

Roosevelt cũng như tất cả các nhà lãnh đạo kiệt xuất trên thế giới đều biết rằng, con đường nhanh nhất dẫn đến trái tim một người là bàn luận về những điều người ấy quan tâm nhất.

Trong tiểu luận *Bản chất Con người (Human Nature)*, William Lyon Phelps, giáo sư văn học của Đại học Yale, đã viết: *"Khi lên tám, vào cuối tuần tôi thường đi thăm dì Libby Linsley ở Stratford. Một tối nọ, có người đàn ông đứng tuổi đến nhà. Sau khi trao đổi công việc với dì, ông quay sang trò chuyện cùng tôi. Lúc bấy giờ, tôi đang say mê tàu thủy và ông ấy đã bàn luận với tôi biết bao điều hấp dẫn về tàu thủy. Sau khi ông ra về, tôi ca ngợi ông hết lời. Một con người thật đặc biệt! Dì tôi cho biết ông là một luật sư ở New York và ông chẳng quan tâm gì đến tàu thủy cả. Tôi hỏi: "Nhưng tại sao suốt buổi ông ấy chỉ nói về tàu thủy?". Dì tôi đáp: "Bởi vì ông là một người lịch sự. Ông thấy cháu quan tâm đến tàu thủy nên ông nói về tàu thủy để cháu vui". Tôi sẽ không bao giờ quên điều đó".*

Phải chăng đây cũng là một biện pháp rất hữu ích trong kinh doanh? Dưới đây là một minh chứng khác.

Ông Duvernoy đang tìm cách bán bánh mì cho một khách sạn ở New York. Trong suốt bốn năm liền, mỗi tuần ông đều đến thăm người chủ khách sạn đó. Ông cũng tham gia các công tác xã hội mà người ấy quan tâm. Thậm chí, ông còn thuê phòng ngay trong khách sạn đó để dễ tiếp cận đối tượng. Nhưng thất bại vẫn hoàn thất bại.

Ông Duvernoy kể lại câu chuyện như sau: *"Sau khi nghiên cứu các mối quan hệ giữa người với người, tôi quyết định thay đổi*