

© **Купчинская Ю.А., Константинов И.А., 2015**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрены основные особенности вирусного маркетинга. Что из себя представляет подобный вид рекламы и как он работает. Принципы существования рассмотрен на примере вирусного видео с онлайн канала на Youtube.

Ключевые слова: вирусный маркетинг, YouTube, реклама, видеохостинг, видео.

Сегодня вирусный маркетинг — это один из наиболее успешных способов рекламы в интернете. Подобный вид маркетинга базируется на самостоятельном распространении среди постоянно увеличивающегося числа пользователей интернет, подобный процесс в некоторых источниках сравнивается с болезнетворным вирусом, который захватывает тело человека. В рассматриваемом же случае, подобный вирус захватывает мозг и создание человека.

В эпоху, когда интернет еще не был изобретен, вирусный маркетинг так же существовал, правда имел немного иное название, но схожий вид распространения. Такой метод назывался «Сарафанное радио» и помогал той или иной новости стать узнаваемой.

Среди основных видов вирусного маркетинга можно выделить следующие: видеоролики, изображения (фото), текст (анекдоты) и интерактивные игры.

Сейчас же наиболее популярным инструментом вирусный маркетинг являются видеоролики. Именно поэтому мы и решили обратить большое внимание именно этому виду вируса.

Но вирусный маркетинг отличается не только по способу представления, но и по методу создания. Так, такого рода ролики могут

создаваться под заказ у фирм производителей. Обычно за такие ролики, особенно если они получаются успешными, платятся достаточно большие деньги. В тоже время существуют и бесплатные видео вирусы. Обычно они создаются либо случайно, то есть создатель возможно и не подозревал о возможной популярности творения. Либо в качестве какой-то породы на уже созданное видео. В любом случае, если видео сделано качественно, то оно способно приносить компании приличную раскрутку.

В любом случае, для того, чтобы любая вирусная кампания была успешна и работала необходимо донести идею до создания разных потребителей в разных сферах их базирования. Для продвижения такого вида вирусов с основным прибегают к помощи соц сетей. Если речь идет о рекламе с помощью видео, то её необходимо разместить на самых известных видео порталах.

Так как свою работу мы бы хотели сконцентрировать именно на вирусном видео, то логично рассмотреть самый распространённый портал, куда загружаются разнообразные ролики со всего мира.

YouTube — интернет-сервис, предоставляющий услуги видеохостинга, основанный тремя бывшими сотрудниками PayPal: Стивом Ченом, Чадом Хёрли и Дажеведом Каримом в 2005 году.

Просуществовав почти 2 года, компания Google решает приобрести проект. Таким образом в ноябре 2006 года YouTube был куплен за 1.65 миллиарда долларов. Уже спустя год, Google локализовала сервис видеохостинга для большого количества стран, в состав которых входит Россия, Германия, Великобритания, Австралия, Испания и другие.

На данный момент на YouTube зарегистрировано более 1 миллиарда человек, в день просматривается около 4 миллиардов видео роликов, что делает сайт не только самым популярным в своей сфере, но и третьим по посещаемости сайтом во всемирной паутине.

Популярность YouTube сделала данный сервис отличной нишей для популяризации продукции, и вирусный маркетинг конечно же занял особое место в этом сегменте. Одними из самых ярких примеров подобной рекламы на YouTube являются промо-ролики проведенные фирмами Old Spice, Evian, Cadbury. Так же хочется отметить, что не смотря на малую долю зарегистрированных на YouTube россиян, которая составляет приблизительно 2%, наши компании так же используют данный вид продвижения, примерами которого являются Kosogorov Samogon, Русский стандарт.

В данной статье рассказывается о наиболее удачных примерах вирусного маркетинга не только в нашей стране, но и во всём мире. Здесь рассматриваются не только ролики, созданные под заказ у фирм, с целью привлечения клиентов, но и такие видео, от которых никто и не ожидал успеха.

Первым видео стал многим известный ролик компании «Evian». Реклама называлась «Evian roller babies». Основной задачей создание такого ролика является популяризация бренда компании по производству бутилированной воды Evian, а также в разы повысить продажи продуктов компании. С момента запуска, видео просмотрело более чем 70 миллионов человек. Благодаря такому числу просмотров, реклама была помещена в книгу рекордов Гиннеса. В ходе этой рекламной компании, узнаваемость бренда возросла примерно на 10%, а желание аудитории купить продукт — на 5%, любовь к компании — на 8% [1][3].

Также очень популярным вирусным видео стала реклама компании «Old Spice». Видео разлетелось по всему интернету, собрав большое количество просмотров. Более чем 22 миллиона просмотров на канале YouTube, только англоязычной версии видео. На базе этого ролика были созданы тысячи ремиксов и пародий. Тем самым разрекламировав данный продукт еще больше. Пародии данного ролика являются наглядными примерами другого вида вирусного маркетинга, когда за создание видео производитель ничего не заплатил. С помощью этой рекламной компании, видео Old Spice получило звание лучшего вирусного кейса 2010 года, продажи бренда возросли за год на 17% [1][4].

Еще одним незабываемым видео стала реклама компании Cadbury «Eyebrows Dance». Данная реклама покорила сердца всего мира, собрав огромное количество просмотров, и прославила шоколадную фирму еще больше. За 7 месяцев, это видео посмотрело более 4 миллионов зрителей, зачастую стараясь повторить причудливые движения бровями. Данный ролик является отличным примером, того, как правильно подобраный сюжет и цепляющая музыка способны раскрутить любой бренд. А данная реклама, как писал один из американских блогеров Willis Wee, «The eyebrows dance has captured our lips (sharing), our heart (enjoying) and our mind (thinking)» [5].

Если же рассматривать видео, созданное совсем без участия самого бренда, то такой рекламой может считаться ролик «Diet Coke + Mentos». Изначально он планировался как обычный эксперимент на заднем дворе, но вскоре стал культурным феноменом. Просмотров на YouTube набралось около 18 миллионов [6].

Так например рекламная кампания «Russian Facebook Roulette», проведенная Русским стандартом в 2011 году, являлась некой формой игры, где каждому из участников предстояло сыграть в виртуальную русскую рулетку, на кону которой стояла естественно не человеческая жизнь, а виртуальная. Победителям обещался шанс поехать в Россию на 7 дней, а проигравшим приложение автоматически удаляло профили Facebook, оставляя пост с сообщением о том, что страница была удалена из-за проигрыша в русской рулетке, так же проигравшим отправляли на почту утешительный приз — «Смертельную пулю» в качестве утешительного сувенира. Из-за того, что промо-ролик являлся вирусным, многие сочли это шуткой, в следствие чего, огромное число людей потеряло свои профили Facebook. Люди начали жаловаться в поддержку вышеуказанной соц. сети, что привело к ограничению доступа приложения к Facebook [7].

Рекламная кампания «Russian National Fun», проведенная Косогоров-Самогон практически никак не повлияла на продажи, но из-за юмористического содержания ролик мгновенно набрал огромное количество просмотров, на данный момент видео имеет около 1 304 000 просмотров. Ролик представляет собой кальку рекламы Ray-Ban, где люди набрасывали друг другу на нос очки, только тут вместо очков, люди пьют водку, подброшенную из рюмки. Со слов Николая Полуэктова, он сразу и не понял, что это калька с рекламы Ray-Ban, но он уверен, что те, кто видел клип наверняка попробуют «Самогон» [2] [8].

Принимая во внимание все вышеперечисленные преимущества, нужно оставаться практичным в вопросах вирусного маркетинга. Если компания была очень грамотно продумана и имеет успех, но сам продукт не

отвечает качественным характеристикам, реклама не сможет обеспечить высокую популярность.

Популярность, которая появляется на первом этапе вирусной кампании, может в короткие сроки сойти на нет. Как показывает исследование, проведённое компанией Unguly Media, после загрузки видео в видео-хостинг, нужно всего 3 дня, чтобы понять, успешна будет реклама или нет. В рассматриваемом исследовании были проанализированы 200 самых успешных роликов за 7 лет. В итоге вирусный маркетинг — это красочное и захватывающее представление, направленное на проникновение в мозг потребителя и побуждение его к использованию именно вашего продукта [2].

В итоге, можно сделать вывод, что вирусный маркетинг может быть серьезным инструментом любой рекламной компании, но для достижения лучшего результата следует применять его только в комплексе с другими видами рекламы, а так же при условии, что товар, который вы предлагаете отвечает всем тем качествам, описанным в рекламе, иначе даже вирусный маркетинг не сможет обеспечить вам желаемые продажи. ■

-
1. URL: <http://www.shebta.com/marketing/15-best-viral-video-ads/>
 2. URL: <http://www.shebta.com/marketing/15-best-viral-video-ads/>
 3. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=owGykVbfgUE>
 4. Там же.
 5. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=DTa1nbe>

6. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=hKoB0MHVBvM>

7. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=XKjqnIRQrFc>

8. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=wPoApyhKzNg>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

URL: <http://www.shebta.com/marketing/15-best-viral-video-ads/>

URL: <http://www.shebta.com/marketing/15-best-viral-video-ads/>

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=owGykVbfgUE>

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=DTa1nbe>

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=hKoB0MHVBvM>

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=XKjqnIRQrFc>

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=wPoApyhKzNg>

Viral marketing as a means of promoting goods

© Kupchinskaia U., Konstantinov I., 2015

This article describes the main features of viral marketing. What is a similar type of advertising and how it works. The principles of existence considered by the example of viral online video channel on Youtube.

Keywords: viral marketing, YouTube, advertising, video hosting, video.