

làm lãnh đạo. Ba nhân viên này đều được thông báo sẽ có một vị cố vấn đến thăm và thảo luận về chiến lược marketing tổng thể. Đương nhiên, họ không hề được biết về lý do thực sự của chuyến viếng thăm đặc biệt này.

Hai trong số ba người đó phản ứng theo cách khá giống nhau. Cả hai đều không mấy thoải mái khi nói chuyện với tôi. Hình như họ đều cảm thấy rằng tôi có mặt ở đó để “thay đổi mọi thứ”. Cả hai là những người theo chủ nghĩa cầu an, ngại thay đổi. Cả hai đều đồng ý với cách tiến hành mọi việc như bấy lâu. Tôi đưa ra cho họ những câu hỏi về cách bố trí quầy hàng, về chính sách bồi thường, những yếu tố quảng cáo bán hàng - tất cả các khía cạnh của marketing. Nhưng trước các câu hỏi, câu trả lời của họ luôn là: “Mọi việc đều ổn cả”. Những ý kiến cụ thể mà hai người đưa ra đều chỉ nhằm giải thích vì sao không thể và không nên thay đổi cách làm hiện tại. Tóm lại, cả hai đều không muốn thay đổi bất cứ thứ gì. Khi đưa tôi về đến khách sạn, một trong hai người còn nói: “Tôi không biết chính xác vì sao ông dành cả ngày đi cùng tôi, nhưng hãy nói với giám đốc của chúng tôi rằng mọi việc vẫn ổn như nó vẫn thế từ trước đến nay. Đừng cố gắng thay đổi mọi việc làm gì”.

Người thứ ba thì hoàn toàn khác. Anh ấy khá hài lòng với các chính sách của công ty, đồng thời tự hào vì sự tăng trưởng của công ty. Nhưng anh ấy không hoàn toàn mãn nguyện. Anh ấy muốn có những đổi mới. Cả ngày hôm đó, anh nhân viên này đã cho tôi nghe những ý tưởng về việc tiến hành những lĩnh vực kinh doanh mới, cung cấp những dịch vụ tốt hơn đến khách hàng, giảm bớt thời gian lãng phí, xem xét lại chế độ bồi thường để có thể mang lại sự khích lệ hơn nữa...