

**La biblioteca del marketing**

**[www.marketingeditoriale.com](http://www.marketingeditoriale.com)**

**Sfoggia il catalogo on line**

**La biblioteca di [www.marketingeditoriale.com](http://www.marketingeditoriale.com)**

**Realizzazione editoriale:** ME

**Autore:** Stefano Calicchio

**Titolo:** Trasmetti il Virus! Come sfruttare il virus marketing per dare alle proprie idee un successo strepitoso

**Copyright:** © 2006 [Standard Copyright License](#)

**Lingua:** Italian

**Paese:** Italy

**Edizione Lulu.com**

**Stefano Calicchio**

# **Trasmetti il Virus!**

*Come sfruttare il virus marketing  
per dare alle proprie idee un  
successo strepitoso.*

**[www.marketingeditoriale.com](http://www.marketingeditoriale.com)**



# Sommario

<b>Premessa</b>	<b>9</b>
<b>1° capitolo: Trasmetti il virus della tua idea!</b>	<b>11</b>
Virus Marketing, questo sconosciuto...	13
Trasmetti il virus!	14
Fare in modo che se ne parli	17
Un principio vecchio come il mondo	18
Quando il virus diventa famoso	19
Parliamo di una semplice idea	20
Quando il virus genera una tribù	21
La formula del contagio virale	22
<b>2° capitolo: Perché usare il marketing virale</b>	<b>25</b>
La pubblicità è ancora l'anima del commercio?	27
Il virus che ha contagiato i blog	29

Perché i virus sono la parte più importante del nostro marketing	32
L'indipendenza paga	33
Come costruire la tua reputazione	35
Una questione di prodotto	37
<b>3° capitolo: Dove usare il marketing virale</b>	<b>39</b>
Il luogo migliore è sotto il vostro naso	41
Per scoprire nuovi mondi bisogna navigare	42
Sfruttare la comunicazione peer -to -peer	44
Salvate le vostre orecchie!	46
Lasciare l'impronta nella storia del marketing	47
Una questione di ruolo	50
<b>4° capitolo: Come costruire una campagna di marketing virale</b>	<b>53</b>
I nostri primi passi	55

Dove gli altri <i>marketers</i> non arrivano	56
Una strategia da utilizzare passo a passo	58
Come le persone contraggono i nostri virus	63
I luoghi comuni sul marketing virale	64
<b>Capitolo 5°: La cassetta degli attrezzi del contagio sociale</b>	<b>67</b>
Di quali attrezzi stiamo parlando?	69
Vince chi è raccomandato	69
Il contagio che si muove con i video	72
I siti virali	73
L'advergame: quando vendere diventa un gioco	75
<b>6° Capitolo: Il futuro del marketing virale</b>	<b>79</b>
Per comprendere il futuro bisogna conoscere il passato	81

Perché il virus marketing sta avendo tutto questo successo?	82
L'interesse per gli opinion leader	84
Quello che il marketing tradizionale non può fare	85
E' tutto oro quel che luccica?	87
<b>Capitolo 7: Mettiti alla prova con il business game!</b>	<b>89</b>
Perché no?	91
Marketing game n° 1	93
Marketing game n° 2	96
Marketing game n° 3	99
<b>Conclusioni</b>	<b>103</b>
<b>Note sull'autore</b>	<b>105</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>107</b>
<b>Sitografia</b>	<b>109</b>
<b>Indice dei contenuti</b>	<b>111</b>



## Premessa

Può il marketing virale rivoluzionare non solo il vostro modo di fare marketing, ma anche la vostra stessa vita?

Questa possibilità esiste, ed è qualcosa di molto reale. Il viral marketing ha già ottenuto uno straordinario seguito e successo in tutto il mondo, e lo ha conseguito per un motivo preciso.

La ragione si può sintetizzare in una semplice parola: **funziona!**

Ogni giorno si sente parlare di una nuova forma di marketing di pubblicità o promozione, che promette di rivoluzionare il mondo dell'advertising.

Questo libro non vi farà false promesse e non vi prometterà il successo garantito. Il suo scopo è offrire una guida pratica all'arte di creare passaparola e contagio sociale.

Vi aiuterà a scoprire qual è la strada per generare uno sconvolgente passaparola attorno al vostro prodotto o alla vostra idea. E se la vostra idea sarà all'altezza del passaparola ottenuto, allora vi ritroverete presto sorpresi di quello che è stato possibile realizzare.



# **1° capitolo: Trasmetti il virus della tua idea!**



## **Virus Marketing, questo sconosciuto...**

**V**i piacerebbe trasformare ogni vostra idea in un formidabile elemento di contagio sociale, tanto che ogni persona senta l'irresistibile desiderio di raccontare a qualcun altro cosa vi è venuto in mente?

Che ci crediate o no, tutto questo si può realmente fare, e lo si ottiene sfruttando il potere del marketing virale.

No, non stiamo parlando di qualcosa di difficilmente realizzabile o complesso. Centinaia di migliaia di persone hanno già utilizzato il virus marketing per assicurare un larghissimo successo alle proprie idee, ed ai propri prodotti. Questo libro vi spiegherà come fare ad ottenere lo stesso tipo di risultati.

Certo, molto dipenderà dalla vostra immaginazione e creatività, ma utilizzando il giusto know how ed un pizzico di fantasia difficilmente i risultati tarderanno ad arrivare.

Ad esempio, avete mai usato un prodotto o un servizio del quale non avete potuto fare a meno di parlare?

Forse avete provato l'irresistibile desiderio di raccontare ad un vostro amico quanto siate eccitati ad avere in mano l'ultimo gioiellino hi-tech. Così anche il vostro amico ha cominciato a pensare che il vostro oggetto dei desideri fosse talmente interessante da correre a comprarlo, e mostrarlo con orgoglio ad altri amici, che lo mostreranno a loro volta ad altri...

...è l'effetto virus che parte e si diffonde irresistibilmente!

Per questo parliamo di virus marketing, perché proprio come una colonia di virus un'idea o un prodotto cominciano a viaggiare nella società diffondendosi a macchia d'olio in modo inarrestabile.

## **Trasmetti il virus!**

Infettare le persone con un'idea o un prodotto talmente irresistibile da diffondersi come un'epidemia sociale. Ecco l'idea di fondo da coltivare; il marketing del nuovo millennio si affaccia al mondo delle persone "sempre collegate", contagiandole con qualcosa di

talmente originale da non poter essere ignorato.

E' proprio il percorso che normalmente compie un virus, sprigionandosi da una persona infetta all'altra. Ed esattamente come un virus biologico, il virus marketing si trasmette liberamente nell'aria, non gravando in nessun modo a livello economico sul proprio ideatore.

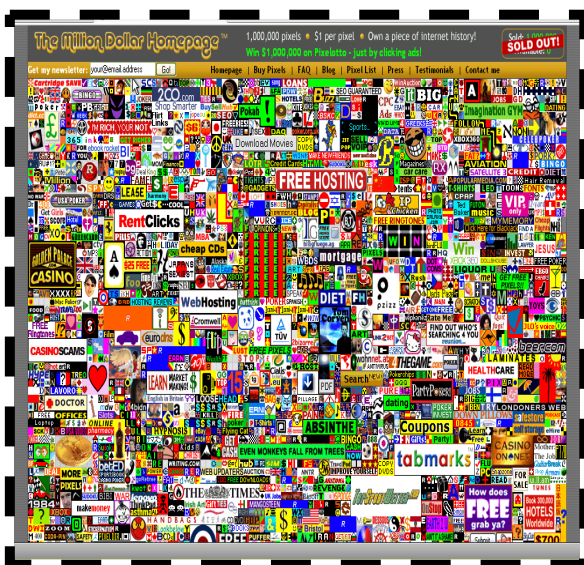
L'idea di base risiede nello sfruttare le possibilità di comunicazione che già utilizziamo verso l'esterno, ma in modo diverso.

Certo, ti verrà richiesto di sfruttare un po' più d'immaginazione e fantasia, ma questo ti aiuterà a distinguerti dalla voce di fondo della massa.

Il tuo prossimo milione di dollari potrebbe essere a portata di click, proprio grazie al marketing virale. E' quello che ha fatto Alex Tew, con la sua *One million dollar page*.

Apriete il vostro browser di internet e digitate il seguente indirizzo:

<http://www.milliondollarhomepage.com/>



Sorpresi? Forse lo sarete di più quando vi racconterò di cosa si tratta.

Come scrive Alex nel suo sito, l'idea è piuttosto semplice. Si tratta di guadagnare un milione di dollari vendendo un milione di *pixel* (per i meno informatici, potremmo tradurre il termine con la parola quadratini) ad 1 dollaro ciascuno.

Alex ha quindi creato una semplice pagina web, dividendola in tanti quadratini quanti ne bastavano per raggiungere la cifra desiderata.



Come gli è saltata in testa una cosa simile?

“Era l’estate dell’agosto 2005 verso mezzanotte. Ero là a fare brainstorming, seduto sul letto con il mio blocnotes per trovare qualche idea su come pagarmi l’università”.

Un po’ come la proverbiale battuta. Non sono una persona vorace: mi basta un dollaro da tutti gli abitanti della terra!

## **Fare in modo che se ne parli**

E’ tutto in questa frase il principio attivo del marketing virale: fate in modo che se ne parli tanto da non poterne arrestare la rapida diffusione!

Date alle persone qualcosa di cui parlare e diffonderanno volentieri il messaggio. Perché? Perché le persone adorano parlare, e desiderano raccontare qualcosa di divertente, qualcosa che li faccia apparire interessanti o *cool*.

E’ su questo punto che si basa la forza del marketing virale; è la vera e propria base di partenza per diffondere il contagio sociale del proprio prodotto.

## **Un principio vecchio come il mondo**

Quante volte avete sentito parlare di passaparola? Il marketing virale non è altro che l'evoluzione del passaparola, al quale sommiamo internet come l'ingrediente segreto che renderà irresistibile la nostra ricetta.

La *potenza* della ricetta deriva da un principio vecchio come il mondo, quello del passaparola, dove il messaggio ha già incorporato l'approvazione del mittente.

E' quello che ha fatto il fondatore di Hotmail, Tim Draper, quando ha pensato di allegare alla fine di ogni messaggio la scritta "*P.S. Ottieni il tuo account gratuito Hotmail al sito [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)*".

Grazie a questo semplice messaggio Hotmail riuscì nel 1995 a garantirsi 12 milioni di abbonati in soli 18 mesi. Ogni mittente consigliava involontariamente al destinatario di utilizzare il servizio, propagando il virus della posta elettronica in oggetto.

Ecco cos'è il marketing virale. E' trasformare ogni utente del prodotto in

un addetto alle vendite in modo epidemico e contagioso.

## **Quando il virus diventa famoso**

Un ulteriore vantaggio nell'utilizzo del marketing virale è la copertura che i media danno ad iniziative di questo genere.

Giornali, televisioni e radio vanno letteralmente pazzi di notizie riguardanti fenomeni di marketing sociale! Non è difficile apparire in uno di questi network se la campagna virale è studiata con la necessaria attenzione.

Se il virus della vostra idea infetterà abbastanza persone, allora sarà in grado di contagiare anche la mente dei giornalisti, che scriveranno dei pezzi su di voi aiutando il propagarsi della vostra idea.

Chi sono i trasmettitori di contenuti sui quali puntare?

- Internet
- Televisione

- Radio
- Compagnie telefoniche (sms e navigazione cellulare)

Ognuno di essi possiede un differente target di diffusione, ed è quindi importante sfruttare i propri contatti per fare in modo di essere ripresi da più fonti possibili, così da rendere l'idea virus abbastanza famosa da essere inarrestabile.

## **Parliamo di una semplice idea**

Ma in fondo stiamo parlando di una semplice idea? Ebbene sì (a patto che il prodotto sia anch'esso di qualità e soddisfi in pieno le aspettative che abbiamo instillato nell'acquirente).

In fondo, tutti sanno che le idee con la capacità di diffondersi possiedono anche maggiori possibilità di vittoria rispetto a quelle che faticano nel farsi strada.

E' quello che afferma Seth Godin nel suo libro sull'Idea Virus: "La pubblicità diretta a tutti è inutile, occorre indirizzarla a persone interessate e influenti che, starnutando, diffondono il virus" (Godin, 2002).

Il compito della nostra idea è proprio questo.

Creare una massa di persone che starnutisca continuamente il nostro prodotto addosso agli'altri, contagiandoli in modo indelebile.

## **Quando il virus genera una tribù**

Cosa succede nel momento in cui il virus comincia a funzionare?

L'idea di fondo è quella di creare una vera e propria tribù, un'aggregazione di persone contagiate dal virus e che desiderano appartenere al mondo che abbiamo contribuito a creare attraverso il marketing.

Significa coinvolgere il cliente in modo nuovo, con un'efficacia molto più incisiva rispetto al tradizionale annuncio pubblicitario.

Una strategia che mira a porre basi solide nel tempo al successo della nostra idea virale, aumentandone al contempo l'efficacia. I modi in cui comporre le tribù sociali sono moltissimi (avete mai sentito parlare di *Tim Tribù?*), ma tra i più efficaci ed economici vi è sicuramente

internet, magari predisponendo un forum o un gruppo di discussione a tema utilizzando uno dei tanti servizi gratuiti messi a disposizione nei vari portali.

## La formula del contagio virale

Ebbene si! E' possibile ipotizzare in che modo la nostra idea virale si diffonderà grazie ad una semplice formula matematica<sup>1</sup>!

$$\text{VirusIdea} = (1 + \text{DIFFUSORE DEL VIRUS})^{\text{circolo dell'idea}}$$

Sembra complesso? Niente di più semplice!

Il *circolo dell'idea* non è altro che il numero delle volte che il prodotto viene usato nel periodo di tempo a partire dal lancio.

Se osservate con attenzione vi accorgete che il ciclo dell'idea è indicato in maniera esponenziale.

---

<sup>1</sup> [http://www.dfj.com/cgi-bin/artman/publish/steve\\_may00.shtml](http://www.dfj.com/cgi-bin/artman/publish/steve_may00.shtml)

Questo spiega un concetto molto importante dietro al funzionamento del marketing virale; la velocità di diffusione dell'idea non avviene per piccoli scalini, ma in maniera esponenziale.

Significa che per far raggiungere alla vostra idea un contagio sociale accettabile potrebbero volerci molti mesi; ma una volta fatto ciò, potreste doppiare lo stesso numero di contatti in un tempo estremamente breve.

Ciò avviene perché man mano che l'idea virus si diffonde provvede a contagiare sempre più persone, convertendone un'alta percentuale in nuovi clienti del prodotto.

E' quello che è successo a skype.com (un servizio di telefonia gratuito sul web), quando, appena fondata, ha incoraggiato i propri utenti ad invitare gli amici garantendo un premio economico per ogni nuovo iscritto.

Oggi skype.com è un'azienda che ha profondamente cambiato il modo di comunicare delle persone; ma è anche una società che ha diffuso il virus del proprio prodotto in quasi ogni angolo del mondo.

**Scarica il file completo su**

**[www.calmail.it](http://www.calmail.it)**