

01 Part

第一部分 认知世界，研究人性和人性需求

一切社会活动最基本、最原始的原动力就是人性的需求。研究人性和人性需求，就能找到开启销售之门的钥匙！

第一章

驱动世界的原动力

世界范围的政治、经济、军事、宗教、文化、科技的历史发展，读者朋友们可以去做一个系统研究。我们可以从中窥探到人类社会的整个发展脉络，从中我们可以看到整个世界最根本的东西：人性，人性是驱动历史前进的最初的、永恒的原动力。

当我们面对生存，我们需要：工具、食物、安全、控制、保卫、商业活动……

当我们遇到难题，我们需要：交际、文化、宗教……

当我们对未来充满恐惧、需要新的机会的时候，我们需要：科学技术、发明创造、哲学思维……

当我们面临着更大范围的竞争的时候，我们会有：军事力量、经济战争、文化战争、道德战争、政治战争……

所有的这一切，都是由人类自身的需求来驱动的！而且这种状况依旧会继续……其层次如下：



人类社会的发展，随着文明程度越高，以利益集团为例，其掠夺财富的方式更加倾向于通过内在和外在的方式，实现其财富的掠夺以及财富的可持续增长和传承。所谓的外在，即以国家安全、民主自由、人道主义的名义……而内在，则是经济手段、利益集团的相互妥协、资本的手段……

纵观历史长河，处于历史变革中的个人：

——一开始是与自然的搏斗，个人和集体的争利和妥协。

——野蛮的奴隶社会，奴隶的生存取决于劳动力量的优劣或者主人的随心所欲，没有自由，不过是卑微的工具。

——到了农耕社会，个人在原则上是可以允许拥有一亩三分地的，但是由于土地的自由买卖、资源的高度垄断，温饱成为最基本的生存欲望，常常由于频繁战争，流离失所，活下来才是硬道理……

——在资本主义社会，所有的普通人都换了一个身份：产业工人。生存、教育等其他需求的满足，是为了更好地实现工作的价值，满足掠夺的需求。

在整个的过程中，个人的精神需求是统治阶层需求的表现形式。

总之，无论个人、阶层，抑或是集团，不论是什么样的社会阶段，其基本点都在于，人类有自己的需求——是需求、是欲望推动了历史的发展和进步，也是需求改变了历史，是需求不断地让这个世界日新月异，需求是这个世界上最永恒的存在，其他的不过是附着物！

所以，人性需求才是世界发展的原动力。

要读懂社会，有所建树，就必须遵从人性的需求。

要驾驭人性，必须读懂人性和人性需求。

作为一名销售人员，你想成为精英，也必须遵从人性和人性需求，因为这个世界都是由它们决定的。

人性和人性需求是打开销售之门的密匙，无他！

商业活动的起始点是因为人性，推动商业发展不断出现的新的商业模式，都是人性和人性需求在决定，而且一切优秀的商业模式都是利用了人性的弱点，并将这些弱点通过技术和产品，转化成了价值，也就是一部分人满足了绝大部分人的人性弱点的需求，被满足者为之埋单。

人性的弱点是产品创新、企业创新的原动力。

最好的商业模式就是充分满足人性的模式，特别是满足人性弱点的

模式。

所以，人性和人性需求改变了整个世界的过去，也将影响世界的现在和未来……

第二章

重新认知——人性

人性需求是推动世界进步的原动力，我们必须读懂人性，深刻地了解和读懂人性需求。

一、人性和人性需求

人性是什么

人性，是人类活动的成果与智慧的统一体，是运用自身智慧以实现自身目标的一个系统的过程。人的一切活动都是满足自己感性和理性的需求，满足自己先天拥有的和后天形成的需求。

“人性是什么？答曰：求我生存，求我幸福。”（无名氏语）

这句话概况了人性最真实的内涵，不虚伪，不做作，具有很强的现实主义和理想主义的色彩。

聚焦人性，首先要明白一个基本的点，那就是人来源于动物，所以人性是以动物性为基础的，但比起动物性，人性是人所独有的更高级别的特性，他还拥有社会人的人文性。

当生存没有解决，或者还处于贫穷阶段的时候，一切幸福的指标都是天方夜谭，甚至是以扭曲的、变态的方式呈现。生存一开始就是充满了杀戮的，你死我活的，任何表面的温情的东西，实质上都掩盖不了物竞天择，适者生存的法则——这个就是人性中的动物性决定的。

世界的本质就是“人性”体现，商业世界集中了人性需求的全部要素。销售的成功就是经营“人性”。精通“人性”，成功就是你的。

浅析“人性”

人来源于动物，所以我们的人性是以动物性为基础的。

生意人为什么能成功？因为他的一切行为和语言都是为了满足自身动物性。

动物性的成长多寡是由文化（家庭、环境）决定的。一方面动物性是与生俱来的，它既是后天教育强化的结果，又是后天环境塑造的结果。而我们常说的人文性是指人的理性、德行和社会性。人文需求是一种责任体现，动物性得到满足以后人文需求自然伴随体现。另一方面是动物性满足以后的自我保护，群体保护的需要，也是生活安逸富足以后更多的享乐需求，人文需求能促进动物性得到更大的满足。

从人性的特点看生意人成长的阶段性

生意人成长的初期，主要表现以动物性为主，积极解决动物性的需求。生意人成长的中期，自身的动物性逐渐潜藏在幕后，人文性逐渐走向台前，但是本质是没有变化的：人文性只是手段，动物性才是目的。当生意人的成长逐渐进入后期，动物性几乎完全隐藏，人文性完全在台前。

但是动物性和人文性的存在必须维持在一个合适的程度内，否则容易造成很多不良的后果。例如，动物性过大往往会导致自我毁灭、害人害己、六亲不认等结果；又例如，人文性过大也可能导致泯然众人矣，心比天高，命比纸薄，眼高手低，怀才不遇，生不逢时等结果。

那么我们应该如何把握动物性和人文性的程度呢？这里的建议是我们的行为驱动力让动物性占 80%，人文性占 20%，这样动物性可以让自己衣食无忧，人文性可以让自己活得温暖自由，前提是两者结合。

人性需求是什么

人性的特点，决定了人性的需求，在中国哲学中，以儒家为主，主要探讨人性的善与恶，因为一开始就是从社会人的角度去看人的，所以首先

忽略了人本身就是动物这一个基本常识。从而，在中国哲学里，对于人性需求是避而不谈的，整个的哲学体系都是以“君子”为最高的个人需求修养目标，可以演化为“正心、修身、齐家、治国、平天下”，对于统治体系来讲，是“普天之下，莫非王土；率土之滨，莫非王臣”为标准，所有的需求都是满足帝国的统治需求，个人需求是淡化的，即使有，那也是皇恩浩荡的结果，而且随时可以被剥夺。

而对人性需求的理解最为系统的，当属美国的亚伯拉罕·哈洛德·马斯洛。他是美国著名哲学家、社会心理学家、人格理论家和比较心理学家，人本主义心理学的主要发起者和理论家，心理学第三势力的领导人。推荐读者朋友去阅读他的著作《人的动机理论》（1943）、《动机和人格》（1954）、《存在心理学探索》（1962）、《科学心理学》（1967）、《人性能达到的境界》（1970）。

马斯洛认为人都潜藏着七种不同层次的需要：生理需要、安全需要、社交需求、尊重的需要、认知需求、审美需求、自我实现的需要。具体可阅读相关书籍。

当然，人性不等于人性的需求，人性需求实质上是人的动物性和人文性构成的复杂的人的社会属性。人是世界的主宰，主宰世界的永远是动物性最强的那帮人，他们是人性大家，为博取更多的利益（名利），他们会抓住人性的弱点，以道德的名义，愚弄人，建立合理秩序，长期占据资源，不断推陈出新，博取长期利益。非利益集团，不断抗争，于是有了妥协、压迫、逃离、颠覆、更替……一些人成功了，其他人不过是帮他人作嫁衣，去满足他人的人性需求。任何组织里都没有绝对的公平——因为人性的需求决定了公平是不存在的，那么需要公平的销售人员不过是书呆子。

人性与销售工作的关系

对于销售工作，读懂了人性的需求，就等于初步做到了知己知彼。如果我们能够清楚地看透对方的心理活动、对方的思维方式、对方的性格优

缺点、对方的真实需求……那么我们就很容易去清晰地分析形势的变化，做出正确的决策。

销售工作的中心思想是要去满足对方的需求，因为自身的需求必须通过满足他人的需求作为交换。

人与人之间，其实没有什么太大的区别，人性的需求无处不在，嫉妒、懒惰、恐惧、自卑、面子、尊严等无时无刻不在影响着、缠绕着我们和对方。我们如果看透了人性的需求，就可以利用这一点征服对方。

做老板的人，你是否能看透你自己的人性需求？做领导的人，你是否能看透你下级的人性需求？做销售的人，你是否能看透你客户的人性需求？做员工的人，你是否能看透你公司的需求？

二、人性和人性需求的现实意义和价值

用简单的生活逻辑来探究“人性”和“人性需求”

人生下来就有了生理的需求，解决温饱问题以后，就有了其他的需求，欲望开始一点点地滋生。

人的需求依靠这些方式得到：奉献、施舍、巧取豪夺、暴力、战争、文明。

人类进入文明社会以后，随着商业文明的兴起，人类的需求根本没有发生“质”的变化，只是形式越来越多样，文明社会体系健全是利益集团的利益需要，文明程度越高，利益的掠夺方式就越隐蔽。

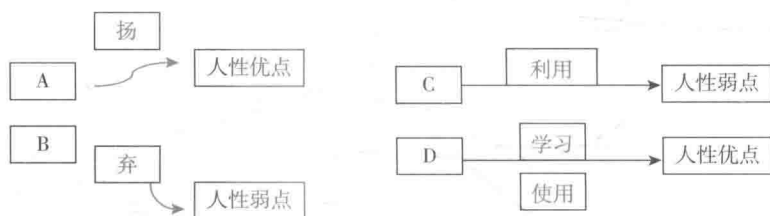
人性需求的决定点来源于人性本身，在商业世界里，人性的需求是人性的优点和人性的弱点互动产生，彼此交融，彼此共生的。换句话讲，就是：

没有人性的优点，就造就不了优秀的产品，不会产生那么多的商业模式，也造就不了那么多真正的商业精英和成功人士。

当然，如果没有人性的弱点，也就没有那么多的消费群体，没有那么

多的追随者，没有那么多你可以利用的工具。

于个体而言，理性思考，感性做事；于公司来讲，抓人性需求，扬人性优点，去人性弱点，建立共同的价值观。如图：



基于人性基础的个人顶层设计

深刻把握“人性”本质上的“人性需求”是思维的深度，也是高度，是原点，也是归宿。

深刻地理解，个体是需要规划设计的，规划设计需要围绕目标，找到战略的高度。

具备技术专家的系统能力，通过项目本身和系统的学习相结合，有规划、有研究地成长自我能力体系。

具备更高层次的经营专家的系统能力，是通过项目本身和系统学习相结合，与高手过招，不断颠覆自我而形成的经营体系能力。

建立自己的系统的交易平台，拥有内外两个系统的资源系统和交易系统。

人性与人性需求，是你打开事业成功大门的密匙，是你游刃有余于世界的通行证。

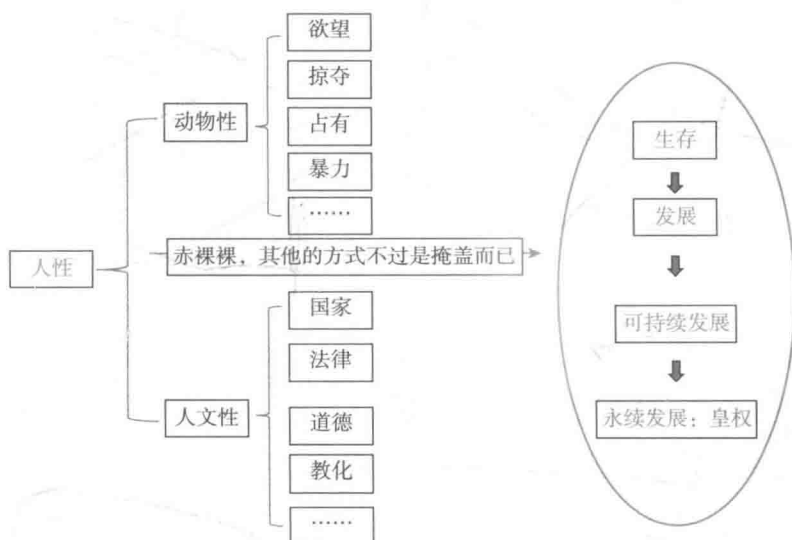
世界的主体是“人”，是人都有共同的本性。所以，做一切商业活动的前提是悟透人性。将一切复杂的问题简单化。所以，一切的问题都是“人”的问题，而且都是人性的问题。

人的本性是什么？就是人性。由人性衍生而出的是什么？是人性需

求。由人性需求衍生出来的是什么？是名和利。



人性的目的就是求我生存，求我幸福，体现在名和利。



名利的具体体现：

于个人而言，是成果导向。

——良好的销售数据，可以实现；

——良好的收入：车、房、存款；

——良好的社会形象：受人尊敬。

于企业而言，是成果导向。

——企业良好的经济效益；

——企业可持续发展的能力；

- 企业的传承，光大；
- 企业良好的社会形象。

关于目标中的“名利”解读

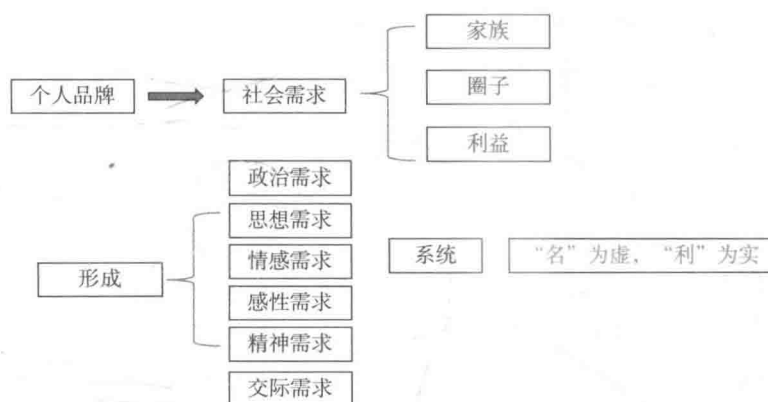


商业最基层的秘密，就是以人性和人性需求去开启事业之门，建立组织、设置规则、建立利益机制，系统地解决我们的目标问题。所以古人说的一句话，道出了舍得的真谛和商业的秘密：“修身岂为名传世，做事惟思利及人。”

关于“名”的解读，“名”分为“实名”和“虚名”。

但凡人都容易被“虚名”所累：感情色彩、有情有义、耿直、虚荣心、面子思想。后果是：失去原则、自我陶醉、没有界限、不知进退、不明舍得。

成功者的“名”：以名搏利，深层次的需求是自尊和价值，系统建设“名”，全方位、系统地塑造个人品牌系统。

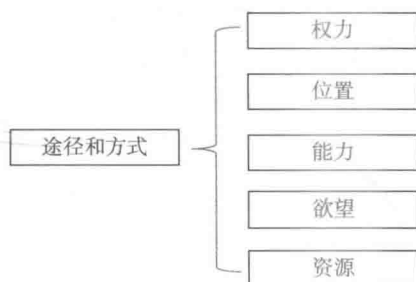


关于“利”的解读。

“利”者，利益，物质，财富，权力。言“利”者，坦荡君子，言“利”者，高尚之事也。



利益的实现途径和方式：



对于常人来讲，“君子爱财，取之有道”。“利”是交换的结果。

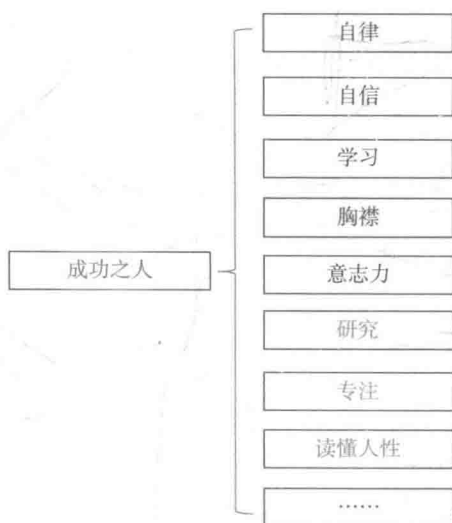


人同其心，同理共赢（学会换位思考，学会逆向思维）。一切成功的商业行为，都是人性需求交换的结果。

备注：几个需要关注的核心点。

1. 求“利”是人的本质需求，工作的目的、生意的目的，都是为“利”而去，非为他，仅此而已。

2. 常人之求利，求小利而颠沛。成功之人求利，求长利，求大利，能吃苦中苦，能受极致之罪。



3. 求利不得者，心生抱怨，负能量，多自比为千里马，没有伯乐赏识，而从没有扪心自问以下几点：

——我的动机、出发点如何？

——我的思维体系、能力体系、素养体系如何？

——我要什么样的平台、职位、机制？

——我是否满足企业需求，能够为这种需求达成双方都可以接受的游戏规则？

——我的规划何在？

4. 违背商业规律的行为：

——野蛮的掠夺，抢劫；

——投机行为；

——非法占有行为；

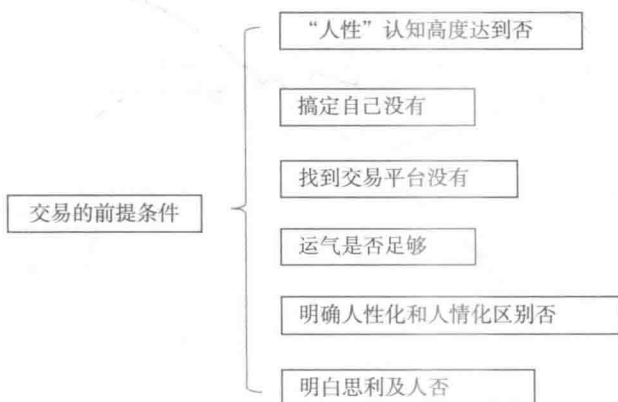
——犯罪行为；

——其他。

三、人性需求在商业上的核心落地思维

一切成功的商业行为都是人性需求的交换，所以，整个世界就是一个交易平台，问题是，销售是交易什么？第一个层面，常规的认识是交易的产品。第二个层面，交易解决问题的方案。第三个层面，解决的是人性的需求。

交易的前提条件是什么



交易是需要层次的

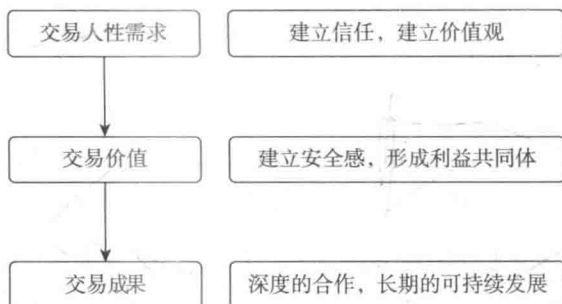
第一层次：普通交易——一个程序性的工作，固定工资，解决基本的生存问题。

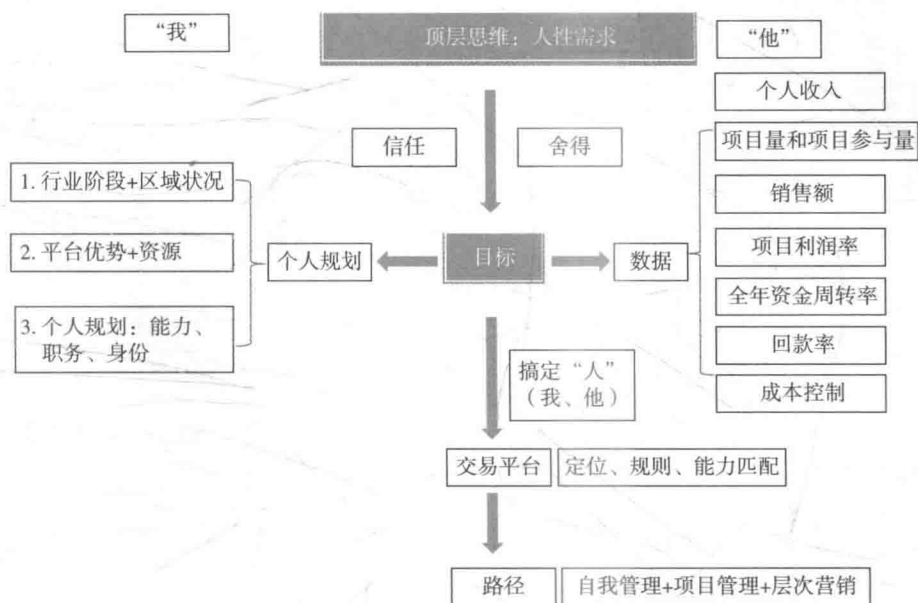
第二层次：目标的交易——做销售，解决发展的问题。

第三层次：需求和价值的共同交易，解决可持续发展的问题。

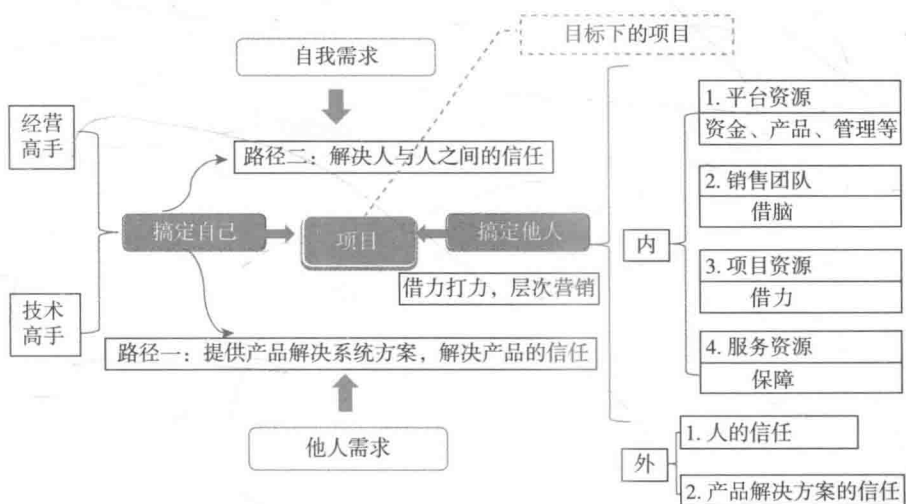
交易的基础

两个信任：以产品为基础的系统解决方案；以人为主体的信任度（下面四个图示可做说明）。





基于目标的满足个人需求的模板



基于人性需求交易的、以项目为落脚点目标下的内外部资源整合的解决方案模板