

电子商务之病毒性营销的起源和基本原理电子商务考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/551/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_551082.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/551/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_551082.htm)

病毒性营销并非真的以传播病毒的方式开展营销，而是通过用户的口碑宣传网络，信息像病毒一样传播和扩散，利用快速复制的方式传向数以千计、数以百万计的受众。病毒性营销已经成为网络营销最为独特的手段，被越来越多的网站成功利用。本文介绍病毒性营销的起源和基本原理。1996年，Sabeer Bhatia 和 Jack Smith 率先创建了一个基于WEB的免费邮件服务，即现在为微软公司所拥有的著名的Hotmail.com。许多伟大的构思或产品并不一定能产生征服性的效果，有时在快速发展阶段就夭折了，而Hotmail之所以获得爆炸式的发展，就是由于被称为"病毒性营销"的催化作用。当时，Hotmail提出的病毒性营销方法是颇具争议性的，为了给自己的免费邮件做推广，Hotmail在邮件的结尾处附上："P.S. Get your free Email at Hotmail"，因为这种自动附加的信息也许会影响用户的个人邮件信息，后来Hotmail将"P.S."去掉，将强行插入的具有广告含义的文字去掉，不过邮件接收者仍然可以看出发件人是Hotmail的用户，考试/大每一个用户都成了Hotmail的推广者，这种信息于是迅速在网络用户中自然扩散。这就是病毒性营销的经典范例。这种营销手段其实并不复杂，下面是基本程序：（1）提供免费Email地址和服务；（2）在每一封免费发出的信息底部附加一个简单标签："Get your private, free Email at <http://www.hotmail.com>"；（3）然后，人们利用免费Email向朋友或同事发送信息；（4）接收邮件的人将看到

邮件底部的信息；（5）这些人会加入使用免费Email服务的行列；（6）Hotmail提供免费Email的信息将在更大的范围扩散。美国著名的电子商务顾问Ralph F. Wilson博士将一个有效的病毒性营销战略归纳为六项基本要素，一个病毒性营销战略不一定要包含所有要素，但是，包含的要素越多，营销效果可能越好。这六个基本要素是：（1）提供有价值的产品或服务；（2）提供无须努力地向他人传递信息的方式；（3）信息传递范围很容易从小向很大规模扩散；（4）利用公共的积极性和行为；（5）利用现有的通信网路；（6）利用别人的资源。病毒性营销与生物性的病毒不同，因为数字病毒可在国际间不受制约地迅速传播，而生物病毒往往需要直接接触或其它自然环境的作用才能传播。尽管受语言因素的限制，Hotmail的用户仍然分布在全球220多个国家，在瑞典和印度，Hotmail是最大的电子邮件服务提供商，尽管没有在这些国家做任何的推广活动。考试/大尽管Hotmail的战略并不复杂，但是，其他人要重复利用这种方法，却很难取得同样辉煌的效果，因为这种雪球效应往往只对第一个使用者才具有杠杆作用。电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)