

ALEX DÜSSELDORF FISCHER

REICHER ALS DIE GEISSENS

Mit null Euro Startkapital in fünf
Jahren zum Immobilien-Millionär

Mehr kostenlose Inhalte und Kurse unter:

www.alex-fischer-duesseldorf.de

© Alex Fischer | Hüttenstr. 31b | 40215 Düsseldorf

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise –
nur mit Alex Fischers Genehmigung wiedergegeben werden.

Inhalt: Alex Fischer

Herausgeber: AF Media GmbH, Opladener Straße 149, 40789 Monheim
Herstellung: A8 Medienservice GmbH: www.berliner-buchdruck.de, Berlin
Projektmanagement & Design: www.buchkodex.de, Düsseldorf

ISBN 978-3-9818061-0-6

Pareto in der Anwendung

Viele reden über Pareto, aber wie genau wendet man die Regeln an?

Die nächste Nuss, die es für mich zu knacken gab: Irgendwie wusste ich, „mit Pareto liege ich richtig“, aber ich wusste nicht die genauen Schritte, mit denen ich diese Formel anwenden sollte.

Ich fragte alle möglichen Leute, aber diesmal konnte mir wirklich gar keiner helfen. Also musste ich es alleine ausknobeln. Darin hatte ich ja schon Erfahrung und mich auch mit einigen wichtigen Prinzipien vertraut gemacht.

So funktioniert's

Stellen wir uns einmal vor, du bist Bäcker und hast 100 Kunden. Dann wissen wir gemäß Pareto, dass 20 % von ihnen 80 % des Umsatzes machen, während 20 % deiner Kunden 80 % der Arbeit machen. So kann man das folgendermaßen unterteilen:

Das Pareto-Prinzip



Wir sehen hier also auf der linken Seite deine „Good 20“, auf der rechten Seite sehen wir deine „Bad 20“ (die 80 % der Arbeit machen) und irgendwo in der Mitte die verbleibenden 60 % („Mid 60“).

Als ich Pareto zwar kannte, aber nicht wirklich verstand, sagte ich immer: „Nächstes Jahr werden wir die Kundenanzahl verdoppeln.“ Was ich dabei vergaß: Ich verdopple nicht nur die „Good 20“, sondern vor allem auch die Arbeit/den Ärger („Bad 20“). Und das ist eine sehr beliebte Art und Weise, den Rhein flussaufwärts zu schwimmen und ungeheuer gestresst zu werden.

Du hast aber dieses Buch von Anfang an sehr genau gelesen, und deswegen weißt du Folgendes:

1. 20 % der 100 Kunden machen 80 % des Umsatzes.
2. 20 % machen 80 % der Arbeit.

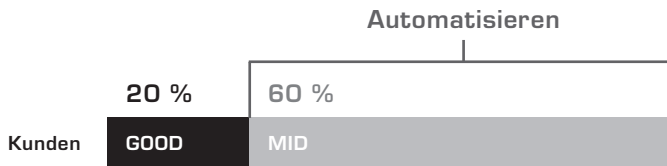
Folgende Vorgehensweise praktiziere ich nunmehr seit einigen Jahren, und seitdem fühlt es sich an, als wenn ich mit einem Schnellboot den Rhein nach unten fahren würde:

1. Trenne dich aktiv von den „Bad 20“, indem du sie entweder aus deiner Mailingliste streichst oder dich aktiv von ihnen verabschiedest.



Vielleicht in der Art: „Es tut mir leid, aber irgendwie hat das mit uns beiden nie wirklich geklappt, und das liegt wahrscheinlich daran, dass wir von der Zielgruppe her nicht perfekt auf Sie ausgerichtet sind. Deswegen möchte ich Sie bitten, zum Mitbewerber XY zu gehen, der, glaube ich, wirklich besser für Sie geeignet ist.“

2. Die „Mid 60“ versuchst du zu automatisieren oder zu delegieren. Hier gilt die Regel: Sie werden geserviced (ich mache das mit vollautomatisierten Serviceabläufen, bei Anrufen zum Beispiel sind wir natürlich hilfsbereit), aber wir bewerben diese Zielgruppe nicht proaktiv.



3. Jetzt kommen wir zu den „Good 20“, und hier wird es interessant. Bei denen setzt du dich auf den Schoß. Geh mit ihnen essen, werde ihr bester Freund, finde heraus, was sie wirklich für Probleme haben, was ihre Schwachstellen sind, welche Bedürfnisse sie haben etc. Das sind deine VIPs. Wenn die VIPs Schnupfen bekommen, stehst du mit der Apotheke da.



Energie wird ausschließlich auf die „Good 20“ gerichtet, mit dem Ziel, diese zu vermehren

Erinnere dich daran, dass das, worauf du deine Energie richtest, mehr wird, wie im vorherigen Kapitel beschrieben. Du beginnst also deine Energie ausschließlich auf die „Good 20“ zu richten, mit dem Ziel, bis zum nächsten Jahr aus den „Good 20“ wieder volle 100 Kunden zu machen.



Bedenke auch, wie zuvor im Buch beschrieben: *Die Zielgruppe kennt die Zielgruppe.*

Es kommt hierbei nicht darauf an, ob du exakt bis Ende des Jahres aus den 20 dann 50 oder 100 gemacht hast. Es geht um das Prinzip, dass die „Good 20“ in Zukunft deine neue 100-%-Basis werden sollen. Damit hast du das Niveau extrem angehoben (Fokus auf die „Good 20“), und außerdem hast du ab jetzt 80 % mehr Zeit, da du die „Bad 20“ losgeworden bist.

Alle Jahre wieder

Am nächsten Jahresende hätte unser Bäcker aus den „Good 20“ in unserem Beispiel wieder 100 gemacht, indem er seine ganze Energie ausschließlich in sie investiert. Und sobald er das erreicht hätte, würde er das gleiche Spiel wieder machen:

Er würde wieder unterteilen in „Good 20“, „Mid 60“ und „Bad 20“. Vergiss aber nicht, du bist jetzt auf einem viel höheren Niveau als vorher. Was vorher deine Top 20 waren, sind jetzt deine 100. Diese Durchschnitts-100 unterteilen sich wieder in „Good 20“, „Bad 20“ und „Mid 60“. Und dann machst du die Schritte 1 bis 3 und wiederholst das Jahr

für Jahr. Ich habe jetzt dieses Beispiel nur in Bezug auf Kunden angeführt. Aber denk daran: Pareto gilt nun mal für alles. Du kannst das Wort Kunden auch ersetzen durch:

- » Aktivitäten
- » Ernährungsgewohnheiten
- » Sport
- » Freunde
- » etc.

Bedenke dabei, dass ich diese Regel nicht erfunden habe und Pareto auch nicht. Pareto hat sie nur festgestellt. Wer sie installiert hat, weiß ich nicht. Ich weiß aber, dass sie existiert wie ein Naturgesetz. Springst du aus dem Fenster, schlägst du auf dem Boden auf. Verstößt du gegen Pareto, schwimmst du den Rhein flussaufwärts.

Und nach diesen Prinzipien sind auch dieses Buch und all mein Content aufbereitet. Ich versuche dir immer die wichtigsten Sachen zu geben („Good 20“), mit denen du den größten Nutzen erzielen kannst (80 % des Ergebnisses), ohne dass du dich in sinnlosen Details verlierst („Bad 20“).

Teste dein Verstehen:

- + Definiere für dich die „Good 20“, „Mid 60“ und „Bad 20“.
- + Welche drei Schritte solltest du an jedem Jahresende an deinen Kontakten/ Aktivitäten etc. durchführen?
- + Worauf richtest du deine Energie und welches Ziel hast du dabei?
- + Um wirklich viel Zeit zu sparen und deutlich mehr Ergebnisse in der gleichen Zeit zu erhalten, solltest du dir meine „90-Tage-Challenge“ anschauen und die 6 Übungen und Coachingfragen auf Seite 32 durcharbeiten.