

Tôi đã nghĩ tới ba khả năng. Đây, mời anh xem!”. Mỗi kế hoạch đều được đánh máy rất cẩn thận, chu đáo. Kế hoạch thứ nhất xét đến khả năng chuyển trang trại thành một trường đua ngựa. Trong bản kế hoạch ấy, anh đã phân tích tỉ mỉ và đánh giá tính khả thi của dự án: thành phố đang ngày càng phát triển, lượng người yêu thích những môn thể thao ngoài trời ngày càng tăng lên và họ cũng sẵn sàng dành thu nhập của mình để vui chơi giải trí, thêm nữa đường sá đi lại cũng thuận tiện. Ngoài ra, anh còn đề cập đến việc làm thế nào nuôi dưỡng và bảo tồn một đàn ngựa đáng kể, đem lại doanh thu từ các cuộc đua. Toàn bộ ý tưởng về trường đua ngựa rất hoàn hảo và khả thi. Kế hoạch được soạn thảo rõ ràng, có tính thuyết phục cao đến mức tôi có thể “nhìn thấy” những chú ngựa đang chạy đua qua các rặng cây.

Tương tự, nhà môi giới *dám nghĩ dám làm* này còn lên kế hoạch cụ thể cho hai ý tưởng khác nữa. Một là biến khu đất thành một trang trại trồng cây, và ý tưởng còn lại là biến thành một trang trại kết hợp giữa trồng cây với nuôi gia cầm.

“Khi nói chuyện với khách hàng, tôi không bao giờ bảo họ nên mua trang trại mà họ đang thấy trước mắt. Tôi giúp họ nhìn thấy hình ảnh tương lai của một trang trại *hải ra tiền*, sau khi có những thay đổi cần thiết.

Không những bán được ngày càng nhiều trang trại trong thời gian ngắn, phương pháp bán hàng dựa trên triển vọng trong tương lai còn giúp tôi bán được chúng với mức giá cao hơn so với đối thủ cạnh tranh. Đương nhiên, so với việc chỉ nhận được một mảnh đất, khách hàng sẽ sẵn lòng trả nhiều tiền hơn để mua đất *cùng với* một ý tưởng sáng