

## ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВІРУСНОГО МАРКЕТИНГУ

**Ільчова Х.А., гр. МВ-23**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Мелушова І.Ю.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Вірусний маркетинг, як система способів і прийомів поширення різних форм прихованої реклами, отримав поширення в Інтернеті. Суть вірусного маркетингу «в поширені ідеї», яка допомагає продавати вашу пропозицію. Це матеріали, які привертають увагу або викликають дискусію, спричиняють у людей бажання поділитися цим з друзями.

Однак, лише деякі відео стають вірусними. Кожну хвилину на YouTube завантажується більше 48 годин відео. Тільки близько 1 мільйона відео мають більше 1 мільйона переглядів і лише близько 50 відео мають понад 100 мільйонів переглядів. Саме тому вірусних роликів серед тих, які вирішують маркетингові завдання, не так багато.

Для створення успішної кампанії з вірусного маркетингу варто пам'ятати про такі принципи: легкість розповсюдження; швидкість; новизна; виникнення вірусної хвилі, за умов, щоб основна кількість переглядів припала на перші 2-3 тижні.

Компанія Unruly Media опублікувала дослідження життєвого циклу вірусних відео-брендів. Крива поширення відео заміряє вірусність роликів, визначаючи середнє число що поділилися посиланням на відео в день. За результатами дослідження простежується сильний взаємозв'язок між числом людей, які поділилися в перші три дні та числом які поділилися за весь час. Посів в перші дні є ключем до успіху як в короткі, так і в довгі строки, так як кореляційна залежність між числом що поділилися в 1-3 дні (Коефіцієнт детермінації\*  $R^2 = 0,59$ ), в 1-6 дні ( $R^2 = 0,87$ ) і числом що поділилися за весь час є дуже суттєвою.

Інші дані дослідження показують: 10% що поділилися відео припадають на другий день; 25% що поділилися припадають на перші три дні; 50% на перші три тижні; 66% в перші три місяці.

Для максимальної вірусності як в короткий, так і на довгий термін, пропонується сфокусуватися на першому та другому днями посіву, залишивши невелику частину на третій день, і забезпечити відчутне число переглядів і користувачів що поділилися. Таке акцентування уваги дозволить підвищити ймовірність вірусного ефекту в вирішальні перші дні кампанії і, отже, призведе до підвищеного числа переглядів і людей які поділяться в майбутньому.