

21世纪的商业如何做？

原创 王德生 三视角管理智慧 2020-08-23 00:00



整理：张敏 陈小星

(本文为互动讨论记录，括号为学员的话。)

大家还记得与他人分享三视角智慧的三部曲吗？

(1.真诚的帮助对方解决问题；2.分享自己的三视角收获；3.有主见的人是牛市，告知他学习的方向，如果不来学，就再帮，再告知；没有主见的人是熊市，重点推荐；摇摆不定的人是猴市，等待时机。)

今天讲21世纪的企业如何做和这个三部曲有关吗？

以前的企业是怎么做呢？说说看。为何我从前的传统行业成功了，而今天遇到滑铁卢呢？我该如何改变呢？

(多久以前的企业？近代吗？)

20世纪。

(比如中国三星吗？)

(产品和消费者的需求不匹配)

为何我从前好像很有商业头脑，而且屡屡得手，而今天为何经常失手呢？大家说说会有哪三个视角的原因？

其中一个原因是：企业家的不学习，或者不谦卑学习。这种占一半以上。知道他们为何不学习呢？

(因为过往的胜利经验令人骄傲自满)

(满招损，谦受益。)

他们具有丰富的过往经验。也总结出自己认为是真理的商业铁律，他们愿意丢弃这些东西吗？

(那真是要了他们的命啊。)

(当然不愿意！)

(既然是真理，怎能随便丢弃呢？唉！)

为何呢？因为他们的安全感建立在过往的商业经验上！这里犯了一个什么错误呢？

(机械主义，教条主义)

一个企业家有自己的

1.商业指导原则

2.商业具体经验

还有第三个，他们往往忘记了什么呢？

(真实的市场)

(场在发生变化)

商业分布环境！

从前的商业分布视角按照什么规律进行运动？

(牛顿力学)

对！稳定发展，具有可预测性。这样每次你预测准确，就能成功。如何预测成功呢？就要进行市场调研，看看哪些机会出现了，即出现了哪些社会不和谐，或者哪些社会变化会带来不和谐，然后设计产品来满足顾客价值需求，一步一步来，稳打稳扎，就能成功，是不是啊？

(是)

此时企业的护城河是什么呢？

(产品质量，客户需求)

技术！

今天的人往往会问，你们的独门绝技是什么呢？比如一旦失败了，就会说自己市场定位出错了。

今天不一样了！市场环境的变化莫测，以量子力学规律发展。那么是不是乱撞呢？肯定不是！

我们还是要去找具有"牛顿力学规律"的属于顾客的东西。市场就是顾客需求，今天的顾客需求变化呈现量子运动规律，那么顾客的什么仍然会是牛顿力学运动呢？企业一定要找到这个，才能成功！

(对真善美的追求)

真善美非常抽象！

市场营销智慧一定要对着这个牛顿力学运动的东西，是不是啊？只有抓住了顾客需求里面呈牛顿力学运动的元素，我们才能有计划地设计产品、生产和推销产品，是不是啊？

你们与人分享三视角智慧是不是也是如此啊？大家明白吗？这就是市场营销智慧的核心！

以前人们只看到顾客外在需要的运动，比如穿衣服，符合牛顿力学运动规律，但看不到有更加稳定的内在需求，也是牛顿力学运动！明白吗？

所以这样的有经验的企业家，今天看顾客需求还是看表面，有用吗？因为表面已经是随机运动了，就无法抓住了，所以今天的企业的市场营销智慧体系要改变了！

大家说说，提供顾客价值应该瞄准顾客的什么需求？这些需求必须满足牛顿力学运动规律呢？

今天老师又有重大理论创新了，太高兴了！这个答案只有在湖南娄底与大家分享！

大家讨论，今天的顾客需求里面哪些呈牛顿力学运动规律呢？一个企业最为重要的是抓住顾客需求的运动规律，是不是啊？

(厉害)

一定要抓顾客需求的稳定部分，可以预测部分，可以计划的部分，这是企业管理的核心，也就是企业的运行要有坚实的轨道。这个轨道就是顾客需求呈现牛顿力学运动规律的视角！

大家查到了吗？

（牛顿第一运动定律：一切物体在没有受到外力作用的时候，总保持匀速直线运动或静止状态，也就是惯性定律了。说明一切物体都有惯性。

牛顿第二运动定律：物体的加速度跟物体所受的合外力成正比，跟物体的质量成反比，加速度的方向跟合外力的方向相同。也就是公式， $F_{\text{合}} = ma$ （这是高中学的）而，牛顿发表的原始公式： $F = d(mv)/dt$ ，即微分形式。对时间求积分可以得到动量定理。

牛顿第三运动定律：两个物体之间的作用力和反作用力，在同一直线上，大小相等，方向相反。）

明天晚上有重大分享：从道德经看教育创新和企业创新，明晚的讲座和今天的息息相关！

（要抓住顾客的人性需求，满足人的九宫格。帮助顾客超越痛点，树立使命、核心竞争力和生命场。）

（老师没公布答案，脑子里一直琢磨呢，满足顾客需求的牛顿定律是什么）

【待续】

