

tạo. Vì lẽ đó, ngày càng có nhiều người muốn gửi trang trại của họ nhờ tôi bán và hoa hồng của tôi trong mỗi cuộc giao dịch cũng tăng lên.”

Bài học ở đây là: *Đừng nhìn mọi thứ như nó vốn có, mà hãy nhìn **như-nó-sẽ-trở-thành** trong tương lai. Khả năng hoạch định tương lai sẽ khiến mọi thứ trở nên có giá trị hơn. Một người dám suy nghĩ lớn lao sẽ luôn hình dung làm được những gì trong tương lai. Anh ta không bao giờ chùn bước trước những trở ngại hiện thời.*

2. *Trị giá của một khách hàng là bao nhiêu?* Trong một cuộc hội thảo các nhà quản lý kinh doanh, giám đốc một cửa hàng bách hóa đã phát biểu: “Các bạn có thể cho tôi là một người cổ hủ nhưng tôi *luôn đồng tình* với những ai tin rằng cách tốt nhất để *kéo* khách hàng quay lại cửa hàng mình chính là thái độ lịch sự, thân thiện, luôn tận tình phục vụ của nhân viên. Một ngày nọ, khi đang đi dọc qua các gian hàng, tôi tình cờ nghe thấy một nhân viên của mình to tiếng với khách hàng. Vị khách đó ngay lập tức giận dữ bỏ đi.

Lúc sau, tôi nghe anh chàng này nói với một nhân viên khác trong quầy: ‘Ông ta chỉ có vài đô la mà bắt tôi phải lục tung lên để tìm thứ ông ta muốn. Tôi không việc gì phải làm thế cả. Ông ta không đáng để tôi làm như vậy!’”.

Người quản lý kể tiếp: “Tôi bước đi nhưng trong đầu không ngừng nghĩ về câu chuyện vừa nghe được. Vấn đề thực sự nghiêm trọng khi nhân viên bán hàng của tôi lại nghĩ khách hàng chỉ đáng giá có vài đô la mà thôi. Ngay lập tức, tôi quyết định tìm cách thay đổi quan niệm này. Quay trở lại văn phòng, tôi gọi giám đốc nghiên cứu tới và bảo anh ta tìm hiểu