

大部分直男喜欢怎样的女生？

能带给自己高价值和高体验的女生。

很多人喜欢「表白」，希望让对方同意确定关系。但是如果你的关系基础不到，过早要求升级反而容易破坏关系。

人类的本性就喜欢干「生米煮成熟饭」的事情。

1、高吸引力的基础是高价值，核心是基本面问题；而追求，则是技术面问题。

2、我爱你我对你好，这是我的选择。我愿意理解你的想法，也愿意满足你合理的要求。但是这些都是我决定的，而不是因为你说什么想要什么，我就要照做。

3、如果你们的关系层次没到，强行想要推进关系，往往结果是关系的倒退。

- 对对方缺乏强烈吸引力的时候，逐层升级
- 在对对方有强烈吸引力的情况下，可以考虑跳级
- 在什么层次就做哪个层次能做的事情，不要随意越级行事

4、关于如何判断对方对你的态度，你可以从四个方面衡量：

- 情绪度

- 亲密度
- 主动性
- 响应性

万字长文预警。

1、什么是销售

销售是有目的地影响他人的行为，这种影响旨在改变他人的认知、情感与行为。

从销售最原始的含义上，一个客户本来没有打算购买，你的行为让他有了购买意向；或者本来有意图，你的行为让他最终买单。这都是在改变他人。

在婚恋中，典型的销售场景诸如：

- 你心仪的人对你没有兴趣，你希望让他有兴趣
- 你想要接触的人成为你男/女朋友
- 你希望男朋友同意结婚
- 你想要老公多陪你一些

事实上销售无处不在，每一个人只要在社会中，往往都需要销售：

- 你的设计方案希望得到同事的认同
- 你想要领导给你加薪 20%
- 你需要通过面试

销售是每一个人应该具备的基本功，但能够做的好的非常少。大多数人，往往会落入常见的两类低效销售思维中。

2、色狼与好人

无论是男生还是女生，在遇到自己心仪的人，然后对方又缺乏对自己的兴趣时，展开追求时往往会落入两种模式。

第一种是色狼模式。

色狼模式的核心特点是「强力推销」。

很多女生应该都感觉过什么是「色狼」。色狼的典型特征，就是欲望明显，不顾对方的感受想要达成目的。

各位接到过推销电话的人，应该对于色狼模式都不陌生。对方根本不在意你想要什么，关注点就是推销自己的产品。

这里的色狼不仅仅是原始意义上的，一个人被自己欲望驱动，直奔主题不顾他人意图的时候，他就表现出了色狼思想和行为。这种欲望也不一定是滚床单，也可能是诸如想要拉近和对方的关系。

尽管整体来说男追女的行为更多，但女生在追求男生时，也同样可能表现出直接的不大顾及对方感受的追求行为，例如频繁表白，纠缠对方。

第二种是好人模式。

好人模式的核心特点是「满足要求」。

好人们尝试通过「对对方好」来建立关系。频繁送温暖，服从性高，想方设法满足对方的要求，对方要星星就给星星，要月亮就给月亮。

第三种是色狼 + 好人混合型。

以我的观察，在追求状态中，大多数人其实是这种类型。

我以前认识一些销售，平时对客户态度很好有求必应，送温暖。到了业绩点的时候，色狼面目就暴露出来，各种软磨硬泡想要成交。

很多人在恋爱时也是这种模式。平时对对方频繁示好服从性高，但是到了一些关键点，例如有竞争对手强力介入啊、自己投入时间过长开始焦虑啊，往往就开始色狼面目暴露，开始强力推销。甚至道德绑架「我对你那么好，为什么你不爱我」之类。

3、树立倒追思维

一个人的环境往往决定了他的思想。

大多数人习以为常的色狼模式、好人模式，到底来自于哪里呢？其实来自于销售「大路货」的思维，这种思维和行为每天都在频繁上演。例如推销电话、例如周围的人追求他人的方式。

只是多数人很难意识到，这些其实都是销售低端产品的套路。而进入高端产品的营销，则是非常大的差异，甚至和低端产品

销售恰恰相反。

各位看一下诸如苹果、保时捷这样的顶级品牌，它们的营销手法，和大多数企业做的事情，思维上有本质的差异。无论是「色狼」还是「好人」，终点都在「追求」，而顶级品牌关注的，则是创造出强烈的吸引力，让客户主动选择他们。

曾经有人邀请我回答问题「恋爱中到底是该追求还是吸引」？

怎么说呢，把追求和吸引并列，我觉得本身有逻辑问题。

炒股我们知道有基本面和技术面。**高吸引力的基础是高价值，核心是基本面问题；而追求，则是技术面问题。**

如果没有对对方的吸引，那么整个关系缺乏基础，在这种情况下，怎么操作技术面，恐怕作用都有限。

反过来，基本面甚至一流，这时候在技术面上的操作，才更容易出效果。甚至可能你不大关注技术面，也能够搞定。

在销售中，追求是手段，吸引是目的。

但是一个人一旦进入追求状态，很容易为了追求而追求，盲目的想要采取行动靠近对方，却忽略了吸引这个核心要素。甚至在追求行为对关系有破坏性（例如打卡式聊天）的时候，依然会继续。

那么到底如何像顶级品牌一样营销呢？

首先你需要把握追求思维和倒追思维的核心差异。

核心理念：追求 vs 吸引

自身价值定位：低价值 vs 高价值

兴趣：表达你对对方的兴趣 vs 激发对方对你的兴趣

心理价位博弈：示低价 vs 示高价

核心销售方式：说服 vs 体验

基本面建设：忽视基本面 vs 打造一流产品和服务

4、两种销售模式

人们在追求中有种种困扰：

- 对对方好，对方不领情
- 想要表白却又怕不成反而影响关系
- 采取主动，是不是会让对方觉得廉价
- 持续的追求成本很高甚至自己都觉得累了，怎么办要不要放弃

他们想了很久，都没有找到好的办法。但没有意识到，很多时候「追求」这种思维本身，就是造成问题的根源。

大多数人的追求状态，就像传统的推销模式。在这种模式中，售前和售后是有非常大差异的。在售前，有销售人员跟你宣传各种好处，来追求客户，目的就是为了让别人买单。

而一旦成交，客户的体验就是另外的样子了，甚至可能以前跟你联系的销售人员都消失了。在这种模式下，售前体验和售后体验是脱节的，销售的目的就是为了成交。

而另外一种销售，是免费产品模式。

举个例子，现在很多互联网的服务，例如前一段时间，我寻找在线的团队内部沟通系统。很多公司都提供免费版本，你不花钱就可以用，而且用免费版已经可以解决一些关键问题了。

除此之外，他们还会有收费的版本，包含高级的功能或者更多的资源如存储空间。但是整体来讲还是基于免费版本的延伸，所以用户体验会有相当大的一致性。

在这种模式下，客户做出购买决策的往往是水到渠成的，是在使用免费产品中得出的比较自然的选择。

因为这时候已经对产品有了充分的体验，优点缺点都比较了解，而且通过使用过程对自己的需求也有了进一步的把握，风险很低。

反过来传统销售模式，客户在购买的时候会有非常大的风险和顾虑。因为无论销售吹得多天花乱坠，但最终是什么样子大家是没有数的。同时客户心理清楚销售这时候对自己的好，往往是为了成交而产生的动力。至于未来，对方是不是有意愿继续这样对待自己，是一个未知数。

在恋爱关系的接触阶段，其实也存在这两种模式。

在传统销售模式中，有一个明显的追求过程。

追求的一方，会有频繁的示好、表白，希望对方签约成交（答应与你建立关系）。这是大多数人思维中的模式，但它的问题其实是非常大的。

第一个问题，前面已经说过，这种模式因为售前和售后体验差异很大，所以对于追求严肃的长期关系的人，确定伴侣是「严肃的决策」，绝对算的上超级重要的购买决策。

而处于追求的模式的人，他们的行为和日常相处差异巨大，表现的是另外一个自己，以至于对方没法对「未来关系是什么样」产生清晰具体的体验，所以对方会有很大的顾虑。

在这种情况下，无论你追求多么卖力，想要升级关系对方总是觉得「我靠米还是生的就要出锅了」。

第二个问题在于，就像客户知道，销售拼命追求并不代表是对自己的爱，而是因为想要成交。被追求者也会有这个顾虑。你到底是真正爱我呢，还是为了得到我？

在销售模式下这个问题没法被根本解决。

甚至追求者自己，也很难说清楚到底是因为无条件的爱，还是欲望，有多少比例。当然在关系中欲望是正常的事情，但对方考量长期关系时「你有多少爱」却是更关键的问题。

因为这样的鼓励，销售模式下，被追求的一方往往会想办法来测试「你有多爱我」。我有学员说，她手机掉了，有意识的说

给交往对象，来考验对方「是不是在意我」。

对方没有接招，然后有次他们争吵。她说出这个问题，对方反过来说「你看我发给你 n 条信息，你才回我一条。我觉得你不够爱我呀。」

然后他们的关系，很多时候就是在彼此测试「你有多爱我」。我跟学员说：「不知道你们怎么想，反正我听着觉得累。」

因为这个顾虑，被追求者也会带上面具，难以显现真实的自己。而这种行为又会加剧对方的伪装。这样一来，其实双方都更难搞清楚「未来到底会是什么样」。

另外说一句，测试诚意不解决根本问题。

因为就像销售，如果对方非常需要你（而不是爱），依然可能愿意去付出各种代价（例如送礼物，甚至言听计从）。但在欲望驱动的关系中，一个人做这些事情，是需要得到回报的。无非是把回报收割时间推后了。

所以糟糕的婚姻里有一种类型，就是女方觉得男方（当然也有反过来的）在追求自己的时候百依百顺，但是上床/结婚之后，完全变了一个人。懒惰各种恶习，对伴侣不闻不问，不顾家庭。人家本身当初付出代价，是为了成交。现在搞定了，自然也不再付出了。

其实这本身就是正常的。出来混，都是要还的。贪图别人无缘无故对你好，往往最后就要吃大亏。

推销模式的第三个问题在于，人类是有犯贱心理的。即使是同样的一个东西，得到的太容易，就不珍惜；来之不易，就觉得价值高。

你推销的越猛，你的价值感就越低。这就像很多销售天天跟你打电话求你买，估计你烦得要死，觉得这人太廉价，本来想要的未必想买了，或者「恩，既然你这么急我就等等，看有什么更好的选择，或者你有什么更好的条件」。

很多人苦苦追求男神或女神，追求的很卑微。其实这个世界上本来没有神，因为你把自己摆到了低的位置，把对方推到了高的位置，这才有了神。

推销模式的第四个问题在于，让你思维关注点陷入错误的地方。

导致「成交」的第一要素是什么呢？

是客户想要。

恋爱也是同样的，对方想要和你在一起。

但是当一个人陷入追求心态的时候，其实他满脑子关注的核心就是「我想要」。这一点，即使你没有恋爱被追求的经验，被销售追求的经验总有吧。他们说各种话做各种事情，是不是总有让你觉得「你就是想让我掏钱」的感觉？

因为他们头脑已经被「成交」主宰了，反而忽略了真正关键的事情。

5、高吸引的两大核心策略

倒追关系理念的形成，最早来自于对保时捷、苹果两家公司的研究。

这两家公司有很多相似之处，事实上，本身保时捷就是乔布斯学习的一个标杆。它们处在大众消费品市场，却打造出了高端的品牌，创造出了强烈的吸引力。

分析他们的策略，有两个最为基本的要素：

1) 一流产品与服务

保时捷和苹果产品，往往都是看着性感，用着实用。观赏价值和使用价值一流。

研究了这两家公司，我最深刻的感受就是：导致他们吸引客户最基本的因素，还是顶级的产品力。

保时捷 911 系列，几十年的时间，既保持了经典，又持续的调整。苹果的 iPod、iPhone、iPad，也是持续的一流产品。

2) 体验式营销

以前做保时捷培训项目，有句话「The best sales of Porsche is Porsche」。

最好的保时捷销售，就是保时捷汽车。

而在苹果的专卖店里，设计的核心就是让用户可以充分地体验。没有推销人员来逼迫你购买，也不会特意讨好你。

显然这两条是相辅相成的，因为产品一流，给用户充分体验，自然就带动了购买。否则你拿出平庸的或者垃圾的东西，对方体验之后也不会有什么欲望购买，甚至可能更远离。

无论是恋爱、商业还是求职，你能够做到这两点，那已经是非常强烈的吸引了。

说起来简单吧，做起来很难很难。几乎所有人，都知道「打造一流产品和服务」才是最基本的。但是也几乎没有人，会愿意为之持续努力。

所以重点关注的是「如何打造作为人、恋人的一流产品和服务」。例如如何有更好的娱乐性、如何有效分享沟通、如何爱他人、如何处理冲突、成为有承诺责任感的人、如何共同成长.....

因为这些才是真正将你打造为一流产品的基本功。有了这些基础，你可以在和人沟通中创造出高体验高价值，那么自然的就容易吸引。

我们前面讲「免费产品」模式，也就是基于体验式营销的策略。

你根本不用去想让对方答应成为你的男朋友女朋友，上来就直接提供免费产品给对方体验，当然体验版可能功能受限。

如果你能够给对方非常好的体验，例如初次见面 10 分钟的时间，沟通非常有趣有共鸣，创造出超出期望的情感体验，让对方还愿意下次给你更多的时间。

每次超出用户的体验，通常这样，把关系往前推的速度，要远远大于，拼命销售自己的速度。这种心态其实就像苹果保时捷一样，让你体会到产品的价值你愿意买就买，不推销。

在这样的模式当中，传统意义上的销售基本上不存在了。尽管还是有具体环节涉及到销售工作。你的中心是打造出一流的产品，创造出超出寻常的用户体验和用户价值。

那么你的体验要好到什么程度呢？

我觉得大家应该做到的标准是，你提供的免费版本的体验，在某些关键方面应该超出对方通常能得到的付费版本。

恋爱里面举个例子，即使是男女朋友，可能大多数人都不会去欣赏发现对方的优点，来夸奖对方让对方开心。你上来 30 秒就让对方飘飘然。

或者大多数人都不知道，对方的梦想是什么忧虑是什么，你们前 3 次谈话就能够清楚地了解到。或者，大多数人日常的沟通，是无聊的沉闷的，你能够很好地带动对方情绪，欢快积极。

有这样的基础，基本上只管做好免费产品的运营，让对方想要更多，不用刻意追求结果，就更容易水到渠成。

因为你的用户如果体验到免费的价值，会更想要升级版的产品。而且因为他们已经有充分的体验，那么对于风险等顾虑会小很多。

还有一点非常重要，我最近发现人脉对大家是一个很大的问题。

高质量的人脉怎么来的呢？其实就是你的免费产品好呗。大家跟你接触觉得哇真好，和你在一起很舒服被你欣赏理解激励而且很好玩。然后他们愿意介绍给周围的人说「那谁，又有趣又聪明又有热情 blalblabla.....我推荐你认识一下」，口碑就出来了。

这里关键的问题就是，只有人们觉得你这个免费产品非常好，以至于他们认为你是匹配到他们人脉圈里非常高质量的人，愿意把自己最好的资源介绍给你，你的圈子才会变得质量越来越高。

如果人们觉得你很一般，要么没有传播，要么往往也会看人下菜，把他们圈子里面一般的人或者比较差的人推荐给你。那就完蛋了。

很多人说自己相亲找不到合适的人。抛开相亲这个渠道本身质量不谈，上次在知乎上看到一个回答，说相亲这件事情的意义，在于你知道在介绍人心目中，是什么样的水准。看给你介绍的对象，就大概清楚了。

那么这里，关键的问题就要回到产品了，能够创造出高度的用户体验和价值，你才能够创造出强烈的吸引力。所以前面我们

谈保时捷和苹果，它们也是产品能力超一流的公司，所以有那种自信，让你体验让你选择。

这也是高端产品销售和低端产品销售的核心差异。卖大路货，各种吆喝推销是常见的行为。但如果你是销售的高端产品，大家观察那些世界顶级的高端品牌，他们是会避免推销这种方式的，对于品牌是非常大的损害，也未必能带来实际效果。

大多数人看惯了低端销售模式，不自觉的也用这种模式来知道自己的行为。这也是格局问题，格局太小你即使再努力，例如每天跟女神打卡送温暖，未必有什么效果。

成为恋爱对象中的苹果保时捷，而不是地摊货。能够给人带来难以忘怀的体验，能够创造出强烈的诱惑和口碑，这才是吸引高质量人选的根本。

6、逐层升级法则

在关系中审时度势是一个非常基本的能力。你要知道什么是正确的时机，才容易做对事情。

人与人之间的关系，是有层次的，如下是一个简单的层次模型：

- 路人（对方不认识你）
- 认识（简单交流、联系方式）
- 熟人（见面点头、表面交流）
- 朋友（有 1v1 的会面、有比较顺畅的沟通、回复通常会响应）

- 好友（了解彼此情况、愿意分享私密的内心世界、会主动联系你、高优先级的响应、会面或者聊天比较频繁）
- 准恋人（彼此有考虑对方成为恋人、亲密的交流、私密的身体接触、甜蜜感、依赖感）
- 恋人（正式的身份、排他关系）

再次强调，模型并不是现实的精确反应，它是用来帮助你把握核心规律的，请不要生搬硬套。

在关系中，需要考虑如下基本原则：

- **对对方缺乏强烈吸引力的时候，逐层升级**
- **在对对方有强烈吸引力的情况下，可以考虑跳级**
- **在什么层次就做哪个层次能做的事情，不要随意越级行事**

逐层升级的法则，就像打游戏，你要一关一关地过，通常情况下不能跳。

你们的关系处于哪一层次，你就老老实实做这个层次的事情，推进到下一关。千万不要第二关就干第六关的活。

我有学员跟女友分手几个月，还是想要复合。

然后有天跟我说前女友对他很不满，让他以后不要自作主张。我问他到底发生了什么事。

我 1 号的时候发了个红包，然后 2 号我想约出来吃饭，但是她那边说太忙就没约出来。事情是我今天（3 号）买了水果加煮了饭菜过去给她。她说以后不要再这样。具体就是今天，我出发

之前打了个电话给她问她在家吗？她不在，问我干嘛，我就说我拿点东西给你，已经出发了。

其实双方现在的关系，大致也就是在朋友层面。而「未经允许直接带饭到对方家」，这种至少是亲密好友才能做的事情，属于越级行为。

有女生微信上加上了自己心仪的男神，两个人偶尔聊过几句。然后基本上男生的每条朋友圈，女生都评论，而且还会表达关心诸如「这么晚还在上班」之类。有次还微信对方表白「好爱你每天都想着你好想和你在一起」。

大家只是认识或者熟人的层次，做这样的事情，往往让对方觉得尺度太大难以接受。

如果你们的关系层次没到，强行想要推进关系，往往结果是关系的倒退。

例如在熟人的层次就要对方接受你们的恋人关系，通常让认真的人更冷淡你。反过来，如果你们本身关系已经是亲密的好友层次，这时候往前推，那通常即使对方拒绝，也不会损害你们的关系。

还要注意的，女生对于男性，还可以通过性的方式来增加接触。很多男性对于送上门的性，抵抗力都是比较低的。但是如果你单纯的用滚床单的方式来吸引男生，固然对方可能笑纳，但并不代表你们的上述关系层次会有大的改变。例如本来是熟人，滚了床单也不会是恋人。还是需要在其他方面提升关系。

7、主动与廉价

女生经常有顾忌，就是主动接触男生会导致让人觉得廉价。

廉价感的产生，通常有几种情况：

1) 供给严重超过需求

例如一个人经常主动微信对方，打卡式沟通。没什么价值，反而耽误对方的时间。这就像走到路上到处有人发小广告，但是你不需要。

2) 唾手可得缺乏价值感

「好人」就普遍存在这个问题。对方要星星给星星，对方要月亮给月亮，随叫随到，24x7 服务。这样即使给对方的是他们需要的，但是对方很难有价值感。

我们人类对于事物价值的评估，并不是完全理性的，而是很大程度上依赖于自己获得的难度。往往投入越多越难以得到，就觉得事物对自己越有价值。

古龙在《绝代双骄》中说：

大多数男人的毛病，就算是条母猪，假如有两个男人同时抢着要她，那么这母猪全身上下每个地方都会变得漂亮起来，但其中假如有一个男人忽然弃权了，另一个男人立刻就会恍然大悟：「原来她是条母猪，只不过是条母猪。」

3) 觉得你缺乏自尊

如果一个人不尊重自己，他人也往往觉得这个人廉价。

我有学员说前男友提出分手，她苦苦哀求，非常的低声下气。前男友说「我都有点瞧不起你了」。

如果你将对方放在比自己高的位置上，为了取悦他人或者达成目标缺乏自己的原则，缺乏对自己的尊重，那么也就很难让别人尊重你。

前面这三种情况，在沟通中，往往体现为一个人频繁的示低价行为，在相对心理价位上处于很低的位置。

回顾在「娱乐与挑战」一章中，我们谈到的常见的示低价行为：

- 表达对对方的需要
- 满足对方提出的要求
- 基于低价位心态产生的言行

频繁的上述行为，很容易让人感觉廉价。

理解了廉价产生的情况，女生主动接触男生，是不是一定会有廉价感呢？

我们还是围绕上述三个情况进行分析。

1) 对于供给超过需求的状况

这里最常见的是，对方持续对你态度冷淡缺乏积极响应，你还频繁的主动发起沟通，表达对对方的需要。

要解决这个问题，首先是要避免在对方持续冷淡的情况下强行刷存在感。

关于如何判断对方对你的态度，你可以从四个方面衡量：

- **情绪度**
- **亲密度**
- **主动性**
- **响应性**

如果对方和你在一起，情绪度高（有积极、热情、愉快等正面情绪）、分享交流很亲密（参考亲密度 7 层模型）、经常主动的与你沟通、对你发起的沟通或者提议响应性好，那这是非常好的反馈。

如果反过来，对方和你在一起无精打采、言辞之间保持距离、不会主动联系你、对你发起的沟通响应低，那么你们的关系基础是很有问题的。这时候强攻通常死得更快。

另外一种情况在于给的比较多，以至于对方没感觉了。这里一种策略，是控制你的供应量。

有时候吃菜有种感觉，同样的味道，如果是一小份，吃了觉得意犹未尽好好吃。如果是分量充足，到最后反而可能觉得吃不下去了。

理解了这一点，在恋爱的交互中，你也需要去考虑分量的问题，并不是给的越多越好。这很多时候就像发试用装，一开始

小瓶免费。如果用了还想要，那么需要去付出额外的代价获取。例如需要对方主动的联系你。

当然，所有上述的根本，是提升你的能力，在与对方的沟通中能够创造出高度的价值和体验，得到积极的回应。

2) 对于唾手可得缺乏价值感的情况

恋爱中当然要给对方提供价值，但是不能一味跟随对方。

解决这一点的关键，在于转变思路，不是「你想要就给，而是我想给才给」。

我爱你我对你好，这是我的选择。我愿意理解你的想法，也愿意满足你合理的要求。但是这些都是我决定的，而不是因为你说什么想要什么，我就要照做。

另外一点在于，鉴于人们往往对于自己付出后得到的东西觉得更有价值，也需要学会让人们付出代价。

有次一位女性朋友约我吃饭。

我们的距离比较远，所以我提议选择中间的地点。她跟我说：「我下班比较晚，出来不方便，你到我公司这边来吧。」

上次她也是这么说的。当时我过去了。

于是这次我跟她说：「姐姐，我也很忙的好吧。要不这样吧，你给我讲个笑话，要是逗笑我了呢，我就过去。」

她说：「我不会讲笑话啊」。

我说：「那就唱支歌给我听也可以。」

她说：「现在办公室不方便啊。」

我说：「这样，等我们碰头了你讲给我听或者唱给我听 OK 吧。」她说：「好吧」

我先到了餐厅，等她坐下来，我像弹琴一样用指头咚咚咚敲着桌子，笑着看着她说：「快快快，来一个来一个」。

然后她真的给我唱了一段。

一段良好的关系，应该是两个人共同的意愿：你愿意为我做一些事情，我也愿意为你做一些事情，而不是单向的付出。

当你一味付出的时候，你可能根本就不知道，自己做的事情对方有多重要。

反过来，我让朋友唱歌听，也证明了一件事情，至少她还是有些重视这次会面的，所以愿意付出一些代价。如果她的态度是「要么你无条件过来，要么就不用聚了」，恐怕只能说她对于这次会面完全不在意。那你就需要检讨了，恐怕自己对对方缺乏价值。

「对方愿意付出代价」，是一种证明，证明你做的事情产生了积极的影响，证明对方在意你们的关系。所以，请不要一厢情愿的唱独角戏。

当然，前提是首先你要为对方创造价值。

3) 对于觉得你缺乏自尊的情况

这一点就是在恋爱中或者任何其他关系中，要有对自我的尊重，有自己的原则，不能无底线。

前面我们谈到在销售中，存在两种不同的类型：高价值产品营销，与廉价品营销。这两类营销思维可以说很多时候截然不同。

大众廉价品的营销，通常有如下的特征：

- 到处推销，不管别人想不想要
- 什么客户都接，只要你愿意买
- 以低价格为主要诉求点，推动成交也是靠降低价格，或者赠送各种免费的礼物
- 想法设法拉客户关系，请客户吃饭、提供无偿的服务，拼命示好

好人在追求他人时，很大程度上也是这种套路。这本身就是缺乏自尊、缺乏原则的底线。

反过来高价值产品的营销，却是另外的套路。例如一些高档奢侈品，你要买不是花钱就能买到的，还得有门槛。而且即使下单了，可能你还需要等个一年半载。

这种思维有一个核心点：「我们提供的是高价值的产品和服务，我们对客户也是有要求的。你要得到，需要付出代价」。

在高端品牌的营销中，会平等地对待客户，虽然会服务好客户，但是也不会低下身段委曲求全。

在恋爱中，和人生任何大事一样，女人需要有主动精神。

喜欢一个人，可以主动接触，也不用掩饰你的喜欢，毕竟被人喜欢是一件好事。但是不应该是强行的要升级关系，而是带给对方高价值和高体验。

8、名分与实质

在「如何处理冲突」一章中，我们谈到了名分与实质的问题。

在追求阶段，常见的错误就是过度关注名分，忽略实质关系。

很多人喜欢「表白」，希望让对方同意确定关系。但是前面也谈到了，你的关系基础不到，过早要求升级反而容易破坏关系。但人们的本性就喜欢干「生米煮成熟饭」的事情。

在倒追关系学中，**核心思想是推动关系的实质发展，追求水到渠成的获得名分。**赵敏就是典型的案例。

我不追求你现在就接受我给我名分，只是对你好、陪着你，一起经历。在这个过程中深化关系，最后获得认可。

所以表白吧，如果只是表达对自己的喜欢，这个通常没什么问题。如果是在关系基础不到的情况下希望强行升级，往往会破坏关系。

