

“À, Joan luôn luôn mua những mặt hàng mà cô ấy thích để bày bán, nhưng đa số khách hàng lại không thích. Cô ấy lựa chọn phong cách, màu sắc, chất liệu và giá cả hoàn toàn theo sở thích cá nhân, mà không hề đặt mình vào vị trí của khách hàng. Khi tôi góp ý với cô ấy về một mặt hàng có lẽ không phù hợp với chúng tôi, cô ấy trả lời: ‘Ồ, mọi người sẽ thích chứ. Tôi rất thích, tôi nghĩ mặt hàng này sẽ bán rất chạy đấy.’”

Joan được nuôi dưỡng trong một gia đình khá giả. Cô ấy chỉ quan tâm đến chất lượng. Giá cả không phải là điều quan trọng đối với cô ấy. Cô ấy không nhìn trang phục bằng con mắt của những người có thu nhập thấp và trung bình. Vì vậy, những mặt hàng cô ấy bày bán không phù hợp với họ.”

Điểm mấu chốt ở đây là: để khiến cho người khác làm những việc mà bạn muốn, bạn phải nhìn mọi thứ bằng con mắt của họ. Khi bạn trao đổi suy nghĩ, ý tưởng, “chiếc chìa khóa” để tạo ảnh hưởng tới người khác một cách hiệu quả sẽ xuất hiện! Một người bạn rất thành công trong nghề bán hàng đã cho tôi biết, trước khi giới thiệu một sản phẩm tới khách hàng, anh ấy phải dành rất nhiều thời gian để nghiên cứu xem khách hàng sẽ phản ứng thế nào với lời giới thiệu của mình. Trao đổi suy nghĩ với cử tọa sẽ giúp diễn giả có được bài thuyết trình thú vị và hiệu quả hơn. Trao đổi suy nghĩ với nhân viên sẽ giúp người quản lý có được những lời chỉ dẫn phù hợp, hiệu quả hơn.

Vô số ứng cử viên chính trị thất bại trong bầu cử, vì họ không thể nhìn chính mình bằng con mắt và suy nghĩ của những cử tri thông thường. Một ứng cử viên cho một chức vụ trong chính phủ, mặc dù về năng lực anh ta hoàn toàn có thể