

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

Wie du „viral gehst“

Die Macht der Mund-zu-Mund-Propaganda

Was meine ich mit „viral gehen“? Wir kennen diesen Begriff von YouTube-Videos, Facebook-Posts etc. Mit viral gehen meint man, dass Dinge eine so große Zustimmung bekommen, dass sie sich scheinbar von selbst wie Viren fortpflanzen und ein exponentielles Wachstum bekommen.

Wie ich wieder einmal lernen musste, passiert nichts zufällig auf dieser Welt (alles ist Ursache/Wirkung). Wäre es nicht schön, wenn mehr Dinge viral wären? Zum Beispiel dein Freundeskreis? Deine Geschäftspartner? Dein Einkommen und deine Umsätze? Dein Purpose, sofern du ihn schon gefunden hast? Etc.

Warum Leute Empfehlungen geben

Ich war lange Zeit der Meinung, dass der Grund, warum ich geschäftlich oder privat weiterempfohlen wurde, der wäre, dass die Leute mit mir und meiner Leistung zufrieden wären. Wie ich jetzt weiß, ist das leider inkorrekt. Zufriedenheit ist die Grundvoraussetzung, aber es motiviert keinen Menschen dazu, dich zu empfehlen oder „deine Message“ weiterzutragen.

Was ist also der geheime Schlüssel zur Viralität? Sehen wir uns doch einmal Apple an. Die ganze Welt ist sich darin einig, dass Apple perfektes Marketing mache. Wenn ich dann einmal gegenfrage: „Ja gut, aber was machen die denn genau? Und siehst du viel Werbung von denen?“, dann bekommt man normalerweise ein nachdenkliches Gesicht. So war es auch lange Zeit bei mir.

Irgendwann kam ich schließlich dahinter: Der wirkliche Schlüssel, warum Leute anfangen, etwas weiterzutragen, lag in deren Motivation: **Leute empfehlen Dinge und Menschen, von denen sie denken, dass durch die Empfehlung der eigene soziale Status angehoben wird.**

Was ist damit gemeint? Schauen wir es uns erst einmal negativ an: Warum geben Kunden ihren Versicherungsberatern so ungern Empfehlungen? Weil sie befürchten, dass, wenn der Versicherungsberater (mit dem sie selber sehr zufrieden sind) bei ihren Freunden und Bekannten anruft, sich das auf ihren eigenen Ruf und das Ansehen bei den Freunden negativ auswirken könnte ...

Wie man das triggert

Umgekehrt baut Apple ganz absichtlich in seine Produkte spektakuläre Gadgets (Eigenschaften und Dinge) ein, die dafür sorgen, dass der Besitzer des neuesten iPhones von seinen Freunden ein „Boah, ist das cool!“ zurückbekommt. Er sieht sich also in seinem Status erhöht und macht weiter damit, es herumzuziehen. Denn Menschen lieben es, positives Feedback für ihre Aussagen zu bekommen. Möchtest du also, dass du oder deine Tätigkeit „viral gehen“, musst du eigentlich nur eine Sache sicherstellen:

Sorge dafür, dass die Leute (a), die dich (b) weiterempfehlen, von dem Empfänger (c) der Empfehlung (ihrem Freund) ein „Hey, boah, danke!“-Feedback zurückbekommen (c sagt zu a: „Danke, dass du (b) empfohlen hast“).



Da gibt es natürlich Hunderte von Möglichkeiten, wie man das tun kann. Ich habe mich in einigen meiner Videos intensiver damit auseinandergesetzt. Ich führe das in diesem Buch deshalb auf, damit du verstehst, wie wichtig der Faktor Manieren/Kinderstube/Benehmen ist. Ebenso, wie wichtig es ist, dass du mit deiner Dienstleistung und deinen Aktionen das Ziel verfolgst, Leute wirklich zu Fans zu machen. Und sie werden immer stärkere Fans, wenn sie extrem positive Rückkopplung bekommen.

Und auch hier siehst du wieder, dass auch scheinbar zufällige Dinge nicht zufällig sind. Wir sind uns aber auch einig, dass das schwer zu erreichen ist, wenn das, was du tust, nicht dein Purpose ist.

Virale Videos aus YouTube

Ein guter Freund, mit dem ich mich oft austausche, ist, wie ich vorher schon erwähnte, Alexander Christiani. Er hat virale Videos auf YouTube analysiert und kam darauf, dass es immer drei Komponenten gibt:

1. Die Person ist ein wenig Freak (hebt sich von Normalbürgern ab).
2. Der Freak bricht die Regeln (er bricht unnötige, schlechte und veraltete Regeln).
3. Durch den Freak als Pionier und Regelbrecher besteht die Möglichkeit, dass sich an Missständen in der Gesellschaft etwas ändert.

Natürlich geben solche Videos auch positives Feedback für den Empfehlungsgeber.

Teste dein Verstehen:

- + Was ist der wahre Grund, warum Leute (dich) weiterempfehlen?
- + Wie kannst du das triggern und dabei gerade auch die Regel „underpromise – overdeliver“ anwenden?
- + 7 weitere Übungen und Coachingfragen, die dir dabei helfen sollen, deine Reichweite zu vergrößern, viral zu gehen und auf jeder Ebene ein gerne gesehener Gast zu sein, findest du im Workbook Nr. II der „90-Tage-Challenge“ auf Seite 53. Um nicht versehentlich gegen diese oder andere bewährte Charisma-Gesetze zu verstoßen und dich dadurch selbst zu sabotieren (oder vielleicht sogar in die Pleite zu stürzen), schaue dir dieses Erklärvideo über die „90-Tage-Challenge“ auf meiner Webseite an: **www.alex-fischer-duesseldorf.de/90TC-erklavideo**