

FunnyFox: Firefox se lance dans le marketing viral

La Fondation Mozilla aime les coups de pub. Après s'être payé une page de pub dans la presse américaine pour promouvoir la version 1 de Firefox, l'association lance une nouvelle initiative, cette fois plus originale.

La Fondation a commandé « FunnyFox », une série de trois publicités en vidéo destinées à être diffusées directement par e-mail par les internautes. C'est ce qu'on appelle le marketing viral. Une pratique originale mais risquée. Le marketing viral ne vit que par le bouche à oreille. Il faut donc que le contenu des publicités vaille le détour. Et c'est le cas, les trois films (« The Office », « The Mobile », « The Notebook ») conçus par l'agence de communication française Pozz (spécialisés dans les publicités en ligne) sont plutôt bien foutus et rigolos. Objectif: démontrer la valeur ajoutée de Firefox face à la concurrence, en l'occurrence Internet Explorer. La stratégie devrait payer et permettre à Firefox d'accélérer le rythme de son adoption. Selon certaines études, le navigateur aurait déjà atteint les 10% de part de marché. Cette campagne pourra également faire oublier la multiplication des failles qui frappent le logiciel. Une multiplication qui commence à prendre de la vitesse... A vous de juger ces pubs sur: Funnyfox.org.