

کنکاشی بر بازاریابی و پروسی

زهرا مصطفایی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی دانشگاه آزاد کرمانشاه

چکیده:

بازاریابی و پروسی زمانی اتفاق می‌افتد که استراتژی یک کسب و کار این باشد که مخاطبان خود را تشویق به انتقال پیام بازاریابی خود کند. این روش، شباهت بسیاری با منتشر شدن ویروس در محیط اطراف دارد و دقیقاً به همین دلیل است که نام ویروسی یا وایرال بر روی آن گذاشته شده است. در واقع، تنها تفاوت این ویروس با سایر ویروس‌ها این است که در بازاریابی محتوا، ویروس شما از جنس محتوا است. استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغاتی بی شماری به منظور داشتن سهم بیشتر از بازار و معرفی برند کسب و کارهای کوچک و بزرگ، وجود دارد که به کارگیری برخی از آن‌ها، تأثیر به‌سزایی در کاهش هزینه‌های تبلیغاتی و جلوگیری از آزمون و خطاهای متعدد دارد. استراتژی‌های بازاریابی، در شکست و موفقیت کسب و کارها، استارت‌آپ‌ها و سازمان‌ها، نقش پررنگی دارند، بنابراین استفاده از یک یا چند استراتژی نامطلوب، آسیب‌های بسیاری به کسب و کارتان خواهد زد. بازاریابی و پروسی یا وایرال یکی از همان استراتژی‌هایی است که، منجر به رشد کسب و کارتان خواهد شد. هدف از مقاله بررسی بازاریابی و پروسی می‌باشد.

کلمات کلیدی: بازاریابی-کسب و کار -بازاریابی و پروسی-تبلیغات