирусных волн:

- **естественные:** пользователи делятся контентом добровольно, просто потому, что он их чем-то привлек, «зацепил»;
- **форсированные** (искусственно созданные): делятся по чьей-либо просьбе (друга или бренда) с целью что-то получить взамен.

Естественный вирусный эффект



Зинка из второго подъезда

Нравится · 2 ч. назад

Хипстеры есть среди нас?

Не нравится · Комментарий · Поделиться



Вам, Татьяне Ротарь, Галине Приходько, Paul von Karpowitsch и 237 другим это нравится.



114 публикаций



Анна Быховская Неприличным и слова не выражаться! (с) 😊

2 ч. назад · Нравится · 5



Сергей Пельимский Вроде не русский язык. И не мат. И не English. И не прочие. Но не понял ничего!!!

2 ч. назад · Нравится



Aleksandr Sirtsov Ento kakajtato merikanskaja maslennica ;))))))

2 ч. назад · Нравится



Julia Clausen Prikinityi po mode paren na kartinke ...no s vedrom 😊. Smyssi .- eto fruktoviy myss, maffin- keks, chizkaeik.- eto sirniy tortik .:)))

2 ч. назад · Отредактировано · Нравится · 1



Написать комментарий ...

Форсированный вирусный эффект



Просто&Вкусно

Нравится · 18 февраля

Понедельник всегда приходит с новыми конкурсами и новыми призами! И эта неделя не исключение. Редакция "Просто&Вкусно" предлагает своим читателям принять участие в конкурсе. В конце недели один из участников получит набор, состоящий из 6 стаканчиков!

Что нужно сделать?

- 1.Отметить "мне нравится" на странице Просто&Вкусно"
- 2.Отметить "мне нравится" на этом фото" и поделится им.

Успехов!

Нравится · Комментарий · Поделиться

518 пользователям это нравится

501 публикаций

Показать предыдущие комментарии

6 из 173



Дарья Кофлер +

21 февраля в 17:02 · Нравится



Миранелла Богословская +

21 февраля в 21:14 · Нравится



Димка Ткаченко +



Написать комментарий ...

Итак, чем же делятся люди?

Пользователи охотно делятся только тем, что так или иначе затрагивает их самих.

Тем, что для них:

- **важно**;
- злободневно (**инсайт** – реальная жизненная ситуация: «это обо мне!»);
- вызывает сильные **эмоции** (как +, так и -).

Сильнейшим вирусным эффектом обладают **провокационные материалы**. Люди делятся «горячим», даже не разобравшись в сути вопроса:



The image shows a screenshot of a Facebook post. At the top left is a profile picture of a man. To its right is the name "Владимир Варфоломеев" and "56 594 подписчика". Below the name is "17 ч. назад". On the right side of the post header is a button that says "Подписаться". The main text of the post discusses court experts and compensation for victims of a flood in Crimea. At the bottom, there is a blue bar with "Мне нравится · Поделиться" and a comment icon with the number "607". Below that, a yellow highlight covers the text "335 пользователям это нравится".

Владимир Варфоломеев · 56 594 подписчика
17 ч. назад

Подписаться

Судмедэксперты в качестве причины смерти некоторым жертвам наводнения в Крыму указывают "сердечную недостаточность", а не утопление. Это лишает семьи права на государственную компенсацию - рассказал в эфире "Эха" журналист крымской радиостанции "Электрон ФМ" Валерий Донской.

Как часто кажется, что ниже падать уже некуда, но степень человеческой низости и трусости оказывается бесконечной...

Мне нравится · Поделиться 607

335 пользователям это нравится

Не ждали: как далеко может зайти вирус

Условные уровни распространения вирусного контента (вертикальные):

- моя тусовка (ближайший круг общения);
- мой район;
- мой город;
- мой регион;
- моя страна;
- мой макрорегион (например: СНГ, славяне...);
- весь мир (информация затрагивает общечеловеческие проблемы).

А также (горизонтальные уровни):

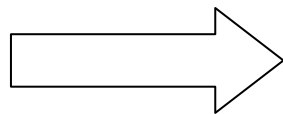
- моя субкультура;
- моя профессиональная или хобби-группа;
- ...

Поэтому чрезвычайно **важно учитывать:**

- язык сообщения (в т.ч. визуальный ряд);
- каналы обращения (сайт, блог, facebook, vkontakte, twitter, youtube, instagram...) и их функциональную специфику.

Для того чтобы «вирус» удался, важно, чтобы сошлись:

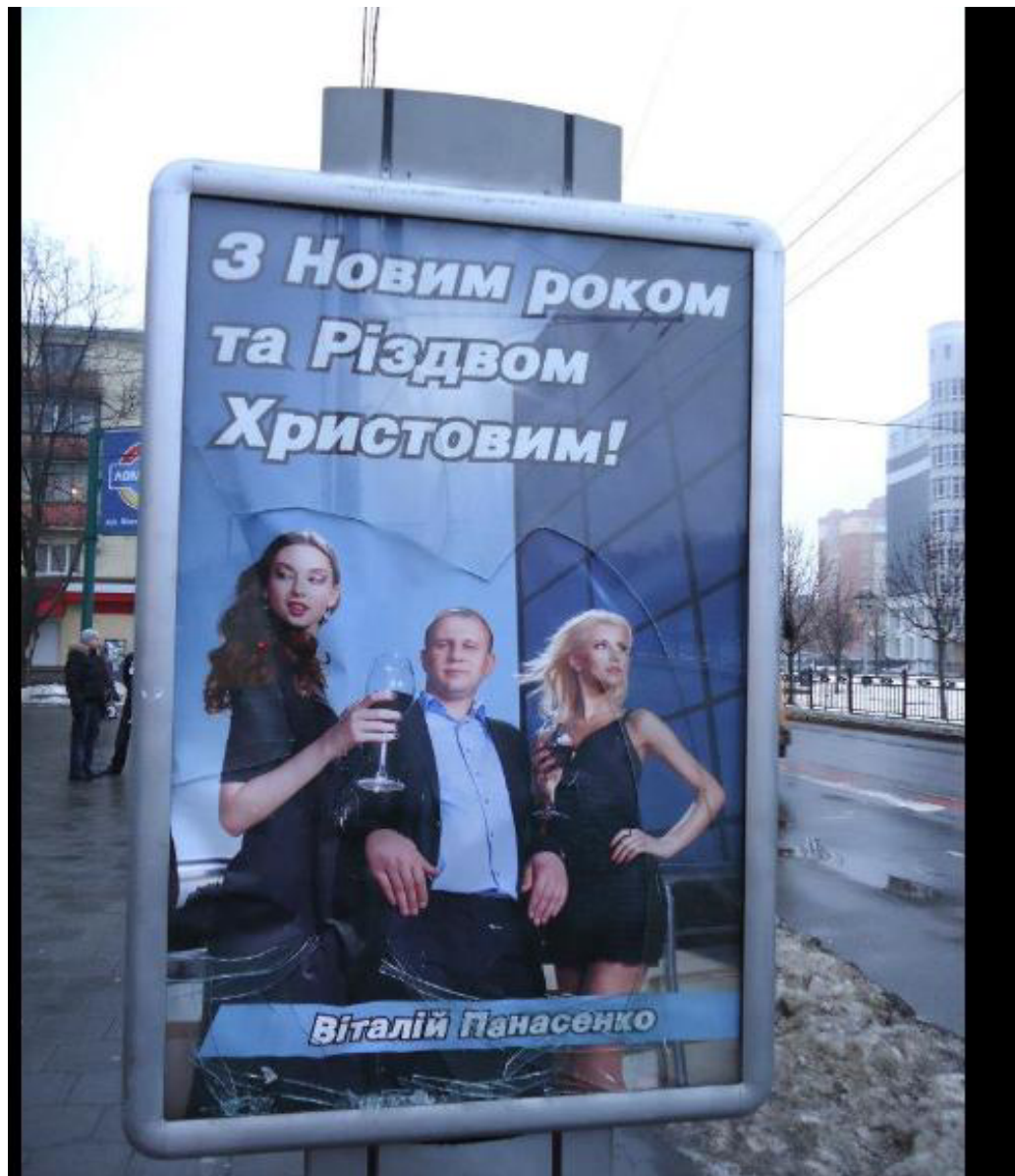
- форма/содержание
- время
- место
- обстоятельства



аудитория



Например:



Ольга Цымбал

16 января

Полтава.

Учитесь, лузеры, как надо праздновать Новый год и Рождество. Ваш В.П. (никто не знает, кто это).

Отметить фото... Добавить место... Редактировать

Нравится · Комментарий ·

Отменить подписку на обновления публикации · Поделиться · Редактировать

Michael Khersonsky, Андрій Єременко, Іван Семесюк и 4 другим это нравится.

55 публикаций



Іван Семесюк симптоматичний бордік

16 января в 13:36 · Не нравится · 1



Ольга Цымбал дуже! особливо для тієї локації...

16 января в 13:51 · Нравится



Michael Khersonsky Ай молодец

16 января в 20:00 с мобильного · Не нравится · 1



Написать комментарий ...

Однако...

Вирусный эффект нельзя спрогнозировать!

Можно только повысить шансы на «вирусность» – с помощью грамотного сочетания факторов:

- **внезапности;**
- **массовости;**
- **сексуальности;**
- **остроты;**
- **провокации;**
- **жестокости;**
- **юмора.**

Однако...

Вирусный потенциал есть у всего, но разный.

Вирусный эффект зависит:

- на **30%** – от самого контента (его формы/содержания);
- на **30%** – от первоначального распространения – посева (важны время и место – каналы);
- на **40%** – от удачи (важны обстоятельства и «магия»).

Harlem Shake – типичный «случайный» вирус-мем-флэшмоб

Digital Insider 07 марта | 13:03

БРЕНДЫ ТАНЦУЮТ HARLEM SHAKE

Share 3 Tweet 3 Мне нравится 0



Бренды зациклились на [феномене «Гарлем Шейка»](#), быстро создавая свои собственные версии видео-мема и выкладывая их на YouTube и Facebook.

Однако...

*Давайте
сделаем
вирусный
ролик*

*Делаем только
ролики с расчетом
на вирусный
эффект
(потенциально
вирусные) 😊*

Однако...

Рост продаж?




Вполне возможно, но не напрямую.


Задачи вирусного контента в первую очередь:

- повышение узнаваемости бренда;
- построение в сознании потребителя определенных ассоциаций с брендом.




Качественный вирусный контент


facebook  Ищите друзей, места или предметы   Ольга Цымбал




Atkritka


Нравится: 106 204 · Обсуждают: 121 798


 Нравится

Сообщение 

Развлекательный сайт
Прикольные аткрытки. Создай свою! <http://atkritka.com/>. Официальная страница сайта



 106 т.


 Top Fans


Подробнее

Фотографии


Нравится

Top Fans

Самое важное 






Atkritka

22 мин. назад 

Atkritka - присоединяйся!

110 друзьям
нравится Atkritka

 +101

Если ваш начальник постоянно отправляет  

Нравится

Качественный вирусный контент

facebook

Офисные терки

Нравится: 31 681 · Обсуждают: 9 454

Сообщество

МЕТ-ВРЕМЕНИ ЧИТАТЬ

31 681

Вот и настал этот день! Поздравляю iPad-3 выиграла Вик Ткаченко! 35 призов

Самое важное

Фотографии Нравится Заметки 67 Coffee-Mate

Спасибо за внимание!



Успешного вам интернет-маркетинга!

olga.tzimbal@gmail.com
facebook.com/olga.socialka
LinkedIn: Olga Tsymbal