

Conclusiones

1. El marketing viral se ha venido desarrollado en los últimos años, como una forma innovadora de publicidad a través medios electrónicos principalmente internet. Desde la creación de la web 2.0 se ha marcado una evolución en el desarrollo de la web, lo que ha sido aprovechado por el marketing viral, ya que la web 2.0 ha permitido tener múltiples desarrollos de aplicaciones que involucran la interactividad con el usuario, permitiendo una conducta participativa.

2. El desarrollo del marketing viral se ha dado principalmente a través de la propagación de videos y en redes sociales, donde se aprovecha la interactividad del usuario para propagar la información.

3. La versatilidad del marketing viral permite que sea desarrollado a partir de un correo electrónico hasta algo más complejo, como un juego interactivo. Su finalidad es la propagación del mensaje a la mayor cantidad de contactos, pasando del boca a boca, al clic a clic. Existen diversos tipos de marketing viral y uso depende de lo que se desea proyectar con la campaña, así como del público objetivo al que se dirige.

4. El marketing viral aún no ha tenido un desarrollo significativo en las medianas empresas en El Salvador, debido a diversos factores como el desconocimiento y la desconfianza que dificulta la posibilidad de invertir en algo nuevo, como una campaña viral. En El Salvador se han realizado campañas de marketing viral de forma esporádica, siendo solamente un refuerzo de una campaña en medios tradicionales.

5. Para poder realizar una campaña de marketing viral efectiva es fundamental tener definido el público al que se dirige y la estrategia a seguir. La pieza que se realice, ya sea video, imagen u otro, debe ser original y sorprendente. Es justamente ahí donde interviene el diseño grafico, aportando una respuesta creativa y los recursos adecuados. Con el buen manejo del diseño gráfico se aseguran resultados óptimos de viralización o transmisión del mensaje.

6. El marketing viral tiene un gran desarrollo a nivel internacional. Es importante analizar los ejemplos y fomentar su desarrollo en El Salvador, ya que forma parte de las nuevas tendencias publicitarias y puede aplicarse con éxito en el país si se da a conocer como una forma innovadora de publicidad; además, podría plantearse en cualquier plan publicitario que se proponga, siempre y cuando el público cuente con los recursos (Internet, celular, computadora, etc.)



para acceder a este tipo de campañas.

7. La mayoría de las medianas empresas aplican formas poco efectivas de publicidad, ya que no cuentan con estrategias ni objetivos definidos y se conforman con la realización de una hoja volante en forma esporádica.

8. La falta de conocimiento e inversión en tecnología es una barrera que no permite que las medianas empresas se den a conocer en medios web, ya que la mayoría no cuenta con página web ni correo electrónico y no ven necesaria la publicidad en Internet. La mayoría no le toma importancia a este tipo de publicidad y prefieren seguir haciendo piezas gráficas de forma esporádica sin un plan publicitario definido y sin estudiar los resultados obtenidos con cada acción de comunicación.

9. El marketing viral ayudaría en gran medida a las medianas empresas, ya que es una forma de publicidad económica y de rápida propagación. Sus beneficios pueden ser vistos a corto plazo y permite la medición de respuestas de parte del público objetivo.

10. El desarrollo de una campaña viral tiene como herramienta principal la ejecución del diseñador gráfico, ya sea desde algo sencillo como un correo electrónico a algo más complejo como un video o juego interactivo. De su aporte dependerá el éxito de la campaña, ya que debe verse un buen acabado y ser percibido de forma adecuada por el público objetivo.

11. A pesar de que existen empresas que se dedican al marketing viral en El Salvador, este tipo de publicidad aún no cuenta con un reconocimiento adecuado.



Recomendaciones

1. El marketing viral es una estrategia publicitaria que debe promoverse en El Salvador, debe seguirse el ejemplo de otros países y tener una mayor creatividad para poder dar a conocer los productos y servicios de una empresa a través de los medios publicitarios web, en específico a través del marketing viral.
2. A la hora de diseñar una estrategia de marketing viral deben tomarse en cuenta muchos factores: el público objetivo, la duración de la campaña, que se desea transmitir y la forma más idónea de propagarse. De esta forma hay una mayor probabilidad de éxito y que puedan cumplirse los objetivos propuestos.
3. Es importante innovar en los recursos gráficos pasar de imágenes estáticas a realizar algo animado, si es ilustración es importante el acabado todo dependerá de lo que se desea transmitir y en que medio se visualizará.
4. Debe tomarse en cuenta el formato digital en el que se realizara el mensaje, tener en cuenta detalles como la resolución y el lenguaje gráfico. Además debe poderse observar en cualquier computadora, ya que de lo contrario se tendrá una barrera para recibir el mensaje.
5. A la hora de enviar un mensaje viral debe hacerse de una forma amigable y que genere sorpresa, de forma que el receptor no lo perciba como algo malintencionado y lo considere como spam.
6. Las posibilidades del marketing viral son muchas. Se deben plasmar las ideas de forma creativa y haciéndolo en el medio más idóneo. Se debe evaluar la forma grafica, ya que una aplicación en Facebook llamará mayormente la atención que sólo enviar una imagen por correo.
7. Entre más simple sea de enviar el mensaje, se podrá propagar de una forma más fácil y se tendrá un mayor incentivo si se recibe algo a cambio.
8. A la hora de publicitarse en redes sociales debe transmitirse el mensaje de la forma más clara y que llame la atención, si se habla en nombre de una marca debe cuidarse que no se pierda la línea gráfica y la imagen de la empresa.



9. Se debe instruir a las medianas empresas sobre el marketing viral y en qué consisten las estrategias de este tipo de publicidad, a fin de fomentar confianza y poder empezar a desarrollar estas estrategias publicitarias en este sector.

