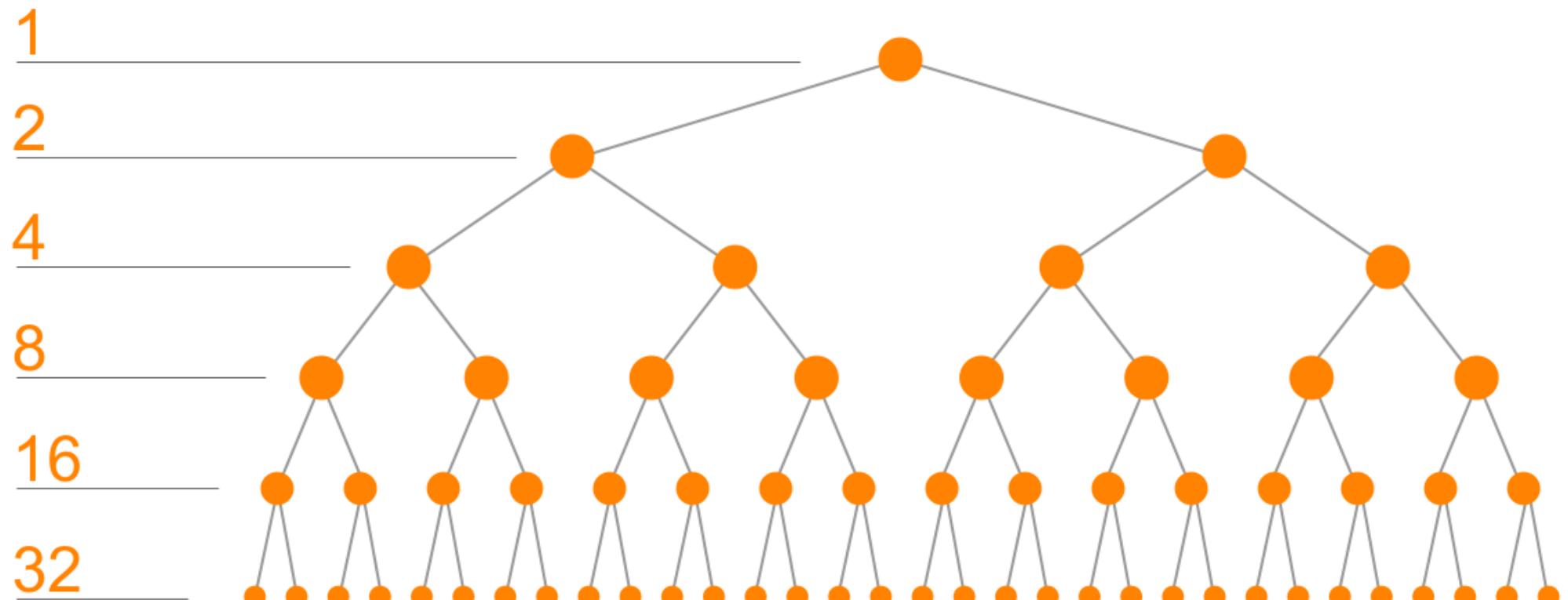




# VIRALNI MARKETING

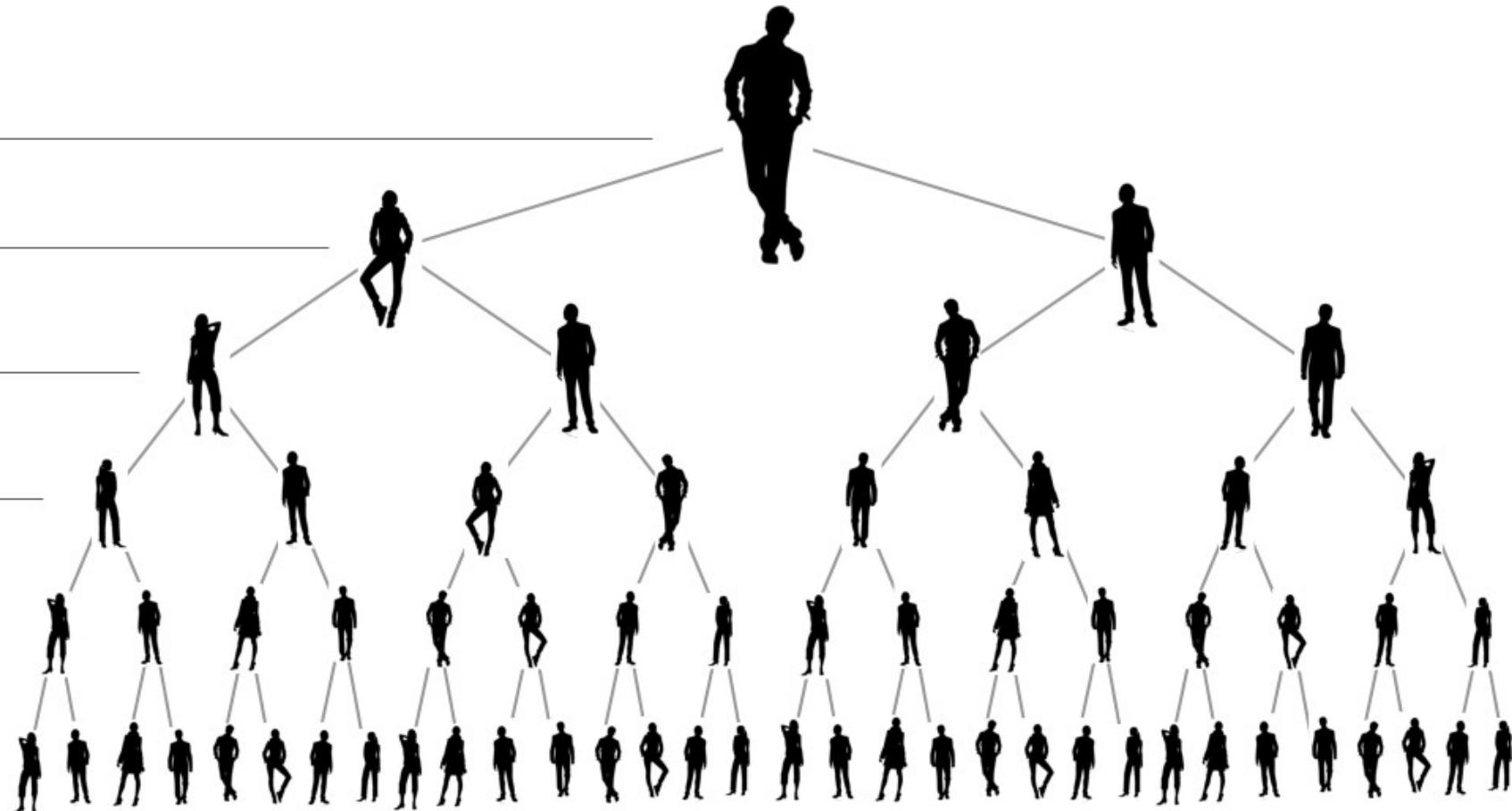


# Stepeni dvojke



# Stepeni dvojke

1  
2  
4  
8  
16  
32



# Eksponencijalno širenje

**2**

$$\begin{aligned} 2^1 &= 2 \\ 2^2 &= 4 \\ 2^3 &= 8 \\ 2^4 &= 16 \\ 2^5 &= 32 \\ 2^6 &= 64 \\ 2^7 &= 128 \\ 2^8 &= 256 \\ 2^9 &= 512 \\ 2^{10} &= 1.024 \end{aligned}$$

**3**

$$\begin{aligned} 3^1 &= 3 \\ 3^2 &= 9 \\ 3^3 &= 27 \\ 3^4 &= 81 \\ 3^5 &= 243 \\ 3^6 &= 729 \\ 3^7 &= 2.187 \\ 3^8 &= 6.561 \\ 3^9 &= 19.683 \\ 3^{10} &= 59.049 \end{aligned}$$

**5**

$$\begin{aligned} 5^1 &= 5 \\ 5^2 &= 25 \\ 5^3 &= 125 \\ 5^4 &= 625 \\ 5^5 &= 3.125 \\ 5^6 &= 15.625 \\ 5^7 &= 78.125 \\ 5^8 &= 390.625 \\ 5^9 &= 1.953.125 \\ 5^{10} &= 9.765.625 \end{aligned}$$

**7**

$$\begin{aligned} 7^1 &= 7 \\ 7^2 &= 49 \\ 7^3 &= 343 \\ 7^4 &= 2.401 \\ 7^5 &= 16.807 \\ 7^6 &= 117.649 \\ 7^7 &= 823.543 \\ 7^8 &= 5.764.801 \\ 7^9 &= 40.353.607 \\ 7^{10} &= 282.475.249 \end{aligned}$$

⋮

⋮

⋮

⋮



# Ponzi šema



# Multilevel marketing

**oriflame**

natural swedish cosmetics



MARY KAY®

**AVON**

**Amway**



# Mystery Science Theater 3000



# HotMail

1996. godina  
Prva online viralna  
kampanja



Sabeer Bhatia



# HotMail

Od: pera\_peric@hotmail.com

To: slavko@eunet.yu

Subject: Podsetnik

Pero, sutra dolayis kod nas, nadam se  
da nisi zaboravio.

Pera

**“Get your own, free, email address at [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)”**



# Potencijalni viral



Potpisite zanimljivu ili smešnu sliku ili video i imamo potencijalni viral



# Za šta su dobre viralne kampanje

Lansiranje novih brendova

Lansiranje nove usluge

Podizanje svesti o nečemu

Jednokratne događaje – izložbe, koncerti, sajmovi, festivali



## Osnovne karakteristike

Svaki viral mora da ima neku foru, caku, koja će izazvati reakciju ljudi da ga šire dalje.

Ova fora se zove viralni agent.

Viral mora da izazove emocije.

Viralne kampanje se inicijalno retko šire same od sebe i potrebno je da se postigne neka kritična masa.

Inicijalno širenje zovemo sidovanje (od engleske reči seeding).



# Osnovna pravila viralne kampanje

## 1. Biti prikriven

Ako neko u startu pomisli da je viral napravljen sa idejom da se proda neki proizvod, usluga, ideja, velike su šanse da će ih inicijalni sideri odbaciti

## 2. Mora biti besplatan

Ako se plaća, neće se širiti.

## 3. Mora da izaziva emocije

Osnovna snaga viralna jesu upravo emocije koje želimo da podelimo sa drugima.

## 4. Mora da pogoda ciljnu grupu

Veoma je bitno da naša ciljna grupa oseti da je viral vredan širenja

## 5. Koristiti snagu slabih veza

Slabe veze nisu najbliže osobe, već one sa kojima nemate blizak kontakt, a možda ih i ne poznajete, samo su vam na određen način dostupne – poznanici poznanika npr.

## 6. Investirati do postizanje kritične mase

To je trenutak kada kreator viralna više nema potrebe da gura viral, već on počinje da živi za sebe.



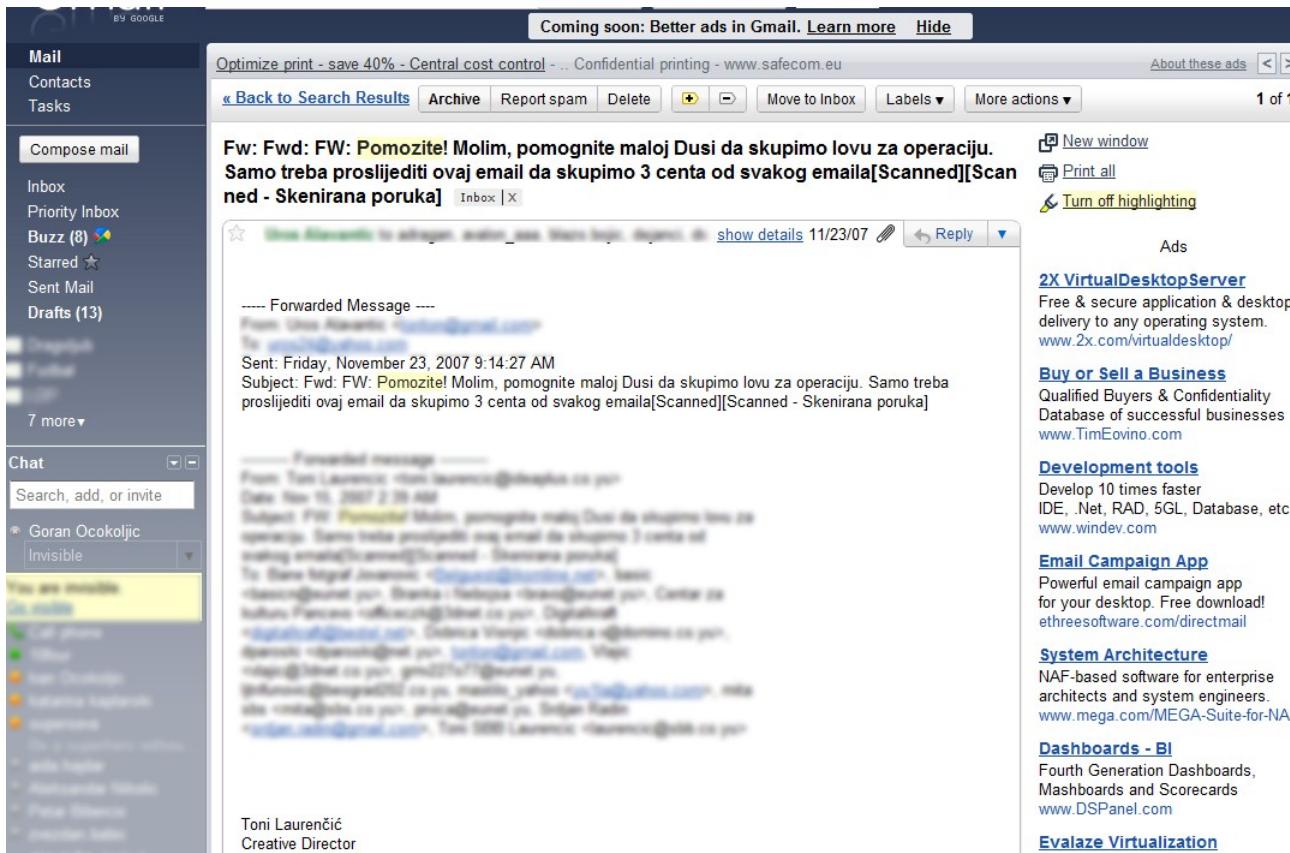
## Vrste viralna

Ne postoji precizna podela. Podelićemo ih po mediju koji se koristi:

- Mailovi sa sadržajem
- Sajtovi sa viralnim mehanizmom
- Slike
- Video virali
- Virali na društvenim mrežama



# Mailovi sa sadržajem



The screenshot shows a Gmail inbox with several messages. The main message is a forwarded email from Toni Laurenčić with the subject: "Fw: Fwd: FW: Pomozite! Molim, pomognite maloj Dusi da skupimo loru za operaciju. Samo treba proslijediti ovaj email da skupimo 3 centa od svakog emaila[Scanned][Scan ned - Skenirana poruka]". The message body contains a forwarded message from Goran Očokoljic with the same subject. The right side of the screen displays a sidebar with various advertisements:

- 2X VirtualDesktopServer**: Free & secure application & desktop delivery to any operating system. [www.2x.com/virtualdesktop/](http://www.2x.com/virtualdesktop/)
- Buy or Sell a Business**: Qualified Buyers & Confidentiality Database of successful businesses [www.TimEvinio.com](http://www.TimEvinio.com)
- Development tools**: Develop 10 times faster IDE, .Net, RAD, 5GL, Database, etc. [www.windev.com](http://www.windev.com)
- Email Campaign App**: Powerful email campaign app for your desktop. Free download! [threesoftware.com/directmail](http://threesoftware.com/directmail)
- System Architecture**: NAF-based software for enterprise architects and system engineers. [www.mega.com/MEGA-Suite-for-NAF](http://www.mega.com/MEGA-Suite-for-NAF)
- Dashboards - BI**: Fourth Generation Dashboards, Mashboards and Scorecards [www.DSPanel.com](http://www.DSPanel.com)
- Evalaze Virtualization**: [www.evalaze.com](http://www.evalaze.com)

U pitanju su mailovi u kojima se nalazi i sam sadržaj viralna, bilo da je u pitanju tekst, slike PowerPoint prezentacije ili nešto drugačije.



# Sajtovi sa viralnim mehanizmom

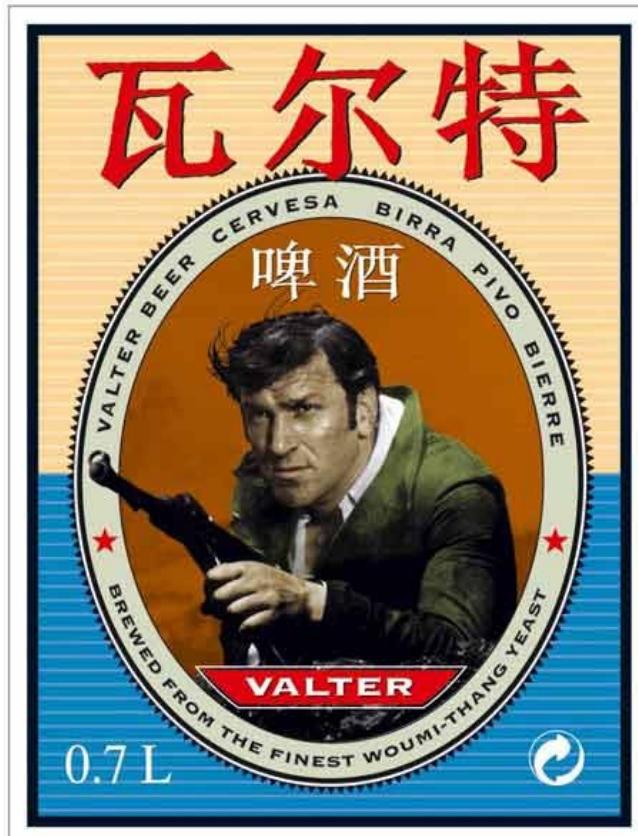


[www.elfyourself.com](http://www.elfyourself.com)

Sajtovi koji imaju mehanizam da proslede sadržaje na više mailova.



# Slike



## Hrvatski "Vijesnik" prenosi:

Legendarni film »Valter brani Sarajevo« i njegov glavni glumac inspirirali su kineske proizvođače piva. Tako se širom najmnogoljudnije zemlje svijeta, daleke nam Kine, može popiti pivo po imenu Valter na čijoj je naljepnici zadovoljni lik koji, sudeći prema ovoj fotografiji, veoma sliči na poznatog jugoslavenskog glumca Batu Živojinovića

**"LJUDI, VIDEO SAM JUČE KINEZA U BLOKU 70 KAKO PIJE OVO PIVO! " -  
Posetilac jednog foruma**



# Video virali



John Weston Salmon

Video fajlovi, najčešće postavljeni na YouTube i slične sajtove.



# Virali na društvenim mrežama

Koriste viralni mehanizam društvenih mreža. Mogu biti:

- Postovi
- Fotografije
- Aplikacije koje ispisuju na wall-u korisnika
- Profilne slike
- ...



## Virali na društvenim mrežama

Osnovni mehanizam koji pokreće društvene mreže zasniva se na viralnim osnovama:

# PODELA SADRŽAJA



# Facebook

Podela sadržaja je podržana na nekoliko načina:

- Share mehanizam
- Like
- Postovanje na wall privatnih korisnika
- Postovanje na wall na fan stranicama



Odgovorila sam na jednostavno pitanje i imam mogućnost da isprobam novu Garnier Miracle Skin Perfector BB kremu iz Garnier-a! Probaj i ti!



**Garnier BB krema**

[apps.facebook.com](http://apps.facebook.com)

Otkrijte tajnu savršenog tena! Odgovorite na pitanje i upoznajte novu generaciju proizvoda za negu kože iz Garnier-a!

 Share • via Miracle Skin Perfector



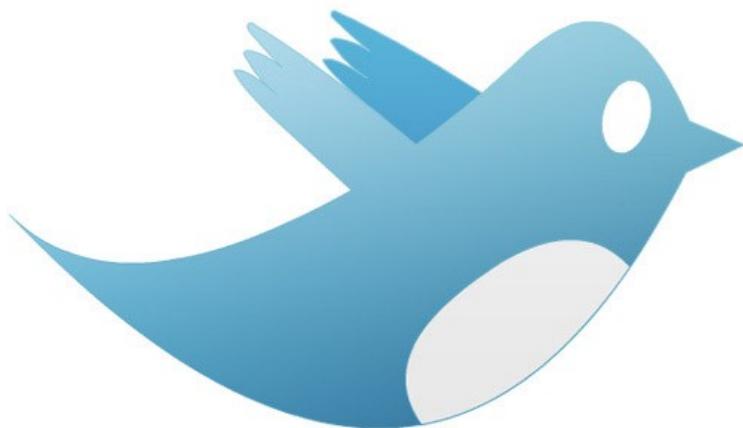
**facebook®**



# Twitter

Twitter je izuzetno jednostavna društvena mreža.

Deljenje sadržaja je podržano, pre svega, putem retweeta, koji omogućava nekom korisniku, koji je pročitao nešto zanimljivo od strane osobe koju prati da to podeli sa osobama koje nju prate.



RT @hagoleshet Found a great site for getting great answers: Answers.com!



# Foursquare

Foursquare je geolokacijska društvena mreža.

Ovakvih mreža je sve više i više.

Svaki venue ima mogućnost ostavljanja komentara prilikom check in-a



# Pinterest

Pinterest je nova društvena mreža namenjena deljenju slika.

Funkcioniše po mehanizmu albuma u koje se postavljaju slike i dele sa drugima.

Viralni efekat se postiže funkcijom repin.



# Virali na društvenim mrežama



**McDonald's Srbija > Odlična vest za vas šest**  
Restaurant/Cafe

**ODLIČNA VEST ZA VAS ŠEST!**  
McDonald's nagrađuje tebe i tvoju ekipu!

McDonald's je mesto za uživanje i druženje, a sada to ponovo i potvrđuje.

Pozivamo te da od 01.02.2011. do 15.03.2011. godine učestvuješ u velikom McDonald's nagradnom konkursu i osvojiš McDonald's vaučere za sebe i svojih 5 najboljih prijatelja!

Startuj McDonald's aplikaciju, udruži se sa svojim prijateljima, unosi kodove sa McDonald's kupona i možda baš tvoja ekipa dobije priliku da uživa u omiljenim McDonald's proizvodima!

A dok ne ponesete titulu najbolje McDonald's ekipe, uz svaki kupon Vas očekuje popust.

Zaista odlična vest za Vas šest!

Kliknite na dugme da bi startovali aplikaciju  **lovin'**

Uključi se u igru,  
udruži se sa prijateljima  
i uživaj na svom omiljenom mestu.

McDonald's logo and "I'm lovin' it" slogan

Facebook © 2011 · English (US)      About · Ac



# Proces kreiranja viral-a

1. Identifikacija poruke koju želimo da prenesemo
2. Identifikacija ciljne grupe
3. Identifikacija emocija koje želimo da izazovemo
4. Određivanje vrste viral-a
5. Kreiranje viral-a
6. Sidovanje



# Sidovanje viralna

- Slanje mailova prijateljima i poznanicima
- Postovanje na forumima i blogovima
- Deljenje putem Facebook-a, Twitter-a i drugih mreža
- Usmeno prenošenje i direktno pokazivanje





# PRIMERI



# Obamina kampanja



Obama je u Februaru 2008 sakupio 55 miliona dolara za svoju kampanju, od čega 45 miliona putem Interneta



# Nike - Ronaldinho



# Trojan Condoms – Trojan Games



# Mark Ecko – Still Free



# Eminem na Twitter-u



# Save Chuck kampanja





# HVALA

