

坏运气喜欢那些自认是倒霉蛋的人

3

热点关注

英国赫特福德大学的心理学家理查德·威斯曼为了探究性格与运气的关系,曾经做过一个实验。他把精心挑选的实验对象分为两组,一组自认为是生活的幸运儿,而另一组总感觉自己是十足的倒霉蛋。实验人员给每位实验对象一张完全相同的报纸,要求他们数一数报纸里共有多少张图片。

实验结果很有意思,那些自认为是生活的幸运儿的人在几秒钟内就完成了任务,并且没有一个人出错;但那些自称是十足的倒霉蛋的人却花了几分钟时间,而且大多数人还是数错了。为什么会有这么大差别呢?

原来,实验用的册子是经过精心设计的,里面有两处醒目的提示。

第一处在封面的内页,用5厘米大小的字写着一句话:“别数了,这里共有43张图片。”但只有“幸运儿”们注意到了这句话,几秒钟就完成了任务,“倒霉蛋”们却只顾着埋头数数。

第二处是在册子中间,同样大小的字写着:“别数了。告诉实验人员你看到了这句话,你就能赢得250美元。”可惜,没有一个人赢得250美元。

这个实验充分说明了两点:

第一点,不同的人观察世界的方式不同。有的人对周围的一切充满好奇,东张西望;有的人却只顾埋头老老实实在地干活。

第二点,无视周围环境,往往会错失良机。生活中处处都蕴藏着机遇,关键在于你是否具有敏锐的观察力和强烈的好奇心。

我的同事迈克·巴里和安妮·弗莱彻在斯坦福哈索·普拉特纳设计学院教授“寻找需求”课。开设这个课程的目的是培养学生的观察力,指导他们通过观察生活,发现潜在的市场需求,找到新的创业商机。在

第一节课上,他们给学生讲了小说家大卫·华莱士写的一个寓言故事:

有两条小鱼在一起游泳,一天他们碰巧遇到了一条老鱼。老鱼向他们点头,说:“早上好,孩子们。水怎么样?”这两条小鱼继续往前游,其中一条小鱼实在忍不住了,问另一条小鱼:“水是什么东西?”

这个寓言故事告诉我们:我们就像故事里的小鱼,总是无视生活中真正重要的东西,不知“水”为何物。

最近我参加了迈克主持的为期一周的研讨会。研讨会上,迈克让学生们认真回想一下他们自己的和身边朋友们的恋爱经历,然后罗列出现实中会出现的各种问题,并找到解决方法。在迈克的指导下,学生们发现,好多恋爱问题是他们以前从未认真思考过的。比如,他们发现有爱的夫妇双方都很忙,抽不出时间偶尔给对方制造一个小惊喜,渐渐地,他们的感情生活变得单调乏味;有的恋情已经名存实亡,但苦于找不到合适的分手理由。为了解决第一个情感问题,一个小组的解决方案是成立一家情感咨询中心,专门给生活毫无情趣的夫妇量身定做一次短程旅行。另一个小组参考分手指南设计了一些方法,帮助那些不幸的恋情顺利地结束。通过这次研讨会,学生们学会了深入地观察身边的小事,寻找创新的机会。

想要善于发现潜藏在身边的机遇,就必须培养敏锐的观察力,练就一双“慧眼”。史蒂夫·布兰克就是个很好的例子。

1988年,史蒂夫被派到一家电脑显卡生产公司Super Mac。当时,公司刚刚走出破产危机,市场份额仅在10%左右,远远低于其他两家竞争对手的市场占有量。到公司之后,史蒂夫看到一大堆产品注册卡凌乱地堆放在休息室的一个角落

里。原来大家都忙着干自己的事,没有时间来处理这些注册卡,年复一年,就越堆越多。史蒂夫随手翻看了一些注册卡,很快就意识到它们包含很多极有价值的信息。

史蒂夫从里面找出300张最近刚收到的注册卡,按上面留下的联系方式,开始逐个给顾客打电话。电话接通后,他请顾客回答一些问题,如他们从事什么行业,显卡使用起来是否方便,显卡的最大优点是什么,哪里需要做进一步改进,以及什么样的价位最合理。300个电话打下来,史蒂夫搜集了大量有用的信息。经过对这些信息的认真分析,史蒂夫重新定位产品,更换产品广告,改进生产线,提升品牌内在价值和综合竞争力。在很短的时间内,Super Mac的市场份额就由11%提升到70%,超过了其他竞争对手,成为行业内的领军企业。

假如史蒂夫看到那堆注册卡后也视而不见,就不会有后来的成功。史蒂夫最大的特点是不轻易忽视任何一个细节。正是这一点,让他成为一般人无法超越的对象。

孩提时,我们对什么都好奇,对什么事情都想弄清楚;后来我们长大了,却忘记了去观察一下身边的世界。我们自认为对这个世界早已非常熟悉了,世界在我们面前已透明得像块玻璃,哪里还有什么值得认真观察的事情。于是,我们学会了熟练视无睹。

全球最大的掌上电脑制造商Palm创始人、掌上电脑PalmPilot的发明者、HandSpring公司的合作创始人杰夫·霍金,在他的《人工智能的未来》一书中,提到大脑的“模式识别”功能。我们把环境与客体统称为“模式”,模式识别是人类的一项基本智能,是成功解决问题的最有力最重要的机制。如果没有模式识别,我们就不得不重新认识每个对

象、每个事物和问题,也无法用先前的经验来解决问题。但是,在遇到新事物或新环境时,如果我们完全依赖模式识别能力,大脑在模式识别的作用下就会自动将以往的认识一味地附加到新事物或者新环境中,导致我们看不到新事物或新环境的特点。因此,要想避免模式识别的弊端,就必须对新事物或新环境保持足够的敏感,多观察,多注意。

但要时刻保持对周围环境的敏感并不容易,尤其是当我们正在做一些自认为轻车熟路的事的时候。就拿我来说,不久前我在家附近的一个杂货店买完东西,排队付钱时,我无意中抬头看了一眼天花板,才发现这家店的天花板装饰得好漂亮。整个天花板就是一幅完美的乡村景象:木制横梁上刻满了成群的鸡鸭牛羊,上面还悬挂着一大捆一大捆的干草。然后我问收银员天花板是不是刚刚装修的,他笑着说:“几年前店开张时就是这样了。”

所有真正的科学家和艺术家都是善于观察的人,都有格外敏锐的观察力和较好的表达能力。这保证了他们可以注意到别人容易忽视的细微现象,可以将观察到的结果与众人分享。

进化论的提出者查尔斯·达尔文就是个典型的例子。在22岁的时候,查尔斯·达尔文登上英国皇家海军小猎犬号,开始了他历时5年(1831—1836)的周游世界之旅。在加拉帕戈斯群岛,他凭借细致的观察,仔细地记录了大量地理现象、化石和生物体,并系统地收集了许多标本。对达尔文而言,雀类鸟嘴和龟背上的细微差异都是不同物种的标志。回国后,他认真地研究了带回来的宝贵资料,提出了家喻户晓的自然选择理论。如果没有敏锐、细致的观察力,达尔文很可能和大多数人一样被历史遗忘。



[美]蒂娜·齐莉格 著
吉林出版集团有限责任公司
友情推荐

[内容简介]

本书由斯坦福大学著名创意课教授蒂娜·齐莉格的课程汇集而成。她的创意课严格控制人数,每次都人员爆满,全球只有斯坦福顶尖学生、商业领袖才有机会学习。全书用大量生动、真实的案例,揭示了全球著名企业培养创意人才的独到方法,及各行业世界顶级精英们的成功创意思维案例。这些创意方法,必能帮助你解放大脑、打破思维禁锢,以一种全新的视角和方法去发掘奇思妙想,碰撞出创意火花,开创更有发展潜力的未来。

[上期回顾]

大多数人在解决问题时,只要想出一个方法,就停止思考,尽管第一个并不总是最好的,但很多人还是就此止步,白白放弃了创新的机会。



战神天罡 著
浙江大学出版社友情推荐

[内容简介]

闷骚宅男微博玩出事业爱情,惊心动魄的微博商战与搞怪无限的网络创意,你知道多少?穷小子爱上白富美,还不敢表白。邱宸用了最傻的方式——诉诸微博。被爱而不自知,常常互相伤害。夏知瑾不知道,在不远处,有个男人一直默默地爱着她。邱宸无心插柳,他的才华恰巧遇到微博商机。微博营销大战硝烟四起,与他对着干的那个,居然是夏知瑾?夏知瑾欣赏的那个“为你而微”,原来不是他?

[上期回顾]

邱宸离职后,和袁胖子开了公司,他开始在微博上招兵买马,最后挑中了3名“奇葩”员工。

事业小成的邱宸陷入三角恋爱中

9

网络爱情

一天,邱宸从网上看到了一则视频。一个美国小伙子在玩打火机,手法令人叹为观止,技巧令人目不暇接。一枚小小的打火机,到了他手里,像被施了魔法一样,百转千回,好生叫人赞叹。邱宸转发给了对面三个人,陈家洛看后,啪地拍了一下桌子:“有了!”邱宸看着他,说:“先别说,我们每个人写个纸团,一起打开。”四个人像诸葛孔明与周公瑾一样,一人写了一个纸团,同时放到桌子上。邱宸一个一个打开。第一个是方晓婉的,她写了:手机。第二个是陈家洛的,他同样写了:手机。第三个是武圣的,他写了四个字:花式调酒。第四个是邱宸的,他也写了:手机。邱宸觉得手机和花式调酒都可行。方晓婉说:“我在数码城的时候,认识不少维修手机的,他们玩手机玩得很熟。”至于调酒,邱宸想到了一个人:秦小曼。

经过多方筹划,方晓婉从数码城找了大概十几个玩手机的高手,经过筛选,选定了两个人。她带这两个人去跟邱宸见面。两人各带了一款智能手机,现场刷机后,手机被拆得七零八落。邱宸和其他三个同事站在一旁,观看着即将开始的表演。邱宸摁下秒表,说了一声开始。两人啪啪地玩弄着一堆零件,两只手上下翻飞,十五秒,装机完成。然后,插数据线,连接电脑,装系统,安装邱宸规定的应用程序,并将指定的内容通过程序完成输入、剪辑、发送……整个过程令人屏气凝神。毫无疑问,这两个人,就是他们要找的。

陈家洛设计好了样片的大纲,这是一个关于两个年轻人追求一个漂亮女孩的故事:一个很漂亮的女孩,在数码城Sam专柜做销售顾问,两个年轻人同时喜欢上了她。为了赢得她的芳心,两人决定公平决斗,用一种最炫的方式向女孩示爱。一

天,两人来到了专柜,同时要了Sam最新推出的一款智能手机。接下来的故事令女孩瞠目结舌,两个年轻人同时从包里掏出笔记本电脑,然后拆开手机包装盒,迅速投入战斗。拆机、安装、装系统、测试、装各种约定好的应用软件、试用、调试,同时通过微博关注这个女孩、向女孩发送微博信息……女主角起用了方晓婉。

样片拍出来后,袁胖子非常满意。春节前的一周,他带着工作室全部班底,一行五人,坐在了Sam上海总部的多功能会议室。Sam方参与会谈的是Sam上海总部的策划总监金相成和他的同事,令人意外的是,他们社长恰好有时间,也参加了这次会谈。看完视频后,对方很吃惊,但是从他们的眼神里可以看到一丝惊喜。

社长问:“这个视频如果放在微博上,会有多少人看到?”邱宸说:“微博转发加视频点击,起码能做到10万人次。”“我们做一个广告推广,要求受众至少要在千万级别。而且总部对产品定位、宣传计划都有极其严格的要求,恐怕你们这种方式,不会得到总部支持。”“不论纸质媒体还是电视媒体,其受众群体我们称之为被动受众群。以1000万为基数,其中有效受众按10%计算,还剩100万。这100万受众群中,Sam的目标客户能有多少?而喜欢玩微博的群体中,刚才我们的数据显示,追求时尚的年轻人占了很大比例,这与Sam的客户定位是一致的。”“你们的推广案例太少了,对你们的团队和制作水准我们也表示怀疑。”

袁胖子:“我们是一间刚刚成立不久的工作室,没有庞大的制作团队。但是从成立的第一天起,就一直在做两件事,一个是创意,一个是微博影响力。我们希望能得到Sam的

认可,也希望Sam能意识到微博推广的前瞻性。”社长听完说:“如果有机会,Sam非常愿意做各种新鲜的尝试,这也是Sam的成功之道。”从Sam总部出来,几个人心里都觉得没底。唯有邱宸说:“这事成了。”

等待的煎熬如同被法院宣布改日再审。这种情绪持续到春节放假的前一天,仍旧没有丝毫破冰的迹象。邱宸对三个同事宣布了春节放假时间,心里对Sam已经不抱希望。闲下来的邱宸又想起了夏知瑾。他想给夏知瑾打个电话,却迟迟拨不出去。最终,只是从千篇一律的新年祝福短信中,挑了一条最普通最俗气的发送给她。

夏知瑾好久没见到邱宸,心里居然有些暗暗地想念他。她收到邱宸短信的那一刻,心跳有些加速,她迫不及待地想要见到邱宸了,于是欢快地向邱宸的住所走去。

现在的邱宸醒来,发现身边是秦小曼,她的头枕在邱宸的胳膊上。昨晚他们一起在江边喝酒,邱宸大醉,是小曼把他送回来的。小曼把一直以来都关注@为你而微,并且知道邱宸喜欢夏知瑾的事情都说了;她告诉邱宸,自己喜欢他。邱宸想如果不是先喜欢上了夏知瑾,自己说不定会喜欢秦小曼,他支支吾吾地没说什么。

夏知瑾蹦蹦跳跳到了邱宸的楼下,想给这块木头一个惊喜。可是,她却发现一部奥迪Q7赫然停在楼下,夏知瑾当时就如冰雕一样,瞬间凝固住了。这是小曼的车。她看见邱宸和秦小曼一前一后下了楼,然后上车。她突然明白,秦小曼之前一直在暗示自己,她很喜欢这块木头。

春节假期过去了。三个可爱的年轻人又回来上班了,他们争相展示自己的成果,炫耀自己涨了多少粉,被转发了多少次。下午,方晓婉

接到了一个电话,她接起来后,转给了邱宸。原来Sam同意合作了。当精心制作的微博转发突破八万条时,大家都说:“成了!成了!”原来Sam规定超过8万条的部分,会按每条1.2元的标准付费。

上周,邱宸联系了秦小曼,希望能给上海几个知名的酒吧做微博推广。秦小曼接到邱宸的电话,心里十分高兴。那天之后,秦小曼就懊悔自己冲动了,她担心邱宸认为自己是风骚女人,不再搭理自己了。没想到,邱宸并没有因为那天的事耿耿于怀,请秦小曼帮忙联系想做推广的酒吧。

这天,秦小曼给夏知瑾打电话,约她吃饭。夏知瑾故作不经意地捎带了一句:“叫上木头兄吧。”秦小曼愣了一下:“想他了?”夏知瑾说:“嗯,我想死他了,这块死木头。”

秦小曼打电话给邱宸,说前段时间给他联系了一家酒吧,基本成了,要约他一起吃饭。邱宸说:“那应该我请你的。”秦小曼说:“不用,我请,还有一个人。”邱宸听了心里涌起各种滋味,夏知瑾,他深深眷恋的那个人。

邱宸再次见到夏知瑾,心中对她的思念竟然丝毫没有衰减。邱宸有强烈的拥抱她的冲动。看到边上的秦小曼,他脸红了一下,有点不知所措。秦小曼跟邱宸讲了那家新开的酒吧愿意做一期微博推广,邱宸敬了秦小曼一杯,谢谢她为工作室作出的努力。秦小曼感到邱宸刻意的客气,心里很不是滋味。夏知瑾嘿嘿一笑,说:“一个成功男人的背后,必然有一个鼎力相助的女人呢。”邱宸听了,忍不住急着想辩解一下,却不好驳了秦小曼的一片热情,只好作罢。夏知瑾怀着醋意,又有种窥探到别人秘密的空明。三个人,各怀心事。