

Bạn hãy chú ý về thứ tự xuất hiện của các từ ngữ này. Ba khái niệm này tương đương với tính cách, các mối quan hệ, và lô-gíc trình bày vấn đề của bạn. Điều này thể hiện một sự biến đổi lớn về mô thức. Hầu hết mọi người khi trình bày vấn đề thường đi thẳng vào lô-gíc – tức vào bán cầu não trái, nơi điều khiển tư duy. Họ cố gắng thuyết phục người khác về tính đúng đắn của *lý lẽ* mà không xét đến *đạo đức* và *tình cảm* ngay từ đầu.

Một người quen của tôi rất bất mãn với sếp vì phong cách lãnh đạo kém hiệu quả của ông ta.

“Công ty đang làm ăn thua lỗ, vậy mà ông ta chẳng hề có một động thái nào cả”, anh ấy nói, “Tôi đã nói chuyện với ông ấy về điều này, ông ấy cũng thừa nhận, nhưng lại không làm gì cả”.

“Tại sao anh không thuyết phục cho có hiệu quả hơn?”, tôi hỏi.

“Tôi đã làm rồi”, anh ấy trả lời.

“Thế anh định nghĩa ‘hiệu quả’ là gì? Khi người bán hàng không bán được sản phẩm, có phải lỗi là ở người mua hàng? Hiệu quả có nghĩa là đem lại kết quả, là sự cân bằng P/PC. Vậy anh đã thực sự tạo ra được thay đổi chưa? Anh đã xây dựng được mối quan hệ chưa? Kết quả anh thu được là gì?”

“Tôi nói cho anh biết, ông ấy sẽ chẳng làm gì hết. Ông ấy không chịu nghe đâu.”

“Thế thì anh phải có cách thuyết phục hiệu quả. Anh phải hiểu được ông ấy nghĩ gì. Anh cần phải trình bày ý kiến của mình một cách đơn giản và rõ ràng, phải đưa ra phương án tốt hơn so với phương án của chính ông ấy.