

Cách đây nhiều năm, trong lớp của tôi có một học viên tên Patrick J. O’Haire, học vấn tương đối thấp và rất ưa cãi lý. Anh ta từng làm tài xế rồi nhân viên bán hàng nhưng không mấy thành công. Anh ta cứ luôn gây gổ và chống lại chính những người mà anh đang tìm cách bán hàng cho họ. Mỗi khi khách hàng nói một điều gì không hay về món hàng anh ta đang bán thì Pat đỏ mặt tía tai như muốn đập vào mặt đối phương. Giai đoạn ấy, Pat thường thắng trong những cuộc tranh cãi, như anh kể lại: *“Tôi thường bước ra khỏi một văn phòng nào đó với sự đắc ý rằng mình đã dạy cho gã khách hàng tiềm năng nhưng ngu ngốc ấy một bài học. Rõ ràng là tôi đã dạy cho anh ta điều gì đó nhưng không biết anh ta có cảm nhận được gì không và rốt cục – điều quan trọng nhất là - tôi chẳng bán được gì cho anh ta cả”*.

Tôi không dạy cho Patrick J. cách tranh cãi để thắng mà chỉ ra rằng anh ta không nên nói nhiều và nên tránh các cuộc tranh cãi. Thế rồi, Patrick J. đã trở thành một trong những người bán hàng xuất sắc nhất của Công ty White Motor ở New York. Anh ta đã làm điều đó như thế nào? Đây là câu chuyện theo chính lời anh ta kể:

*“Nếu bây giờ khách hàng có nói: ‘Cái gì? Xe tải hãng White à? Kém lắm! Có cho không tôi cũng không nhận. Tôi sẽ mua xe từ hãng Whose’, thì tôi sẽ đáp: ‘Vâng, xe của hãng đó rất tốt. Nếu ông mua xe tải hãng đó, ông sẽ không sợ lắm. Công ty đó uy tín, phục vụ chu đáo’. Lúc đó anh ta sẽ không nói gì được nữa. Không có chỗ nào để tranh luận. Anh ta không thể nói mãi suốt buổi rằng xe Whose tốt nhất. Lúc đó, chúng tôi rời khỏi chủ đề xe tải của hãng Whose và bắt*