

# MARKETING VIRAL

**El marketing viral nace de la capacidad que tienen las campañas y los contenidos de propagarse entre los usuarios como si fuesen un virus, por lo que con poco dinero se consigue un alto impacto.**

**Lo más habitual es utilizar la provocación, el humor y la complicidad de tu audiencia para conseguir que tu contenido sea contagioso y tu campaña se haga viral.**

**Por eso necesitamos preparar una estrategia viral, realizando una publicidad o un contenido viral que sea fácil de compartir en twitter, WhatsApp, TikTok o Instagram.**

**El término marketing viral o «*viral marketing*» se utiliza porque una campaña viral se comporta igual que un virus.**

**Es muy fácil de entender, debió a que un virus como la gripe se propaga rápido, pero no tanto como el Covid-19, por eso la tasa de propagación de la gripe es menor que la del COVID.**

**También se utilizan las mismas métricas para medir la viralidad que los epidemiológicos «el Factor K». (*Dicho factor K es un indicador que permite estimar la capacidad que tiene un transformador de soportar los efectos térmicos producidas por las corrientes*)**



## ¿Qué es el marketing viral?

**El marketing viral es una técnica de venta que pone el foco en el contenido creado para difundirse a la mayor velocidad posible gracias a una audiencia que lo comparte a través de cualquier canal y en especial por las redes sociales.**

**Es lo que antiguamente se llamaba de “boca en boca” o de “boca a oído”, pero elevado a la máxima potencia gracias al gran altavoz que es hoy en día las redes sociales.**

## **MARKETING VIRAL**

**Se trata de esas campañas que acumulan miles o millones de visualizaciones en el menor tiempo posible gracias a la impulsividad de personas que quieren aportar contenido de valor en sus muros, sumándose a la conversación sobre aquello que está en boca de todos.**

**El objetivo del marketing, en este caso, es conseguir la viralidad inspirando a las personas con la idea clara de que estas compartan sus mensajes con su entorno para así lograr un crecimiento exponencial en el número de destinatarios sobre el que impacte la compañía creadora.**

**Aunque el éxito de muchas campañas a menudo tiene una importante combinación de suerte y publicación en el momento oportuno, existen diferentes estrategias con las que aumentar el alcance de una empresa y, por extensión, su base de clientes.**

**Cómo detectar tendencias de mercado y consumo para adelantar a tu competencia**

### **Características del marketing viral**

**Los impactantes resultados de multitud de campañas publicitarias que en los últimos años han provocado un gran impulso en las cuentas de las empresas tienen que ver con la creación de este tipo de contenidos.**

**Muchas compañías ven el marketing viral como un gran sueño que transformaría la presencia online de una organización.**

# MARKETING VIRAL

**Veamos cuáles son sus principales características:**

## **1# El marketing viral es genuino**

**Las personas reciben un impacto publicitario cada 10 segundos y están cansadas de ser tratadas como mercancías ante anuncios que no dejan de ser otra cosa que campañas autocomplacientes.**

**Una de las características del marketing viral es que proponen un golpe de aire fresco con mensajes actuales, potentes y que activan el impulso de las personas por compartirlos.**

## **2# El marketing viral es gratuito**

**La clave de las campañas de marketing viral es que tienen la suficiente fuerza por sí mismas como para que funcionen solas, de forma orgánica.**

**Aunque una gran marca puede impulsar su difusión con un presupuesto que utilice en campañas de pago en redes sociales, en los mejores casos esto no suele ser necesario.**

## **3# El marketing viral es sencillo**

**Cuando decimos sencillo nos referimos a que no requiere de mensajes densos, sirviéndose de propuestas cortas y eficaces que se quedan en la cabeza del público desde el primer impacto.**

# MARKETING VIRAL

## 4# El marketing viral es escalable

Recuerda que si tu campaña es un éxito debes estar preparado para tener el **stock necesario** que puedan pedirte.

Por tanto, si preparas una gran campaña que puede obtener grandes resultados, entonces, trabaja para que la **demanda nunca esté por encima de la oferta**.

## 5# El marketing viral se apoya en las redes sociales

## 6# El marketing viral es inspirador

El mensaje o **lema central de la campaña de marketing es la clave del éxito de la estrategia**.

Por ello, buscar la inspiración y la reacción de los clientes actuales y de los que están por llegar debe ser el objetivo principal.

## ¿Qué beneficios genera el marketing viral?

Aunque para algunos hablar de viral sigue siendo sinónimo de memes o de un hilo de Twitter cualquiera, lo cierto es que nos referimos a **estrategias muy deseadas por las marcas que requieren su tiempo**.

Estos son sus **principales beneficios**:

## 2# Genera enganche con tu mensaje

Dedica el tiempo que sea necesario para lograr un **lema que cree adicción** y que se quede en la cabeza de la audiencia.

## MARKETING VIRAL

Se aconseja que busques uno que sea **breve, original y sorprendente**. ¿Por ejemplo en las papas sabritas ¿A que no puedes comer solo una? ¿Salvo te salva? Sin duda, dos ejemplos perfectos de un eslogan inolvidable.

### 3# Provoca

La campaña no tendrá un gran impacto si no transmite **sentimientos**.

Recuerda siempre que te diriges a personas que **necesitas que se identifiquen con tu contenido**.

Apunta directo a sus emociones.

Recuerda cómo triunfan las grandes campañas de Navidad y busca generar reacciones potentes que estén relacionadas con el momento actual en el que vivimos.

### 4# Aprovecha el momento oportuno

Son muchas las empresas que se han convertido en virales por el simple hecho de compartir un mensaje relacionado con un tema de actualidad.

### 5# Realiza un seguimiento e interacciona

Escucha, identifica reacciones y estudia cómo mejorar la campaña. En esta parte es clave *poner los pies sobre la tierra* e interactuar con el público, para demostrarle que detrás de la marca existe un grupo de personas como él, dispuesta a escucharle y compartir momentos.

## **MARKETING VIRAL**

### **Qué es el Factor K en Marketing Viral**

**El factor k es un indicador usado por los epidemiológicos para medir la tasa de propagación de un virus. Y también lo usamos en marketing viral.**

**Es muy sencillo de entender, si una persona te trae a otro cliente el Factor K es 1. Si un cliente te trae a 1,1 clientes ya es viral tu campaña. Imagina que, si logras un factor K de 2, querrá decir que un cliente trae a dos y estos dos a cuatro y estos cuatro a ocho.... O sea, lo que conocemos como multiplicación geométrica, no aritmética ¡Imaginas!**

**Recuerda que es importante formarte bien en procesos de digitalización para que no se te escape ni una.**

## **¿Qué es el marketing viral online? Ventajas y ejemplos**

**Cada día oímos hablar de qué es el marketing viral y sus ventajas y ejemplos, como los vídeos virales en Internet y de los contenidos que se comparten a la velocidad de la luz. Pero, al final ¿qué es todo esto?**

**Un producto o publicidad viral, campañas virales de publicidad o el azar, que ha conseguido que de manera aleatoria algo triunfe...**

## **MARKETING VIRAL**

**Los contenidos virales suelen tener detrás una estrategia viral bien diseñada, en parte es suerte, pero también la creatividad y la preparación previa son importantes.**

**El marketing viral es aquel que consigue crear interés y compras potenciales de una marca o producto mediante mensajes que se extienden como un virus, esto es, de forma rápida y de persona a persona. La idea es que sean los propios usuarios los que elijan compartir el contenido. La idea es que la propaganda se extienda por los propios clientes.**

**Por su rapidez y su facilidad para compartir, las redes sociales son el hábitat natural por excelencia de este tipo de marketing. El ejemplo más extendido durante los últimos años es la creación de vídeos impactantes, sorprendentes o espectaculares en Youtube que después se comparten a través de Facebook, Twitter, Tik Tok y otros canales.**

**La razón de ser de usar virales, es su facilidad para difundirse y extenderse, es también un arma de doble filo. Y es que no debemos olvidar que en este tipo de campañas buena parte del control pasa a los usuarios, con lo que podemos arriesgarnos a que el mensaje sea malinterpretado o parodiado.**



### **Cómo funciona una campaña viral**

**Una campaña de marketing viral es muy sencilla de ejecutar: creamos un vídeo u otro contenido que resulte atractivo al *target*, lo publicamos en Internet y planeamos las primeras acciones para darle difusión. A partir de ahí, solo queda esperar a que se conozca y los usuarios empiecen a compartirlo profusamente.**

**En ocasiones, la viralidad se produce por accidente, a partir de un vídeo subido por un usuario particular que de repente se hace popular y empieza a circular a lo ancho y largo de Internet. Eso lo vemos a diario por alguna situación que se presenta en la calle o bien, lo que a alguien le sucedió.**

**En cuanto a la estrategia de difusión de los vídeos creados por marcas, tenemos dos grandes enfoques:**

**a) El percibido y**

**b) El encubierto.**

**En el percibido, el usuario tiene claro desde un principio que está viendo un contenido publicitario, mientras que, en el encubierto, la participación de la marca se encubre y solo es revelada más tarde.**

## MARKETING VIRAL

Si se emplean técnicas de marketing encubierto, es fundamental andar con pies de plomo, para que el usuario no pueda sentirse engañado, estafado o decepcionado, ya que la campaña viral podría volverse en contra nuestra.

Sea cual sea la estrategia elegida, no debemos nunca spamear ni saturar al difundir el contenido.

En lugar de repetir mensajes una vez y otra, la mejor estrategia es buscar el lugar y momento adecuados y dejar que la “chispa viral” se encienda por sí sola.

### Ventajas del marketing viral

- **Bajo costo.** Lo que caracteriza a las campañas virales es que el usuario hace gran parte del trabajo por nosotros, con lo que se reducen enormemente los gastos de difusión: ya no es necesario comprar anuncios muy caros o espacios en los medios publicitarios.
- **Gran alcance potencial.** Un vídeo viral en Internet puede llegar a una gran audiencia internacional sin necesidad de inversión económica, ni esfuerzo adicional por nuestra parte. De esta manera, una pequeña empresa o incluso un creador individual pueden llegar muy lejos.

## MARKETING VIRAL

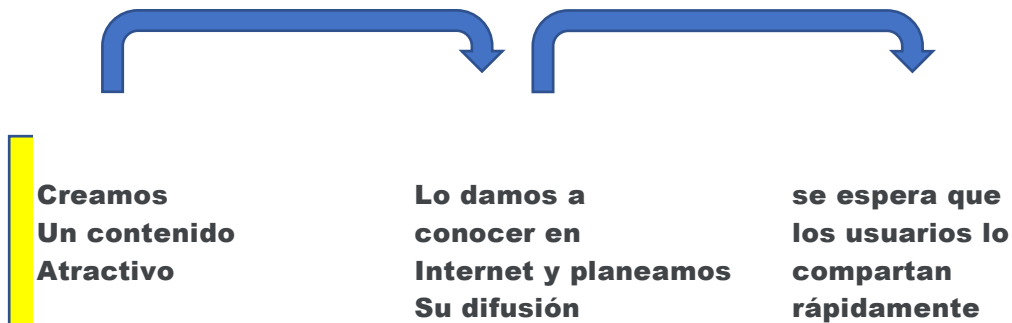
- **No es invasivo.** En el marketing viral, la decisión de participar y compartir siempre es del usuario, por lo que no se percibe como publicidad invasiva. De esta manera, la percepción de marca y la interacción salen beneficiadas respecto de las campañas publicitarias más clásicas.
- **Ayuda a construir la marca.** Si acertamos con la creatividad, estaremos creando un contenido tan increíble que los usuarios escogerán compartirlo y de esta manera vincularse personalmente con la marca. Sin duda, una herramienta poderosísima a la hora de construir branding y notoriedad.

## Infografía sobre qué es el marketing viral

De manera más simple, para entender qué es el marketing viral en el entorno online.

**EL marketing viral es aquél que consigue crear un interés y compras potenciales mediante mensajes que se extienden como un virus: De forma rápida y de persona a persona**

# MARKETING VIRAL



## ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN

**PERCIBIDO**  
Contenido  
Publicitario  
Explícito

**ENCUBIERTO**  
La marca publicitaria  
no aparece, sino hasta  
el final

En enfoque encubierto  
el usuario nunca debe  
sentirse engañado

### Las ventajas del Marketing Viral es que:

- 1. Es de un bajo costo**
- 2. No es invasivo**
- 3. Tiene alcance potencial**
- 4. Se construye una marca**

**El marketing viral puede ser sumamente productivo para la empresa, puede ser una estrategia que ofrezca muy buenos resultados si se estudia bien, sin embargo, tiene sus propias barreras para la consecución de los objetivos que se pretenden.**

## **MARKETING VIRAL**

**Una de las barreras del marketing viral más importante es el tamaño, si el contenido es un fragmento de video o videoclip puede ser demasiado grande para que llegue al destinatario o lo devuelva, o incluso llegue a verlo.**

**Las conexiones a internet y las capacidades de las nuevas cuentas de correo se hacen más rápidas y potentes, lo que ayuda a que se puedan enviar mejor estos contenidos.**

**También existen sitios de almacenamiento de contenidos que pueden ayudar a este fin.**

**En el caso de los videos muchas empresas tienden a Youtube.**

**El **sabotaje** es una barrera importante del marketing viral, sobre todo en el marketing encubierto, la principal barrera consiste en que se descubra la naturaleza mercantil del mensaje y por eso si informe de la intención comercial para que no se haga caso al mensaje**

**El boicot a la campaña puede ser:**

- a) Formal o**
- b) Informal.**

**En muchas ocasiones se utilizan campañas de marketing viral con ficheros que se adjunten en el correo electrónico, de manera que en ocasiones no se puede abrir, los antivirus o firewall lo detectan o no se pueden ver en la oficina que es cuando muchas personas tienden a leer los correos electrónicos.**

## **MARKETING VIRAL**

**Esto hace que, aunque llegue a las personas no puedan verlo ni compartirlo con sus conocidos.**

**Para que tenga éxito la campaña viral debe ser sencilla de utilizar, ya que si no es así puede que no tenga tanto éxito.**

**Debe motivarse a la persona a que lo comparta en el momento en que sea oportuno.**

**Además de esto, otra de las principales barreras del marketing viral es la propia campaña, de manera que el contenido, el medio o la planificación de la campaña de marketing viral puede ser el principal impedimento por encima de los demás, y es que si se planifica mal una campaña puede dar muy malos resultados.**