



BLOOM
COLLECTION

ĐI VÀO - ĐI RA - ĐI XA - ĐI GẦN

DẤU ẤN VÔ THANH

BLOOM BOOKS COPYRIGHT 2021

THAY TƯ DUY – XOAY CỤC DIỆN

Dấu ấn vô thanh

INSHO WA SHABERANAKUTEMO SOUSA DEKIRU

Copyright © Keiko Kigure, 2019

Vietnamese translation rights arranged with
SUNMARK PUBLISHING, INC. through Squirrel Rights Agency –
Squirrel Communication and Culture JSC

Bản quyền tiếng Việt © 2021 BLOOM BOOKS

Cuốn sách xuất bản theo hợp đồng chuyển nhượng bản quyền
giữa **Bloom Books** (thuộc **Công ty TNHH Văn hóa và
Truyền thông AZ Việt Nam**) và **SUNMARK PUBLISHING, INC**

Nghiêm cấm in sao và phát hành dưới mọi hình thức
nếu không có sự cho phép bằng văn bản của Bloom Books



Managing Director: ĐẶNG MAI LINH

Mọi phản hồi và hợp tác, vui lòng liên hệ:

Số 50 Đường 5, TT F361 An Dương, Yên Phụ, Tây Hồ, Hà Nội

Email: bloombooks.vn@gmail.com

Fanpage: www.facebook.com/bloombooks01

DẤU ẤN VÔ THANH

KEIKO KIGURE

Mèo Đen dịch



bloom
BOOKS



NHÀ XUẤT BẢN
THẾ GIỚI

M

U

L 8

15

Lời nói đầu

Bạn sẽ bất ngờ khi
biết ấn tượng của
người khác về bạn bị
ngoại hình chi phối
đến mức nào

47

Lý giải những ấn tượng không mong muốn chúng ta đã tạo ra trong vô thức

179

Cách kiểm soát ấn tượng bằng phục trang thông qua sự gọn gàng, màu sắc, mùi hương, v.v

77

Cách kiểm soát ấn tượng thông qua tác phong, cử chỉ, biểu cảm hay giọng điệu

219

Trang bị sẵn sàng sự chu đáo với người khác – nền tảng cho tất cả

141

Không gian và thời gian cũng là một dạng thông điệp. Cách kiểm soát ấn tượng bằng bối cảnh

235

Lời cuối sách

LỜI NÓI ĐẦU

“Phí quá!”

Đó là câu nói tôi đã thốt ra không biết bao nhiêu lần trong khoảng thời gian làm việc ở trường kinh doanh. Rất nhiều học viên tràn trề nhiệt huyết đến đây với quyết tâm vừa làm vừa trau dồi kiến thức để phát triển bản thân, nhưng trong đó, cũng không ít bạn khiến tôi cảm thấy vô cùng đáng tiếc.

Tại sao đáng tiếc ư? Điểm mà tôi nuối tiếc ở đây chính là “ngoại hình” của họ. Thứ “ngoại hình” tôi muốn nhắc đến không chỉ là dung mạo xấu hay đẹp mà còn liên quan đến sự chỉn chu trong dáng vẻ, trang phục và cách hành xử.

Sau đây là một số ví dụ về vẻ ngoài thiếu chỉn chu: bộ com-lê không vừa người, chiếc áo sơ-mi có họa tiết lỗ lổ, chiếc cà-vạt nhăn nhúm, đôi giày chưa đánh bóng, mái tóc bù xù, v.v. Đó đều là những điều cơ bản chỉ cần để ý chút xíu là tránh được, vậy mà trên thực tế, không ít người theo học trường kinh doanh vẫn mắc phải.

Tôi cũng từng góp ý thẳng thắn với những học viên thân thiết: “Em cứ thế này thì phí hoài quá. Thử chăm chút ngoại hình đi!” Nhưng câu trả lời tôi nhận được lại là: “Chị ơi, ngoại hình có liên quan gì đâu ạ. Con người quan trọng là bên trong.” Và sau đó, tôi cũng đã cố giải thích rằng lối suy nghĩ này nguy hiểm đến đường nào, nhưng đối phương nhất quyết không nghe. Họ vẫn chưa

nhận ra một sự thật: **Trước khi đánh giá tính cách bên trong, chúng ta đã đưa ra khá nhiều nhận định về đối phương dựa vào ấn tượng về ngoại hình của người đó.**

Dù bạn có sở hữu năng lực diễn thuyết tuyệt vời nhưng ngoại hình lại không chín chu, thì trước cả khi bước lên sân khấu, thính giả đã đánh giá bạn bằng những từ ngữ tiêu cực như “lời thôi” hay “vụng về”. Nếu vậy, bạn sẽ cảm thấy thế nào? Bạn đã cất công chuẩn bị một màn diễn thuyết xuất sắc, nhưng chỉ vì vẻ ngoài của bạn mà thính giả không ai đón nhận. Như thế, bạn có nguy cơ “thất bại” trước cả khi lên bục thuyết trình. Vậy chẳng có lý do gì ngay từ đầu ta lại không chuẩn bị cho mình một vẻ ngoài tươi tắn? Ít nhất, chúng ta cũng không mất điểm trước khi mọi chuyện bắt đầu. Hay nói cách khác, ta có thể thật sự quyết đấu bằng cái bên trong.

Có rất nhiều người quan tâm đến việc nâng cao năng lực giao tiếp của bản thân. Điều đó hoàn toàn đúng đắn. Ai cũng muốn bộc lộ những suy nghĩ ẩn sâu bên trong và muốn người xung quanh hiểu được con người thật sự của mình. Song, mọi người lại tập trung vào cách ăn nói, kỹ năng đối thoại, năng lực diễn thuyết, v.v. nghĩa là chỉ đang dốc sức rèn giũa khả năng giao tiếp bằng ngôn từ mà thôi. Tuy nhiên, trong thực tế còn tồn tại hình thức “giao tiếp phi ngôn ngữ” thông qua: cử chỉ, tư thế, nét mặt, cách ăn diện, v.v. Đó chủ yếu đều là ấn tượng về ngoại hình.

Đương nhiên, không thể chối bỏ tầm quan trọng của giao tiếp bằng ngôn từ. Song, càng phải đặc biệt chú ý tới giao tiếp phi

ngôn ngữ, vì trong vô thức, chúng ta thường phát ra rất nhiều tín hiệu thông qua vẻ bề ngoài. Ví dụ, bạn bắt gặp một người mặc chiếc áo sơ-mi nhăn nhúm, đi đôi giày cũ nát, để tóc tai bù xù, v.v. Bạn sẽ nghĩ thế nào về họ? Phải chăng có lý do đặc biệt nào, hay sự không chín chu đã trở thành thói quen của họ? Thiết nghĩ người đó cũng không muốn bị đánh giá là "lôi thôi" nhưng vẻ ngoài không được chăm chút đã khiến anh ta mất điểm trong mắt người khác. Và ở đây, hoàn toàn không hề có sự can thiệp của "ngôn từ". Dù chẳng nói một câu, nhưng bạn đã phát ra một tín hiệu rõ ràng: Tôi là người rất lôi thôi. Trái lại, nếu bạn diện một chiếc sơ-mi thẳng thớm cùng đôi giày bóng bẩy, chăm chút vẻ ngoài thật tươi tắn thì bạn chẳng cần tốn lấy một lời nhưng vẫn có thể tạo dựng ấn tượng tốt đẹp trong mắt người khác. Tuy nhiên, nếu chỉ chăm chút mỗi trang phục thì chưa đủ.

Chẳng hạn, bạn có thói quen đưa cổ ra trước khi đứng trông rất hèn mọn, cúi đầu bước đi lằm lũi, hoặc ngồi ngả lưng ra ghế, khoanh tay và láo liên đưa mắt nhìn quanh khi cấp trên đang nói, v.v. Từng hành động mà bạn thực hiện trong vô thức nêu trên đều truyền đi vô vàn thông điệp đến mọi người xung quanh. Bạn có thể nghĩ: Tôi không hề muốn có dáng vẻ hèn mọn! Tôi không cố ý bước đi lằm lũi, hay tỏ thái độ bề trên, hợm hĩnh gì cả. Cũng chẳng phải tôi nóng nảy hay bộp chộp đâu. Tất cả đều là những thói quen tôi làm trong vô thức mà thôi... Dẫu vậy, nhiều khả năng mọi người xung quanh đã có ấn tượng không tốt về bạn rồi. Cho nên, trước khi giao tiếp bằng lời nói thì trong vô thức, ta đã truyền đạt những thông điệp ngoài ý muốn thông qua giao tiếp phi ngôn ngữ.

Không những thế, bạn có nguy cơ thể hiện một hình ảnh hoàn toàn khác về bản thân mình.

Trong những mối quan hệ riêng tư, quen biết với một người càng lâu, bạn càng hiểu rõ tính cách thật sự của họ. Một người trông có vẻ “đáng sợ”, “lông bông” hóa ra bên trong lại “thân thiện” và “nghiêm túc”. Nhưng trong môi trường giao tiếp kinh doanh thì sao? Tôi nghĩ nhiều người sẽ từ chối thẳng thừng một đối tác có vẻ ngoài trông “đáng sợ” hay “lông bông”. Dù bạn có tự cho rằng, “quý vị cứ thử nói chuyện thì sẽ biết tôi là người thế nào” nhưng một khi đã bị từ chối, cơ hội tiếp theo sẽ không dễ dàng xuất hiện. Với các tình huống giao tiếp trong kinh doanh, bạn phải tạo được ấn tượng tốt đẹp với đối phương trước cả khi dùng đến ngôn từ. Và chìa khóa cho vấn đề này chính là “giao tiếp phi ngôn ngữ”. Nói cách khác, **nếu nắm bắt được “giao tiếp phi ngôn ngữ” thì trong im lặng, một người không giỏi ăn nói cũng có thể gây dựng hình tượng bản thân tốt đẹp trong mắt người khác.**

Không riêng gì những học viên của trường kinh doanh nói trên bỏ lỡ cơ hội chỉ vì không chăm chút ngoại hình, nhiều doanh nhân cũng gặp phải vấn đề tương tự. Do đó, tôi hiểu ra một điều: Để tránh truyền đi những thông điệp kỳ lạ mà bản thân không ý thức được, chúng ta cần học cách lý giải và kiểm soát kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ.

Không bao lâu sau đấy, tôi bỏ công việc ở trường kinh doanh và bắt đầu sự nghiệp cố vấn cho các doanh nhân về hình ảnh của

họ trong môi trường kinh doanh. Hiện tại, tôi đang tổ chức các hoạt động tư vấn về những quy tắc ứng xử như tư thế, cử chỉ, cách đi đứng, biểu cảm, cũng như mẹo thuyết trình, cách ăn mặc cho các chính trị gia và lãnh đạo của các doanh nghiệp. Thông qua những buổi tư vấn, nghiên cứu và hội thảo, tôi đã giúp hàng ngàn khách hàng hiểu được tầm quan trọng của “ngoại hình kinh doanh”, và tất cả mọi người đều đạt được sự thay đổi ngoạn mục. Họ đã có thể tự tin nói: “Hình tượng của bản thân tôi đã thay đổi hoàn toàn”, “Tôi được nhiều người đánh giá cao hơn”, “Mọi người hiểu tôi hơn”, “Tôi dễ dàng giành được quyền hợp tác với nhiều khách hàng và được mọi người xung quanh chú ý”.

Ở các nước phương Tây, khái niệm “ngoại hình kinh doanh” đã trở nên rất phổ biến trong đội ngũ lãnh đạo cấp cao. Trên thực tế, tôi đã không ít lần tư vấn cho các bậc đầu não của doanh nghiệp về những hành vi chuẩn mực, từ cách nghiêng mặt để tạo ấn tượng tốt đến màu sắc cà-vạt, hay tác phong đi đứng. Nhưng ở Nhật Bản và các nước Á Đông hiện nay, người ta vẫn chưa hoàn toàn ý thức được về giao tiếp phi ngôn ngữ, trong khi đó lại là yếu tố tạo nên ấn tượng ban đầu của người khác về bạn. Hơn thế, tôi còn bắt gặp cả những ý kiến cho rằng: “Bên trong rỗng tuếch thì tô son đánh phấn làm gì?” Mặc dù nghe có vẻ chí lý nhưng thực ra nhận định này sai hoàn toàn.

Quả thực những thứ chỉ có mã ngoài một ngày nào đó nhất định sẽ mất đi lớp sơn giả tạo. Song, vấn đề không nằm ở điểm này. **Điều tôi muốn mọi người nhìn ra là trên thực tế,**

nhều khi chính “vẻ ngoài” không tô son đánh phấn lại đang ngăn trở những người xung quanh hiểu được tính cách bên trong của chúng ta. Và tôi những mong, thông qua việc chăm chút “ngoại hình kinh doanh” cho bản thân, bạn có thể nâng cao hơn nữa sức hấp dẫn của mình.

1



BẠN SẼ BẤT NGỜ
KHI BIẾT ẢN TƯỢNG
CỦA NGƯỜI KHÁC VỀ
BẠN BỊ NGOẠI HÌNH
CHI PHỐI ĐẾN
MỨC NÀO



TRONG IM LẶNG, NGƯỜI KHÁC VẪN SẼ CÓ MỘT VÀI ẮN TƯỢNG KHÁC VỀ BẠN

“Không nên đánh giá người khác
thông qua ngoại hình”
là điều không thể

Con người thật sự sẽ đánh giá người khác chỉ thông qua ngoại hình kể cả khi không có cuộc hội thoại nào làm cơ sở sao?

Tiến sĩ tâm lý học xã hội người Mỹ, Leonard Bickman đã thực hiện một thí nghiệm để hiểu để nghiên cứu về vấn đề này. Dụng cụ thí nghiệm là thứ mà ngày nay chúng ta không còn bắt gặp nữa: bộ điện thoại công cộng. Thí nghiệm được thực hiện theo từng bước: Trước hết, tiến sĩ Bickman cố ý để quên tiền xu trong bộ và rời đi. Tiếp đó, khi có người sử dụng bộ điện thoại, ông sẽ đến

bắt chuyện và hỏi thăm: “Xin lỗi vì đã làm phiền, hình như lúc này tôi có để quên tiền xu phải không?” Lúc bắt chuyện với đối phương, ông sẽ xuất hiện với hai kiểu ngoại hình khác nhau: áo quần chỉnh chu hoặc ăn mặc xuề xòa. Cuối cùng, thí nghiệm đã cho ra một kết quả vô cùng thú vị: Lúc người hỏi ăn mặc chỉnh chu thì có 77% đối tượng thí nghiệm trả lại tiền, trong khi đó nếu người hỏi ăn mặc xuề xòa thì chỉ có 38% đối tượng thí nghiệm đồng ý trả lại tiền. Thí nghiệm đơn giản, dễ quan sát này giúp chúng ta nhận thức được phản ứng của con người sẽ thay đổi thế nào tùy theo vẻ ngoài.

Có nhiều người cho rằng mình sẽ “không bao giờ đánh giá ai dựa trên ngoại hình”, hoặc “thứ quan trọng là bên trong”. Tôi đồ rằng bạn cũng nghĩ như thế. Nhưng trong hiện thực, mọi chuyện hoàn toàn không phải như bạn nghĩ, bởi con người thường dựa trên ngoại hình để nhận định xem có nên tin tưởng đối phương hay không. Hơn nữa, chúng ta cũng biết rất rõ rằng ấn tượng ban đầu rất quan trọng, một khi nó đã bén rễ trong tâm trí người khác thì không hề dễ thay đổi. Chẳng hạn, nếu có thiện cảm với một người ngay từ đầu, chúng ta sẽ cười cho qua khi họ không may đánh đổ ly nước trên bàn và cho rằng, “hóa ra người này cũng có lúc như thế”. Nhưng nếu đó là người ta vốn không có thiện cảm, chúng ta sẽ ngay lập tức có thái độ đầy chán ghét: “Quả nhiên hẳn ta sẽ làm ra mấy chuyện này. Mình biết mà.”

Con người là thế, khi đánh giá về một sự việc thường sẽ suy nghĩ theo hướng chứng minh cho định kiến của mình, vì ai cũng cho rằng bản thân mình là đúng. Nói cách khác, một khi ấn tượng ban đầu đã không tốt, chúng ta sẽ phải nỗ lực gấp nhiều lần mới có thể xóa bỏ được nó.

65% ấn tượng do giao tiếp phi ngôn ngữ quyết định

Nhà nhân học người Mỹ, Ray L. Birdwhistell đã công bố kết quả nghiên cứu nói về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đối với quá trình hình thành ấn tượng trong tâm trí một người.

Theo nghiên cứu, sức ảnh hưởng của giao tiếp ngôn ngữ chiếm 35%. Trái lại, những thứ thuộc về giao tiếp phi ngôn ngữ, như ngoại hình, thái độ hay cách ứng xử, có thể chiếm đến 65%. Như vậy, chúng ta thấy được yếu tố giao tiếp phi ngôn ngữ truyền tải đến người khác một lượng thông tin nhiều hơn hẳn.

Tôi nghĩ rất nhiều người đã nỗ lực học hỏi phương thức giao tiếp ngôn ngữ nhằm cải thiện hình tượng của bản thân. Song, chưa mấy ai chú ý tới phương pháp giao tiếp truyền đi vô số tín hiệu – giao tiếp phi ngôn ngữ. Trên thực tế, giao tiếp phi ngôn ngữ có vai trò đặc biệt quan trọng tại thời điểm ấn tượng đầu tiên về ta mạnh mẽ hình thành trong tâm trí đối phương.

NHỮNG ĐIỀU TÔI QUAN SÁT ĐƯỢC KHI LÀM TIẾP VIÊN HÀNG KHÔNG

Cách ứng xử có thể vô tình gây ấn tượng xấu

Không ít người tự nhủ rằng, “Mình biết ấn tượng đầu tiên quan trọng thế nào nên nhất định sẽ cẩn thận”. Tuy nhiên, bạn phải hiểu: Ấn tượng bạn lưu lại trong mắt đối phương chưa chắc đã thực sự tốt như ý muốn.

Cũng nhờ công việc trước đây mà bản thân tôi mới hiểu được điều này. Tôi cảm thấy có rất nhiều người không tự biết bản thân mình đang vô tình gây ra ấn tượng xấu trong mắt người xung quanh thông qua những hành động, cử chỉ thường ngày.

Sau khi tốt nghiệp đại học, tôi từng làm tiếp viên suốt năm năm tại hãng hàng không Singapore. Công việc chính là phục vụ hành khách, và nhờ vậy, tôi đã có rất nhiều cơ hội để quan sát những dáng vẻ khác nhau của vô số người. Có không ít những vị khách lại gây ra ấn tượng vô cùng đáng buồn. Đương nhiên bản thân là bên cung cấp dịch vụ, nếu có chuyện bất cập xảy ra, gây phiền hà cho hành khách thì chúng tôi buộc phải đứng ra thừa nhận và thành tâm xin lỗi. Nhưng điều đó không có nghĩa là phía khách hàng muốn xử sự thế nào cũng được. Nói cách khác, cả chúng tôi và hành khách đều phải chú ý đến những điểm như thái độ, biểu cảm, lời nói, ngữ điệu, v.v. Nhưng có những vị khách gây ấn tượng xấu đến mức khiến tôi phải kinh ngạc. Có điều thông qua đó, tôi lại suy đoán được: “Có khi nào họ không hề hay biết mình đang gây ra ấn tượng cực kỳ không tốt với mọi người xung quanh hay không?” Bởi trên đời này, nào có ai muốn bị người khác nghĩ xấu và ghét bỏ mình?

Những người ở khoang hạng nhất có gì đặc biệt?

Những hành khách ở khoang hạng nhất chắc hẳn ai cũng có địa vị xã hội cao, chẳng hạn như lãnh đạo của một tập đoàn lớn. Tất cả họ đều mang phong thái đúng mực. Họ không bao giờ hách dịch hay có thái độ không khiêm tốn. Có thể miêu tả những hành khách này bằng từ “charming”, nghĩa là “rất có sức hút”. Xét về khía cạnh

nào đó, tiếp viên chúng tôi phải phục vụ hành khách, và không dám nói “không”. Vậy mà họ vẫn rất nhã nhặn và lịch sự, điều này giúp tôi hiểu được rằng, tình tế với cả những người không ở cùng địa vị xã hội sẽ tạo ra một ấn tượng vô cùng tuyệt vời. Đó là điều làm nên khí chất.

Ví dụ ở các nhà hàng, bạn tỏ thái độ phách lối với bồi bàn thì người đi cùng cũng mất hứng. Nếu đó là một buổi hẹn hò thì đôi khi hành động ấy còn khiến tình yêu đối phương dành cho bạn phai nhạt hẳn.

Nhưng ngạc nhiên thay, rất nhiều người coi thái độ đó là lẽ thường tình. Phải chăng chính bản thân họ cũng không tự nhận thức được mình đang thô lỗ và hành động đó sẽ gây ra ấn tượng cực kỳ không tốt? Đây chính là hậu quả của việc bỏ quên giao tiếp phi ngôn ngữ.

VÌ SAO TÔI ĐƯỢC TUYÊN DƯƠNG TRONG HÀNG NGÀN NHÂN VIÊN?

Tôi nhận được khiếu nại duy nhất
trong sự nghiệp cũng vì
“ấn tượng ban đầu”

Khi còn làm việc cho hãng hàng không Singapore, tôi đã vinh dự trở thành một trong mười người được tuyên dương là “High achiever of compliments” (giải thưởng trao tặng cho phi hành đoàn nhận được nhiều lời khen từ khách hàng nhất trong một năm). Vì các hãng hàng không rất chú trọng đến dịch vụ chăm sóc khách hàng nên mỗi năm đều công bố bảng xếp hạng các hãng hàng không, và tôi thì vô cùng quan tâm đến những chỉ tiêu đánh giá của bảng xếp hạng này.

Bảng đánh giá xếp hạng có rất nhiều hạng mục như dịch vụ, trang thiết bị trong khoang, độ mới của phụ tùng máy móc; và tại

thời điểm đó, hãng hàng không Singapore đã xếp ở tốp đầu trong tất cả các hạng mục. Thế nên, việc bị khách hàng khiếu nại sẽ là một chuyện rất phiền toái – khi nghỉ bay, bạn sẽ bị gọi đến công ty mẹ để giải trình sự việc. Vì vậy, đây là vấn đề nhạy cảm bậc nhất đối với tiếp viên. Tôi cũng không ngoại lệ. Nhưng “chạy trời không khỏi nắng”, trong thời gian đó tôi cũng từng một lần bị khách hàng khiếu nại lên công ty mẹ, đó là một nam hành khách người Nhật ở khoang hạng thương gia đã đặt kỳ vọng rất lớn vào hãng của chúng tôi.

Trên chuyến bay từ Mỹ về Nhật, vị khách đó bắt chuyện với tôi bằng tiếng Anh. Trước khi cất cánh, tôi cũng đã nắm rõ thông tin về khách hàng có mặt trong khoang nên nhanh nhẩu đáp lại: “Ngài nói tiếng Nhật cũng được ạ.” Tuy nhiên, ông ấy có vẻ không thích câu trả lời này cho lắm. Tôi vốn dĩ không có ý gì nhưng trong hoàn cảnh ấy, đối phương dường như đã cảm thấy bị mỉa mai.

Ngay từ bước đầu tiên đã có sự hiểu lầm thì mọi chuyện sẽ khó lòng suôn sẻ được. Vậy là trong suốt cả chuyến bay, bất kể tôi có làm hay nói gì, vị khách này cũng chẳng hề thể hiện nét mặt hòa nhã... Đó chính là hậu quả tôi phải nhận lấy khi không tạo được ấn tượng tốt ngay từ đầu.

Đề ra “tiêu chuẩn cho bản thân” giúp tôi được đánh giá cao

Mặt khác, như đã giới thiệu một chút ở phần đầu, tôi cũng nhận được rất nhiều lời khen từ khách hàng và được hãng hàng không tuyên dương (tại thời điểm đó, số tiếp viên của hãng có khi phải đến 8.000 người). Mỗi năm, hãng chỉ chọn ra mười người để khen thưởng, nên tôi rất lấy làm hãnh diện về thành tích của mình. Tôi đã làm cách nào để đạt được niềm vinh dự lớn lao này? Thật ra khi xem xét lại, tôi nhận thấy bản thân cũng không làm gì đặc biệt cả. Có chăng cũng chỉ là tôi đã làm hết khả năng của mình thôi. Song khi làm việc, tôi luôn mang tâm thế: **“Già sử bản thân mình được phục vụ như thế thì sẽ vui lắm.”** Và dường như “tiêu chuẩn” này của tôi cao hơn người khác một chút. Tôi đã tự đặt ra cho mình những đòi hỏi ở mức cao trong quá trình phục vụ khách hàng, kết quả là tôi nhận được những đánh giá tích cực.

Ví dụ như việc phục vụ cocktail cho hành khách trên máy bay. Bản thân tôi cũng rất thích thưởng thức rượu, đã bỏ công sức ra thì phải làm cho thật ngon. Tôi đã áp dụng “tiêu chuẩn” cao của mình vào việc phục vụ hành khách. Chẳng hạn, ly rượu sâm-panh thường sẽ hết lạnh sau một khoảng thời gian. Tôi sẽ không rót tiếp rượu vào ly dù vẫn còn một nửa, mà sẽ mang ra cho khách một ly sâm-panh mới ngon lành, còn tỏa ra hơi lạnh.

Hãy học cách thấu hiểu “những người đang khóc thầm bên trong”

Một lý do nữa khiến tôi được đánh giá cao chính là, tôi được sở hữu ít nhiều “năng lực thấu hiểu đối phương”. **Lúc nào tôi cũng cố gắng giữ vững lập trường khách quan, như thể đang tự quan sát chính mình vậy.**

Có lẽ tôi có được “năng lực thấu hiểu đối phương” phần nhiều là nhờ công dạy dỗ của bà tôi. Chính giao tiếp phi ngôn ngữ, chứ không phải lời nói, đang giúp con người truyền đi rất nhiều thông điệp ra xung quanh. Đây là điều bà đã chỉ dạy cho tôi từ rất lâu về trước. Đương nhiên, khi đó bà không dùng các thuật ngữ chuyên ngành như “giao tiếp phi ngôn ngữ”...

Bà là người vô cùng nghiêm khắc. Tôi học được các phép tắc, lễ nghi cũng đều do một tay bà tỉ mỉ dạy bảo. Nào là phải biết nói lời cảm ơn, phải luôn dọn dẹp cho sạch sẽ, phải biết nhận lỗi khi làm sai, không được giấu giếm hay nói dối, v.v. Ngay từ nhỏ, tôi đã không thể bỏ mặc những đứa bạn bị bắt nạt. Họ chắc cũng hiểu nên quý tôi lắm. Hồi đó, bà có bảo một câu mà tôi cứ nhớ mãi đến giờ: “Khi con khóc thì sẽ có ai đó quan tâm con. Họ sẽ hỏi han con: *Có chuyện gì thế?* Nhưng con cũng phải nhớ rằng, sẽ có những đứa trẻ không biết khóc. Thế nên, hãy ghi lòng tạc dạ lời của bà: **Phải cố gắng thấu hiểu cả những người đang âm thầm nhỏ lệ bên trong.**” Kể từ đó, trong việc đối nhân xử thế, tôi luôn ý thức và nhắc nhở bản thân rằng, mình có đang thực sự thấu

hiểu đối phương và hiểu đến mức nào? Mình sẽ làm thế nào để có thể âm thầm đứng trên lập trường của đối phương mà nhìn nhận sự việc?

Có lẽ cũng vì vậy, tôi bắt đầu để ý đến “vẻ ngoài” của người khác. Dù không nói một lời nào nhưng trong giây lát, chúng ta vẫn truyền đi những thông điệp hoặc tốt hoặc xấu. Để hoàn toàn thấu hiểu người khác, bạn cần phải quan sát thật kỹ đối phương thông qua những điểm như: biểu cảm, cử chỉ, khoảng cách, v.v. Ý thức này đã ăn sâu vào sự nghiệp tiếp viên của tôi từ lúc nào không hay. Tôi trở nên nhạy bén hơn với những thông điệp mà người khác phát ra thông qua kênh giao tiếp phi ngôn ngữ. Khi từ bỏ công việc tiếp viên để dẫn thân vào lĩnh vực kinh doanh, một lần nữa tôi lại nhận ra sức mạnh đáng gờm của loại hình giao tiếp này.

CÁI BẦY NHỮNG “ANH TÀI ĐẦY ĐÁNG TIẾC” ĐANG VƯỚNG VÀO

Sau quãng thời gian năm năm đăng đẳng làm tiếp viên hàng không ở Singapore, tôi quyết định trở về quê nhà Nhật Bản. Và trong khoảng thời gian này, tôi bén duyên với trường Kinh doanh GLOBIS, vốn đang trong giai đoạn mới thành lập. Tôi đã làm thêm tại đây kể từ khi trường còn đang loay hoay xây dựng những khóa học thạc sĩ quản trị kinh doanh (MBA) đầu tiên dành cho người đi làm, và sau đó, tôi trở thành một trong những nhân viên đầu tiên. Chẳng những thế, tôi càng không ngờ rằng mình đã gắn bó với nơi này gần hai thập kỷ, để rồi trong suốt 16 năm làm việc ở trường, điều mà tôi bắt gặp nhiều nhất chính là bóng dáng của những “anh tài đầy đáng tiếc”.

Là người từng bươn chải ngoài xã hội và có kinh nghiệm dày dặn, các học viên của trường ai nấy đều là những tấm gương ưu tú tràn đầy sự hăng hái, hứng hực ý chí học hành, quyết tâm lấy được tấm bằng MBA, và muốn tiếp thu những kiến thức bổ ích từ khóa học. Kỳ thực, không ít học viên đang làm việc cho các doanh nghiệp hàng đầu, đạt thành tựu to lớn trong công việc, hoặc sở hữu những

bản báo cáo hay thuyết trình xuất chúng. Tuy nhiên cũng trong khoảng thời gian này, mối nghi vấn hình thành khi tôi làm việc ở hãng hàng không Singapore đã dần chuyển thành niềm tin xác thực, và rồi khiến tôi tràn trề thất vọng. Bởi lẽ, ngay cả những học viên có thể gọi là bậc anh tài của xã hội cũng không mấy ý thức về giao tiếp phi ngôn ngữ.

Khi còn là tiếp viên, tôi đã băn khoăn: "Tại sao lại có những khách hàng cố tình làm những việc gây ác cảm với người xung quanh nhỉ? Hay chính người đó cũng không nhận ra bản chất của việc mình đang làm?" Và quả thật tôi đã cảm nhận được điều đó qua những tình huống trong đời sống thực tế.

Thật lòng mà nói, vẻ ngoài của các học viên trông rất đáng chán. Dù lớp học bắt đầu ngay sau khi tan làm nhưng có rất nhiều người khoác trên mình một bộ com-lê nhẵn nhúm hoặc không vừa người. Ngoài ra, có thể bắt gặp những đôi giày mòn gót bạc màu, chiếc áo sơ-mi kẻ sọc lòe loẹt, chiếc cà-vạt màu sắc u ám, tư thế đứng còng lưng không chút tự tin, dáng đi lằm lũi, hay cặp lông mày nhăn nhó khó chịu, v.v.

Tôi cũng từng góp ý thẳng thắn với những học viên thân thiết: "Em cứ thế này thì phí hoài quá. Thử chăm chút ngoại hình đi?" Nhưng lại nhận được những câu trả lời ngoài sức tưởng tượng như: "Trong công việc, phẩm chất bên trong mới là quan trọng. Chỉ cần có năng lực là đủ", "Ngoại hình đâu liên quan gì", "Em không muốn trở thành người rỗng tuếch chỉ biết chăm chăm vào ngoại hình", v.v.

Song, như tôi đã giới thiệu trong “thí nghiệm bốt điện thoại”: Ấn tượng đầu tiên của chúng ta về người khác phần lớn đều do vẻ ngoài quyết định. Giữa một người ăn mặc xoàng xĩnh và một người áo quần phẳng phiu, mọi người sẽ nghĩ ai là doanh nhân ưu tú? Đáp án không cần nói chắc các bạn cũng biết rồi nhỉ.

Dù phẩm chất bên trong của bạn có ưu tú cỡ nào, nhưng nếu ngay từ đầu bạn đã gây ấn tượng xấu với đối phương thì mọi chuyện rất khó cứu vãn. Nguyên nhân là do con người chúng ta luôn chọn lọc những thông tin phù hợp để củng cố cho nhận định của mình. Dẫu sở hữu một nhân cách tốt đẹp bên trong cùng một thành tích xuất chúng, nhưng bạn vẫn có thể bị đánh giá là không đáng tin chỉ vì ngoại hình. Đôi khi, họ còn không cho bạn cơ hội để thể hiện con người bên trong của mình. Họ sẽ nghĩ rằng: “Người này trông lười thôi quá, việc gì phải phí thời gian nói chuyện với anh ta!” Vậy là, người khác chẳng bao giờ biết đến thực lực của bạn, bất kể bạn đã bỏ ra bao nhiêu công sức.

“Thật sự phí hoài!” Tôi vẫn hằng suy nghĩ như thế về các học viên của mình. Rõ ràng chỉ cần chăm chút ngoại hình cho chỉnh chu chút thôi thì mọi thứ sẽ thay đổi, bạn cũng sẽ không bị người khác qua mặt ngay từ xuất phát điểm. Vậy tại sao không thử chứ?

Khóa học “Ngoại hình trong kinh doanh” cũng được các công ty lớn đưa vào áp dụng

Giá mà ai nấy đều có cơ hội học tập bộ môn “Ngoại hình cần có của doanh nhân” một cách có hệ thống, giống như học tài chính hay marketing...

Và một cơ hội trong mơ đã đến với tôi. GLOBIS nhận được yêu cầu tổ chức chương trình huấn luyện kéo dài một năm cho những nhân tài được tuyển chọn làm thế hệ lãnh đạo tiếp theo của một doanh nghiệp lớn. Tất cả họ, từ giám đốc trở xuống, sẽ phải thuyết trình về một đề xuất cho công ty ngay trước mặt hội đồng quản trị. Dự thính buổi thuyết trình ấy, phó giám đốc công ty đã không ngại nhìn thẳng vào vấn đề: “Phần trình bày rất tuyệt vời. Có điều tôi thấy, vốn dĩ thế hệ lãnh đạo tiếp theo của công ty sẽ phải cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hóa, thế mà nói năng và ăn mặc như này, liệu có ổn không?”

May thay, ông ấy cũng đang quan ngại điều mà tôi vẫn hằng trăn trở! Giám đốc công ty đối tác nhanh chóng hành động và phía GLOBIS chúng tôi được đề nghị thực hiện một chương trình học mới. Vốn là người vẫn luôn góp ý về ngoại hình, tôi liền được giao cho phụ trách công việc ấy. Vì một phần bản thân cũng yêu thích nên tôi đã tìm đọc rất nhiều sách báo liên quan. Ở nước ngoài, có rất nhiều thành tựu nghiên cứu và tài liệu chỉ ra tác dụng của

ngoại hình, giúp bạn trả lời những câu hỏi, chẳng hạn: “Về bề ngoài sẽ giúp bạn tạo ấn tượng như thế nào?”

Và tôi đã khám phá ra một vài kiến thức thú vị: “Về bề ngoài” không chỉ là việc ăn mặc mà còn bao gồm những yếu tố như tác phong, cử chỉ, điệu bộ, giọng nói, màu sắc, nơi chốn, thời gian, v.v. Chính những thứ ấy định hình nên ấn tượng về một con người. Và đó chính là “giao tiếp phi ngôn ngữ”.

Đồng thời, để chuẩn bị cho việc phát triển chương trình, tôi còn tham gia một khóa học ngắn hạn tại Học viện Công nghệ Thời trang New York. Đây là ngôi trường quy tụ những nhân tài làm trong ngành thời trang, và cả các doanh nhân từ khắp mọi nơi trên thế giới. Hiện nay, số người biết đến “giao tiếp phi ngôn ngữ” đã tăng lên còn vào thời điểm đó, khái niệm này hoàn toàn xa lạ với quần chúng. Rắc rối hơn, nhân viên tham gia khóa học huấn luyện của doanh nghiệp lớn trên đều rơi vào những người đàn ông tuổi từ 40 trở lên. Dù chúng tôi ra sức rao giảng về tầm quan trọng của giao tiếp phi ngôn ngữ hay ngoại hình thì họ cũng không tích cực tiếp thu.

Bên cạnh đó, họ cũng đang tham gia các khóa học về kinh doanh nữa, nên tôi cảm thấy mình cần phải cung cấp cho họ một hệ thống lập luận có logic chặt chẽ kèm theo bằng chứng với sức thuyết phục cao. Vì vậy, tôi củng cố thêm cho luận điểm của mình bằng những dữ liệu từ các thí nghiệm tâm lý ở nước ngoài, chẳng hạn như “thí nghiệm bột điện thoại”, và bắt đầu xây dựng chương trình học. Trong khoảng thời gian này, tôi cũng nghiên cứu về

“hiệu ứng thiên kiến” (hay “tác động đầu tiên”) của nhà tâm lý học Solomon Asch.

Ấn tượng về một người nào đó thường được hình thành dựa trên những thông tin ban đầu ta có được về họ. Nó chỉ định màu sắc toàn thể và tông màu chủ đạo của ấn tượng rồi từ đó ấn tượng tự nhiên sẽ được cố định theo. Những thông tin thu thập được sau đó, nếu hòa hợp với thông tin ban đầu thì ta sẽ dễ dàng tiếp nhận, còn nếu không, ta sẽ tìm thêm nhiều cách giải thích để củng cố cho ấn tượng ban đầu của mình về đối phương. Đó chính là cách tôi xây dựng chương trình học. Thật tuyệt vì phần thuyết trình tập dượt tại công ty cũng được đánh giá rất tốt. Và khóa học “Ngoại hình trong kinh doanh” hoàn toàn mới dành cho doanh nghiệp lớn kể trên đã thành công tốt đẹp.

VẤN ĐỀ QUAN TRỌNG LÀ KHIẾN NGƯỜI KHÁC HIỂU BẠN TRONG TÍCH TẮC

Trên cương vị lãnh đạo, bạn có rất ít thời gian để phục hồi

“Tôi coi trọng bên trong hơn bề ngoài. Tôi chỉ cần người khác đánh giá đúng con người bên trong của mình thôi.”

Trong suốt quá trình phát triển chương trình học, tôi lại càng nhận thức rõ hơn mức độ nguy hiểm của suy nghĩ này. Lúc các bạn còn trẻ thì nghĩ vậy cũng không thành vấn đề. Nhưng khi bắt đầu bước chân lên con đường lãnh đạo, đây rầy những cạm bẫy tiềm ẩn chờ bạn rơi vào. Khi vị trí lãnh đạo của bạn cao hơn, hiển nhiên, bạn sẽ có càng nhiều nhân viên dưới trướng, đồng thời số lần phải tham gia các cuộc trao đổi với khách hàng cũng nhiều hơn. Như vậy, vấn đề ở đây chính là thời gian bạn dành cho việc giao tiếp với từng người bắt buộc phải ngắn lại.

Chẳng hạn, một vị trưởng phòng thường sẽ có khoảng mười mấy cấp dưới nhưng khi lên chức trưởng bộ phận thì số lượng nhân viên sẽ tăng vọt lên hàng chục người, vì vậy thời gian bạn dành ra để giao tiếp với từng nhân viên sẽ giảm đi đáng kể. Lượng thời gian này sẽ còn giảm nhiều hơn nữa khi bạn lên chức trưởng khu vực hoặc bước chân vào hội đồng quản trị. Điều này cũng đúng với các đối tác, nhà đầu tư hay đơn vị truyền thông, ta càng gặp gỡ nhiều người thì thời gian cho từng cuộc đối thoại sẽ càng giảm. Dù đối phương là cấp dưới hay khách hàng đi nữa thì số lần gặp gỡ hay thời gian của một cuộc nói chuyện cũng sẽ ít dần theo từng bước thăng tiến của bạn. Cho nên, dù coi trọng phẩm chất bên trong hơn vẻ bề ngoài thì bạn cũng không có quỹ thời gian dư dả để đầu tư cho một cuộc đối thoại dài giúp đối phương thấu hiểu mình.

Kỹ năng tiên quyết của người lãnh đạo chính là, trong một thời gian ngắn có thể truyền tải chính xác về con người của mình. Kỹ năng này sẽ ngày càng trở nên quan trọng theo từng nấc thang thăng tiến.

Nếu bạn là một “tỷ phú” thời gian thì khoảng cách giữa ngoại hình và nội tâm của bạn sẽ tạo ra ấn tượng khả ái trong mắt đối phương. Mọi người sẽ đánh giá rằng ngoại hình của bạn có hơi thiếu sót nhưng con người thì tốt. Bởi vậy, cấp trên thường bỏ qua cho nhân viên mới những lỗi sai trong vẻ bề ngoài. Thông qua những cuộc đối thoại thân mật hàng ngày, con người bên trong của các nhân viên mới này sẽ dần dần được công nhận. Tuy nhiên, người lãnh đạo lại không có nhiều thời gian như thế. Họ phải gặp

hết người này đến người khác, và khoảng thời gian cuộc đối thoại diễn ra vô cùng ngắn. Không như những nhân viên mới, người lãnh đạo không có khái niệm làm quen “dần dần”.

Đánh giá đối phương về mọi mặt chỉ bằng thông tin có được trong thời gian vô cùng ngắn

Ở phần trước, tôi đã giới thiệu cho mọi người về học thuyết của nhà nhân học Ray L. Birdwhistell: Con người chúng ta truyền tải 65% thông tin qua kênh giao tiếp phi ngôn ngữ. Điều này tất nhiên cũng đúng với lần gặp mặt đầu tiên hay cuộc đối thoại trong thời gian ngắn. Đối phương chủ yếu sẽ đánh giá về chúng ta thông qua giao tiếp phi ngôn ngữ. Không những thế, xóa bỏ ấn tượng đã cắm rễ trong tâm trí một người là điều vô cùng khó. Khi trở thành lãnh đạo, thời gian bạn đối thoại với từng người cũng giảm đi, như vậy bạn sẽ khó lòng có cơ hội thứ hai để lật ngược ấn tượng ban đầu của họ về bạn. Chính vì vậy, chúng ta cần phải giúp cho mọi người xung quanh hiểu đúng về con người mình, dù chỉ trong khoảng thời gian ít ỏi.

Chúng ta đều hiểu rõ một điều hiển nhiên, yếu tố quan trọng bậc nhất “bất di bất dịch” vẫn luôn là con người bên trong và ngôn ngữ ta truyền tải. Song trong rất nhiều tình huống, chúng ta vẫn đánh giá lẫn nhau thông qua những thứ không phải ngôn ngữ.

Đây là chuyện không thể tránh khỏi. Thế nên nếu là một chuyên gia, bạn cần có khả năng sử dụng giao tiếp phi ngôn ngữ một cách hiệu quả. Kiểm soát được hình tượng của bản thân để thể hiện đúng con người bên trong của bạn là một việc hết sức quan trọng.

Tiếc thay, trên thực tế rất ít người hiểu được điều này. Những gì họ thể hiện ra bên ngoài lại hoàn toàn trái ngược với con người bên trong, khiến người khác hiểu nhầm và nhận định sai về họ.

Bây giờ là thời cơ tốt nhất **để trở nên vượt trội**

Tôi cảm nhận được rằng hầu hết mọi người đều đang khiến đối phương đánh giá sai về mình. Chẳng hạn, một người nọ trông lúc nào mặt mũi cũng cau kỉnh, bạn luôn phải dè dặt dò hỏi: “Bạn giận à?” Nhưng thực ra họ đâu có giận đối gì phải không? Một người vốn rất lễ phép lại bị người khác nói: “Thằng đó vô lễ lắm!” Nguyên do là vì anh ta đưa hồ sơ cho giám đốc bằng một tay, buồn thay, anh nhân viên này đã vô ý không nhận ra hành động không phải phép ấy. Hoặc khi hội họp, cũng có vài người đi vào phòng và ngồi xuống với thái độ trông có vẻ rất trịch thượng đúng không? Dù họ chỉ “vô tình” tựa hần lưng vào ghế. Có lẽ bản thân người đó không hề cố ý tỏ thái độ hay gì như ta nghĩ, nhưng hành động của họ lại không gây được thiện cảm cho người khác.

Hiện nay, tôi đang điều hành dự án Giới thiệu khóa học “Ngoại hình trong kinh doanh” đến với mọi người. Trong những

dịp tư vấn cho các thành phần thuộc tầng lớp quản lý, lãnh đạo doanh nghiệp, tôi sẽ nhờ họ quay lại đoạn hội thoại đầu tiên giữa tôi và họ. Trong số đó có kha khá người đã vô cùng ngạc nhiên vì lần đầu tiên họ được thấy hình tượng của chính mình trong mắt người khác. Một vài người ngỡ ngàng bày tỏ:

“Không ngờ mình trong mắt người khác lại như thế này!”

“Tôi trông đáng ghét đến thế kia à?”

“Ai mà hống hách thế?”

“Không ngờ mình lại có nét mặt đó khi tiếp chuyện với người khác...”

Trừ phi đi đóng phim hay xuất hiện trên sóng truyền hình, còn lại hầu hết chúng ta không mấy khi thấy được dáng vẻ của mình khi giao tiếp với người khác. Nghĩ cho tường tận thì đây thật sự là điều đáng sợ: Chính bản thân bạn mà còn không hay biết người xung quanh đánh giá thế nào về mình!

Trong thực tế, việc hình tượng của bạn trong mắt đối phương khác xa con người thật của bạn là chuyện không hiếm. Chính vì vậy, bạn phải luôn nhận thức được điều này. Đồng thời bạn phải ý thức được ngoài nội dung cuộc trò chuyện thì tư thế, cử chỉ hay biểu cảm cũng sẽ tạo nên hình tượng của bạn. **Nếu cứ nghĩ chỉ cần con người bên trong tốt đẹp và cách ăn nói hay ho là được, thì bạn sẽ có nguy cơ bị người khác đánh giá sai. Bạn phải đối diện với hiện thực rằng trong vô thức và im lặng, bạn đang phát đi những thông điệp mà bản thân mình không nhận ra.**

Tuy nhiên, trong bối cảnh hầu hết mọi người vẫn chưa nhận thức được tầm quan trọng của giao tiếp phi ngôn ngữ như hiện nay, thì đây cũng là thời cơ tốt cho bạn. Bằng việc trau dồi kiến thức về “ngoại hình trong kinh doanh” và xây dựng một hình ảnh cho bản thân ngay hôm nay, bạn có thể chớp lấy thời cơ để thể hiện thực lực và sức hấp dẫn của bản thân mà không để bất cứ hiểu lầm nào cản trở. Hãy vươn lên và vượt trội hơn hẳn đám đông đi!

CHĂM CHÚT NGOẠI HÌNH SẼ ĐEM LẠI NHỮNG THAY ĐỔI NGOẠN MỤC

Câu chuyện màu cà-vạt của tổng thống Mỹ

Ở các nước Âu Mỹ, bên cạnh người đứng đầu các doanh nghiệp lớn, lãnh đạo cấp cao hay chính trị gia luôn có bóng dáng của những chuyên gia cố vấn về cách tạo ấn tượng bằng ngoại hình. Hơn nữa, đây không phải là chuyện hiếm gặp.

Khi đăng tải hình ảnh lên các trang mạng, chuyên gia sẽ cân nhắc thấu đáo các phương diện: biểu cảm, góc độ khuôn mặt, kiểu tóc, áo sơ-mi, com-lê, cà-vạt, v.v. và chọn ra thứ tốt nhất. Cử chỉ, tư thế và tác phong cũng được xem xét. Họ sẽ nghiên cứu kỹ càng và tiến hành tạo dựng nên hình ảnh một vị lãnh đạo quyền uy. Ngược lại, cũng có khi họ cần phải xây dựng một hình tượng đem lại cảm giác thân thiết, gần gũi cho công chúng. Ngay cả trong trường hợp này, các chuyên gia cũng phải theo dõi và tư vấn sát sao về

trang phục cho các vị lãnh đạo. Một ví dụ điển hình tôi thường giới thiệu với học viên chính là tổng thống Mỹ. Trang phục, tư thế, giọng điệu, v.v. của tổng thống sẽ được thay đổi cho phù hợp với hoàn cảnh.

George W. Bush là tổng thống của nước Mỹ khi vụ khủng bố 11/9 xảy ra. Trong khoảng thời gian này, chúng ta đã nhìn thấy sự khác biệt hoàn toàn về cả trang phục lẫn thái độ của ông khi đọc thông điệp Liên bang thông thường và thông điệp ông gửi từ Nhà Trắng đến người dân Hoa Kỳ sau sự kiện 11/9. Khi đọc các thông điệp Liên bang thông thường, tổng thống sẽ đeo cà-vạt đỏ để biểu trưng cho một nước Mỹ hùng cường và khả năng lãnh đạo xuất sắc. Còn trong bài diễn văn ngay sau sự kiện 11/9, ông đeo một chiếc cà-vạt màu xanh xám tông trầm thể hiện nỗi đau thương mất mát, đương nhiên nét mặt của tổng thống cũng đầy bi thương.

Tổng thống Donald J. Trump cũng gây ấn tượng với những chiếc cà-vạt đỏ thẫm. Đây là biểu tượng cho sức mạnh của ông. Nhưng đôi khi chúng ta cũng bắt gặp vị tổng thống này đổi sang màu xanh đậm đậm hay kẻ sọc tràn trề khí thế. Bởi không phải lúc nào tổng thống Mỹ cũng muốn phô trương sức mạnh.

Tuy nhiên, điểm chung của hai vị tổng thống là thường xuyên sử dụng cà-vạt với chất vải có độ bóng nhất định nhằm gia tăng sức ảnh hưởng. Quả thật, tôi cảm thấy thật đáng tiếc và nguy hiểm vô cùng vì vẫn còn tồn tại tư tưởng “chăm chút cho ngoại hình là đánh mất phẩm giá” hay “chỉ cần xây dựng con người bên trong cho thật tốt là được rồi”. Đúng là chúng ta cần cái bên trong để ứng đối tại các buổi thuyết trình hay họp báo, song cũng cần nhận ra rằng có cả những thông điệp được truyền đi trước khi chúng ta cất lời.

Mặt khác, có cả những bạn trẻ cho rằng com-lê công sở rất xấu xí. Họ lấy lý do chủ tịch tập đoàn Apple, Steve Jobs cũng chỉ mặc quần jeans cùng áo cổ lọ đen, và bắt chước theo ông ấy. Chẳng qua bộ trang phục đó được chấp nhận vì người mặc nó là Steve Jobs thôi. Trên thực tế, chính bản thân Steve Jobs cũng từng khoác lên mình những bộ com-lê công sở kín chu để không làm phật lòng đối tác. Chỉ đến khi đạt được vị trí ấy, ông mới bắt đầu theo đuổi phong cách thời trang của riêng mình.

Tại sao những buổi họp báo xin lỗi lại trở thành mục tiêu chỉ trích?

Câu chuyện dưới đây diễn ra ở Nhật Bản. Ban lãnh đạo một doanh nghiệp tầm cỡ quốc gia xuất hiện trong một cuộc họp báo xin lỗi về vấn đề sản phẩm, họ đeo những chiếc cà-vạt màu... cam. Giả như công ty đó có một chuyên gia về hình tượng thì chắc chắn chuyện này sẽ không xảy ra. Một màu sắc đại diện cho sự vui tươi, rạng rỡ, đem lại cảm giác phấn chấn như màu cam không hề phù hợp với cuộc họp báo xin lỗi. Song mấy ngày sau đó khi mở họp báo lần nữa, ban lãnh đạo đã thay bằng loại cà-vạt màu chàm trang nhã. Có lẽ họ đã nhận ra vấn đề và xin ý kiến tư vấn từ chuyên gia.

Ở Nhật Bản, thường xuyên có trường hợp cuộc họp báo xin lỗi trở thành mục tiêu ném đá trên mạng. Theo tôi, lý do là họ chưa thể hiện được sự hối lỗi chân thành thông qua giao tiếp phi ngôn ngữ. Chuyện là, có một huấn luyện viên bóng bầu dục của trường

đại học nọ vướng phải chỉ trích nặng nề và trở thành chủ đề bàn tán sau khi ông ta ra mặt xin lỗi vấn đề cầu thủ đội nhà khiến cầu thủ đội bạn chấn thương. Lần đầu tiên tôi bắt gặp hình ảnh người này xin lỗi là qua đoạn phim không tiếng tại một sân bay, có điều tôi hoàn toàn không nhận ra đó là cuộc họp báo để xin lỗi. Lý do vì sao ư? Trong lúc phát biểu lời xin lỗi, vị huấn luyện viên này đeo cà-vạt màu hồng sặc sỡ (mặc dù đó là đồng phục của trường), khoanh tay ra sau lưng, và thể hiện thái độ cáu kỉnh. Như vậy thì đối phương sao có thể cảm nhận được lời xin lỗi của ông ta? Nếu một người thành tâm xin lỗi thì cho dù không nói thành lời, cảm xúc của người đó vẫn chạm tới trái tim đối phương. Hay nói cách khác, ông ta chỉ đang trả lời đối phó với cánh phóng viên chứ chẳng hề hối lỗi gì cả. Cả trang phục, ngoại hình và thái độ của người này đều đang mâu thuẫn với thông điệp xin lỗi.

Nếu muốn xin lỗi, bên cạnh lời nói, chúng ta còn phải biết cách bày tỏ sự ăn năn chân thành bằng giao tiếp phi ngôn ngữ, thông qua những yếu tố như trang phục hay thái độ. Không làm tròn được việc này thì chắc chắn bạn sẽ vấp phải chỉ trích, trở thành mục tiêu cho người ta ném đá thôi.

Các chức năng và đặc tính của giao tiếp phi ngôn ngữ

Giao tiếp phi ngôn ngữ sở hữu các chức năng “hoàn thiện”, “nhấn mạnh”, “lặp lại”, “điều chỉnh” và “thay thế” cho ngôn ngữ. Hơn nữa, chúng ta cũng phải chú ý đến đặc tính

“mâu thuẫn”. Hay nói cách khác, giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ có thể đưa ra những thông điệp trái ngược nhau, ví dụ như những người “miệng nam mô bụng bồ dao găm”. Song mọi chuyện sẽ không thành vấn đề nếu bạn sử dụng đặc tính này với mục đích thu hút sự chú ý của đối phương. Và thực ra, trong hầu hết các trường hợp, chúng ta đều tạo ra mâu thuẫn trong vô thức. Ngoài miệng thì xin lỗi, nhưng về ngoài và thái độ của chúng ta lại không hề khiến người khác nhận ra chúng ta có thành ý. Hai ví dụ tôi nêu ra phía trên có thể xem là minh chứng điển hình cho việc không nhận ra mâu thuẫn trong lời nói và hành động.

Một điều vô cùng quan trọng trong giao tiếp chính là các thông điệp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ phải thống nhất với nhau, biểu đạt điều mình muốn bằng giao tiếp phi ngôn ngữ cũng giống như lời mình thốt ra. Trong ví dụ về lời xin lỗi của vị huấn luyện viên, thông điệp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ trái ngược nhau, dẫn đến người nghe cảm thấy rất bối rối và khó chịu. Và chẳng, như tôi đã trình bày khi nãy, con người có xu hướng coi thông điệp phi ngôn ngữ là nhận định đúng trong vô thức. Thế nên, nếu xin lỗi không đúng cách thì chúng ta sẽ bị mọi người chỉ trích là không có thành ý.

Lấy một ví dụ khác như sau, một nghệ sĩ trẻ nổi tiếng với những bộ cánh sắc sảo gây ra bê bối lùm xùm sau đó phải mở hộp báo xin lỗi. Anh ta xuất hiện với mái tóc vàng đã được nhuộm đen lại, đeo một chiếc kính mà anh hiếm khi đeo và diện com-lê. Trông thì ổn đấy, nhưng tiếc thay người này vẫn bị đem ra chỉ trích. Có lẽ anh nghệ sĩ nghĩ rằng chỉ cần ngoại hình, trang phục lịch sự thì coi như

mình đã xin lỗi? Trong cuộc họp báo, anh ta chỉ khẳng định nói rằng “Tôi không nhớ”, không có mảy may cảm giác hối lỗi. Điều duy nhất mọi người cảm thấy anh ta đã thay đổi chỉ là ngoại hình mà thôi. Tôi lại nghĩ, chẳng lẽ anh nghệ sĩ cứ để nguyên mái tóc sặc sỡ mà đến buổi họp báo, ít ra thính giả còn cảm nhận được anh thật lòng hối lỗi nên đã vội vã mở cuộc họp báo.

Việc các cuộc họp báo xin lỗi vấp phải chỉ trích là ví dụ minh họa dễ hiểu giúp ta hiểu được giao tiếp phi ngôn ngữ đáng sợ thế nào và việc nói lời xin lỗi khó khăn ra sao. Tuy vậy, trong đời thường, chúng ta thỉnh thoảng vẫn sẽ phát ra những thông điệp sai lệch và tạo nên những hình tượng không mong muốn. Trong chương tiếp theo, tôi sẽ nêu ra các ví dụ thực tế về vấn đề này nhằm giúp các bạn nhận ra những thông điệp mình đang truyền tải trong vô thức, từ đó cải thiện hình ảnh bản thân hơn.

12



LÝ GIẢI NHỮNG
ẢN TƯỢNG KHÔNG
MONG MUỐN
CHÚNG TA ĐÃ
TẠO RA TRONG
VÔ THỨC



NHỮNG ĐIỂM THƯỜNG THẤY Ở NGƯỜI “Ù LÌ”

Phong thái đi đứng khiến bạn trông vụng về

Trong Chương 1, tôi đã chỉ ra tầm quan trọng của giao tiếp phi ngôn ngữ đối với hình tượng của bạn. Trong chương này, tôi muốn giới thiệu ngắn gọn nhất những việc sẽ khiến bạn tạo ra ấn tượng không mong muốn với người xung quanh trong vô thức.

Về tư thế đứng, tôi sẽ giải thích cặn kẽ cách đứng cho thật đẹp trong chương sau, nhưng ở đây, ta hãy bàn đến một thói quen mọi người hay làm: Đưa cổ về trước. Có lẽ bạn vốn định đứng cho thật thẳng nhưng lại tạo ra hiệu ứng ngược. Những trường hợp như thế này nhiều đến ngạc nhiên đấy. Chắc bạn đọc cũng tưởng tượng ra được rồi nhỉ? Tư thế đứng này trông vô cùng hèn mọn, tự ti và thiếu sức sống. Khi thấy vẻ ngoài như vậy, người khác không thể cho rằng bạn là người có năng lực và làm việc hiệu quả được.

Tư thế đứng quan trọng chín phần thì dáng đi cũng phải mười phần. Trong lớp học về ngoại hình trong kinh doanh, tôi sẽ cho

học viên xem lại đoạn phim quay cảnh họ bước đi và nhiều người không giấu nổi vẻ mặt sùng sốt: “Dáng đi của tôi khó coi thế này ư?” Tôi đã thử tiến hành khảo sát với những người có dáng đi không đẹp và thu được kết quả như sau: Kiểu thứ nhất là dáng đi “trông thiếu tự tin”, kiểu thứ hai thì “trông có vẻ khó chịu”, kiểu thứ ba lại “trông như vừa chịu thiệt”, và cuối cùng là bộ dáng “trông rất tiêu cực”. Vâng, dáng đi của bạn để lại trong tâm trí đối phương ấn tượng xấu như vậy đấy.

Dáng đi không đẹp là phong thái chậm chạp, khoảng cách giữa các bước chân hẹp, mắt hướng xuống dưới. Đi với tác phong như thế trông bạn sẽ nặng nề và lằm lũi, nhiều khả năng sẽ để lại ấn tượng xấu về bạn trong mắt người khác. Trái lại, nếu chúng ta ý thức được dáng vẻ của bản thân và đi đứng với phong thái khoan thai, thông dong, thư thả – đối lập hoàn toàn với bốn kiểu trên – ắt hẳn chúng ta sẽ tạo ra ấn tượng vô cùng tốt với đối phương. Người khác cũng sẽ không ngại ngại mà nghĩ rằng bạn là người giỏi giang, có năng lực làm việc.

Đương nhiên trong khi thuyết trình, không có ai thể hiện dáng đi rề rà cả, nhưng vấn đề nằm ở những lúc thông thường. Bởi đó mới là thời khắc phản ánh chân thực nhất hình ảnh của bạn. Ví như, những lúc ra khỏi văn phòng hay đi vệ sinh, bạn lết chân một cách nặng nề, thì ngay giây phút ấy bạn đã tạo ra ấn tượng xấu trong mắt người xung quanh rồi. Tất nhiên, sếp của bạn cũng đang quan sát bạn, vậy họ sẽ đánh giá một nhân viên có dáng đi dềnh dàng như thế nào? Chẳng những vậy, dáng đi không chuẩn sẽ làm mòn đế giày, từ đó ảnh hưởng đến phong thái của bạn,

nó cũng xấu theo. Bạn hãy tưởng tượng cảnh mình ì ạch lê lét từng bước xem, tự bạn cũng cảm thấy đáng vẻ này trông chẳng giống một người nhanh nhẹn trong công việc, phải không nào?

Điều tương tự cũng xảy ra khi chúng ta ngồi đối thoại với ai đó: Nếu ánh mắt của bạn cứ hướng xuống dưới thì đối phương sẽ nghĩ bạn thiếu tự tin, cảm thấy bất an, hoặc đang giấu giếm điều gì đó.

Hướng ánh mắt xuống dưới không bao giờ được coi là tốt

Khi đi hoặc ngồi, thông thường nếu không có gì đáng chú ý, không biết nên nhìn vào đâu thì chúng ta sẽ theo quán tính hướng mắt xuống dưới. Và chẳng ai biết rằng hành động như vậy cũng khiến người xung quanh dần dần có ấn tượng tiêu cực với chúng ta. Trong một buổi họp mà ai nấy đều cúi gằm mặt xuống thì chẳng khác gì không ai muốn phát biểu, phải không nào? Những người muốn nêu ý kiến sẽ tự tin hướng mắt lên trên.

Điều này cũng đúng với những ai đứng phát biểu trên bục, hay chủ trì một cuộc họp. Thật bất ngờ, từ vị trí người phát biểu, ta có thể dễ dàng quan sát được biểu cảm của các thính giả. Ngược lại, ở vị trí thính giả, chúng ta thường có xu hướng nghĩ rằng người nói sẽ không nhìn được tới chỗ mình đâu. Không hề. Nếu bạn nghe bài diễn thuyết với thái độ chán chường, chắc chắn một trăm phần trăm người trên bục sẽ nhận ra, và... giả như người đang diễn thuyết là sếp của bạn thì bạn toi đời đấy.

Hãy lưu ý rằng người diễn thuyết quan sát được những biểu cảm của bạn trong lúc lắng nghe nhiều hơn bạn tưởng đấy.

Đừng nhìn điện thoại **trong các sự kiện quan trọng**

Ngoài ra, chúng ta còn vô ý tạo cảm giác chán nản cho đối phương thông qua rất nhiều hành động khác. Trong những năm gần đây, có một thứ công cụ cực kỳ nguy hiểm đã xuất hiện và len lỏi vào trong đời sống hằng ngày của chúng ta, dần trở thành vật bất ly thân với con người, đó chính là điện thoại thông minh! Tuy chúng ta sử dụng thiết bị này mọi lúc mọi nơi, như một lẽ tự nhiên, nhưng đồng thời cũng cần phải cẩn thận khi sử dụng điện thoại thông minh trước mặt người khác.

Tôi phải giật mình khi nghe chuyện một diễn giả đã xem điện thoại suốt từ đầu đến cuối buổi hội thảo trong lúc mọi người thảo luận bàn tròn với nhau. Thử nghĩ, nếu chúng ta bỏ thời gian, công sức ra để đi nghe một buổi diễn thuyết với tinh thần mong đợi, hào hứng, nhưng trước mặt mình lại là một diễn giả hai tay cứ mân mê chiếc điện thoại, thì chắc chúng ta sẽ không cảm thấy dễ chịu chút nào đâu nhỉ?

Thực ra, không thiếu những người cảm thấy khó chịu về việc đối phương cầm điện thoại trước mặt mình trong khi đang đi ăn với nhau. Đôi lúc tôi cũng bắt gặp những cặp đôi có vẻ đang hẹn hò

với nhau, song người bạn trai chỉ chăm chăm vào điện thoại, những lúc ấy tôi lại buồn thay cho anh ta. Trước mặt là cô gái mình yêu, tại sao anh lại nhìn chăm chăm vào điện thoại như vậy? Thiết nghĩ, trông anh ta không giống với người đang bận việc gấp, vậy mà mắt cứ chăm chăm, tay cứ mân mê điện thoại quả là một hành động vô cùng khiếm nhã đối với bạn gái.

Hiện nay, đại đa số mọi người đã hình thành thói quen lúc nào cũng cầm sẵn điện thoại trên tay. Trong vô thức, họ sẽ lấy điện thoại ra xem, hoặc mân mê nó. Nhưng sự vô thức đó vô cùng đáng sợ, bởi có rất nhiều người cảm thấy bức mình khi ai đó như thế trước mặt họ. Ta có thể gọi nôm na tư thế này là “cắm mặt vào điện thoại”, và thành thật mà nói, dáng vẻ này trông rất xấu. Chưa kể có người còn vừa nhìn điện thoại vừa cười nhả nhổ nom chẳng hay ho chút nào. Có lẽ họ không cố tình làm như thế, nhưng người xung quanh sẽ chẳng cảm thông mà cho rằng họ không biết ý tứ.

Cần lưu ý nhất là khi chúng ta ngồi trước mặt những người từ độ tuổi 40 trở lên, hoặc là cấp trên, quản lý, giám đốc. Nếu bạn lôi điện thoại ra và bắt đầu lướt mạng trước mặt những người này, họ chắc chắn sẽ sững sốt và không ngần ngại đánh giá bạn: “Thật là bất lịch sự!”

Xét cho cùng, người nắm giữ ấn tượng về bạn vẫn là đối phương. Hãy ghi nhớ sự thật này.

Có thể trong tương lai mười năm nữa sẽ xuất hiện một thế giới – nơi ta có thể thoải mái, tự nhiên lướt điện thoại trước mặt người khác mà chẳng có ai để ý hay khó chịu, song tương lai ấy vẫn

còn xa. Cho nên trở về với thực tại, bây giờ, đa phần lớp người từ 40 tuổi đổ lên vẫn coi hành động đó là bất lịch sự.

Trong các cuộc họp hay hội nghị cũng tương tự. Sẽ có những người âm thầm bấm điện thoại dưới bàn và tự nhủ sẽ không ai biết đâu, song người diễn thuyết trên sân khấu lại có thể nhìn bao quát hầu hết các động tĩnh trong phòng đấy. “Nhiều người đang nghe mà, chẳng ai hay biết đâu!”, suy nghĩ này của bạn chỉ là ảo tưởng thôi. Hãy luôn tâm niệm rằng: Bạn đã bị nhìn thấu hết.

Bên cạnh đó, phải chú ý cả những lúc đi ăn uống cùng bạn bè và đồng nghiệp. Chẳng có chuyện gì khiến đối phương khó chịu hơn việc họ đang nói mà bạn chỉ nhìn chăm chăm vào điện thoại. Họ sẽ cho rằng bạn bị nghiện điện thoại và không thể kiểm soát bản thân.

Mỗi phút mỗi giây, tự bản thân chúng ta phải luôn suy nghĩ xem người khác đang nhìn mình bằng ánh mắt như thế nào, nhé!

CHÍNH NHÂN VIÊN CŨNG ĐANG QUAN SÁT CẤP TRÊN CỦA HỌ

Nhân viên thăm dò nét mặt của cấp trên thường xuyên hơn bạn tưởng

Tôi có nói rằng trong các buổi họp, người nói quan sát người nghe rất nhiều và thực ra trường hợp ngược lại cũng đang diễn ra không ít. Khi một nhân viên đưa đề xuất cho cấp trên, anh ấy muốn đoán xem sếp của mình đang nghĩ gì nên sẽ thăm dò nét mặt của sếp. Vậy nên chính cấp dưới cũng đang dõi theo sát sao cấp trên. **Và nếu so với tần suất cấp trên quan sát cấp dưới thì tôi nghĩ, chuyện nhân viên thăm dò sếp xảy ra thường xuyên hơn gấp nhiều lần.**

Nếu cấp trên thờ ơ với vấn đề này, nguy cơ rất cao là họ sẽ truyền đi những thông điệp trái ngược với suy nghĩ của mình. Thí

dụ, nhân viên sẽ chẳng dám bắt chuyện với một người sắp lúc nào cũng cau có, hay cấp trên là một người lúc nào cũng hời hả bạn rợn. Những vị sếp không mấy khi được cấp dưới bắt chuyện hay trao đổi này, dần dần trong vô thức sẽ phát ra những thông điệp mà chính bản thân họ cũng không hề nghĩ đến.

Đôi lúc thực ra bạn không hề cau gắt mà cấp dưới lại nghĩ bạn đang không vui chỉ tại bạn lúc nào cũng mặt cau mày có. Đây có thể chỉ là hành động vô thức hoặc vốn dĩ cơ mặt đã thế nhưng không cách nào tránh được việc truyền tải thông điệp về sự cau giận.

Những cử chỉ trong vô thức của sếp sẽ khiến cấp dưới mất đi động lực

Mỗi nét mặt thôi thì chưa đủ, có những cấp trên còn ngửa hẳn người ra ghế, vòng hai tay ra sau đầu lúc nói chuyện với cấp dưới. Tư thế này thật sự trông vô cùng hống hách, nhân viên chắc chắn sẽ cảm thấy đây là một ông sếp đáng ghét chuyên áp đảo tinh thần cấp dưới với mấy câu nói đầy uy quyền: “Nói tôi nghe thử coi” hay “Tôi nghe đây em trình bày đi”. Tuy nhiên, rất có thể vị cấp trên đó thật ra là người khiêm tốn, nhưng đáng về họ không kiểm soát được khi thể hiện ra ngoài với nhân viên lại gây ấn tượng trái ngược.

Hay những phản ứng hời hợt cũng sẽ gây sốc cho cấp dưới của bạn. Ví dụ, bạn nghe nhân viên báo cáo mà mắt vẫn dán vào tập tài

liệu, rồi vừa đánh máy vừa trả lời nhân viên, v.v. Nhân viên sẽ cho đó là một dấu hiệu thể hiện sự coi nhẹ và nghĩ rằng: "Thôi sếp có muốn nghe mình nói đâu" hay "Sếp đâu có thích mình". Đáng sợ thay, chỉ với một hành động nhỏ xíu như vậy thôi, bạn sẽ bị hiểu lầm theo một hướng hoàn toàn khác với sự thật. Là cấp trên lại càng hay bị người xung quanh quan sát, nên càng phải chú ý và điều chỉnh hình tượng của bản thân hơn nữa nhé.

NHỮNG ĐIỂM THƯỜNG BỊ QUAN SÁT KHI PHỎNG VẤN HAY GẶP MẶT DOANH NGHIỆP ĐỐI TÁC

Kết quả buổi phỏng vấn được
quyết định trong vòng “mười giây
trước khi bạn ngồi xuống”

Ví dụ tiêu biểu cho những nơi mà hình ảnh của bạn bị người khác quan sát kỹ càng có lẽ chính là các buổi phỏng vấn tuyển dụng của doanh nghiệp. Một người bạn làm trong lĩnh vực tuyển dụng của tôi từng nói: “Kết quả của một buổi phỏng vấn được quyết định chỉ trong vòng mười giây trước khi bạn yên vị trên ghế.” Rất nhiều người đang cho rằng khi trả lời phỏng vấn, ta phải liệt kê ra hết những điểm nhấn và tài năng của bản thân. Tóm lại, họ bị chi phối bởi suy nghĩ “phải nói gì”. Tuy nhiên trên thực tế, trong một

buổi phỏng vấn, người ta chỉ chú ý quan sát bạn trong vòng mười giây đầu trước khi bạn ngồi xuống ghế. Hay nói cách khác, **kết quả hầu như đã được định đoạt trước cả khi bạn kịp cất tiếng nói.**

Vậy thì, thứ mà nhà tuyển dụng quan sát ở bạn lúc này chính là “ấn tượng” đầu tiên trong chớp mắt, bao gồm tác phong, tư thế, dáng đi, cử chỉ, v.v. hay chính là giao tiếp phi ngôn ngữ. Sau đó, các nhà tuyển dụng lại dựa vào ấn tượng tổng thể này để đưa ra quyết định có tuyển dụng bạn hay không. Trên thực tế, nếu bạn tạo cho họ một ấn tượng tốt ngay khoảnh khắc bước vào phòng, thì tiếp theo họ sẽ đặt câu hỏi và nghe bạn trả lời để củng cố cho ấn tượng ban đầu đó. Và rồi họ sẽ vững dạ và đi đến kết luận: “Người này chắc chắn đáp ứng được yêu cầu!”

Chính bản thân tôi cũng thường xuyên tham gia phỏng vấn tuyển dụng và khi gặp được một ứng viên đem lại ấn tượng sâu sắc, trong tâm trí tôi sẽ ngay lập tức lóe lên ý nghĩ: “Có nhân tài này thì nhóm sẽ đi lên nhiều đây!” Và quả thật họ làm việc hiệu quả đúng như tôi đã đánh giá. Cho nên, không phải lúc nào ấn tượng ban đầu cũng sai. Huống chi, cũng có lúc đích thân giám đốc tham gia phỏng vấn ứng viên. Họ không phải là người chuyên làm công tác tuyển dụng, vậy mấu chốt cho buổi phỏng vấn này chỉ là ấn tượng để vị giám đốc đó có muốn bạn trở thành cấp dưới của họ hay không mà thôi.

Và tất nhiên, họ sẽ muốn tuyển một người sáng sủa, hoạt bát chứ không phải người trông có vẻ u tối. Hãy làm mới bản thân nếu bạn thuộc trường hợp thứ hai, bằng không kết quả phỏng vấn sẽ không thuận lợi đâu. Mặc dù không thể thay đổi khuôn mặt bẩm sinh của mình, nhưng chúng ta có thể kiểm soát và thay đổi những

nét biểu cảm trên đây, bất kỳ ai cũng có khả năng thay đổi để trông tươi tắn, sáng sủa hơn. Chẳng những vậy, kiểu tóc, trang phục hay tác phong cũng đều là những thứ có thể cải thiện. Hiện nay, không hiếm người nhờ vào việc ý thức được tầm quan trọng của ngoại hình mà biết sửa sang lại tư thế, tác phong, dáng dấp. Họ thay đổi 180 độ từ một người u buồn, ảm đạm trở nên tươi tắn, sáng sủa hơn hẳn.

Ngay trong các buổi phỏng vấn, chúng ta cần phải nhận thức được tầm quan trọng của giao tiếp phi ngôn ngữ. Nếu giữ khư khư suy nghĩ “chỉ cần có năng lực bên trong là đủ”, bạn sẽ tạo ra ấn tượng xấu ngay từ đầu và đẩy bản thân vào tình thế không thể cứu vãn. Đồng thời, nhà tuyển dụng sẽ nhận định bạn là người không có năng lực suy luận và khả năng phán đoán tinh tế vì ngay cả chuyện bản thân đang đem đến cảm giác gì cho đối phương còn không biết.

Điểm mấu chốt để được tuyển dụng **là “thái độ tại bàn lễ tân”**

Thực ra không chỉ trong lúc phỏng vấn chúng ta mới bị người khác soi xét. Ví dụ thường gặp nhất là thái độ của chúng ta tại bàn lễ tân. Một doanh nhân là người quen của tôi luôn hỏi thăm nhân viên lễ tân xem thái độ của những ứng viên tham gia phỏng vấn như thế nào. Bởi vì ông ấy cho rằng ngay tại bàn lễ tân, ứng viên có thể sẽ để lộ những tâm tư, suy nghĩ mà họ che giấu khi

tham gia buổi phỏng vấn. Ví như, trong buổi phỏng vấn, có một ứng viên ăn nói rất duyên dáng, tác phong cũng rất chuyên nghiệp, nhưng trước đó lại có thái độ khinh thường cô nhân viên tiếp tân trẻ tuổi. Nếu những người như thế vào được công ty thì có khả năng trước mặt họ sẽ xun xoe cấp trên, sau lưng thì lại cư xử tệ bạc với các nhân viên trẻ. Chính vì vậy, giải pháp hay nhất là theo dõi cách ứng viên hành xử tại bàn tiếp tân. Tôi còn nghe nói một vị giám đốc kiểm tra xem ứng viên có nói lời cảm ơn đàng hoàng với người đưa trà cho họ trong cuộc phỏng vấn hay không, bởi trong khoảnh khắc hồi hộp mà vẫn cư xử lễ mạo với người khác không phải chuyện đơn giản. Không chỉ tuyển ứng viên mà kể cả lựa chọn đối tác thì nhiều vị giám đốc cũng dựa vào thái độ đối phương đối đãi với nhân viên lễ tân hoặc các chi tiết nhỏ nhặt khác.

Tất cả các hành động của bạn đều là giao tiếp phi ngôn ngữ, và nó đang phát đi vô số thông điệp ra xung quanh. Hãy nhận thức rõ sự thật này.

Chẳng hạn trong một trường hợp khác như, khi mua quà để tặng công ty đã từng chiếu cố và giúp đỡ bạn, liệu bạn có cho rằng chỉ cần tấm lòng là đủ và mua ở ngay cửa hàng kế bên công ty đó? Tuy họ sẽ thấy vui vì được nhận quà, nhưng cách thể hiện lòng biết ơn của bạn thực sự khó lòng chạm tới trái tim đối phương và khiến họ cảm kích. Có khi người ta còn nghĩ theo chiều hướng xấu như: "Thì ra là đồ mua ở cửa hàng bên dưới", "Cứ tưởng quý báu", "Hóa ra tự nhiên đi ngang qua mới nhớ mua tặng à?" hay "Người đâu mà không tế nhị gì cả". Thật đáng sợ, chỉ với một món quà, bạn cũng có thể tạo ra một loạt những thông điệp không mấy hay ho về bản thân.

MỘT LẦN BẤT TÍN VẠN LẦN BẤT TÍN

Chỉ một hành động nhỏ xíu cũng làm bạn mất điểm

Chẳng ai lại muốn người khác có ấn tượng xấu về mình. Thế nhưng trên thực tế, đôi khi bạn không thể điều khiển suy nghĩ của đối phương và buộc họ phải có ấn tượng tốt về mình được. Không những vậy, nguyên nhân dẫn đến vấn đề trên lại thường chỉ vì một hành động nhỏ xíu đến mức chính bản thân bạn cũng không nhận ra. Nhưng cũng rất nhiều khi, lý do lại là “một lần bất tín vạn lần bất tín”.

Bản thân tôi cũng từng có một bài học cay đắng với chuyện này. Rất lâu về trước, tôi từng làm việc với một đối tác trong lĩnh vực kinh doanh quần áo. Tôi giới thiệu cho người đó khách hàng đang tham gia dự án “Ngoại hình trong kinh doanh” của mình, rồi sau đó hai người bắt đầu tự giao dịch, làm việc với nhau.

Song, sau một thời gian làm việc chung, tôi dần dần nhận ra bản tính của người này. Đầu tiên là cầu thả, trễ nải, bởi lẽ đến ngày

giao hàng, người đó vẫn chưa chuẩn bị xong sản phẩm. Thật sự lúc đó tôi cảm thấy vô cùng có lỗi với vị khách mình đã giới thiệu. Đã thế, lúc tôi liên hệ lại, đối tác này cũng không hề trả lời. Cách hành xử như vậy quả thật rất vô trách nhiệm. Đỉnh điểm là khi gửi bộ đồ đến cho khách, anh ta gói hàng rất cẩu thả, khiến cho sản phẩm nhăn nhúm lộn xộn, trông chẳng khác gì đồng giẻ.

Cứ tình trạng như thế thì tôi không thể giới thiệu người này cho những khách hàng vô cùng quan trọng của mình nữa. Cuối cùng, tôi quyết định chấm dứt thỏa thuận hợp tác với người này, mặc dù tay nghề của anh ta khá tốt.

Những gương mặt quen thuộc luôn đến trễ

Qua một vài trải nghiệm như trên, tôi cũng bắt đầu tin rằng: “Một lần bất tín, vạn lần bất tín.” Chỉ cần một lần gây ấn tượng xấu, bạn sẽ mãi bị gán mác là kiểu người như vậy.

Trong số đồng nghiệp của bạn, có người nào rất hay đến trễ trong những cuộc họp hay buổi tiệc không? Có phải toàn là những gương mặt quen thuộc không? Họ luôn trễ hẹn. Chúng ta còn nghĩ xa thêm: “Chậm trễ trong buổi tụ tập của công ty vẫn còn tốt, có khi họ còn trễ cả hẹn với khách hàng không chừng!” Và tất nhiên, chúng ta không thể yên tâm giao phó công việc quan trọng cho những người như thế rồi.

Tôi nghĩ nhiều người trong chúng ta đang tạo ra ấn tượng như vậy. Song không chỉ là chuyện trễ giờ giấc, những người không nộp giấy tờ đúng hạn hay chẳng bao giờ để ý dọn dẹp phòng họp sau khi sử dụng chắc chắn sẽ không ít lần bị nghĩ là không làm được việc. “Một lần bất tín, vạn lần bất tin” là vậy. Trong lúc không ngờ, chúng ta làm ra những cử chỉ không mấy tinh ý gây hại cho chính mình và người xung quanh sẽ đánh giá chúng ta một cách khắt khe.

CỬ CHỈ VÀ NỤ CƯỜI TÁC ĐỘNG LÊN ĐỐI PHƯƠNG VÀ CẢ BẢN THÂN BẠN

Kỹ năng chi phối toàn bộ hội trường khi thuyết trình và diễn thuyết

Xin nhắc lại một lần nữa, thông qua kênh giao tiếp phi ngôn ngữ, con người chúng ta sẽ vô tình phát đi rất nhiều thông tin ra xung quanh. Chính vì vậy, thứ tôi muốn nhấn mạnh là ta phải ý thức được sự tồn tại của giao tiếp phi ngôn ngữ và biết cách kiểm soát thành thạo nó. Chúng ta phải hiểu được bản thân mình đang có xu hướng tạo ra những ấn tượng thế nào, và dựa vào đó, tự mình có nhận thức rõ ràng về giao tiếp phi ngôn ngữ tùy theo địa điểm và mục đích.

Chúng ta cần phải hiểu một điều, ta có thể kiểm soát được ấn tượng mà bản thân tạo ra. Tại sao? Vì chúng ta có khả năng sẽ chịu thiệt thòi chỉ vì vô tình gây ấn tượng xấu với người khác. Song, chúng ta còn có cách thay đổi ấn tượng về bản thân trong chớp mắt mà không cần hé miệng nói ra một lời!

Tôi sẽ trình bày chi tiết trong chương tiếp theo, nhưng để minh họa cho dễ hiểu, tôi xin giới thiệu sơ qua những kỹ năng giúp bạn thay đổi ấn tượng về bản thân trong khi diễn thuyết. Ví dụ, khi phát biểu, bạn nên hạn chế những cử động nhẹ. Nếu bạn cứ lắc lư thân thể, khán giả sẽ mất tập trung mà quay sang để ý đến cử động của bạn, họ sẽ không còn chú ý đến nội dung bài phát biểu nữa. Hành động đung đưa tay cũng gây ra ảnh hưởng tương tự. Trong lúc thuyết trình, có quá nhiều những động tác dư thừa là không tốt, song mặt khác, nếu cứ đứng như trời trồng, bạn sẽ tạo ra cảm giác cứng nhắc và khiến khán giả thấy nhàm chán, bí bách. Vì vậy, cách hiệu quả nhất là có một vài cử động khoan nhặt, di chuyển khoảng hai ba bước chân một cách dứt khoát.

Khi trở thành một giảng viên chuyên nghiệp, bạn sẽ nghĩ đến cả việc nên cởi chiếc áo vest đang mặc tại thời điểm nào. Thực hiện hành động này đúng lúc có thể thu hút sự chú ý của thính giả. Thậm chí, địa điểm và động tác cởi áo vest cũng là một yếu tố tạo nên thành công cho bài thuyết trình. Hành động này giúp chúng ta tạo ra một hình tượng tràn đầy tự tin và khoan thai trong mắt người khác. Ngoài ra, bạn còn có thể tạo ấn tượng trong khi diễn thuyết bằng cách đặt tay lên bục. Bạn hãy nhớ lại những giáo viên ở trường mình xem, việc đặt hai tay lên bục và bắt đầu giảng bài sẽ

cho chúng ta cảm giác họ đang làm chủ toàn bộ lớp học. Sử dụng bục giảng một cách có chủ đích sẽ giúp ích cho bạn rất nhiều đấy.

Không những thế, chúng ta còn cần vừa phát biểu vừa quan sát đồng đều xung quanh. Những thính giả không giao tiếp bằng mắt với người nói chắc chắn sẽ cảm thấy xa cách. Vì vậy, chúng ta cần cố gắng quan sát bao quát tất cả. Song, đừng vì quá để tâm và muốn quan sát thật nhiều mà lia nhanh ánh mắt, như vậy thính giả sẽ cảm thấy bạn đang bồn chồn, không điềm tĩnh. **Biện pháp chính là quy tắc “Nhìn hai giây”:** Lưu ánh mắt tại mỗi nơi trong khoảng hai giây, và nhìn bao quát xung quanh một cách đồng đều.

Ngay cả tư thế cũng có thể giúp bạn thay đổi ấn tượng

Mặt khác, tôi cũng mong mọi người hiểu rằng: Chúng ta hoàn toàn có thể kiểm soát ấn tượng mà mình tạo ra bằng cách sử dụng cơ thể của chúng ta một cách có chủ đích.

Cụm từ “tư thế quyền lực” thường dùng để chỉ các tư thế giúp chúng ta trông tràn đầy tự tin và có uy thế. Bạn hoàn toàn có thể dùng tư thế ưỡn ngực, gồng tay, hoặc giơ hai tay lên cao. Miễn là bạn chọn được một tư thế quyền lực cho riêng mình và vận dụng nó đúng thời điểm. Nhà nghiên cứu tâm lý học xã hội Amy Cuddy đã phát biểu rằng: “Khi chúng ta thực hiện tư thế quyền lực, lượng

nội tiết tố do căng thẳng gây ra sẽ giảm xuống và những nội tiết tố tốt sẽ được tiết ra.”

Vậy nên, hãy chọn cho mình một tư thế bất kỳ giúp bạn cảm thấy tự tin và tràn trề sức mạnh, sau đó hãy luyện tập nó, dù chỉ một, hai phút mỗi ngày trước khi đến công ty. Hoặc nếu có thể, hãy luyện tập trong cả những tình huống quan trọng như trước khi lên thuyết trình chẳng hạn. Chỉ vậy thôi là đủ.

Trên thực tế, trong một nghiên cứu, tất cả những người đang luyện tập tư thế quyền lực đều nhận được đánh giá tích cực từ nhà tuyển dụng. Một số người tôi quen biết cũng đang luyện tập phương pháp này. Họ kể rằng: “Đúng thật sau khi luyện tập, tôi cảm thấy tràn trề năng lượng và tự tin, đồng thời cảm xúc cũng trở nên tích cực hơn hẳn.” Chưa kể theo dòng thời gian, khi chúng ta bắt đầu già đi, cơ thể sẽ dần thay đổi, lưng còng xuống. Vậy nên, chúng ta sẽ ngày càng thiếu tự tin và không còn khí thế nữa. Tuy nhiên, nếu bạn thường xuyên tập luyện tư thế quyền lực như vươn ngực ra trước, thì về lâu về dài chắc chắn chúng ta sẽ thu được kết quả to lớn.

NGƯỜI KHÁC SẼ BIẾT NỘI TÂM CỦA BẠN ĐẸP KHI VẼ NGOÀI CỦA BẠN ĐẸP

Trước tiên hãy thay đổi ngoại hình

Người ta hay bảo tâm sinh tướng, nhưng tôi cho rằng cũng có những trường hợp ngược lại. Khi gặp chuyện khó chịu thì chắc hẳn tâm trạng ai cũng sẽ rất bức dọc và không hề dễ xóa tan cảm xúc đó, nhưng sau khi đọc quyển sách này, mỗi lúc rơi vào trạng thái khó chịu, bạn hãy thử ép bản thân cười lên xem sao nhé! Có đôi khi chỉ cần hơi cong khóe môi, tâm trạng của bạn sẽ tích cực hơn nhiều đấy.

Nhưng trong trường hợp tương tự, nếu tôi tỏ ra đồng cảm và khuyên bạn bằng những câu nói sáo rỗng như: "Hạnh phúc lên đi!", "Tự tin lên đi!" thì sẽ chẳng có tác dụng gì cả. Bởi lẽ, không phải ai cũng biết làm thế nào để hạnh phúc và tự tin, cho nên rất khó để

thực hiện theo những lời khuyên ấy. Có điều, trước tiên chúng ta cứ thử thay đổi về ngoài từ những hành động nhỏ nhất xem. Tôi nghĩ nó sẽ mang lại hiệu quả rất lớn trong việc cải thiện tâm trạng đấy. Bắt đầu thay đổi từ hành động và diện mạo – những nơi người khác dễ dàng nhìn thấy – là cách nhanh chóng nhất. Người xung quanh sẽ nhận ra sự khác biệt chỉ bằng một cái liếc mắt. Khi cảm thấy ánh nhìn xung quanh thay đổi, bản thân bạn cũng sẽ khác đi. Dần dần, bạn sẽ càng ngày càng tự tin hơn.

Thay đổi phong cách ăn mặc, kiểu tóc, biểu cảm, v.v. có thể tạo bước đột phá cho hình tượng của bản thân dễ dàng như thế thì sao lại không thử một lần?

Ở con người, luôn có sự tồn tại song song của nội tâm và vẻ ngoài, nhưng phần lớn chúng ta chỉ đang cố gắng học tập, trau dồi kiến thức để mài giũa cái bên trong. Đó chắc chắn là một việc rất quan trọng và nên làm, thế nhưng đối phương khó lòng hiểu được nội tâm của bạn ngay trong lần đầu gặp mặt. Song bề ngoài thì khác, ai cũng có thể nhận thấy và hiểu được ngay từ cái nhìn đầu tiên. **Nên khi bạn có sự thay đổi về vẻ ngoài, chắc chắn mọi người xung quanh sẽ chú ý và nhận ra.**

Thay đổi diện mạo sẽ giúp người khác hiểu bạn hơn, có hứng thú với bạn hơn. Bạn sẽ được nhiều người quan tâm hơn, cơ hội cũng mở rộng hơn. Đồng thời, nhiều khả năng bạn sẽ thu được thành quả tốt hơn. Mọi người sẽ đánh giá cao bạn, và con đường gặt hái thành công mới lại trải dài hơn nữa... Cùng lúc ấy bạn vẫn không ngừng bồi dưỡng cho nội tâm thêm phong phú thì nội tâm đó mới có cơ hội được biểu lộ ra bên ngoài dưới trạng thái tuyệt

vời nhất. Trái lại, nếu chỉ trau dồi phẩm chất bên trong thì khó lòng thu được kết quả tốt đẹp. Do vậy, trước hết chúng ta phải bắt đầu cải thiện từ bên ngoài.

Hiệu ứng Proteus mô tả các hiện tượng trong giao tiếp trực tuyến, đặc điểm của ảnh đại diện sẽ gây ra tác động lớn đến hành động và tâm trạng của người dùng. Ví dụ so sánh giữa hai trường hợp, khi sử dụng ảnh đại diện cơ bắp cuộn cuộn, và khi sử dụng ảnh đại diện nom gầy gò, yếu đuối, người dùng sẽ có những cảm xúc hoàn toàn khác nhau. Việc sử dụng ảnh đại diện với cơ bắp săn chắc sẽ khiến họ tràn đầy tự tin và mạnh mẽ hơn hẳn.

Trong thế giới thật, ảnh đại diện chính là ngoại hình của chúng ta. Thay đổi ngoại hình thì nội tâm cũng sẽ thay đổi. Huống hồ, dùng nội tâm hay con người bên trong để thuyết phục người khác và đạt được kết quả như mong muốn sẽ mất một khoảng thời gian. Nhưng nếu thay đổi vẻ bề ngoài, chúng ta sẽ đạt được điều đó ngay tức khắc. Đây sẽ là đường tắt giúp chúng ta biến đổi bản thân, đồng thời giúp người khác hiểu rõ về nội tâm của chúng ta hơn.

Lý do rượu vang được chọn lựa bằng “nhãn mác”

Mãi đến bây giờ, tôi mới cảm nhận được một sự thật “Người khác sẽ biết bạn có nội tâm đẹp khi bên ngoài bạn đẹp”. Nếu chỉ

vì ngoại hình mà bạn không được lựa chọn, thì sẽ không có cơ hội cho nội tâm của bạn tỏa sáng.

Lấy ví dụ về những chai rượu vang. Đối với dòng rượu vang cao cấp như Château Latour, bất kể nhãn mác như thế nào, mọi người vẫn sẽ yên tâm thưởng thức. Nhưng khi mua một chai vang không nổi tiếng đến thế, chúng ta sẽ không chỉ chọn lựa dựa trên yếu tố thương hiệu. Vậy ta dựa vào đâu để quyết định? Đương nhiên, các yếu tố quan trọng bao gồm giá thành, giống nho, hay vùng sản xuất sẽ được xem xét. Song, giả sử có hai loại hoàn toàn giống nhau thì ta quyết định thế nào? Cả hai hãng sản xuất đều chưa từng nghe tiếng bao giờ. Chúng ta chỉ còn cách lựa chọn bằng "cảm giác". Hay nói đúng hơn, chúng ta lựa chọn bằng "vẻ ngoài" hay "nhãn mác" của chai rượu. Nếu chai rượu không bắt mắt thì khách hàng sẽ không bao giờ để ý đến, chứ đừng nói đến việc nếm thử.

Thỉnh thoảng, tôi có bắt gặp những lời bình luận: "Người thì tốt mã mà bên trong rỗng tuếch", song cá nhân tôi cho rằng: Có cơ hội được người khác đánh giá là "bên trong rỗng tuếch" vẫn còn tốt chán. **Nếu ngoại hình không tốt thì bạn sẽ không có cơ hội được người khác đánh giá về nội tâm của bản thân.** Thế nên, chúng ta phải hiểu rõ rằng ngoại hình sẽ phát ra rất nhiều thông điệp trong khi ta không để ý, việc xóa bỏ những thông điệp nguy hiểm đang rò rỉ ra ngoài và kiểm soát hình tượng bản thân sao cho thành thạo là điều vô cùng quan trọng.

Giao tiếp phi ngôn ngữ được chia thành chín yếu tố

Vậy chúng ta phải chú ý những gì và thay đổi chúng bằng cách nào? Dưới đây, tôi sẽ chia giao tiếp phi ngôn ngữ thành ba nhóm lớn, gồm chín yếu tố nhỏ để mọi người dễ hình dung và tiếp cận.

Tác phong

- (Dáng vẻ) Tư thế, dáng đi, dáng ngồi, cử chỉ, v.v.
- (Khuôn mặt) Biểu cảm, hướng nhìn, ánh mắt, nụ cười, v.v.
- (Giọng nói) Tông giọng, tốc độ nói, độ lưu loát, âm lượng, ngữ điệu, v.v.
- (Khoảng lặng) Sự im lặng, khoảng trống trong đối thoại, v.v.
- (Tiếp xúc) Bắt tay, đụng chạm nhẹ vào cơ thể, v.v.

Bối cảnh

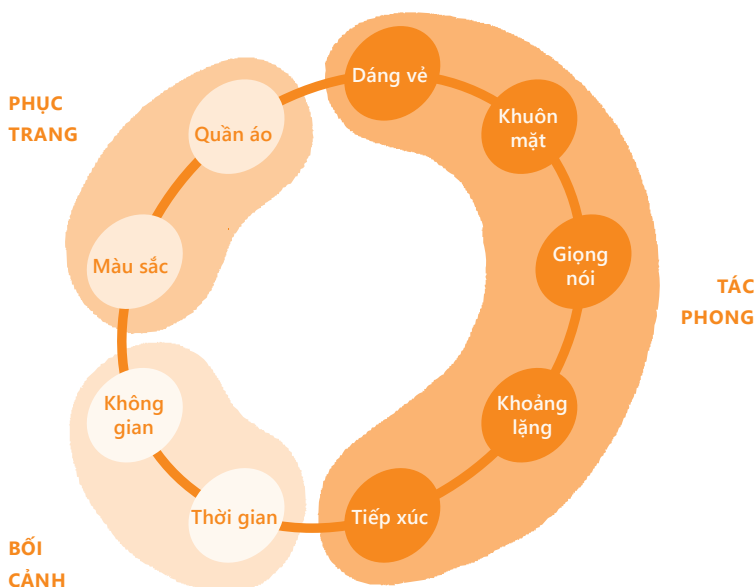
- (Không gian) Khoảng cách, vị trí ngồi, cách chọn không gian phòng họp hay dùng bữa, v.v.
- (Thời gian) Thời điểm để gặp mặt, gửi thư điện tử, gọi điện, cách sử dụng thời gian, v.v.

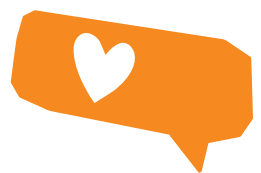
Phục trang

- (Quần áo) Thời trang trong kinh doanh, sự gọn gàng, cách chọn phụ kiện, v.v.
- (Màu sắc) Màu sắc, hoa văn phụ kiện, ví dụ như cà-vạt, v.v.

Trong chương tiếp theo, tôi sẽ giải thích kỹ càng hơn về ba nhóm và chín yếu tố này.

9 YẾU TỐ TRONG GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ





123



CÁCH KIỂM SOÁT
ẨN TƯỢNG THÔNG
QUA TÁC PHONG,
CỬ CHỈ, BIỂU CẢM
HAY GIỌNG ĐIỆU



CÁCH HOÀN THIỆN TÁC PHONG ĐỂ KIỂM SOÁT NHỮNG HÀNH ĐỘNG VÔ THỨC

Trong chương này, tôi sẽ giải thích cho các bạn về tác phong, bao gồm dáng vẻ, khuôn mặt, giọng nói, khoảng lặng, tiếp xúc – những thứ thường ngày chúng ta không để ý đến.

Cần phải kiểm soát tác phong
như tư thế, dáng đi, dáng ngồi,
hành vi, cử chỉ, v.v.

Tư thế đứng, cách bước đi, dáng ngồi, hay từng cử động của tay và thân người là những yếu tố lớn quyết định ấn tượng về một người. Bằng cách chủ động kiểm soát những hành động làm trong vô thức, chúng ta sẽ khiến ấn tượng của người khác về bản thân trở nên tốt hơn. Tôi xin được gọi chung những hành vi này là *tác phong* để giải thích cho các bạn.

Khuôn mặt của chúng ta đang bị quan sát nhiều hơn bạn tưởng

Người ta hay nói, “Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn”. Suy nghĩ của chúng ta tự nhiên sẽ bộc lộ trong những biểu cảm như hướng nhìn và ánh mắt. Việc kiểm soát được *khuôn mặt* sao cho phù hợp cũng là một nhân tố ảnh hưởng rất lớn đến ấn tượng của người khác về bạn.

Điều khiển giọng nói thành thạo sẽ giúp bạn làm chủ hoàn cảnh

Bên cạnh biểu cảm, suy nghĩ và cảm xúc của chúng ta cũng được truyền tải qua *giọng nói*. Biết cách kiểm soát thành thạo tông giọng, tốc độ nói, độ lưu loát, âm lượng tùy theo tình huống sẽ giúp bạn làm chủ hoàn cảnh.

Khoảng lặng cũng mang rất nhiều ý nghĩa

Trong khi diễn thuyết nếu đột nhiên diễn giả ngưng lại, thính giả sẽ ngạc nhiên và chú tâm vào bài nói hơn. Hoặc trong cuộc

thảo luận, nếu cấp trên đột nhiên dừng lại, nhân viên sẽ chỉnh đốn tư thế lại ngay do họ nghĩ rằng mình sẽ bị quở trách. Tôi sẽ giải thích cho quý độc giả hiểu được uy lực to lớn của *khoảng lặng* và cách vận dụng thuần thực nó vào cuộc sống.

Tiếp xúc là yếu tố không thể khinh thường

Độ chặt khi bắt tay đối phương, khoảng thời gian bắt tay, những đụng chạm nhẹ vào cơ thể, v.v. những cách *tiếp xúc* như vậy sẽ giúp chúng ta gửi thông điệp đến đối phương. Tôi sẽ giới thiệu cho các bạn những cách kiểm soát sự *tiếp xúc* với đối phương để không khiến họ thấy khó chịu.

KIỂM SOÁT BẰNG DÁNG VẼ 1: DÁNG ĐỨNG VÀ DÁNG ĐI TẠO ẢNH TƯỢNG VỀ MỘT NGƯỜI NHANH NHẼN

Xác định tư thế đứng chuẩn bằng cách áp dụng vào tường

Trong chương trước, tôi đã nói rằng tư thế đưa cổ ra phía trước trông rất chán chường và tôi đã từng bắt gặp nó trong một tình huống hết sức đặc thù. Tôi có một khách hàng là nghị sĩ Quốc hội. Có lần tôi vô tình chứng kiến cảnh một người đàn ông trung niên đang nạt nộ, quát tháo bảo vệ ngay trước lối vào tòa nghị viện: "Mày nghĩ tao là ai hả!" Sự thể vốn chỉ là ông ta đến thăm một nghị sĩ nhưng lúc qua cửa thì máy kiểm tra an ninh lại phản ứng. Dù có nổi cơn tam bành thì những lúc thế này, nhân viên bảo vệ cũng không thể làm gì hơn ngoài việc phải tuân thủ nguyên tắc, tiến hành kiểm tra là chuyện đương nhiên. Đột nhiên, tôi bắt gặp hình

bóng mình khi còn là tiếp viên đằng sau dáng vẻ của nhân viên bảo vệ, chúng tôi đều là những người không thể nói “không”. Cũng chính vì biết rõ đặc điểm ấy nên người đàn ông kia mới làm um lên, hơn nữa lại còn ở chỗ công cộng. Chưa kể ông ta còn đứng với cái tướng cổ đưa ra trước trông rất bần hàn. Đó là tướng vóc của kẻ chỉ dám ra oai với những ai yếu thế, không thể kêu ca. Trông thấy cảnh đó tôi thấy ông ta thật hèn hạ. Mặc dù, thực tế có thể người đàn ông đó cũng không đến nỗi vậy, nhưng tại thời điểm ấy, ông ta đã để lại trong tâm trí tôi ấn tượng như thế.

Vậy đứng như thế nào mới là hoàn hảo? **Đó là tư thế đứng mà tai, vai, khớp háng, đầu gối và mắt cá chân nằm trên cùng một đường thẳng. Hay nói cách khác, gáy, lưng, mông, bắp chân và gót chân thẳng hàng với nhau.** Thực hiện tư thế này thì hai chân phải mở rộng một khoảng bằng vai, lực dồn vào phần bụng dưới rốn. Giữ trạng thái đó, tiếp theo chúng ta cố định phần thân dưới, không gồng vai mà thả lỏng phần thân trên, thu cầm lại và nhìn thẳng chính diện. Điều đặc biệt quan trọng là phải tập trung được lực vào huyệt Đan Điền dưới rốn, ngoài ra hai vai phải mở rộng và kéo ra sau.

Khi tập trung lực vào phần bụng, giọng của bạn sẽ trở nên to rõ một cách tự nhiên hơn, có thể nghe được ở khoảng cách xa. Bạn sẽ không làm được việc này ngay lập tức, nhưng nếu tiếp tục duy trì ý thức rèn luyện tư thế đứng trên, sau một khoảng thời gian dài, sẽ có ngày chúng ta đứng được tư thế đẹp và chuẩn.

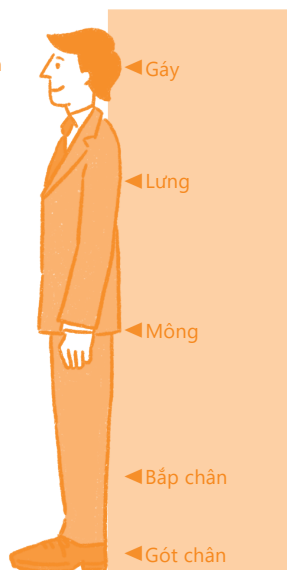
Tuy nhiên, chúng ta không thể đứng một bên quan sát bản thân mình được, vì vậy tôi đã chuẩn bị một phương pháp giúp bạn

xác định. Đó là đứng áp lưng vào tường để kiểm tra. **Chỉ cần năm điểm gáy, lưng, mông, bắp chân, gót chân chạm vào tường là đúng.** Nhưng giả sử bạn không dồn lực vào bụng và không ý thức mở rộng vai thì năm điểm này sẽ không chạm vào tường. Bạn có thể lưu ý quan sát dáng đứng của người khác để xác nhận sức ảnh hưởng của tư thế đứng đối với việc tạo ấn tượng. Từ đó chắc chắn bạn sẽ hiểu ra rằng, một tư thế đứng thôi cũng đủ làm thay đổi ấn tượng về một người nhiều đến đâu.

Tuy vậy, chúng ta lại khó lòng biết được tư thế đứng thông thường của bản thân ra sao. Hãy nhờ người quen kiểm tra và đánh giá tư thế đứng của mình thử, đó cũng là một cách hay.

TƯ THẾ ĐỨNG LÝ TƯỞNG

❗ 5 điểm chạm vào tường



Tạo khoảng hở giữa tay và ngực khi thuyết trình

Trong cuộc sống đời thường, chúng ta thường hiếm khi ý thức và biết dáng đứng của mình đang bị quan sát. Tuy nhiên, có một nơi mà tư thế đứng của chúng ta sẽ rất nổi bật: bục thuyết trình.

Do tính chất công việc, tôi cũng hay đứng làm mẫu trong các buổi diễn tập, thực hành thuyết trình. Có một học viên chuẩn bị bài trình chiếu rất dễ hiểu, rất thuyết phục, nhưng không hiểu vì sao trông cách thuyết trình lại rất bồn chồn. Nguyên nhân rất đơn giản là trong lúc phát biểu, người thuyết trình cứ liên tục đưa thân người sang hai bên. Thị giác con người có một đặc tính là dễ bị những vật đang chuyển động thu hút. Vì vậy, thính giả chỉ ghi nhớ đến hành động “đưa người” và cảm thấy người thuyết trình trông bồn chồn. Thông thường, trong những trường hợp thế này, phần lớn thính giả sẽ không nhớ được nội dung cốt lõi của bài thuyết trình.

Trong một trường hợp khác, nội dung bài trình chiếu cũng rất tuyệt nhưng người nói lại trông vô cùng kiêu ngạo. Vấn đề này là do khi học viên này đứng phát biểu thì trọng tâm dồn hẳn sang một bên chân, gần giống tư thế “ngủ” trong thể dục. Chưa kể trong tình huống này, nếu bạn nâng cằm lên, người khác sẽ cảm thấy bạn đang “nhìn với ánh mắt trịch thượng” và tỏ ra khinh thường họ. Dù chất lượng bài thuyết trình không hề tệ, nhưng chỉ vì trông có vẻ tự kiêu mà ấn tượng xấu đi ngay lập tức.

Điểm mấu chốt trong tư thế đứng khi thuyết trình là cân bằng trọng lượng cơ thể và đứng thẳng người. Song, để duy trì tư thế này vô cùng khó. Vậy nên, chúng ta cần tùy cơ ứng biến để cho cơ thể cử động một cách hợp lý. Điểm cần lưu ý chính là hạn chế tạo ra những cử động nhỏ trên cơ thể. Như tôi đã từng nhắc sơ qua trong Chương 2, chúng ta phải thực hiện những *cử động lớn*. Như vậy, chúng ta sẽ tránh được việc tạo ra ấn tượng trông bồn chồn, bứt rứt không yên.

Thêm nữa, tôi cũng không khuyến khích hành động buông thõng hai tay xuống dưới, vì sẽ đem lại cảm giác dường như không mấy tự tin. Trong một bài thuyết trình, chúng ta không nên buông tay xuống quá hông, vì như vậy trông sẽ thiếu tự tin. Hãy thử nhớ lại những bài diễn thuyết của Steve Jobs xem, ông rất hiếm khi thả tay xuống quá hông.

Hãy đặt tay tầm ngang hông trở lên một cách tự nhiên. Nhiều khi tay phải của bạn sẽ cầm bút laser, vậy thì hãy đặt tay trái ngang hông. Lúc này, ngực và cánh tay bạn sẽ tạo ra một khoảng hở hình tam giác, như vậy bạn đã đứng đúng thế cân bằng rồi. Nếu không tạo được khoảng hở thì trông cũng không có gì kỳ lạ cả, nhưng bạn sẽ tạo ra ấn tượng thiếu tự tin. Cho nên, tôi thường khuyên học viên: “Chỉ cần để thính giả thấy được khoảng hở.” Chỉ có vậy thôi nhưng ấn tượng của đối phương về chúng ta sẽ thay đổi một cách ngoạn mục.

TƯ THẾ ĐỨNG KHI THUYẾT TRÌNH

❗ Để thính giả thấy được
khoảng hở



Khoảng hở
hình tam giác

Áp dụng nguyên tắc “ba giây, năm bước” bạn sẽ có một dáng đi chuẩn

Có một thứ còn giúp bạn tạo ấn tượng hơn cả tư thế đứng, đó là dáng đi. Khi tôi cho học viên xem đoạn phim quay cảnh họ đang đi, không ít người đã bị sốc mà thốt lên: “Hóa ra mình lại có dáng đi thế này ư?”

Trong phần trước, tôi cũng đã giới thiệu sơ qua với các bạn về đặc điểm của một dáng đi không đẹp: khoảng cách bước chân hẹp,

tốc độ đi chậm, ánh nhìn hướng xuống dưới. Những hành động đó sẽ khiến chúng ta trông rất thất thế, ỉ ạch và ủ rũ. Trên đời này sẽ chẳng có ai thấy thiện cảm với người có dáng đi thất tha thất thểu cả, bởi nó không mang lại cho chúng ta cảm giác nhanh nhẹn hay đáng tin cậy trong công việc. Bạn nên nhớ rằng, chỉ một dáng đi mà đã khiến người khác có ấn tượng về bạn như thế đó.

Dáng đi là thứ mọi người xung quanh quan sát hằng ngày, đồng nghĩa với việc có khả năng bạn đang gây ra những ấn tượng không mong muốn với người khác.

Huống hồ dáng đi cũng cực kỳ quan trọng trong thuyết trình. Trước khi bạn bước lên bục và bắt đầu phát biểu, thì điều thính giả kỳ vọng và hoài nghi nhất chính là: "Hôm nay nhân vật nào xuất hiện và sẽ diễn thuyết những nội dung gì cho chúng ta đây?"

Giữa một người sải bước hăm hở lên sân khấu với phong thái đầy tự tin, với một người khom lưng, cúi đầu đi từng bước nhỏ thì bạn sẽ muốn nghe câu chuyện của ai? Dù bạn đã chuẩn bị một bài nói hay, nhưng tại thời điểm bắt gặp dáng đi không-mấy-dễ-coi của bạn, trong lòng khán giả sẽ hình thành định kiến ảnh hưởng đến ham muốn lắng nghe của họ. Để người khác chịu lắng nghe bài thuyết trình của mình thì ngoài tư thế đứng, bạn còn phải lưu ý đến dáng đi nữa.

Thế nhưng, không có nhiều người biết dáng đi của mình ra sao. Ngay cả người quen của tôi, vốn có kinh nghiệm đứng phát biểu trước đám đông và là chuyên gia của một công ty tư vấn chiến lược cũng đã từng mắc phải dáng đi đầu cúi về phía trước.

Vậy thế nào là dáng đi chuẩn?

Về cơ bản, dáng đi chuẩn gồm bốn yếu tố:

- Tốc độ: ba giây đi được năm bước
- Nâng cằm lên một góc 5 độ
- Không cong đầu gối hay lắc hông
- Thẳng lưng

Để sửa được dáng đi thì trước hết bạn phải xác minh xem mình đang bước đi như thế nào. Bạn có thể dễ dàng quay phim để kiểm tra nên hãy đối chiếu với bốn yếu tố trên và chỉnh sửa lại. Bốn yếu tố cơ bản này nhằm giúp bạn tạo ra hình ảnh căng tràn năng lượng, đầy tự tin và nhanh nhẹn trong công việc. Ngược lại với nó là dáng đi cúi mặt, lê từng bước nặng nề, gây ấn tượng không khỏe mạnh, tự ti và vụng về.

Dáng đi là một cơ sở quan trọng để người khác phán đoán xem bạn là người như thế nào. Hãy lưu ý thực hiện bốn yếu tố cơ bản này nhé!



KIỂM SOÁT BẰNG DÁNG VẼ 2: DÁNG NGỒI KHÔNG LÀM ĐỐI PHƯƠNG THẤY KHÓ CHỊU

Đổ người về phía trước để
thể hiện rằng bạn quan tâm
đối phương

Tôi đã giải thích cho mọi người về dáng đi, dáng đứng tạo nên ấn tượng thế nào, bên cạnh đó vẫn còn tồn tại những tư thế sẽ phát đi rất nhiều thông điệp mà chúng ta thực hiện trong vô thức mỗi ngày.

Ví dụ nếu quan tâm đến đối phương, tự nhiên bạn sẽ thực hiện tư thế “đổ người về phía trước”, dù đang đứng hay ngồi. Tư thế mang tính tích cực này sẽ truyền tải thông điệp tốt đẹp đến đối phương. Thử nghĩ tới những người mà bạn cho rằng:

“Không hiểu sao lúc nào mình cũng thấy có thiện cảm với người này” xem. Chẳng phải họ chính là những người giữ khoảng cách vừa đủ gần, đổ người về trước khi nghe bạn nói, nhìn thẳng vào mắt bạn và khiến bạn có cảm giác “họ muốn nghe mình nói” hay sao?

Đổ người về phía trước là thông điệp thể hiện chúng ta quan tâm đến đối phương.

Ngược lại, tư thế dồn trọng tâm ra sau dù là trạng thái đứng hay ngồi đều không tạo được thiện cảm với đối phương. Ngả người ra ghế, gác chân, hơn nữa còn đan tay ra sau đầu là tiêu biểu cho tư thế khiến người khác khó chịu. Họ sẽ nghĩ rằng bạn đang ra vẻ ta đây, dù đối với bạn, đó đơn giản chỉ là một thói quen, không hơn không kém.

Chỉ ngồi một nửa phần ghế

Về tư thế ngồi, tôi đã tham khảo được một thói quen rất hữu ích từ một người quen từng làm cho công ty thương mại và công ty tài chính có vốn đầu tư nước ngoài thế này: Khi họp với cấp trên hay trong một buổi đàm phán, đánh giá phản hồi cho cấp dưới, người này sẽ không dựa vào lưng ghế mà chỉ ngồi trên một nửa phần ghế.

Ngồi dựa vào lưng ghế nhất định sẽ khiến chúng ta trông vô cùng tự cao và đối phương sẽ thấy khó chịu, đồng thời cho rằng chúng ta đang ra vẻ ta đây dấu cho sự thật không phải vậy. Thế nên, cố gắng không dựa lưng vào ghế và chỉ ngồi trong phạm vi

một nửa mặt ghế trước, như vậy, tư thế của bạn tự nhiên sẽ đẹp hơn và ấn tượng để lại cho đối phương cũng tốt hơn.

Tôi cũng đã thử làm theo và cảm thấy biện pháp này vô cùng hay. Xương sống của chúng ta sẽ tự nhiên duỗi thẳng ra, biến thành tư thế đồ người về trước. Đương nhiên, duy trì tư thế này trong hàng giờ sẽ rất mệt mỏi. Có điều, hãy ghi nhớ điều này khi tham dự những cuộc họp mang lại thời cơ ngàn năm có một nhé. Ngoài ra, tôi còn cảm thấy tư thế này ngay cả lúc ngồi vẫn phải dùng cơ bụng nên đây cũng là một phương pháp hay giúp chúng ta luyện cơ bụng và giảm cân. Chỉ cần quen được thì bạn có thể duy trì tư thế ngồi này trong một thời gian dài, nên nhất định bạn hãy thử xem nhé!

TƯ THẾ NGỒI LÝ TƯỞNG



Bên cạnh đó, tôi từng nhận được câu hỏi nếu khi ngồi mà trước mặt có bàn thì chúng ta nên để tay ở đâu, và hình như có rất nhiều người khi còn nhỏ được dạy "để tay lên đầu gối" nên họ vẫn nghĩ đó là tư thế ổn nhất.

Song, tôi lại nghĩ khác. Nếu không có bàn thì chúng ta có thể để tay lên đầu gối, nhưng nếu đã có bàn mà bạn không để tay lên trên thì đối phương sẽ cảm thấy chúng ta có vẻ đáng ngờ. Bởi bản thân hành động để tay dưới bàn vốn dĩ đã mang cảm giác tiêu cực, trông có vẻ xa cách và khó mở lòng. Chưa kể đối phương cũng không thể quan sát tình huống dưới bàn đúng không nào? Con người thường cảm thấy bất an với những thứ họ không thể nhìn thấy. Điều này thể hiện rất rõ trong những tình huống như cuộc họp hay hội nghị, nếu đối phương không thấy được tay của bạn trong suốt khoảng thời gian đó thì nhiều khả năng họ sẽ nghi ngờ bạn đang nghịch điện thoại dưới gầm bàn đấy.

KIỂM SOÁT BẰNG DÁNG VẼ 3: CÁCH LẮNG NGHE KHIẾN ĐỐI PHƯƠNG MUỐN BÀY TỎ HƠN

Khoanh tay là cử chỉ thể hiện sự phản đối

Trong các cuộc họp, hội nghị hay trường hợp có ai đang phát biểu trên bục, không hiểu tại sao nhưng có một cơ sở người vừa khoanh tay lại vừa nghe một cách vô thức. Song, hành vi khoanh tay này vốn dĩ không nên làm, dù trong trường hợp nào. Dường như không ít người khoanh tay vì không có việc gì khác để làm, hay để giúp bản thân an tâm, đỡ căng thẳng hơn, từ đó hình thành thói quen. Và ngay từ đầu, khoanh tay đã là hành động thể hiện sự “phản đối” trong giới tâm lý học. Hành động khoanh tay tự nhiên sẽ truyền đến đối phương một lời cảnh báo: “Đừng lại gần tôi!” **Những người có thói quen khoanh tay trong vô thức sẽ tạo ra ấn tượng họ làm vậy để bảo vệ bản thân.**

Thực chất, bản thân người đó không hề có ý phản đối nhưng động tác đó nhiều khi lại khiến đối phương sẽ thầm nghĩ về họ rằng: “Có vẻ người này không thích mình”, “Anh ta đang bất mãn đây mà” hay “Không muốn mình lại gần sao”. Đây chính là mặt đáng sợ của giao tiếp phi ngôn ngữ.

Chúng ta không nên thực hiện hành động khoanh tay khi đang giao tiếp với người khác. Tôi mong mọi người hãy ghi nhớ điều này.

Gật đầu và bày tỏ phản ứng **với câu chuyện nhiều hơn**

Có đôi khi chúng ta cho rằng mình vô cùng hứng thú và rất sốt sắng lắng nghe, thế nhưng chẳng hay biết đối phương lại đang nghĩ khác: “Rốt cuộc anh ta có nghe mình nói không vậy?” Bản thân mình đang cố gắng phát ra tín hiệu: “Tôi đang rất chuyên tâm nghe đây!” nhưng đối phương lại không hiểu cho điều ấy. Quả là đáng tiếc.

Mấu chốt là, muốn người khác biết mình đang lắng nghe thì phải chú ý thể hiện rõ ràng phản ứng của bạn với những gì họ nói.

Tôi đã từng quay phim lại những tình huống này và không ít người sửng sốt trước thái độ lắng nghe của chính mình: “Thế này thì người nghe khó chịu lắm”, “Chẳng biết họ có nghe hay không”. Do vậy, chúng ta nên thể hiện nhiều hơn mấy cử chỉ nho nhỏ như

gật đầu, nhấp nháy mắt hay bày tỏ phản ứng với câu chuyện để cuộc hội thoại thêm hấp dẫn. Không nên im lặng nghe suốt mà thì thoảng hãy xen vào giữa câu chuyện một vài câu như “Tôi biết mà”, “Đúng rồi”. Hành động này với chúng ta thì hơi lố nhưng với đối phương là vừa đủ.

Ngoài ra, còn một phương pháp vô cùng hiệu quả giúp chúng ta bày tỏ được với đối phương rằng “Tôi đang cực kỳ chăm chú lắng nghe”, “Tôi rất trân trọng cuộc nói chuyện này” đó là **ghi chú**. Mọi người đều thấy vui khi có người cẩn thận ghi chép lại những gì mình đang nói. Dù đó chỉ là hành động nhỏ nhưng thông điệp truyền tải tới đối phương chắc chắn có ý nghĩa rất lớn.

Trong những cuộc giao tiếp với các bậc trưởng bối hay người có tuổi, ta càng nên viết tay và ghi chú vào sổ hay giấy nhớ, như vậy sẽ phần nào thể hiện sự trân trọng với lời nói của họ. Hơn nữa, một lý do khác, rất nhiều người có tuổi không thích chúng ta mở máy tính hay sử dụng điện thoại trước mặt họ.

Có nên sử dụng máy tính tại hội nghị hay cuộc đàm phán

Nhân đây, tôi cũng xin kể lại chuyện trong những đợt huấn luyện cho bạn đọc cùng cân nhắc. Thông thường, lúc tham dự các buổi tập huấn tôi sẽ khuyên mọi người gấp máy tính lại. Dẫu biết là có những người mang máy đi để ghi chép nội dung nhưng trên

thực tế, người đứng trên bục thuyết trình không thể biết được họ đang làm gì, thí như họ có thể đang kiểm tra thư, lướt mạng, hoặc làm những việc không liên quan. Hãy nhớ rằng, tùy địa điểm mà có khi cả điện thoại lẫn máy tính đều khiến đối phương thấy bất an vì họ không biết bạn đang làm gì. Khi nhìn thấy cảnh tượng như thế, họ sẽ khó lòng mà phát biểu thoải mái.

Do đó, tôi thường khuyên mọi người nên hạn chế sử dụng máy tính khi tham gia các cuộc họp, hội nghị hoặc các buổi diễn thuyết, đặc biệt khi ngồi trước những bậc lão niên. Bởi vì sẽ có những người lớn tuổi ác cảm với chúng ta chỉ vì hành động nhỏ nhất nói trên.

KIỂM SOÁT BẰNG KHUÔN MẶT 1: BIỂU CẢM THỂ NÀO ĐỂ KHÔNG KHIẾN NGƯỜI XUNG QUANH HIỂU LẦM

Chúng ta đang bị đánh giá thông qua biểu cảm

Trong cuộc trò chuyện với người khác, chúng ta thường sẽ cố gắng phán đoán hiện tại đối phương đang có tâm trạng thế nào phải không? Ngược lại, **phải chăng cũng có rất nhiều người thường xuyên quan sát biểu cảm của chúng ta, và dựa vào đó để phán đoán xem chúng ta là người thế nào, đang trong tâm trạng nào, hay đang nghĩ gì?** Tuy vậy, có những chuyện chúng ta không hề suy nghĩ mà lại biểu lộ trên khuôn mặt... Thế nên, chúng ta cũng cần biết cách kiểm soát ấn tượng do nét mặt tạo ra.

Tại doanh nghiệp lớn nọ, có một vị trưởng bộ phận khi đọc kết quả khảo sát "Đánh giá 360 độ" đã rất sửng sốt vì nhận được những lời nhận xét như sau: "Lúc nào trông cũng cau bần",

“Cảm giác người này rất hách dịch” hoặc “Hay nổi giận” từ cấp dưới của mình. Dẫu cho thực lòng ông ấy không hề muốn tỏ ra như thế.

Song khi nhận được những lời nhận xét “chân thực” trên, người này đã có cơ hội phát hiện ra những thói xấu của bản thân. Chẳng hạn, ông ấy hay có những động tác “xấu” như dựa hẳn người vào lưng ghế, rồi thường hất cằm lên trên, nên biểu cảm mới trông như đang khinh thường cấp dưới của mình. Đã vậy, vị trưởng bộ phận này mắt lại yếu, nhìn không rõ nên vô tình nhiều lần cau mày mỗi khi xem xét giấy tờ. Biểu cảm đó khiến người khác tưởng rằng ông là người khó tính, hay cáu giận và hách dịch.

Tôi cũng đã từng nói sơ qua trước đó: Nhân viên đang quan sát nét mặt của sếp họ, nhiều hơn những gì cấp trên nghĩ.

Trong trường hợp tại các buổi hội nghị hay đàm phán, biểu cảm của người đang nắm quyền quyết định luôn được mọi người xung quanh chú ý. Càng là những người đứng trên cương vị như thế càng phải ý thức được bản thân mình đang thể hiện những biểu cảm thế nào. Tất nhiên, điều này cũng tương tự với cấp dưới hay đồng nghiệp. **Biểu cảm của chúng ta đang bị quan sát nhiều hơn những gì ta tưởng.**

Biểu cảm sẽ đưa ra những thông điệp sai lệch

Như tôi đã nói, người đứng trên bục thuyết trình nhìn được rõ hội trường nhiều hơn khán giả tưởng. Và nhất định họ sẽ đôi lần

bắt gặp một vài người bày ra vẻ mặt “Sao mà chán thế!” hoặc có người khoanh tay, nét mặt cáu kỉnh, thể hiện sự nghi ngờ; có người lại ườn mình ra ghế, gật đầu để tỏ vẻ đang lắng nghe; hay thậm chí có người chẳng gật đầu phản ứng gì hết. Vậy mà ngờ đâu chính họ lại là những người xông xáo trao đổi danh thiếp nhất sau khi kết thúc buổi diễn thuyết. Những lúc như này, người thuyết trình sẽ nghĩ: Họ thấy bài phát biểu của mình thú vị thật thì mới xin danh thiếp chứ nhỉ? Thế mà từ thái độ và nét mặt của những người này thì chúng ta không hề cảm thấy điều đó. Sự hiểu lầm này thật đáng buồn. Hay trong phần giải đáp thắc mắc, rất nhiều người rõ ràng trước đó đã ngồi nghe một cách chán chường nhưng lại giơ tay đặt câu hỏi và rồi chúng ta vẫn buộc phải thêm họ vào danh sách gọi tên.

Nếu bạn thật sự cảm thấy nội dung tẻ nhạt thì cũng không sao. Nhưng nếu không phải thì trên cương vị một khán giả của buổi diễn thuyết, bạn phải thể hiện rõ thái độ và biểu cảm với người nói theo hướng tích cực “Thú vị lắm!” hoặc “Tôi học hỏi được rất nhiều!” gì đấy. Bởi người phát biểu đang rất chú tâm quan sát khuôn mặt của từng khán giả một và các bạn là nguồn động lực cho chính những người phát biểu. Điều này không chỉ giới hạn trong diễn thuyết mà còn áp dụng cho cả các buổi họp, hội nghị hay cuộc thảo luận với cấp trên và cấp dưới. **Dẫu bạn đang rất hứng thú lắng nghe nhưng thái độ và nét mặt lại biểu hiện điều ngược lại, thì nhất định mọi người xung quanh sẽ cho rằng bạn đang cảm thấy “Chán quá đi!” hay “Dở quá đi!” mà thôi.**

Chúng ta cũng cần lưu ý đến những thói quen mà tôi sẽ nêu trong mục tiếp theo. Những hành động như cau mày, mím môi, cong môi lên, nhếch một bên miệng đều sẽ khiến đối phương khó chịu đấy.

Những biểu cảm không đẹp mà chúng ta thường hay mắc phải

Tiếp theo, tôi sẽ giúp bạn giải mã ý nghĩa đằng sau *những biểu cảm không đẹp* mà chúng ta thường hay mắc phải, đặc biệt là chúng ta sẽ truyền đi những thông điệp dưới đây ra xung quanh một cách vô tình. Hãy ghi nhớ và cẩn thận nhé.

- Cau mày → Không hiểu điều đối phương đang nói/Lời đối phương nghe kỳ cục/Cảm thấy khó chịu.
- Nhắm mắt → Chán chường/Đang suy nghĩ chuyện khác.
- Nhìn sang nơi khác → Không tự tin/Không muốn nói chuyện.
- Đánh mắt với người khác → Không đồng tình/Muốn nghe ý kiến của người khác.
- Bĩu môi → Cảm thấy khó chịu/Bất mãn.
- Mím môi → Có điều không muốn nói.
- Cong môi lên → Chán chường/Không phục.
- Nhếch một bên miệng → Cảm thấy bị châm chọc.

Nếu bạn thực hiện những biểu cảm này một cách có chủ ý thì không vấn đề gì. Nhưng giả như đó chỉ là thói quen, thì khả năng cao bạn sẽ phát ra những thông điệp hoàn toàn trái ngược với suy nghĩ của mình, khiến người khác hiểu sai ý của bạn trong khi bản thân không hề hay biết và không thể kiểm soát. Tuy nhiên, có một sự thật rằng trong cuộc sống hàng ngày là chúng ta rất khó nhận ra bản thân mình đang có những biểu cảm hay thói quen gì. Dù có nhờ người khác hay quay phim lại để kiểm tra đi nữa thì chắc chắn chúng ta sẽ có tâm lý chuẩn bị và để ý đến ống kính nên rất khó chụp được những biểu cảm trong vô thức này.

Vì vậy, tôi có một gợi ý như sau: Hãy đặt một tấm gương ở những nơi bạn có thể bất chợt kiểm tra biểu cảm của bản thân. Có một thời gian tôi luôn để một tấm gương ngay trước bàn điện thoại để kiểm tra biểu cảm của mình khi xử lý các cuộc gọi ở công ty. Kết quả là tôi đã bắt gặp những "tôi" với gương mặt khiến chính tôi cũng phải ngạc nhiên về bản thân. Chẳng hạn như đôi khi có vẻ cáu kỉnh, đôi khi lại trông rất ngạo mạn...

Tôi nghĩ cũng từng có nhiều người cảm thấy ngạc nhiên với biểu cảm lướt qua của mình trong kính khi đi ngang quầy trưng bày của một cửa hàng nhĩ? Những biểu cảm trong vô thức của chúng ta đáng sợ như vậy đấy. Thế nhưng, chúng ta lại thường xuyên phô bày nó và để cho mọi người xung quanh bắt gặp sự "đáng sợ" ấy.

Vì vậy, với tôi gương là một vật dụng hữu ích. **Chỉ cần đặt một chiếc gương nhỏ tại bàn làm việc, bạn sẽ bắt gặp những biểu cảm hoàn toàn khác-với-những-lúc-bạn-cố-ý-nhìn-vào-gương: những biểu cảm trong vô thức của bạn.** Sau đó, bạn hãy

lưu ý và sửa đổi nó. Chỉ cần thay đổi biểu cảm của mình mỗi khi nhìn vào gương, nhận thức về biểu cảm của bạn sẽ tăng cao đáng kể. Nếu luyện tập mỗi ngày, bạn sẽ giảm được rủi ro phát ra những thông điệp không mong muốn và không ý thức được.

Hỏi những người thân thiết xem bạn có thói quen nào kỳ quặc không

Ngoài ra, còn có một biện pháp để bạn biết được những nét mặt nào đã trở thành thói quen: nhờ những người thân thiết chỉ ra giúp bạn. Chẳng hạn, tôi có một người bạn rất hay chớp mắt. Hành động này sẽ khiến người đối diện bị phân tâm, và khiến chúng ta trông bồn chồn, thấp thỏm. Tuy nhiên, tự bản thân chúng ta lại khó để nhận ra. Lúc này, hãy hỏi thử những người bạn thân thiết xem liệu biểu cảm hay thói quen của chúng ta có chỗ nào kỳ cục không. Đó chính là cách hiệu quả nhất.

Lại có một số người khi nghe ai đó kể chuyện thì lại há miệng ra trong vô thức. Thực lòng mà nói, thói quen này trông có vẻ không được thông minh lắm. Hay là, rất nhiều người không tự nhận ra bản thân mình có thói quen nhăn trán nên họ cũng không biết rằng bản thân đang khiến người đối diện cảm thấy không được tôn trọng. Chưa kể, còn có nhiều người khi nghe không rõ sẽ thốt lên “Hả?” với biểu cảm và giọng điệu vô cùng kỳ quặc, khó ưa.

Rồi cả có những người lúc nào cũng treo cái vẻ mặt buồn thảm, bất hạnh (dù không cố tình) chỉ bởi chân mày của họ luôn trĩu xuống, cũng vì vậy mà khiến chúng ta có cảm giác mấy người đó chỉ biết tuôn ra lời than phiền.

Những biểu cảm “xấu” bạn làm theo thời gian sẽ trở thành thói quen và lưu lại ấn tượng không tốt như ngạo mạn, ác cảm, khó chịu... trong tâm trí người khác. Có điều, giả sử không có ai nhắc nhở thì chúng ta sẽ chẳng bao giờ nhận ra bản thân mình đang phát ra xung quanh những thông điệp kỳ cục như thế nào. Để khắc phục được vấn đề này thì biện pháp hữu hiệu nhất là hãy mạnh dạn hỏi cảm nhận của người khác về mình, bạn nhé.

KIỂM SOÁT BẰNG KHUÔN MẶT 2: HƯỚNG NHÌN VÀ ÁNH MẮT NÓI NHIỀU HƠN CỬA MIỆNG

Vì sao “Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn”?

Như tôi đã đề cập ở phần trước, chúng ta thường có câu “Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn” và tôi cũng từng nhắc qua: Khi cần nắm bắt tâm trạng của một người mà không tiện hỏi họ, chúng ta sẽ tìm cách thăm dò biểu cảm của đối phương. Song, một số người sẽ cố ý thể hiện biểu cảm cho chúng ta cảm nhận, còn một số khác lại có khuôn mặt cực kỳ vô cảm, chúng ta chẳng thể đoán được tâm trạng của đối phương đang ra sao. Tuy nhiên, có một thứ khiến họ không thể che giấu cảm xúc thật sự của mình, chính là *đôi mắt*. Người ta cho rằng đôi mắt không thể nói dối, lý do là vì chúng ta không thể điều khiển đồng tử theo ý mình được. Như vậy, mắt là nơi thể hiện cảm xúc của chúng ta rõ nhất và chân thật nhất. Điều này đã được giáo sư Paul Ekman của Đại học California – người từng làm cố vấn cho FBI và CIA chứng minh dựa trên cơ sở khoa học.

Đồng tử không hoạt động theo sự kiểm soát của ý thức, và sẽ thể hiện cảm xúc một cách trung thực nhất tùy theo độ co giãn của nó. Khi những loại cảm xúc tích cực dâng trào, ắt hẳn đồng tử sẽ giãn nở rộng, và ngược lại khi cảm xúc tiêu cực chiếm ưu thế, đồng tử sẽ thu nhỏ lại. Hiện tượng này đã được nhà tâm lý học người Mỹ Eckhard Hess chứng minh.

Bởi vì thông điệp được truyền tải qua đôi mắt nhiều đến vậy, nên chúng ta cần chú ý quan sát ánh mắt của đối phương khi giao tiếp. Đây là một hành động rất hữu ích giúp chúng ta nắm bắt được cảm xúc của người khác và thấu hiểu họ, đồng thời, chớ quên rằng chính bạn cũng đang bị đối phương quan sát theo cách y hệt. **Hướng nhìn và ánh mắt của bạn đang phát ra nhiều thông điệp ngoài sức tưởng tượng của bạn đấy.**

Nếu không cẩn thận, ánh nhìn của chúng ta sẽ bị hướng xuống dưới

Trong các loại biểu cảm, *ánh mắt* là một trong những yếu tố quan trọng đang phát ra vô vàn thông điệp đến mọi người xung quanh. Nếu bạn nhìn sang chỗ khác hay nháy mắt với người khác trong khi đang nói chuyện với đối phương thì ngay tức khắc ấn tượng về bạn trong mắt đối phương sẽ xấu hẳn đi. Tôi nghĩ nhiều độc giả từng trải nghiệm chuyện này trên thực tế và đã nhận thức được cái kết thể nào rồi.

Hơn thế, chúng ta còn phải lưu ý đến chi tiết hướng ánh mắt xuống dưới hay là cụp mắt. Trong cuộc hẹn, nếu đối phương cứ nhìn chằm chằm xuống bàn, bạn sẽ thấy thế nào? Có phải bạn sẽ nghĩ họ không tự tin, bất an, nhút nhát, hoặc một tính từ “xấu” nào khác? Có phải chỉ toàn những hình ảnh tiêu cực thôi không?

Tôi cũng đã nói ở phần trước: Nếu trong một cuộc họp, tất cả mọi người đều cúi mặt xuống thì sẽ chẳng có ai muốn phát biểu cả, quang cảnh thật chán chường phải không? Nếu bước đi với ánh mắt hướng xuống dưới, trông bạn sẽ thất thểu, ì ạch, chán nản vô cùng.

Bạn có thể coi lời này chỉ là nhận định của riêng tôi nhưng vấn đề khó giải quyết ở đây là trong cuộc sống hằng ngày, chúng ta thường có thói quen hướng ánh mắt xuống dưới để tránh vấp ngã khi đi trên đường, để đọc tài liệu hay ăn uống là thật. Vậy nên chẳng thể nào chối bỏ những cái đáng về chán nản kia được. Suy cho cùng, ai rồi cũng cần phải để ý mà hướng ánh mắt lên trên cả thôi. **Hoặc ít nhất hãy cố gắng hướng ánh mắt lên trên những lúc không cần phải nhìn xuống dưới, chỉ với một cử chỉ nhỏ này thôi, bạn sẽ thay đổi được hình tượng của bản thân.**

Giao tiếp bằng ánh mắt khi phát biểu trước đám đông được thực hiện trong “hai giây”

Bạn có thể vừa quan sát khán-thính giả vừa diễn thuyết không? Bạn có thể nhìn vào mắt đối phương để trình bày trong một cuộc thương thảo hay họp mặt với cấp trên hoặc cấp dưới không?

Không ít người không biết nên đặt ánh mắt ở đâu khi rơi vào những tình huống trên, bởi điều khiển ánh nhìn là một việc khó đến không ngờ. Vì vậy, tôi khuyến nghị các bạn thực hiện biện pháp sau đây, chia việc sử dụng và điều khiển ánh mắt (hay *giao tiếp bằng mắt*) thành hai tình huống rồi xử lý.

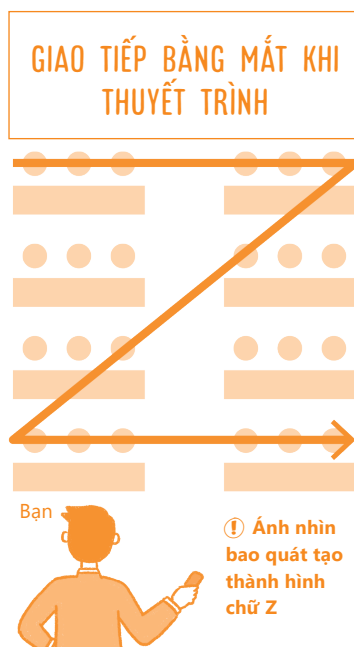
Tình huống một: **Khi bạn nói trước nhiều người như trong các buổi thuyết trình, hội họp. Bạn chỉ cần nghĩ rằng, thời gian căn bản của một lần trao đổi ánh mắt với một người nên kéo dài trong hai giây.**

Khoảng thời gian này có vẻ ngắn, nhưng trên thực tế tôi nhận được rất nhiều phản hồi: “Sức thuyết phục của bài thuyết trình tăng hẳn” dù chỉ tốn hai giây để giao tiếp bằng mắt với thính giả. Ngoài ra, khi phát biểu trước nhiều người, việc quan sát toàn thể hội trường không bỏ sót một chỗ nào cũng rất quan trọng. Bạn cần nắm rõ cơ thể mình hay có thói quen nghiêng qua hướng nào. Nếu không lưu ý, chúng ta sẽ có xu hướng chỉ hướng sang một bên thuận. Đồng thời, chúng ta cũng cần để ý tới những khán giả ngồi

ở phía chính diện với ta nữa. Và cách để tầm mắt không bỏ lỡ một thứ gì thì hãy thử làm theo các bước sau đây:

Quét tầm nhìn bao quát hội trường từ “góc trong bên trái → góc trong bên phải → trung tâm → trước mặt bên trái → trước mặt bên phải” tạo thành hình chữ Z, hành động này sẽ tạo ra cảm giác như thể bạn đang trò chuyện với toàn thể khán-thính giả vậy.

Ngược lại, những việc tuyệt đối chúng ta không được làm là: không trao đổi ánh mắt với thính giả, chỉ dừng lại nửa giây rồi lại di chuyển ánh mắt liên tục. Hoặc giả chỉ nhìn chăm chăm vào tài liệu hay màn hình cũng khiến chúng ta trông thiếu sức thuyết phục và không được tự tin. Ngoài ra, hãy chú ý hạn chế việc đảo mắt liên tục lúc quan sát, bởi như vậy sẽ khiến chúng ta trông có vẻ mất bình tĩnh, bồn chồn hoặc đang lo sợ gì đó.



Giao tiếp bằng mắt là điều cơ bản trong việc quan sát đối phương

Tình huống thứ hai là **khi ta giao tiếp một đối một với người khác trong các buổi thương thảo hay họp mặt với cấp trên hoặc cấp dưới**. Trong những trường hợp thế này, nếu sử dụng phương pháp “giao tiếp bằng mắt trong hai giây” thì quá ngắn. Có khi, đối phương sẽ cho rằng bạn đang thấp thỏm nhìn quanh. Lúc này, tốt nhất là bạn chỉ nên tập trung nhìn vào đối phương.

Tuy vậy, nếu liên tục nhìn chăm chăm vào đối phương, họ sẽ cảm thấy khó chịu. Để tạo ấn tượng, bạn có thể làm các hành động khác kèm theo như nhìn vào tài liệu trong tay hay chuyển tầm nhìn ra bên ngoài trong giây lát. **Cụ thể, bạn dành 70% quãng thời gian để nhìn vào đối phương, 30% còn lại thì hướng ánh mắt sang chỗ khác.**

Tôi từng tư vấn cho một nhà quản lý. Người này vận dụng rất thành thạo quy tắc “giao tiếp bằng mắt hai giây” ở những buổi diễn thuyết, song tại các buổi họp một đối một thì anh ấy lại không mấy trao đổi ánh mắt với đối phương mà chủ yếu nhìn chệch lên trên. Kết quả, đối phương sẽ cho rằng vị quản lý này tính tình kiêu căng, không trung thực. Thế nhưng, điểm đáng quan ngại hơn là chính bản thân anh ấy cũng không hề nhận ra điều đó. Bởi thực ra, người này có thói quen nhìn lên trên mỗi khi tìm lời giải cho một câu hỏi hay cần suy luận, thế nên ngay cả lúc thảo luận với khách hàng, anh ấy cũng theo thói quen đó mà hành động. Và đôi khi chính những

thói quen như vậy sẽ khiến chúng ta gặp rủi ro vì vô tình tạo ấn tượng xấu với đối phương.

Bạn nên nhận thức rõ nguyên tắc cơ bản nhất trong giao tiếp vẫn là nhìn vào mắt đối phương và trình bày, nếu muốn tạo không gian nghỉ thì chỉ nên dời mắt sang chỗ khác một vài lần thôi.

Để nói rõ hơn tầm quan trọng của ánh mắt tôi dẫn thêm một ví dụ khác: Trong một công ty nọ có vị quản lý bị đồng nghiệp và cấp dưới đánh giá tính tình không tốt. Người này không tốt do đâu? Đó là vì trong khi chào hỏi người khác tại những nơi như hội trường hay bữa tiệc, ông ta chẳng hề nhìn đối phương mà lập tức quay sang những người khác, hành động này khiến mọi người cảm thấy bị xúc phạm.

Như tôi đã viết ở trên, đôi mắt mỗi giây mỗi phút đều đang truyền đi rất nhiều thông điệp và cảm xúc ra xung quanh. Chúng ta hãy vun vén và lưu giữ cảm xúc vào đôi mắt mình, đồng thời cố gắng giao tiếp bằng ánh mắt với mọi người nhiều hơn.

Những người biểu cảm mắt **không tốt có thể đeo kính** **không độ**

Có một số người bẩm sinh có lông mày nhạt, trông không được sắc sảo. Trùng hợp, đồng nghiệp của tôi cũng như vậy nên phần

nào đó không thể giao tiếp tốt bằng ánh mắt. Nhưng sau đó, ấn tượng về anh ấy trong mắt mọi người đã hoàn toàn thay đổi chỉ nhờ vào cặp kính không độ. Lúc anh ấy mang kính, mặt kính lớn che đi phần lông mày thưa thớt, giúp khuôn mặt anh ấy trở nên hài hòa và mềm mại hơn, tự nhiên trông cũng dễ gần hơn.

Bí quyết cho những ai đang bị bảo “không có lông mày” hay “ánh mắt cá chết” là hãy cân nhắc đến việc đeo kính. Đây là một phương pháp đơn giản nhưng khá hiệu quả đấy.

KIỂM SOÁT BẰNG KHUÔN MẶT 3: CÁCH TẠO RA MỘT NỤ CƯỜI THỂ HIỆN ĐƯỢC TÍNH CÁCH CỦA BẠN

Mọi người thích tiếp cận một người trông sáng sủa

Người xưa có câu “Tâm sinh tướng”. Bạn càng có tuổi thì điều đó càng thể hiện rõ ràng hơn. Bên cạnh đó, còn có những khái niệm tương hỗ như “tướng ác”. Việc đánh giá con người bằng diện mạo, ở một mức độ nào đó, có thể cho là đúng. Dù một kẻ lừa đảo miệng lưỡi khôn khéo tới đâu, vẫn sẽ có không ít người dựa theo trực giác và cảm thấy người đó đáng ngờ. Quả nhiên tâm tính của chúng ta sẽ bị vẻ bề ngoài tiết lộ.

Nhưng nét mặt của chúng ta có thể thay đổi, đồng nghĩa với việc tính cách và cuộc đời ta cũng sẽ thay đổi. Vậy thì chúng ta nên thay đổi thành con người thế nào? Thiết nghĩ, tốt nhất chúng ta hãy trở thành một “con người sáng sủa”. Rõ ràng, chẳng có ai

muốn thân thiết với một người trông có vẻ u ám cả. Mọi người sẽ luôn tập trung quanh một người tỏa ra năng lượng tích cực, có thần thái và phong độ. Giả như điều đó mang ý nghĩa lớn như vậy, tại sao chúng ta lại không thay đổi nét mặt và biểu cảm của bản thân để có thần thái rạng rỡ hơn chứ?

Chúng ta không thể thay đổi khuôn mặt của mình, nhưng có thể thay đổi “biểu cảm” trên khuôn mặt một cách có chủ ý. Việc biến đổi tâm hồn sao cho tươi sáng hơn, chú tâm đến nụ cười của mình hơn sẽ giúp bạn lột xác.

Nếu tận sâu trong tâm hồn thay đổi thì tất thảy điều tươi vui, tốt đẹp sẽ bộc lộ ra vẻ mặt. Chẳng hạn, bạn chỉ cần tập nhắc khoe miệng lên thôi thì cả hình tượng lẫn ý thức của bạn sẽ thay đổi. Khóe miệng thường sẽ xệ xuống theo năm tháng, khiến chúng ta trông có vẻ bất mãn hay cau có khi về già.

Một típ nhỏ cần lưu ý nữa là: đẩy lưỡi dính vào mặt trong nướu hàm dưới nhiều hơn. Làm như vậy sẽ giúp khóe miệng của bạn hướng lên trên, từ đó nét mặt bạn cũng sẽ tươi sáng hơn.

Đặc điểm chung của những doanh nhân tài ba chính là nụ cười dễ mến

Trước đây, tôi từng được nghe chuyện của một vị lãnh đạo mới được thăng chức lên làm giám đốc công ty nọ. Ông ấy được lựa

chọn vì đơn giản là có “tướng giám đốc”. Đương nhiên, bên cạnh đấy tôi cũng cho rằng năng lực của người này là thứ khó mà phủ định, nhưng tôi rất ngạc nhiên vì khuôn mặt lại trở thành một cơ sở đánh giá quan trọng như thế.

Ở đây không phải xét đến vấn đề xấu đẹp mà điều quan trọng là mọi người muốn biết liệu vị giám đốc này có đáng tin không? Có tự tin không? Có quan tâm, quý trọng nhân viên không? Những điều này sẽ tiết lộ một cách tự nhiên qua khuôn mặt. Cho nên, giám đốc tốt nhất vẫn nên có một khuôn mặt ra-dáng-giám-đốc. Song, tướng giám đốc tùy theo công ty và ngành nghề sẽ có nhiều loại khác nhau, rất khó hình dung ra một khuôn mặt tiêu chuẩn cụ thể.

Theo tôi thấy, đặc điểm chung của những doanh nhân tài ba chính là nụ cười dễ mến. Vì lẽ đó, nỗ lực rèn luyện nụ cười của bản thân là một thói quen rất cần thiết và nên có của người doanh nhân.

“Chẳng cần vốn liếng mà sinh lời rất nhiều.

Không khiến kẻ cho nghèo đi nhưng làm giàu người nhận.

Xuất hiện trong nháy mắt nhưng lưu lại dấu ấn suốt đời.

Không ai giàu có mà sống thiếu nó, người nghèo khó nên giàu có nhờ nó.

Đem lại hạnh phúc trong gia đình, đem lại thiện chí trong công việc.

Một nụ cười cho tình bạn.

Chấn nghỉ chân cho người mệt mỏi, hy vọng lóe sáng cho người nản chí, ánh mặt trời cho người buồn tui, thuốc giải độc tốt nhất cho kẻ ưu phiền.

Không thể mua, xin, vay mượn hay cướp đoạt, bởi vì nó chỉ có giá trị khi người ta chân thành trao đi."

Đắc nhân tâm, Dale Carnegie

Bạn có đoán ra đoạn văn này nói về cái gì không? Vâng, là nụ cười đấy.

Được đối phương mỉm cười chào hỏi thì có lẽ chẳng ai lại thấy khó chịu cả. Không chỉ vậy, họ nhất định sẽ bất giác đáp lại bạn bằng một nụ cười khác.

Theo Trường khoa Thần kinh học Giacomo Rizzolatti của Đại học Parma ở Ý, trong não người tồn tại tế bào thần kinh gương. Nó sẽ bắt chước những hành động của đối phương, hay nói cách khác, đó là cơ chế sao chép để có nét mặt giống với biểu cảm của người đối diện. **Chúng ta sẽ bắt chước biểu cảm của đối phương: Tò ra tức giận khi bắt gặp một gương mặt tức giận, mỉm cười khi thấy người khác cười. Vì vậy, nụ cười là một yếu tố hết sức quan trọng trong giao tiếp. Hãy luôn giữ nụ cười trên môi nhé.**

Cách mỉm cười để thay đổi cuộc sống

Tôi cũng đang giảng dạy cho các học viên của mình về “cách mỉm cười” và từ đó rút ra được bài học này:

Có hai điểm chính cần lưu ý:

- Thứ nhất, rèn luyện cơ miệng.
Hãy mở to khẩu hình và phát âm theo thứ tự sau: “A - Ê - I - Ư - Ê - Ô - A - Ô”. Ngẩng mặt lên và phát âm sẽ cho hiệu quả tốt hơn. Đây là phương pháp tôi học được từ một giáo viên luyện thanh, và dù vốn là phương pháp luyện nói nhưng nó cũng có tác dụng trong việc tạo một nụ cười đẹp.
- Thứ hai, lưu ý để lộ răng trên.
Một nụ cười để lộ răng sẽ đem lại ấn tượng hoàn toàn khác biệt, tạo cảm giác tự nhiên hơn.

KIỂM SOÁT BẰNG GIỌNG NÓI: CÁC YẾU TỐ TÔNG GIỌNG, TỐC ĐỘ, ĐỘ LƯU LOÁT VÀ ÂM LƯỢNG GIÚP GIỌNG NÓI TRỞ NÊN TÍCH CỰC HƠN

Bốn yếu tố tạo nên một giọng nói gây thiện cảm là gì?

Các loại hình được gọi là giao tiếp phi ngôn ngữ như tư thế, cử chỉ hay biểu cảm là những yếu tố dễ dàng nhận ra, song trên thực tế, *giọng nói* cũng là một yếu tố rất quan trọng. Chỉ cần bạn có một giọng nói ấn tượng, mọi chuyện sẽ thay đổi rất nhiều.

Các yếu tố quyết định cho ấn tượng của giọng nói là: tông giọng (cao độ), tốc độ, độ lưu loát và âm lượng. Dựa trên những yếu tố này, ta có thể phân loại ấn tượng mà giọng nói tạo ra là tích cực hay tiêu cực như sau:

- Tích cực → Giọng nói đầy năng lượng/tươi vui/to rõ/vang/nhẹ nhàng.
- Tiêu cực → Giọng nhỏ yếu ớt/u ám/the thé/ồn ào/nghèn nghẹn/khàn..

Và tất nhiên, giọng nói mang lại thiện cảm cho đối phương phải mang yếu tố tích cực. Các bạn hãy lưu ý điểm này nhé.

Phân biệt cách sử dụng giọng nói bằng tông giọng và tốc độ

Chúng ta cho rằng không thể thay đổi giọng nói bẩm sinh của bản thân, nhưng thực ra ta có thể sử dụng giọng nói một cách hợp lý tùy theo tình huống.

Lấy *tông giọng* làm trục tung, *tốc độ* làm trục hoành thì ta có thể chia ra làm bốn phần. Tôi sẽ lần lượt đặt tên cho từng góc phần tư là *kiểu thấu hiểu*, *kiểu sôi nổi*, *kiểu chân thành* và *kiểu kỹ năng*.

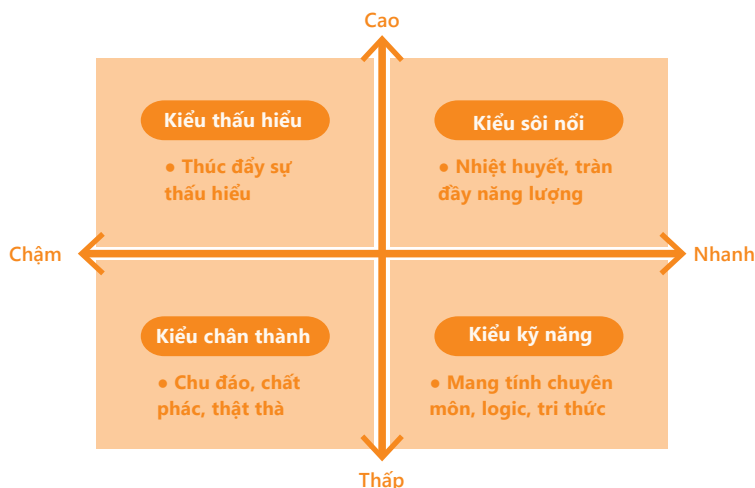
Giọng nói của chúng ta sẽ thay đổi rất nhiều phụ thuộc vào tông giọng và tốc độ.

Nói chậm rãi trên một tông giọng cao sẽ thúc đẩy sự thấu hiểu – tức là kiểu thấu hiểu. Mặt khác, nói nhanh trên tông giọng cao sẽ tạo cảm giác nhiệt huyết, tràn đầy năng lượng, hay chính là kiểu sôi nổi. Nói chậm với tông trầm mang lại ấn tượng chu đáo, chất phác – kiểu chân thành. Nói với tốc độ nhanh trên một tông giọng khá thấp vang vang sẽ tạo ra ấn tượng về chuyên môn, logic và tri thức. Đây được gọi là kiểu kỹ năng.

Đầu tiên, hãy suy nghĩ xem giọng nói thường ngày của bạn thuộc kiểu nào. Sau đó, điều chỉnh tông giọng và tốc độ cho tương ứng với từng hoàn cảnh để thay đổi hình tượng của bản thân.

Ví dụ, khi muốn đưa ra góp ý mang tính tiêu cực với cấp dưới, hãy ý thức hạ thấp giọng, nói với tốc độ chậm rãi theo kiểu giọng chân thành. Mặt khác, khi muốn tạo ra cảm giác bản thân là người kinh nghiệm đầy mình, công phu lão luyện, bạn hãy tăng tốc độ nói, đồng thời hạ tông giọng xuống để tạo ra kiểu giọng kỹ năng. Muốn khuấy động không khí thì điều chỉnh về kiểu sôi nổi với tông cao và tốc độ nhanh là thích hợp nhất. Đặc biệt, bạn có thể phối hợp nhuần nhuyễn bốn kiểu giọng nói này, vận dụng chính xác trong từng trường hợp một. Bởi lẽ, nếu bạn cứ sử dụng liên tục một giọng điệu sẽ thấy rất mệt mỏi. Hãy vận dụng hợp lý tông giọng và tốc độ cho phù hợp để khai phá khả năng của bạn nhé.

THAY ĐỔI ẤN TƯỢNG MÀ GIỌNG NÓI TẠO RA BẰNG “TÔNG GIỌNG” VÀ “TỐC ĐỘ”



Chúng ta không thể thay đổi bản tính con người cũng như chất giọng của mình, nhưng có thể thay đổi “tông giọng”, “tốc độ”, “độ lưu loát” cũng như “âm lượng” – những yếu tố có khả năng biến hóa hoàn toàn hình tượng của bạn.

Không mở miệng khi nói chuyện sẽ ngay lập tức khiến đối phương thấy ác cảm

Từng có một quãng thời gian tôi theo học một lớp luyện thanh, nhờ vậy mà tôi đã biết thêm được rất nhiều kiến thức khiến bản

thân bất ngờ cực kỳ. Có lẽ bạn không biết, nhưng thực ra thứ đang gây ảnh hưởng nhất đến hình tượng của chúng ta là “độ lưu loát” khi nói chuyện và trong thực tế cũng có khá nhiều người gặp khó khăn ở điểm này. Nguyên nhân của vấn đề là do nói mà không mở rõ khẩu hình. Cách nói này thực sự chỉ tạo ác cảm với đối phương mà thôi.

Ví dụ trong các phim truyền hình, khi diễn viên phải nhập vai nhân vật khiến người xung quanh sợ hãi, đạo diễn sẽ hướng dẫn họ đọc lời thoại với khẩu hình đóng hết mức có thể, và... chỉ những nhân vật phản diện mới cần làm vậy thôi. Tôi sau khi nghe được chuyện này liền có thói quen lưu ý đến các diễn giả trong những lần dự thính các buổi thuyết trình, tôi vô cùng ngạc nhiên vì thực sự đã bắt gặp kha khá người mắc lỗi không mở rõ khẩu hình này.

Vậy, chúng ta cần phải làm gì để cải thiện?

Hãy lưu ý mở miệng theo “chiều dọc” chứ không phải theo “chiều ngang”, nhờ vậy giọng nói của bạn sẽ tươi sáng hơn, dễ tạo thiện cảm hơn. Đặc biệt, hãy cố gắng nói to và rõ sao cho dễ lộ răng trên. Như vậy, bạn sẽ tạo ra ấn tượng một người tươi vui, rạng rỡ.

Tuyệt chiêu luyện nói lưu loát

“Giọng nghe chói quá, chua quá!” Tôi đảm bảo hẳn sẽ có nhiều chị em phụ nữ từng bị nhận xét như thế. Trong trường hợp này, hãy thử đẩy luồng âm ra ở ngay phần trước ngực, tông giọng sẽ

hạ xuống. Đây cũng là một mẹo hay tôi học được ở lớp luyện thanh. Ngoài ra, còn có rất nhiều người bị tật nói nhanh. Nguyên nhân của vấn đề này phần nhiều do hoạt động của lưỡi, do ta không thể phát âm tròn vành rõ tiếng nên người đối diện càng cảm thấy chúng ta nói nhanh hơn. Sau đây, tôi xin giới thiệu bốn bài luyện tập khởi động giúp các bạn bị tật nói nhanh có thể phát âm lưu loát hơn.

- Mở cổ họng → Mở to khẩu hình như khi bạn chuẩn bị ngáp. Giữ trạng thái đó, nói to thành tiếng “ha”.
- Luyện cách cử động lưỡi → Mở to khẩu hình, đưa lưỡi ra chuyển động qua lại.
- Luyện cách cử động miệng → Luyện đi luyện lại “A - Ê - I - Ư - Ê - Ô - A - Ô”.
- Luyện cách cử động môi → Luyện đi luyện lại “I - Ư - Ê - Ô - Ô - A”.

Những phát thanh viên, vốn là chuyên gia trong việc sử dụng giọng nói và mỗi ngày họ đều phải luyện những bài tập như thế. Sau cùng, nhờ vậy họ mới có thể nói năng lưu loát đồng thời mang đến giọng nói thiện cảm cho thính giả.

Hãy luyện những bài tập trên trong những lúc rảnh rỗi, chẳng hạn, bạn có thể ngẩng mặt lên và luyện tập trong khi ngâm mình trong bồn tắm, như vậy cũng đem lại hiệu quả tốt đấy. Cách này tuy dễ mệt, nhưng sẽ giúp các cơ mặt của bạn được rèn luyện, góp phần phòng ngừa hiện tượng chảy xệ da vùng má. Hơn nữa, luyện tập cơ mặt góp phần giúp bạn có một nụ cười tươi đấy.

Âm lượng cũng là một điểm quan trọng, hãy vận dụng nó tùy theo hoàn cảnh!

Độ lớn của giọng cũng là một yếu tố vô cùng quan trọng trong việc tạo ấn tượng khi giao tiếp. Nếu một người làm sếp mà giọng nói không to, rõ sẽ khó mà phát huy được vai trò lãnh đạo của mình. Một vị lãnh đạo mà nói lí nhí trong cổ họng sẽ mang đến cảm giác thiếu tự tin, không đáng tin cậy cho nhân viên. Chỉ có số ít cấp dưới muốn đi theo mấy người cấp trên kiểu này mà thôi.

Trong những buổi thuyết trình với số lượng thính giả chỉ khoảng mười mấy người hay tại các cuộc họp tại công ty, thông thường người ta phát biểu bằng giọng tự nhiên, không dùng micro. Những lúc thế này, hãy nhớ điều chỉnh âm lượng giọng phù hợp sao cho tất cả mọi người đều có thể nghe rõ. Có điều, phải lưu ý rằng không phải lúc nào nói to cũng tốt. Ở những nơi như phòng họp nhỏ hẹp, bạn phải chú ý để giọng không to quá khiến mọi người phải nhăn mặt lắng nghe. Thêm nữa, khi nhắc nhở cấp dưới, bạn chớ nói quá lớn làm xung quanh nghe thấy, vì như vậy, nhân viên của bạn sẽ cảm thấy sợ và xấu hổ.

Ngược lại, với những người nhiều lần bị đối phương hỏi lại "Hả?" vì giọng nhỏ quá, hãy thử áp dụng bài luyện tập tôi đã giới thiệu tại mục trước để rèn giũa cách nói năng nhằm tạo thiện cảm với người khác.

Để luyện tập và có một giọng nói ấn tượng, **trước hết, tự ý thức được điểm không ổn trong giọng nói của bản thân là điều rất quan trọng.** Tổng giọng của bạn thế nào: cao hay thấp, chói hay khàn? Bạn có đang nói quá nhanh hoặc quá chậm không? Phát âm có lưu loát không? Giọng có quá to đến độ ồn ào, hay quá nhỏ tới mức không nghe được không? Tương tự như với biểu cảm, bạn có thể hỏi người thân thiết, hay thu âm để tự mình kiểm tra giọng nói của bản thân. Hãy tự tìm ra điểm không ổn và lưu ý đến những chỗ cần sửa tùy theo hoàn cảnh giao tiếp.

Ý thức được giọng điệu để làm chủ bầu không khí

Phía trên, tôi đã giới thiệu với các bạn cách cải thiện giọng nói sao cho ấn tượng thông qua các yếu tố như tông giọng, tốc độ, độ lưu loát và âm lượng. Tuy nhiên trong giao tiếp, ngoài bốn thứ trên người ta còn lưu ý đến và sử dụng *giọng điệu* để xây dựng ấn tượng cho bản thân.

Hãy thử nhớ lại những lần bạn gật gù và nói “Đúng vậy nhỉ” để hưởng ứng đối phương xem. Nhấn mạnh vào “đúng vậy” sẽ cho sắc thái: “Bạn đoán đúng ý tôi rồi”, còn nếu nhấn mạnh vào chữ “nhỉ” sẽ tạo cảm giác đối phương đã nói ra đúng những gì bạn mong đợi. Thay “nhỉ” bằng “đó” để tạo thành câu trả lời “Đúng vậy đó” thì sắc thái đồng ý lại càng mạnh hơn. Tùy theo tình huống, câu nói này còn tạo cảm giác bạn đang dẫn dắt đối phương.

Ngược lại, nếu tập trung vào chữ cuối và nói thật nhanh “Đúng vậy nhỉ”, lời nói của bạn sẽ gây ra ấn tượng tiêu cực, nghe có vẻ như bạn đang phản đối. Thật ra trong những tình huống không đồng ý với đối phương thì người ta mới dùng giọng điệu như vậy. Còn khi bạn kéo dài chữ “nhỉ”, câu nói sẽ thể hiện cảm giác “dù không thể tán thành hoàn toàn nhưng ý kiến đối phương cũng tạm chấp nhận được”. Nếu ngắt câu giữa chừng “Đúng...vậy nhỉ”, ấn tượng tạo ra sẽ là bạn có điều muốn nói nhưng trước hết cứ tiếp nhận ý kiến của đối phương đã.

Lấy thêm ví dụ từ câu nói được sử dụng nhiều như “Mong mọi người giúp đỡ ạ”, nếu chỉ cần thay giọng điệu khác đi thì ấn tượng về câu nói cũng sẽ biến đổi. Khi dồn hết năng lượng vào câu nói, bạn sẽ tạo ra cảm giác đang tha thiết nài xin, còn nếu kéo dài chữ “ạ” ở cuối thì lời nói lại mang sắc thái bình dị, dễ gần, tạo thiện cảm với đối phương hơn. Đặc biệt, nếu nhấn mạnh vào chữ cuối trong các câu “Nhờ mọi người giúp đỡ!” hay “Mong mọi người giúp mà!” sẽ bộc lộ sắc thái ép buộc mạnh hơn.

Khi muốn chỉ ra lỗi sai hay cần đối phương lắng nghe, bạn hãy sử dụng ngữ điệu kiên quyết, đầy nghiêm túc để truyền đạt thông điệp. Ngữ điệu này cũng nên dùng khi bạn muốn thể hiện ý chí và sự quyết tâm của mình để người khác không thể làm ngơ trước lời nói của bạn.

Hãy tự ý thức luyện tập giọng điệu mạnh mẽ bằng cách phát âm tròn vành rõ tiếng từng chữ, chú ý nhấn mạnh vào chữ cuối trong câu đúng thời điểm. Những khi cần nghiêm túc, không nên kéo dài chữ cuối, vì lời nói của bạn sẽ nghe không đứng đắn cho lắm và bị

người khác coi nhẹ. Trái lại, khi muốn lắng nghe hay muốn hỏi ra được những lời thật lòng của đối phương mà không lấn át họ, bạn hãy nhớ sử dụng giọng điệu nhẹ nhàng, mềm mỏng như đang tâm tình với nhau mà thôi. Tránh dùng giọng điệu áp đặt và phải hết sức từ tốn trò chuyện với họ. Lưu ý không nhấn mạnh chữ cuối trong câu, không hỏi như tra xét.

Tùy theo mong muốn của bạn là truyền tải tới đối phương, hay muốn đối phương tiếp nhận ý kiến của mình như thế nào, hãy điều chỉnh giọng điệu và yếu tố giọng nói cho phù hợp với từng tình huống.

KIỂM SOÁT BẰNG KHOẢNG LẶNG: CÁCH TẠO KHOẢNG LẶNG ĐỂ TRUYỀN TẢI THÔNG điệp

Sử dụng hiệu quả sự im lặng trong diễn thuyết

Chúng ta hoàn toàn có thể truyền tải thông điệp đến mọi người dù đang im lặng bởi vì mọi hành vi, cử chỉ, động tác trên cơ thể chúng ta đều có khả năng phát tín hiệu. *Khoảng lặng* là một yếu tố của giao tiếp phi ngôn ngữ, còn được gọi theo cách dễ hiểu hơn là, sự im lặng.

Chẳng hạn, nếu muốn đánh thức một vị thánh giả mơ ngủ giữa buổi diễn thuyết, bạn đừng lớn tiếng gọi họ dậy, lúc này một màn im lặng đột ngột sẽ mang đến hiệu quả cao nhất. Nguyên nhân đơn giản là vì chúng ta đã nói xuyên suốt buổi thuyết trình nên khi đột nhiên im lặng, người nghe sẽ cảm thấy ngạc nhiên và phải tập trung sự chú ý vào bạn, mong bạn giải đáp cho những gì họ đang tò mò.

Tương tự trong các bữa tiệc, sự im lặng đột ngột sẽ làm bạn bất giác ngẩng đầu lên đúng không nào? Những người đang nói chuyện riêng hay lướt điện thoại cũng sẽ ngay lập tức dừng lại. Ai nấy đều sẽ vô cùng ngạc nhiên vì không gian đột nhiên vắng lặng như tờ. Và thông điệp phát ra sau khoảng lặng đó sẽ được truyền đạt hiệu quả nhất và khiến thính giả rung động sâu sắc nhất. Tiếp theo, chúng ta sẽ trình bày điều mình mong muốn truyền tải nhất hôm nay, ngay tại thời điểm đó. Hãy phát huy tác dụng của sự im lặng ở mức cao nhất.

Trên thực tế, rất nhiều người đang vận dụng nhuần nhuyễn nguyên tắc khoảng lặng để làm chủ tình huống. Tôi đã từng hỏi một chính trị gia trẻ tuổi rằng: “Những chính khách leo đến đỉnh cao trong giới tiến hành một bài diễn thuyết thế nào?” Và anh ấy đã nói nói rằng: “Thành công của họ không phải nhờ tài hùng biện hay sự hoạt ngôn, mà là họ biết vận dụng xuất sắc những khoảng lặng.”

Ngay khi thính giả nghĩ sẽ có ai đó phát biểu thì tại thời điểm mấu chốt, diễn giả sẽ đột nhiên dừng lại, khiến bầu không khí chìm vào im lặng. Trong khoảnh khắc ấy, thính giả sẽ bị diễn giả thu hút. Và lúc này, diễn giả đã làm chủ được toàn bộ khoảng không gian.

Nắm bắt ba ý nghĩa của sự im lặng.

Nguyên tắc “Im lặng trong hai giây”

Nói thì dễ nhưng thực tế ít ai vận dụng được thành thạo khoảng lặng trong các bài diễn thuyết. Đây là một kỹ năng đòi hỏi trình độ cao, vì thông thường các diễn giả không chịu nổi sự im lặng.

Với kinh nghiệm của bản thân, tôi khuyên mọi người chỉ cần im lặng *hai giây* là đủ. Nghe thì có vẻ ngắn nhưng thử thực hành thì bạn sẽ hiểu, hai giây là một khoảng thời gian rất dài. Do đó, chúng ta sẽ không kịp được mà lại bật ra tiếng, lúc này, khoảng lặng sẽ không đạt được hiệu quả cao nhất.

Thêm một lý do khiến chúng ta chưa thể vận dụng tốt sự im lặng là vì bản thân chưa hiểu được ý nghĩa của sự im lặng. Theo tôi, khoảng lặng có ba ý nghĩa là: khoảng thời gian để đối phương suy nghĩ; tìm kiếm sự tán thành; hay khiến đối phương mong chờ bạn nói.

Hơn thế, cái quan trọng là bạn sử dụng sự im lặng cho mục đích gì. Trước khi tạo khoảng lặng, bạn nên suy xét xem trong ba ý nghĩa trên, cái nào phục vụ được cho mục đích hôm nay? Mình sẽ im lặng tại thời điểm nào? Phải cân nhắc thật kỹ những vấn đề trên rồi mới tiến vào bài phát biểu chính thức. Bằng không, tùy tiện trầm mặc ở một chỗ bất kỳ chỉ khiến cho thính giả nghĩ rằng bạn đang bí từ mà thôi.

Có một phương pháp hiệu quả giúp bạn hiểu được khoảng lặng đó là xem các bộ phim có sự tham gia của những diễn viên tài năng. Bên cạnh cử chỉ hay tư thế, họ phải vận dụng sự im lặng

một cách chắc chắn và nhuần nhuyễn trong khi diễn xuất. Thường thức một bộ phim chất lượng không chỉ làm phong phú thêm cuộc sống của bạn, mà còn giúp ích cho bạn trong phương diện này khá nhiều nữa đấy.

Hiểu được tầm quan trọng của khoảng lặng trong giao tiếp

Một lần nữa, tôi xin nhắc lại: Các bạn phải hiểu rõ rằng khoảng lặng trong những buổi thảo luận, hội họp cũng góp phần xây dựng hình tượng cho chúng ta. Ví dụ khi bạn thảo luận với cấp dưới mà đột nhiên họ không nói nữa, thì chắc chắn trong sự im lặng có hàm ý nào đó. Có thể họ im lặng vì không thích lời cấp trên đang nói, hay ngại không dám nêu ý kiến, hoặc do họ đã hiểu hết rồi nên im lặng.

Bản thân sự im lặng là một chữ “vô” 无 (không có gì cả), nên chúng ta cần thông qua những yếu tố khác như cử chỉ hay biểu cảm để lý giải đúng ý nghĩa đằng sau sự im lặng của đối phương. Sự im lặng chính là một kiểu thông điệp vô hình vô thanh.

Tuy nhiên, khoảng lặng cũng có những tác dụng phụ kèm theo như, nếu bạn không có năng lực tưởng tượng, có khi bạn sẽ đoán sai ý nghĩa của sự im lặng và dẫn đến hiểu lầm. Ngược lại, phía người im lặng cũng phải lý giải sự im lặng ấy truyền tải thông điệp gì. Tạo sự im lặng một cách mơ hồ sẽ chỉ khiến đối phương bối rối mà thôi.

Ví dụ trong một cuộc đối thoại giữa cấp trên và cấp dưới, nếu cấp trên thành tình im lặng thì người nhân viên sẽ cố gắng tìm nguyên do. Nhưng lý do có thể chỉ vì cấp trên chưa biết nói gì tiếp. Trái lại, nếu biết áp dụng khoảng lặng một cách hiệu quả thì chắc chắn kết quả sẽ vô cùng tốt. Khi cần góp ý với cấp dưới thì ngay trước đó, người cấp trên sẽ ngưng một hơi, theo sau mới là lời họ muốn nói nhất, như vậy cấp dưới chắc chắn sẽ chú ý và tiếp thu ý muốn của cấp trên nhanh hơn. Hoặc trong trường hợp phải nhắc nhở nhân viên chỉnh đốn tác phong làm việc, cấp trên sẽ cố ý im lặng, để cho đối phương tự suy nghĩ và kiểm điểm. Đây là biện pháp vận dụng “khoảng thời gian để đối phương suy nghĩ” trong ba ý nghĩa của sự im lặng mà tôi đã nêu bên trên.

Ngoài ra, sự im lặng còn mang theo một thông điệp quan trọng khác nữa, đó là “thời điểm đợi đối phương lên tiếng”. Lúc thảo luận với nhân viên mà sếp chỉ độc thoại thì đâu còn khoảng trống nào cho người nhân viên lên tiếng? Cố ý chừa một khoảng lặng trong cuộc đối thoại sẽ tạo cơ hội cho nhân viên phát biểu ý kiến của họ.

Chúng ta nên vận dụng hợp lý những ý nghĩa của sự im lặng vào từng hoàn cảnh khác nhau trong các buổi gặp mặt trao đổi và giao tiếp hằng ngày. Khoảng lặng có thể giúp đối phương có thời gian suy nghĩ hoặc nóng lòng muốn biết điều bạn sắp nói và bạn cũng có thể tận dụng sự im lặng để khiến đối phương tán thành với mình. Hơn nữa, nếu muốn nghe những lời thật lòng từ nhân viên thì người lãnh đạo nên tạo khoảng lặng bởi **đôi khi động tác im lặng chờ đợi cũng khiến cấp dưới của bạn thổ lộ những cảm xúc thật sự của họ đấy.**

KIỂM SOÁT BẰNG TIẾP XÚC: NHỮNG CÁI “BẮT TAY” VÀ “CHẠM NHẹ” SẼ GIA TĂNG ĐỘ THÂN THIẾT

Đừng nhìn xuống! Hãy nhìn thẳng
vào mắt đối phương khi bạn bắt tay

Người xưa có câu “Miếng trầu là đầu câu chuyện”, còn ngày nay khi làm ăn với đối tác nước ngoài, “miếng trầu” ở những buổi gặp gỡ làm việc đầu tiên chính là cái *bắt tay*. Ở các nước Đông Á, người ta đã thường xuyên bắt tay hơn để tạo sự gắn kết trong việc làm ăn. Song, vẫn có những người chưa quen và chưa biết cách bắt tay do không có nhiều cơ hội thực hành.

Tùy theo cách bạn bắt tay mà ấn tượng tạo ra với đối phương sẽ hoàn toàn khác nhau. Vì vậy, hãy ghi nhớ “cách bắt tay đúng đắn”.

Trước đây, trong một dịp chuyện trò với chủ tịch của một chuỗi khách sạn lớn có vốn đầu tư nước ngoài, tôi đã hỏi một câu như sau: “Vì tính chất công việc nên tôi nghĩ ngài đã gặp rất nhiều kiểu người khác nhau. Vậy trong lần gặp mặt đầu tiên, ngài sẽ dựa vào điểm nào để đánh giá đối phương ạ?” Ông ấy ngay lập tức trả lời khẳng khái: “Bắt tay. Cái bắt tay sẽ thể hiện rõ bạn là người chân thành hay không đáng tin tưởng. Đặc biệt, ở phương Tây có một kiểu bắt tay rất mất thiện cảm, gọi là “dead fish handshake”¹ (cái bắt tay vô cảm). Hành vi này khiến đối phương khó chịu, không muốn nói chuyện tiếp chứ đừng bàn tới việc làm ăn chung. Vì vậy, khi bắt tay, tôi vẫn luôn cố gắng nhìn vào mắt đối phương, nắm không quá chặt, nhưng phải vững vàng.”

Điều then chốt cần ghi nhớ trong lúc bắt tay là nên nắm chặt tay đối phương và nhìn thẳng vào mắt họ. Nếu bạn đưa mắt nhìn xuống, tránh ánh mắt đối phương hay đảo trông mắt láo liên, chắc chắn sẽ gây mất thiện cảm. Có điều, rất nhiều người trong chúng ta mỗi khi bắt tay sẽ bất giác dời ánh mắt xuống dưới nhìn bàn tay. Chưa kể, cũng có những người vừa cúi chào vừa bắt tay đối phương, nghĩ thì có vẻ rất có lễ mạo nhưng xét thấy hành động này sẽ khiến bạn trông vô cùng khúm núm, yếu thế.

Diễn hình là, trước đây, từng có một vị bộ trưởng bộ Ngoại giao bắt tay với đối tác theo cách này và bị phóng viên chụp được. Trong hình, ông ấy vừa bắt tay vừa cúi chào lãnh đạo quốc gia đối tác, thế nhưng lại trông như thể đang cúi đầu tạ lỗi với đối phương vậy.

¹ Dead fish handshake: Có thể hiểu là cái bắt tay vô lực, nhóp nhép mờ mờ như thể chúng ta đang nắm một con cá chết. (Chú thích của người dịch, từ đây về sau nếu không ghi chú gì thêm thì tất cả các chú thích đều của người dịch.)

Sau đó, tấm ảnh này đã xuất hiện trên mặt báo của nước bạn với dòng tít: *Bộ trưởng bộ Ngoại giao vừa cúi đầu xin lỗi vừa mong đối phương bắt tay*. Tư thế đó gây cho người khác ấn tượng tiêu cực như vậy đấy.

Điểm quan trọng cần lưu ý là, trong khi bắt tay, bạn không cần cúi chào. Hãy ngẩng mặt, nhìn thẳng vào mắt đối phương, ưỡn ngực và nắm tay đối phương với lực vừa đủ. Như vậy, bạn sẽ có được một cái bắt tay tạo thiện cảm với người khác trong dáng vẻ vô cùng tự tin.

Ngoài ra, tôi có đôi lời thì thầm với các bạn độc giả nữ, hy vọng trong các cuộc gặp gỡ, các bạn hãy chủ động bắt tay nếu đối phương là nam giới. Cánh đàn ông trước nay thường cho rằng việc yêu cầu phái nữ bắt tay là bất lịch sự, hoặc họ cảm thấy khó khăn trong việc bắt chuyện với nữ giới. Lý do bởi vì các nước Á Đông còn chịu ảnh hưởng ít nhiều từ văn hóa lễ nghi của Nho giáo cho nên suy nghĩ này không phải hiếm, để rồi thường tạo ra những tình cảnh khó xử, bối rối. Vì vậy, gặp trường hợp cần thiết thì rất mong các chị em phụ nữ hãy chủ động trong việc bắt tay hơn nhé.

Chạm vào đối phương **sẽ gia tăng độ thân thiết**

Nhắc đến bắt tay thì nhiều người lại liên tưởng đến các chính trị gia. Chúng ta thường được thấy hình ảnh các chính trị gia bắt tay

với cử tri trước những cuộc bầu cử. Dù đang đứng ở xa, họ cũng chạy lại, cố gắng bắt tay với càng nhiều cử tri càng tốt. Tại sao những chính trị gia lại làm như thế? Thật ra có nguyên nhân giải thích cho việc này.

Có lẽ những bạn có kinh nghiệm trong việc bắt tay sẽ hiểu được rằng lúc bắt tay thì lạ thay, chúng ta sẽ cảm thấy có gì đó thân thiết với nhau hơn trước. Hiện tượng này cũng đã được khoa học chứng minh: Tiếp xúc thân thể sẽ làm gia tăng cảm xúc tốt đẹp với đối phương.

Do đó, các chính trị gia bắt tay rất tích cực. Có những vị còn đặt mục tiêu cố gắng một ngày bắt tay với năm trăm hay cả ngàn người. So với các ứng cử viên khác, những chính trị gia hay bắt tay với mọi người sẽ có khả năng tạo được cảm giác gần gũi với cử tri hơn.

Chúng ta sẽ cảm thấy thân cận, và muốn giảm bớt khoảng cách với đối phương hơn thông qua việc bắt tay. Đây là hành động cơ bản nhất của việc tiếp xúc thân thể. Khoảnh khắc chạm vào đối phương, cơ thể sẽ truyền một loạt thông tin về sự thân thiết tới đại não thông qua xúc giác của chúng ta.

Trên thực tế, ngoài những chính trị gia, các nhóm nhạc cũng tích cực tổ chức những buổi họp mặt người hâm mộ, tạo cơ hội để thần tượng và người hâm mộ có thể tiếp xúc, gặp gỡ nhau. Lúc này, những cái bắt tay chính là chiếc cầu nối để dẫn người hâm mộ đến với nhóm nhạc giúp nhóm nhạc ngày càng được hâm mộ hơn. Qua cái bắt tay, người hâm mộ sẽ có cảm giác gần gũi, thân quen

khiến họ càng muốn ủng hộ thần tượng của mình hơn. Nhờ đó, các nhóm nhạc cũng bán được nhiều CD hơn.

Ngoài ra, tôi cũng từng thấy một vị quản lý của chuỗi cửa hàng tiện lợi tích cực bắt tay với các cửa hàng trưởng và nhân viên. Đây cũng có thể coi là hành động nhằm gia tăng độ gần gũi và tin tưởng thông qua tiếp xúc thân thể.

Nhận biết rõ quan hệ với đối phương và thử sức với những cái chạm nhẹ

Tôi từng nghe được câu chuyện sau, tại một công ty khởi nghiệp đang trên đà phát triển mạnh, vị giám đốc vô cùng tích cực trong việc tạo quan hệ hòa hảo với nhân viên thông qua hành động tiếp xúc cơ thể như thường xuyên cổ vũ, khích lệ bằng cách vỗ vai những người đã nỗ lực làm việc. Tiến một bước về phía đối phương và thực hiện một cái chạm nhẹ, đây cũng là một biện pháp đem lại hiệu quả cao trong việc xóa bớt khoảng cách với người khác.

Có điều, trong trường hợp đối phương là người khác giới thì sẽ rất khó thực hiện. Vì vấn đề quấy rối tình dục vẫn rất nóng, nên chúng ta cần phải nhận biết và xác định rõ quan hệ của mình với đối phương đang ở mức nào rồi hẵng thực hiện việc “chạm nhẹ”.

Chẳng những thế, mặc dù hai bên cùng một giới, thì quy tắc cơ bản của việc chạm vào cơ thể đối phương vẫn phải là cả hai đã tin tưởng lẫn nhau ở một mức độ nào đó. Nếu cứ áp sát vào người khác khi mối quan hệ còn chưa thân, bạn sẽ chỉ bị đánh giá là “người suồng sã” hay “không biết giữ khoảng cách” mà thôi.

Hãy ghi nhớ nguyên tắc cơ bản này nhé: Chỉ sử dụng yếu tố tiếp xúc, chạm vào cơ thể khi bạn muốn tăng sự thân mật, xóa bớt khoảng cách với đối phương – vốn là người bạn đã xây dựng được mối quan hệ tin cậy.

Ngoài ra, còn có một điểm đáng lưu ý trong việc tạo ấn tượng bằng phương thức *tiếp xúc*: Có nhiều người không thích đồ dùng hằng ngày của bản thân bị người khác đụng chạm mà chưa xin phép. Họ sẽ cảm thấy dường như lãnh thổ của mình bị xâm phạm nghiêm trọng. Từ máy tính xách tay cho đến văn phòng phẩm, bàn làm việc, tài liệu hay ghế ngồi, sách vở trên bàn, nước ngọt trong tủ lạnh dùng chung, vân vân, người khác sẽ không muốn bạn động vào những thứ này của họ.

Cho nên, bạn hãy làm một người văn minh, có ý thức không chạm vào những thứ không phải của mình. Tuy đôi lúc bạn sẽ bị cho là cứng nhắc, nhưng nếu không hành động như vậy, bạn sẽ vô tình truyền ra thông điệp mình là người bất lịch sự.

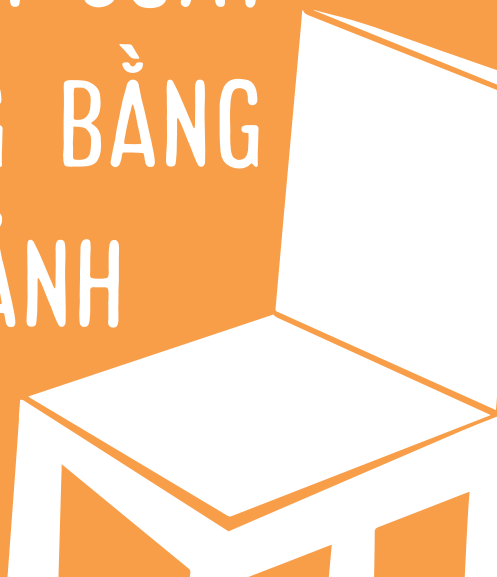


234



KHÔNG GIAN VÀ
THỜI GIAN CŨNG
LÀ MỘT DẠNG
THÔNG ĐIỆP.

CÁCH KIỂM SOÁT
ẢNH TƯỢNG BẰNG
BỐI CẢNH



CÁCH TẠO BỐI CẢNH THUẬN TIỆN CHO ĐỐI PHƯƠNG

Vận dụng hợp lý tình huống

Ví dụ khi bạn cho cấp dưới lời khuyên, thì giữa tình huống ở trong một phòng họp yên lặng của công ty với khi ngồi cạnh nhau trên xe sau khi ra ngoài gặp khách hàng, cách tiếp nhận của đối phương hẳn sẽ có sự khác biệt. Tình huống trước mang sắc thái nghiêm trọng và lo lắng, còn trong tình huống sau, đối phương chắc chắn sẽ tiếp nhận thông điệp dễ dàng hơn.

Mỗi tình huống ta lựa chọn cũng tự mang thông điệp của riêng nó. Chưa kể, khoảng cách và vị trí ngồi so với đối phương cũng rất quan trọng.

Thời gian cũng là thông điệp

Thời gian là một yếu tố quan trọng không kém trong việc lưu giữ ấn tượng với đối phương. Những người lúc nào cũng nhằm vào giờ người khác bận mà gọi điện, hoặc ngược lại, những người không bao giờ trả lời thư điện tử, chính là ví dụ tiêu biểu của việc không biết chọn thời điểm.

Ngay cả đối với việc ghé thăm hay gửi thư điện tử cho khách hàng, liên lạc điện thoại, thảo luận hoặc nói chuyện phiếm với cấp dưới, chúng ta cũng cần nhận rõ tình huống hiện tại của đối phương, lựa chọn thời điểm thích hợp để tạo ấn tượng tốt.

Trong chương này, tôi sẽ giới thiệu với các bạn cách để tạo lập *không gian*, *thời gian* hay *bối cảnh* thích hợp để giao tiếp với đối phương.

KIỂM SOÁT BẰNG KHÔNG GIAN 1: CÁCH ƯỚC LƯỢNG “KHOẢNG CÁCH THÂN SỞ” ĐỂ KHÔNG TẠO GÁNH NẶNG TÂM LÝ

Không nên xâm phạm không gian cá nhân

Có bao giờ bạn tự nhủ: “Hình như đứng hơi sát rồi”, “Người này có vẻ không giữ khoảng cách mấy nhỉ?” khi đứng nói chuyện với ai đó không? Chắc bạn cũng quen biết đồng nghiệp, sếp hay cấp dưới nào đó hay áp sát vào người khác quá mức cần thiết phải không?

Tương tự như động vật, loài người cũng có một vùng lãnh thổ – hay còn gọi là *không gian cá nhân* – mà mắt thường không thể

thấy được. Không gian cá nhân sẽ mơ hồ thay đổi tùy theo mối quan hệ giữa mỗi cá nhân và từng tình huống riêng biệt. Khi có ai vượt qua ranh giới không gian cá nhân và tiến lại gần, chúng ta sẽ vô thức lùi lại, hoặc ngoảnh mặt đi. Hãy chú ý giữ khoảng cách phù hợp để tránh khiến cho đối phương thấy bất an và mất bình tĩnh.

Hiện tại, tôi cũng đang thực hiện một đợt huấn luyện cho các doanh nghiệp, trong đó có một chương trình trải nghiệm như sau: Cho hai người đứng đối diện nhau, một người bất động còn người kia từ từ tiến đến gần để tìm *khoảng cách thích hợp*. Vậy là tôi nhận ra khoảng cách thích hợp của từng người khá khác nhau. Đứng quá xa nhau cũng sẽ sinh ra khoảng cách tâm lý, nhưng quá gần cũng gây cảm giác ngột ngạt cho đối phương. Ngoài ra phụ thuộc vào giới tính và quan hệ trên dưới, hoặc đối phương là người nước ngoài hay không, khoảng cách này cũng sẽ thay đổi ít nhiều.

Dù khoảng cách thích hợp của từng người là khác nhau nhưng chúng ta cũng phải lưu ý như sau: Nếu thấy đối phương lùi lại và đưa mặt ra xa thì khoảng cách đang quá gần. Bạn có thể hỏi người thân thiết hoặc đồng nghiệp xem khoảng cách mình đang giữ đem đến ấn tượng như thế nào với họ.

Dù vô hình nhưng khoảng cách vẫn mang một sức ảnh hưởng to lớn cho nên hãy tự ý thức rằng việc kiểm soát nhuần nhuyễn khoảng cách cá nhân sẽ có tác động lớn tới kết quả của cuộc giao tiếp.

Tránh ngồi đối diện trực tiếp hết mức có thể

Thực ra ngay cả khi ngồi, khoảng cách cũng đóng vai trò quan trọng. **Khi bạn và đối phương ngồi ở hai bên bàn, hãy cố gắng hết sức tránh ngồi đối diện trực tiếp.**

Thông thường ghế ngồi sẽ được xếp hai bên bàn và đối diện với nhau, nhưng bạn hãy cố gắng xê dịch một trong hai chiếc ghế sang trái hoặc phải, dù một xíu thôi cũng được. Trường hợp ghế bị cố định không di chuyển được, cũng nên hơi nghiêng mình sang một bên. Nguyên nhân là do ngồi đối diện trực tiếp sẽ khiến cả hai dễ rơi vào thế “đối đầu”, hay thể hiện “quan hệ trên dưới”, đôi khi gây ra bầu không khí căng thẳng và khó chịu cho cuộc gặp gỡ, trò chuyện.

Để giải quyết tình thế khó xử này, chúng ta chỉ cần nghiêng người một chút là được. Chỉ cần thế thôi, ấn tượng về bạn trong mắt đối phương đã thay đổi khá nhiều đấy.



Chỉnh ghế cao hơn một chút giúp bạn chiếm ưu thế

Ngoài ra, tôi cũng muốn chia sẻ với các bạn thêm một điều đáng lưu ý trong khi ngồi. Như khi đi gặp đối tác, sẽ có nhiều lúc độ cao của ghế ngồi không phù hợp với bạn. Trong tình huống đó, đa số mọi người đều tặc lưỡi bỏ qua và ngồi xuống luôn mà không suy nghĩ, nhưng bạn hãy để ý và điều chỉnh chiều cao của chiếc ghế nhé, đôi khi chiếc ghế sẽ quá cao hoặc quá thấp do phải chỉnh cho vừa với độ cao của người ngồi trước đó nên bạn sẽ chẳng được thoải mái đâu.

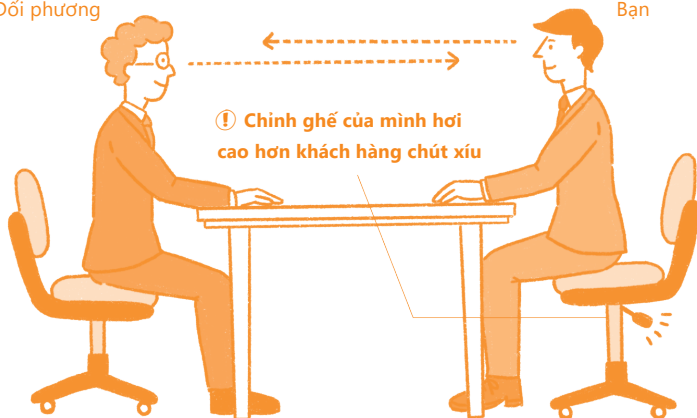
Một chiếc ghế quá thấp sẽ khiến bạn có cảm giác thua thiệt về mặt tâm lý ngay trước khi đàm phán bắt đầu. Lý do đơn giản là vì tầm nhìn của bạn lúc ấy đang ở vị trí thấp hơn đối phương. **Thực ra, vị trí của tầm mắt ở chừng nào cũng có ảnh hưởng rất lớn đến quan hệ giữa bạn và đối phương.** Điều kỳ lạ là khi bạn ngồi trên một chiếc ghế thấp, hay nói cách khác khi tầm mắt thấp hơn khách hàng, bạn sẽ cảm thấy mất hẳn khí thế. Ngược lại, nếu ghế ngồi quá cao, trông chúng ta sẽ có vẻ cao ngạo, khinh mạn khách hàng. Rơi vào trường hợp này cũng không tốt chút nào.

Vì vậy, hãy nhớ chỉnh ghế sao cho tầm mắt của bạn và đối phương ngang nhau. Nhưng nếu được, hãy cố gắng chỉnh ghế của mình hơi cao hơn khách hàng một chút xíu thôi. Chỉ cần làm vậy là bạn đã chiếm được ưu thế rồi.

CÁCH CHỈNH GHẾ ĐỂ CHIẾM ƯU THẾ TÂM LÝ

Đối phương

Bạn



KIỂM SOÁT BẰNG KHÔNG GIAN 2: “CÁCH CHỌN QUÁN” QUYẾT ĐỊNH SỰ THÀNH CÔNG CỦA BUỔI TIỆC

Biết chọn quán là một chuyện,
nhưng bạn đã biết
“cách chọn chỗ ngồi” chưa?

Bối cảnh giao tiếp chúng ta hay gặp trong kinh doanh thường là *văn phòng*. Thông thường, chúng ta không mấy khi để ý đến vấn đề “tạo không gian” cũng vì ít có ai tổ chức cuộc họp ngoài trời. Cho nên lựa chọn địa điểm sao cho phù hợp với mối quan hệ giữa bạn và đối phương không phải là việc quá khó khăn, cứ khách sạn hoặc quán cà phê là ổn.

Đối với những khách hàng mà tôi tư vấn, việc khó hơn chính là chọn không gian cho buổi tiệc với đối tác – thứ không thể thiếu để việc làm ăn được thuận buồm xuôi gió. Và yếu tố quyết định rất lớn đến sự thành công của một buổi tiệc chính là *cách chọn quán ăn*. Nếu chẳng may chúng ta dẫn đối tác đến một quán ăn không tốt, buổi tiệc chắc chắn sẽ không thể diễn ra sôi nổi và có hiệu quả.

Chỉ một thao tác nhỏ như chọn quán ăn thôi cũng là một thông điệp chúng ta gửi tới khách hàng.

Ngày nay, chúng ta có thể dễ dàng tìm được thông tin về các quán ăn trên mạng, sách báo hay tạp chí. Song nếu tìm quán cho một bữa tiệc, tôi sẽ không bao giờ chọn một quán ăn mà mình chưa từng đặt chân vào lần nào. Không những thế, khi đã đến tận nơi thường thức và cảm thấy “Chỗ này được đấy”, tôi sẽ đi chào hỏi chủ quán và lập tức đặt bàn cho một dịp nào đó. Còn lý do không chọn một quán ăn mà tôi chưa từng vào, đó là vì mỗi quán ăn sẽ có cách bài trí không gian quán và vị trí ngồi riêng của mình. Tức là bạn sẽ không biết được người nào ngồi vị trí nào trong bữa tiệc ở quán mới đó. Và có một sự thật là, cả chỗ ngồi cũng có giá trị riêng của nó.

Trong quán ăn, sẽ tồn tại một vị trí ngồi có giá trị cao nhất. Thông thường, nhân viên sẽ dẫn những khách quan trọng hay khách quen đến các vị trí ngồi có giá trị cao nằm phía trong cùng của quán. Ngược lại, những nơi gần cửa ra vào sẽ dành cho khách hàng không quá quan trọng, hay khách hàng mới.

Nơi gần cửa ra vào kẻ qua người lại nườm nượp sẽ không được yên tĩnh, thoải mái. Thông thường, nếu có thể lựa chọn, tôi chẳng

muốn ngồi những chỗ như thế, hưởng chi trong một buổi tiệc quan trọng. Thử hỏi, làm sao có thể để đối tác chiến lược ngồi ở những nơi như vậy chứ? Hơn nữa, chính đối tác của chúng ta cũng sẽ quan sát và ngầm hiểu rằng: “Họ dắt ta đến quán chẳng mấy quen biết rồi!”

Thông thường, những chỗ ngồi có giá trị cao là nơi cách cửa ra vào xa nhất. Giả sử lựa quán bạn từng đến thì sẽ dễ hình dung được cách sắp đặt chỗ ngồi hơn. Ngoài ra, bạn cũng có thể thương lượng khi đặt bàn và giữ được chỗ tốt, nếu lần trước đã từng chào hỏi chủ quán.

Trên thực tế, những người trẻ thành đạt thường giữ riêng cho mình rất nhiều quán quen. Để làm được điều này yêu cầu bạn phải thường xuyên xây dựng những mối quan hệ đáng tin cậy. Có như vậy, dẫu khách hàng, đối tác là người nước nào, hay khẩu vị ra sao, thì nhất định những doanh nhân ấy đều có thể đặt bàn ở một quán “ruột”.

Tuy nhiên, bạn khoan hãy chủ quan khi mới chỉ chọn được một quán thích hợp! Bởi vì nếu xảy ra sai sót trong khâu chọn chỗ ngồi, buổi tiệc cũng có nguy cơ cao trở thành công cốc đấy.

Trong nhà hàng, đâu là ghế trên?

Trong các buổi gặp mặt làm ăn, tiếp đãi khách hàng thì hiển nhiên, bạn phải mời khách ngồi ghế trên. Về cơ bản, dù là nhà hàng Âu hay Á thì chỗ ngồi trong cùng luôn là nơi dành cho

thượng khách, nơi xa cửa ra vào chính là ghế trên, còn ở phòng riêng thì ghế trên là nơi xa cửa chính nhất. Trường hợp trên bàn tròn trong nhà hàng Trung Hoa thì đó là chiếc ghế ở vị trí đối diện và cách xa cửa ra vào hay cửa chính nhất. Tiếp theo là ghế ở hai bên thượng khách, cứ thế mức độ quan trọng sẽ giảm dần.

Nếu chỗ trong cùng là khung cửa kính ngắm cảnh đêm thì hãy đề nghị khách của bạn ngồi đối diện cửa sổ: “Bình thường ghế thượng khách ở bên kia, nhưng hôm nay cảnh đẹp quá nên mời anh ngồi đây thưởng thức ạ.” Chỉ cần thêm vào một câu mở lời như vậy thì đối phương sẽ không thắc mắc tại sao ta xếp họ ngồi ghế dưới.

Mặc dù phải tuân theo nguyên tắc, song dựa trên nguyên tắc, chúng ta cần biết tùy cơ ứng biến để xử lý mọi tình huống theo hướng ổn thỏa nhất.

Có người cảm thấy việc xác định ghế trên khá phiền phức, nhưng phải biết rằng sẽ có những vị khách để ý đến vấn đề này. Đó sẽ là một thông điệp giao tiếp phi ngôn ngữ mang ý nghĩa “tôi rất quan tâm” gửi đến đối phương.

Sắp xếp chỗ ngồi để không khí bữa tiệc không căng thẳng

Đa phần những bữa tiệc sẽ có số lượng người tham gia nhiều, mỗi bàn có bốn người chia đều sang hai bên. Nếu rơi vào trường

hợp này, chúng ta không nên xếp từng cặp ngồi đối mặt nhau mà nên bố trí sao cho mỗi vị khách ngồi ở một cạnh của chiếc bàn hình chữ nhật.

Cách bố trí “mỗi người một bên” sẽ giúp chúng ta ngồi vuông góc với khách, không gây cảm giác căng thẳng, hơn nữa còn tạo bầu không khí thân mật.

Phương pháp này cũng có thể áp dụng cho những bữa tiệc hai người hoặc buổi hẹn với người khác giới. Cần tránh ngồi đối diện trực tiếp do việc đó ít nhiều sẽ tạo ra cảm giác căng thẳng. Điều đặc biệt là, chỉ khi đã từng đến quán đó, bạn mới biết được quán có sử dụng loại bàn nói trên hay không.

Hơn thế, tôi không khuyến khích bạn sử dụng ghế cao như ở quầy bar. Dù khoảng cách giữa mọi người gần nhau nhưng chúng ta sẽ không nhìn được khuôn mặt người ngồi bên cạnh, vì vậy cũng khó mà phán đoán biểu cảm của họ. Loại ghế này chỉ thích hợp khi bạn và đối phương đã thân thiết.



❗ **Mỗi người ngồi ở một cạnh của bàn hình chữ nhật**

KIỂM SOÁT BẰNG KHÔNG GIAN 3: NHỮNG CHI TIẾT TINH TẾ TRONG BUỔI TIỆC KHIẾN ĐỐI PHƯƠNG HÀI LÒNG

Nếu được mời thì hãy đến muộn một chút

Một câu hỏi tôi thường được xin ý kiến: Khi được mời thì nên đến quán tại thời điểm nào? Dù vẫn biết khách mời thường sẽ ngồi ghế trên nhưng chúng ta không thể sổ sàng mà phải đợi chủ tiệc mở lời. Nhưng, khó xử nhất là khi bạn đến nơi quá sớm và được nhân viên dẫn vào chỗ ngồi trước. Chủ tiệc vẫn chưa đến, bây giờ phải ngồi đâu chờ đây? Đường đột ngồi vào ghế dành cho thượng khách có ổn không?...

Để tránh vướng vào những vấn đề trên thì bạn cần lưu ý chớ đến chỗ hẹn quá sớm. Đến đúng giờ, hoặc muộn tầm một, hai phút, như vậy chủ tiệc sẽ mời bạn đến đúng chỗ dành cho mình.

Suy ra, người tổ chức bữa tiệc phải đến nơi muộn nhất là 15 phút trước khi bắt đầu. Bằng không, khách của bạn sẽ cảm thấy rất lúng túng.

Trong trường hợp được mời mà bạn lỡ đến quá sớm, chủ tiệc vẫn chưa xuất hiện thì trước hết hãy cứ ngồi vào ghế dưới. Đành rằng lúc sau bạn sẽ phải chuyển chỗ ngồi nhưng chọn ngồi ghế dưới sẽ giúp bạn tránh được những vấn đề khó xử.

“Nhìn đối phương bằng tròng đen, nhìn xung quanh bằng tròng trắng”

Một doanh nhân từng nói: **“Chỉ cần cho một người thử tổ chức một bữa tiệc, bạn sẽ biết được năng lực của người đó.”** Từ việc chuẩn bị trước đó như mời khách, lên lịch ngày giờ, đặt quán, mua quà cáp, đến việc đưa đẩy câu chuyện trong lúc dùng tiệc, tiễn khách, tất cả phải được lo liệu ổn thỏa. Người tổ chức còn phải biết nắm bắt đúng nhu cầu của khách và chọn cách sắp xếp tương ứng. Xử lý được những nhiệm vụ này thì chắc chắn, đây chính là người được việc rồi.

Hơn nữa, ngay cả khi bữa tiệc đang diễn ra thì vẫn luôn đòi hỏi sự tinh tế hàng đầu. Bạn mời khách mà lại cư xử thiếu tôn trọng với họ thì chắc chắn buổi tiệc sẽ phản tác dụng. Bí quyết để tạo ấn tượng tốt trong lòng người chính là hãy tạo ra một bữa tiệc khiến khách tham dự phải cảm thán: “Họ phục vụ chu đáo quá!”

Song, bạn cũng không cần cố quá mức dẫn đến những tình huống “quá cố”. Dù đối phương là người có địa vị xã hội cao thì không nhất thiết lúc nào cũng phải chọn những nhà hàng sang trọng. Đây cũng là một điểm đáng chú ý.

Chẳng hạn, khách hàng là một người trẻ tuổi nhưng bạn lại chọn một nơi mà những thương nhân đứng tuổi hay tới, như vậy sẽ không được tự nhiên. Đôi lúc, vì đối phương có địa vị xã hội cao nên chúng ta mới càng phải giới thiệu bằng giọng điệu chắc nịch: “Tôi có một quán quen ngon lắm!”, như vậy đối phương ắt sẽ có thiện cảm và cảm giác thân thiết hơn. Thay vì ráng đến một nơi sang trọng, lạ lẫm thì các bậc tiền bối sẽ cảm thấy vui vì được mời đến những quán phổ thông được người trẻ yêu thích hơn. Lý do đôi khi đơn giản chỉ vì những quán ăn đó họ ít có cơ hội ghé thăm nên mới thấy hứng thú.

Điều quan trọng là: Hãy luôn suy nghĩ xem đối phương cần thứ gì. Phải luôn hình dung ra “mục đích cuối cùng” trong lòng đối phương là gì.

Trên thực tế, khi khái niệm mục đích gắn với từng đối tượng khác nhau, nó sẽ mang những ý nghĩa khác nhau. Giám đốc hay trưởng phòng đều có những mục đích khác nhau. Vậy, mục đích của cấp trên hay cấp dưới là gì? Vấn đề là chúng ta phải vừa hình dung ra đáp án cho câu hỏi ấy vừa phải chuẩn bị tổ chức bữa tiệc.

Chúng ta phải để ý xung quanh đang xảy ra điều gì trong khi vẫn nhìn người đối diện mình. Ví dụ, vị giám đốc điều hành cấp cao mà tôi quen luôn chuẩn bị sẵn sàng để rót ly bia thứ hai cho

khách nếu quan sát thấy khách uống cạn, hay đang có ý định đặt ly xuống. Một khi khách đặt ly xuống bàn thì thời cơ của bạn đã vượt mất rồi. Theo ông, điểm mấu chốt là: “Một giây cũng không được để khách cảm thấy bia có vẻ vơi đi!” Chỉ cần khiến đối phương phải chịu phiền toái thôi là bạn đã bị loại rồi. Vậy nên, những bữa tiệc chính là địa điểm lý tưởng để bạn học được cách săn sóc khách hàng sao cho chu đáo.

Đừng bao giờ **xem đồng hồ khi đang dự tiệc**

Một lần nữa, tôi hy vọng các bạn sẽ luôn ghi nhớ rằng mọi hành động của chúng ta đều đang bị quan sát trong mọi hoàn cảnh, như việc bạn liếc nhìn đồng hồ đeo tay trong những bữa tiệc chẳng hạn.

Càng là người tinh tế thì càng không bỏ qua một khoảnh khắc nào của người đối diện. Và nếu đối phương là kiểu người tinh tế ấy, chắc chắn sẽ lo nghĩ rằng “Chắc họ đang bận tâm đến vấn đề thời gian”, “Họ vẫn còn việc chưa làm chẳng?”, “Họ phải về rồi à?” đủ kiểu trên đời.

Vì vậy, tôi không thể quên lời khuyên của vị giám đốc điều hành cấp cao đã chỉ dạy: Tuyệt-đối-không-được-nhìn-đồng-hồ! Hành động đó có thể gửi đi nhiều thông điệp ngoài ý muốn. Đồng thời, điện thoại thông minh cũng tương tự. Mở điện thoại lên tại một bữa tiệc sẽ khiến bạn bị đánh giá: “Họ bận vậy à? Thật áy náy quá!”

“Ồi, chắc mình ra về sớm thôi”, hoặc thậm chí: “Người đâu mà bất lịch sự!”. Đây là điểm đặc biệt cần phải chú ý và nhớ tránh làm trong một bữa tiệc.

Không cần nhìn đồng hồ cũng có cách để chúng ta xem giờ. Chỉ cần bạn rời chỗ ngồi, đi vào nhà vệ sinh một lát là giải quyết được rồi. Hãy kiểm tra giờ giấc bằng đồng hồ của quán hoặc điện thoại một cách tinh tế và không làm mọi người xung quanh mất hứng.

Trong những tình huống quan trọng như bữa tiệc, hãy liên tục ý thức rằng bản thân mình đang tạo ra bầu không khí như thế nào, đang gây ảnh hưởng như thế nào đến người xung quanh. Bạn phải đứng tại những vị trí nào? Đối phương đòi hỏi những gì? Bạn không được làm những gì? Tôi có ấn tượng rằng phái nữ sẽ có nhiều người giỏi xử lý những vấn đề tinh tế này hơn. Ngược lại, phái nam sẽ có sở trường làm sôi động bầu không khí, gợi chuyện bằng những câu hỏi phù hợp với người xung quanh, và quan sát tình huống giỏi hơn. Nói chung, chúng ta cần ý thức được bản thân mình nên làm những gì.

KIỂM SOÁT BẰNG KHÔNG GIAN 4: NHỮNG KHÔNG GIAN ĐẶC BIỆT GIÚP BẠN THAY ĐỔI TƯ DUY

Từ không gian “văn phòng” đến không gian “phi văn phòng”

Gần đây, càng ngày càng nhiều người bỏ văn phòng nơi thành thị và chuyển đến những vùng có quang cảnh thiên nhiên đẹp để tổ chức hội họp hay tập huấn.

Chuyển từ không gian “văn phòng” đến không gian “phi văn phòng” – một môi trường hoàn toàn khác biệt với ngày thường, mục đích chính là để kích hoạt năng lực giao tiếp. Đến với nơi thiên nhiên trù phú để thay đổi bầu không khí, mọi người sẽ được thư giãn cả thể xác lẫn tinh thần. Từ đó, những ý tưởng và sáng kiến khác biệt sẽ có cơ may nảy sinh.

Không cần phải rời xa thành phố mà chỉ cần chuyển địa điểm cuộc họp đến công viên lớn gần đó cũng sẽ khiến cảm quan của những người tham gia thay đổi. Họ sẽ nhận được những thông điệp khác hẳn ngày thường từ không gian chung quanh. Thay đổi không gian là một biện pháp đơn giản nhưng hiệu quả cho nên không ít doanh nhân kêu gọi mọi người hãy thay đổi không gian làm việc khi bạn bị bí ý tưởng. Thỉnh thoảng, bạn hãy thử thay đổi chỗ ngồi trong văn phòng, thay đổi vị trí và góc nhìn máy tính, đứng trong cuộc họp, v.v. Chỉ cần như vậy, chắc chắn tư duy của bạn sẽ thay đổi. **Qua đây có thể thấy được, biết tận dụng sức mạnh của không gian là một việc vô cùng quan trọng.**

Những luật lệ hiển nhiên trong câu lạc bộ golf danh giá là gì?

Liên quan đến vấn đề “không gian”, tôi từng nghe vị quản lý của một công ty thương mại lớn kể chuyện về một câu lạc bộ golf danh giá. Buổi giới thiệu ở đây đã khiến ông ấy cực kỳ kinh ngạc bởi những quy định ngỡ chỉ dành cho học sinh cấp một lại trở thành bắt buộc tại đây: “Phải chào hỏi mọi người đăng hoàng”, “Hãy lau nước bắn ra sau khi dùng bồn rửa”, v.v. Ngoài ra, đến cả ăn mặc cũng có luật cụ thể, chi tiết như mặc quần đùi phải đi tất dài, lúc dùng tiệt thì mặc áo vest, v.v.

Song khi đã quen, ông lại cảm thấy dễ chịu và vui vẻ nói rằng: “Tôi đã ngỡ thành người lớn rồi thì việc gì phải làm những thứ này.

Thế mà, không ngờ những việc bé xiu này lại ảnh hưởng tới tâm trạng tôi nhiều đến thế.” Ông nói rằng mình đã hiểu ra: Những luật này giúp chúng ta không gây hiểu lầm với người khác. Chỉ vì bộ cánh lập dị đang mặc mà khiến bản thân bị hiểu lầm, bị đánh giá bằng vẻ ngoài, như vậy chẳng phải đáng tiếc sao.

Tôi cảm thấy, quả nhiên là câu lạc bộ đánh golf danh giá, họ hoàn toàn hiểu được sự thật này: *Ngoại hình* đang phát đi nhiều thông điệp ra xung quanh.

Không chỉ tại câu lạc bộ đánh golf, việc dẫn thân vào những không gian đặc biệt khác ngày thường – những nơi bạn có thể rèn luyện khả năng tập trung cao độ – như nhà hàng hay khách sạn năm sao, sẽ tạo cơ hội cho bạn nhìn lại phép nói năng, ăn mặc của bản thân rất nhiều.

KIỂM SOÁT BẰNG THỜI GIAN 1: HỘI HỢP, ĐIỆN TÍN PHÙ HỢP VỚI CHU KỲ SINH HỌC VÀ THỜI GIAN HOẠT ĐỘNG CỦA ĐỐI PHƯƠNG

Tổ chức họp vào buổi chiều sẽ tốt hơn

Sắp lịch vào khoảng thời gian nào? Hành động vào lúc nào? Đây cũng là một phạm trù thuộc giao tiếp phi ngôn ngữ. Qua cách bạn thiết lập thời gian cũng sẽ phát ra những thông điệp về bản thân trong vô thức.

Cùng một sự việc giống nhau nhưng yếu tố quyết định mọi thứ chính là thời điểm.

Ví dụ như việc chọn thời gian thích hợp cho một buổi hội nghị hay họp hành. Mỗi người có một chu kỳ sinh học và giờ giấc sinh hoạt riêng của mình. Buổi sáng thức dậy phơi mình trong ánh nắng, cơ thể chúng ta sẽ bắt đầu hoạt động. Vào ban ngày, hệ thần kinh giao cảm làm việc rất mạnh mẽ, nhiệt độ cơ thể và huyết áp máu đạt đỉnh từ trưa đến chiều tối. Lúc mặt trời lặn, hệ thần kinh đối giao cảm sẽ chiếm ưu thế, chúng ta rơi vào trạng thái thư giãn.

Ban ngày là thời gian lý tưởng để tập trung, làm việc một mình. Ngược lại, nó cũng không phải khoảng thời gian lý tưởng cho hội họp. Khi bạn ăn cơm trưa, hệ thần kinh đối giao cảm sẽ làm việc ngay lập tức, khiến bạn cảm thấy buồn ngủ. Thời gian này là lúc cho những cuộc đối thoại nhẹ nhàng và chuyện phiếm. Sau đó, từ 2 giờ đến 6 giờ chiều chính là khoảng thời gian cân bằng thích hợp nhất cho các buổi hội nghị, họp hành vốn cần phải giao tiếp với người khác. Nếu để quá muộn, hệ thần kinh đối giao cảm sẽ chiếm ưu thế, khiến chúng ta thả lỏng quá mức. Có thể nói 2 hoặc 3 giờ chiều là khoảng thời gian thích hợp cho việc gặp mặt và thảo luận.

Cả hội họp lẫn hẹn gặp mặt đều nhằm “đạt được kết quả” nào đó. Thế nên, cần phải tập cho mình thói quen nhận biết khoảng thời gian thực sự lý tưởng nhất cho mục đích của mình.

Thỉnh thoảng, hãy chọn thời gian họp không phải vì lý do phòng họp trống hay mọi người đang rảnh, mà bởi bạn cho rằng đó là thời gian thích hợp nhất. Không chỉ phụ thuộc vào chu kỳ sinh học, bạn còn phải suy xét xem đối tượng mình hẹn gặp đang trong trạng thái nào, có đang bận hay không để đặt ra thời gian. Bởi chọn

thời gian hợp lý cũng là một dạng thông điệp, nếu đúng cách nó sẽ dẫn bạn đến một kết quả tốt đẹp.

Nắm bắt khuynh hướng thời gian của đối phương

Tuy nhiên, cách sử dụng thời gian của mỗi người lại khác nhau.

Trong vũ trụ này, có vô vàn giống cây cỏ và muôn thú nhưng con người thì chỉ có hai kiểu, *người hay dậy sớm* và *người hay thức khuya*. Với những đối tác quan trọng, bạn phải biết ước đoán thời gian tốt nhất cho trí tưởng tượng và khả năng giao tiếp với người khác của họ.

Ví dụ, bạn thử để ý xem khách hàng chủ yếu trả lời thư điện tử vào lúc mấy giờ? Có người sẽ hay trả lời vào 6 giờ sáng, nhưng cũng có người lại chọn thời điểm 2 giờ đêm. Người trả lời thư vào 6 giờ sáng có thể xem là “người hay dậy sớm”. Những người như thế khả năng cao sẽ làm việc năng nổ ngay từ buổi sáng. Vì vậy, nếu bạn hẹn gặp vào buổi sáng thì họ sẽ vui lòng lắm. Ngược lại, những người trả lời thư vào 2 giờ đêm thường hay thức khuya dậy muộn, cho nên họp hành vào ban ngày với họ có khi là chuyện không thể tưởng tượng nổi.

Từ những gợi ý như thế, chúng ta hãy xem xét thời gian cho phù hợp với đối phương để xếp lịch nhé. Tuy đây chỉ là chi tiết nhỏ thôi nhưng nó cũng là một trong những yếu tố chính quyết định hình tượng của bạn trong mắt đối phương đó.

Căn giờ thuận lợi cho đối phương mới gọi điện thoại

Lựa chọn đúng thời điểm để gọi điện góp phần giúp bạn ghi điểm trong mắt đối phương.

Trong cuộc sống hiện đại ngày nay, điện thoại là một công cụ thuận tiện cho phép bạn giao tiếp với đối phương ngay lập tức, nhưng lại không giúp chúng ta biết được họ đang trong tình huống như thế nào. Bên cạnh đó, những kênh giao tiếp như thư điện tử, LINE hay Messenger đã trở nên thông dụng với cuộc sống của chúng ta, vì thế bạn càng phải hết sức chú ý khi sử dụng chúng. Tôi thường tự đặt ra một vài lưu ý cho bản thân như không gọi điện trong vòng 30 phút sau khi vào làm việc. Bởi vì, sáng sớm sẽ hay có họp đầu giờ nên đối phương sẽ rất bận. Nếu bạn gọi đến vào lúc đó thì họ sẽ chẳng mấy thoải mái và bạn cũng không thể tạo được thiện cảm. Ưu điểm của thư điện tử, LINE và Messenger là người nhận có thể xem và trả lời khi có thời gian. Tuy nhiên, những cuộc điện thoại trực tiếp lại không làm được điều này. Vậy nên, trừ phi bạn có lý do thích đáng như công chuyện khẩn cấp thì trong nhiều trường hợp, gửi thư điện tử sẽ thuận tiện hơn.

Giả sử muốn gọi điện thoại thì bạn phải tìm hiểu và biết rõ đối phương cũng thích trao đổi qua điện thoại. Ngoài ra, để tạo ấn tượng tốt đẹp trong lòng người khác thì nên hạn chế làm phiền đối phương; nếu nắm được thời gian đối phương bận thì bạn nên sắp xếp và tránh lúc đó ra. Ngoài ra, trước khi vào thẳng vấn đề thì

nhất định phải hỏi đối phương một câu mào đầu: "Lúc này có tiện nói chuyện không ạ?" Đừng xem thường nó, những chi tiết nhỏ nhỏ này chính là nguyên liệu tạo nên ấn tượng về bạn đấy. Không có chúng, bạn ắt sẽ gieo ấn tượng xấu vào lòng đối phương ngay tức khắc. Lúc đó, họ sẽ nghĩ bạn là người không vô duyên, không biết để ý.

Cách chắc chắn nhất để cuộc trò chuyện diễn ra suôn sẻ trong bầu không khí thoải mái nhất cho cả đôi bên là gửi thư hỏi trước đối phương: "Có thể cho em biết nên gọi cho anh chị vào khoảng thời gian nào không?" Bạn cũng có thể nhắn tin cho họ qua Messenger hoặc LINE để hỏi. Sau khi nhận được câu trả lời đồng ý thì bạn mới gọi điện, như vậy sẽ tiện cho đối phương hơn.

Điện thoại không thể giúp chúng ta biết được tình trạng hiện tại của đối phương, vậy nên hãy chú ý khi sử dụng nó để tránh làm phiền người khác.

KIỂM SOÁT BẰNG THỜI GIAN 2: CÁCH "KHEN-CHÊ" ĐÚNG THỜI ĐIỂM

Những nhận xét tiêu cực, hãy để dành đến chiều tối

Bạn có nhầm lẫn, sai sót trong công việc, nhưng mới sáng sớm đã bị cấp trên quở trách thì thật xuống tinh thần, phải không? Cả ngày hôm đó chắc hẳn bạn sẽ ủ rũ, phiền lòng, những công việc khác cũng sẽ chẳng mấy tiến triển.

Thực ra không phải lúc nào cấp trên cũng có thể tùy ý chê trách nhân viên của mình, mà nên chọn khoảng thời gian thích hợp để đưa ra những lời nhận xét tiêu cực sao cho không-tiêu-cực, độ chừng chiều tối. Tại thời điểm này, công việc trong ngày đã xong xuôi nên dẫu có bị nhận xét tiêu cực đi nữa thì tinh thần của người nghe cũng ổn định hơn và sẽ không làm ảnh hưởng đến những công việc sau đó. Họ đã kết thúc công việc, nghe xong thì chỉ về nhà và đi ngủ. Giấc ngủ sẽ giúp họ lấy lại năng lượng nên sáng hôm

sau, họ vẫn có thể hăng hái làm việc. Ngoài ra, như tôi đã giải thích khi này, trong chu kỳ sinh học của con người, buổi chiều tối là lúc hệ thần kinh đối giao cảm chiếm ưu thế và cơ thể bạn sẽ thả lỏng, thư giãn. Vì vậy, dù phải nghe sếp trách mắng, chúng ta vẫn đỡ sốc và dễ tiếp nhận hơn.

Đừng bỏ qua thời cơ khen ngợi người khác

Ngược lại, chúng ta không nên bỏ lỡ thời cơ đưa ra phản hồi tích cực hay *lời khen ngợi* với đối phương, bởi đây cũng là một điều vô cùng quan trọng. Được khen ngợi ngay ở “hiện tại” sẽ dễ khiến chúng ta cảm thấy hạnh phúc hơn. Chứ khi đã qua một thời gian, dù có được khen thì cảm xúc vui sướng trong chúng ta cũng phai nhạt ít nhiều. Lúc này, lời khen của bạn không còn giá trị cao nữa.

Vì vậy, thấy cấp dưới làm tốt một việc thì đừng ngần ngại mà hãy ngay lập tức khen ngợi họ, coi như tặng cho trái tim họ một bông hoa đỏ tươi. Bởi khi ấy, đối phương vẫn còn thấy phấn khởi, ký ức của họ về lời khen đẹp đẽ đó sẽ lưu lại mãi mãi và ấn tượng giữa họ với bạn cũng sẽ dễ chịu, thân thiết hơn. Vậy bạn ngại gì mà không chớp lấy thời cơ để khen thưởng họ chứ?

Điểm mấu chốt là hãy nhANH chóng khen ngợi người khác ngay lúc đó

Không những vậy, còn có vô số cách giúp bạn mang đến động lực, niềm tin và quyết tâm làm việc cho cấp dưới. Chẳng hạn, nhân viên sẽ cảm thấy phấn khởi hơn hẳn nếu sếp cất công gọi điện khen thưởng họ dù đang bận việc, không có ở công ty; hoặc lúc cấp trên đích thân đến tận bàn làm việc để bắt chuyện và động viên họ. Nhận được những lời khen dụng tâm dụng sức như thế, ai cũng sẽ cảm thấy có động lực làm việc và càng tạo ra nhiều thành quả to lớn hơn.

Thế nên để lời khen có hiệu quả và giá trị cao nhất thì đúng lúc đúng chỗ là yếu tố rất quan trọng. Hãy khen, chê đúng thời điểm. Hành động đó tựa như phát ra những thông điệp quan trọng “Tôi đang quan sát bạn đấy!”, “Tôi đang đánh giá bạn đấy!” đến đối phương.

KIỂM SOÁT BẰNG THỜI GIAN 3: CÁCH SỬ DỤNG THỜI GIAN CỦA NGƯỜI LÀM VIỆC HIỆU QUẢ

Càng là người “quyền cao
chức trọng” càng trả lời thư
nhẹ nhàng

Thư điện tử đã là một thứ không thể thiếu trong giới kinh doanh hiện nay. Chỉ cần nhìn một bức thư điện tử là đủ để hiểu khả năng sử dụng thời gian của một người. **Kỳ lạ thay, càng là những người ở địa vị cao thì càng trả lời thư nhanh. Không những thế, tốc độ trả lời của họ nhanh đến kinh ngạc. Có thể bạn chưa biết, thời điểm trả lời thư cũng là một yếu tố tạo nên hình tượng cá nhân.**

Ví dụ, viết thư cảm ơn sau một bữa tiệc thì đương nhiên càng nhanh càng tốt. Tôi nghĩ độc giả cũng tưởng tượng được ấn tượng

để lại trong lòng người nhận giữa một bức thư cảm ơn trong ngày hôm đó và bức thư ba ngày sau mới gửi sẽ thay đổi thế nào rồi nhỉ? Gửi thư càng chậm, đối phương càng khó cảm nhận được sự chân thành của lời cảm ơn.

Trong việc gửi thư điện tử, còn có một sự thật ít ai để ý nhưng rất thú vị: khi bạn gửi thư lần lượt cho giám đốc, quản lý, người phụ trách, phần lớn giám đốc là người trả lời trước tiên. Việc được giám đốc trả lời thư đầu tiên sẽ khiến người nhân viên vô cùng vui sướng. Đây chính là nghệ thuật thu phục nhân tâm của những người đã leo được lên vị trí hội đồng quản trị. Hoặc có những vị giám đốc thừa nhận, dù sáng hôm trước nhận được thư, hôm sau trả lời nhưng vẫn viết trong thư rằng: “Xin lỗi vì đã trả lời trễ.” Họ đang làm việc với một cảm giác về thời gian vô cùng tuyệt vời.

Vậy nên, dù bạn không thể phản hồi chi tiết ngay được thì trước tiên cứ trả lời với những ý chung chung một cách nhanh nhất. Chỉ cần như thế thôi, ấn tượng đối phương dành cho bạn sẽ thay đổi hoàn toàn. **Dẫu là ở trường hợp nào thì có “tốc độ” sẽ giúp chúng ta tạo thiện cảm với đối phương tốt hơn.**

Đến địa điểm hẹn trước 15 phút

Mọi người luôn cho rằng có hẹn lúc 10 giờ thì đến quầy tiếp tân trước 10 giờ một chút là ổn. Nhưng không ai nghĩ xa hơn, lỡ như đó là mùa hè thì ra sao? Có khả năng cao bạn sẽ xuất hiện trước quầy tiếp tân với khuôn mặt nhẽ nhại mồ hôi. Dáng vẻ như vậy chẳng

phải bạn sẽ mang đến cho người đối diện cảm giác vô cùng khó chịu sao? Ấn tượng tốt mà bạn muốn xây dựng sẽ bay hơi cùng những giọt mồ hôi thôi!

Vì thế, để tránh những điều đáng tiếc này xảy ra, tôi khuyên bạn nên đến những nơi gần chỗ hẹn ít nhất 15 phút trước khi bắt đầu. Dù lúc đó không phải mùa nóng, để đổ mồ hôi thì bạn cũng nên tới sớm để sẵn sàng tinh thần. Ai cũng muốn có chút thời gian dư dả để chuẩn bị trước cuộc hẹn, phải không? Hay khi bạn lên bục thuyết trình, nếu gặp phải bất trắc thì chẳng ai có thể thay thế cho bạn đâu. Bản thân tôi hiện tại, lúc nào có hẹn cũng cố gắng phải tới nơi sớm hơn ít nhất là 30 phút, dư dả thời gian đủ uống một tách trà, đồng nghĩa với việc tôi sẽ có đủ thời gian để ổn định tinh thần cho buổi diễn thuyết trước khi bước lên khán đài.

Bất kỳ trường hợp nào, bất kể là việc gì, càng sớm càng nhanh càng tốt. Chắc chắn, bạn sẽ tạo ấn tượng đáng nhớ trong lòng đối phương.

KIỂM SOÁT BẰNG THỜI GIAN 4: CÁCH TRẢ LỜI VÀ MỜI MỌC ĐÚNG THỜI ĐIỂM

Thiệp mời và lời mời cũng là một dạng thông điệp

Bạn nhận được thiệp mời dự tiệc nhưng từ giờ tới ngày tổ chức chỉ còn hai tuần. Bạn sẽ có cảm tưởng gì? Phải chăng sẽ trần trở nghĩ ngợi "Họ lỡ quên mời rồi đột nhiên nhớ ra?", "Không có mấy người tham gia nên đành phải mời mình?" gì đấy. Dẫu cho người gửi không hề có suy nghĩ này nhưng người nhận hiểu lầm là chuyện bình thường. Vậy nên ngay cả thời điểm gửi thiệp cũng là một thông điệp.

Chuyện mời đối tác dùng bữa trong kinh doanh cũng tương tự. Với đồng nghiệp thân thiết hay bè bạn, hẹn gặp họ trước khoảng hai tuần thì không thành vấn đề, nhưng các trường hợp tiệc tùng gặp mặt đối tác thì thời gian tối thiểu cho bạn liên lạc, gửi thiệp mời là trước hai tháng. Riêng kết hôn hay tiệc kỷ niệm trọng đại có khi phải mời tận ba, bốn tháng trước đó.

Song thái quá thường bất cập, sớm quá thực ra cũng sẽ biến thành mối lo. Bạn mong mỗi đối phương đến dự ngật nỗi đối phương lại không có hứng thú lắm. Vậy nên khi thiệp được gửi đi quá sớm họ sẽ nghĩ: “Thế này thì khó từ chối quá!” Và trong thực tế, những người chức vị càng cao thì càng có nhiều bữa tiệc quan trọng, thường rơi vào tình cảnh bối rối, khó xử vì phải từ chối những sự kiện nhỏ.

Tiệc tùng, buổi gặp mặt hay một bữa ăn thì thời điểm của lời mời cũng đang ẩn chứa những thông điệp vô hình vô thanh.

Những ai cho người khác leo cây sẽ đánh mất lòng tin

Thực ra, mọi vấn đề đều vận động hai chiều cho nên ngay cả phía người được mời thì thời điểm trả lời cũng là điều vô cùng quan trọng để tạo ra ấn tượng có tính quyết định. Bạn nhận được lời mời từ người khác và nghĩ rằng “Mình nhất định đi!” thì hãy nhanh chóng phản hồi. Ngay lúc ấy, chắc chắn họ sẽ tiếp nhận câu trả lời của bạn một cách vui vẻ. Bởi lẽ, một câu nhận lời OK từ sớm sẽ tạo thiện cảm nhiều hơn so với một lời OK do đối phương thúc giục. Hay đơn giản, với những lời rủ rê hằng ngày từ đồng nghiệp và bạn bè, cho dù bạn không muốn đi thì cũng phải hồi âm sớm cho họ biết mà tranh thủ để kịp rủ người khác. Bằng không, bạn cứ chần chừ mãi không chịu trả lời, họ sẽ không thể đi hỏi ai nữa, lờ dờ việc của cả đôi bên.

Biết nói lời từ chối sớm và đúng lúc cũng là một phép ứng xử lịch thiệp. Ngược lại, không-trả-lời-đối-phương hay truyền “thông điệp câm lặng” là điều cấm kỵ nhất trong giao tiếp.

Họ không muốn đi với mình ư? Họ có kế hoạch khác vui hơn? Họ đang dẫn đo với chuyện gì sao? Họ phân vân không biết có nên đi? Họ có lý do phải do dự? vân vân. Bạn khiến đối phương phải đoán loạn cả lên đấy. Dù không có ý gì nhưng bạn bị đối phương nghi ngờ như thế cũng là điều dễ hiểu. Chung quy lại, kết quả cuối cùng vẫn là ấn tượng của chúng ta bị xấu đi.

Thay vì im lặng làm lơ, biện pháp tốt nhất là thẳng thắn đối mặt với mọi thứ. Nếu vẫn chưa sắp xếp được lịch thì trước hết cứ nói “Bạn đợi tôi suy nghĩ một chút đã” càng sớm càng tốt.

Và điều đáng buồn nhất trong các cuộc hẹn chính là những thành phần “cho người khác leo cây” – hủy hẹn ngay trước phút chót – điều cấm kỵ hàng đầu gây ra biết bao phiền phức cho người tổ chức hay người đặt quán. Tuy nhiên, trong cuộc sống, đôi khi do bệnh tật hoặc vấn đề đột xuất trong công việc mà chúng ta vẫn phải hủy hẹn đột ngột. Trong trường hợp này, hãy nhanh chóng truyền đạt một cách lịch sự việc mình không đi được cho đối phương kèm theo lời xin lỗi chân thành nhất.

Bên cạnh những lần có việc đột xuất thì cũng tồn tại những con người bom hẹn thường xuyên như cơm bữa. Sau một vài lần, người xung quanh sẽ dần nhận ra: “A, lại người này đột nhiên không thể đi được.” Và “quả ngọt” đang chờ đợi người đó chính là: “Từ nay tôi chẳng mời anh ta chi nữa.”

Có nhiều người hay đáp lại những lời mời bằng câu: “Tạm thời chắc tôi đi được.” Từ phía người nhận sẽ cảm thấy: “Ý là còn chưa chắc à? Nếu đi được thì mới đi à? Cảm thấy không ổn chút nào!” Hơn nữa trên thực tế, những người nói như thế chính là những người hay bom hện. **Cho nên hãy nhớ rằng, đừng bao giờ hứa hện với người khác khi bạn không định đi.**

Riêng tôi cảm thấy “công việc bận rộn” không thể nào là một lý do bào chữa cho việc hủy hện, vì mọi người ai nấy đều đang bận rộn theo một cách nào đó. Trong bận rộn chúng ta dành thời gian ra cho các cuộc hện. Vì vậy ngoại trừ vấn đề xảy ra đột xuất thì đây là lý do không nên đưa ra nhất.

Ngoài ra, những người biết phép tắc chắc chắn sẽ nói lời cảm ơn với người tổ chức các buổi tiệc hay buổi gặp mặt. Có lẽ, cả người tổ chức lẫn người xung quanh đều đang mong chờ hành động này của bạn. Đừng quên, chỉ một hành động ấy của chúng ta cũng đang phát tán rất nhiều thông điệp ra xung quanh đấy!

345



CÁCH KIỂM SOÁT
ẢNH TƯỢNG BẰNG
PHỤC TRANG
THÔNG QUA SỰ
GỌN GÀNG, MÀU
SẮC, MÙI HƯƠNG,

V.V



ĐỪNG ĐỂ NGOẠI HÌNH KHIẾN BẠN MẤT ĐIỂM NỮA. CÁCH CHĂM CHÚT "PHỤC TRANG"

"Quần áo" không thơm tất thì sẽ không được coi trọng

Tôi từng kể có một khoảng thời gian tôi dạy lớp học kinh doanh đã nhiều lần nghe thấy học viên nêu ý kiến: "Chỉ cần chăm chút bên trong, ngoại hình có thể nào cũng được." Như đã nói, tôi thấy đây là một suy nghĩ thiên cận quá sức và thực tế trong cuộc sống đang nhìn nhau mỗi ngày bằng gương mặt này thì hoàn toàn không có chuyện đó! Những độc giả đã theo cùng tôi đến chương này chắc hẳn đã được linh hội điều này rồi.

Ngoại hình là một yếu tố quan trọng của giao tiếp phi ngôn ngữ. Dù bạn im lặng không nói một lời, ngoại hình vẫn truyền đi rất nhiều ấn tượng về bạn ra xung quanh. Bạn sẽ tiết lộ rất nhiều thông điệp mình không hề mong muốn với người khác nếu không chăm chút tốt bề ngoài của mình, thậm chí, có nguy cơ vì ngoại hình và trang phục của bạn không được tương xứng mà bạn sẽ lỡ mất cơ hội thể hiện con người tốt đẹp bên trong của bản thân.

Nhân đây, tôi có một câu chuyện muốn chia sẻ đến các bạn như sau. Một người bạn nữ của tôi từng làm việc cho một công ty Nhật, một ngày nọ, công ty cô ấy bị một doanh nghiệp vốn nước ngoài khác mua lại. Là nhân viên xuất sắc nên lần lượt được đề bạt lên những vị trí cao hơn, song ông chủ người Mỹ của cô ấy lại nói như thế này: “Thứ duy nhất em còn thiếu chính là phong thái của một nhà lãnh đạo.”

Lý do ư? Mãi đến tuổi 40 cô ấy vẫn không trang điểm, không có hứng thú với âu phục, lúc nào cũng khoác đại một bộ com-lê không vừa người đến công ty. Cuối cùng cũng có một ngày, cô ấy đã bị phê bình thẳng mặt: “Nếu muốn thăng tiến lên vị trí cao hơn thì hãy thay đổi ngoại hình đi, đây là điều kiện cần thiết của một người điều hành đại diện cho bộ mặt của công ty.”

Vậy là vào thời điểm đó, tôi đã nhận tư vấn giúp cô ấy. Cô ấy là một người rất biết tiếp thu. Cô bắt đầu học cách trang điểm, mặc những bộ com-lê chất vải tốt hơn, trông vừa người hơn. Chẳng mấy chốc, cô thật sự đã thăng tiến lên những chức vụ cao hơn trong công ty, bây giờ đã là thành viên hội đồng quản trị của một doanh nghiệp vốn đầu tư nước ngoài khác.

“Màu sắc” ảnh hưởng rất lớn đến nhận thức của con người

Nói đến những thứ có thể tạo ấn tượng cho đối phương trong im lặng thì không thể nào thiếu được tầm quan trọng của *màu sắc*. Ví dụ một hình tròn màu trắng trông sẽ lớn hơn một hình tròn màu đen cùng kích thước. Hoặc so với một căn phòng tường sơn màu cam thì căn phòng có tường màu xanh sẽ đem lại cảm giác mát mẻ, nhiệt độ thấp hơn. Mọi sự vật đều có màu sắc riêng biệt của nó và những màu sắc ấy sẽ tạo ra ảnh hưởng rất lớn tới nhận thức của con người.

Màu sắc trên trang phục con người khoác lên hàng ngày cũng có tác dụng tương tự. Những màu sắc bạn chọn mặc, sẽ lan tỏa những thông điệp ra xung quanh một cách vô thức. Nắm được ý nghĩa của màu sắc, tìm ra những mảng màu hợp với bản thân, sử dụng thành thạo màu sắc cho từng mục đích chắc chắn sẽ giúp bạn kiểm soát được ấn tượng của bản thân với đối phương, lưu lại dấu ấn vô thanh tốt đẹp trong lòng người.

Trong chương này, tôi sẽ nói về những kiến thức tối thiểu cần phải biết để bạn chín chu “phục trang” của mình như quần áo, màu sắc và cả mùi hương.

KIỂM SOÁT BẢNG PHỤC TRANG 1: NHỮNG ĐIỀU CẦN LƯU Ý TỐI THIỂU VÀ CÁCH TẠO RA SỰ GỌN GÀNG

Hãy ý thức rằng bản thân đang
mặc “đồng phục” cho công việc

Qua những gì bản thân quan sát và trải nghiệm, tôi xin được nhận xét một cách thành thực, thẳng thắn: Trong các doanh nghiệp bấy giờ, có rất nhiều người vẫn chưa hề ăn mặc cho ra dáng một doanh nhân. Đi qua những khu phố kinh doanh, chúng ta vẫn bắt gặp đầy rẫy những người khoác trên mình bộ com-lê nhàu nhĩ, vai thõng xuống vì sức nặng của chiếc cặp xách, đi đi lại lại như những cái xác vô hồn.

Dù cá nhân mỗi người cảm nhận mỗi khác và có thể đã hài lòng với bản thân, song đối với ấn tượng của tôi, trong lĩnh vực kinh doanh những thứ không có thực thể như tư vấn, bảo hiểm thì số

người ý thức quần áo, phục trang sao cho chỉnh tề tương đối nhiều. Có lẽ do mặt hàng kinh doanh của họ không có sản phẩm thực tế nên họ tự ý thức thứ mình bán chính là bản thân mình chẳng?

Nhìn chung, bên cạnh những người đó thì vẫn còn rất nhiều người không mấy ý thức cách ăn mặc của bản thân, mang lại cảm giác khó chịu cho người đối diện. Tuy nhiên, đành phải thông cảm vì rất có thể họ là một trong những trường hợp hiếm không được một ai hướng dẫn về tầm quan trọng của việc ăn mặc áo quần chừa nơi kinh doanh. Bởi lẽ, một số công ty bây giờ, người mới sẽ được đàn anh và sếp chỉ dạy những phép cư xử tối thiểu.

Trước tiên tôi mong các độc giả hiểu rằng chúng ta không được để cho “ăn mặc” kéo chân “nội hàm”. Có người nghĩ rằng để ý “ngoại hình” khiến bản thân nông cạn, hoặc cần có gu mới làm được, nhưng sự thật không hề như thế. Tôi vẫn luôn khuyên mọi người nếu muốn nghiên cứu về thời trang thì chúng ta hoàn toàn có thể mặc những bộ âu phục mình thích trong thế giới của bạn, chứ mang gu thời trang vào quần áo kinh doanh là điều không nên, thậm chí sẽ có những người cảm thấy ác cảm với bạn chỉ vì lý do này. Hãy chọn cách ăn mặc phù hợp với môi trường kinh doanh; **hãy mặc đồng phục dành cho công việc đúng cách; hãy tuân thủ nghiêm túc những quy tắc tối thiểu; đừng quên sự gọn gàng sạch sẽ.**

Chỉ vậy thôi bạn sẽ phần nào giảm bớt và không còn truyền đi những thông tin bất lợi cho mình nữa.

Một vết ố sẽ khiến bạn đánh mất ấn tượng gọn gàng sạch sẽ

Điều quan trọng đầu tiên trên tất cả là sự gọn gàng sạch sẽ. Dù một người đã tự ý thức, cố gắng giữ mình gọn gàng sạch sẽ nhưng mọi người xung quanh có cảm thấy người ấy gọn gàng hay không lại là một chuyện khác. Thực tế, có những thứ bạn không hề ngờ tới sẽ khiến bạn đánh mất cảm giác gọn gàng, sạch sẽ trong mắt đối phương. Một vết ố trên cà-vạt chẳng hạn. Có thể vết ố đó là do lúc ăn trưa đồ ăn bắn lên, bạn xem nhẹ vết ố vì nó nhỏ xíu chẳng ai nhìn thấy đâu, nhưng đây là một sai lầm lớn!

Người khác để ý đến những chi tiết nhỏ như vết ố này rồi đánh giá sự gọn gàng, sạch sẽ của bạn hơn những gì bạn tưởng nhiều đấy. Chỉ một vết ố bé xíu nhưng có khi người ta sẽ phán xét bạn là một người lười thôi.

Vết bẩn ở nút thắt cà-vạt cũng vậy. Chiếc cà-vạt ưa thích được đeo đi đeo lại nhiều lần thì phần nút thắt sẽ dần đen lại do dấu tay của chúng ta. Người đeo thường không bận tâm vì là chiếc cà-vạt họ thích, với cả chúng ta thường cho rằng chỉ đen đen thế này chắc không sao... Nhưng suy nghĩ này rất nguy hiểm. Cái đập vào mắt đối phương là hình tượng của bạn, một người để nút cà-vạt bẩn như thế mà thôi. Cà-vạt nằm gần khuôn mặt nên khả năng nó hút ánh nhìn người khác cao hơn dự đoán nhiều đấy. Ngoài ra, áo sơ-mi trắng, com-lê, áo cánh hay áo vest cũng tương tự.

Một vết ố có thể làm cảm giác gọn gàng sạch sẽ của chúng ta biến mất. Bạn phải luôn ghi nhớ thật kỹ điều này, lúc nào cũng phải kiểm tra, nếu cần thiết hãy mang quần áo đi giặt ủi.

Ý thức về “Tám vùng”

Dẫu có mặc một bộ com-lê đắt tiền tới đâu, thì vẫn còn nhiều thứ khác ảnh hưởng đến cảm giác sạch sẽ của bạn. **Chúng ta cảm nhận sự gọn gàng sạch sẽ thông qua những nơi nào? Theo tôi chính là phải giữ sạch sẽ “vùng mắt”, “vùng miệng”, “vùng tai”, “vùng cổ áo”, “vùng ngực”, “vùng tay”, “vùng đầu gối” và “vùng chân” – gọi chung là *Tám vùng*.**

- Vùng mắt → Ghèn mắt có còn dính không?
- Vùng miệng → Vụn thức ăn có bám vào không? Nam giới thì kiểm tra còn râu sót lại chưa cạo không?
- Vùng tai → Ráy tai có tích tụ không? Tai có bị tóc che mất không?
- Vùng cổ áo → Cổ áo sơ-mi, áo cánh có bị đen không? Nam giới thì kiểm tra cà-vạt có bị lệch không?
- Vùng ngực → Cà-vạt, áo sơ-mi, áo cánh có dính vết bẩn không?
- Vùng tay → Móng tay đã được cắt ngắn, kẽ móng có vết bẩn không? Da tay có bị khô ráp không?

- Vùng đầu gối → Quần đã được là thẳng ly, phần ở đầu gối còn nếp nhăn không? Nữ giới thì kiểm tra váy có ngắn quá không?
- Vùng chân → Vớ có bị sờn không? Giày đã được đánh bóng chưa? Gót giày có bị mòn không?

Sẽ có một vài độc giả nghĩ rằng “Có phải học sinh tiểu học đâu mà...” nhưng chỉ cần thiếu một yếu tố thì cảm giác gọn gàng sẽ tụt xuống hẳn. Chỉ vì một thứ thôi, bạn có thể bị người khác cho là lười thôi, đồng thời gây tổn hại đến sự tín nhiệm của họ với bạn, hãy nhớ nhé!

KIỂM SOÁT BẢNG PHỤC TRANG 2: CÁCH MẶC COM-LÊ – "QUÂN PHỤC" CHIẾN ĐẤU NƠI THƯƠNG TRƯỜNG ĐÚNG ĐIỀU

"Cảm giác vừa người" là sinh mệnh của com-lê

Nhiều người không biết nhưng thật ra, thứ đang ảnh hưởng đến cảm giác gọn gàng của chúng ta còn là "cảm giác vừa người" của com-lê. Com-lê không vừa vặn sẽ phá hủy cảm giác gọn gàng nơi bạn.

Hãy hình dung dáng vẻ một người mặc com-lê lưng thùng và một người mặc com-lê bó sát xem. Bạn có cho rằng họ gọn gàng không? Về tổng thể, tôi cảm thấy khi tuổi tác tăng thì áo com-lê

cũng rộng ra. Đa phần mọi người đều mặt com-lê dạng một kích cỡ, nhưng một chi tiết này lập tức sẽ tiết lộ thông tin bạn là người “không để ý ăn mặc” và thông điệp này chắc chắn sẽ được phát ra xung quanh. Tiếc thay, không ít người đang trong tình trạng này.

E là do những người này không thích đồ quá chật. Họ nói điều này với nhà may và thể nào cũng được nhà may giới thiệu cho loại com-lê một cỡ. Kết quả là mua phải bộ đồ quá rộng.

Ấn tượng một bộ com-lê lụng thùng đem lại, nói chính xác là trông “ngu độn”: Một người lè mề vô tích sự, làm việc gì cũng thiếu trước thiếu sau. Dù trong thực tế không phải như thế, nhưng chỉ vì mặc một bộ com-lê rộng mà mọi người xung quanh sẽ có ấn tượng này với bạn đấy.

Trong khi đó, loại com-lê bó thít thường thấy ở những người trẻ. Khi ai đó mặc bộ này sẽ cho hình dung về một người “dễ dãi”, một người hơi hợt cả lơ phất phơ. Dù những tính cách đó không phải bạn, nhưng hình tượng này đã bộc lộ hết ra xung quanh mắt ròi. Đặc biệt, chỉ cần mặc một bộ com-lê ngắn cũn hờ mông thôi sẽ khiến những người đứng tuổi đánh giá bạn thấp hẳn. Không thể nào chối cãi thực tế đâu, “nông cạn”, “làm việc cẩu thả” là những hình dung từ của không ít những người lớn tuổi dành cho đối phương. Nếu đối tác làm ăn của họ mà xuất hiện trong bộ dạng như thế, thì ngay tại thời điểm đó đối phương chắc chắn đã bị điểm âm rồi.

Bạn cho rằng mình không như vậy thì không phải lo nhưng tiếp nhận ấn tượng thế nào là chuyện của đối phương. Dù bạn

có nghĩ mình không hề phát ra một thông tin nào như thế, nhưng thực tế đối phương vẫn sẽ cảm nhận như họ thấy-họ nghĩ vậy thôi. Đó chính là sự đáng sợ của *phục trang*, hay nói rộng hơn là sự ảnh hưởng của kênh giao tiếp phi ngôn ngữ.

Nếu bạn muốn ăn mặc phong cách thời thượng, hãy mặc ở không gian cá nhân của bạn. Bạn mặc trong một buổi giao lưu hẹn hò nhóm cũng không ai bảo gì. Nhưng trong công việc thì những thứ đó không hề cần thiết, điều bạn nên làm là phải rạch ròi công việc ra công việc. Hãy mặc một bộ com-lê cơ bản chỉ dùng cho môi trường kinh doanh được may chần chu vừa người. Như vậy, ít nhất bạn cũng không đánh mất độ tín nhiệm chỉ vì cách ăn mặc của mình.

Hiện nay có rất nhiều nơi nhận may đo com-lê phù hợp kích cỡ cho bạn. Ngay tại cửa hàng bách hóa hay cửa hàng com-lê chuyên dụng cũng có thể đặt may theo mẫu, hoặc ở cả những cửa hiệu may cao cấp cũng có nơi cho bạn đặt may theo yêu cầu chỉ mất từ vài chục ngàn yên tùy chất liệu vải. Mọi người đều cảm thấy đặt may sẽ mắc tiền, nhưng không hẳn là như thế, có những bộ com-lê đặt may giá cũng không mấy khác biệt với đồ may sẵn.

Chỉ cần mặc một bộ com-lê vừa người, sẽ làm thay đổi cả cảm giác gọn gàng lẫn độ tin tưởng nơi bạn, mọi người hãy thử làm điều này nhé!

Bạn có thể tham khảo bảng kiểm tra dưới đây để chọn cho mình một bộ đồ đúng kích cỡ nhé.

- Khi mặc vest thì phần lưng áo có bị rộng không? (Nếu khoanh tay trước ngực mà cảm thấy lưng áo có chút chật thì vừa đúng. Còn rộng hơn thì là quá kích thước)
- Áo có dài che hết 2/3 hoặc 4/5 phần mông không?
- Tay áo có để lộ sơ-mi khoảng một đoạn 1,5 centimét tính từ cổ tay không?
- Quần có đủ rộng để khi ngồi không cảm thấy bị bó đùi không?
- Quần có đủ dài chạm mu giày (Lai quần vừa chạm đúng mu bàn chân) không?

Hãy coi com-lê màu đen là đồ tang trong ngành dịch vụ

Màu com-lê của các sinh viên trong thời gian hoạt động tìm việc tự lúc nào đã thành màu đen vậy nhỉ? Có phải vì lý do đó mà số người đi làm cả nam cả nữ mặc com-lê màu đen càng ngày càng tăng? Gần đây, tôi còn mấy lần bắt gặp cả những người đứng tuổi cũng mặc com-lê đen nữa. Thế nhưng, tại châu Âu nơi khai sinh ra com-lê, có thể nói là không hề có ai mặc com-lê đen trong môi trường kinh doanh và ở Mỹ cũng không. Ngay cả những chính trị gia ngày thường cũng không có ai mặc đồ đen.

Lý do đơn giản chỉ vì màu đen là màu chỉ dùng cho những dịp ma chay hiếu hỉ mà thôi. Do vậy, mặc com-lê đen trong môi trường kinh doanh ở nước ngoài sẽ khiến người xung quanh bạn sửng sốt đấy, tiếc là không ít người vẫn chưa nhận ra điều đó.

Tôi chân thành khuyên mọi người không nên mặc com-lê đen khi đi ra nước ngoài. Ngay cả trong nước mọi người cũng nên tránh màu đen, bởi trông như bạn đang đi dự ma chay, và vốn dĩ nó còn tạo ra cảm giác “người phục vụ” nữa. Tiêu biểu là nhân viên khách sạn, hay cả nhân viên nhà hàng, cửa hiệu – những người làm trong ngành dịch vụ được gọi là “Áo đen” và đa phần đều mặc đồ màu đen. Đồ đen mang ý nghĩa xóa bỏ sự hiện diện, đóng vai trò hậu cần sân khấu, hỗ trợ cho người đưa ra quyết định.

Vì vậy, mặc com-lê đen sẽ tạo ấn tượng bạn là người không có quyền quyết định, chỉ có vai trò hỗ trợ. Đặc biệt một cô gái trẻ diện một bộ com-lê may sẵn đơn giản sẽ bị nhiều người cho rằng trẻ con, thiếu chín chắn. Hơn nữa, màu đen sẽ khiến bạn nhớ về khoảng thời gian đi tìm việc, thực sự đây chính là ý nghĩa ban đầu của nó đấy. Thế nên, cả nam lẫn nữ đều không nên chọn com-lê màu đen mà hãy chọn màu com-lê cơ bản là chàm và xám. Chi tiết hơn thì nam là vải trơn hoặc sọc nhỏ kẻ dọc cách quãng khoảng 1 centimét, áo được đính hai cúc sẽ tạo cảm giác thanh thoát.

Com-lê cho nữ nên tránh họa tiết kẻ sọc nhỏ

Cũng giống như nam giới, dịp để nữ giới mặc com-lê hay vest càng ngày càng tăng. Theo quan điểm của tôi, cho dù là nữ nhưng trong các buổi thương thảo kinh doanh, nếu không mặc vest thì người đối diện sẽ khó nhận thấy sự chuyên nghiệp nơi bạn. Và thực ra, những người điều hành cấp cao xung quanh tôi đều có ý kiến tương tự.

Có điều, đồ vest may sẵn màu đen sẽ khiến bạn trông như sinh viên đang thời kỳ xin việc, vì vậy nên tránh thì hơn. Ngoài ra, com-lê kẻ sọc nhỏ cũng nên tránh mặc tùy trường hợp. Thực tế, phong cách nữ mặc đồ com-lê nguyên bản của nam từ góc nhìn nam giới sẽ khiến họ cảm thấy người nữ có phần hống hách, thậm chí có người còn thấy khó chịu.

Mặc dù đôi lúc chỉ là do người nữ muốn mình trông cứng cỏi nên mới mặc như thế. Tuy nhiên, **chúng ta cần phải ý thức rằng bản thân com-lê kẻ sọc nhỏ sẽ gây cảm giác áp đảo về tinh thần cho đối phương.**

Vì vậy bước vào một cuộc đàm phán làm ăn với một bộ com-lê kẻ sọc nhỏ trong khi chưa ý thức được vấn đề thì nguy cơ cao bạn sẽ phát ra thông điệp mang tính đe dọa cho đối tác. Để tránh những phản bác bất lợi không đáng có, đặc biệt khi đối thoại với những người nam đứng tuổi, hãy tạo cho mình phong thái hòa nhã sẽ tốt hơn.

Không biết đã nói bao nhiêu lần, nhưng chuyện quan trọng phải nhắc nhiều lần: **Ấn tượng là thứ do đối phương quyết định. Không hề có chuyện ngay từ đầu chúng ta đã cố ý tạo hình tượng tiêu cực.**

Có không ít nữ giới chăm chút gu thời trang cho mình, song như nam giới, vấn đề chưng diện hãy tách biệt với công việc, trong môi trường kinh doanh bạn không cần phải thời thượng đúng mốt. Ở Mỹ, người ta đã tổ chức một cuộc điều tra vô cùng thú vị. Họ chia đối tượng nữ giới đang hành nghề kinh doanh thành ba nhóm "Bảo thủ", "Đại trà", "Thời trang" và tiến hành điều tra theo phương pháp theo dõi. Kết quả, những người thành công nhất là nhóm "Bảo thủ". **Vậy nên, đừng vì chăm chút ăn diện rồi bị trừ điểm nhé.**

Quần tất đen thì NG

Thêm một thứ cần lưu ý trong trang phục nữ giới là việc mặc quần tất đen. Điều này là NG – không nên làm. Chính xác nhất là hãy chọn loại càng giống màu da càng tốt.

Tôi xin nhắc lại: Màu đen là màu dành cho ma chay hiếu hỉ. Là màu không hề phù hợp với môi trường kinh doanh. Có người sẽ liên tưởng đến đám tang chỉ vì chiếc quần tất đen. Thực tế, chỉ cần mặc một chiếc quần tất đen thì sẽ có người nghĩ bạn là: "Người này chẳng biết cái gì cả!"

Bên cạnh đó, quần tất giữ ấm cũng NG. Ngay cả trong những mùa lạnh thì quần tất giữ ấm vẫn không phải là một món đồ

phù hợp với môi trường kinh doanh. Giày búp bê là một loại giày đi phổ thông nên cũng NG. Một đôi giày công sở đơn giản màu đen hoặc be, gót từ 5 centimét đến 7 centimét là đủ. Bạn có thể chọn mặc váy hoặc quần; quần sẽ tạo ấn tượng xông xáo, năng nổ. Nhưng nếu phải nói thẳng ra thì nam giới đa phần sẽ có thiện cảm với nữ giới mặc váy hơn, có cả những công ty đề xuất nhân viên nữ mặc váy. Tuy vậy, tôi nghĩ không có chuyện chỉ vì mặc quần mà bạn lại tạo ấn tượng tiêu cực cho người khác đâu.

KIỂM SOÁT BẢNG PHỤC TRANG 3: CÁCH CHỌN SƠ-MI VÀ GIÀY HOÀN HẢO KHÔNG CHỖ CHÊ

Hãy chọn “trắng” chất lượng cho chiếc sơ-mi của bạn

Chọn sơ-mi cho người làm kinh doanh thì ưu tiên đầu tiên là màu trắng. Không phải trắng ngà mà là trắng tinh. Nó sẽ tạo cho bạn ấn tượng một người gọn gàng, nghiêm túc và có giáo dục. Thêm một ưu điểm nữa là ai cũng hợp màu này. Về chất liệu, 100% Cotton là tuyệt vời nhất. Vải Pôpôlin hay vải Oxford có độ bóng hiện rõ từng sợi dệt cũng rất tốt. Sơ-mi mặc đẹp là phần đuôi cổ áo được che lại dưới lớp vest. Chọn loại có độ mở cổ áo lớn hơn loại “cổ áo bẻ rộng nửa” sẽ giúp cổ áo sơ-mi nằm gọn dưới lớp vest hơn. Loại “bẻ rộng” cũng rất được. Không nên mặc loại sơ-mi đơm cúc ở đuôi cổ áo dưới một bộ com-lê. Lý do là vì kiểu sơ-mi này

thuộc loại trang phục mặc thường, hơn nữa bạn cũng nên tránh cả loại hoa văn và màu. Nói chung an toàn nhất vẫn là sơ-mi trắng. Phần lớn các nhà kinh doanh cũng đều mặc sơ-mi trắng.

Muốn đẹp khác biệt thì bạn nên đầu tư vào chất liệu vải. Hay nói cách khác, mặc một chiếc áo loại tốt cho tương xứng, không nên chọn loại sơ-mi chống nhăn, vì áo có ngả ánh xanh người xung quanh sẽ biết ngay. **Hãy lựa một chiếc áo sơ-mi loại tốt để mặc, bởi sơ-mi thu hút những ánh nhìn để ý đến không ngờ đấy.**

Gần đây chúng ta cũng có thể dễ dàng đặt may một chiếc sơ-mi cho riêng mình. Hãy chọn mặc một chiếc áo sơ-mi trắng tinh vừa in người bạn nhé. Về kích thước sơ-mi, hãy để ý đến “vòng cổ”. Lý tưởng nhất là cổ áo có thể nhét thêm vừa một ngón trỏ.

CHỌN SƠ-MI CÓ ĐỘ MỞ CỔ ÁO
LỚN HƠN LOẠI “CỔ ÁO BỀ RỘNG NỬA”



Bề rộng



Bề rộng nửa

❗ Đuôi cổ áo ẩn bên dưới khi mặc vest

Tháo cà-vạt

không thuộc phạm trù Cool Biz¹

Trong những năm gần đây, chiến dịch Cool Biz mùa hè đã ngày càng định hình. Thế nhưng, dù là Cool Biz tôi cũng không khuyến khích mọi người mặc sơ-mi đơm cúc đuôi cổ áo vì nó quá xuề xòa. Cả sơ-mi ngắn tay vắn cũng không được. Vắn dĩ sơ-mi có tay áo dài là vì quy tắc ứng xử “không lộ những cái dư thừa ra ngoài”. Không ai lại muốn thấy một người lông lá ở chốn kinh doanh cả nên về nguyên tắc, áo sơ-mi mặc trong kinh doanh phải là tay dài. Ngoài ra, áo hoa văn kẻ ca rô và chấm bi đều không phù hợp vì quá thường ngày. Cũng có người mặc áo có hoa văn hay màu ở cổ, khuy áo hay vải lót tay áo, song những kiểu áo sơ-mi đó trông rất rẻ tiền nên về cơ bản tôi khuyên mọi người không nên mặc.

Hơi xa chủ đề sơ-mi một chút nhưng tôi nhận thấy vào mùa Cool Biz, những doanh nhân không đeo cà-vạt đã trở thành quang cảnh quá đỗi hiển nhiên. Thế nhưng, **bạn không được nhầm lẫn: Bạn tham gia Cool Biz không có nghĩa là bạn được tháo cà-vạt.**

Một bộ com-lê nguyên bản phải có cà-vạt mới là com-lê. Chúng ta không được tháo cà-vạt của com-lê ra. Một người mặc com-lê không cà-vạt thật sự trông rất không tự nhiên, vô tình khiến người xung quanh cảm thấy anh ta cẩu thả luộm thuộm.

¹ Cool Biz: Chiến dịch phát động các công ty cho phép nhân viên giản tiện trang phục mặc đi làm hàng ngày ở Nhật.

Có một doanh nhân thuộc doanh nghiệp danh tiếng lâu đời nọ đã phát biểu về chuyện cởi cà-vạt trong com-lê của chiến dịch Cool Biz như sau: “Họ chả hiểu gì về phương thức của com-lê cả. Hãy ví dụ như vào mùa nóng bạn mặc Kimono, bạn chỉ cột mỗi dây chứ không đeo đai lưng vì lý do “đổ mồ hôi nên tôi không đeo” đi. Chuyện này cũng tương tự. Nếu đã thế ngay từ đầu hãy mặc Kimono dành cho mùa hè hay Yukata ấy.”

Như vậy thì nên làm thế nào? Bạn hãy mua riêng rẽ vest và quần. Hãy mua từng chiếc riêng một và phối chúng với nhau, hoặc mua một bộ dành riêng cho Cool Biz. Không chỉ Cool Biz, bạn có thể mặc bộ cánh này khi đến nhà sếp, hoặc đi chơi golf như một bộ “Business Casual” (đồ kinh doanh phong cách hăng ngày) đều được. Mặc một bộ đồ cơ bản nhất gồm vest màu chàm đi với quần xám, phối sơ-mi trắng bên trong sẽ giúp bạn tạo thiện cảm với tất cả mọi người thuộc mọi lớp tuổi.

Sơ-mi trong trường hợp này nên dùng loại “cổ áo ngang” – tức là loại cổ áo khi mặc sẽ thành một đường ngang. Mặc vest không có cà-vạt để làm cổ áo bị gãy khi để cúc áo đầu mở nhưng với sơ-mi cổ áo ngang, chúng ta không còn phải lo vấn đề đó mà vẫn trông rất thời trang.

SƠ-MI NÊN MẶC TRONG MÙA COOL BIZ



Sơ-mi cổ áo ngang

Giày của bạn bị người khác để ý hơn bạn tưởng

Nhắc đến *phục trang* thì người ta thường chú ý đến những thứ như vest và sơ-mi, song thứ mà xung quanh quan sát nhiều đến bất ngờ lại là đôi giày. Một đôi giày bám bẩn, lớp da sần màu, gót giày mòn vẹt là những cái gây ấn tượng xấu nhất. Trái lại, **một người với bàn chân sạch sẽ trong đôi giày đánh bóng tươm tất sẽ giúp họ trông ngăn nắp. Xung quanh sẽ có ấn tượng người này là người cẩn thận để ý đến cả bàn chân của mình.**

Giày công sở về cơ bản nên chọn loại có dây. Những kiểu giày công sở tiêu biểu có ba loại: Loại "Captoe" với phần da bọc mũi giày theo đường thẳng; loại "Wingtip" phần bọc mũi giày tạo thành họa tiết chữ W; và "Monkstrap" đính khóa cài. Màu sắc chỉ gồm đen hoặc nâu. Loại không dây xỏ chân vào là đi ngay "Slip-on" có thể dễ dàng cho việc đi vào tháo ra, nhưng không phù hợp với môi trường kinh doanh. Giày lười "Loafer" cũng nên tránh.

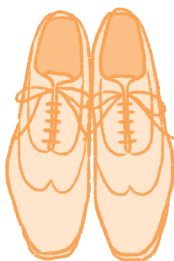
Gần đây, tôi cũng hay bắt gặp mấy cảnh, chủ yếu là người trẻ đi giày mũi nhọn hếch lên. Song đôi giày ấy khiến tôi không mấy thiện cảm. Giày cũng tương tự áo quần, nếu muốn chưng diện hãy làm ở những không gian cá nhân của bạn.

Giá thành của giày thì muôn hình vạn trạng, nhưng tôi nghĩ nên đầu tư mua loại cao cấp một chút, sau đó hãy thường xuyên đánh bóng và bảo dưỡng để vì ai cũng muốn một đôi giày đi được lâu năm đúng không nào?

BA LOẠI GIÀY CÔNG SỞ TIÊU BIỂU



Monkstrap



Wingtip



Captoe

KIỂM SOÁT BẢNG PHỤC TRANG 4: CHĂM CHÚT ĐẾN TỪNG CHI TIẾT NHỎ BẢNG PHỤ KIỆN

Gây ấn tượng trước nhất trong buổi gặp lần đầu với hộp đựng danh thiếp

Nhắc đến việc hay làm ở những buổi gặp mặt lần đầu trong môi trường kinh doanh không thể không nói đến trao đổi danh thiếp. Và thứ sẽ đập vào mắt đối phương trước tiên là hộp đựng danh thiếp của chúng ta. Vậy nếu ta mang một hộp danh thiếp rẻ tiền thì nguy cơ cao bạn cũng sẽ bị đánh giá là... rẻ tiền như thế.

Loại mà tôi rất để ý và không đề cao là loại hộp danh thiếp bằng inox, thế nhưng lại có một điều khá bất ngờ là rất nhiều người đang sử dụng nó. Vì sao họ lại chọn loại này nhỉ? Thật sự, nó sẽ tạo ấn tượng bạn là người cầu thả đấy, tốt nhất là đừng dùng.

Tôi đã từng gặp rất nhiều vị quản lý, điều hành cấp cao hay doanh nhân nước ngoài, nhưng chưa từng thấy ai sử dụng hộp danh thiếp bằng inox bao giờ. Quả nhiên là vì họ biết rằng người xung quanh sẽ nhận lấy thông điệp không tốt từ hộp danh thiếp ấy mà thôi. Chưa kể, những hộp danh thiếp in chìm in logo hãng như mời gọi mắt người nhìn cũng không thể nói là một cách gây thiện cảm được. Tôi vẫn hằng nhắc nhở khách hàng của mình những điều này trong các buổi tư vấn: **Trong môi trường kinh doanh, điều quan trọng là đừng làm cho đối phương phải thất vọng rằng: “Trời ạ!” Cho nên, bạn không cần tạo cơ hội đó cho họ đâu.** Nếu muốn mua loại có thương hiệu thì hãy trải nghiệm ở những không gian cá nhân của bạn nhé.

Bạn có lưu ý đến những phụ kiện bút, ví, đồng hồ chứ?

Ngoài ra, *phụ kiện* còn phải kể đến bút – vật dụng không thể thiếu trong các buổi thương thảo cũng nằm trong tầm chú ý của đối phương. Giữa việc mang một chiếc bút trăm yên, và một chiếc bút đủ giá trị nghiêm túc với tình huống thì ấn tượng sẽ hoàn toàn khác biệt. Thậm chí, khi ký hợp đồng nhập hàng hóa đắt tiền mà bị đưa cho một cây bút bi rẻ tiền thì bạn sẽ thất vọng đúng không? Trong những cuộc họp của công ty, sử dụng một chiếc bút để viết, quen tay hoàn toàn không vấn đề, nhưng khi đi thăm đối tác, ký một hợp đồng quan trọng thì hãy nhớ mang theo một cây bút

tương xứng. Chỉ vì một cây bút mà khiến đối phương mất thiện cảm với bạn thì thật chẳng đáng.

Ngoài ra, việc trả tiền ở bàn cơm lúc họp trưa hay tiệc trong môi trường kinh doanh thì chiếc ví của bạn cũng là vật bị quan sát nhiều hơn bạn tưởng đấy. Một chiếc ví dùng lâu ngày đã cũ kỹ, lớp da bạc màu sẽ khiến xung quanh chú ý nhiều đến không ngờ đấy. Ví là món đồ sử dụng hàng ngày rất khó phát hiện những chỗ hư hại, thỉnh thoảng chúng ta nên đem ví ra kiểm tra sẽ tốt hơn. Thêm một điều nữa, một chiếc ví căng phồng những hóa đơn và thẻ sẽ tạo ấn tượng rất khó coi, thế nên thường xuyên sắp xếp những thứ trong ví là một điều rất quan trọng. Cũng giống như hộp danh thiếp, sẽ an toàn hơn nếu ta tránh những chiếc ví in logo nổi bật. Đặc biệt, nam giới nên chọn ví da thân dài, thiết kế đơn giản với tông màu đen hoặc nâu.

Bên cạnh đó, tôi cũng thường nhận được câu hỏi đồng hồ phù hợp với môi trường kinh doanh là loại như thế nào. Về đồng hồ, tôi khuyên mọi người nên chọn loại dây đeo bằng da màu đen; mặt số đồng hồ mỏng, càng mỏng cảm giác trang trọng càng cao; phần kim loại nên được làm bằng bạc.

Đừng để cặp xách lên bàn

Khi đến thăm khách hàng và được dẫn vào phòng họp, có những người sẽ đặt cặp xách mang theo lên ghế bên cạnh với lý do ghế trống chưa có ai ngồi, nhưng hành động này hoàn toàn NG.

Khi bạn chờ trên sân ga hay ngồi trong tàu điện, sẽ có đôi lúc bạn thấy nặng nề để cặp xách xuống đất phải không? Và như vậy đương nhiên đáy cặp sẽ bẩn rồi. Thế thì hành động đặt một chiếc cặp xách bẩn đáy lên chiếc ghế sẽ thành chỗ ngồi của người khác có phải là hành động tế nhị, đúng đắn không? Thản nhiên đặt túi của mình lên ghế như vậy thì người khác có nghĩ xấu về bạn: “Hóa ra là người thế này!” thì cũng dễ hiểu.

Hành động ấy sẽ phát ra thông điệp bạn là người không tinh ý.

Khi chọn một chiếc cặp công sở, hãy chọn một chiếc cặp có thể tự đứng mà không đổ ra sàn. Không nên sử dụng cặp không thể đứng được. Một chiếc cặp có gắn đinh tán ở đáy sẽ tạo cảm giác vững vàng, giúp đáy cặp không bị tiếp xúc trực tiếp với mặt nền lúc đặt dưới sàn hay một nơi nào đó mà trở nên quá bẩn. Một chiếc cặp lý tưởng trong môi trường kinh doanh là một chiếc cặp da màu đen hoặc nâu. Có điều, hiện nay chúng ta cũng hay mang theo hành lý nặng như máy tính cá nhân nên một chiếc túi nhựa tổng hợp cũng nằm trong phạm vi cho phép. Nói chung, lý tưởng vẫn là cặp da, có đinh tán ở đáy cặp càng tốt và hãy nhớ kỹ nguyên tắc trong môi trường kinh doanh: cặp là thứ để dưới sàn nhé.

KIỂM SOÁT BẰNG MÀU SẮC: TÁC DỤNG ĐIỀU KHIỂN CẢM XÚC CỦA MÀU SẮC

Chúng ta có thể điều khiển cảm xúc của người khác bằng màu sắc

Như tôi đã nói với các bạn ở phần trước, **chúng ta có thể điều khiển ấn tượng mình muốn truyền tải thông qua màu sắc**. Não sẽ tiết ra những hóc môn não bộ khác nhau thông qua thông tin nhận được từ thị giác. Những hóc môn đó sẽ điều khiển cảm xúc của chúng ta.

Chẳng hạn, màu đỏ sẽ thúc đẩy Adrenaline tiết ra, tác dụng lên hệ thần kinh giao cảm và Adrenaline sẽ dẫn đến sự hưng phấn, kích thích cho cảm xúc. Vì vậy tám vải "Muleta" các đấu sĩ bò tót hay mang trên tay mới có màu đỏ. Thực ra bò tót không thể phân biệt được màu sắc, đối với chúng tám vải màu đỏ hay xanh đều không liên quan. Như vậy giải thích cho vấn đề tám vải Muleta của các đấu

sĩ có màu đỏ là vì đối tượng nó hướng đến không phải bò tót mà chính các vị khán giả: khiến cho khán giả trở nên phấn khích hơn.

Điểm này tôi cũng đã giới thiệu trong Chương 1 cho các độc giả rằng, tổng thống Mỹ rất giỏi trong việc vận dụng màu sắc để kiểm soát cảm xúc của người xung quanh thông qua chiếc cà-vạt của mình. Ví như, tổng thống Trump thường xuyên đeo cà-vạt đỏ có độ bóng nhằm gây ấn tượng nhiệt huyết và mạnh mẽ cho bản thân.

Những kiểu cảm xúc do từng màu sắc tạo ra

Con người sẽ bị ảnh hưởng thế nào dưới sức mạnh do màu sắc gây ra? Tôi xin kể với các bạn bốn câu chuyện nổi tiếng về vấn đề này.

Xanh lá. Ở nước Anh, có một cây cầu màu đen là địa danh tự sát nổi tiếng với tên gọi đúng hình dung của nó – Blackfriars (Thầy tu đen). Chính vì vậy, người ta đã sơn lại màu cây cầu từ đen sang màu xanh lá tươi sáng hơn. Kết quả, số người tự sát giảm xuống còn 1/3. Xanh lá sẽ khiến cơ thể tiết ra Acetylcholine. Acetylcholine có tác dụng an thần, giảm căng thẳng thần kinh nên đã giúp những người muốn tự tử từ bỏ ý định đó.

Xanh dương. Khi thành phố Glasgow thuộc Vương quốc Anh được lệnh thay đổi cảnh quang và chuyển đèn đường sang loại màu xanh thì ngay lập tức, tỷ lệ tội phạm và tệ nạn thành phố

giảm đáng kể – một sự biến hóa không thể ngờ tới. Ngay tại Nhật Bản người ta cũng ứng dụng cách này vào rất nhiều thành phố, tiêu biểu là Nara, hiệu quả được nâng cao rất nhiều. Xanh dương sẽ thúc đẩy Serotonin tiết ra, có tác dụng giúp chúng ta cảm thấy an tâm, bình tĩnh. Chính nhờ vào hiệu quả này mà tỷ lệ tội phạm đã giảm.

Hồng. Trong một trại giam nọ, sau khi người ta sơn lại tường thành màu hồng nhạt thì đã giảm hẳn những vụ gây gỗ của phạm nhân với nhau. Hồng sẽ làm cơ thể chúng ta tiết ra chất Estrogen, và chất này sẽ giúp con người cảm thấy điềm đạm hơn.

Tím. Bộ máy quan chế gồm mười hai bậc do Thái tử Shotoku¹ thiết lập, bậc quan cao nhất có đồng phục màu tím. Áo cà sa của các tăng lữ bậc cao nhất cũng là màu tím. Tím sẽ thúc đẩy tiết ra Norepinephrine kích động thần kinh, chất này sẽ tạo cho chúng ta cảm giác sợ hãi và bất an. Chính vì thế mà chúng ta thường cảm thấy kính sợ với người mặc đồ màu tím.

Mẹo chọn cà-vạt

Như tôi đã nói, com-lê của nam trong môi trường kinh doanh về cơ bản chỉ có màu chàm hoặc xám, hoa văn sọc dọc hoặc trơn, gồm hai cúc áo. Trong việc chọn áo sơ-mi tôi khuyên mọi người chỉ nên mặc trắng, thế nên cà-vạt là thứ sẽ trở nên vô cùng quan trọng trong việc điều khiển ấn tượng bằng màu sắc.

¹ Thánh Đức Thái tử (574-622): Nhà chính trị, nhà cải cách, nhân vật Phật giáo lừng danh trong lịch sử Nhật Bản.

Nếu muốn tạo hình tượng nhiệt huyết, sôi nổi, năng động, khỏe khoắn hãy chọn sắc ấm thuộc tông đỏ. Ngược lại, muốn nhấn mạnh vào sự điềm tĩnh, chín chắn, tri thức, lãnh đạm hãy chọn màu lạnh thuộc tông xanh. Trong những buổi diễn thuyết hãy chọn cà-vạt có màu bắt mắt, nhìn rõ được từ xa, hoa văn kẻ sọc, độ tương phản cao. Trái lại, muốn trò chuyện thông thả với cấp dưới trong các buổi thảo luận nên chọn loại màu trầm, nếu có hoa văn thì lựa kiểu có độ tương phản không quá nổi bật sẽ tốt hơn.

Thông qua việc chọn cà-vạt tương ứng với tình huống, bạn sẽ thay đổi được ấn tượng của bản thân và hình ảnh của không gian bối cảnh.

Song như tôi đã từng nói qua trước đó, sử dụng cà-vạt tông đỏ gây kích động cảm xúc ở trường hợp xin lỗi là điều cấm kỵ. Hãy chọn các tông màu trầm như màu chàm hay nâu, hoa văn cũng thuộc kiểu truyền thống tạo cảm giác tin tưởng như chấm bi nhỏ hoặc hoa văn nhí. Kẻ sọc mang sắc thái năng động, cởi mở không phải hoa văn phù hợp với tình huống xin lỗi. Chỉ một hành động chọn cà-vạt mà ấn tượng của bên tạ lỗi sẽ thay đổi.

Cựu doanh nhân của một doanh nghiệp tầm cỡ thế giới tôi quen biết kể rằng một ngày ông ấy thay không biết bao nhiêu là cà-vạt. Lý do là cứ tùy đối tượng và mục đích gặp ông ấy sẽ thay một cái mới.

Thông qua phục trang chúng ta sẽ tạo ra cảm giác tin tưởng, an tâm và thân thiết với đối phương. Ngoài ra, hãy tưởng tượng đối phương sẽ mặc gì khi đến để tìm điểm chung,

rút ngắn khoảng cách với đối phương và tạo chủ đề câu chuyện.

Một doanh nhân tầm cỡ thế giới sẽ suy nghĩ tới cả khía cạnh này.

Nhân đây mà nói, Thủ tướng Abe của Nhật Bản cũng rất hay đeo cà-vạt sọc màu vàng. Với những chính trị gia hay đeo cà-vạt tông màu đỏ tượng trưng cho vai trò lãnh đạo thì màu vàng là màu khá gây bất ngờ. Màu vàng có tác dụng đem lại cảm giác thân thiện, vui tươi. Như vậy, thông qua việc quan sát ai đeo những chiếc cà-vạt như thế nào cũng sẽ giúp bạn học hỏi thêm nhiều điều.

CHỌN HOA VĂN TƯƠNG ỨNG VỚI HÌNH TƯỢNG VÀ TÌNH HUỐNG



Kẻ sọc

● **Năng động, cởi mở**



Hoa văn nhí

● **Truyền thống, đáng tin tưởng**



Chấm bi nhỏ

KIỂM SOÁT BẰNG MÙI HƯƠNG: TẠO NÉT KHÁC BIỆT VỚI NGƯỜI KHÁC BẰNG MÙI HƯƠNG

Đôi khi mùi hương sẽ để lại ấn tượng mang tính quyết định

Trong năm giác quan “thị giác”, “thính giác”, “khứu giác”, “vị giác”, “xúc giác” thì phần nguyên thủy nhất của não bộ, phần tác động phần con của loài người chính là “khứu giác”, bạn có thể mất trí nhớ nhưng khứu giác của bạn luôn ghi nhớ mọi ký ức. Hay nói cách khác thứ lưu giữ được ấn tượng lâu nhất trong lòng người lẫn trong bộ nhớ của mỗi người chính là *mùi hương*. Tức là, mùi hương là yếu tố sẽ tác động đến bản năng của loài người, bất kể có chủ ý hay không.

Một người quen của tôi làm trong công ty hương liệu đã nói thế này: “Con người có thể chịu được việc nhìn thấy một vật ô uế,

nhưng không thể nào chịu được việc ngửi phải một mùi xú uế.” Nghĩa là, giả sử để đối phương nhận lấy một mùi hương NG thì nó sẽ trở thành ấn tượng xấu chí mạng. Dù chẳng nói lấy một lời nhưng bạn đã phát ra một thông điệp – một hành vi giao tiếp phi ngôn ngữ then chốt với đối phương.

Nếu không chăm chút cho mùi hương trên cơ thể, khả năng cao bạn sẽ gây ra ấn tượng tệ hại nhất mà chính bản thân cũng không hề ý thức.

Gần đây, vấn đề “tra tấn mùi hương” – sử dụng nước hoa hoặc nước xả vải có hương liệu quá nhiều đến độ khiến người khác khó chịu cũng đang xảy ra. Dù rằng những mùi này rất thơm nhưng nhiều lúc cái gì quá thì cũng không tốt và phản tác dụng. Nhưng qua đây thì chúng ta càng thấy rõ hơn, ngay cả những hương thơm còn khiến người khác khó chịu như thế, huống gì những mùi mồ hôi, thuốc lá, mùi ẩm ướt trong mùa mưa thì sẽ còn gây ấn tượng khủng khiếp đến dường nào nữa? Chắc hẳn không cần nói thì ai trong chúng ta cũng có thể hình dung được.

Hơn nữa, tôi còn nghe những người khác e ngại mà nói với nhau rằng có thể tưởng tượng ra mấy người đang “bốc mùi” đó ăn ở thế nào luôn. Song trên thực tế, nhà của những người này có thể là rất sạch sẽ ngăn nắp, nhưng một khi mang những loại mùi cơ thể như tôi đã nêu trên thì người khác chỉ đành hình dung họ đang sống vô cùng lười biếng, cầu thả, còn họ thì không cách nào chối cãi, giải thích nổi.

Lại có chuyện, một doanh nhân luôn mang trên người mùi bạc hà thoang thoảng. Tôi đoán là vì trước khi hội họp hay gặp ai đó, người này luôn đánh răng súc miệng như một phép lịch sự với đối phương. Ngoại hình người này cũng trong khoảng thanh nhã thông thường nhưng nhờ mùi hương, sự thanh nhã ấy đã tăng một bậc, trông vô cùng có khí chất và thiện cảm.

Như vậy, mùi hương cũng đang ảnh hưởng vô cùng lớn đến công việc của chúng ta, đặc biệt phái nữ rất nhạy cảm với mùi hương. Thế nên để công việc được tiến hành trôi chảy, hãy chú ý đến mùi hương của bản thân nhiều hơn nhé.

Tuy nhiên, chúng ta rất khó để tự nhận biết mùi hương cơ thể mình. Lỡ xịt quá nhiều nước hoa thì bản thân cũng rất khó điều chỉnh cho hợp lý. Vì vậy, cách hữu hiệu nhất là hãy nhờ người nhà hoặc đồng nghiệp thân thiết kiểm tra trước khi đi gặp đối tác hay khách hàng hay bất kỳ ai quan trọng với bạn cho chắc chắn. Ngoài ra, bạn phải lưu ý giữ gìn bản thân luôn trông sạch sẽ. Hãy thay áo sơ-mi mới mỗi ngày. Những ngày không phơi được bên ngoài thì dùng bột giặt cho quần áo phơi trong phòng. Đặc biệt phải chú ý đến mùi thuốc lá, không nên để nó tạo nên ấn tượng xấu về bạn cho người khác. Bắt đầu có tuổi thì nên chú ý đến mùi đặc trưng của người già. Người ta nói mùi này bốc ra từ sau tai, nên khi tắm bồn hãy nhớ rửa cho kỹ chỗ này. Chỉ cần vài hành động nhỏ thôi sẽ giúp bạn khác đi khá nhiều đấy.

Nếu để cho mùi cơ thể kéo chân công việc của bạn thì quả là một điều đáng buồn và đáng tiếc lắm.

Vận dụng mùi hương hiệu quả

Tiếp cận vấn đề này theo chiều hướng khác, chúng ta nên suy nghĩ làm sao để vận dụng thuần thực mùi hương, hương thơm vào việc điều khiển ấn tượng cho thật tốt. Biện pháp đơn giản nhất ai cũng có thể làm là hãy tập sử dụng thành thạo nước hoa. Có nhiều người phái nam vẫn còn ngại sử dụng nước hoa, song nếu dùng đúng cách sẽ không có chuyện tra tấn mùi hương đâu.

Lý tưởng nhất là bạn xịt thể nào để khi đối phương tới gần sẽ ngửi được một hương thơm thoang thoảng. Theo kinh nghiệm của mình, tôi mách nhỏ với các bạn chút bí quyết, hãy xịt ở vùng bụng, chỉ cần một lần. Sau đó chúng ta còn mặc áo lót và sơ-mi nên sẽ không phải lo bị nặng mùi. Mùi hương sẽ len từ dưới lên trên nên bản thân bạn cũng thưởng thức được nó. Hoặc xịt ở đùi cũng khiến hương dậy vô cùng tự nhiên.

Một bức thư tôi nhận được từ phụ nhân của một doanh nhân nào đó cũng có mùi thơm vô cùng nhẹ nhàng. Tôi nghĩ là do hương thơm đã thấm vào giấy viết thư. Những tiệm văn phòng phẩm lớn đôi khi cũng bán một loại thẻ hương gọi là Fumiko, được chẻ từ gỗ trầm hương và gói trong giấy Washi Nhật, mùi rất dễ chịu. Người quen của tôi từng kể đã gặp qua một người phụ nữ có danh thiếp rất thơm khiến người này cực kỳ có thiện cảm. Dường như người phụ nữ đó đã bỏ miếng giấy được ngâm nước hoa vào hộp danh thiếp. Sự kết hợp giữa danh thiếp và nước hoa cũng là một sáng kiến rất tuyệt.

Hương thơm cũng có thể dùng vào khía cạnh tạo ấn tượng cho bản thân trong mọi trường hợp kinh doanh.

Lại có một cô bạn của tôi là người có hứng thú với hương liệu. Cô ấy từng nói hương thơm rất có ích trong việc điều hòa tâm thần. Vùng dưới đồi của não là nơi hương thơm truyền tới và chi phối hệ thần kinh tự chủ của chúng ta. Hương thơm sẽ truyền trực tiếp đến não nên cảm xúc của chúng ta rất dễ bị hương thơm ảnh hưởng.

Sau đây tôi xin giới thiệu bốn mùi hương có công dụng điều hòa tâm thần như sau:

Hãy lý giải cảm xúc và tâm trạng hiện tại của mình và vận dụng hương thơm để kiểm soát. Bản thân tôi cũng từng mang một lọ nhỏ tinh dầu Bách xù để ngửi trước mỗi bài diễn thuyết giúp thư giãn cảm xúc, quả nhiên tâm trạng đã có chuyển biến rất nhiều. Lại có một biên tập viên mà tôi biết thường dùng mảnh vải đã tẩm hương liệu để lau bàn làm việc mỗi sáng. Bắt đầu công việc trong một không gian phảng phất hương thơm quả đúng là một thói quen tuyệt vời.

Hương thơm gây ảnh hưởng đến não bộ và cảm xúc con người. Vì vậy, sử dụng thành thạo hương thơm là một lợi thế. Bạn có thể vận dụng tích cực giao tiếp phi ngôn ngữ hương thơm vào đời sống.

Ngoài ra, *kiểu tóc* và *trang điểm* tôi chưa kể đến cũng đang đưa ra rất nhiều thông điệp đấy. Có bạn nam chỉ đổi kiểu tóc mà ấn tượng thay đổi hoàn toàn tốt hơn. Cũng có bạn nữ thay đổi cách trang điểm đã gạt hái thành quả công việc.

Chỉ cần nhận ra tầm quan trọng của *ngoại hình*, chúng ta sẽ dần dần nâng cao ý thức như thế. Và điều này chắc chắn sẽ sinh ra hiệu ứng tích cực cho hình tượng của chính bạn. Dẫu bị nói là “người sống bằng ngoại hình” cũng được, nhưng tôi rất mong các bạn hãy điều chỉnh ấn tượng ngoại hình của mình theo hướng tốt đẹp hơn, có như vậy nội tâm của bạn mới có cơ hội được người khác khám phá và tự nó tỏa sáng.

- Khi muốn thư giãn → Oải hương/Cam sành/Hoàng đàn, v.v.
- Khi muốn tâm trạng lạc quan → Cam/Bưởi đắng, v.v.
- Khi muốn tâm trạng điềm đạm, không còn bồn chồn → Nhũ hương/Hoàng lan/Bách, v.v.
- Khi muốn loại bỏ các suy nghĩ → Sả/Bạc hà Âu/Hương thảo, v.v.

456



TRANG BỊ
SẴN SÀNG SỰ
CHU ĐÁO VỚI
NGƯỜI KHÁC –
NỀN TẢNG CHO
TẤT CẢ



THỨ QUAN TRỌNG SAU CÙNG LÀ SỰ CHU ĐÁO VỚI NGƯỜI KHÁC

Những con người ưu tú đều khiêm tốn và biết quan tâm người khác

Chỉ cần chăm chút *ngoại hình* thì không cần nói bạn vẫn có thể kiểm soát ấn tượng của mình. À. Không. Là phải-kiểm-soát. Tôi đã giới thiệu cho các độc giả các phương pháp để thay đổi ấn tượng bản thân thông qua *tác phong, bối cảnh, phục trang*, nhưng tôi vẫn nghĩ rằng thứ quan trọng sau cùng là *sự chu đáo với người khác*. **Bởi, sự chu đáo chính là nền tảng của tất cả mọi thứ.**

Một doanh nhân mà tôi luôn thán phục đã có những lời như sau: “Phục trang là một sự chu đáo tột đỉnh dành cho người khác.

Ăn mặc là vì người khác, chứ không phải vì bản thân.” Chăm chút *ngoại hình* để kiểm soát ấn tượng của bạn thực ra một phép lịch sự, một sự chu đáo với đối phương. Và tôi nghĩ, nó sẽ giúp bạn nhận được đánh giá người chăm chút ngoại hình của mình thì cũng chăm chút công việc cẩn thận. Cho đến nay, tôi rất may mắn khi có rất nhiều cơ hội được gặp gỡ những doanh nhân và chính trị gia xuất chúng. Ai nấy đều có ngoại hình được chăm chút hoàn hảo, không những thế, họ còn rất tinh tế và vô cùng khiêm tốn.

Ở cuối cuốn sách này, tôi xin giới thiệu về *sự chu đáo* mà tôi mong các bạn độc giả sẽ trang bị sẵn sàng cho bản thân.

Người tài xế được các VIP trên thế giới chỉ tên có gì đặc biệt?

Thế thì sự chu đáo rốt cuộc là như thế nào? Tôi xin được kể chuyện về một tấm lòng chu đáo mang “tâm cỡ thế giới” sau đây. Có một người tài xế đã trở thành huyền thoại khi được các VIP và tỷ phú trên thế giới, điển hình là các quốc vương Trung Đông điểm mặt chỉ tên: “Đã đến Nhật thì tôi muốn anh ta làm tài xế cho tôi.” Nhiệm vụ của ông ấy đơn giản là đưa đón khách khi họ ở Nhật đến các địa điểm sân bay hay khách sạn siêu cao cấp. Nhưng các VIP tầm cỡ thế giới ai nấy đều vô cùng hài lòng, thậm chí còn có vị khách VIP đã bật khóc vì một niềm vui bất ngờ vượt quá mong đợi.

Điều đầu tiên người tài xế kể cho tôi nghe là: “Dù khách hàng thế nào tôi cũng phục vụ thành tâm thành ý như nhau.” Chính vì vậy, không can hệ thu nhập hàng năm, chức tước, giá trị tài sản hay độ quyền quý, đầu tiên ông ấy sẽ mặt gặp gỡ khách hàng. Sau đó trong thời gian lưu lại, ông sẽ tìm hiểu khách và gia đình muốn làm gì, thích thú với thứ gì, muốn đi đâu chơi từ những cuộc đối thoại gia đình hay trực tiếp hỏi. Ông nói vì bản thân muốn làm khách cảm động bằng những niềm vui bất ngờ vượt cả mong đợi của họ.

Chẳng hạn có một chuyện đã xảy ra như sau. Một đôi vợ chồng lưỡng tuổi từ Mỹ hạ cánh đến Nhật Bản tại sân bay Narita. Khi tươi cười ra đón họ tại cổng sân bay, ông trông thấy hai vị khách của mình đều ăn vận một màu đen từ đầu tới chân. Từ cuộc trò chuyện trong xe trên đường tới khách sạn, biết được mục đích chính chuyến du lịch lần này là mua sắm và ông còn được biết thêm đôi vợ chồng là người hâm mộ cuồng nhiệt một nhà thiết kế thời trang nổi tiếng người Nhật, lần này đến để mua sản phẩm mới chỉ bán tại Nhật. Họ rất muốn nhanh chóng đến cửa hàng tại đại lộ Omotesando. Bộ cánh phong cách màu đen họ đang mặc cũng toàn là những món đồ từ nhà thiết kế yêu thích ấy.

Thế rồi hành động tiếp theo người tài xế làm là không ghé khách sạn mà cho xe chạy thẳng tới cửa hàng ở Omotesando. Hơn nữa trong lúc hai vị khách đang bận mua sắm, ông liên liên lạc với thư ký văn phòng nhà thiết kế, truyền đạt chuyện có hai người hâm mộ cuồng nhiệt từ Mỹ đến. Chưa hết, ông còn thương lượng xem thử liệu hai vị khách có được tham quan văn phòng từ bên ngoài không.

Nhận được câu trả lời: “Nếu ngài đến vào một tiếng sau thì được.” Ông bèn nói với hai vị khách VIP: “Tôi muốn dẫn hai vị đến đây có được không ạ?” Tới trước tòa nhà văn phòng thì ở đó viên thư ký đã chờ sẵn. Vừa bước xuống xe, nhận ra mình đã đến trước văn phòng của nhà thiết kế yêu thích, người vợ luôn miệng cảm thán: “Ồi chúa ơi!” và bật khóc. Thậm chí, khi được dẫn vào sảnh lên thang máy, cửa mở và chờ sẵn ở đó chính là nhà thiết kế... Không cần nói mọi người cũng biết những vị khách đã vỡ òa trong hạnh phúc đến mức nào. Sau đó, người tài xế có chụp hình với hai người khách và được cảm ơn: “Chưa có tài xế nào làm cho chúng tôi như vậy!”

Điều khách hàng ao ước nay đã được thực hiện nhờ lòng hiếu khách trên cả mong đợi của người tài xế.

Những vị khách VIP, siêu VIP sẽ có mạng lưới của riêng mình. Cùng với sự lan rộng câu chuyện qua truyền miệng, danh tiếng người tài xế “Đến Tokyo nhất định phải nhờ ông ấy!” cũng nổi như cồn. Những bậc thầy của sự tinh tế sẽ chu toàn đến cả những mặt như thế. Chưa kể, họ còn biến những điều đối phương không thể lường trước thành sự thật trên cả mong đợi. Ngay cả những vị VIP vốn đã quen du lịch đây đó trải nghiệm phong phú cũng cảm thấy vui sướng.

Bình thường chú ý đến cả những thứ nhỏ nhặt sẽ rất khó, song tôi sẽ chỉ giới thiệu những sự chu đáo cần biết trong các bữa ăn hay tiệc tùng, hoặc cách chào hỏi và phong thái thường ngày. Rất mong nó sẽ trở thành tài liệu tham khảo bổ ích cho các bạn.

BẠN CÓ CHU ĐÁO VỚI ĐỐI PHƯƠNG TRONG NHỮNG BỮA CƠM HAY TIỆC ĐỨNG KHÔNG?

Cách gọi món trong một bữa cơm cũng thể hiện sự chu đáo

Ngay cả gọi món trong một bữa ăn cũng là dịp để thử thách sự chu đáo của bạn. Đương nhiên bạn có thể gọi món bạn thích, nhưng cũng có những người khi người khác đã mau chóng quyết định xong thì mình còn lè mề: "A, cái này cũng ngon, cái kia cũng ngon! Biết chọn cái nào đây?" Sự do dự quá mức có thể khiến người xung quanh cảm thấy khó chịu và làm hỏng bầu không khí rất nhiều. Hơn nữa, trong khi mọi người thống nhất gọi suất ăn thì chỉ một người gọi món riêng. Thế là tốc độ, thời điểm món ăn được đưa ra cũng thay đổi. Hãy suy nghĩ cẩn thận xem bản thân thật sự có muốn ăn đến độ phải làm như thế không nhé?

Một mặt khác, người không có chính kiến bị mất thiện cảm cũng là một vấn đề nan giải. Thờ ơ trả lời, “À, tôi cũng giống thế” sẽ khiến người khác cảm thấy bạn đang nghĩ, “Tôi chẳng thích lắm đâu nhưng mà thôi, kệ” và sẽ cho rằng bạn không có chính kiến. Ít nhất hãy đọc kỹ thực đơn rồi hãy tán thành: “Tôi cũng giống thế.” Một chút sai khác nhỏ thôi nhưng ấn tượng tạo ra với xung quanh sẽ hoàn toàn thay đổi.

Tôi cũng từng được một vị điều hành cấp cao của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ bảo rằng: “Hãy chú ý cả đồ uống để cạn ly trong những bữa tiệc với đối tác.” Lần cạn ly đầu tiên rất quan trọng, nhưng chỉ cần một người chọn cocktail và cần một khoảng thời gian khá lâu để làm thì đồ uống sẽ không ra cùng lúc với những người khác. Vậy là thời gian cứ trôi mà chúng ta vẫn không thể cạn ly. Trong những tình huống tiệc như thế, hãy tôn trọng ý khách và cố gắng chọn đồ uống giống nhau trong lần cạn ly đầu tiên. Thế là lần cạn ly sẽ diễn ra một cách mượt mà, khoan khoái. Cả những người không uống được rượu cũng nên chọn ít nhất là bia làm hình thức phối hợp với mọi người. Như vậy đối phương sẽ có ấn tượng tốt hơn.

“Chia món ăn”

sẽ được giải quyết hiệu quả

bằng một lời của cấp trên

“Chia món ăn” là vấn đề tôi rất hay được hỏi. Khi đi ăn nhiều người, vấn đề thường gặp bên cạnh việc rót bia chính là nên chia các món ăn từ đĩa lớn ra? Hay để tự từng người lấy phần của mình?

Có ý kiến quan ngại nếu không chia đồ ăn có bị coi là người không biết ý tứ không? Nhưng ngược lại cũng có ý kiến để tự bản thân mỗi người gắp đồ mình thích thì họ sẽ vui hơn. Một vấn đề nan giải là vậy, song biện pháp tôi vẫn luôn làm là nói ngay tại chỗ: “Mọi người cứ tự nhiên gắp món mình thích nhé.” Bởi vì sẽ có những món không thích nên không phải ai cũng vui khi được gắp thức ăn cho. Có điều, trường hợp giữa những người địa vị khác nhau như sếp và nhân viên thì người đứng dưới sẽ khó mở lời. Thế nên những lúc này, sếp nên là người gợi ý trước. Chỉ cần người sếp tinh tế: “Không cần chia đồ ăn đâu. Mọi người cứ lấy bao nhiêu mình muốn nhé!” Lúc này, nhân viên sẽ không cần nghĩ ngợi thêm, mọi chuyện cũng sẽ dễ dàng hơn nhiều. Đây cũng là một sự chu đáo rất đáng quý.

Đừng bao giờ khách sáo: “Lần tới chúng ta cùng đi ăn!”

Có những người cứ mở miệng mời: “Lần tới nhất định chúng ta phải cùng đi ăn đấy!” thay cho lời chào một dịp nào đấy, nhưng nếu thật lòng bạn không nghĩ thế thì nên dừng lại thì hơn. Dù bạn có ý mời cho lịch sự, song đối phương sẽ nhìn ra đó là lời khách sáo mời suông nên ngược lại, họ sẽ mất thiện cảm với bạn hơn.

Nếu bạn muốn đi với họ thì lúc sau hãy mời lại một cách lịch sự. Nếu không sẽ có nguy cơ người ta gán cho bạn là một người chỉ hứa suông đấy!

Những phép ứng xử cần trang bị trong các bữa tiệc đứng

Trong các bữa tiệc đứng thì tôi nên làm gì? Đây cũng là câu hỏi mà tôi rất hay tư vấn cho mọi người. **Phép ứng xử cơ bản của các bữa tiệc là: Đừng mai mỉa đĩnh đạc với những người mình biết mà nói chuyện.**

Bữa tiệc không được mở ra cho nhóm người đã quen biết nhau. Nếu muốn các bạn hãy mở tiệc dành cho nhóm những người quen biết của mình. Còn không thì mục đích thật sự của một bữa tiệc là

để chúng ta gặp gỡ với cả những người mình chưa biết. Do đó, bạn hãy tích cực bắt chuyện và nói: “Xin chào, tôi có thể làm quen bạn không?” với cả những người lạ. Không thiếu những người từng gặp chuyện đi tiệc không mấy ai quen rồi đứng lẻ loi một mình, đã thế thì bạn hãy tự động bắt chuyện với người cũng đang đứng lẻ xem. Cả những người xã giao rộng cũng đừng chỉ nói chuyện với người mình biết, hãy bắt chuyện với người đang đứng một mình nữa. Khả năng một mối nhân duyên mới sẽ nảy nở đấy.

Tuy nhiên, khi bắt chuyện chắc chắn cần phải có sự tinh tế. Không chỉ là người đi một mình, cả trường hợp nhóm hai người đang nói chuyện, bạn miễn cưỡng xen vào thì sẽ vi phạm quy tắc ứng xử. Bởi vì cuộc đối thoại của họ sẽ bị bạn cắt ngang giữa chừng. Đặc biệt, hành động cắt ngang để chen vào: “Xin chào, tôi có thể trao đổi danh thiếp với các bạn không?” trong khi câu chuyện đang đến đoạn sôi nổi thì rõ ràng bạn sẽ bị người ta cho là kẻ thiếu tế nhị, không biết đọc tình huống. Trường hợp này, đọc vị được thời điểm câu chuyện lắng xuống hoặc câu chuyện đã vãn là một việc hết sức quan trọng.

CÁCH CHÀO HỎI, GỌI TÊN KHIÊM TỐN GÂY THIỆN CẢM LÀ NỀN TẢNG CHO TẤT CẢ

Chủ động chào hỏi bằng một nụ cười thật tươi

Nhắc đến điều cơ bản của sự chu đáo với người khác thì thứ trở nên quan trọng chính là *chào hỏi*. **Rất nhiều người trong chúng ta đang cảm nhận được từ thực tế rằng một câu chào hỏi sẽ làm ấn tượng thay đổi hoàn toàn. Chính vì vậy, hãy thật tươi tắn chào hỏi cẩn thận tất cả mọi người, thêm nữa hãy chào bằng một nụ cười rạng rỡ.**

Chỉ cần không chào hỏi người khác thì ấn tượng về bạn đã trở nên vô cùng tệ hại. Người khác có nghĩ về bạn bằng mấy câu, "Người này không ưa mình", "Đúng là đồ bất lịch sự" thì cũng dễ hiểu.

Câu hỏi tôi hay nhận được là người ta phân vân không biết bên nào nên chào hỏi trước, song câu trả lời rất đơn giản. Địa vị thế nào không quan trọng, người chào hỏi trước tiên hãy là bản thân. Như vậy chắc chắn đối phương sẽ đáp lại. Không có ai lại cảm thấy khó chịu khi được chào một cách dễ mến như thế cả.

Gặp đối phương không phải là người thường xuyên gặp gỡ nhưng bạn lại biết mặt, sẽ có nhiều khi bạn bỏ lỡ cơ hội và không thể chào họ, kết quả là cả hai ôm suy nghĩ khó chịu về đối phương. Để những chuyện thế này không xảy ra, hãy tích cực chủ động chào hỏi. Hành động để đối phương lưu lại ký ức về bạn là việc rất quan trọng. Dù đôi lúc bạn nhớ đối phương nhưng họ lại không nhớ bạn thì cũng hãy tích cực chào hỏi. Nếu bạn nghĩ rằng có thể họ không nhớ bạn thật, hãy nhắc cho họ biết: “Tôi là X mà bạn từng gặp ở Y.” Hãy tự động xưng tên bản thân. Đối phương sẽ rất vui và cảm kích. Dù cho họ đã từng quên bạn đi nữa, thì lần này họ sẽ nhớ kỹ bạn vào đầu, hơn nữa còn là với một ấn tượng vô cùng tốt.

Trái lại có những người ra xã hội thì đột nhiên trở nên khó hòa đồng. Chẳng hạn những người không biết chào hỏi hàng xóm nơi mình sống, hay người ở căn hộ bên cạnh trong chung cư. Người xung quanh sẽ có ác cảm với người đó. Nhiều người sẽ cho rằng hàng xóm thì không liên quan đến công việc nhưng ít ai biết khi lên đến một vị trí nhất định trong công ty, thông thường người ta sẽ tổ chức điều tra bản ghi cá nhân về bạn. Không chỉ xoay quanh công ty và công việc mà đôi khi họ còn tiến hành lấy thông tin từ hàng xóm của bạn. Tức là người ta sẽ hỏi cả những đánh giá của hàng

xóm xung quanh về bạn nữa. Tôi không có ý bảo mọi người vì thế hãy chào hỏi đi, song càng là người đứng trên cao thì đòi hỏi càng phải chu đáo, bao gồm cả việc như trên.

Hãy gọi đối phương bằng tên chứ đừng gọi bằng chức vụ

Một doanh nhân từng kể với tôi: “Chỉ cần một lần chơi golf với nhau là hiểu được người đó là ai.” Tôi nhớ ông còn nói thêm một điều nữa: đại loại là, hãy xem cách họ gọi nhân viên “kết” phục vụ sân golf là “Két ơi” hay nghiêm túc hỏi tên và gọi nhân viên là “anh/chị X ơi” là hiểu.

Nhân viên kết đương nhiên có họ tên đầy đủ. Gọi nhân viên sẽ giúp đỡ bạn trong suốt thời gian dài của vòng thi đấu bằng tên hay cứ gọi họ là “Két” thì đương nhiên không cần nói, ấn tượng tạo ra với cả nhân viên đó lẫn mọi người xung quanh sẽ hoàn toàn khác biệt. Nếu thật sự là người biết ơn với việc người khác làm và muốn trải qua một khoảng thời gian vui vẻ thì chắc chắn, người đó sẽ hỏi tên và gọi nhân viên bằng tên của họ ngay từ đầu. “Và thái độ của sự chu đáo này”, ông nói tiếp, “với quản lý của một doanh nghiệp, là một thứ nhất định phải có thông qua những lần ứng xử với nhân viên và đối tác làm ăn”.

Tên là từ ngữ mà một người nghe được nhiều nhất trong cuộc đời của họ. Vì vậy, tên gọi cũng là âm thanh khiến họ cảm thấy

dễ chịu nhất. Thế nên tất nhiên, sẽ không có chuyện một người khó chịu vì tên mình bị phát ra từ miệng một ai đó cả. Thậm chí, được người mình kính trọng hay đối tác gọi bằng tên còn khiến không ít người vui sướng nữa. Bản thân tôi nếu được gọi bằng tên cũng sẽ cảm thấy trở nên thân thiết với người đó.

Những chuyên gia xử lý khiếu nại nhất định sẽ vừa gọi tên vừa bắt chuyện với những khách hàng đang nổi đóa. Tên là một thứ xoa dịu tâm trạng rất tốt nên trận phàn nàn của khách hàng sẽ dần dần nguôi ngoai.

Gọi tên cũng là một thứ vô cùng thiết yếu trong việc tạo dựng ấn tượng cho bản thân. Chính vì vậy, ngay cả trong những tình huống tại môi trường kinh doanh, hãy nhanh chóng nhớ tên đối phương chứ không phải chức vụ. Hãy khắc ghi tên một người vào đầu trong lần trao đổi danh thiếp đầu tiên, và gọi họ bằng tên vào lần sau. Hành động này sẽ trở thành một sự chu đáo vô cùng tuyệt vời dành cho đối phương.

Không thay đổi thái độ chỉ vì địa vị của đối phương

Trong phần cuối của chương này, tôi xin được kể cho mọi người một câu chuyện.

Có một người từng hỏi rằng: Khi NASA tuyển phi hành gia thì làm cách nào họ chọn ra được quyết định cuối cùng trong số rất

nhiều ứng viên ưu tú? Và chỉ ngắn gọn một câu: “Người được thư ký đánh giá tốt”, đáp án đã được trả về.

Tôi nghĩ đây thực sự là một đáp án xuyên thẳng vào bản chất.

Không chỉ NASA, mà những thư ký của các giám đốc hay quản trị cấp cao sẽ gặp gỡ tiếp xúc với rất nhiều người. Trong đó cũng rất nhiều người với người địa vị trên thì cung kính, nhưng lại tỏ thái độ hách dịch với các thư ký. Người thư ký sẽ nhận rõ cách làm người thường ngày của người đó.

Như tôi đã viết ở Chương 2, những người nịnh hót cấp trên hay người có địa vị xã hội cao nhưng lại tỏ ra trịch thượng, hống hách với thư ký hay người đảm nhận trách nhiệm còn trẻ tuổi sẽ không được ai tin tưởng. Rất nhiều khoảnh khắc trong khi dáng vẻ của bạn đang lơ đãng mà tỏ ra hống hách, thiếu tinh tế với người khác sẽ tiết lộ về bạn rất nhiều điều đấy.

Đừng nhìn địa vị của đối tượng mà thay đổi thái độ, hãy đối xử khiêm tốn với tất cả. Hãy gọi bằng tên và chào hỏi đối phương bằng một nụ cười. Đây đều là những chuyện hiển nhiên, song không hề dễ thực hiện. Luôn tâm tâm niệm niệm những điều trên có lẽ chính là sự chu đáo tột đỉnh bạn dành cho đối phương.

LỜI CUỐI SÁCH

Con người đánh giá người khác bằng *ngoại hình* nhiều hơn chúng ta tưởng tượng. Dù đã lặp đi lặp lại điều này trong chương chính, nhưng tôi vẫn nghĩ chúng ta cần tự giác với nó, càng nhiều càng nhiều hơn nữa. Đừng bao giờ thờ ơ với những ảnh hưởng mình đang tạo ra xung quanh. Tác giả William Thourlby trong cuốn *You are what you wear* (tạm dịch: Mặc gì phong độ đó) đã viết rằng: “Con người sẽ tự tưởng tượng mười yếu tố nữa trong vô thức chỉ bằng một cái liếc trong chớp mắt với đối phương.” Mười yếu tố đó là: mức độ tài chính, trình độ giáo dục, mức tin cậy, trình độ văn hóa, bối cảnh kinh tế, bối cảnh xã hội, bối cảnh giáo dục, mức độ thành công, và cuối cùng là phẩm chất. Ngay khi mới gặp, thậm chí lại còn trong vô thức, con người sẽ cảm nhận người khác là một người thế nào từ ấn tượng trong khoảnh khắc đến mức tưởng tượng như này đây.

Hãy khắc cốt ghi tâm một lần nữa: Cho dù bạn đang im lặng thì rất nhiều thông điệp vẫn sẽ được phát ra. Do đó, vì lý do ăn diện cho hợp mốt mà mặc những bộ đồ khiến người xung quanh phải ngạc nhiên mà thốt lên: “Gì thế này?”, sẽ khiến bạn tạo ra sự hiểu lầm liên tiếp cũng là chuyện dễ hiểu.

Đúng là không phải lúc nào người ta cũng chỉ đánh giá bạn bằng ngoại hình, mà đương nhiên, ngoại hình thì phải đi kèm với nội hàm. Có điều, ấn tượng do ngoại hình tạo ra có lúc sẽ chi phối

rất mạnh đến đánh giá dành cho bạn. Vì vậy để không đánh mất cơ hội tranh thắng thua bằng thứ nội hàm bên trong, bạn phải ý thức được tầm quan trọng, rất-quan-trọng của việc kiểm soát những thông điệp do giao tiếp phi ngôn ngữ truyền đi trong vô thức.

Tôi sẽ rất lấy làm vui mừng nếu nhờ cuốn sách này mà có những độc giả nhận thức sâu sắc thêm về giao tiếp phi ngôn ngữ, hoặc kiểm soát được ấn tượng bản thân theo hướng tốt hơn bằng việc chăm chút ngoại hình sao cho phù hợp nhất.

Lời cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn biên tập viên Kurogawa Kaneko của Nhà xuất bản Sunmark đã giúp đỡ tôi rất nhiều trong việc phát hành cuốn sách. Ngoài ra, tôi cũng nhận được sự hỗ trợ đầy nhiệt tâm từ tác giả Uesaka Toru trong công đoạn lên khung sườn, chỉnh sửa cho cuốn sách.

Xin gửi đến mọi người lời biết ơn chân thành trong trang cuối này.

Tháng 9 năm 2019
Keiko Kigure



VỀ TÁC GIẢ

Keiko Kigure

Cố vấn viên Ngoại hình kinh doanh, thành viên hội đồng quản trị công ty Cổ phần DIGNITA.

Sau khi tốt nghiệp đại học, bà làm tiếp viên hãng hàng không Singapore và sinh sống tại Singapore. Trong thời gian tại chức, bà được chọn là một trong mười người nhận tuyên dương “High achiever of compliments” (Trao tặng cho đoàn bay nhận được nhiều lời tri ân từ khách hàng nhất trong một năm).

Trở về Nhật, bà liên hệ với công ty cổ phần GLOBIS từ những ngày đầu tiên, liên quan đến các dự án thành lập trường Kinh doanh GLOBIS, Viện cao học kinh tế GLOBIS hiện nay, đồng thời là người phụ trách lập kế hoạch chiến lược cho văn phòng học viên chi nhánh Tokyo, tham dự vào mọi mảng tiếp thị lẫn kinh doanh. Ngoài ra, Keiko Kigure còn phát triển chương trình huấn luyện “Rèn luyện kỹ năng: Ngoại hình kinh doanh” nhằm đến đối tượng doanh nghiệp và tự mình đứng lớp.

Hiện tại, bà đang tổ chức các buổi tư vấn về xây dựng thương hiệu cá nhân, rèn luyện kỹ năng thuyết trình, giao tiếp phi ngôn ngữ cho nhiều khách hàng doanh nhân, chính trị gia, tư vấn viên tại công ty DIGNITA. Trong sự nghiệp của mình bà đã tiến hành “nâng cao ngoại hình kinh doanh” cho hơn hàng chục ngàn khách hàng, nhiều người trong số đó đã sửa đổi ngoại hình và đều dành

NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

Trụ sở chính:

Số 46. Trần Hưng Đạo, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: 0084.24.38253841 – Fax: 0084.24.38269578

Chi nhánh:

Số 7. Nguyễn Thị Minh Khai, Quận I, TP. Hồ Chí Minh
Tel: 0084.28.38220102
Email: marketing@thegioipublishers.vn
Website: www.thegioipublishers.vn

THAY TƯ DUY – XOAY CỤC DIỆN | DẤU ẤN VÔ THANH

(Bloom Collection Vol. 1)

Chịu trách nhiệm xuất bản
GIÁM ĐỐC – TỔNG BIÊN TẬP
TS. TRẦN ĐOÀN LÂM

Biên tập: Phùng Tố Tâm
Vẽ bìa: Arte de Ji
Trình bày: Hoàng Hoài Hương
Sửa bản in: Hiếu Khương – Tuyết Tùng
Truyền thông: Bảo Trân – Yến Nhi



LIÊN KẾT XUẤT BẢN

Công ty TNHH Văn hóa và Truyền thông AZ Việt Nam

Địa chỉ: Số 50, đường 5 An Dương, Yên Phụ, quận Tây Hồ, TP. Hà Nội

In 2.000 bản, khổ 14,5 cm x 20 cm tại Công ty Cổ phần In Viễn Đông

Địa chỉ: Km 19+400 Giai Phạm, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên.

Số xác nhận ĐKXB: 1150-2021/CXBIPH/01-74/ThG.

Quyết định xuất bản số: 517/QĐ-ThG cấp ngày 06 tháng 05 năm 2021.

In xong và nộp lưu chiểu năm 2021. Mã ISBN: 978-604-77-9455-3