

斯坦福精准社交课：让怕生的人更成功

作者：竹下隆一郎

目录

[第1章：内向者将大放异彩精准社交时代来临](#)

[现代四大潮流：人际关系“倒三角”化、超级个体的出现、信息交换的高速化、居家方式的变革](#)

[潮流① 人际关系“倒三角”化](#)

[潮流② 超级个体的出现](#)

[潮流③ 信息交换的高速化](#)

[潮流④ 居家方式的变革](#)

[面对自己内心的人，更能在商业上立于不败之地](#)

[因为内向，所以更能建立精准而有深度的关系](#)

[第2章：给内向者的七条“斯坦福派”社交法则](#)

[社交法则① 寻找七个你喜欢的人](#)

[社交法则② 不要结交把“嗯，不过”“虽然这么说”这种话挂在嘴上的人](#)

[社交法则③ 先别交换名片，直接开始交谈](#)

[社交法则④ 为自己配备一位商业教练](#)

[社交法则⑤ 用抽象的话语展开对话和思考](#)

[社交法则⑥ 用纸和笔吸引别人](#)

[社交法则⑦ 在充满变数的时代里寻找“微小的变革者”](#)

[第3章：精准社交法则的三大优势](#)

[优势① 自由设计职业](#)

[优势② 新项目顺利进行](#)

[优势③ 改变组织结构](#)

[第4章：实践篇运用精准社交法则组建团队的三个步骤](#)

[步骤① 为了组建团队，深入了解“喜欢的人”](#)

[步骤② 保持和“喜欢的人”之间的激情](#)

[步骤③ 剧烈变化时代中的团队组建](#)

[后记](#)

前言：时代已经抛弃了“社交狂人”

我天生就极度不爱交际，并一度为此苦恼不已。

比如我很不情愿参加朋友的婚礼，特别不想换西装。一想到换上领带和白衬衫就意味着要和人打交道，要跟会场上形形色色的人尬聊，我就根本不想脱掉身上的T恤和短裤。

但是，人家好意邀请，我又怎么好意思不去呢？于是我连衣服都没换就去了，然后默默地在大堂等着，等到婚礼结束，朋友从会场出来，我私下向他表达了我的祝福，之后就回家了。

我还顺便跟朋友的父母打了个招呼，以前见过几面的，但是我明显地看到他们一脸不高兴的样子。现在想起来，真是丢人丢到家了。

每次我提起这件事，别人都会问我：“你这么孤僻吗？”

其实在读大学的时候，我一个月也会参加三四次联谊活动。在别人眼里，我也算是交际型人格了。可是，我的热情仅限于交友而已，那些活动从来都不是我发自内心的想去的。

我是典型的“喜欢一个人待着”的内向型人格。从学生时代起，我就喜欢待在房间里，也不出门，一个人安静地看书；即使外出，我也是一个人在街头漫无目的地转悠，独自思索。

由于这样的性格，再加上我想从事与文字相关的工作，所以大学毕业后，我选择进入朝日新闻社，成为一名记者。

然而，造化弄人的是：一名记者的工作内容完全仰仗于和人打交道。从获得诺贝尔奖的世界名人到杀人案件的小道消息，再到突然前来造访的普通市民，做采访，最关键的要素就是——人。

在长达十四年的报社记者生涯里，我曾和几千人共同度过了相当宝贵的时光，做了大量的采访。

即便如此，在社交的问题上，我依然做不到游刃有余。

2016年，我从朝日新闻社离职，入职一家叫“《赫芬顿邮报》日本版”的新闻媒体网站，担任主编。之所以从坐拥四千五百名员工的朝日新闻社来到这家规模不到三十人的公司，也是考虑到我不喜欢和人打交道的的原因。

虽然在网站当主编和之前当记者一样，都需要维系人际关系，但让我没想到的是，在这里工作对社交能力的要求实则更高。

平常的人物专访和公司走访都离不开社交。比如一些职场属性极强的“人际关系拓展聚会”——就是各行各业的人聚集在一起，互相交换名片、引荐介绍，这些对于媒体人来说都是非常重要的场合。

但是，无论和眼前的陌生人如何谈笑风生，我们谈话的内容总是如同蜻蜓点水，令人印象不深。虽然我已经反复提醒自己要下功夫维护人际关系，但我对此总是心不在焉，只想着早点回家泡澡，或者去便利店买瓶威士忌苏打水这样的事情。

然而，在媒体行业总有一些大神，我称之为“社交狂人”。我认识的一家媒体的主编，名片夹塞得鼓鼓的，他会同碰面的企业家和广告代理商聊个遍，聚会结束之后还要去别的店继续喝酒，进行私人聚会。半夜一点，他还在社交平台上发布了一条状态——一群人醉倒在卡拉OK厅。

另外，我还听说，有一名记者前辈准备了一个牌子，上面用特别大的字写着自己的名字，然后挂着这个牌子频繁地和警察署交涉，目的就是把自己的名字推销出去，和他们搞好关系，以便日后得到源源不断的内部消息。其实不光是媒体行业，在任何商业场合，像这样的社交达人早就让人见怪不怪了，不是吗？

每天晚上都安排聚会的人，向面前的每一个人逐一分发名片的人，一个不落地对接着上司给过来的名册

的人，还有单方面攀附名人的人，比比皆是。面对他们，我自愧不如，不由得发出“太厉害了吧”的感叹。

我为此焦躁不安，总是提醒自己：一定要想办法克服不善交际的弱点！一定要提高社交能力！

可惜，我自始至终都克服不了。

不过，我最近发现：“社交狂人”其实已经不适应时代发展潮流了。我观察到的两个变化可以证明这一观点。

第一，随着各种社交平台的发展，个人即使不依赖组织也能找到关键人物，构建自己的社交网络。

以前的“社交狂人”要和很多人吃饭、打高尔夫，花时间去获取对方的信任，然后经过他们的引荐，才有可能接触真正要见的人。

而且以前很难判断谁和谁是互相认识的，从外部来看，人脉是不透明的，经常是从对方不经意的一句话中获取关系网的线索。我认识的一个广告代理店的营业部长，他为了套取一句关键的话，甚至会陪喝到大半夜，直到最后只能坐末班车回家。

但是现在，只需通过各种社交平台的消息功能或私信功能，就可以直接联络到要见的人。在一些平台上，每个人好友一栏的关系网一览无余，不必大费周折就可以接触到目标人物。

第二，随着互联网的盛行和高科技的发展，个体的力量被迅速放大。

比如说，在以往的商业活动当中，开发新产品不仅需要技术部门和市场部门，营业部门和广告部门也要共同参与，还要和各个层级的上司、客户疏通关系，反复协调——以前就是这样，要推进工作就不得不调用大量的人际关系。

尽管现在也依然遵循这样的逻辑，但是只要有社交平台的账号，不必动用媒体也能开展宣传活动，还可以采用众筹的方式募集资金。此外，随着副业的兴起，把自己擅长的两三个领域的资源、能力转换成职业的，也大有人在在了。

也就是说，不必费力和一大堆人维持关系，仅仅是一个人，或者由少数几个人组成的团队，就能把工作做好。

时代的确正在发生着惊人的变化。

因此，与其把自己打造成“社交狂人”，不如用心去维护同少数几个重要人物的深度关系。如此一来，我们的工作和生活都会充满乐趣，社会的整体效能也会相应地提升。

这种只和必要的人往来的社交形式，我称之为“精准社交”。

我天生不爱与人打交道，这个毛病是无论如何都改不掉了。

但是，即便是像我这样喜欢独处的“内向者”，也会有几个喜欢的人。而且正是因为独处的时间比较长，内向的人通常能从直觉上判断出自己喜欢的人，即使不擅长社交，也能和少数几个人保持友好往来。

“社交狂人”的时代终结了



放弃海量资源，连接精准个体

值得一提的是，在当今时代，不光是外部的交往，家庭内部的交往也变得越来越重要。

在传统的报社和通讯社，女性记者一般占20%左右，但是我所在的《赫芬顿邮报》，女性占比达到了

50%。而且，无论是女性职员还是男性职员，都在努力平衡工作和家庭之间的关系。

在媒体行业，超长时间地工作已经成为行业共识，为此，我们需要重新审视以往的工作、生活以及人际交往方式，不仅是对于记者和编辑，对商务部门和技术部门来说也是如此。

我在家里的时候，会和家人沟通交流，也会一个人静静地待着，珍惜完全属于自己的时间。

其实，不善于交际也不是件坏事。

虽然社交软件的普及使我能够联系到任何人，但我同时也有不联系任何人的自由。

对于社交，我的看法是：与其追逐虚伪的表面，不如探寻自己的内在。

只和有限的喜欢的人交往，这样的做法是完全可行的。对此，我深信不疑。

我三十来岁时在美国斯坦福大学留学，在那里接触的待人接物方式和日本颇有差异，“精准社交”的思维方式对当时的我产生了深远的影响。

本书的第一章将首先对“为什么内向者可以运用精准社交法则大放异彩”进行详细说明。

在第二章，我将介绍从斯坦福学到的七条精准社交法则；第三章，我将讲解精准社交法则在商务场合的应用和三大优势；最后的第四章为实践篇，谈谈怎么深入了解你应该结交的“喜欢的人”，如何与之展开交流，如何运用精准社交打造一个团队。

兴趣相投的人、发自内心喜欢的人，和这样的人才能建立起深度关系。

最后，看完书的你如果有“对，我就是想和那个人结交”这样的想法，我将不胜欣喜。

第1章：内向者将大放异彩精准社交时代来临

通过互联网和一台台电脑，当事人随意发起的某个事项立即就会直接成为互联网上的一项活动。也就是说，只要地球上的两台电脑连接上了，它们就有可能当场自由地发起一项全新的活动。

村井纯[a](#)《互联网》

现代四大潮流：人际关系“倒三角”化、超级个体的出现、信息交换的高速化、居家方式的变革

由我担任主编的《赫芬顿邮报》创办于纽约，是一家面向全世界十多个国家的网络新闻媒体，仅在日本国内，每月就有二百万人浏览，上面的新闻会一天二十四小时不断更新。

我们将报道的重点放在人们的工作情况、女性问题、LGBTQ**b**问题、海外文化与日本本土文化的差异等，在取材过程中，我们努力地接触多样化的人群。

作为主编的我，在过着繁忙生活的同时，也在努力维持着工作与自己内向型性格之间的平衡关系，在这个过程中，我注意到了世界上的“某个变化”。

正如前言中所提到的那样，比起以前，作为个体，如今人们不再只依赖个人头衔和地位，在打造人际关系方面变得更加简单易行了。不仅如此，受到社交媒体的影响，当今社会已然进入了“即使你不想与人有所关联也会产生联系”的时代。

对于“社交狂人”来说，这种改变似乎更是如鱼得水。他们性格外向，能够很快结交到任何人，从而不断扩大自己的交际圈，使他们看起来很有能力。

那么，为什么我们还要说“当今是内向者大放异彩的时代”呢？

“精准社交”又是什么？

只结交自己喜欢的人，真的能够顺利开展工作吗？

针对这样的疑问，我将在第一章中详细说明。

首先来回答“为什么在当今时代，不是那些社交狂人，而是内向的人将会大放异彩？”这一问题。在此之前，我想先谈谈日本社会正在发生的四个潮流趋势。这四个潮流的关键词是：

- (1) 人际关系“倒三角”化
- (2) 超级个体的出现
- (3) 信息交换的高速化
- (4) 居家方式的变革

下面我将按顺序加以说明。

潮流① 人际关系“倒三角”化

信息并非向高层聚集，而是向“现场人员”聚集

我们先来说人际关系的“倒三角”化。

“倒三角”化这一概念是由经济咨询师冈岛悦子女士提出的，她曾在美国哈佛大学留学，供职于三菱商事和麦肯锡等大公司。

在她的著作《四十岁当上社长》（NewsPicks Book）中，冈岛悦子女士曾引用哈佛商学院林达希尔教授的话，多次使用“逆转领导权”一词。这个关键词总结了持续引发全球性技术革新的前二百强公司之中，最具代表性的十二家公司所体现出来的特征。

冈岛女士说，一直以来，在组织当中，位于金字塔最顶端的是领导，他们从与客户关系更近的现场从业人员那里获得信息，用他们具有绝对优势的视角去展望和推动公司的事业发展。

而今后则相反。领导权的构图将发生改变，距离客户最近的现场从业人员一边与顾客进行对话交流，一边满足顾客的需求，而领导者需要根据顾客需求做出决策。

也就是说，这种方式颠覆了一直以来领导、现场工作人员和顾客之间的位置关系。冈岛女士将之称为“倒三角”化。

我认为，不仅在组织层面上，在个人人际关系的打造上，也发生了同样的结构逆转。

举个例子，请您想象下面的对话。

某饮料生产公司负责市场调查以及企划宣传的部长正在为新产品的宣传工作而烦恼。为了向年轻人宣传一种新茶，该公司计划选择一家从来没有合作过的企业联手开展宣传活动，但这位部长想不出合适的合作单位。

这位部长在市场开发和宣传业界已经有近三十年的从业经验了。

于是，他充分利用一直以来培养的人际关系，翻出旧名片，频繁和业界关键人物喝酒、吃饭、打高尔夫，试图找到能够合作的单位。

他也翻遍了从前任部长那里继承的“业界名人名单”，希望能得到好的建议，可是反馈回来的都是老套的思路。他的内心愈发不安，担心如果这样下去，自己会让领导失望，自己的事业恐怕也会就此停滞不前……

正当他毫无头绪之时，一个年轻的下属拿着智能手机说道：“我和这个人有联系。”

一看手机屏幕上的头像和简历，对方竟是某大型汽车公司的高层领导，屏幕上显示的是他个人社交网站的主页。点击滑动手机屏幕，能够看到对方分享了许多和其他企业合作举办活动时的照片和信息，看得出来，这是个非常了得的重要人物。

部长极为吃惊，于是询问下属：“你很厉害啊！你怎么会认识他这样的人？快点介绍给我见见。”

没错，这位年轻的下属打造了连部长也惊讶不已的“精准社交”。

然而令人遗憾的是，在传统金字塔形组织构造当中，处于底层的年轻职员很少能够将自己的创意传达到处于金字塔顶端的管理层，这就是传统组织的现状。

一直以来，人们打造人际关系的方式主要是“大人物”和“大人物”之间依靠职位来联系，包括公司董事之间结成的经济团体、高尔夫俱乐部会员的聚会以及来自上司的交接引荐等。

但身处当今时代，让人意想不到的，“年轻人”竟能与“大人物”建立联系，而且这种情况越来越常见，这在以前是无法想象的。

逆转的领导权



（本书作者参考冈岛悦子的著作《四十岁当上社长》中逆转的领导权章节制作了该图）

比起多数时间都待在公司里的董事们，年轻职员们精力旺盛、有活力，他们与客户直接接触，能够遇到各种各样的人，极有可能掌握最新的信息。正因为如此，他们也能轻松地想到全新的点子。不过，虽然他们能想到有利信息，但这些信息却只是停留在金字塔形组织结构的最下方，这是目前日本企业需要解决的课题。

“头衔障碍”日渐消失，抓住倒三角形人际关系时代的动向

刚刚讲的是我一个熟人身上真实发生的故事。那位朋友三十多岁，是某饮品公司的职员，在市场数据调查过程中与某大型汽车公司的领导结识，两人通过脸书保持联系，日渐熟识。

事实的确如此，在现在这个时代，企业的关键人物每天都会开展活动，毫不吝啬地分享自己的心得。来参加活动的都是来自不同领域的各种各样的人，在会场上，你不必拘泥于头衔，能和任何人进行友好交谈、增进彼此的关系。

我的这位熟人在公司里并不是一个多么突出的存在，他个性内向，也不去参加同事们的饮酒聚会，甚至听说，在去拜访客户时，他还因为过度紧张影响了发挥，没能很好地表达自己的想法。

然而，让人感到不可思议的是，这样的他竟能与那位汽车制造公司的领导十分投缘，得到了对方的很多指导。

话说回来，为什么这位汽车公司的领导会去参加这种不同行业的年轻职员也会出席的活动呢？

碰巧这位领导也是我的熟人，于是我就此事向他进行了详细的询问。

据说他是在两年前开始积极地结识行业外的年轻人，这是因为他意识到“MaaS”的重要性。所谓MaaS，是一种未来会出现的移动服务方式，使用者本身没有车，但可根据自己的需求，通过移动服务平台选择包括公交车和无轨电车在内的公共交通工具。

不久的将来，可能不再需要司机，由机器人驾驶的“自动汽车”将会行驶在马路上。人们足不出户，躺在家中，只需用手机等智能终端输入目的地，自动汽车就能前来接上我们。MaaS就是这位熟人在倾听关于未来世界的展望时听到的词汇。

进入自动驾驶汽车时代后，因为无须再握住方向盘，人们的双手得到了解放，车内空间就演变成人们饮茶、观影和工作的空间。这样一来，汽车生产厂家就需要与不同行业的人士通力合作去开展业务。

他正是因为看到了这样的发展趋势，所以才经常与其他行业的年轻人会面。

就这样，在所有的业务都要跨越行业界限谋求发展的现代，组织的金字塔形结构倒转过来，人际关系也变得错综复杂，人们的交流变得更具活力。

不受“横向·纵向”局限的人际关系，为你的业务提速

然而，现状是大企业往往忽略了人际关系的这种“倒三角形”变化。

某大型汽车制造商的CEO在接受经济杂志《总裁在线》（President Online）专访时做过如下发言：

“最近，有的年轻职员感觉自己无法和直属上司沟通时，会直接越级与上面的部长和执行董事沟通。这样一来秩序就会混乱，是很不好的。”

这段发言受到了包括我在内的众多网友的攻击，还有许多读者对这段发言表示不解。

这家汽车制造商曾经是知名汽车企业，但近年频繁陷入“隐瞒召回”和“油耗造假”等丑闻中。

究其原因，我认为这是一种“大企业病”，员工过度观察领导脸色，无法指出存在的违规问题，以至于企业不能迎接新挑战，原地踏步，裹足不前。

也有人认为这位CEO的发言很不合时宜，或许是觉得他那句“不能越过直属领导直接反映情况”的发言太过落后于时代吧。

年轻职员会想到新的创意，也会发现组织内部的不合理现象。就如刚刚提到的那样，作为与客户接触的终端，年轻员工实际上能收集到更多的信息，甚至有时会与某些行业的关键人物建立联系。

在发现某些重要信息，向直属领导汇报却得不到解决的时候，去向更上一级的领导汇报，这在风投企业和IT企业是常有的事。

如果否定这些有活力、有柔性的工作方式，而过于看重“企业内的秩序”，那么长此以往，日本的大企业将永远不会有所改变。

顺便提一句，在接受采访的过程中，该CEO对于给坐在邻座的人发送信息的年轻IT从业人员也发表了批判性的言论。

这位CEO认为，“发送信息看不到对方的脸色和表情，是种单向交流沟通方式，会让人际关系变疏远。”

对于这种发言，我也不赞同。

平时，我和员工沟通交流的时候使用一种名叫Slack的工具。Slack是一种类似LINE的在线服务，不仅能够通过智能手机相互发送工作消息和电子文件，而且针对评论也能使用表情进行回复；可以针对每个项目创建不同的群，也可以将非本公司的人邀请进来。

我觉得比起直接见面交流，频繁使用这样的工具，更能培养出复杂而深厚的人际关系。

公司职员与同事、领导，甚至采访对象与采访对象之间，都会产生各种形态的联系，在这种像蛛网一般的人际关系中，可以说已经无法分清彼此之间有着什么样的联系。这不正是当今世界最真实的状态吗？

首先我们有必要清楚地了解，这种“倒三角形”的人际关系正在社会上不断地普及、扩展。

总的来说，像以往的“社交狂人”那样以大人物们为目标、努力接近对方、建立联系的做法，其意义已经变得不那么重要了。比起“社交狂人”的做法，在当今社会，与随缘邂逅的人建立精准社交，已经成为打造人际关系的重要方式。为此，我们必须向对方传达自己是个怎样的人、在思考什么。

前面提到的那位三十多岁的公司职员之所以能与汽车制造公司的领导建立精准社交关系，也是在参加活动的过程中与对方相互交换了意见，之后又通过脸书持续交流想法的结果。

·能够用表情符号迅速回应对方

·可以将公司外的人拉入群聊

能够创建出复杂且深厚的人际关系

潮流① 人际关系“倒三角”化



这是一个跨越行业和头衔，创建各种各样人际关联的时代

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《斯坦福精准社交课》竹下隆一郎.epub

请登录 <https://shgis.com/post/3969.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

