

چکیده

بازاریابی ویروسی و تبلیغات ویروسی یکی از استراتژی‌های نوین بازاریابی می‌باشد که از شبکه‌های اجتماعی موجود برای افزایش آگاهی درمورد برند یا اهداف دیگر شرکت مانند افزایش فروش و.. از طریق فرآیندهای ویروسی استفاده می‌کنند. امروزه اینترنت یکی از ابزارهای مهم و اساسی بازاریابی به شمار می‌رود و با توجه به رهیافت‌های الکترونیکی نوین، نگاه‌ها به بازاریابی ویروسی اینترنتی بصورت گسترده‌ای رو به افزونی یافته است. بنابراین با توجه به اهمیت بازاریابی ویروسی در استراتژی‌های نوین بازاریابی در صنعت و استفاده از اینترنت در ایران به طور چشمگیری افزایش داشته است. پس از تعیین و شاخص‌های مرتبط با متغیرهای مستقل و میانجی و وابسته حاصل از ادبیات پژوهش و تایید خبرگان، پرسشنامه تهیه شده در این تحقیق به تعداد ۳۳۷ نفر از کاربران شبکه‌های اجتماعی تلگرام و فیس بوک در شهر رشت توزیع گردید. با انجام تحلیل‌های آماری توسط تکنیک تحلیل مسیر در محیط نرم افزار PLS و SPSS مشخص گردید و به این نتیجه رسیدیم که تمامی متغیرهای بازار یابی ویروسی بر قصد خرید مشتریان تاثیر دارد.

لغات کلیدی: بازاریابی ویروسی، شبکه‌های اجتماعی، تلگرام، فیسبوک