

---

## 94. [鱼缸理论](#)：发现客户最本质的需求

日本[全面质量管理](#)（TQM）专家司马正次提出鱼缸理论：发现客户最本质的需求。鱼缸就象征着企业所面对的经营环境，而鱼就是目标客户。经营者要做的就是先跳进鱼缸，实际深入到用户所处的环境，接触那些用户，学着和鱼儿一起游泳，了解他们所处的环境和他们真正体验作为一个客户对产品的需求。然后，跳出鱼缸，站到一个相对更高更广的环境中，重新审视分析客户状况，以发现他们最本质的需求。