

03 同理心训练：怎样理解愉悦与不爽



梁宁

昨天

03 同理心训练：怎样理解... 15:00 7.03MB

梁宁亲述

今天开始，我们进入到第一个模块，**同理心**。

我们的第一堂课为什么从情绪开始说起？

如果把人想象成一部手机，情绪就是底层的操作系统，有的人是iOS，有的人是安卓，大家版本号都还不太一样。

你后天学习的知识技能，都是安装在底层操作系统上的，一个一个的App。

有人说：“学了很多道理，但还是过不好这一生。”

其实我们后天学习的东西，都是理性，理性是把人往回拉的力量。但是驱动一个人的，其实是他的内在感受，他的情绪，他的底层操作系统。

我们都会有情绪冲动的时候。你陷入爱情了，你被愤怒、被恐惧控制了，就好像手机系统崩溃了，所有的App全废了。

你所有的后天学的知识、技能、理性都不能说服你。

知识的调用需要时间和思考，情绪却是一瞬间的体验。

我们作为一个产品人，为什么要对情绪这么重视？

因为用户是无法像专业的产品经理那样，分层次说出他的体验的，他能展现的就是用户情绪。

所以我们从一开始，就要学会读懂用户情绪。

生物性情绪

怎么分析用户情绪？

我们从所有用户甚至是所有生物都一致的底层情绪——“生物性情绪”开始说。

所谓生物性情绪，就是所有的动物一出生就有的情绪，从你养的小猫小狗，到动物世界里的野生动物，再到咱们人类都有。

这一课和下一课，我们就来讲讲四种最基础的生物性情绪，他们分别是：

愉悦、不爽、愤怒、恐惧。

今天这一课，我们先说愉悦和不爽这两个情绪。

在介绍这两种情绪前，我们必须先提出一个很重要的词。我们的产品工作，以及我们很多的重要观察与洞察，几乎都是围绕这个词展开。

这个很重要的词是什么？

其实你早就非常熟悉了，这个词就是“**满足**”。

满足是一个非常重要的词，或者刻度，你可以用它来衡量很多东西：

- 一个产品好不好
- 你和一个人的关系好不好
- 你对你自己的认识

我们会在这节课的每一个层次里，依次展开这些话题。

“满足”和“愉悦”的关系

我们讲第一个情绪词——愉悦。什么叫愉悦？

直接来说，**愉悦就是被满足。**

我们知道，生物的本能就是生存，所以它的操作系统，驱动它一切行为，都是为了满足自己的生存。

动物的生存条件被满足，比如，一只虫子，一只鸟，一只猫，温度、湿度适宜，有充足的食物，它就会愉悦。

而我们人类，不单纯作为生物性的存在，更是社会性的存在。

所以，我们需要生存条件被满足，我们还需要，社会关系中被确认。

比如度假，住得舒适、吃好吃的，你会愉悦。

读喜欢的书，精神上被满足，你会愉悦。

你感受到别人的善意，自己被理解，自己被接纳，自己被尊重，自己被重视。这些都是存在感被满足，都会愉悦。

需求被满足，这种感觉叫愉悦。

一种绷了很久的需求，突然间被满足了，这种感觉叫“爽”。

大家肯定都玩过俄罗斯方块的游戏吧？下来一个你需要的形状，消掉一行，消掉两行，伴随着消除的音乐，这种感觉叫愉悦。

你摞了很高一列，就等一个四格的长条，越等越危险，越等越焦灼，突然，长条下来了，一下子，四行消掉了，这种感觉叫爽。

拉动你玩游戏的，就是微小的愉悦感，和崩了很久的需求，突然被满足的爽感。加在一起，这种确定性的满足就会成瘾。

微信红包和支付宝红包

2015年春节，微信和春晚合作，摇一摇有红包，一举让微信支付的用户量过亿。

除夕一晚，微信红包的用户量达到1.04亿人。摇一摇，摇红包的互动，一亿人摇了100亿次。送出微信红包1.2亿个，基本上人人有奖。

有需求，才会摇。看着别人摇下来了，自己跟着也摇，摇了几十次，突然间得了一个红包。这感觉，就是爽啊。

2016年春节，阿里砸2.69亿元夺下猴年春晚的合作资格，推支付宝红包。

阿里肯定不能和腾讯一样啊。

阿里怎么干的呢？大家都记得，他干得是，集齐5福，分2亿现金。

然后呢？我想你还有印象，一堆人都集了四福，差最后一个敬业福。

数据：

- 支付宝发出了82万多张敬业福。
- 集齐五福的有多少呢？79万。

如果去年微信红包有1亿人参加，就算参与支付宝活动的用户最少有2000万。

如果照2000万用户参与抢支付宝红包，**爽的人不到4%，不爽的人大于96%。**

这就叫有钱任性啊，花5个亿，让96%的人不爽。

这没关系，阿里爽就行。

“不爽”与不“满足”

既然说道了不爽这个词，我们就再把这种感受细致地说说。

满足就愉悦，不满足就不爽。

比如，一只虫子，本来温度适宜。突然，温度大幅提升，它就会瞬间不爽。

动物是这样，人也如此。

如果我没有满足预期，或者我本来在一个满足状态，突然被剥夺了，这也是不爽。

而人类呢，用了一堆词来形容不爽的感觉。

比如：

生气、烦躁、痛苦、厌倦、悲伤、烦恼、茫然等等。

但是本质上，这些不爽的感觉，都是某个点没有被满足。

做产品，是通过产品建立与人的关系，通过产品来服务人。这个人是否通过这个产品，本质就是你的服务是否得到了满足。

一个湖畔大学的工作人员和我说，她希望湖畔是一个EMBA类学习的最后一站，上完了湖畔，就再也别去其他的商学院学习了。

我说，这取决于对方内心是不是被满足。对于他是否被满足，你其实是没有办法的。

的。

满足是度量产品、人与人关系的刻度

为什么开篇第一课要研究“满足”“愉悦”“不爽”这三个词？

因为就用这三个词，你可以度量一个产品到位不到位。

当你做一个产品，或者用一个产品，自己有没有被满足的感觉。你基本可以判断，这是个非常好的产品，还是一个勉强的产品。

你也可以度量，你和一个人的关系。

对方是不是懂得你的满足与不爽，你是不是懂得对方的满足与不爽。如果彼此都不懂，又无法给予对方的满足和不爽，其实，这就是一段勉强的关系。

此外，你还可以用这三个词“满足”“愉悦”“不爽”来深入探索你自己，认识你自己。

你就想想为什么每个人不一样？

为什么让你照着PPT练习3次，你就会痛苦。而乔布斯为了苹果大会对着PPT练习100次，依然乐此不疲。

为什么你打扫卫生很痛苦，而有人视打扫房间不厌其烦，一天扫三次？

为什么同一个点上，有人痛苦，有人愉悦？

所以，觉察一下自己，是不是有一件事，你可以不厌其烦地一直做下去？

这就是上帝给你初始化的操作系统的密码，就是你的天分。你不厌其烦的地方，就是你的天分所在。

发现你天分的密码

你愿意、心甘情愿、持续投入、不厌其烦。

其实还有一种天分，是隐性天分，他不会两三岁展现出来，让别人看得到。

你会对某些东西感到愉悦，这个东西持续给你满足感，你可以一直花时间在这里，不厌其烦。

时间久了，其实你就会与众不同。

我们都知道天才的1万小时理论。

问题来了，一个人为什么会在一件事上花一万小时呢？

有些人是不得已。

但是多半人，是在深入体验中，找到了满足，找到了愉悦感。

持续的满足和愉悦，才能撑一个人持续投入一万小时。

最后，我们再谈谈如何理解“满足”“愉悦”“不爽”这三个词，以及怎么通过这三个词，看到自己的天分，看到别人的天分。

我们看到优秀的人才会有几个特性：敏感、不能忍、有动手优化的能力。

比如，我妈是一个非常优秀的家庭主妇。她一到我住的地方，马上就尖叫：“你住的地方怎么这么乱啊。”——敏感。

接着，她不能忍。比如她其实就在我这儿呆半天，但她不忍，她马上开始收拾。2、3个小时之后，家里顿时就桌明几亮，井井有条，水果洗了摆桌子上。

她不能忍，马上就要动手优化。

驱动我妈不能忍，马上动手优化的原因是：整洁让她愉悦，乱她就不爽。

驱动我妈收拾屋子，和乔布斯把一个图标改100遍的驱动力，其实没什么不同。

乔布斯改来改去，朝同事发脾气，不是因为他要追求卓越，而是不改到让他满足，他就不爽。他因为极度不爽、不能忍才不停地改来改去。

所以，你吸收谁的营养，你就变成谁。

你靠什么满足你，你就会成为它的样子。

什么东西持续满足你的东西，什么东西永远让你不爽，这就是你的命运。

—— 本讲小结 ——

这一课，我们讲了三个重要的词：“满足”“愉悦”“不爽”。三个词很普通，但是我希望你能够发现很普通的词的深意：

- 1.你可以量度，一个产品到位不到位；
- 2.你可以量度，你和一个人的关系；
- 3.你还可以看到，你自己的天分和命运。

—— 课后作业 ——

好，这一节课的最后，我给你留一个作业：

其实我们一开始就是讲情绪和感受，你需要体察自己的情绪和感受，并且做出判断。

我希望你能够再分享一下，你使用产品的真实体验：

- 1.你觉得即使吹得天花乱坠，也用起来感受不好，很勉强的产品。
- 2.当然也欢迎你分享，你用起来很爽，每一点需求都能够得到满足的产品。

非常欢迎把你的感受，在留言区跟我分享，谢谢。

今日得到

1月8日

【同理心训练：怎样理解愉悦与不爽】

满足了人就会愉悦，压抑了很久需求突然被满足就是爽。

这是瞬间的情绪感受，如果有一件事能持续让你满足，那就是你的天分所在，是上帝给你的初始化密码。

《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