

1. التسويق الفيروسي يُعتبر التسويق الفيروسي أحد الأساليب الحديثة التي تعتمد عليها المنظمات في مواجهة تحديات التسويق المعاصرة. ظهر هذا النوع من التسويق كنتيجة طبيعية للتطور التقني الذي غير من طرق تعامل مديري التسويق مع الجمهور وأتاح لهم الاستفادة من استراتيجية التسويق الفيروسي لمواكبة التغيرات الحديثة. (2012). (2010). تعتمد استراتيجية التسويق الفيروسي أيضاً على استغلال الإنترنت لنقل الأفكار والمعلومات عن منتج معين، وأخيراً، (2022). بشكل عام، يُعد التسويق الفيروسي أداة قوية لتعزيز مكانة العلامات التجارية بفضل اعتماده على سرعة انتشار الرسائل عبر الإنترنت وتأثيرها الكبير على المستهلكين. مثل: 2. الانتقائية: تتيح للزوار التعرف على أنفسهم عند زيارة أحد مواقع الشركة أو رغباتهم أو احتياجاتهم لمنتج ما قبل عملية الشراء ، مما يساهم في توفير طريقة تسويقية سريعة ومتقدمة تساعد العملاء على اتخاذ قرارات شراء أكثر دقة بناء على المعلومات المتاحة. يمكن للشركات الوصول بسهولة ومرونة إلى عدد كبير من العملاء وإيصال المعلومات حول منتجاتها بسرعة وفعالية. ● التسويق عبر الهاتف (Mobile Marketing): تتيح لأصحاب المنتجات فرصة التواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين، يُعتبر وسيلة اتصال مباشرة تستهدف عملاء محددين بعناية، التكلفة المتدنية،