12. 人际关系总揽⑤：影子内阁与外面的大哥（上）

2019-04-25 08:12:52

避免断更，请加微信1225791460

这一 part 是人际关系总揽最后一节的上半 part。

等最后一节彻底结束后，接下来就是根据各种场景划分了。

在人际关系总揽里，我们说过各种各样较为亲密的合作关系，比如说跟员工、跟合伙人、跟外部的合作方巴拉巴拉。而这一节 **外面的大哥 & 影子内阁** 这个，**看上去是比较松散的**。

说白了就是一些外面的人，可能也不是出于纯粹的情谊和愉悦度来结交的，至少内心暗藏着“迟早有一天这人我用得上”的小九九。

先大概明确下定义：

外面的大哥

比较好理解，就是一些行业大佬，颇有社会关系及财富的一些人。说白了可能比你的财富和事业成就高到不知道哪儿去。或者说十分有权，俗称“北京有人”。拔根儿腿毛比你大腿还粗的那些老鸡巴登。男女不限，但是“大哥”听上去朗朗上口一些，大姐令我想到闲人马大姐，个么还是叫大哥好了。

影子内阁

最早是个政治学上的概念，然后被一些投资机构用来教育自己的被投企业，大概的定义是：

你有一帮很有本事的朋友，这批朋友有可能给予你的事业很大的帮助，绝大多数时候表现为在某个业务环节很有能力或资源。但出于某种原因，他们无法成为你的员工或者股东。有点类似于智囊团。

为什么叫影子内阁呢？是因为明面上，他们跟你是没有关系的。但实际上，就像首相组建的内阁一样，可以在某个方面发挥极其重要的作用——甚至比你的员工和合伙人更厉害。

不能成为你的员工或者合伙人的主要原因无外乎：你现在还比较穷、比较弱，而对方有更好的去处，或者自己的产业。**因为客观的经济因素和个人发展因素考虑，你们暂时不能展开合作。**

但并不排除你们以后会达成更深度而强力的合作关系。

因为这两种人本质上不是你公司的人，既不是员工也不是股东，所以具有类似的属性。
因为他们是“外人”，所以在绝大多数时候，他们对你构不成太多的影响力（尽管可能某个瞬间会发挥极强的影响力）。

属性相似，区别微小，放在同一章来“总揽”一下。

人生很多事的逻辑都很相似。

避免断更，请加微信1225791460

避免断更，请加微信1225791460

例如做生意，创办一家企业：

- 既需要思考 short-term 的现实问题，例如如何让这一年开始盈利，或者达到 xxxx 业务水平
- 又需要思考 long-term 的部署问题，例如如何让这个公司 5 年内资本化，例如上市，例如被不错的价格收购，或者就变成一个真正下金蛋的母鸡

做一个生意人也是一样：

- 既需要思考如何在最近几年赚到钱（作为人生的 short-term）
- 又需要思考如何在未来几十年持续不断地保持进账能力（作为人生的 long-term）

避免断更，请加微信1225791460

有的时候转换起来，比较难。

我的感受是，short-term 的事，绝大多数要靠自己的主观努力。**long-term 的事，真的是靠缘分。**

联系微信客服1225791460进同步更新群

这种缘分包括，你掌握了一条十分值钱的信息，这信息一定不来自公开渠道而是私下被授予的。你被一个人赏识，或者你和一个十分有本事的人合作。没有一个生意人可以独立地靠自己，或靠当下的“自己人”，去保持 long-term 的竞争力。

俗话说得好：

缘（或者说幸运），妙不可言。

意思是此事肥肠稀缺，不太容易碰到。我们唯一能做的，**就是构建缘**

分发生的可能性（为 long-term 奠定基础），与此同时，仍然把我们手头的事做到好。

所以我们这章会花很多篇幅去讲一下：

- 如何合理安排商务社交的时间——因为你的精神头是有限的，你能付出的时间成本也有限
- 如何最大化提升商务社交的效率——让缘分真的高效发生
- 以及一些坑点

一、如何看待商人之间的社交

跟这两种对象的交往，很少发生在你的办公室，它发生在咖啡馆、饭局、行业聚会或者微信里。

线上的交流是没什么时间成本的，聊聊天而已的，通常——还有一个明确的主题。你通常只在有明确主题时发起对话，对方也是一样。

联系微信客服1225791460进同步更新群

但线下的交流不是。

线下的交流主题十分空泛，其实人们只是希望可以认识人而已。因此线下的交流通常都会找一个由头，例如行业讨论会、酒会或者下午茶等等。或者以组织的名义举办，譬如民主党派。

目的是资源整合，但要找些无关的理由把一些人聚在一起。

这些理由和“你心目中的资源整合”，其实关联性很牵强。

请加微信1225791460

我举个例子，我们家的勃艮第和香槟，伺候过很多有钱人的酒会，但我们比他们还清楚——酒只是一个噱头，他们只是想找个理由聚在一起。然后，他们会发发朋友圈，把这个场合形容成一个十分纯洁的品酒行为，但实际上，他们并不关心喝了什么酒，因为酒不是真正的主角。

综上所述：
绝大多数线下社交，都需要你自己找主题。因为明面上的主题是给不了你太多帮助的。

你有可能是想请教一个问题，或者想寻求一种合作，都可以算是属于你的主题，或至少有利于你。

但你如果宽泛地去参加一个线下活动——你没有什么具体的事，你的实际回报就是加了一圈微信。

实际上大家都知道，加了一圈微信并没有什么卵用。不管这个人多么有钱有势，你们如果没有具体的事要谈，他基本上就死在你的微信里了。对于我来说，这样的社交质量是十分差的。

我更愿意和一位人才在一个我们能给彼此留下十分美好印象的场合里见面，并且见面就可以延展出合作的希望，而不是在一个很混杂很空洞的商务场合。

就好比股票不卖就无所谓赚还是赔一样，**躺在微信里的人，如果没有给你启发 or 发生合作（哪怕是极小规模的合作），不管他多么有钱有势，那就是死人。**

避免断更，请加微信1225791460

联系微信客服1225791460进同步更新群

在现在这个年代，没有必要为了加一圈牛逼人而东奔西走，**因为社交网络过于发达，所谓的“弱关系”，几乎是极致的扁平化。**

想认识什么大佬，很容易。**但让他对你的项目有兴趣，很难。反过来说，当你很牛叉的时候，大佬甚至会闻着你的味儿就凑过来了。**就连最注重阶级观念的英国人，皇室还要巴巴儿发个爵位给平民出身的贝克汉姆。

所以，没必要为了社交而社交。更没必要为了攒牛逼人的微信与合影而社交（这玩意儿不管用了）

避免断更，请加微信1225791460

这件事的底层逻辑依然是“**人类社会一切都看排位**”，即：

- 人人都很聪明，那你即便很聪明也不聪明
- 人人都心理有病，那么心理学疾病就不算疾病，而是算人类的共同进化
- 人人都认识有钱人，那你即便认识有钱人你也不算认识有钱人

因为所有小鱼小虾都认识大哥，相应的大哥也认识很多小鱼小虾。**那么可想而知能激发出大哥们多大的社恐，以及对人类愚蠢程度更深刻的理解。**

过去的生意人，出身在改革开放初期，是典型的供小于求的卖方市场。高高在上，凭借着垄断性资源（例如牌照和某种专利技术）打开局面。几乎不和人民群众接触，自恃精英。当然，正因为他们的敛财手段是“这样的”，不可告人的秘密也很多，又有 culture revolution 时

1225791460

代残留的可怕记忆，因此习惯性低调。

习惯性低调的结果是：**一个商人能接触到的人，一般社会角色也就跟他差不多。**
（他们那会儿是不需要、也确实没有跟老百姓接触的，正因为当时商人少，又是刚从古代那种阶级严密的社会转型过来，因此员工也分外珍惜这份工作，很奴性，对老板唯命是从——因此不会有什么杠精。）

但如今不一样。如今是供大于求的买方市场。新行业的新贵，无疑需要与很多群众接触、与媒体接触，人们看待富人的眼光也不那么奴性。再加上社交网络的发达导致世界越来越扁平。

个么就造成一个情况：
现在的大哥，比过去的大哥接触到的蠢货、或者浪费他们时间的人的数量，比以前多多了。

前一阵经纬出了个煽情创业电影，叫《燃点》。我的一位朋友看到了一个场景，就是一个没什么经验、异想天开的小孩去找经纬的老大张颖。然后我的朋友说：尽管那个小孩是挺蠢的，但我不喜欢张颖，他的态度十分恶劣，像个 bitch。

对，我也觉得他态度很恶劣，没耐心，像个 bitch。

但你设身处地去想想：
如果你一个月内要见到 100 个蠢货，同时你只要见到 1 个牛逼人就可以赚很多钱，**你在见到蠢货的时候还会有耐心吗？**

避免断更，请加微信

你只会觉得他们好像故意组团来浪费你的时间、恶心你一样。

所以当我们觉得西方那些 old money 多么优雅体面、待人亲切，是因为一来他们深知自己是特权阶级，水能载舟亦能覆舟，另外，**他们获取财富的渠道，确实不需要他们跟什么蠢货接触。**

联系微信客服1225791460进同步更新群

在中国，只有 new money，往上数三辈，都是放牛娃。现在出来弄钱，要跟群众接触，要跟媒体接触，要跟比自己傻很多倍的人接触。

说白了，就算你不算太蠢，你能接触到的大哥，他平时一个月能见到 100 个跟你差不多的人。

如果你没有具体的、能让他眼前一亮的事，你对他的每一次接触都纯属浪费双方的时间。

不过话说回来，能让大哥眼前一亮的事儿少，能让有才华的同辈眼前一亮的事儿可就多了。实际上，后者也许能更大程度地帮助你。（不排除，那些人可能就是未来的大哥)

因此，我个人会更愿意跟类似于“影子内阁”的人玩，而不是去混什么大哥的饭局。

总结起来，即便你这个人极度外向，你能用于社交的时间也是有限的。

避免断更，请加微信1225791460

避免断更，请加微信1225791460

关注你身边有才华的【影子内阁】候选人，或许是比关注大哥更有效率的事。因为影子内阁更容易跟你产生实质的合作。

二、一无所有时，基本不社交

我认为有效社交的核心要义是，让别人记住你，就像记住一个品牌一样。

这就意味着：
1. 你有东西让人记住
2. 你这个让人记住的点是正面的
3. 最好是别人能够一定程度参与的点

“品牌” 的意义在于什么？

不仅仅在于此刻的购买，而在于未来购买的可能性——即他有相关需求的时候可以找到你。

但“品牌”的前提是你拥有一个产品。那么作为企业主，你的产品就是你的企业。

我的结论是：
当你的生意刚刚起步时，你没有必要去社交。

你可能会说，就算我从 0 到 1 打造一家公司，我晚上总是要出去吃饭喝酒的，我总是有跟人家喝咖啡的时间的吧？那么我出去混一些场合，对于我来说，也是没什么成本的。

避免断更，请加微信1225791460

大错特错。在你一无所有的时候，你去社交场子刷存在感，别人即便记住你，也只会记住你的一无所有。

举个类似的例子：因为我很喜欢喝酒，而且很舍得花钱买贵酒，5、6 年前我还不是酒商的时候，就会经常参加一些平行垂直品鉴酒局。一张门票可能 5000 多块，你可以喝到不同的酒。

当时我创业也套了点现嘛，因此开始一定程度地享受人生，喝贵酒。

这种场子，要么是我这种没啥钱但舍得花的爱好者，要么就是拿钱不当钱的有钱人，you know，一定会有中年男子带几个小秘过来。比如他们家一个打杂的小孩，长得平头正脸云云。

你一定见过那种年轻的饭局男、饭局女，说得不好听一些，他们的人生毫无闪光点，台湾话称作“壁花小姐”的那种人。如果她真的是个二奶也就算了，但她偏偏不是，**她可能就是那种年轻人：早年想通过自己的性吸引力“获取一些人脉”，本质还是想去拼事业。**

遗憾的是，尽管我深刻地记得那些壁花小姐在酒局上如何给人敬酒、动作如何夸张、如何露上面露下面、说出那些肉麻到爆表的奉承之词，但这些人在我脑中形成的印象就只是壁花小姐。如今回想起来，面目模糊极了。

其中一个壁花小姐后来真的拿了点钱去创业了，创业还是蛮成功的，“蛮成功”的意思是，不差，但也不是那么好。我们今年在一个局上又见面了，我基本上已经想不起来这个人了，但她说，诶之前我们

避免断更，请加微信1223791460

喝过 2002 年的香槟局啊你记不记得。

“哦，壁花小姐！”这就是我的印象。

别说她现在事业做得还没有那么风生水起，就算她真的做到十分风生水起，我对其的印象永远还是：**“壁花小姐。靠老男人上位的壁花小姐。肯定也没什么本事吧。而且我觉着看上去也蛮老的了”**。

虽然，理性告诉我：

- 要用发展的眼光看待问题
- 要深刻理解每个人有每个人的时代
- 要理解每个人都会变，能力与手腕也不是一蹴而就，每个人都有成长的过程云云

联系微信客服1225791460进同步更新群

但是，咱扪心自问一下：

谁是理性的人？没什么理性的人。或者说绝大多数时候，我们倾向于用感性思考问题。

这个人给我的第一印象是壁花小姐，那么大概率，她给我永远的印象都是壁花小姐。对于别人，也一样。

一个壁花小姐成天去社交，而且混的场子是比自己有水平一点的场子，那么所有人对她的第一印象都是壁花小姐。

同样，你是一个极其之初创的公司老板，你都没有做完自己的产品，你才是从 0 到 1 阶段。你跟这个壁花小姐几乎没有区别。

请加微信1225791460
请加微信1225791460

给别人造成了没有存在感的品牌印象。

在一无所有的时候去刻意社交、经常社交，就好比一个不太好的产品打了很多很多很多广告一样。——知道你的人很多，但对你形成好印象的人很少。而众所周知，第一印象是很难磨灭的。而一个行业的圈子，真的是很小很小，你说你何必要这样？

不如就埋头做事。专注增长和培养员工干活即可。

从 0 到 1 的阶段，只要增速足够快，我觉得还算是比较幸福的时光。

因为你个人的努力有回报，而且员工之间通常是配合比较愉快的——在一个增速较快的公司，只要你能迅速教会他们干活，并且合理分工，他们的成就感和满足感也会爆棚，相应的，**办公室政治、职场内斗都会很少。**

小规模、高速成长的公司，几乎可以说是不需要什么管理的。

问题在于 1 到 10000 的阶段，公司自己会跑会转，可也一定程度遇到增长瓶颈的时候。

进入从 1 到 10000 的阶段，你个人的智商就会越来越接近天花板。虽然公司可以跑起来，但你不知道如何才能更好，员工之间的矛盾也开始滋生，精神头也没有之前那么旺了。

请加微信1225791460

如果你不是一个小富即安的人，这个时候中年危机仿佛提前而至。一个常见的人性是——你不能容忍自己不工作，但是好像你个人很勤奋也并不会对公司产生什么卵用。

这是正常的，你的智商和资源用完了，是寻求补给的时候了。

三、1 到 10000 时代的刻意社交：影子内阁的搭建术

如同前文所说，你的智商和资源用完了，你需要补给了。这可能是通过社交达成的。

通过社交，可以：

- 获得进一步的启发
- 获得专业人士才掌握的、珍贵的行业信息
- 获得潜在的合作机会
- 为你未来的人才储备

但也正如前文所说，尽管 1 到 10000 的时代已经比一无所有要牛逼了，但在某些很牛逼的人眼里，那依然是不牛逼的。——因此，要注重社交的效果，每一次社交都要 impress others（放闪光弹）并产生后续的回报，而不是让类似壁花小姐的事重演。

所以整体来看，一家可以自动运转、只是天花板越来越低的公司的老板，**社交可以主要围绕解决问题的目的。**

避免断更，请加微信1225791460

从社交体验上来讲，基本也没什么生意人会喜欢泛泛而谈，人们都喜欢谈论具体的事。**一个很牛逼的人在被请教自己擅长的事的时候，如果没有纪律风险 or 担心被截胡，他就会言无不尽。**相应的，只有没啥本事的屌丝和学生才喜欢谈抽象、空洞的命题。

总结起来，你的社交最好有个具体的、与你相关的主题。这样无论是安排时间、找人都会比较有的放矢，有效率，社交体验也是比较好的——也能通过谈论这些主题，看出这个人到底有几斤几两。

因此，首先需要明确的是，对于你的公司来说，short-term 和 long-term 的问题分别是什么。然后再去找对应的人。

公司的瓶颈在哪里？有时候老板们沉浸在大量的细节之中，是看不出来瓶颈在哪里的。或者腾不出手去看瓶颈在哪里。

我是鼓励你一定要静下心来想一想。

问对问题很重要，我看知识星球的时候也会有这个感受。我经常在内心抱怨，为什么这个人讲不清楚他的问题，为什么他一个问题要写好几千字。但后来我反思我自己的问题也大概明白了逻辑所在：**如果你真的问对了问题，90% 的时候，你甚至已经给出了答案。恰恰是因为你问不对，你剪不断理还乱，你才没有答案。**

如果这个问题很难想通，可以按照以下的路径想：

避免断更，请加微信1225791460

所有的企业最重要的 3 个问题：进、销、存。所有的行业都包括。

进你可以理解为产品相关，
销是销售相关，
存是一个周转率等相关的计算问题。

Ok，进的角度包括：

- 产品质量
- 生产产能
- 产品成本
- 产品卖点（品牌相关）

销的角度包括：

- 当下销售方式的销售效率

PS：我理解有些新行业是阶段性不以销售数据为重点的，那就看跟你的“支持率”相关的指标，例如 SNS App 就是用户数和好友关系数，媒体就是发行量啦用户数啦云云——灵活点看待。

从以上角度去拆解瓶颈在哪儿。

然后思考一下以下问题：

问题一：这是我的问题，还是行业的问题？

可能都有，但判断该问题的指标只有一个：行业大盘在涨还是跌。

很多券商报告都会进行行业研究，哪怕这个行业里一家上市公司都没

请加微信1225791460

有，但这个行业的产能还是可以被算出来的。

如果一直在涨，那么瓶颈在你，不在行业。当然，最好把你自己合理对标到 1 个或 n 个最贴近于你的行业中去。

我们假设你做 12 岁以下小朋友的在线教育，K12 是一份行业报告，在线教育又是一份行业报告，去找最贴近你的，或者根据交集来判断。

有些时候，人们确实会莫名奇妙地进入一个行业垮台期。有的行业，或者有的品类就是日暮西山了，**那你在切实遇到这种瓶颈的时候，也不必力挽狂澜，套现走人就好。你留得越久，你的损失越大。**

一个小建议：**创业选型还是选择那些生命周期更长的行业吧，你可以通过某些环节上的创新获得一席之地。**

如果你要选择一个生命周期还很短的行业，风险在于这个行业能否被人民群众接受，还是个谜，等到它有条件能被人民群众接受的时候——早就是巨头的天下了。

如果你要创造一个从来没有的品类，我认为是肥肠肥肠难出头的。这需要很多钱、很多关系去教育市场。

更多的时候，作为一个普通人的你只会被人截胡，例如被一个更大的巨头抄袭，你连伸冤的文案都很难被人看见。

因此如果你是这种类型的创业者，我劝你考虑一下吧，别干了，或者如果能找个买主就赶快卖了。

避免断更，请加微信1225791460

我 2013 年拉了几个码农做了一个人工智能项目，还算是产品创新，但我认为大面儿上属于这个范畴，于是我卖给了一个投资人。——这是不适合我们的，死撑就是等着被灭。

坚持不是什么美德。坚持的下场，可好可坏。

如果这不是行业的问题，而是自己的问题，怎么破？请看第二个思考点。

问题二：我的进，我的销，可以跟哪些行业对标，从而找到对标人才？

我认为现在做得好的创业公司，都是生命周期长的行业的“环节创新”。解决的还是传统行业的需求，只是在某个环节上有创新而已。

这就有可能产生一种极大的融合感。

比如
貌似你被归类到 a 行业去了，但实际上也许“进” 这个过程属于 a 行业，“销” 这个过程却属于 b 行业，甚至同时属于 abcdefg 各种行业。同样，销的过程可能属于 b 行业，但“进”的过程可能属于 abcde fg 等各种行业。

问题来了，我们是否要使用哪一种新的进 or 销的方式？还是我们有

避免断更，请加微信1225791460
避免断更，请加微信1225791460

什么办法，可以让进 or 销的方式获得大规模的提升?

这好像是一个战略问题。但实际上，**战略的想不出来，很多时候是对战术的细节不了解。**

把风险想得过大或者过小，把回报想得过大或者过小，辅以人类常见的患得患失，最终，高度紧绷的情绪使理智的思考难以继续，人性中产生了拖延，因此始终没办法进行升级。

正确的做法是：首先你要有一些想法，然后
1. 你把你同行的员工叫过来问问
2. 你把你构思中的战略，找一个有相似逻辑的异业从业者过来问问

加微信1235791460

不用参加那些不知所谓的局了，至少，优先解决自己的问题，用以上的方案。
（BTW，一对一见面或者沟通，这样效率高，实际上我绝大多数的社交都是一对一，这样即便我有时看上去十分愚蠢，影响面儿倒也不大）

首先，我们来说方式一：
把你同行的员工叫过来问问

首先，不要刻意去跟你同行的老板交流。

为啥?
无论是出于善意还是恶意，客观上，**同行的老板常常会**

把你做不到的，说成不可或缺的
把你擅长的，说成一文不值的

出于善意（我觉得不太可能），也会讲出这样的话，
因为他自己是经验主义，他认为只有自己做的那套是对的，唯一的道路。
然而尽管是做的同一个行业，产品的定位 & 面向的客户很可能是截然不同的。

出于恶意，那就不用进一步解读了。

我遇到过一个经历
比如说我，作为酒商，在“进”这方面的优势在于一些名庄的旗舰款，产量小但有卖点的稀缺款，我可以拿到配额，这是我之前到处游玩到处喝的时候攒的好人缘。

在“销”这方面，我是一个主要销售渠道在餐厅、酒店和私人 VIP 的酒商，也做一些线上但比较少。

当我的成交额等指标初现天花板的时候，我就会十分心慌。

一个同行的老板告诉我说：
你这样是不行的，你必须要重资产去砸一些大宗商品，并且找一些经销商去代理，铺货铺到地方上的超市啦，夫妻老婆店啦。

他当然还展开讲了讲“五环外”、“十八线城市消费行为及可以接受的红酒客单价（30 元）”等等。

避免断更，请加微信1225791460

“**一定得这么做**，你看 xxxx 都是这么做的，你那样肯定不行的，是小众的。”

具体的细节我也就不说了，大致上的逻辑就是，我，一、完全不了解五环外；二、也没那么多钱去砸大宗商品；三、我对 30 元红酒确实情感上不能接受（我的主流产品的单价在 800 元—3000 元，线上在 300—1000 元）；四、我也合理性怀疑大宗商品我是否能有价格上的优势，因为人人都在做。

标红字的部分，你应该十分耳熟。
“一定得这么做”
人间最可疑的一句话。

首先，这么做，做得最好的人，**他到底赚了多少钱，其实是个谜，**也许看上去生意很好，但实际上财务很不健康，赶上经济不好资金链就要断等等。

而且，中国有超级庞大的人口。你如果不是五环外的人，你永远不会比五环外的人更懂五环外的人。你没必要因为你生在五环内而自豪，**更没必要因为你生在五环内而羞耻。**

但这件事我并不急着否认。因为在了解细节以后就否认一件事，我认为是衰老的表现。因此我选择：**忽悠他员工过来跟我聊聊。**

这几乎是个影子内阁的最佳候选人。

- 大酒商的 top sales

断更，请加微信1225791460

断更，请加微信1225791460

- 但并非是对方的合伙人，只是一个很有本事的打工者

BTW，我几乎可以肯定，在一个“环节岗位”做到足够优秀的影子内阁，是验证某种方案是否靠谱，或者寻求方案的最佳途径。因为他足够了解细节，你可以从一个点，问出一大片儿的事。

（这些细节你永远无法通过看书、看公开资料或者阅读知识付费获得，那些都太滞后了——包括你们心心念念的、日更的知识付费，在行业资讯上都是极其滞后的。

首先，它并不会了解什么详实的信息，尤其是真实的数据方面的信息。其次，他们在这个行业的积淀并不能让他们有足够靠谱的解读——我听到最可笑的一个知识付费津津乐道地去分析 GAP 上新款的速度，“哇，好快哦，半个月就更新了”，知识付费赞叹道。但实际上早在他讲这句话半年以前，台湾的快时尚品牌就能做到 3 日一更了）

我是怎么找到这个人的？我原本就认识他，当然还有一个 top sales 是让我们家 HR 通过招聘渠道找的，HR 可以查看大量的简历。——我们不骗人，当时我们的话术是，“我们老板想请您当顾问，不知道能不能聊聊”。

我找了若干个这样的人去求证一件事，顺便再点线面地问一些别的事。

当然，约同行的员工出来，总是有点怪怪的。为了消除人家的防备心理，也本着投其所好的基本方法论，我提出：
想你了，请你喝大酒（大酒是“贵酒”的委婉表达，酒商都懂），顺便

避免倒卖，请加微信12235791460

跟你学习一下。

这听上去不像是套话，更像是联络感情。

不得不说，【投其所好】是与影子内阁们建立关系的重要方法论。

我是深知这些人平时的生活的，酒行业从业者远没有我之前呆过的互联网行业有钱，钱都让老板拿了。不过他们也不在乎钱，一个对行业有热情的人，最在乎的，就是能不能喝到大酒。

有时候我们去酒店喝酒，如果开了很不寻常的大酒，都会请酒店的侍酒师喝一杯，因为那是他们难得的锻炼机会，他们平时的工资是不够喝这些酒的，如果你善待侍酒师，他也会善待你。

对于这些酒商的销售来说，如果他做得好，他常常真的是对这个行业有热情——否则他跟那些卖保健品的没有两样，胡乱鸡血的销售，是没有前途的。

大酒第一贵，第二不好拿，而这基本上可以算作我的强项，我会开一支大酒出来，仿佛在“以酒会友”一样。

如果你在跟一个可能成为你“影子内阁”的人见面，在你成本能 hold 住的范围内，尽量做到投其所好。

你平时可以很节俭，但只要是遇到社交就可以大方，**咱的逻辑是不常跟人见面的。因此，大方是可以操作的。**

在见面之前，还是可以确定一下这个人是否值得交往。因为你知道，

避免断更，请加微信1229791460

北京见人一趟真的是路途遥远，很花时间，而且我又是个只跟人一对一见面的人。

在确定这个人是否值得我放在“影子内阁”这个范围内，我认为主要看2点：

- **有限的线上交流中，你觉得这个人是不是一个讲话实在的人。**如果讲话很飘忽，没有什么具体的事项，那么这个人给我的印象就会很差。当然，有些人是“交浅，言就绝对不深的”，但你可以保持沉默，而不是夸夸其谈。一个夸夸其谈的人可能在这个还比较浮夸的年代还能再骗个几年的钱，但真的——请大家相信市场是日趋理性的，他们此刻的风骚只是他们在透支自己的信用，时间长了没有人会再相信他。

- **是否具有市场承认的才华。**如果他的履历表好看，不错的司不错的位置，而且干的时间都还比较长，那么我认为市场替他的才华买单了，市场做过他能力维度的信任检验了。

影子内阁多为某个环节的专业人士，不像大哥那样，身在花花世界（虽然大哥有时候也过得跟个农民工似的，不过如何让大哥对你印象深刻，我们回头会说的，完全不同的操作），所以，偶尔在物质上给予好处，对方表面上不说，但对你的印象是十分深刻的。

我看北野武的回忆录，他都70岁的人了，还记得前辈带他去吃米其

避免断更，请加微信1223791460

林餐厅，当时那种又局促又感激的心路历程，那个时候米其林餐厅真不是普通老百姓能吃得起的。

但 anyway，能投其所好就投其所好。不能投其所好，你大概也知道你的影子内阁候选人是个什么物质状况，行业里的薪水你多多少少知道一二吧，你对他的物质水平绝对是有了解的。

总之，赋予其一些对方平时不太获取得到的体验。可能是物质达不到，或者说比较少见的，而不是在一个普通的场合。

我使过的招包括什么隐秘的私人酒窖里开一支大酒啦，约在朋友的私人地盘喝茶与此同时大抽雪茄啦，在一个西餐厅的厨房里用餐啦。反正根据对方的段位，怎么奇怪怎么来，这些在北京都算是比较奇怪的了吧。

追更断更，请加微信

（所以当老板的，平时多出去玩玩吧。娱乐是你展现魅力的方式——至少，构成了深刻的印象，在别人心里种下了美好的草，**因为您老人家的丰功伟绩，有的时候可能还不如这些玩意儿值钱。**）

说什么爱才如命，那照着约会规模来我觉得都可以。做一个闪亮的人，任何时候都做一个闪亮的人。

当然了，这都是些表面工作，这只是加深印象，最重要的还是在于你们的交流。因为没人会喜欢一个草包玩咖。

交流我认为主要是 3 部曲：

- **先解决你的疑惑——提问可以超级直接，当你有具体的问题的时**

候，你拐弯抹角反而令对方烦躁

- **再以交换信息的形式，获取你想要的别的信息**
- **讲一些生活方面的内容，缓和下气氛，加深情感，并且可以补充标签的收集，更有助于【标签理论】的实施**

避免断更，请加微信1225791460

当然，必须是互动式的。人和人之间的见面十分难得，而唯有互动式，才能做到：
体验友好 + 社交有效

如果是你自说自话，对方会感到厌烦，并且你也获得不了你想要的信息。你应该在简单的寒暄之后，就问出你想要问的问题。

在此之前，你要把你关心的问题，拆解成对方容易回答的问题。比如说，我这次要验证的是，

我如果自己进口一些大宗货，不走以前的渠道，而是发展经销商渠道，是否可行。

这件事他老板说得天花乱坠，我却存疑。但我总不能问一个打工的：
你觉得这事儿靠不靠谱。

因为他对我的情况不太了解，即便我这样问了，我可能还是需要补充一些细节去咨询他。因此，

我干脆在表明我的疑虑以后，直接问一个他这个段位能理解的问题：
你做的那批低价酒，经销商一般都是怎么个采购路数？主要看让利空间和价格。

当然，他会回答得很含糊，既有可能是提防心理，也有可能是确实不知从何说起，因此干脆选择了一种言简意赅的方式。

不要紧，只要你在这个局上能得到你想要的就行了。

当然，对方同样也是对信息和故事有兴趣的人，我认为任何一个能讲出信息和故事的人，对信息和故事都有兴趣。因此，你当然也需要跟他分享点东西。

一边分享，一边自然地抛出一些问题。

……

另外，对于任何一个你有兴趣产生合作的人才，你都可以聊点生活方面的内容。比如对方有没有结婚啊，老家在哪儿啊，这那的。——这件事十分增进情感。

我有一个朋友十分之逗，他老家简直在全国各地，对方说自己是山东人，我这朋友就说他爷爷在山东当过兵；对方说自己是河南人，我这朋友马上学一句河南话，说他奶奶在河南插过队；对方说自己东北人，他说他最好的朋友就是东北人；对方说自己四川人，他说他认识成都最有名的 18 个 gay；对方说自己是广东人，他说他最爱吃粤菜了。——然后其实他是北京人。

这一段的意思是，从增进感情的角度来说，你们有过共同的生活体验，是真的可以套近乎的。老家只是一个例子，别的还有什么：都有

拒绝断更，请加微信1225791460

娃啦，都有一个烦人的老婆或者老妈啦，了解家庭状况和一些个人历史，有助于借助【标签理论】感受他的财务偏好。

都抽烟，都丁克，都女权，都反女权，都打德州，随意随意——有隔绝感的爱好是最好的，因为有助于增强革命情谊。

如果在具体问题之外，还稍微聊了聊三观，那就更好了。

整体来说，也软化了资源整合的气息。纯粹公对公的交往，情感气息太少，对强关系的建立并不利好。

人要放眼望，每一个人都有很独特的价值，尤其是你愿意坐下来跟他吃顿饭的人，**他有可能是你的信息源、一个资源整合的促进者、你未来的员工甚至合伙人、甚至是你的大哥。**

人最大的悲哀之一在于有限的精力只能接触仅有的几个人，这几个人里在某些方面的专家又是少之又少，**当你点线面的提问得到了你想要的回馈，你的察言观色断定对方还是一个挺实在的人的时候，**一定要跟 ta 保持好关系，并且“勾引” ta。

认识一个影子内阁的候选人，是以解决你自己的问题为契机的。

而缘，这件事，是以“尽可能多的、有才华的人 magically fall in love with you”为前提的，你以解决为契机，认识尽可能多的人，尽可能通过一对一的有效对谈给对方“种草”，并且如果合适的话，你们可以经常一起交流，甚至在一个合适的契机上升华你们的合作关系。

你永远不知道这些人会在未来以什么样的方式，以什么样的程度，与

你和谐共赢。

（今天暂时写到这里，下一章我们继续讲，类似逻辑的异业型影子内阁，影子内阁在结识以后的使用方法，也讲讲大哥)

356
1

1条评论

最新

荆棘鸟

很有启发，能够联想到可以通过其他渠道去接触有不同背景和经验的人，通过事实和案例分析来判断自己的业务模式

2019-04-25 20:50:37

回到首页
已加载全部
发评论

避免断更，请加微信122
信1225791460