

詹姆斯·柯里尔 哥飞 2020-03-15 16:51:16

哥飞，十年技术人，创过业，卖过公司，现为某游戏发行公司技术负责人。欢迎关注，在这里，哥飞和你聊技术、增长、管理、广告、游戏等话题。



本文翻译自 nfx 博文《The Psychology of Startup Growth》，原文有由詹姆斯·柯里尔朗读的音频，可以点开原文收听。

詹姆斯·柯里尔是硅谷在增长和网络效应方面最著名的专家之一。

作为一个连续创业四次的企业家，他创立了像 Tickle (1.5亿用户)、Wonderhill Gaming (4500万用户)这样的公司，也帮助 10 多家公司获得了超过 1000 万的用户，其中包括 Goodreads 和 Poshmark。

他是用户生成模型、病毒式营销、a/b 测试、众包和其他有影响力的增长技术的先驱。

<https://www.nfx.com/post/psychology-startup-growth/>

当公司向我寻求增长建议时，他们通常会问：

“我明天能做一件什么事来获取 1000 万用户？我应该使用哪些渠道？哪些策略？”

然而事实没有这么简单，增长不是一次性的花招。要实现 1000% 的增长，没有什么灵丹妙药。

增长来自于正确的心理，正确的心态，以及你坚持多年的日常工作方法。战术会改变，会变得过时，但增长是一种无止境的创造性努力。你必须为此建立你的增长心理学。

我们总结了高效增长心理学的五个标志：

1. 语言优先
2. 理解用户
3. 不断前进
4. 热爱数据
5. 承受失败的痛苦

以上是我们花费最多时间试图与团队沟通的五种心态。它们表面上看起来似乎很简单，然而，一旦你试图实现它们，就像许多真正有价值的事情一样，它们会变得更加复杂。

下面我们会将它们掰开揉碎，详细地讲解给大家，以帮助大家将它们付诸实践。

多说一句，我们经常听到这样的观点：所有好的增长方式都已经被使用过了。

但是我们不这么认为，我们坚信，还有 10 倍以上的增长机会等待着我们去发现，这些机会可以用来建立具有定义行业的公司。

只要有正确的创始人心理学，你也可以做到。

一、语言优先

我们最常见的错误之一，就是首先开发一个功能，然后再用语言来描述这个功能。

这是落后的方式，语言描述应该是第一位的。

当你选择了确切的语言来描述你的公司和产品后，你就知道你该做什么，也知道你的用户期待什么。

你的语言定义了你的产品，它告诉用户，你的产品是如何与他们的生活息息相关的。

举个例子，你说“乘车市场”，用户会觉得“跟我没关系”，你说“4分钟内就能打到车”，用户才会注意到你。

如果你产品界面上一个按钮写着“分享你的照片”，那么这将会是一个与“存储你的照片”不同的功能。

从你的公司名称开始，你的语言将会是一个增长乘数或者抑制因素。

很少人意识到这点，但语言在增长中是第一位的。

二、理解用户

典型的“优秀”创始人一整天都在思考他们的产品，他们希望自己的产品被用户关注和喜欢，自己的产品对用户来说是有用的和令人愉快的。

但是，考虑你的产品和考虑你的用户是两码事，尽管两者很容易被混为一谈。

伟大的创始人需要花更多的时间去思考用户的想法和感受，以及他们的心理。

现实中，你的用户有一个庞大而复杂的生活，而你正在努力成为其中的一小部分。

他们有工作，有家庭，有住房，有朋友，有车，有狗，有保险，有债务，下一个假期即将到来，有孩子，有学校，有智能手机，有100个应用程序，等等。

你的产品被埋葬在某个角落里。

在你的世界里，你的产品就是你的一切，每天12小时，每周7天，你都在关注你的产品。然而在用户那里，在你很棒的情况下，最好的情况你的产品也只是他们生活的一小部分。

因此，你每天都要问的问题是：

“你的产品对用户来说是什么，怎样才能在他们的复杂的生活里占有一席之地？”

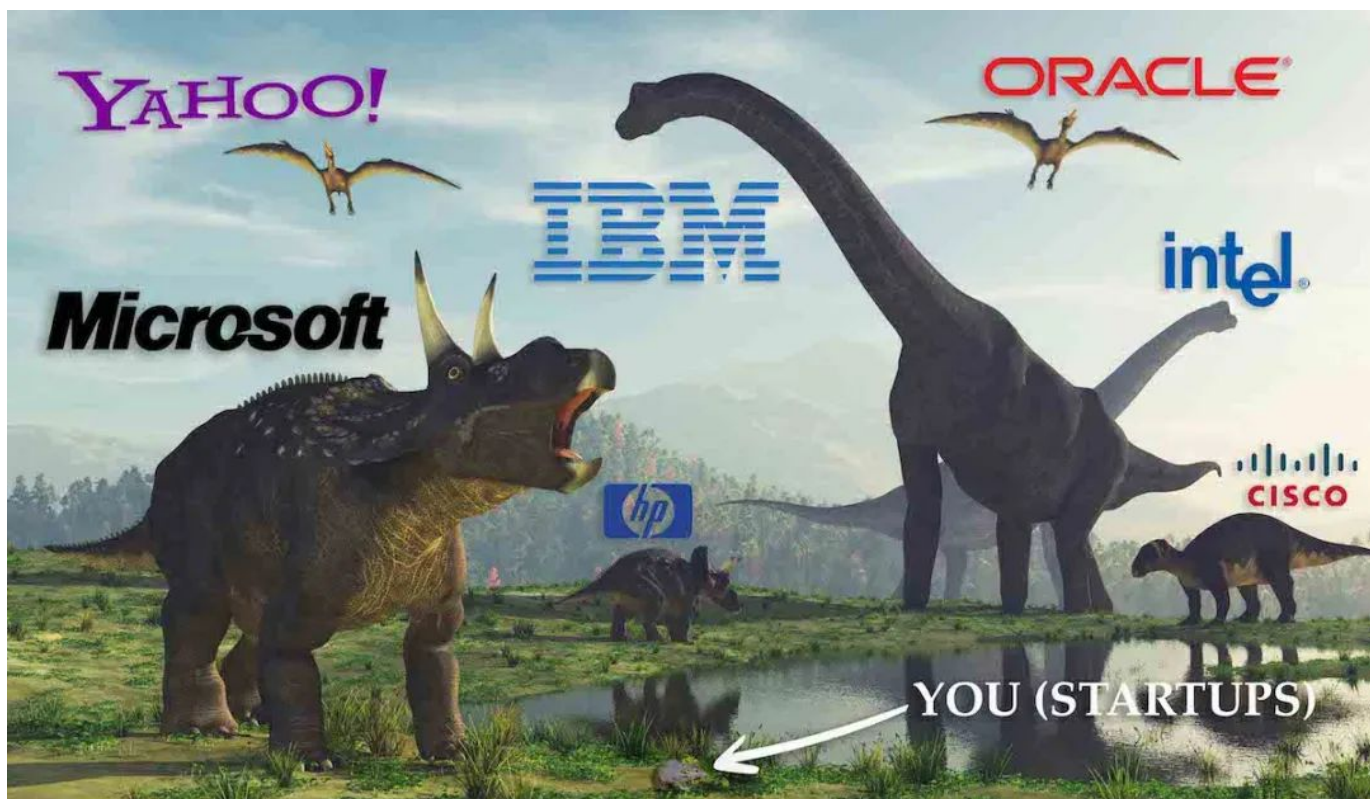
你的答案应该反映出每一个有趣的科技公司背后都有一个关于人类心理学的强大洞察力，这种洞察力使得你的产品将会脱颖而出。

举例，

- Facebook 抓住人们对赞誉和社会声誉的需求：“看我表演”；
- Snapchat 利用了人们对隐私（甚至是秘密）和短暂性的渴望：“我厌倦了表演”；
- Instagram 利用了人们对魅力和外表的追求：“看我好的一面”；
- Etsy 允许人们在大规模商业化的时代购买小规模的手工艺品：“我感觉自己是独一无二的”；
- WeWork 抓住了随着社会原子化程度不断提高下，人们对社区和远程工作经济的渴望：“我想要归属感”。

了解你的用户心理——知道你的产品对他们来说意味着什么，你的1000%增长方式就会变得清晰起来。

三、不断前进



回到 8500 万年前，谁是这个星球上最主要的生命形式？

恐龙！它们很庞大，它们在食物链的顶端，它们是统治地球的巨人。

但恐龙并不孤单，在灌木丛中疾走着一种类似鼯鼠的小生物，那是现代哺乳动物的祖先。一个在巨大的掠食者的恐惧中颤抖的生活，被忽视的生物。

对于恐龙来说，鼯鼠没有什么优势，除了一点，鼯鼠不停地移动，一天中的每一分钟甚至是在睡眠中，鼯鼠都在不停地移动。

然后一颗小行星来了，一切都改变了。

气候被彻底劈坏了，生存竞争出现了新维度，最终，鼯鼠胜出了。

为什么？因为它的小体积和速度在快速变化的时代是有利的，而恐龙，正在慢慢走向灭绝，具体的体型成为了它们最大的弱点。

鼯鼠应该成为伟大创业者的图腾，今天的创业公司应该熟悉它的故事，并采用它的思维模式。

正如安迪·格罗夫所说，“只有偏执狂才能生存”。你们也居住在一个由巨人统治的世界里，你也一样，没有优势，除了一个：速度。

不断的前进，比其他人做得更多，为了成长，你必须进行更快的实验，迭代更快，永不停止。

四、热爱数据

如果你想增长，你必须致力于量化一切，测试、量化和迭代，这是增长的强有力引擎。

数据不是时候的想法，“数据驱动”不能仅仅是一个流行词，你必须真正地投入其中，投入大量的工程资源进行量化。

你必须热爱你的数据，这就是你的心理。你的每日统计邮件应该是你文化的核心部分，并且足够优秀，以至于公司的每个人都可以为此感到骄傲。

当我去创业公司参观时，我希望看到每个人都在看用户留存图表，我想看到的墙上的大屏幕统计图表出现在每一个员工的视野里。

五、承受失败的痛苦

不断地重复是增长引擎的另一部分，但通常说起来容易做起来难。这意味着在你的心理学中，必须学会承受失败的痛苦。

你每天都会失败，你投入时间和精力的大多数事情都会变成负面的，大对数新策略都不会奏效。

你必须能够从失败中走出来，你团队的每个成员也是如此。这是一个系统，这是一个不会失败的增长心理学。

有一句名言：“成功是从失败到失败，而没有失去热情”，这就是你为了100%的增长而要拥抱的心理学。这样的改变不会来得太容易，当别人放弃的时候，你需要勇气来磨砺自己继续前进。

让它发挥作用（Putting it to work）。

创始人——尤其是CEO——需要具备上诉心理素质。

但你如何在一个6人或者更多人的团队中实施增长心理学的原则呢？

下面五个步骤将大有帮助：

- CEO 必须教会团队这种心态，特别是愿意承受重复的小失败。
员工必须被告知，直接负责增长是他们工作中很重要的一部分，即使他们的头衔上写着诸如产品、技术、或者市场营销之类的东西。
- 在这个意义上，每个人都是增长团队的一员，尤其是 CEO。
- CEO 必须给予增长团队明确的权力来改变产品和分配人力资源以追求突破性的增长。
- 增长团队应该比CEO更积极的推动增长。如果你在增长的职位上，却要CEO来推动你做各种实验，那你找错工作了。
- 你必须不断地承受巨大的打击，每月10%的增长是可以接受的，但是一旦你达到了这个水平，可能就有办法每月增加40%。发现40%的增长，甚至1000%的增长，需要创造力和跳出你的自我舒适圈。

增长归根到底是整个公司的努力，但这种努力的质量来自于CEO的心里。通过每天1000个小小的行动，创始人们将他们的心理烙印在他们的创业过程中。

正因为如此，良好的增长心理会对公司未来的成功产生连锁反应。

这就是被缓慢增长所困扰的创业公司和不断增长的创业公司之间的区别。

[阅读原文](#)