

hàng loạt vấn đề khác. Phần lớn họ chưa được đào tạo về quản trị. Một số người rất khá về buôn bán, nhưng vẫn cần được giúp đỡ thêm. Những người thuê mặt bằng thậm chí còn không muốn gặp các chủ sở hữu trung tâm thương mại: những người này chỉ làm vấn đề phải giải quyết trầm trọng thêm.

Do vậy, những người quản lý trung tâm thương mại quyết định phải chủ động. Họ xác định mục đích, giá trị và những ưu tiên của mình. Để phù hợp với các ưu tiên đó, họ quyết định dành 1/3 thời gian cho việc xây dựng các mối quan hệ với những người thuê mặt bằng.

Trong thời gian khoảng một năm rưỡi làm việc với tổ chức đó, tôi nhận thấy mức tăng trưởng của họ lên đến 20%, nghĩa là tăng gấp bốn lần so với trước đó. Hơn nữa, họ đã thay đổi vai trò của mình. Họ trở thành những người biết lắng nghe, những nhà huấn luyện, tư vấn cho những người thuê mặt bằng. Mối quan hệ giữa hai bên đầy năng lượng tích cực.

Kết quả đạt được thật bất ngờ. Bằng việc tập trung vào các mối quan hệ và kết quả thay vì vào thời gian và phương pháp, số lượng người thuê mặt bằng ngày một tăng. Các nhà quản lý càng thấy hài lòng hơn với tiềm năng và doanh thu mang lại từ các hợp đồng. Họ không còn đóng vai trò những người giám sát mà trở thành những người biết giúp đỡ và đầy tinh thần trách nhiệm.

Bất kể là sinh viên đại học, công nhân, thợ xây, nhà thiết kế thời trang hay giám đốc công ty, chỉ cần bạn biết khai thác tính luôn chủ động để thực hiện các công việc nằm ở Phần tư thứ hai thì bạn cũng sẽ thu được những kết quả tốt đẹp tương tự. Khủng hoảng và các vấn đề khác sẽ