

ВІРУСНА РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ

Коваленко Я.В., гр. МСБ-1-18

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц., спец. вищ. кат. **Г.М. Гузенко**
Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ

Вірусна реклама в Інтернеті є сучасним і при вмілому використанні досить ефективним інструментом маркетингу. Рекламу або акцію можна назвати вірусною, якщо поширення її походить від одного одержувача до іншого без участі рекламодавця. Це відбувається дуже швидко подібно поширенню вірусної інфекції, а саме, в геометричній прогресії і часто неконтрольовано.

Розповсюджувачами вірусної реклами є одержувачі інформації, які отримавши якийсь незвичайний ролик, картинку, відео файл, прагнуть поділитися ними зі своїми друзями і знайомими, пересилаючи інформацію далі.

Вірусна реклама виникла ще до появи Інтернет комунікацій. Каналом поширення інформації в той час були чутки, або так зване «сарафанне радіо» і традиційні ЗМІ. Але з поширенням інтернет-технологій вірусна реклама отримала новий поштовх у своєму розвитку.

Так, для вірусної реклами потрібна яскрава незвичайна ідея, файл, який «зачепить» користувача Інтернету. Медіавірусом може стати онлайн-додаток, гра, відеоролик, незвичайна, корисна, смішна картинка й ін. Це свідчить про очевидні переваги вірусної реклами.

По-перше, користувачі довірливо ставляться до інформації, яку їм надіслав або порекомендував знайомий або друг, не відштовхуючи одержувача реклами.

По-друге, витрати на поширення такої реклами зводяться до нуля, потрібно тільки якісно розроблений рекламний вірус. Таким чином, використання технологій вірусної реклами незамінний засіб для швидкого і ефективного просування бренду в маси.

Недоліком вірусної реклами є те, що поширення вірусу – процес практично неконтрольований, тому досить складно передбачити ступінь і глибину поширення вірусу. Для підвищення ефективності вірусної реклами бажано паралельно використовувати контекстну, банерну рекламу в Інтернеті, рекламу в ЗМІ та інші традиційні способи просування товарів і послуг на споживчому ринку.