



Marketing Viral: O uso das redes sociais a favor das empresas

Marcos Paulo Maia Rodrigues, Diorgenes Ferreira, Marcos Vinicius Soares Santos, Renato César Oliveira Moreira

INTRODUÇÃO

Com o advento das redes sociais na internet, a comunicação entre pessoas está cada vez mais ágil e eficiente, diminuindo distâncias e auxiliando a agrupar interesses. Desse modo a opinião dos clientes é espalhada com maior facilidade e rapidez, podendo trazer consequências boas ou ruins para as empresas. Portanto há várias maneiras de usarmos essas informações e os círculos sociais a favor das empresas. Neste artigo busca-se explorar o uso do marketing em relação às informações disponíveis nas redes sociais.

Marketing Viral

Segundo Fernando Rebouças (Infoescola.com), podemos entender marketing viral como o uso e desenvolvimento de técnicas de marketing que busca identificar e explorar as redes de contato na internet (redes sociais). O conteúdo são campanhas publicitárias que solicitam indicação mútua entre os internautas. Por exemplo, quem nunca recebeu uma mensagem via e-mail de uma empresa ou spam solicitando que você encaminhasse a mesma mensagem a pelo menos 5 ou 10 pessoas sob a condição de ganhar descontos ou no mínimo sorte na vida? Ou quantas vezes você já recebeu uma mensagem eletrônica oferecendo descontos desde que você se cadastrar no site do fabricante ou fornecedor de serviços?

Sem confundir corrente de mensagens com e-mails de vendas e negócios, marketing viral busca abarcar o maior número de pessoas via “forward” (Encaminhamento). Uma forma de espalhar conteúdo de divulgação para várias pessoas simultaneamente.

O marketing viral pode ser desdobrado a partir de blogs, *hot sites* (site de campanhas) e *astroturfing*. O *astroturfing* são ações políticas ou publicitárias que se mascaram de ações espontâneas. O objetivo final do marketing viral é captar dados de consumidores potenciais, oferecer produtos e serviços, e propagar marcas e informações pela web.

Um bom marketing viral, assim como toda boa campanha, possui início, meio e fim. Dentro de uma empresa séria, a mensagem viral é estudada e focada sob pesquisas e sob o objetivo principal de uma campanha. No planejamento viral há um estudo sobre os possíveis impactos positivos e negativos que a marca poderá absorver, e a reação das pessoas ao receber a mensagem eletrônica. É viral por ser transmitida de um internauta para outro, ou incita ao internauta entreter e espalhar a informação.

Em resumo, o marketing viral pode ser entendido como uma técnica de marketing que tenta explorar as redes sociais pré-existentes para produzir aumentos exponenciais em conhecimento (divulgação) da marca, através das retransmissões/encaminhamento de publicidade entre usuários dessas redes.

Outro aspecto a relevante é que um cliente satisfeito com um produto, ou serviço, divulgará incondicionalmente o seu sentimento para pelo menos três pessoas; já em situação adversa, um cliente insatisfeito divulgará o seu desagrado para umas 10, 20 ou até 30 pessoas, com as redes sociais têm-se uma preocupação ainda maior, uma vez que um usuário pode ter até milhares de amigos visualizando essa informação, as redes sociais passam a ser então um meio de poder e medo nas perspectivas de uma organização. O marketing Viral tenta trazer então o que as redes sócias têm como fonte de poder.

Por que fazer marketing viral?

- Para baixar o custo de aquisição de novos clientes;
- Aumentar a conversão em vendas ou em geração de contatos (leads);
- Crescer o ativo de marketing (como por exemplo, em redes sociais: seguidores no Twitter, curtir no Facebook, E-mails de cadastro, assinantes no Blog);

Link Building

Um assunto ligado a marketing viral são os loops virais, modelos nos quais devemos nos basear para construir ou aperfeiçoar o processo pelo qual as pessoas conhecem e compartilham o conteúdo ou ferramenta. A imagem abaixo representa um exemplo de Loop Viral:



Imagem 1: Loop Viral. **Fonte:** Própria

Estratégias de marketing viral

Para se obter sucesso em uma campanha, usando as técnicas de marketing viral, é importante entender quem é o público-alvo ou target primário. Na verdade, o target primário são aquelas pessoas formadoras de opiniões, pessoas que influenciam outras pessoas. As técnicas de marketing viral são muitas, e o conceito é amplo. Neste trabalho, citaremos algumas das estratégias sendo elas: E-mail Marketing, Hotsite e Vídeos.

CONCLUSÃO

Marketing viral, como outras ferramentas de marketing é uma forma de divulgação de alguma coisa. Com as possibilidades das redes sociais, tornou-se mais fácil a divulgação de informação em massa.

Esse artigo estudou como o marketing viral age, demonstrando seus passos, e como chegam às pessoas.

REFERÊNCIAS

MARKETING DE CONTEUDO. **Como usar o conteúdo a favor da sua marca**. Disponível em: <<http://www.marketingdeconteudo.com.br/>>. Acesso em: 18 de agosto de 2014.

QUINTANILHA, Pedro. **Marketing Viral**: Como fazer. Disponível em: <<http://www.pedroquintanilha.com.br/marketing-digital/marketing-viral-como-fazer/>>. Acesso em: 18 de agosto de 2014.