

高情商决定
你的社交价值

张萌
著

从受欢迎 到被需要



文化发展出版社

从受欢迎 到被需要

高情商 决定你的社交价值

张萌 著



文化发展出版社
Cultural Development Press

图书在版编目 (CIP) 数据

从受欢迎到被需要：高情商决定你的社交价值 / 张萌著. —北京：文化发展出版社有限公司，2019.6
ISBN 978-7-5142-2694-2

I. ①从… II. ①张… III. ①情商—通俗读物
IV. ①B842.6-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第121186号

从受欢迎到被需要：高情商决定你的社交价值

著 者：张 萌

责任编辑：侯 铮

特约监制：何 寅

产品经理：李文静 赵 龙

特约编辑：李 岩

封面设计：胡振宇

出版发行：文化发展出版社有限公司（北京市翠微路2号 邮编：100036）

网 址：www.wenhuafazhan.com

经 销：各地新华书店

印 刷：河北鹏润印刷有限公司

开 本：880mm × 1230mm 1/32

字 数：147千字

印 张：7.5

印 次：2019年6月第1版 2019年6月第1次印刷

定 价：49.80元

I S B N：978-7-5142-2694-2

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有，侵权必究

本书若有质量问题，请与图书销售中心联系调换。电话：010-82069336

我看到过很多以介绍和推荐为主的前言，但那不是我喜欢的风格。作为奋斗者的同行者和朋友，我更愿意在这里帮大家弄明白关于高情商的三个关键问题：

高情商到底是什么

我就不需要其定义来回答了，因为那样并不能对你有帮助。我只能告诉你我眼里的高情商，我所理解的高情商就是高效运用你的情商来解决实际问题，让它为你的目标实现保驾护航。

如果你说“好好说话，做一个受欢迎的人”这也算是高情商，我会为你点赞。但是我要告诉你，那只是高情商带来的好结果。如果不能带来价值，助你实现目标，那么你的“好好说话”很可能就会让对方厌烦，因为大家都很忙，没时间听你闲聊；如果不能为自己的奋斗助力，你“受欢迎的人”的人设就会被贴上“好人病”的标签，它的学名叫作“取悦症”，这是病，得治。

修炼高情商很难吗

在我的《高情商领导力》线下课堂上，被问到最多的就是修炼难度的问题。关于这个问题，我只能说，我有一个好答案和一个坏答案，但是我准备先告诉你坏答案：高情商的修炼确实挺难的。因为高情商是要用来跟人打交道的，而这个世界上最难琢磨的就是人心，更何况我们还要通过与人打交道实现目标。虽然我为此准备了不少方法，但是我还是没办法向你解释清楚，就像标注再准确的菜谱都没办法告诉你“少许”“若干”到底是多少，这其中的道理是一样的。高情商的修炼，你说难还是不难？

然后我再把好答案告诉你，这个好答案就是，难是一件好事。这件事虽然难，但却很靠谱。这里面的力道确实很难拿捏，我也确实没办法告诉你应该用几分力，而且每次做到恰到好处所需要的力度也不尽相同。但是作为一个过来人，我总能够给你一些实用的建议。不管是用来捅破窗户纸的思维破壁，还是拿来就用的实操方案，我都给你准备了不少。只要你勤于实践，那些我没办法通过文字清晰表达的东西，你通通都能融会贯通，巧妙运用。禅宗有句话，大意是“道不可道，然近道之道不可不道”，道理与此大致相同。高情商很难，难在那些不可言说的分寸拿捏。但是我能给你“近道之道”，于是，你就可以运用之妙，存乎一心了。如此，你还会觉得难吗？当然，这个功夫肯定需要你自己来下。难的另

一个好处就是，它能帮你超越绝大多数的竞争对手。高情商者之所以能够卓尔不群，所凭借的就是这个“难”字而已。

修炼高情商就一定会成功吗

关于这个问题，虽然我很想给你一个肯定的答案，但是我不想骗人，哪怕是善意的谎言。我只能告诉你，我的《从受欢迎到被需要：高情商决定你的社交价值》是为那些奋斗者准备的。书里的每一个方法都是为了帮奋斗者解决问题而设计的，书里的故事也都是奋斗者自己的故事。至于那些让人热血沸腾的大佬传奇，不是没有，但是真的很少，而且本书也不打煽情牌，这对习惯于鸡汤思维的人来说，确实不过瘾。

如果你是个奋斗者，我能告诉你的就是，高情商的修炼会成为你强大的助力。让高情商为奋斗者助力，这是我做高情商课程的初心，也是写作本书的终极目标。你需要做的就是尽管拿出奋斗者的狠劲儿，因为这本书就是为你准备的。

我希望每一个奋斗者都能成功，就像我对成功的渴望一样热切。在这一点上，我们是一致的。赢，就是战胜过去的自己！为了实现这个目标，除了你的努力，你还需要修炼这个能够“变现”的高情商。

如果这本书需要一个标签的话，我希望这个标签是：一本硬核情商书。



目录
contents

第一章

从“受欢迎”到“被需要”，高情商者的关系跃迁术

- 第一节 “受欢迎”还是“被需要”，关键看价值 ... 003
- 第二节 我是谁，我需要什么，我能提供什么 ... 008
- 第三节 “我需要帮忙”或“给你一个机会” ... 013
- 第四节 先讲价值，因为“必有重谢”真的很低端 ... 018
- 第五节 被不被需要，千万别一厢情愿 ... 023

第二章

怎么培养成为“红人”的品牌管理能力

- 第一节 过硬的品牌来自过硬的本领 ... 031
- 第二节 主角光环就是能成事的感觉 ... 036
- 第三节 讲一个配得起自己的品牌故事 ... 041
- 第四节 好品牌就是有“眼缘儿” ... 049
- 第五节 送你一张靠谱的数字名片 ... 056

第三章

怎么做才能让自己变得更“值钱”

第一节 你的一无所有，只是视角问题 ... 065

第二节 跟大咖亲密接触的底气 ... 071

第三节 用线绳的觉悟换取珍珠的身价 ... 077

第四节 摆脱路人甲困境只需要 5 步 ... 083

第五节 所谓人脉焦虑，不过是种假象 ... 090

第四章

跟圈外人交朋友，高情商者的圈层融合法

第一节 有多少种朋友，你就有多少种可能 ... 099

第二节 六度分隔，帮你拆掉圈层的壁垒 ... 105

第三节 把认识一个人变成得到一个世界 ... 111

第四节 永远不要想着跟所有人交朋友 ... 117

第五节 守住边界感，关系处到刚刚好 ... 124

第五章

如何有效平衡解决社交和精进

- 第一节 我为什么不主张你去死磕 ... 133
- 第二节 避免生活被社交拖垮的算法 ... 139
- 第三节 怎么在关键时刻找到对的人 ... 145
- 第四节 让“变现”永远都是现在进行时 ... 151
- 第五节 试错是个大成本，越低越好 ... 156

第六章

直击痛点，只有高情商者才能解决的6个社交难题

- 第一节 没有不能拒绝的事，只有不懂拒绝的人 ... 165
- 第二节 别让安慰变成捅刀子 ... 171
- 第三节 帮忙帮出仇人是怎么回事 ... 176
- 第四节 真的高情商就是敢明目张胆地恭维别人 ... 181
- 第五节 越“骂”越亲近才是真的高手 ... 186
- 第六节 不是谁的“对不起”都能换来“没关系” ... 192

第七章



让闲聊更有价值

- 第一节 沟通之前先来点开胃“闲聊” … 201
- 第二节 聊得开心，就必须你来我往 … 207
- 第三节 两幅地图，保证闲聊不翻车 … 213
- 第四节 聊得来还不够，一起奋斗才有效 … 218
- 第五节 沟通错题本，复盘让沟通持续精进 … 223

PART 01

第一章

从“受欢迎”到“被需要”，
高情商者的
关系跃迁术

第一节 01

“受欢迎”还是“被需要”，关键看价值

小雪是个特别优秀的女孩，在“第二届又忙又美大赛”中有不错的表现。她也是青创客中非常出色的一位，尤其在高情商领导力方面做得很好。但是，事情一开始并不是这样的。

小雪是那种让人一见面就放下提防之心的女孩儿，有着圆圆的脸蛋儿，脸上永远带着笑，走起路来带着一阵风，关键是她还非常热心。一次课堂休息时，我发现她在一群陌生人中间聊得火热，于是，我开始关注她。后来我跟她说，在互联网时代，她应该建立自己的创业大会，挑战自己，做一名会长。不得不说，她的执行力非常强。几天时间，她就组建了自己的社

群，而且规模还不小。

当她向我求助的时候，她的话让我感到非常意外，她说：“萌姐，我是不是那种情商特别低的人？我是不是人缘很差？”

听得出她话语中那种掩饰不住的挫败感。由于不清楚事情的原委，我没有急于表明态度，而是示意她继续说下去。

“我觉得我的人缘还是不错的，应该是那种比较受欢迎的人。但是为什么在我需要帮助的时候，那些能够帮助我的人却没帮我而去帮助别人？他们不帮我，我并不难过，我难过的是他们明明有能力对我伸以援手但却选择了袖手旁观而去帮助别人。”

她并没有继续讲到底发生了什么，但我明白了她真正想要表达的意思。她的烦恼是：**我明明是一个受欢迎的人，可为什么在需要帮助的时候，朋友们却没帮她而选择帮助别人？**

不得不说，这种情况并不是个例。在回答“为什么”之前，我们先来捋一下它的内在逻辑。但凡有这样困惑的人，他们对高情商的认知都有这样的特点：

1. 那些拥有好人缘或受欢迎的人就是所谓的高情商的人。
2. 因为我是受欢迎的人，所以得到别人的帮助就是理所当然的事情。

所以，我知道小雪这些话不是在抱怨，而是她真的很迷惑。因为现实跟她对高情商的一贯认知之间出现了不可调和的矛盾。她并不是真的怀疑自己的情商，也不是怀疑自己的人缘，她怀疑的是高

情商在现实社交当中的价值。她的疑惑其实可以用另一种方式来表达：高情商，在我们的奋斗中到底能不能“变现”？

到底能不能“变现”？答案是，能。在我的《高情商领导力》课程里，有一个非常重要的观点就是：高情商是可以“变现”的，是所有奋斗者不可或缺的重要助力。既然高情商是可以“变现”的，那为什么还会出现小雪那样的困境呢？问题的根本就在于这类人对高情商的认知出现了偏差。要解决这个问题我们首先要升级对高情商概念的认知。升级后，我们对高情商必须有这样的认知：

高情商者会让别人感到很舒服，会受到别人欢迎。但并不是所有让别人感觉舒适的人都是高情商者，还可能是“取悦症”患者。

让别人感觉舒适，并不等于一定会得到别人的帮助。如果别人乐意帮你，你很幸运，那是情分；反之，也无可厚非。

有些人也许会想：要是按照这个逻辑，高情商岂不是更不容易“变现”了吗？为什么还要升级对高情商的认知呢？我们这么做是为了看清高情商“变现”的认知关键词——价值。

在实现对高情商的认知升级后，我们眼里的高情商应该是这样的：高情商者会让别人感觉很舒适，这点很重要。但是比这更重要的是用好自己的价值，促进高情商“变现”。这就是我经常强调的“价值锚点”，是高情商中高维度的价值。只有实现了对高情商的认知升级，理解了“价值锚点”，才能更好地让高情商落地、“变现”，为你的奋斗助力。

于是，在弄明白小雪困境的真正原因后，我对她说：“你并不是一个低情商的人，最起码你有好人缘，你身边很多人都喜欢你，这是个不错的开始。你现在烦恼是因为你没有参悟到高情商中的‘价值锚点’，而它是让情商‘变现’的关键因素。”

那么，为什么有了“价值锚点”的加持，高情商变现就会变得很容易呢？很简单，在人与人交往的过程中，不管建立什么样的关系，都不外乎两个因素：

一是情感因素。就是我们通常所说的舒适感，对方跟你在一起感觉很舒服，就愿意跟你建立某种连接。但是这种连接是偏感性的，同时也是非常松散的。喜欢就多接触，不喜欢就少接触。它的随意性、偶然性很强。

二是价值因素。就是你的某种价值是对方非常需要的，对方想要达成相关目标，就不得不与你建立连接。你自身价值的可替代性越低，对方与你建立连接的必然性和连接的强度就越大。这是一种超强的连接。

高情商变现，其实就是把人缘变成人脉，从而为你的奋斗助力。当你需要帮助时，身边总有几个得力的朋友主动为你“打call”，这也是修炼高情商的目标。在实现这个目标的过程中，好人缘——情感因素是高情商变现的催化剂，而刚需——价值因素才是关键所在，这是高情商“价值锚点”的内在逻辑。

我们用更加直白的话来表述，别人会不会与你建立强联系，更

多地是取决于对方是否需要你的价值。而好人缘、受欢迎，则会最大限度地降低这个过程的成本，缩短这一过程的时间。再直白一点儿，如果现在有两个人同时向你寻求帮助，而你只能帮一个。一个是对你来说非常有价值的人，另一个是你感觉很不错的人。你会怎么选？

相信很多人都会选择那个自己需要的人，而给那个感觉很不错的人发“好人卡”。所以，要理解“价值锚点”就一定要明白，“好人卡”不只在恋爱中才有。如果你不具备“价值锚点”思维，即使你真的很受欢迎，在你遇到困难的时候，你收到的也有可能是“好人卡”，而不是实实在在的帮助。

你到底是一个真正的高情商者还是一个自以为是的高情商者？回想一下过往经历，看看你有没有遇到过小雪这样的困境，顺便也看看你身边的那些“社交达人”，如果他们有困难找你帮忙时，你会帮哪一个，又会给哪一个发“好人卡”？

总而言之，“价值锚点”既是高情商变现的关键，也是鉴别高情商的试金石。理解了“价值锚点”，就能帮助你在人际关系里实现从“受欢迎”到“被需要”的跃迁，而“被需要”的价值则是别人无可替代的。因此，要用心使用“价值锚点”。