

الإعلان والتسويق الفيروسي

أقام ا. م. د. كريم مشط الموسوي ورشة علمية بعنوان (الإعلان والتسويق الفيروسي) في كلية الاعلام جامعة بغداد وقد حضر الورشة مجموعة من الاساتذة والطلبة الذين تفاعلوا بشكل كبير وابدوا ملاحظاتهم واسئلتهم المتنوعة حول هذا النمط الاتصالي المثير للجدل وفي مستهل حديثه ذكر الباحث بأن الإعلان والتسويق الفيروسي لا علاقة لهم بالفيروسات، ومن الصعب حتى أن نسميها اعلاناً، بل هي مجموعة معقدة من التقنيات المختلفة. الهدف الرئيسي للمنتج هو إثارة استجابة من الجمهور وزيادة اهتمام المستخدمين وتحفيزهم على شراء منتج أو خدمة. حيث يتم نقل الإعلان عن منتجات الشركات أو الخدمات عبر الإنترنت. ويستخدم هذا المبدأ في مجال التسويق الفيروسي لكن العملية أكثر من ذلك وأكثر تعقيداً، لأنها تتطلب استراتيجية محددة تستهدف جمهوراً مستهدفاً محدداً، فضلاً عن اتباع نهجاً احترافياً. وان جوهر التسويق الفيروسي هو أن المعلومات تنتقل طواعية من شخص لآخر وبهذه الطريقة يتم تحقيق مشاركة واهتمام أكبر عدد ممكن من الأشخاص في منتج أو شركة أو خدمة، يتم فرض الإعلانات المليئة بالوسائط والانترنت على الأشخاص وهي متعبة للغاية ويجب أن لا يكون هناك أي تأثير من هذا القبيل على نقل المعلومات الفيروسية للإعلان المسبق عن الفيروس ويجب أن ينقل للجمهور المستهدف بطريقة طبيعية يتم استخدامها في مختلف المجالات عبر الإنترنت والشبكات الاجتماعية والألعاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتتمثل مهمتها الرئيسية في الابداع، وتفرد الفكرة، وطبيعة نقل المعلومات لتشجيع اي شخص على المشاركة الطوعية لما يراه أو يقرأه. وان الإعلان الفيروسي في المتصفح غير مزعج، لكن لديه درجة عالية من المشاركة. في حد ذاتها وان هذه الظاهرة أمراً طبيعياً، ولكنها تستخدم مع بعض المهارات والقدرات، أي يتم إنشاؤها بشكل مصطنع، على الرغم من كفاءتها العالية، إذا تم الإبلاغ عنها بشكل صحيح، فإن أداة التسويق الفيروسي هي أرخص خيار للإعلان عن علامة تجارية أو منتج أو خدمة.