

الحضور الرقمي والتسويق الفيروسي

Digital Presence and Viral Marketing

MKT 336

إعداد
د. محمد الغريب

المحاضرة الرابعة



المحاضرة الرابعة

أدوات التسويق الفيروسي

Viral Marketing Tools

إعداد

د. محمد الغريب

المحاضرة الرابعة



مقدمة

التسويق الفيروسي ليس مجرد استراتيجية تسويقية بل هو نهج تسويقي أصبحت تتبعه العلامات التجارية في مختلف أدوات التسويق الرقمي، بل أكثر من ذلك أصبح هناك أدوات وقنوات متخصصة لتعزيز المشاركة والانتشار الفيروسي للمحتوى، وعلى هذا الأساس فإن أدوات التسويق الرقمي تم تكييفها لتكون أدوات تسويق فيروسي فأداة التسويق الرقمي يمكن استخدامها بشكل عام ولكن التأثير القوي لهذه الأدوات عندما تتحول إلى أدوات تسويق فيروسي تتيح نشر المحتوى والمنتجات الخاصة بالعلامة التجارية وبالتالي تحقق الانتشار الواسع للعلامة التجارية وبتكلفة منخفضة، ولا شك أن كل أداة لها خصوصيتها وتتميز عن الأداة الأخرى وعلينا أن نعتمد على مزيج من هذه الأدوات لنجاح استراتيجية التسويق الفيروسي فالقاعدة الاقتصادية تقول لا تضع البيض كله في سلة واحدة وبتطبيق هذه القاعدة علينا أن نستثمر في مختلف مجالات التسويق الفيروسي.

أدوات التسويق الفيروسي

التحديات
Challenges

الأزرار الاجتماعية
Social Buttons

مواقع التواصل الاجتماعي
Social Media

المدونات
Blogs

البريد الإلكتروني والرسائل الإخبارية
E-Mail & Newsletters

المسابقات
Giveaway

التسويق بالإحالة
Referral Marketing

النسخة المجانية
Free Trial

الموقع الإلكتروني
Website

مواقع التواصل الاجتماعي

Social Media

كما تم التطرق له في المحاضرات السابقة فإن أقوى أدوات التسويق الفيروسي هي مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن إنشاء المحتوى المؤثر والذي يخلق محفزات Triggers تحفز المستخدم على مشاركة المحتوى، ويجذب الانتباه إلى صيغة المحتوى التي تناسب خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي وأكثر صيغ المحتوى فيروسية هي:

-الفيديوهات القصيرة Reels في Instagram.

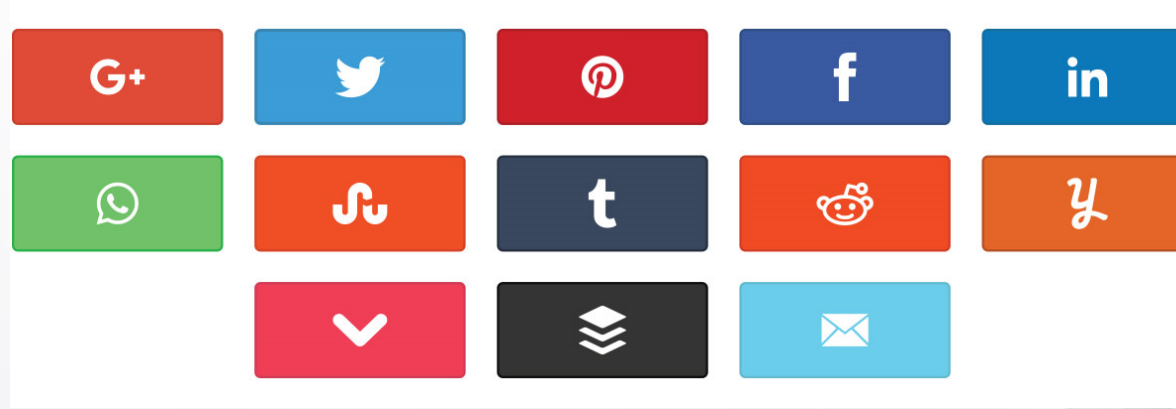
-الفيديوهات القصيرة Shorts في YouTube

-منصة الأضواء Snapchat فيديوهات لا تتجاوز مدتها 60 ثانية.

-فيديوهات TikTok

أزرار المشاركة الاجتماعية

Social Buttons



الأزرار الاجتماعية هي أيقونات خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي يتم إضافتها داخل المدونة أو الموقع الإلكتروني وكل أيقونة أو زر تكون قابلة للنقر وبمجرد الضغط عليها يتم اتخاذ إجراء معين مثل زر المشاركة على Facebook يتيح مشاركة المقال أو صفحة الموقع الإلكتروني على حساب المستخدم في Facebook، أو زر إعادة تغريد Retweet على تويتر والذي يتيح إعادة تغريد صفحة الموقع الإلكتروني، أو زر الإعجاب بالمقال من Facebook والذي يظهر للمستخدمين أن المستخدم قد قام بالإعجاب بموقع الكتروني معين، زر WhatsApp لمشاركة رابط الصفحة على تطبيق واتس أب بشكل مباشر.

أضرار المشاركة الاجتماعية أداة (AddToAny) Add this

<https://www.addtoany.com/>

AddToAny

Get

Customize

Share

FAQ

Get Share Buttons for



Any Website



WordPress



Drupal



Joomla



Email



WordPress.com



Cloudflare



Tumblr

من أشهر أدوات إضافة الأضرار الاجتماعية في
المواقع الالكترونية والمتاجر الالكترونية أداة
Add to Add this والتي أصبحت تعرف بـ
Any

وهذه الأداة سهلة الاستخدام وتوفر أكواد
برمجية لإضافتها للموقع أو المدونة وكذلك
يمكن إضافتها من خلال إضافة Plugin
لمنصات مثل WordPress أو Joomla.



تعتبر التحديات Challenges على الإنترنت من أقوى أدوات التسويق الفيروسي ويمكن أن تنتشر هذه التحديات على المواقع الالكترونية ولكنها أكثر انتشاراً على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتلخص فكرة التحدي بطلب تنفيذ أفعال معينة ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي أو إرسالها للموقع الالكتروني الخاص بالعلامة التجارية، وعندما يتم نشر هذه التحديات على منصات التواصل الاجتماعي يشترط وسمها بوسم هاشتاغ # معين يعكس اسم التحدي، وتهدف هذه التحديات إلى تحقيق التفاعل الكبير على منصات التواصل الاجتماعي وأحياناً تكون على شكل صيحات رائية للموضة، وفي بعض التحديات يتم نقل التحدي من صديق إلى صديق آخر بحيث يشارك شخص بالتحدي ويطلب من صديق أو عدة أصدقاء المشاركة في التحدي وهكذا ينتشر التحدي بشكل فيروسي.

التحديات Challenges

تحدي دلو الثلج التحدي الأشهر

<https://www.als.org/ibc>



انتشر تحدي دلو الثلج Ice Bucket Challenge في صيف عام 2014 وكان الهدف من التحدي دعم مرضى التصلب الجانبي الضموري المعروف بالمختصر الإنكليزي ALS، وكانت الغاية من التحدي جمع التبرعات للمرضى المصابين بهذا المرض ودعم الأبحاث العلمية الطبية المتخصصة في معالجة هذا المرض، كانت فكرة التحدي عبارة عن سكب دلو من الماء المثلج على الشخص ليشعر بصدمة وتجمد مؤقت نتيجة تساقط الماء المثلج عليه، مما يعطي الشخص المشارك شعور مشابه للشعور بالألم الذي يشعر به مرضى ALS أي يهدف إلى محاكاة الشعور المفاجئ بفقدان السيطرة على العضلات، وإظهار التضامن مع المرضى الذين يعانون من تدهور عصبي عضلي سريع نتيجة إصابتهم بهذا المرض.

التحديات Challenges

تحدي دلو الثلج التحدي الأشهر

<https://www.als.org/ibc>



ALS
ASSOCIATION

Help change the future of ALS!

We have a plan to turn ALS from 100% fatal to 100% livable and then cure it.

We just need your help to get there.

Your support will help us accelerate new treatments, optimize current care, and reduce the harms of ALS.

[Privacy Policy](#) · [Give via a Donor-Advised Fund \(DAF\)](#)

 Secure donation

Give once

♥ Monthly

\$1,000

\$500

\$250

\$100

\$50

\$25

\$10

USD ▼

☐ Dedicate this donation

Donate

خطوات التحدي:

١- صوّر فيديو أثناء التحدي (سكب دلو الثلج).

٢- تحدّ أصدقاءك وعائلتك للمشاركة في التحدي.

٣- انشر على مواقع التواصل الاجتماعي واوسم

المنشور بهاشتاج #Ice_Bucket_Challenge

٤- التبرع: سكب دلو من الماء المثلج والتبرع

بمبلغ 10 دولارات، أو التبرع بـ 100 دولار

دون سكب الماء أو يمكنك التبرع بالمبلغ الذي

تريده.

التحديات Challenges

تحدي دلو الثلج التحدي الأشهر

<https://www.als.org/ibc>



نتائج التحدي:

شارك في التحدي 17 مليون إنسان حول العالم ونسبة كبيرة من مشاهير العالم شاركوا في هذا التحدي من مشاهير السياسة والرياضة والفن ورجال الأعمال ورواد الأعمال.

جمع التبرعات: جمعت الحملة أكثر من 115 مليون دولار تبرعات لدعم المرضى والأبحاث العلمية الطبية المتخصصة في هذا المرض.

مشاهدات الفيديو Views: حصدت الفيديوهات المنشورة التي تتضمن التحدي ما يُقدّر بـ 10 مليارات مشاهدة.

مشاركات فيسبوك Shares: تمت مشاركة التحدي عبر صفحات Facebook أكثر من 2.4 مليون مرة على فيسبوك وحده.

إشارات تويتر Mentions: ذُكرت هذه الظاهرة أكثر من 2.2 مليون مرة على تويتر.

التحديات Challenges

تحدي دلو الثلج بيل غيتس

<https://www.youtube.com/watch?v=XS6ysDFTbLU>



التحديات Challenges

تحدي دلو الثلج مارك زوكربيرغ

<https://www.youtube.com/watch?v=5W37Z6U16MY>



التحديات Challenges التحديات على TikTok

التحديات على منصة TikTok هي الأقوى والأكثر انتشاراً سواء كانت تحديات عامة أو تحديات تخص العلامات التجارية والمنتجات.

-من التحديات الشهيرة على منصة TikTok تحدي الاختباء من حيوانك الأليف Hide from your Pet وهو تحدي مضحك انتشر بشكل كبير حيث يختبئ صاحب الحيوان الأليف منه ويفاجئه بالظهور.

-من التحديات الشهيرة التي تقوم بها العلامات التجارية على TikTok تحديات العلامة التجارية الفاخرة Gucci ومن أشهر تحدياتها تحدي عارض أزياء Gucci أو ما يعرف بـ Gucci model challenge وهو تحدي مضحك بحيث يظهر الأشخاص بحالات مضحكة وهو يمثلون وكأنهم عارضون أزياء لهذه العلامة التجارية، ويمكن استعراض هذا التحدي من خلال الرابط التالي:

<https://www.tiktok.com/search?q=gucci-model-challenge&t=1771041595429>

المسابقات التي تكون قصيرة على صفحات التواصل الاجتماعي ويتم تقديم جوائز للراغبين في هذه المسابقة تعرف بالمصطلح الإنكليزي (Giveaway)، يمكن ربط هذه المسابقة مع صفحة تسجيل الحساب أو شراء منتج، وتتلخص فكرة المسابقة بتحديد مجموعة من الشروط على المستخدم القيام بها خلال فترة زمنية معينة مثلاً عدة ساعات أو يوم أو يومين، مقابل دخوله في المسابقة والفائزون في المسابقة يحصلون على جوائز مجزية عند تفوقهم على بقية المتسابقين، على سبيل المثال قد تكون المسابقة:

-التفاعل مع المنشور

-متابعة الصفحة

-مشاركة المنشور

والفائز هو الشخص الذي يحصل على أكبر عدد من التفاعلات على المنشور الذي قام بمشاركته.



مسابقة استخدام المنتج:

شروط المسابقة:

-شراء المنتج

-تصوير المنتج أثناء استخدامه

-إرسال الفيديو للعلامة التجارية عبر الرسائل المباشرة

-العلامة التجارية تقوم بمشاركة الفيديو على صفحتها والفيديو الذي

يحصل على أكثر عدد من التفاعلات يكون هو الفائز؟

ويمكن أن تكون المسابقة من خلال كتابة المستخدمين تعليقات على

منشور العلامة التجارية حول استخدامهم للمنتج والتعليق الذي يحصل

على أكبر عدد من التفاعلات يحصل على جائزة.

Giveaway المسابقات Woorise تطبيق

<https://woorise.com/giveaways>



Woorise

Products ▾

Solutions ▾

Templates ▾

Resources ▾

Pricing

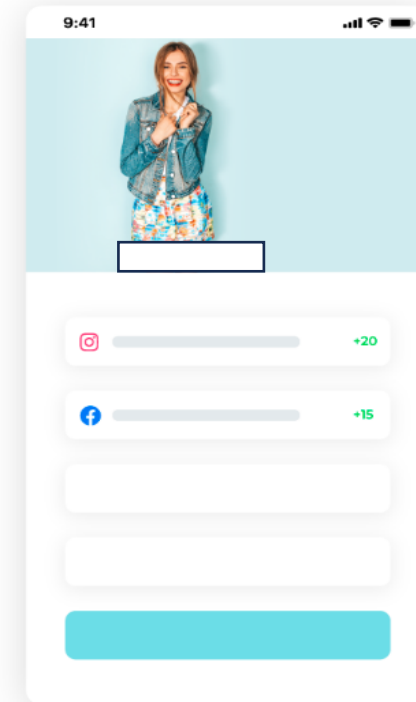
Log in

Start Free

Run Viral Giveaways & Sweepstakes

Our marketing tools help you to run viral giveaways, sweepstakes, social promotions and reward campaigns. Get more social engagement, grow your social following and build your email list.

Create a giveaway



المسابقات Giveaway تطبيق Woorise



يتيح تطبيق Woorise إطلاق مسابقات واسعة الانتشار، تشمل الهدايا المجانية، والسحوبات، والعروض الترويجية على مواقع التواصل الاجتماعي، وحملات المكافآت، حيث يتم منح المشاركين في المسابقة هدايا بناءً على التصرفات أو التفاعلات التي يقومون بها على مواقع التواصل الاجتماعي.

تتيح هذه المنصة اختيار الفائزين اختيار فائز واحد أو عدة فائزين بشكل عشوائي من بين جميع المشاركين بنقرة واحدة فقط. كما يُمكنك ضبط فلاتر معينة لاختيار الفائزين الذين قاموا بإجراءات مُحددة أو تفاعلات محددة أو أجابوا على أسئلة مُعينة. ويمكن أيضاً تصدير جميع المشاركات واختيار الفائز يدوياً بدلاً من اختياره بشكل عشوائي.

البريد الالكتروني والرسائل Email & Newsletter

يمكن استخدام البريد الالكتروني في التسويق الفيروسي وكما مر معنا سابقاً فإن أول حملة فيروسية كانت لشركة Hotmail وتم استخدامها في البريد الالكتروني الخاص بها والتي تم شرحها في المحاضرات السابقة، يمكن إرسال حملة تسويق عبر البريد الالكتروني تتضمن رابط تسويق بالإحالة أو تتضمن تخفيض سعري كبير يحفز المستخدم على إعادة تحويل الرسالة Forward ليستفيد الآخريين من العرض السعري أو يمكن أن يتضمن البريد الالكتروني محتوى تعليمي مفيد للغاية تقدمه العلامة التجارية عبر الرسائل الإخبارية Newsletters للمشتركين في القائمة البريدية لها، وهذا ما يحفز المستخدم على إعادة توجيه الرسالة للآخرين، وهنا لا بد من الانتباه إلى تصميم الرسالة الإعلانية أو الرسالة الإخبارية في البريد الالكتروني بحيث تكون جذابة وتتضمن معلومات سهلة الاستكشاف وتحتوي على زر CTA (Call to Action) أي دعوة لاتخاذ إجراء.

البريد الالكتروني والرسائل الإخبارية

تطبيق MailChimp

<https://mailchimp.com>



The screenshot shows the MailChimp website homepage. At the top, there's a navigation bar with the Intuit logo, social media links for Quickbooks and MailChimp, and a search bar. Below the navigation bar, a banner reads "Join Mailchimp with a risk-free 14-day trial—no credit card required. Start Today." The main content area features the headline "Integrate your data. Inform your decisions. Impact your results." followed by the subtext "Harness the power of your data in real time and grow your revenue with email." and a "Start Free Trial" button. To the right, there's a diagram illustrating data integration from Canva, Wix, and a shopping cart icon into a central "TANDU" mobile app interface. The app interface shows a product listing for "TANDU" with a "Buy it" button. A flowchart on the right side of the app interface shows a logic flow: "Customer abandons cart" leads to "If/Else New Customer", which then branches into "Send Discount" (Yes) and "Send Reminder" (No).

يعد تطبيق MailChimp من أشهر تطبيقات التسويق عبر البريد الالكتروني ويمكن الاشتراك في هذا التطبيق حسب عدد المشتركين في الرسائل الإخبارية للعلامة التجارية أو استهداف قوائم عناوين بريدية جديدة فيه.

المدونة Blogs التدوينية الفيروسية Viral Blog Post

يمكن استخدام التسويق الفيروسي من خلال المدونات فعند نشر مقال مهم ويتضمن معلومات جديدة ومحتوى فريد خاص بالمدونة فهذا يعني أن المقال سيتم مشاركته على منصات التواصل الاجتماعي وأيضاً سيتم نشر رابط المقال في المواقع الالكترونية الأخرى من خلال الاستشهاد بفكرة معينة منه أو الاعتماد على إحصائية واردة في هذا المقال ضمن المدونة، وتكون التدوينية فيروسية من خلال مشاركة رابطها على مختلف المنصات الاجتماعية والمواقع الالكترونية، وتعرف التدوينية الفيروسية في المدونة بمصطلح Viral Blog Post.

ما يميز المدونة أنها تتضمن شرح تفصيلي وواسع حول موضوع معين وليست كمواقع التواصل الاجتماعي التي تتضمن فكرة بسيطة أو موضوع قصير وبشكل عام المحتوى ذو الأسطر الطويلة غير مناسب لمنصات التواصل الاجتماعي لأن المستخدم يتصفح عدد كبير من المنشورات وليس لديه وقت لمراجعة المنشورات الطويلة وإنما يمكن مشاركة روابط المدونات في مواقع التواصل الاجتماعي ومن يرغب في قراءة التدوينية كاملة ينقر على الرابط ويزور الموقع الالكتروني.

المدونة Blogs

تدوينة فيروسية في مدونة Hupspot

<https://product.hubspot.com/blog/the-5-whys-of-feature-bloat>



Product

The 5 Whys Of Feature Bloat



Dharmesh Shah on MAR 1, 2016

مقال بعنوان "The 5 Whys Of Feature Bloat" أو الأسباب الخمسة لتضخم المزايا والذي نشر في مدونة منصة Hupspot المنصة الشهيرة المتخصصة في التسويق الرقمي، هذا المقال أو التدوينة كان فيروسياً للغاية حيث حقق أكثر من 75 ألف مشاركة للرباط الخاص بالمقال.

الموقع الإلكتروني المنتج الفيروسي

المنتجات الفيروسية هي سلع تكتسب شعبيةً ومبيعاتٍ عالية بسرعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، غالباً ما يتم إجراء شروحات وتوصيات لها عبر المؤثرين وأو تجارب المستهلكين (المحتوى الذي ينشئه المستخدمون UGC). عادةً ما تُقدّم هذه المنتجات حلولاً لمشاكل مُحدّدة بطريقةٍ فريدة وجذابة بصرياً (مثل ترند "أجبرني على شرائه" على TikTok) trend "Made Me Buy It"، أو تُقدّم بديلاً مناسباً لمنتجات فاخرة والرابط التالي خاص بهذا الاتجاه السائد (التريند) على منصة TikTok.

<https://www.tiktok.com/discover/tiktok-made-me-buy-it?lang=en>

تتم مشاركة صفحة المنتج على في الموقع الإلكتروني أو المتجر الإلكتروني بشكل واسع وهنا يجب أن تكون خصائص المنتج مبتكرة أو يتضمن مزايا فريدة أو يكون بديلاً لمنتج آخر بتكلفة أقل، وأيضاً تصميم صفحة المنتج مناسبة.

الموقع الإلكتروني Website المنتج الفيروسي Viral Product دراسة حالة منتجات CeraVe

<https://www.cerave.com/>



CeraVe علامة تجارية بريطانية للعناية بالبشرة شهدت زيادة في المبيعات بنسبة 65% أسبوعياً في عام 2020 خلال شهر واحد فقط، حيث نفذت منتجات CeraVe للعناية بالبشرة ذات الأسعار المعقولة من جميع المتاجر، مثل منتجها Superdrug، يعود الفضل في ذلك إلى مقاطع الفيديو التي انتشرت على نطاق واسع في منصات التواصل الاجتماعي. حيث عرضت مقاطع الفيديو لقطات قبل وبعد استخدام منتجات CeraVe، لتوضيح كيف ساهم المنتج في تحسين بشرتهم وهذا ما يعرف تسويقياً بمصطلح العرض التوضيحي بالبراهين Demonstration، ولا يزال مستخدمو TikTok يشكون باستمرار من نفاد منتجات CeraVe المفضلة لديهم.

المنتج الفيروسي

دراسة حالة منتجات CeraVe

<https://www.cerave.com/>

New Launches

[Explore Products](#)



Dry, Very Dry, Sensitive Skin

Eczema Relief Moisturizing Cream

★★★★★ 0.0

\$17.99

[BUY ONLINE](#)



All Skin Types; including Acne-Prone & Sensitive Skin

Invisible Mineral Sunscreen SPF 50 Face

★★★★★ 4.3

\$16.99

[BUY ONLINE](#)



Normal to Oily Scalp & Hair

Oil Control Balancing Shampoo

★★★★★ 4.7

\$10.99

[BUY ONLINE](#)



Normal to Oily Scalp & Hair

Oil Control Balancing Conditioner

★★★★★ 4.7

\$10.99

[BUY ONLINE](#)



For Normal to Dry Skin

Skin Renewing Brightening Lotion With SPF 30

★★★★★ 4.5

\$29.99

[BUY ONLINE](#)



For: Dry to Very Dry Skin

Intensive Moisturizing Cream

★★★★★ 4.8

\$17.99

[BUY ONLINE](#)

النسخة المجانية Demo الخطة المجانية Free Plan

تحفز النسخة المجانية أو التجريبية من البرنامج Demo أو الخطة المجانية للتطبيق أو التطبيق على السحابة SaaS على مشاركته بين الأصدقاء والمعارف، والسبب في ذلك أنها تتضمن قيمة عالية فالمستخدم يشارك النسخة المجانية للتطبيق حتى يستفيد الأصدقاء والمعارف منه وكما مر معنا سابقاً حملة Hotmail تعتمد على نشر منتج مجاني وهو بريد الكتروني مجاني. حتى تكون النسخة المجانية البرنامج أو الخطة المجانية Free Plan محفزة على المشاركة يجب أن تتضمن حد أدنى فعال من المزايا والتي من خلالها يستطيع المستخدم تحقيق فائدة جيدة من التطبيق وبشكل مجاني وبالتأكيد عند تجربة المنتج سيتحمس المستخدمون لشراء الاشتراك المدفوع أو النسخة المدفوعة من التطبيق بعد تجربته بأنفسهم ومعرفة مزاياه الجيدة.



النسخة المجانية (التجريبية) Demo محرك الذكاء الاصطناعي ChatGPT



حقق محرك الذكاء الاصطناعي Chat GPT انتشاراً واسعاً من خلال النسخة المجانية المتاحة والتي تتميز بإمكانية استفادة المستخدم بشكل كبير حيث يمكن أن يطرح المستخدم عدد جيد من الأسئلة وأن يولد معلومات وصور جيدة ولكنها تكون بعدد محدود من الطلبات يومياً ولمن يحتاج له بشكل أكبر سيضطر لشراء النسخة المدفوعة من Chat GPT.

النسخة المجانية (التجريبية) Demo تطبيق Slack



تطبيق Slack تطبيق المراسلة الفورية بين فرق العمل والذي يتضمن مزايا مشاركة الملفات وتنظيمها وإدارة المهام بين الفريق، وقد حقق هذا التطبيق شهرة كبيرة وأصبح التطبيق الأول الذي تستخدمه الشركات الناشئة، السبب في نجاحه كان تقديم نسخة مجانية بمزايا محدودة هذه النسخة المجانية كانت حافز للمستخدمين لتنزيلها والطلب من أعضاء فريق العمل تنزيله وانتشر التطبيق بين رواد الأعمال من خلال التوصيات لبعضهم البعض بأنه تطبيق متميز للتواصل بين أعضاء فريق العمل وبشكل مجاني مقابل مزايا محدودة وعند تجربة التطبيق من قبل المستخدمين أعجب الجميع بمزاياه وأصبح هناك إقبال كبير على الاشتراك في النسخة المدفوعة منه.

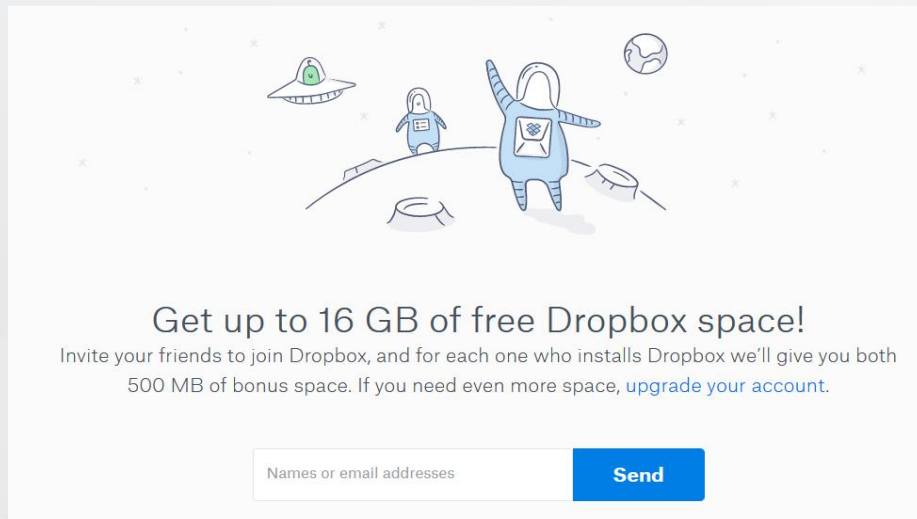
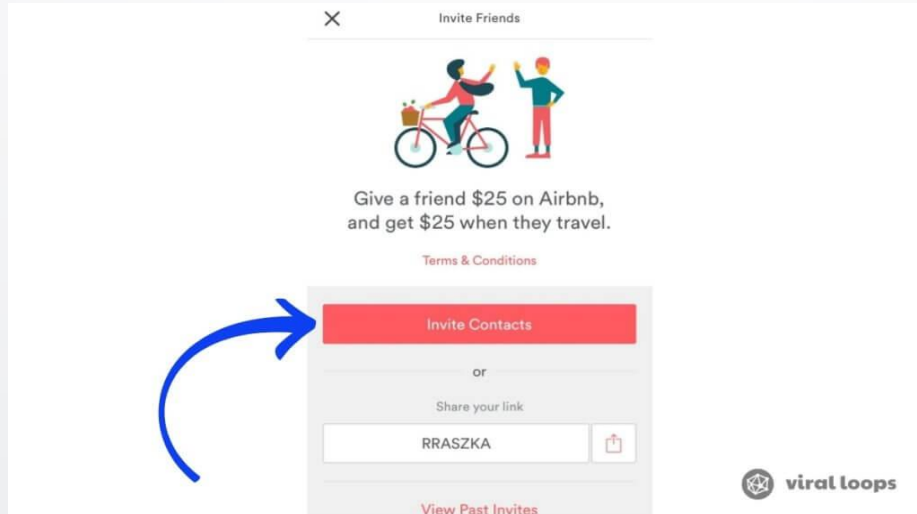
التسويق بالإحالة

Referral Marketing

يعتبر التسويق بالإحالة أحد أهم أدوات التسويق الفيروسي ويقوم التسويق بالإحالة على منح مكافأة للمستخدم أو العميل لقاء إحالته عميل آخر، وتكون هذه المكافأة على شكل رصيد مجاني في المنصة أو استخدام إضافي للخدمة أو المنتج أو مزايا إضافية ضمن التطبيق لقاء إحالة العميل الجديد، ويمكن أن يكون برنامج التسويق بالإحالة أحادي المكافأة بحيث يتم منح العميل المحيل مكافأة نتيجة إحالته عميل آخر لكي يستخدم التطبيق، أو يكون برنامج التسويق بالإحالة ثنائي المكافأة بحيث يتم منح العميل المحيل مكافأة نتيجة إحالته لعميل جديد لاستخدام المنصة أو التطبيق بالإضافة إلى منح نفس المكافأة للعميل الجديد المحال والذي تم إحالته من قبل المستخدم الأول لاستخدام التطبيق.

التسويق بالإحالة

Referral Marketing



وكما مر معنا في المحاضرات السابقة العديد من برامج التسويق بالإحالة مثل:

-برنامج التسويق بالإحالة لتطبيق Dropbox وهو برنامج ثنائي المكافأة يمنح مساحة تخزين سحابي إضافية 500 ميغابايت للعميل المحيل ويمنح أيضا مساحة تخزين سحابي مجانية للعميل الجديد المحال قدرها 500 ميغابايت.

-برنامج التسويق بالإحالة لتطبيق Airbnb وهو برنامج ثنائي المكافأة ويمنح \$ 25 لكل من العميل المحيل والعميل المحال يمكن استخدام هذا المبلغ في حجوزات الغرف في تطبيق Airbnb

التسويق بالإحالة

حالة دراسية Harries

<https://www.harrys.com>



ابتكرت شركة Harries لماكينات وشفرات الحلاقة ومعدات برنامجاً للتسويق بالإحالة يعتمد على منح جوائز مختلفة عندما يدعو كل مستخدم الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكانت الجوائز مثل:

الجائزة الأولى هي معجون حلاقة يحصل عليه المستخدم مجاناً عند نجاحه بدعوة 5 أشخاص للتسجيل وقيامهم بالتسجيل فعلاً في الموقع الإلكتروني للشركة، الجائزة الثانية هي ماكينة حلاقة مجاناً ويحصل عليها المستخدم عندما يسجل 5 مستخدمين جدد عن طريقه وعند وصول عدد المستخدمين المسجلين الحاليين عن طريق المستخدم إلى 25 يحصل المستخدم على مجموعة حلاقة فاخرة تتضمن عدة إكسسوارات وأدوات للحلاقة، وعندما يصل إلى 50 إحالة ناجحة يتم تزويده بأدوات حلاقة ومستلزماتها لمدة سنة كاملة مجاناً.

HARRY'S

التسويق بالإحالة

حالة دراسية Harries

<https://www.harrys.com>

← → ↻ prelaunch.harrys.com/refer-a-friend

HARRY'S THANK YOU FOR SIGNING UP



SHAVING IS
EVOLVING

DON'T LEAVE YOUR FRIENDS BEHIND

INVITE FRIENDS &
EARN PRODUCT

Share your unique link via email, Facebook or Twitter and earn Harry's goods for each friend who signs up.

<http://prelaunch.harrys.com/?ref=1d825664d1>

f | t

HERE'S HOW IT WORKS:

FRIENDS JOINED	5	10	25	50
HARRY'S PRODUCT	Shave Cream	Truman Handle w/ Blade	Winston Shave Set	One Year Free Blades

No friends have joined...Yet!
Keep checking

We ship to the U.S. (& Canada Soon)

التسويق بالإحالة

حالة دراسية Harrys

نشر البرنامج في مقالات ضمن مواقع أخرى Guest Posts

ALL SECTIONS

PureWow

FASHION BEAUTY FAMILY RECIPES HOME HOW-TOs theCOTERIE

155 SHARES

f p t +

HOME

The 50 Best Subscription Boxes

By KATIE MAGUIRE | NOV. 30, 2017



12 / 50

Beauty: Harry's

Razors are expensive. This brand wants to change that. Hint: The blades are under \$2 a piece.

Harry's (starting at \$15 per month)

التسويق بالإحالة تطبيق AppVirality

<https://www.appvirality.com/>

MIDOCEAN
UNIVERSITY



We're Hiring!

Products ▾

Pricing

Customers

Resources ▾

Sign up

Login

Referral Marketing Software Designed for Accelerated Growth

Leverage the power of word-of-mouth by creating and automating referral marketing campaigns for mobile apps and SaaS. Boost customer acquisition at a reduced CPA.

Get Started



التسويق بالإحالة

تطبيق AppVirality

<https://www.appvirality.com/>

تطبيق AppVirality مثالي لإنشاء حملات التسويق بالإحالة حيث يمكن من خلاله إنشاء روابط الإحالة وتخصيص المكافآت كما ترغب العلامة التجارية، بالإضافة إلى وضع قواعد التسويق بالإحالة التي ترغبها على سبيل المثال إحالة مستخدم جديد أو إحالة عميل محتمل Lead أو إحالة مشتري جديد، ويمكن أن تكون الجوائز عبارة على شكل نقاط كاش باك أو هدايا مجانية أو مكافآت أخرى، وما يميز هذا التطبيق أنه يتيح إنشاء برامج التسويق بالإحالة لكل من تطبيقات الهاتف المحمول وبرامج الحاسب SaaS أو ما يعرف بالبرمجيات كخدمة أي التطبيقات التي تعمل على السحابة Cloud أو الويب أي يمكن الوصول لها من خلال الإنترنت وليس برمجيات خاصة بسطح المكتب.

استراتيجيات داعمة للتسويق الفيروسي

تقييمات العملاء Online Reviews

هناك العديد من الاستراتيجيات التي تدعم التسويق الفيروسي ويمكن من خلالها أن ينتشر المحتوى ولكن هذه الاستراتيجيات ليست تسويقاً فيروسياً وإنما يمكن من خلالها نشر المحتوى فيروسياً عبر الآخرين :

تقييمات العملاء Online Customer Reviews: تُقدّم تقييمات العملاء عبر الإنترنت معلوماتٍ حول المنتجات وتوصياتٍ من وجهة نظر المستهلك، وهو أمرٌ بالغ الأهمية للمستهلكين عند إجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت. تُعدّ تقييمات العملاء عبر الإنترنت الركيزة الأساسية للمستهلكين في تقييم المنتج واتخاذ قرار شرائه.

من أشهر التقييمات التي يتابعها المستخدمون التقييمات على متاجر تطبيقات الهواتف المحمولة Google Play، App Store، تقييمات Google، التقييمات لصفحات العلامات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل تقييم صفحة علامة تجارية معينة

على Facebook

استراتيجيات داعمة للتسويق الفيروسي

تقييمات العملاء Online Reviews

أما على صعيد التجارة الالكترونية فإن التقييمات على المنتجات تعتبر مهمة للغاية لأنها تحفز العميل على شراء المنتجات مثل التقييمات على المنتجات في منصة التجارة الالكترونية Amazon.

أداة التقييمات هي أداة داعمة للتسويق الفيروسي لأن تقييم العميل لمنتجات العلامة التجارية يشجع المستخدمين الآخرين على تجربة المنتج ومشاركة المنتج أو الاستفسار حول المنتج في منصات التواصل الاجتماعي وفي المواقع الالكترونية الأخرى.



استراتيجيات داعمة للتسويق الفيروسي

التسويق عبر المؤثرين Influencer Marketing

التسويق عبر المؤثرين Influencer Marketing يركز على نشر المحتوى الخاص بالعلامة التجارية من خلال أشخاص لديهم عدد كبير من المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي ولديهم خبرة أو اهتمام كبير في مجال معين، وغالباً ما يتم الترويج لدى المؤثرين الذين لديهم محتوى متناعم مع العلامة التجارية فعلى سبيل المثال مؤثر خبير في المجال المصرفي يمكن أن يروج البطاقات الائتمانية لأحد البنوك، حيث من المهم أن يكون المؤثر خبيراً في مجال العلامة التجارية. في الغالب منشورات المؤثرين تكون فيروسية وتنتشر بشكل كبير وتتم مشاركتها على نطاق واسع وخصوصاً إذا كانت تحتوي على قيمة معينة، والفرق بينها وبين استراتيجية التسويق الفيروسي هو أن التسويق الفيروسي يتم من خلال منصات العلامة التجارية أما التسويق عبر المؤثرين يتم من خلال المؤثر ويتم الدفع للمؤثر مقابل ترويج منتج العلامة التجارية وغالباً ما يتم دفع مبالغ مالية طائلة للمؤثرين لقاء ترويج العلامات التجارية أما التسويق الفيروسي فإن العلامة التجارية لا تدفع سوى تكاليف إنتاج المحتوى .

INFLUENCER MARKETING



استراتيجيات داعمة للتسويق الفيروسي

التسويق بالعمولة Affiliate Marketing

التسويق بالعمولة Affiliate Marketing يعتمد على إنشاء روابط للمنتجات سواء كانت روابط نصية أو بانرات إعلانية ويمكن أن يكون التسويق بالعمولة على شكل كود خصم، يحصل المسوق بالعمولة على عمولة نقدية يمكن سحبها على عكس التسويق بالإحالة الذي يكون كهدية أو مكافأة وليس مبالغ نقدية ولا يمكن سحب المكافأة نقدياً، وغالباً ما يكون التسويق بالعمولة دائماً أي كل عملية بيع تتم عن طريق المسوق بالعمولة يحصل على عمولة وليس لمجرد أن يكون العميل جديداً كما يحصل في التسويق بالإحالة. التسويق بالعمولة يكون من قبل مسوقين بالعمولة أو مؤثرين يعملون على القيام بترويج منتجات العلامة التجارية من خلال منصاتهم ولكن ليس بالضرورة أن يكون المحتوى الذي ينشر في التسويق بالعمولة محفزاً على المشاركة وهذا ما يجعله مختلفاً عن التسويق بالإحالة، فهنا المسوق بالعمولة يقوم بنشر منتجات العلامة التجارية على نطاق واسع ويحصل المسوق بالعمولة على عمولة ولكن العميل الجديد لا يحصل على أي مكافأة لقاء مشاركة المحتوى أو الرابط بينما في التسويق بالإحالة يمكن لأي عميل أو مستخدم أن يحيل مستخدم جديد لاستخدام منتجات العلامة التجارية ولا شك أن بعض المؤثرين الذين يعملون بأسلوب التسويق بالعمولة يقومون بنشر منشورات متميزة أو ربما تحتوي على كود خصم كبير وبدورها تصبح فيروسية.

استراتيجيات داعمة للتسويق الفيروسي

تحسين محركات البحث SEO

تحسين محركات البحث يعتمد على القيام بتقنيات وإجراءات داخل الصفحة تتناغم مع عناكب محركات البحث وخصوصاً محرك البحث Google وهذا ما يعرف بتحسين محركات البحث داخل الصفحة On Page SEO، وكذلك يعتمد على نشر روابط الموقع الإلكتروني في مواقع الكترونية أخرى لتعزيز سمعة الموقع الإلكتروني وجعله مفضلاً لدى محرك البحث Google وهذا ما يعرف بتحسين محركات البحث خارج الصفحة Off Page SEO. ولا شك أن المحتوى الفريد للموقع الإلكتروني هو أهم عوامل تحسين محركات البحث داخل الصفحة وبنفس الوقت المحتوى الفريد لمواقع الإنترنت هو ما يجعل المحتوى ينتشر وتتم مشاركته على مواقع الإنترنت الأخرى والاستشهاد به وبذلك يتقاطع التسويق الفيروسي مع تحسين محركات البحث.

من ناحية أخرى انتشار محتوى الموقع الإلكتروني والمدونة على المواقع الإلكترونية الأخرى نتيجة قوة المحتوى وخلقه قيمة معينة للعميل يعزز من انتشار الموقع الإلكتروني ويزيد من ترتيب الصفحة Page Rank في محرك البحث Google، وهذا يعني أن التسويق الفيروسي يدعم تحسين محركات البحث خارج الصفحة Off Page SEO عبر زيادة الروابط للموقع الإلكتروني.

المصادر والمراجع

1-دانية، عياشي ٢٠٢٢ التسويق الفيروسي، "أثر التسويق الفيروسي في سلوك المستهلك وفقاً لنموذج آيدا" "دراسة حالة"، رسالة ماجستير، جامعة حلب.

2- Ahlberg, J. (2018), "Successful Methods of Viral Marketing /How to achieve virality/", Bachelor Thesis, jönköping university, Sweden

3- Heath, C. & Heath, D. (2007), "Made to stick : why some ideas survive and others die", Random House.

4-Contagious: Why Things Catch On Paperback, Jonah Berger (2016)

5- Nila Nafisatul Bashiroh, Sulistiyah Sulistiyah, Lina Trisnawati, & Aina Izzati Zuhria. (2025). The Influence of Viral Marketing, Influencer Marketing, and Consumer Reviews on Purchase Decisions for La Roche-Posay Products: A Study of La Roche-Posay Users in Tulungagung. Brilliant International Journal Of Management And Tourism, 5(3), 223–230. <https://doi.org/10.55606/bijmt.v5i3.6007>

6- Agesti, N et al., (2021), "The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the MarketplaceShopee in Surabaya City", International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU), Vol. 8, No. 3.

7- <https://woorise.com/blog/viral-marketing-tools>

8- <https://www.drip.com/blog/harrys-marketing>

9- <https://www.als.org/blog/als-ice-bucket-challenge-year-end-update-over-94-million-commitments-2014>

- 10- <https://www.als.org/ibc>
- 11- <https://www.oviond.com/affiliate-reciprocal-and-viral-marketing-techniques-what-are-they-and-how-to-use-them/>
- 12- <https://mailchimp.com/>
- 13- <https://www.addtoany.com/>
- 14- <https://woorise.com/giveaways>
- 15- <https://www.appvirality.com/>
- 16- <https://www.harrys.com>

- 17- <https://www.tiktok.com/discover/tiktok-made-me-buy-it?lang=en>
- 18- <https://www.tiktok.com/search?q=gucci-model-challenge&t=1771041595429>
- 19- <https://www.salsify.com/blog/the-makings-of-a-viral-product>
- 20- <https://help.openai.com/en/articles/8381046-chatgpt-promotional-subscriptionsfree-trial-invites-faq>



تمنياتي بالتوفيق