

Jako pierwsze wzory marketingu wirusowego są podawane sukcesy firmy Hotmail oraz darmowa usługa poczty e-mail proponowana przez Microsoft.

### Key words to remember

benefit • by word of mouth • ease of implementation • encourage • e-mail marketing • facilitate • forum • interactive network • junk e-mail marketing • low cost • marketing phenomenon • marketing message • mass quantities • pass along • potential for broad reach • recipients • spam marketing • unwanted • viral marketing

## 3.4 MARKETING SPOŁECZNY

Koncepcję marketingu społecznego (**social marketing**) przedstawili w latach 70. ubiegłego stulecia P. Kotler i G. Zaltman. Chodziło o zastosowanie zasad marketingu komercyjnego (**commercial marketing**) do propagowania (**propagation**) koncepcji (**ideas**) i zachowań (**behaviors**), które winny powodować korzyść społeczną (**social benefit**) i zmianę (**change**).

U podstaw marketingu społecznego leżały następujące stwierdzenia:

- marketing może oddziaływać (**influence**) na nasze działania (**action**), a działania mogą być podejmowane w każdej sytuacji, gdy grupa docelowa (**target audience**) stwierdza, że uzyskane korzyści będą większe od ponoszonych kosztów
- programy wpływające na nasze działania będą bardziej skuteczne, jeśli będą oparte na zrozumieniu problemu percepcji grupy docelowej (**target group perception**).

Jako przykłady marketingu społecznego można wskazać zmiany zwyczajów żywieniowych (**eating habits**) lub zwyczajów picia (**drinking habits**) w społeczeństwie w ramach promocji lepszego zdrowia, czy kampania promująca oszczędzanie energii (**energy conservation**).