

marketing viral ou web 2.0

3 Avantages et inconvénients du marketing viral.

Avantages

- Le coût de transmission de l'information.
- La facilité de transmission et de création des recommandations.
- La "magie" du lien hypertexte.
- Une notion de temps réel gratifiante pour l'initiateur du message.
- Des phénomènes pyramidaux.
- La présence de communautés.
- Les reprises sur les médias traditionnels.
- Un environnement anxio-gène.
- La prise de parole sur les espaces .
- L'intervention directe.
- L'intervention régulière.
- L'intervention "masquée".
- L'approche des leaders d'opinion.

Risques et limites

- Il présente de nombreux risques d'échecs coûteux ou de dérives pouvant nuire à l'image de l'entreprise souhaitant utiliser cette technique.
- Les campagnes ratées ou le risque d'échec du à la démocratisation de la technique.
- La démocratisation du procédé risque d'entraîner une lassitude chez le consommateur.
- Les coûts d'une campagne virale étant en grande partie des coûts fixes initiaux, la limite entre le gâchis financier et l'opération très rentable tient souvent à un rien et les résultats peuvent être quasiment nuls.
- Il est bon de souligner que ces risques d'échec pourraient à l'avenir augmenter, par la peur du virus lorsque les campagnes virales utilisent des fichiers exécutables.