https://www.douyin.com/video/7148708243479465251

# 点赞数：6582

# 标题:别动不动就把用户当上帝  
## 关键字: 商业思维 #老板思维 #认知升级 #我是头条小百科 #极致服务  
## 作者: 鹤老师  
你就是一个普通人，你给我装什么上帝啊？很多人挣不到钱，就是他老把顾客当上帝。他对商业理解的上限就是：“我要拼命对这个用户好，你还有什么不满意的？我尽量帮你做到。”所以你就是个菜鸟，你注定挣不到钱。什么样的人能挣钱？能识别不良后果的才能挣钱。  
  
啥意思啊？做生意是有诸多权重的，你的用户是不是排在第一权重？一个企业从零到一百，费担心一万个事情要提升，我当然知道每个都提升比较好，但是我的时间只有一份，怎么办？分得清不良后果，才是成年人的核心能力。不满意你就别满意，不满意就去别人家。我做产品，从来不是为了让你满意。  
  
敢说出这句话的，才算是成熟的企业家。世界上没有无缘无故的好，没有不需要代价的矜持。每一份好，都是要花精力的。同样的精力，你花到了这里，就花不了别的地方。试图让每一个用户满意，你就没有办法改进你的产品，没有办法提升你的营销，没有办法在更大的战场获得更大的回报。别老被什么“用户是上帝”给带偏了，这句话害人无数，几乎快成管理学的一条经历了。  
  
而真正的管理是什么？是分清和清权重。任何时候，最重要的事情都只有一件，能不能分清是哪件，才是高手和菜鸟的分裂。什么时候用户才是上帝啊？答案是当个价值足够高的时候。比如说那些奢侈品，一个包包二十万，一个手表六十万，一辆汽车八百万，一个别墅三个亿。只有在这个时候，你才能把用户当上帝，因为相对于这些高价值，你的时间才是廉价的，你才有足够的精力不惜成本打磨好一切细节，甚至他有一点点不满意，你都可以带上全公司的人到他们家去道歉，去顺便再把他们地板给他擦一遍，这些都没问题。  
  
因为在这种模式之下，用户的满意度就是最大权重。可是你别忘了，这个世界上大多数的商品是给大众消费的，他们拼的不是机制服务，他们拼的是物美价廉，他们拼的是批量生产，他们拼的是降低价格，他们拼的是用一半的钱买到百分之八十的品质。把好的东西普及到每一个人，同样是一种伟大呀！那这个时候，他的核心权重是什么？是便宜啊！你想要最好的，那你就多花钱就好了；你想要微笑服务，无微不至，那你去定个总统套房，你不要指着什么小旅馆的老板娘说：“哎，你咋不微笑啊？”大家都是成年人了，一分钱一分货的，绝对不能为了一个变态客户去无限苛责你的客服，绝对不能为了一个变态客户去不计成本的提高质量，绝对不能为了一个变态客户去领着你们全公司的管理层道歉去。  
  
商业不拼感动，商业只拼效率。任何不符合效率原则的，一定会倒闭；任何希望每一个用户都满意的，一定会倒闭。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)