

如何洞悉客户关系、收入流和合伙人关系的奥秘？

原创2017-04-26王德生[三视角智慧](#)

（下文为微信群分享实录。由杨恩立原始记录、华明初步整理。）

今晚讲商业模式的第二组三元素（其实是三视角）：

1.客户关系（Customer Relationship）

2.收入（收益）流(Revenue Flow)

3.合作伙伴关系(Partner Relationship)

问题：

大家说说为何它们三者被放在一起？很多人不理解为何收入流在这里？收入流非常重要。如果顾客是心脏，那么收入流就是什么？就是从心脏出来的动脉血流。什么情况下这个血流才会丰富？才会源源不断？什么情况下人的心脏会不停地跳？

比如对恋人的心，是不是跳个不停？看见恋人就会心跳，是不是？而且流速快，每天都是流个不停！所以企业和顾客的关系，即**客户关系**应该具有哪些特质呢？才能“**收入流**”源源不断呢？

学员回答：

企业的产品和服务应是顾客所渴慕的。

老师：

对！企业和顾客的关系就是要有共同的价值观，互相喜爱，一种爱的关系。其实就是我们通常说的：顾客是企业的‘上帝’，因为企业的使命就是‘创造’顾客。你看看那些‘苹果’粉丝，是不是爱上‘苹果 6、苹果 7、苹果 8’呢？

‘**企业和顾客的关系**’和企业的‘**收入流**’是密切相关的。收入流的大小、流速，不停地流，还是偶尔流，就是**客户关系**的具体表现！那么‘企业的**合作伙伴关系**’和‘**客户关系、收入流**’又有何关联呢？这三者的互相关联是什么呢？

下面我们应用**三视角理论**来仔细研究，深入解剖它们的相互关系。

01 初解‘客户关系’

王德生-湖南新加坡:

大家说说什么叫做客户关系，即企业和顾客的关系？你觉得客户关系的本质是什么？

恬恬:满足需求，实现价值。

标杆人生:实现客户的价值。

王德生-湖南新加坡:

首先我们要准确定义什么叫做两个事物的"关系"。到底企业和客户的关系是什么？应该是什么呢？

恬恬:客户关系:实现和满足顾客需求和价值所进行的行动。

王德生-湖南新加坡:这个混淆了，**关系和行动**是不一样的。

Grace Chan 香花:供与求。

华明:说俗点，就是让顾客心甘情愿持续不断地掏钱。

标杆人生:关系是维系公司和客户的纽带。

恬恬:企业是客户满足需求与价值的创造者；客户决定着企业存在的价值与意义。

王德生-湖南新加坡:

大家都从不同角度描述‘客户关系’，但是我们需要明白什么叫做两个事物的关系，即‘关系’的本质定义！

华明:连接。

王德生-湖南新加坡:

以前我们说过：一座桥是一个关系，它将河的两岸连接起来。它是这边和那边的‘关系’。父子关系是什么意思呢？

人与神有关系，又是什么意思？夫妻关系是什么意思呢？如果不明白"关系"的本质，就无法明白"企业和客户的关系"的本质，就不能很好地管理客户关系（CRM），因为你不知道到底要干什么。

只凭一些常识，无法系统建立"客户关系管理"的理论。

王德生-湖南新加坡:

大家说说父子关系的本质是什么？

陆华斌（四维逻辑看世界）:DNA 相同。

丘国东:关系就是彼此之间的相互影响。

陆华斌（四维逻辑看世界）:企业与客户，有一个共同点。

恬恬:传承与发展。

王德生-湖南新加坡:

两个东西有关系就是说他们有共同点，关系就会意味着共同点，这个共同点将两个东西联系起来！那么企业和顾客的关系包括哪些共性呢？

袁春明:关系.....联结.....相同.....共鸣的地方。

王德生-湖南新加坡:

只有这些"共同点"才能维系二者的链接，对这些"共性"的建立，维护保持和发展就是 CRM，即客户关系管理。

所以一定要找出这些共性，不断地检查这些共性。企业和顾客必须建立哪些"共性"，才能很好地让企业完成自己的使命，即为客户创造价值呢？

为了寻找到这些‘共性’，我提供大家一个思路：

- 1.客户关系是属于企业的哪个视角的内容？
- 2.客户关系和企业的分布视角是什么关系？
- 3.客户关系和企业和其他组织、事物、人的关系有何关系？

企业会和其他事物产生关系，有各种各样的关系。客户关系在这些关系群里是个什么角色，起什么作用呢？企业和外界事物的各种各样的关系的本质是什么呢？

根据三视角理论我们知道，企业的分布视角有三个主要元素：1.客户关系；2.收入流；3.合伙人关系。

注意这三个元素不是企业的分布视角的全部内容，而是一些最为重要的元素，比如收入流其实应该再加上很多其他的‘流’。因为企业的分布视角包括企业和处境里其他事物的一切关系，包括和社会、社会结构、市场、顾客、技术等等的关系，即企业和环境的相互关系和影响。

企业和环境的关系的对比本质就是企业和顾客的关系，这和人的分布视角一样。人与外界的事物有各种关系，而其中的最为重要的关系是与神的关系。与神的关系就成为各种关系的本质，也就是你与神的关系是通过与世界其他东西的关系具体表现出来的。

顾客是企业的‘上帝’，所以与顾客的关系，即客户关系就会具体表现在其他关系上，也就是企业的一切与其他事物的关系都必须**以顾客关系为中心**。那么企业和顾客的关系，即企业和顾客的共同点应该是什么呢？什么样的**“共同纽带”**才能把客户和企业牢固地捆在一起呢？下面我们继续详细分析。

02 细解客户关系、收入流和合伙人关系

企业和周边事物的关系的本质就是和顾客的关系。简单说，就是一切企业和其他机构，个人的关系都应该以与**顾客的关系为原则**为指导。所以顾客关系是企业的分布视角的**对比本质**。

而各种收入流就是顾客关系的不同表现。所以当企业的收入流出现问题时，应该反省什么？反省企业和顾客的关系。就要去查，怎么查呢？查什么呢？

其实这和查恋人关系破裂几乎一样的。首先查顾客的信望爱，哪儿出了问题。**顾客对企业的关系表现就是具体的信望爱**。信望爱的丢失是因为顾客对企业提供的价值：真善美，不认可了！即顾客和企业没有**共同的价值观**了，没有了共同的东西，就是关系破裂了。

正如一个 boy 和 girl 相爱，他们一定是互相共享一些的东西，即内心的共享。两颗心到一起，一定是有共同的东西。企业和顾客的心要在一起，也需要有共同的东西，就是企业认可的价值，即不同的真善美价值观，顾客也必须认可。

所以企业应该从顾客的价值需求出发，才能建立共同的价值观。如果二者的价值观一样，那么顾客就会得到满足，对企业产生信望爱。

现在我们讲企业的**合作伙伴**关系。这个合作伙伴和前面二者有何关系？

一定要搞清楚合作伙伴关系和顾客关系、收入流有何关系？

零售企业和上游制造商是伙伴关系。这个伙伴关系和顾客关系、收入流二者有何关系？比如苏宁和某个地方政府有关系，那么这个关系和顾客有何关系呢？

仔细分析就会发现，如果没有顾客，那么苏宁会和政府有关系吗？不会的。所以这里有两个关系：

1.苏宁和顾客的关系。

2.政府和群众的关系。

而顾客来自于群众。这两个关系的关系就是苏宁和政府的关系。所以企业和合作伙伴的关系就是企业和顾客的关系与合作伙伴与顾客的关系的关系！这个就是企业的分布视角的分布视角，就是关系的关系！

这个关系的关系和收入流有何关系呢？把收入流说成水流，那么以苏宁和政府的关系为例就知道，这个企业和政府的关系的具体表现就是“水流”的关系。比如政府补贴、减免税负。这个“水流”就是企业和顾客的“水流”和顾客和国家的“水流”关系。两个水流就“合成为”企业和政府的一个水流。

那么具体如何设计企业的伙伴关系呢？企业伙伴关系的建立原则是什么呢？比如如何处理企业和上游企业，还有下游企业的伙伴关系呢？目的是什么呢？如果大家按照三视角方法进行思考一定很容易得到答案。谢谢大家！