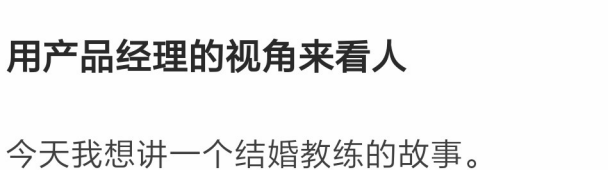


## 02 案例：用户体验与结婚教练

梁宁 昨天



梁宁亲述

### 用产品经理的视角来看人

今天我想讲一个结婚教练的故事。

她是我朋友，现在做的工作就是指导30多岁下定决心要结婚的女生，如何在一年半之内搞定结婚。

她方法已经帮助了30多个，30多岁的女生完成了结婚。

这个结婚教练以前是干什么的呢？

她以前是一个互联网公司的**产品经理**。

她的这一套结婚的体系内容挺多的，这节课我想把她最重要的一个环节拿出来分享。

这个环节就是如何观察和判断一个人。

因为结婚也好，创业找合伙人也罢，都是非常重要的长期关系。

改变一个人，那是非常非常难的事情。

**如何在开始之前就去相对完整地、有框架地去观察一个人，对这个人去进行适配的一个判断，也许是更重要和更关键的。**

结婚教练其实就是，用互联网的产品经理如何观察和判断一个产品的专业视角，来训练她的用户如何去看一个人。

因为任何一个人，任何一个产品，大家都会有自己的感受。但是如果没有经历过专业的训练，那么所有的感受是混杂的，是混沌的。

**你的情绪，一定会被你最有感觉的那个点牵制住，所以就会有强烈的认知偏差和情绪偏差。**

**并且在你没有强烈感受的这个点里，还会有大面积的认知盲点和思维遮蔽。**

产品经理则是有一个完整的框架体系来看一个产品。

不管你的第一直觉是喜欢还是不喜欢，其实你都可以用这套框架，相对完整地度量你对一个人的认识到底有多少。

### 人和产品的五个层次

下面我就简单介绍一下，如何用产品经理看一个产品的专业化的方法论，去指导一个女孩儿怎么去看她的相亲对象。

其实，就是从外到内的五个层次，我来一一介绍一下。

#### 第一层——感知层

一个产品，你拿到它，它设计的美不美，质感怎么样。一个人，你看到他的第一眼，这个人的身材、相貌，说话什么口音，穿衣服怎么搭配，这个就是最外层的感知层。

#### 第二层——角色框架层

角色是很重要的一个词，我们会专门在第一模块用一课的时间来讲。

简单来讲就是，**我们每个人都生活在角色里，并且被角色驯化。**

比如说你遇到一个银行职员，或者是一个军人，或者是一个公务员，你在和他打交道的时候，其实你明显能够看到他身上角色的痕迹。

比如说你在办公室和你的同事交往，其实大家的相处首先就是角色的对接。我们谈什么内容，我们知道哪些东西，其实都会被你的角色所控制。

所以，基于表面的感知，基于角色化的接触，其实都是一些非常浅层的关系。

也就是说，咱们日常和人的接触多半都是浅层关系，因为大家上班都是基于角色在做彼此的交流。

大家在接受各种服务，为你提供服务的那个人，其实也都是角色所设定好的沟通方式和交付内容，然后再与你去进行沟通、交割和讨论。

其实两个人只是角色的对接关系，是没有办法达到彼此的深入了解和深层关系的。

什么是深层关系？

那就要走到这个角色之下的下一层，第三层。从第三层开始就是一个人的深层部分了。

#### 第三层——资源结构层

它可能会包括了一个人的财富资源、人脉资源、精神资源，每个人其实都是不一样的。

我们人生的历程，其实大概在很多时刻，很多人都会处在同一个角色里。比如说我们都曾经是学生，或者是说毕业刚工作的时候，我们都是小职员。

但是接下来，因为每个人的资源不一样，大家的精神资源不一样，出身背景、家庭的人脉资源不一样等等，资源结构会推动一个人。

我们可能都曾经是在某一个角色，但接着未来会进入到不同系统的不同角色。

所以其实到了资源结构的这个层面，好多姑娘已经不会观察，不会判断了。

她看一个人说，外表怎么样，衣服穿得好不好，或者问一些非常表面化的问题，比如说你存款多少钱啊，你有房有车吗？

如果用我们产品经理的专业术语，这个叫做只抓表面数据，这种用户研究行为其实是非常低级的。

如果是只能抓表面数据的产品经理，肯定不能成为一个优秀的产品经理。

就好像是说一个女生，如果她只能基于一个人的感知层，或者基于人的角色去进行交流，或者基于表面数据的存款和房车去对一个人去进行判断，那她也是没有办法和别人去建立深度关系的。

**一个人的内核，就是他的存在感**

在这个深度关系之外，再往下一层是什么？这个才是一个人的真正的内核。下面还有两层，我放在一起讲。

第四层是人的能力圈。

第五层是一个人的内核，就是他对自己存在感的定义。

也就是说，他对自己为什么而存在到底是怎么感知的，什么状态下他的存在感得到了充分的满足，什么时候他的存在感就极度让他不爽，让他烦躁。

**存在感之于人就好像生存之于动物一样，是触发情绪和推动行动的开关。**

你观察一个动物，它的状态，它的情绪，其实都是关乎它的生存需求是不是被满足。

狮子为什么要去咬长颈鹿，其实它也很吃力，也很勉强，也有点打不过，但是必须厮杀下去。

因为饿，因为生存不满足，生存的需求在驱动它。如果它吃饱了，它才不这么费劲呢。

所以一个人为什么奔波，为什么焦虑，为什么不安，机关算尽，上窜下跳？其实是因为他的生存感、他的存在感还没有被满足。

动物其实只要能够生存，生存条件满足，它就很愉快了。

但是人和人又是不一样的。

- 有的人只要能够在一段关系里，比如说我在一个家庭中，我在和我的爱人的关系中，只要我的存在感是清晰的，对方给了我足够的确认感，我就能满足。其实很多女孩儿都是这样的。

- 但是有的人，如果只能够在一段关系中找到自己的存在感，是远远不能满足自己的。他需要在职场、在行业中、在社会影响力中，看到自己的存在感，看到别人的重视。其实很多男人是这样的。

所以，就像是生存在驱动动物奔波撕咬一样，对存在感的寻求，以及不安全感，其实也是在驱动男人或者是女人思前想后、废寝忘食、找人找事找钱，去满足自己，确认自己的存在感。

动物其实是在它的奔波和厮打中不断地强健自己的肌肉，一个人其实是为了不断地强化自己的存在感，有方法在内容框架有了





了消解这种体验的方法。

并且她陪了乔布斯27年，给了乔布斯稳定的情感支撑，陪乔布斯度过了重返苹果前后的那段很艰难的时日——与癌症作战的最后的人生时光。

所以今天，当我们谈到这位乔布斯的遗孀时，我们更愿意谈，说她继承了乔布斯的100亿美元的遗产。

如果你听了第一个和第二个女人的故事，你是不是可以想一下，劳伦这个人曾经经历过什么？她承受了什么？她消化了什么？

这个女人的本身是非常强大的。

### ——◆ 本讲小结 ◆——

今天，我们把一个人由表及里的五层讲了一遍，然后又顺便八卦了乔帮主的三个女人，由表及里的对乔帮主的不同的体验和感受。

这个时候，我们再想一想，对于人的这五层：**感知层、角色层、资源层、能力圈和存在感。**

你最在意哪一层，你最不能忍哪一层？

如果在生命中，你遇到乔布斯，你能和这样的人长相厮守吗？给你个乔布斯你接得住吗？你要不要？

八卦就讲完了，我自己非常开心，希望你也喜欢。

从下节课开始，我们进入正式的课程。

今日得到

1月

8日

**【案例：用户体验与结婚教练】**

看一个人，或者看一个产品，可以从由表及里的五层来做观察和判断：

感知层、角色层、资源层、能力圈和存在感。

《梁宁·产品思维30讲》  
「得到」App出品·大师课

点击图片可分享

**梁宁·产品思维30讲**

从第一个用户到第一桶金

版权归得到App所有，未经许可不得转载

留言精选

写留言

提交留言可与梁宁互动