FORMAREA ŞI DISTRIBUIREA ELEMENTELOR DE CONŢINUT VIRAL PE PLATFORMELE TIKTOK ŞI INSTAGRAM

***Valeria MUNTEANU*,**

studentă, anul III, Facultatea de Științe Economice, Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 339.138:004.738.5 E-mail: valerica.munteanu2003@gmail.com

Marketingul viral reprezintă o strategie tot mai frecvent utilizată în promovarea online, datorită eficienței sale în mediul rețelelor sociale precum TikTok și Instagram. Lucrarea analizează cum se formează și se distribuie conținutul viral, având ca studiu de caz compania AUTOMALL SRL, unul dintre principalii furnizori de piese și componente auto din Republica Moldova. Scopul principal al cercetării a fost de a analiza eficiența conținutului publicat de companie pe rețelele sociale și de a elabora recomandări strategice pentru optimizarea prezenței sale online.

CAPITOLUL 1: În analiza efectuată, s-a constatat că marketingul viral implică transmiterea rapidă a unui mesaj prin participarea activă a utilizatorilor. Pe platformele TikTok și Instagram, succesul viralizării este influențat de formatul video scurt, integrarea elementelor muzicale populare, urmărirea trendurilor și stimularea unei reacții emoționale. Campanii precum „Share a Coke” sau „Ice Bucket Challenge” demonstrează în mod clar eficiența strategiilor ce combină emoțiile, personalizarea și interacțiunea activă cu publicul.

CAPITOLUL 2: În partea practică, am analizat prezența companiei AUTOMALL pe platformele de social media și am identificat câteva aspecte esențiale care necesită o atenție deosebită. Printre principalele probleme se regăsesc frecvența scăzută a postărilor, precum și conținutul repetitiv și insuficient adaptat tendințelor actuale. Aceste deficiențe au generat o vizibilitate redusă a paginii și un nivel redus al interacțiunii cu audiența.

CAPITOLUL 3: Ca soluție, pentru îmbunătățirea prezenței companiei pe rețelele sociale, am elaborat un plan lunar de conținut ce cuprinde reels educative, postări interactive și propunerea conceptului innovator „AUTOMALL Mystery Box”.

Planul lunar de conținut - Acest plan prevede 3 postări săptămânale – luni, miercuri și vineri, pe ambele platforme, cu diverse tipuri de conținut. Are scopul de a asigura o prezență constantă și atractivă în mediul digital astfel încât brandul să fie mereu vizibil în feed-urile urmăritorilor, dar și să fie favorizat de algoritmii platformelor TikTok și Instagram, să existe diversificarea tipurilor de conținut, pentru a evita monotonia și a menține interesul audienței precum conținut educativ, amuzant, testimoniale de la clienți, tutoriale scurte, sondaje și concursuri. Publicarea regulată conform acestui calendar bine structurat o să atragă și o să mențină atenția publicului țintă.

Săptămâna 1

- **Luni:***Postare educativă* – „Cum alegi corect piesele auto pentru modelul tău?”
- **Miercuri:***Postare produs* – Fotografie cu o piesă nouă în stoc + descriere + preț promo
- **Vineri:***Reel/TikTok* – Video scurt „Top 3 greșeli frecvente când montezi filtrul de aer la mașină”

Săptămâna 2

- **Luni:***Postare „Știai că...?”* – Curiozitate despre piese auto aftermarket vs. originale
- **Miercuri:***Behind the scenes* – Poză/clip scurt din depozit: cum sunt pregătite comenzile sau cum are loc o livrare
- **Vineri:***Promoție săptămânală* – Reducere 10% la acumulatoare (valabil 3 zile).

AUTOMALL trebuie să posteze la ore potrivite, să răspundă și să comunice activ cu urmăritorii și să folosească metode naturale pentru a crește vizibilitatea conținutului, astfel încât să-și îmbunătățească prezența pe rețelele sociale.

Conceptul „AUTOMALL Mystery Box”constă în cutii-surpriză care conțin diverse produse din stoc– piese auto, accesorii, obiecte promoționale, sau vouchere. Fiecare cutie depășește prețul plătit de client, însă conținutul rămâne secret până la deschidere în cadrul unei sesiuni TikTok sau Instagram LIVE. Obiectivul campaniei de 4 săptămâni este creșterea rapidă a vizibilității brandului și atragerea de clienți noi. De ce 4 săptămâni? Deoarece perioada scurtă creează un sentiment de urgență, motivând participarea publicului prin limita ofertei.



Figura 1. Cutii „AUTOMALL Mystery Box’’ prezentare vizuală a conceptului de campanie promoțională

Sursa: Elaborat de autor conform inteligenței artificiale [14]

Campania ,,AUTOMALL Mystery Box’’ se poate dovedi a fi o soluție eficientă de promovare pe rețelele sociale, care combină elemente de surpriză, divertisment și interacțiune directă cu publicul. Prin intermediul acestor cutii misterioase, compania poate atrage atenția urmăritorilor într-un mod original și captivant.

CONCLUZII: Pe baza cercetării efectuate am concluzionat că AUTOMALL nu exploatează eficient aceste platforme, având un conținut care nu reușește să atragă audiența dorită. Pentru a îmbunătăți rezultatele, este important ca postările să fie creative și diferite față de cele deja existente, iar frecvența publicării să fie ridicată — cu cât se postează mai des, cu atât crește vizibilitatea în feed-ul utilizatorilor. Astfel prin stabilirea unui calendar lunar de conținut, postări regulate, conținut original adaptat trendurilor AUTOMALL își poate întări prezența online.

RECOMANDĂRI:

1. Recomand crearea de postări scurte și originale.
2. Realizarea unui plan lunar de conținut, pentru a menține un ritm frecvent de postări.
3. Punerea în practică a campaniei „Automall Mystery Box”.
4. Colaborarea cu influenceri, deoarece aceștia au deja un public mare.

Referințe:

• *Articole:*

1. Bishqem, K., Crowley, M. *TikTok Vs. Instagram: Compararea algoritmilor*. Volumul 11(2022), pp. 1-2. Disponibil la: https://www.jsr.org/hs/index.php/path/article/view/2428/1207

• *Surse internet:*

2. Apte, G. *Povestea din spatele campaniei Coca-Cola „Share a Coke”*. Disponibil la:https://gauriapte2706.medium.com/the-story-behind-coca-colas-share-a-cokecampaign12
3. AutoMall. *Pagina de Instagram a companiei AutoMall*. Disponibil la:https://www.instagram.com/automall.md/
4. AutoMall. *Pagina de TikTok a companiei AutoMall*. Disponibil la:https://www.tiktok.com/@automall.md
5. AutoMall. *Site-ul oficial al entității AutoMall.* Disponibil la: https://automall.md/About.aspx
6. Leonardo AI. *Generare de imagini*. Disponibil la: https://app.leonardo.ai/image-generation

Recomandat

***Neli DILAN,** dr, lector univ.*