

史宪文 OK 策划精语

01、OK 策划是一种创新型的决策思维方式。无论是什么模式的策划，**策划就是做事情程序和看问题角度的统一**。策划三件事儿：程序、角度、统一……。

02、天底下的风水没有相同，现代人说是场的不同。那么人的大脑，肯定也是独特的，否则就麻烦啦。**北墙是自我，自我要先立住。否则别的没法盖，有人说“打败自我”，这是错误的，自我被打败了，你策划有什么用？**

03、自我这面围墙，其实就是策划的第一步关键，是有极图。人策划，首先想到的就是自我，**无利不起早**。和尚四大皆空，临死的时候还念念不往阿弥陀佛来引渡自己，你说，谁又真正可以丢失自我呢。

04、**什么叫思维方法？思维方法是策划者认识问题分析问题的角度与线路，主要包括思维的整理程序、判断标准、创新角度等**。固执、随大流等是他的表现，有机组合，是因人而已的。关键看前面三块砖，在你的大脑中占的比重，或者任务的要求如何？经验多的人，容易保守。知识多的人比较刻板。信息多的人飘忽不定。

05、良好的思维方法往往能弥补经验、知识、信息的不足，所以，**训练思维方法是素质教育的核心任务，是育人之本**。

06、有许多东西，你防不住，你就会给别人填海。所以，我们一定要搞清竞争对手在那里、什么情况？

07、大道“若水，以其善下”。环境，有一个非常重要的原则：适应之。环境只能尊重，要清楚的认清四个方面的环境，这是决策的基础。**搞策划的人，要适应环境。千万不要对环境发脾气。千万不要发牢骚！**

08、政治，它是一种社会平衡力量，把不平衡变成平衡，把低级平衡推向高级平衡，**变化就会在平衡与不平衡的转化中呈现，而变化是主动策划和被动策划的重要原因**。你可以很烦他，但不可能离开他。

09、预知经济变化，一靠指标，二靠推论，三靠观察。

10、数量最好模式之一就是达到规模效应，凭借规模效应企业的惯冲力、凝聚力、扩张力将陡然攀升，到了极至，就可达垄断的地步，但过了极至，若偶遭冲击，稍遇变故，**惯冲将导致不安，凝聚将带来杂乱，扩张将引发失算。**所以一般数量要和质量一起来考虑。

11、速度有度，万事，成也因快，败也因快，速生之林乏良木，催熟之果非佳品，倾倒之前离正轨，泡沫之后必缩水，欲速则不达，快慢节律要把握好。

12、**质量以人为本，以多能、方便、耐久、安全、美观为标。**“产品以满足人需要的程度为能，其能多于可能之用为奢侈，其能等于可能之用为超值，其能等于必须之用为等值，其能不及必须之用为不值。

13、成本 一用单位时间（个数）消耗资源多少来表示。“量才而用，量力而行才与力是从业的本钱，本钱是才能与财物的加和，**雄才大略者以无搏有，智勇双全者以小搏大，平常人士以大搏大，平庸之辈以大搏小，资本之大凭财论，资本之能凭才分，财是才的卫星，知本是资本的救星；成本之道是变物之道，善变结构者点石成金，善变成份者去粗取精，善变效用者使人尽其才、物尽其用器尽其能；**价格之争多决胜于成本之争，物耗时耗等均在成本之列，低效环节行节约，高效环节保充分，行节约但不减质量，保充分但不致浪费，谁能恰如其分谁将取胜”。

14、就某一具体事物而言，数量、速度、质量、成本之间存在着必然的联系。数量与质量、速度与质量常发生矛盾，质量与成本、数量与速度常相互促进。

15、我们经常说竞争，所竞争的是什么？所竞争的是对象、自我、环境、目标，就这四个东西。我们的欲望是什么？欲望产生于自我、对象、环境、目标所包围的框架之中。每个人都在不知不觉地重复着这样的决策前的思考程序，那就是自我、对象、环境、目标。也就是说，我们的思维的框子局限在北墙、西墙、南墙、东墙之间。

16、所以，《OK 策划论》上讲：**决策要靠北、携西、面南、争东。**也就是说，充分依靠自己的力量，紧紧地抓住决策对象，面对当前的环境，去争取最适宜的目标。所以，我们每次决策之前，都应当重复这句话：靠北、携西、面南、争东。