

Hogy terjedjen úgy a terméked híre, mint az influenza?

Jonah Berger: Ragályos! - Hogyan terjed a siker? - HVG, 2017

Szeretnéd tudni, mitől válik virálissá egy-egy Facebook-posztod? Szeretnéd tudni, hogyan lehet elérni azt, hogy terméked/szolgáltatásod kézzől-kézre adják a vevők és önmagát adja el?

Én azzal a szándékkal olvastam el ezt a könyvet, hogy ezekre és hasonló kérdésekre választ kapjak.

A hat alapelv, ami a könyv szerint a viralitás alapja, a következő:

- **Közösségi valuta:** megosztjuk azt, ami érdekesebbé, fontosabbá, menőbbé, tesz ismerőseink szemében. Példa: Én voltam azon a színdarabon, amire szinte lehetetlen jegyet venni.
- **Kiváltó impulzusok:** ha a marketinges talál olyan kiváltó impulzust, ami összekapcsolja a terméket a vevővel, akkor nőni fog a fogyasztás. Pl: 1997 nyarán indult a Marsra a Pathfinder szonda. Emiatt - mert sokszor szerepelt a hírekben - a Mars szelet fogyasztása megugrott.
- **Érzelem:** minden olyan érzelem, amely növeli az arousal-szintet (arousal: kb. éberségi, izgalmi állapot), megosztásra készlet.
- **Nyilvánosság:** szeretjük utánozni ismerőseinket és azokat, akiket látunk. Ezért, ha el tudjuk érni, hogy a termék/szolgáltatás nyilvánosságot kapjon, maga az, hogy mások használják, növelheti az eladásokat. Pl. bebizonyították, hogy Amerikában a szomszédok autót vásárlása befolyásolja azt, hogy vesznek-e autót: kb. minden 8. autót a társas befolyás hatására vettek meg.
- **Gyakorlati érték:** szeretünk gyakorlati értékkel bíró információkat megosztani másokkal. Ezért népszerűek a "Hogyan csináld" videók például. A segítségnyújtás vágya motiválja ilyenkor a megosztókat. (Ebben a fejezetben el van rejtve egy árazási minikurzus is).
- **Történetek:** "az információ a csevegésbe rejtve utazik". (228. oldal). Például, ha egy cég kiemelkedően jól bánt velünk egy probléma megoldásában, elmondjuk másoknak - de a cég nevét is - ez ajánlás és reklám a cégnek.

Az alapelvek közül nem kell mind a hatot használni, akár egy is sikert érhet el.

Szubjektív véleményem: érdekes volt elolvasnom ezt a könyvet. A hat alapelvből - kisvállalkozóként - négyet biztosan tudok alkalmazni, alacsony marketing költségvetéssel is. Ezért a gyakorlati értéke magas és adott új ötleteket és inspirációkat. Az olvasás is élményt jelentett, mert én élvezem a szociálpszichológiai irodalmat - és ez olvasmányosan és könnyedén volt megírva, mégis igényes és megfelelően alátámasztott. - **AJÁNLOM!**

"Így született meg George elméjében az az ötlet, amely végül híressé tette Tom turmixgépeit. 50 dolláros (nem 50 milliós, de még csak nem is 50 ezres!) kerettel felvértezve fogta magát és vásárolt néhány üveggolyót, golflabdát és egy gereblyét." (27. oldal).

Az eseteket ne másold, mert némelyik idejétmúlt már, a szemléletet vedd át. Pl. a Pandás reklám nekem tetszett, de a 11 éves lányomnak már nem.

A cikk eredetijét, illusztráló és inspiráló videókkal együtt itt olvashatod:

<https://ertekestamogatas.hu/ragalyos-hogyan-terjed-a-siker-jonah-berger/>

Fejlesztetni akarod a céged értékesítését vagy a sajátodat? Olvasd a blogom! www.ertekestamogatas.hu