

marketing viral ou web 2.0

1 Définition du marketing viral.

Le marketing viral se définit comme une action menée par une entreprise afin de se faire connaître, d'améliorer ou de repositionner son image ou celle de ses produits auprès d'un public cible. La spécificité de ce type de marketing est que les consommateurs deviennent les principaux vecteurs de la communication de la marque. (source : Wikipédia)

Les différents types

- Les phénomènes de bouche à oreille spontanés.
- Les phénomènes isolés .
- Les phénomènes organisés.
- Le bouche à oreille facilité : premier niveau d'action marketing .
- Les campagnes de marketing viral.

La puissance du marketing viral

- Interactivité.
- Caractère anxigène.
- Le faible coût des contacts.
- Les délais raccourcis de réactions.
- Les multiples réseaux ou communautés.
- Le web est un monde où le phénomène de bouche à oreille spontané ou provoqué est particulièrement puissant.

2 Les actions du marketing viral.

Actions

- Le communiqué de presse.
- Les invitations.
- La participation à la vie du site
- Le soutien matériel.
- Le soutien immatériel.
- La mise en place de relais de distribution.