

知道自己要什麼，比任何事都重要

不知道你有沒有遇過他人問你問題時，心中早已有答案？

或是他問你問題時，你明知道他想聽的是 A，而你心裡卻覺得 B 才是對他最好的？又或是無論你說 A 與 B 答案，但他心中根本一點也沒有想 A 與 B，壓根覺得自己的 C 最好？我不喜歡勸說他人，尤其是十分猶豫的人。

我的餐廳開幕以後，時常有認識的、不太認識的朋友會約我，一來他們覺得這是我的主場，二來他們很容易因為餐廳是憲哥的，所以憲哥一定會答應我的飯局邀約。初期，我的確吃了很多次飯，後來我發現，大多都談與夢想及創業有關的話題。

最常問我的問題，排行榜第一名：「憲哥，我該不該離職去當講師？我想去闖一闖，您認為如何？」

我和顏悅色的回答著他們的問題，一面微笑，一面疑惑，心裡不時想著：「有完沒完阿，想，就來試試看啊，去做，就知道自己可不可以了。」

又或是創業投資，該不該？可不可以？好不好？適不適合？我不是沒耐心，而是覺得跟我談話的人，一點都不認識自己，念了這麼多書，人生選擇卻一竅不通。

對於改變現狀，人人都想，問題是：「你自己怎麼想？」尤其每年一到跨年以後，想一圓大夢的人突然變多，到年底時，繼續許下人生夢想的人，一樣沒少過，但成功者，卻少之又少。

我承認我自己很容易看出別人的問題，但有些話真的不能全盤托出，練習說假話。我還有些朋友是說了真話，不僅友誼沒了，飯錢還要你來付。

上面那些該不該創業、該不該離職的問題，我心中當然都有答案，但問題是：「你的答案呢？」

對方很常是答案明明很明確，但只是要你背書而已，這種事我覺得很危險，一來這是違背良心的說謊，二來我根本無法對他人的人生負責。

例如：該不該離職？要創業還是留在原地？對方只是要我在天平的兩端多加一顆砝碼，讓一邊成定局，讓一邊死了心。

就算當事人聽了我的建議，真正按照我的答案去做了，但另一邊的砝碼還存在心裡

面，最後若是成功還好，若是不成功，那心裡面的砒碼聲音就會不時出現：「早知道不要聽憲哥的，害我現在 OOX」。」

若當事人的決策像是一支箭，已經有了目標，只是需要我幫他加速，放出箭的那一剎那，已有目標的當事人，只剩下那隻箭射向目標的速度快慢，以及方向的調整而已，至少是奮力向前，無後顧之憂的。

至少不會回頭酸我：「早知道不要叫憲哥來射箭。」

遇到他人的問題，我只想當推手與加速器，我無法成為你心中的砒碼。我無法對你的人生負責，只有你自己可以。

這類諮詢我認為最大的難題就是：「憲哥，如果你是我，你會怎麼做？」

又來了，我就不是你啊？

好吧，我想一下，想成我是你我會怎麼做？結果想得越多，上面的輪迴就會越陷越深，我乾脆告訴你，我決策的幾個邏輯好了，這樣不僅不會得罪人，也才真正能幫到大家。

1. 先確定你自己的目標，我只能幫你加深力道，或是建議你踩煞車。
2. 選哪一個答案，你未來十年會更有利，你就選那個。
3. 若是真的沒有目標，先去問五個你周遭的好朋友、長官、親人、導師，他們如果都說這不能做，這就真的可以做了。
4. 夠認識自己，比什麼都重要。
5. 三點不動、一點動，一次改一點，循序漸進，成功機率較大。
6. 不要跟趨勢對作，但人多的地方要小心。
7. 選哪個答案，會感到比較不舒服，那個應該就對了。

希望大家都能過更好的人生。

搞定關鍵變數，搞定你的業績

關鍵變數的應用，在業務工作上格外有感。

業務工作是重策略選擇的工作，一旦施力方向錯誤，很容易造成全盤皆輸的窘境，除了謹慎以外，你只要注意「選擇」即可。

舉例來說， $(A+B+C)X=S$ 。

這個公式裡，你認為 **S** 會是什麼？

在這裡，我會將 **ABC** 視為業績成長的充要變數（必要條件，如專業能力、積極度等等），**X** 視為關鍵變數，**S** 視為業績目標。

這個概念很簡單：

關鍵變數的應用

ABC 越大，**X** 越大，**S** 肯定是越變越神。

ABC 越小，**X** 越小，**S** 肯定是越變越烏。

ABC 越大，**X** 不變，**S** 會緩步成長。

ABC 越小，**X** 不變，**S** 影響有限。

ABC 不變，**X** 越大，**S** 突飛猛進。

ABC 不變，**X** 越小，**P** 需要很努力、很費力才能得到。

不太會有 **ABC** 越大、**X** 越小，或 **ABC** 越小、**X** 越大這種選項，因為 **ABC** 與 **X** 在業務運作的概念裡，是相輔相成的變數，不會往兩個極端方向走。如果往相反方向，一定是你的充要條件沒有想像中完備。

當然這並不一定是絕對，但至少 **B2B** 和 **B2C** 雖然作業模式不盡相同，但公式與原則卻如出一轍。

你認為這裡的 **X** 是什麼？

花十秒想一下吧。

你的答案若跟我不一樣，也不用難過，說不定你的答案是對的，只是我們產業不同罷了。

想好了嗎？

我的答案是：「信任感」。

業務工作是人與人相處交易的工作，無論產品、產業、專業、環境為何，只要市場有需求，你是跟人做生意，只要是人，交易首重信任感。

想一想，你周遭所有認識的朋友或客戶，或是人際與顧客關係裡，一定會發生類似這樣的狀況：

- 三分之一的人喜歡你。
- 三分之一的人討厭你。
- 三分之一的人隨便你。

這裡的三分之一是概念啦，我大概抓一個比例，其實你只需針對喜歡你的三分之一施力即可；討厭你，或是隨便你的人，無論你做了什麼，他們也只會繼續討厭你、隨便你。

然而只要針對喜歡你的人，讓他們的人數放大到五到五百倍，你就可以做好 **B2B** 或是 **B2C** 的相關業務工作了。

「信任感」如何提升呢？

這絕對不是三言兩語能夠說完的，更不是要你為了提升信任感，去做一些欺騙、詐欺或是刻意討好的事，這樣是沒用的。

如果說硬要談技術，我會分三個面向來談：

- 1.專業度。
- 2.密集度。
- 3.辛苦度。

首先來談談「專業度」。這一個抽象的名詞，你去問任何一位職場工作者，沒有一個人會說自己不專業。然而專業度絕對是要能說得出來、寫得下來、表現得出來的一種存在；這絕對不是幾張證照、或是在公司待多久，這些僅是能量化的東西。

我認為，專業度至少有三個評估標準：

讓客戶覺得你「這麼好」、「這麼神」、「這麼準」三個可感受的評估標準。

其次，我們來談談關鍵時刻一定要展現的「密集度」。

沒做過業務的夥伴，一定不知道我在說什麼，密集度是用在非常關鍵時刻的一種超能力。我簡單說，就是客戶面臨無知、無助，需要你出手相救的時刻；這時密集的回報與處理態度，就會變得非常重要。

我舉個例子來說：如果有事情發生，你五天之內跟對方聯繫六次，比十天之內聯繫六次的密集度低。唯有透過密集度建立起的信任感，才會讓客戶感覺在「這麼短」時間內，你「頻」率如此高、又「這麼拚」的為我服務。

短：時間這麼短

頻：頻率這麼高

拚：這麼努力拚

最後來談談沒注意會出事的「辛苦度」。

為何說沒注意會出事？

很多人以為業務這項工作常常不費吹灰之力就能做得好、賺很多錢，如果你給人這種印象，久而久之不但沒人要幫你，更慘的是，你會被冠上「賺錢太容易」、「只有有錢賺的時候才能讓他出現」這類偏見。

那要如何展現辛苦度呢？

要讓客戶感覺，你真的很「累」

要讓客戶感覺，現在真的已經很「晚」。

你一忙起我的事來，真的有夠「瘋」。

一個原則：要讓客戶感覺，千萬不要你自己說，這樣沒用。

沒說出口的，才是真的。

下一篇，我們來舉些例子說明。