

Reporte Exclusivo Su Negocio Hoy:

Marketing Viral

Informe de Distribución Gratuita – Mes de Diciembre 2008

Autor: Alexander Bobadilla



Exención de Responsabilidad (Disclaimer and Legal Notice)

La información contenida en este documento representa la opinión del autor de cómo se debe trabajar para ganar dinero en Internet. Sin embargo no representa ninguna instrucción legal ni tampoco ninguna garantía de que se puedan obtener resultados, ya que en gran parte los métodos y estrategias dependen de las acciones del lector.

En ningún caso el Autor será responsable de daños personales o legales en los que pudiera incurrir el lector. Aunque se ha hecho un gran esfuerzo por verificar la validez de la información contenida en este libro, los métodos, las estrategias y la información en general puede variar con el tiempo. Se sugiere al lector verificar la validez de los métodos y la legislación local en cada país.

Derechos De Distribución De Este Reporte.

Este reporte se entrega con los DERECHOS DE REVENTA INCLUIDOS, esto quiere decir, que lo puede revender e incluso puede utilizarlo como BONO DE REGALO, por suscribirse a su boletín o por la compra de sus productos; o lo puede entregar a la lista de suscriptores de su boletín, como bono de gratificación por la fidelidad a su publicación.

Se autoriza la libre distribución de este reporte, siempre y cuando lo distribuya **en su formato original**. Si tiene dudas, contáctese.

© 2008 GanaMuchoMas.com.ar

¿Qué es el marketing viral?

Para dar introducción al tema que hoy nos abocamos debemos primero definir de qué se trata el Marketing Viral.

El Marketing viral es la técnica por la cual un recurso en cualquier formato se auto distribuye gracias a su utilidad, beneficios y facilidad de acceso.

Se lo denomina de esta forma porque el marketing de este tipo se expande a una velocidad parecida a la de los virus sin necesidad de que el autor, de este recurso, tenga que intervenir en su publicidad.

Podemos definirlo también como una estrategia que incentiva a las personas para que lo redistribuyan en un ámbito definido creando una masa exponencial de crecimiento, entre el creador del mensaje a transmitir, y los receptores.

Este marketing es casi el paralelo de lo que llamamos publicidad convencional, ya que se mueve en un canal definido gracias al impacto que produce en los que lo reciben.

Para hacerlo aún más simple podemos definirlo como el “boca a boca” de un servicio o un producto útil, generalmente presentado gratuitamente.

¿Cómo Funciona?

Supongamos que hoy Usted Encuentra un recurso o un portal de interés y quiere comentárselo a un amigo que sabe que le interesará. Bueno, este es el principio del marketing viral.

Analicemos las características del Marketing Viral:

Un americano, especialista en marketing, llamado Ralph Willson habla de 6 características que definen la práctica de este marketing:

- 1.- Producto o servicio de valor
- 2.- Debe ser muy definido y fácil de transmitir
- 3.- Que pueda ser escalable rápidamente
- 4.- Explotar motivaciones comunes y comportamientos
- 5.- Utilización de las redes de comunicación existentes
- 6.- Logra su cometido utilizando los recursos de terceros

Vayamos analizándolas una por una.

Características:

1.- Producto o servicio de valor:

Para que su negocio tenga éxito utilizando esta técnica de marketing viral debe ofrecer un producto o servicio de valor para las personas a las cuales Ud quiere llegar.

Lo más recomendable es que sea **un recurso gratuito, sencillo y práctico.**

En este momento recuerdo, entre otros casos, el de los correos gratuitos y como nacieron con Hotmail.

Esta compañía, Hotmail, en un principio utilizó una campaña viral cuando los correos electrónicos no eran gratuitos y simplemente regalando inscripciones a su servicio e incluyendo un link que invitaba a otros usuarios que aun no se habían registrado, logró crecer exponencialmente en pocos meses desde su lanzamiento, pero lo interesante de la experiencia Hotmail es que reunía las características principales:

- **era un servicio útil**
- **sencillo**
- **práctico**
- **y gratuito enfocado justamente a**
- **usuarios muy bien definidos.**

Aplicando a su Negocio Hoy:

No importa que negocio posea Ud sepa que como primer instancia debe pensar en lo que están buscando sus lectores y usuarios y concéntrese en acercarlos el marketing viral con la premisa de lo simple y lo práctico entregado de forma gratuita.

Lo obvio del marketing viral es que si un recurso además de ser útil y gratis para el que lo obtenga, le es simple y aplicable pronto este individuo retornará a la fuente de donde ha surgido el recurso para obtener más de lo mismo y es allí donde podemos encararlo desde una perspectiva comercial e intentar retenerlo o realizar la venta de nuestros producto o servicios por lo cual si cobramos cierto monto.

Pero ya tenemos el dato de que existe confianza y menor resistencia a la compra, entre otras cosas.

2.- Debe ser muy definido y fácil de transmitir:

Para definir una campaña de marketing viral debemos saber muy bien que estamos tratando de lograr con ella, es decir definir una meta y un objetivo, en base al usuario habitual del sitio y al nicho o rubro de mercado que nos compete.

Entonces nuestra campaña de marketing viral será exitosa si comprendemos a quienes está enfocado nuestro recurso viral.

He podido notar que la diferencia del buen marketing viral con el mal realizado es que si por ejemplo nos abocamos a la difusión de un video cómico cuando en realidad nuestro negocio es de ventas de accesorios ortopédicos obtendremos usuarios que nada tendrán que ver con lo que estamos difundiendo y resultará en una pérdida de tiempo y dinero.

Que es lo que quiero decir con esto?

Cuando UD planifique una campaña viral atienda especialmente a lo que sus usuarios quieren y a lo que los potenciales clientes buscaría de su negocio.

Realice una campaña enfocada en ello, una campaña de publicidad boca a boca con lo que realmente necesitamos para nuestro negocio.

Recuerde que UD no solo quiere nuevas visitas para su negocio UD quiere concretar algo, ya sea una suscripción, una afiliación o una venta.

Con respecto a la facilidad de transmisión del recurso **es esencial** que el acceso al recurso además de ser gratuito sea simple, por ejemplo UD no puede realizar una campaña de marketing viral con una película de 30 minutos de duración y con peso de 500 Mb por ejemplo, eso sería muy vergonzoso. Es interesante analizar este hecho porque una campaña de marketing viral como contra beneficio puede destruir la imagen de su negocio y generar respuestas no deseadas y críticas a causa de nuestra propia "culpa comercial".

En este punto entonces debe entender que su campaña debe ser simple de transmitir, que sea elaborada y medianamente explicativa como en un reporte digital (como este) pero que también sea sencilla de distribuir o descargar en un formato fácil de replicar.

Aplicando a su Negocio Hoy:

De nuevo aquí no importa de que trate su negocio o servicio, importa:

- El formato en que lo distribuirá
- El objetivo
- El tipo de usuario que Ud necesita

Concéntrese en ello y cree un video, un pdf o un audio de fácil distribución entre sus usuarios recurrentes y potenciales.

3.- Que pueda ser escalable rápidamente:

Esto de ser escalable rápidamente tiene correlación con la tecnología que utilice para hacerlo viral, justamente.

Como dije antes si su plataforma de distribución original es realmente compleja y carece de una infraestructura digital que le permita hacerlo sencillo en la distribución se hará notar en el pesimismo de los usuarios que deseen hacerlo viral, lo cual generará una cadena viral pero de críticas que en peor de los casos será para empañar la imagen de su negocio con ataques destructivos desde la opinión insatisfecha de sus visitantes.

La forma para evitar esto es, nuevamente, utilizar la sencillez en el formato de distribución sin recurrir a pesados videos, pesados audios o formatos de distribución desconocidos.

Utilice los formatos más comunes de la red no intente hacer experimentos con su marketing viral a gran escala porque puede ser perjudicial a la larga para su negocio y restarle imagen a el producto o servicio que quiere hacer conocer, lo cual por supuesto lo notará en las metas fijadas con la planificación del marketing viral .

Un ejemplo de marketing viral mal aplicado fue el de la empresa Sony para su Play Station 2 que creó un flog (un flog es un blog creado por una empresa con el objetivo de publicitar sus productos pero engañando a los internautas diciendo que son grupos de fanáticos de un producto de esa empresa o solamente bloggers sin fines comerciales, en este caso la Play 2 fue publicitada bajo esta seudónimos falsos) este flog de la PS2 creó una campaña viral con un video que rapeaba el nombre del producto que aunque hoy todo esta descubierto aun circula en la red y es el hazme reír de los blogs, el resultado final de esta estrategia (pésima) fue la pérdida de imagen de la empresa ante la comunidad especializada en juegos.

Aplicando a su Negocio Hoy:

Recuerde: Hágalo simple, escalable y real. Utilice formatos de difusión simples y manténgase original, no trate de engañar, recuerde es un sistema escalable con pros y contras si no lo realiza de la mejor manera.

Otro aspecto es la originalidad. Para que algo sea escalable y difundido tiene que ser necesariamente original, sino el tiempo de escala será mínimo y no surgirá más haya de su creador.

La formula hasta hora:

Formato Simple + Contenido Original= Buen Marketing Viral

Esta es mi fórmula personal para todas mis campañas virales en cualquier negocio o blog.

4.- Explotar motivaciones comunes y comportamientos:

Las motivaciones comunes tienen que ver con lo que necesitamos, es decir, yo usuario cuando ingreso a una web... que necesito, que espero obtener?

Esta pregunta es por sí sola la génesis de todos los tipos de marketing y cuanto más rápido sepamos responderla desde nuestros portales, sitios y negocios mejor nos irá y más rápidamente lograremos concretar nuestros objetivos comerciales.

Yo por ejemplo cuando ingreso a un sitio web me encanta que me digan que estoy accediendo a un recurso privado o un reporte exclusivo porque me hace sentir privilegiado y me asumo en el rol de pertenencia a ese segmento.

De esta manera muchos sitios explotan nuestras necesidades como usuarios y nos convencen y realmente nos hacen sentir participes de su marketing cuando nos envuelven dentro de su negocio.

Lo real del marketing es que las personas tienen necesidades que deben ser atendidas, en aquí donde Ud con su propuesta llega y debe lograr convencerlo de que es esto y no aquello lo que está buscando.

Los internautas tienden a buscar regalos, recursos y a descargar todo lo que les interese y más si lo encuentran gratuitamente; de esto se trata utilizar el hábito y los comportamientos de sus usuarios para lograr acercarse con su marketing viral eficazmente.

Los motivos por lo cuales alguien vuelve siempre por más es porque ha encontrado de utilidad ese recurso o los que proporciona su sitio y es allí donde debe medir el impacto de su marketing viral y todas sus estrategias para el logro de sus metas a corto y largo plazo.

Aplicando a su Negocio Hoy:

Particularmente a mí me gusta recibir regalos y me siento a gusto cuando soy tratado de forma especial en los boletines o agasajado con reportes de exclusividad, note también esto para sus clientes o visitantes y explótelos en el máximo nivel posible.

Una buena estrategia para medir el marketing viral es estableciendo por ejemplo landing's page's (concepto que abordaré en los próximos recursos, no se lo pierda)

La gente como yo y como todos, nos motivamos cuando oímos rumores de gratis y más si es de algo que nos importa.
Grábelo en una pared junto al concepto de viral, porque son conceptos inseparables.

5.- Utilización de las redes de comunicación existentes:

El contacto viral es en simples palabras, desde mi punto de vista, una forma de acrecentar el concepto que nos caratula a los humanos como seres sociales.

Todos nosotros nos reunimos y compartimos ideas con personas maso menos afín a nuestro mismo perfil y el surgimiento de ideas y el contacto es de esta manera mucho más efectiva.

Explotar la utilización de contactos entre personas unidos por un mismo concepto es el fin del marketing viral.

Aplicando a su Negocio Hoy:

Yo le aconsejo que se una a las redes de personas que comparten sus ideas y experiencias en el rubro en el cual se concentra de esta manera el impacto viral será mas efectivo pues de nada sirve crear campañas como la que nombré más atrás de videos graciosos para promover productos ortopédicos, por ejemplo.

Particularmente tengo la grata de experiencia de haber creado grupos de personas que comparten mis conceptos en redes sociales de fácil difusión, cuando comparto ideas por ejemplo en mi red de negocios alexanderbobadilla.ning.com me es mucho más simple recibir un feedback con los otros miembros porque sé que comparten también mis visiones, porque se trata de un grupo bien segmentado y de negocios.

Lo que Ud debe hacer para crear contactos sociales que lo ayuden en sus campañas virales, es buscarlos en lugares que sean temáticamente afín y en grupos que tengan relación con su propuesta de negocios o su servicio.

De nada sirve participar de un grupo de 4000 personas que hablan del vino argentino cuando nosotros estamos vendiendo, por ejemplo, un libro sobre velas aromáticas; en este caso es preferible crear nuestra propia red si no encontramos una que nos cobije y esperar a compartir ideas con pocas personas a las que seguramente si les interesa nuestra propuesta.

Lo que quiero decir es que el marketing viral para su negocio no funcionará si quiere llegar a grandes cantidades de personas que nada quieren saber de UD y su negocio, lo que si funciona en lo viral es la expansión entre colegas e individuos que sienten interés con su trabajo y con sus oportunidades.

6.- Logra su cometido utilizando los recursos de terceros:

Los programas de afiliados o referidos son un ejemplo perfecto para este concepto.

Hay una persona que crea y otras cientos de miles que distribuyen, es un concepto simple y efectivo.

Valerse de los recursos de terceros va desde, incluir un simple link hacia un recurso que no nos pertenece, hasta hacer circular mails con contenido de valor para un grupo segmentado e incluso gacetillas informativas o gacetillas de prensa.

Todo depende del ámbito donde nos desenvolvamos.

Aplicando a su Negocio Hoy:

Es interesante pensar que el software creado por alguien, o cualquier recurso gratis, un freeware se convierte en viral cuando sencillamente encontramos un link hacia la web del autor.

Piense en las posibilidades de esto y como puede aplicarlo a su negocio.

La verdad yo no creo que el marketing viral tenga limitaciones conocidas, de por sí presenta barreras que pueden superarse ajustando el canal que usaremos para llegar hasta las personas que nos interesa.

Pero más allá de eso podemos hacer que cualquier recurso sea viral si conocemos estos conceptos que he detallado en todo este reporte.

Podemos explotar los recursos de terceros de diferentes maneras dependiendo de donde nos movamos para satisfacer a nuestros visitantes, no es lo mismo un portal, un boletín o una red, lo cierto es que cuando pensemos en convertir un recurso en viral debemos tener en cuenta el formato en que será distribuido y contemplar los más difundidos entre los usuarios del segmento al cual va dirigido.

No quiero concluir este informe sin analizar:

- La definición de las metas y costos
-
- Los Beneficios basados en las metas
-
- Canal ¿Qué canal?
-
- Los Mensajes para sus campañas de marketing
-
- Y finalmente como ir Controlando la campaña

Hasta aquí hemos analizado juntos las características de una campaña de marketing viral que Ud no puede desconocer pero también es necesario planificarla basándonos en algunos datos que debemos estipular antes de realizar cualquier marketing viral.

Por eso quiero explicarle brevemente unos conceptos complementarios:

- La definición de las metas y costos:

Cuando UD está pensando en hacer viral un recurso debe ponerse una meta y preguntarse para que está haciendo lo que está haciendo, es decir, cuales serán sus metas, sus objetivos y cuales serán los potenciales costos, equilibre esto pero cuidado, aun no se apresure a hacer M. Viral.

- Los Beneficios basados en las metas

Piense en los beneficios reales que obtendrá al hacer una campaña viral con un recurso determinado, piense en si el costo lo justifica y si el tiempo invertido lo justifica, luego de eso compárelo con las metas que UD quiere en lo inmediato.

Por ejemplo, UD crea un reporte gratis para un grupo de negocios al cual pertenece, pero para acceder a el, a pesar de que es gratis, el usuario necesitará suscribirse al boletín del sitio que lo contiene. Yo creo que en este caso si se justifica.

- Canal ¿Qué canal?

El canal para realizar mail marketing es muy importante pues puede hacer a través de mailings (no spam, son conceptos opuesto y el spam definitivamente es el camino del fracaso) también puede optar por utilizar otro canal para difundir su recurso como una promoción online, un canal de Youtube o video descargable, o simplemente con el botón "recomendar a un amigo". Recuerde que el canal de difusión es el punto más importante a la hora pensar en viral.

- Los Mensajes para sus campañas de marketing

Ud debe **determinar un Mensaje** a transmitir a sus potenciales clientes (o como los haya llamado en la planificación de metas) para que pueda llegar claramente hasta ellos, **Implemente** este mensaje **según el Canal** elegido.

- Y finalmente como ir Controlando la campaña

Por lo general es bueno determinar una herramienta para el control de las estadísticas del marketing viral existen varias pero si utiliza una pagina de descargas puede implementar un contador de descargas o si prefiere detalles minuciosos es muy buena la herramienta de google para análisis de tráfico llamada Analytics donde podrá monitorear el día a día de sus resultados.

Aunque es importante decir que este tipo de campañas está mas bien orientada al mediano y al largo plazo. Pero que bien aplicadas son sumamente efectivas.

Conclusiones:

Bien quiero concluir rápidamente este reporte con los siguientes conceptos del marketing viral para su negocio:

- El buen marketing viral le ayudará a concretar metas específicas para su negocio
- El buen marketing viral lleva tiempo e implica contenido original, gratuito, útil y sencillo en formatos conocidos y accesibles.
- Los beneficios de estas campañas son mayor tráfico segmentado, menor resistencia a la compra, confianza y retorno de usuarios, etc.
- Lo que UD está haciendo es entregando mucha información valiosa para un grupo especialmente segmentado utilizando un canal específico que transmite un mensaje claro.

Recuerde siempre la esencia del marketing viral:

Contenido Original + Gratis y Útil + Formato Simple = Éxito de su campaña

Para finalizar solo quiero darle un consejo:

Si UD aún no es parte de mi red social de Negocios lo invito a participar en ella, podrá crear su propia página, difundir su trabajo o propuesta y hasta crear nuevos temas y eventos para otros miembros, sin olvidar que puede tener su propio grupo, todo esto gratis en www.alexanderbobadilla.ning.com

No Olvide Comentar este recurso allí y espero tenerlo pronto como miembro activo...

(Los miembros activos reciben regalos sorpresas periódicamente... se lo perdería?)

Muchas Gracias por haber leído este reporte, espero saber pronto de Ud.



“...Gana Dinero, Gana Libertad”