Viral Marketing Check list

di Paolo Franzese

Quando si decide di creare una campagna di Viral Marketing è facile concentrarsi sui dettagli, ma non bisogna perdere di vista questo elenco di azioni da compiere:

- Hai gli obiettivi della campagna? Riesci a quantificare per evidenziare il successo? Se specificate i destinatari della campagna sarete più "**viral**".
- Hai definito demograficamente i destinatari della campagna?

- La campagna è veramente nuova?
- La campagna ha una utilità? Migliorerà la vita dell'utente? Se è così hai maggiori possibilità di rendere la campagna "viral".
- Gli utenti che diffonderanno il messaggio riceveranno un valore aggiunto? Omaggi, campioni del prodotto, etc.. etc..
- Fai in modo che gli utenti si iscrivano a feed o segnalino eventuali email per mantenere traccia degli utenti.
- Call to actions: puoi monitorare le azioni che compiono gli utenti?
- Il contenuto è di facile condivisione?
- Lascia aperte le opportunità di download, remix, facilita la condivisione, personalizzazione della campagna.
- Osserva, studia e consenti i commenti alla campagna virale.
- Semina il contenuto della campagna, diffondi tra i tuoi amici, diffondi tra quelli che sai che la condivideranno, quelli suscettibili.
- Tieni traccia a analizza la diffusione, la crescita della campagna. Misura la performance per raggiungere gli obiettivi.

Ti è stato utile questo articolo? Allora rendilo "viral", **condividi**.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 26 Ottobre 2011