

E-BOOK



# NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG

"Con đường để trở nên xuất chúng trong lĩnh vực bán hàng có thật"

BẢN QUYỀN THUỘC VỀ SUFO CORP





## CHƯƠNG TRÌNH NÀY SẼ GIÚP GÌ CHO BẠN?

Thật không đúng khi nhiều người đang làm nghề bán hàng chỉ coi đó là một cuộc mưu sinh kiếm tiền. Họ không nhận thức được đúng giá trị của bản thân hay giá trị của ngành bán hàng đối với xã hội; họ quanh quẩn với những công việc tẻ mồm, vụn vặt hàng ngày; họ mong ước lớn nhưng lại không nhận thức được những hành động đúng nghĩa để đi đến mong ước lớn lao của họ.



*Blair Singer - Diễn giả, chuyên gia tâm lý về lãnh đạo và kỹ năng bán hàng hàng đầu thế giới.*

Trong khóa học nổi tiếng và giá trị bậc nhất nhất về bán hàng ở Việt Nam – Sale & Leadership Mastery, Blair Singer có ý nói rằng: “Người bán hàng là những người lãnh đạo, dẫn dắt xã hội phát triển”.

Nếu quan sát sâu sắc xã hội bạn sẽ thấy ở bất kỳ góc nhìn nào người bán hàng giỏi cũng đang dẫn dắt người khác. Thống kê cho thấy 77% các CEO lãnh đạo các tổ chức doanh nghiệp trưởng thành từ nghề bán hàng; một con số vượt trội so với tất cả các vị trí khác trong doanh nghiệp cộng lại. Đó là một con số, một minh chứng hùng hồn cho chúng ta thấy tầm quan trọng lớn lao của ngành bán hàng.





Người bán hàng quyết định những điều họ muốn mang đến với xã hội, người bán hàng định hướng xã hội. Qua việc cung cấp giá trị cho xã hội, người bán hàng tạo nên cuộc sống giàu có thịnh vượng, tự do hạnh phúc cho chính mình và giúp đỡ người khác đạt được điều đó.

Trong chương 1 của cuốn ebook này bạn sẽ nhìn thấy rõ hơn vai trò dẫn dắt quan trọng của BÁN HÀNG đối với xã hội. Để thấy rằng BÁN HÀNG không chỉ là cuộc mưu sinh mà bán hàng còn là SỨ MỆNH của thời đại chúng ta đang sống... Khi con người ở trăm nghìn năm sau nhìn lại họ sẽ thấy những gì được ghi vào lịch sử ở thời đại này chính là những NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG.

Toàn bộ chương trình NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG này sẽ giúp bạn vượt qua những suy nghĩ nhỏ nhen, vụn vặt của cuộc sống để hướng đến những điều lớn lao vĩ đại. Chương trình này sẽ giúp bạn vượt qua cái bấy trung bình, vượt qua những người bán hàng tầm thường để vươn lên thành người bán hàng xuất sắc bậc nhất trong tổ chức của bạn. Chương trình này sẽ giúp bạn nắm được VẬN MỆNH thời đại mình đang sống.

Bạn cũng có thể chia sẻ và giúp đỡ người khác bởi chương trình này mang đến các giá trị:

- ✓ *Giúp những người bạn trẻ có được cái nhìn tổng quát và kiến thức nền tảng chuẩn về hoạt động bán hàng.*
- ✓ *Giúp những người trí thức hiểu được tầm quan trọng của bán hàng đối với sự phát triển chung của xã hội.*
- ✓ *Giúp những người đang có cuộc sống khó khăn nhìn ra được chân trời cơ hội để thay đổi cuộc sống của mình.*
- ✓ *Giúp những người già xóa đi thành kiến không tốt của họ về bán hàng.*
- ✓ *Giúp những người mãi trì trệ trong công việc của mình có một làn gió mới làm tỉnh táo cái đầu u mê của họ, đưa họ bứt phá trong sự nghiệp của mình.*





Chương trình này phát triển dựa trên nguồn kiến thức kết tinh từ trí tuệ của những người xuất chúng đi trước chúng ta. Lịch sử đã ghi lại những bài học giá trị của họ. Chúng ta may mắn là người kế thừa nguồn năng lượng kết tinh này. Chúng ta sẽ dùng nó để nâng giá trị bản thân, nâng chất lượng cuộc sống của chúng ta và giúp đỡ cho nhiều người khác.

Chương trình này mang trong nó sức mạnh to lớn. Bạn hãy dành thời gian và công sức khai thác nguồn sức mạnh trong này! Ngày từng ngày, không ngừng đọc, không ngừng nghĩ, không ngừng hành động theo những gì được chỉ dẫn. Bạn sẽ tăng trưởng sức mạnh bản thân. Và sẽ không gì là không thể khi bạn đã thực sự mạnh mẽ.







## TỔNG QUAN EBOOK

Đây có thể là một cuốn ebook đóng góp lớn nhất trong sự chuyển hóa cuộc sống của bạn. Giúp bạn luôn sống với những giá trị tốt đẹp của cuộc đời. Giúp bạn đạt được nhiều thành tựu rực rỡ. Giúp bạn luôn thành công và hạnh phúc.

- ✓ **Ở chương 1** bạn sẽ hiểu rõ hơn mối tương quan giữa bạn và thời đại chúng ta đang sống. Bạn sẽ có thời gian để tìm lại những mục tiêu, ước mơ, hoài bão sâu thẳm trong mình. Rồi bạn lại được trang bị kiến thức về tầm nhìn thời đại bạn đang sống. Một công cụ quan trọng để đạt được mọi ước mơ, mục tiêu chính là bán hàng. Bạn sẽ có cái nhìn tổng quan về thứ công cụ lợi hại của thời đại này.
- ✓ **Ở chương 2** bạn sẽ hiểu rõ về 4 điều vô hình đang tác động rất lớn đến cuộc sống của bạn mà bạn đã bỏ qua hoặc không để ý. Bạn sẽ học được cách sắp xếp lại các nguồn lực để nó đưa bạn tiến nhanh tới các mục tiêu của mình.
- ✓ **Ở chương 3** bạn sẽ thấu hiểu về NIỀM TIN - BỘ CHỈ HUY đang chỉ đạo cuộc đời của bạn. Bạn sẽ hiểu rõ về 5 niềm tin chủ đạo giúp bạn trở thành một người bán hàng bất khả chiến bại.
- ✓ **Ở chương 4 và chương 5** bạn sẽ được biết một cách sâu sắc về 10 phẩm chất đặc biệt quan trọng giúp một người thành công trong cuộc đời. Đặc biệt đó là những phẩm chất chắc chắn tạo nên một người BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG.
- ✓ **Ở chương 6** bạn cũng được tìm hiểu chỉ 5 kỹ năng của một người bán hàng. Nhưng đó là 5 kỹ năng chủ đạo, 5 kỹ năng xuyên suốt cuộc đời của bất kỳ người bán hàng thành công nào.





- ✓ Ở **chương 7** bạn sẽ được tìm hiểu sự tác động của môi trường đến cuộc sống của bạn nói riêng và những người bán hàng nói chung. Bạn sẽ biết mình nên ở đâu và sẽ làm gì để tạo nên những môi trường mà bạn mong muốn.
- ✓ Ở **chương 8** bạn sẽ được trang bị những kiến thức quan trọng để bạn thiết lập cho mình những bản mục tiêu hành động. Bạn sẽ biết cách lập cho mình những bản mục tiêu thiết thực, những mục tiêu mang đến cho bạn nhiều sự trưởng thành hơn bất cứ khi nào.
- ✓ Ở **chương 9** bạn sẽ hiểu rõ về các yếu tố liên quan đến hành động của bạn. Bạn sẽ học được các nguyên tắc quan trọng để hành động cho đến khi thành công. Bạn sẽ học được cách biến thành công trở thành đẳng cấp, trở thành bản năng của bạn.

Những ngôn từ đơn giản thường sẽ không diễn đạt được hết giá trị của những điều to lớn. Hãy đọc và nghiền ngẫm cuốn sách này! Vì nó là bảo bối quan trọng giúp bạn thay đổi cuộc đời mãi mãi.







## Mục lục

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| CHƯƠNG TRÌNH NÀY SẼ GIÚP GÌ CHO BẠN? .....                           | 02        |
| TỔNG QUAN EBOOK.....                                                 | 05        |
| <i>Chương 1: Bán hàng và bạn</i> .....                               | 11        |
| 2. BÍ MẬT NẪM Ở ĐÂU? .....                                           | 14        |
| 3. HÃY CHUYỂN HÓA ƯỚC MƠ THÀNH MỤC TIÊU!.....                        | 17        |
| 4. KHI ĐAM MÊ GẮN LIỀN VỚI TÂM NHÌN, SỨC MỆNH.....                   | 21        |
| 5. BÁN HÀNG, THIÊN MỆNH HAY LỰA CHỌN? .....                          | 25        |
| 6. TÂM NHÌN VỀ BÁN HÀNG THẾ KỶ 21.....                               | 30        |
| 7. BÁN HÀNG THÚC ĐẨY XÃ HỘI .....                                    | 34        |
| 8. NGƯỜI BÁN HÀNG: THU NHẬP CAO VÀ ỔN ĐỊNH .....                     | 39        |
| 9. THÁCH THỨC CÀNG LỚN, LỢI NHUẬN CÀNG CAO .....                     | 43        |
| 10. NHÂN DẠNG NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG.....                         | 48        |
| <b>TỔNG KẾT.....</b>                                                 | <b>53</b> |
| <b>BÁN HÀNG &amp; BẠN .....</b>                                      | <b>58</b> |
| <i>Chương 2: Điều gì ẩn sau một người bán hàng xuất chúng?</i> ..... | 59        |
| 11. ĐỘNG LỰC ĐẨY .....                                               | 61        |
| 12. ĐỘNG LỰC KÉO .....                                               | 65        |
| 13. NGƯỠNG KỶ VỌNG .....                                             | 69        |
| 14. NGƯỠNG CHẤP NHẬN.....                                            | 73        |
| 15. ĐIỀU CHỈNH LẠI NHỮNG NGUỒN LỰC VÔ HÌNH.....                      | 75        |
| <b>TỔNG KẾT.....</b>                                                 | <b>78</b> |





|                                                            |            |
|------------------------------------------------------------|------------|
| <b>ĐIỀU GÌ ẨN SAU MỘT NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHÚNG?</b>       | <b>82</b>  |
| <i>Chương 3: Niềm tin của người bán hàng xuất chúng</i>    | <b>83</b>  |
| 16. TIN VÀO CHÍNH MÌNH                                     | 86         |
| 17. TIN VÀO SẢN PHẨM                                       | 88         |
| 18. TIN VÀO CÔNG TY, TỔ CHỨC BÁN HÀNG CỦA BẠN              | 90         |
| 19. TIN VÀO THỊ TRƯỜNG                                     | 91         |
| 20. TIN VÀO LUẬT NHÂN QUẢ                                  | 94         |
| <b>TỔNG KẾT</b>                                            | <b>96</b>  |
| <b>NIỀM TIN CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHÚNG</b>              | <b>100</b> |
| <i>Chương 4: Hình thành những phẩm chất xuất chúng (1)</i> | <b>101</b> |
| 21. LÒNG TỰ TÔN                                            | 103        |
| 22. ĐAM MÊ CẢM GIÁC CHIẾN THẮNG                            | 106        |
| 23. SAY MÊ HỌC HỎI                                         | 109        |
| 24. LÒNG KIÊN TRÌ                                          | 111        |
| 25. TINH THẦN TỰ CHỦ                                       | 115        |
| <b>TỔNG KẾT</b>                                            | <b>118</b> |
| <b>HÌNH THÀNH NHỮNG PHẨM CHẤT XUẤT CHÚNG (1)</b>           | <b>122</b> |
| <i>Chương 5: Hình thành những phẩm chất xuất chúng (2)</i> | <b>123</b> |
| 26. TƯ DUY TÍCH CỰC                                        | 124        |
| 27. ĐỒNG CẢM VÀ ĐỒNG TÌNH                                  | 126        |
| 28. NHẤT QUÁN                                              | 129        |
| 29. BIẾT ƠN                                                | 132        |
| 30. TINH THẦN PHỤNG SỰ                                     | 136        |





|                                                            |            |
|------------------------------------------------------------|------------|
| <b>TỔNG KẾT.....</b>                                       | <b>139</b> |
| <b>HÌNH THÀNH NHỮNG PHẨM CHẤT XUẤT CHỨNG (2) .....</b>     | <b>143</b> |
| <i>Chương 6: Rèn luyện kỹ năng bán hàng đỉnh cao .....</i> | <i>144</i> |
| 31. KỸ NĂNG LẮNG NGHE.....                                 | 146        |
| 32. KỸ NĂNG LÀM CHỦ CẢM XÚC.....                           | 148        |
| 33. KỸ NĂNG THẤU HIỂU ĐỐI PHƯƠNG.....                      | 153        |
| 34. KỸ NĂNG GIAO TIẾP PHI NGÔN TỪ .....                    | 156        |
| 35. KỸ NĂNG ĐƯA RA ĐÒN QUYẾT ĐỊNH .....                    | 158        |
| <b>TỔNG KẾT.....</b>                                       | <b>161</b> |
| <b>RÈN LUYỆN KỸ NĂNG BÁN HÀNG ĐỈNH CAO .....</b>           | <b>165</b> |
| <i>Chương 7: Ảnh hưởng của môi trường .....</i>            | <i>166</i> |
| 36. AI CŨNG BỊ TÁC ĐỘNG BỞI MÔI TRƯỜNG .....               | 168        |
| 37. CÔNG THỨC MÔ PHÒNG .....                               | 170        |
| 38. MÔI TRƯỜNG QUANH BẠN THẾ NÀO?.....                     | 174        |
| 39. ĐẮM MÌNH TRONG NHỮNG MÔI TRƯỜNG TÍCH CỰC.....          | 176        |
| 40. BAY LÊN CÙNG ĐẠI BÀNG .....                            | 180        |
| <b>TỔNG KẾT.....</b>                                       | <b>183</b> |
| <b>MÔI TRƯỜNG CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG .....</b>      | <b>187</b> |
| <i>Chương 8: Thiết lập mục tiêu hành động .....</i>        | <i>188</i> |
| 41. VAI TRÒ CỦA MỤC TIÊU HÀNH ĐỘNG .....                   | 191        |
| 42. 3 YẾU TỐ CỦA MỘT MỤC TIÊU MẠNH MẼ .....                | 196        |
| 43. ĐƯA MỤC TIÊU VÀO TIỀM THỨC.....                        | 202        |





|                                                 |            |
|-------------------------------------------------|------------|
| 44. TẠI SAO MỌI NGƯỜI KHÔNG LẬP MỤC TIÊU? ..... | 205        |
| 45. TRƯỞNG THÀNH CON NGƯỜI CÙNG MỤC TIÊU .....  | 212        |
| <b>TỔNG KẾT</b> .....                           | <b>218</b> |
| <b>THIẾT LẬP MỤC TIÊU HÀNH ĐỘNG</b> .....       | <b>222</b> |
| <i>Chương 9: Bản năng hành động</i> .....       | <b>223</b> |
| 46. CẢM XÚC THÚC ĐẨY HÀNH ĐỘNG .....            | 225        |
| 47. HÀNH ĐỘNG QUẢ QUYẾT .....                   | 229        |
| 48. HÀNH ĐỘNG KIÊN ĐỊNH .....                   | 233        |
| 49. BIẾN HÀNH ĐỘNG TỐT THÀNH THÓI QUEN .....    | 239        |
| 50. HÌNH THÀNH BẢN NĂNG .....                   | 244        |
| <b>TỔNG KẾT</b> .....                           | <b>247</b> |
| <b>BẢN NĂNG HÀNH ĐỘNG</b> .....                 | <b>251</b> |
| <i>Hành trình tiếp diễn...</i> .....            | <i>252</i> |





# Chương 1

## Bán hàng và bạn

Chúng ta không bán hàng như mọi người  
vẫn nghĩ, chúng ta đang giúp đỡ mọi người  
có được nhiều điều tốt đẹp hơn trong cuộc  
sống của họ.

*\_Sufo Team\_*





Trong tự nhiên, muôn loài vẫn đang trao đổi qua lại với nhau để duy trì sự thịnh vượng của thế giới. Con người từ khi hình thành xã hội, hoạt động trao đổi diễn ra ngày càng mạnh mẽ cả về tốc độ và hình thức. Đến nay, khi chúng ta bước vào thế kỉ 21 các hoạt động giao thương càng diễn ra với tốc độ nhanh chóng hơn bao giờ hết.

Ngày trước để trao đổi hàng hóa giữa các vùng lãnh thổ, những quốc gia xa xôi con người phải thành lập những thương đoàn lớn với sự hỗ trợ của ngựa, lạc đà hay những chiếc thuyền. Họ phải đi buôn cả tháng thậm chí cả năm trời mới được một chuyến. Nhưng ngày nay, nếu bạn mua hàng ở một đất nước cách chúng ta nửa vòng trái đất như Mỹ thì cũng chỉ mất vài ngày để bạn có thể sở hữu được món hàng.

Tại các bến cảng, những con tàu thủy to lớn liên tục ra vào, những công-ten-nơ hàng chất cao như những tòa nhà đồ sộ, những chiếc cần cẩu bốc xếp to, dài liên tục bốc dỡ hàng đã thay cho những người cử vạm to khỏe và chăm chỉ ngày xưa. Trên những tuyến đường sắt, những chuyến tàu chở hàng rất dài chạy ngày chạy đêm. Trên đường bộ, các hãng ô tô mở ra lớn nhỏ chạy không hở thời gian nào, việc đi lại, vận chuyển vô cùng thuận tiện. Tại sân bay, những chiếc máy bay thay phiên nhau cất cánh, rồi lại có những chiếc liên tục đáp xuống, tốc độ giao thương nhanh đến chóng mặt. Chưa kể những công ty chuyển phát, chuyển hàng đang mọc lên như nấm sau mưa.

Benjamin Franklin (17/1/1706 – 17/4/1790) là một trong những người thành lập đất nước nổi tiếng nhất của Hoa Kỳ. Ông là một chính trị gia, một nhà khoa học, một tác giả, một triết gia, một nhà phát minh, một nhà hoạt động xã hội, một nhà ngoại giao hàng đầu. Ông từng nói một câu nói







nổi tiếng rằng: “Không quốc gia nào từng suy sụp vì thương mại.”

Thực vậy một quốc gia có nền thương mại phát triển là một quốc gia mạnh, một quốc gia mạnh thì không thể suy sụp.

Từ góc độ vĩ mô, các chính trị gia, các thủ tướng, tổng thống, nữ hoàng cũng thường đi thăm các nước với mục đích giao thương; các vị cũng đến các hội nghị để đàm phán các cơ hội phát triển kinh tế cho đất nước mình; các vị cũng thuyết trình chào hàng và khi nhìn thấy một cơ hội tốt các vị cũng kí kết để mua về cho đất nước những nguồn lợi.

Tới góc độ doanh nghiệp, các CEO, các giám đốc kinh doanh cũng thường xuyên giao lưu, ký kết những hợp đồng để mang về công ăn việc làm cho công ty và nghĩ ra các chiến lược bán hàng để bán sản phẩm ra thị trường.

Ở góc độ cá nhân, một tác giả đã nói rằng: “Mọi người sống đều phải giao bán một cái gì đó”. Câu nói nghe có vẻ động chạm đến những người không coi trọng nghề bán hàng, những người làm công ăn lương ổn định. Nhưng về bản chất thì nó phản ánh đúng với nền kinh tế thị trường hiện nay: Người làm công ăn lương bán sức lao động để cuối tháng lãnh lương; bác sĩ khám bệnh kê toa bán dịch vụ cho bệnh nhân; ca sĩ đem hết tài năng hát cho bạn nghe là đã bán một sản phẩm nghe nhìn;... Tất cả chúng ta đều đang trao đổi tức là đã thực hiện việc mua bán với xã hội.

Như vậy, việc bán hàng không phải chỉ do những người bán hàng chuyên nghiệp cấp thấp đảm nhận. Tổng giám đốc hay giám đốc một công ty cũng thường xuyên làm công việc chào hàng và bán hàng ở một tầm mức cao hơn. Với tư cách các trung tâm xúc tiến thương mại, Bộ thương mại, các tham tán thương mại của các tòa Đại sứ cũng tham gia tích cực vào hoạt động bán hàng.





Việc bán hàng trong thế kỷ 21 diễn ra ở mọi nơi, mọi cấp độ nhanh chóng và mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Chúng ta sẽ từ từ đi vào tìm hiểu guồng quay hấp dẫn này.

## 2. BÍ MẬT NẸM Ở ĐÂU?

Cả thế giới này, từng giờ từng phút ai ai cũng đang tìm kiếm một thứ gì đó cho riêng mình: Hạnh phúc, sức khỏe, thành công, thịnh vượng, sự thanh thản trong tâm hồn,... không một phút giây, không một khoảnh khắc nào con người lại ngưng tìm kiếm những điều mà họ cảm thấy thiếu thốn và khao khát có được.



Vậy là tất cả lao đi tìm kiếm những kinh nghiệm, những bí quyết, những kỹ năng, những công thức ở khắp mọi nơi. Họ tự biến mình thành những con thiêu thân, mù quáng lao vào bất cứ nơi nào mà họ cho rằng đó là vệt sáng cứu cánh cho bản thân. Tất cả những người này không hề biết bí quyết của sự thành công nằm ở đâu? Họ không biết bắt đầu như thế nào? Phải chuẩn bị hành trang ra sao? Họ cứ lao đi tìm một cách điên cuồng, lạc lối trong mê cung rộng lớn ngoài kia. Tất cả đều không ngờ rằng mọi bí mật đều bắt đầu từ bốn chữ... THÔI THỨC TÌM KIẾM trong tâm hồn và trong trí óc của bản thân.





Hàng ngày, hàng giờ, hàng phút con người vẫn luôn bị thôi thúc tìm kiếm những điều đó. Người thiếu ăn bị thôi thúc tìm kiếm miếng cơm; người thất nghiệp bị thôi thúc tìm kiếm việc làm; người trẻ bị thôi thúc tìm kiếm sự hiểu biết; người già bị thôi thúc tìm kiếm kỷ niệm; người vô trí bị thôi thúc tìm kiếm sự an nhàn; người hữu trí bị thôi thúc tìm kiếm hoài bão, lý tưởng; người nghèo bị thôi thúc tìm kiếm bè; người giàu bị thôi thúc tìm kiếm bạn; người bất hạnh bị thôi thúc tìm kiếm hạnh phúc; người bệnh tật bị thôi thúc tìm kiếm sức khỏe;...

Trên thế gian này không thiếu những người vì những bước đi mù quáng, sai lầm mà đến tận khi sắp nằm xuống nắm mồ sâu kia, họ nhìn lại quãng đời mà rơi nước mắt hối hận vì những điều mình đã không làm, hối hận vì con đường mình đã không đi, hối hận vì trong quãng thời gian đó không lúc nào họ dừng lại để nhìn nhận vấn đề một cách sáng suốt nhất, hối hận vì đã sống một cuộc đời vô nghĩa.

Trong khi cũng cùng một thời gian như nhau, cùng một điểm xuất phát như nhau và cùng với trí não như nhau nhưng lại có những người đạt được thành công tốt đỉnh và trở thành những vĩ nhân. Thậm chí có những người còn thay đổi được cả thế giới, mở ra kỷ nguyên mới cho nhân loại. Họ làm được những điều khiến cả thế giới kính nể và ngưỡng mộ. Thành công đến với họ không phải do ngẫu nhiên, sự may mắn hay do số phận sắp đặt. Tất cả đều do tự bản thân họ tạo nên những điều tuyệt vời đó.

Khi bạn lựa chọn cuốn sách này tức là bạn đang rất rất muốn thiết kế lại cuộc đời, bạn đang bị thôi thúc tìm kiếm sự giàu có thịnh vượng, và bạn vẫn sẽ luôn có cơ hội để thay đổi được cuộc đời của chính mình. Hãy dành cho bản thân một chút thời gian, đến một nơi tĩnh lặng và nghiệm lại cuộc đời! Hãy tìm về quá khứ, tìm kiếm những điều mà bạn đã nghĩ, đã làm! Và những suy nghĩ, hành động đó ảnh hưởng đến kết quả ở hiện tại của bạn như thế





nào? Hãy trung thực với chính bản thân mình, thẳng thắn đối diện với những gì đã xảy ra! Nếu cuộc sống hiện tại của bạn đã thỏa mãn với những gì mà bạn mong đợi thì xin chúc mừng bạn. Còn không thì tôi cần bạn phải mạnh mẽ đối mặt với mọi việc, chịu trách nhiệm hoàn toàn với bản thân và tìm cách sửa đổi những sai lầm để cuộc sống của bạn bước lên những nấc thang mới cao hơn.

Những người thành công luôn bị thôi thúc tìm kiếm cơ hội, thôi thúc tìm kiếm sự thịnh vượng, sự thanh thản trong tâm hồn và họ luôn đạt được điều mà họ muốn. Những người này trở thành thần tượng, niềm mơ ước, sự khao khát của những người nghèo khó. Một số người trở thành những diễn giả và đi khắp thế giới để truyền cảm hứng cho tất cả mọi người.

Tuy nhiên, không phải ai mong muốn sự giàu có, thịnh vượng cũng đều đạt được kết quả như ý. Vì một số sai lầm trong suy nghĩ cũng như trong hành động mà có những người đến cuối đời vẫn sống trong sự nghèo khó và thất bại.

Nhiều người nói rằng: *“Tôi đâu có tìm kiếm sự nghèo khó; tôi đâu có tìm kiếm khổ đau; tôi đâu có tìm kiếm sự bất hạnh... Tại sao những điều đó vẫn xảy ra với tôi?”*

Có những người lại nói: *“Tôi luôn tìm sự thành công, được hạnh phúc, được khẳng định bản thân, sống cuộc sống giàu có,... Tại sao những điều đó chưa xảy đến với tôi?”*

Mọi điều vẫn còn chưa sáng tỏ, mọi bí mật vẫn chưa được hé lộ, mọi thắc mắc vẫn chưa được vén màn. Tất cả những câu trả lời sẽ được khai sáng trong chương trình này.

Nếu bạn tập trung thật sự, và bị thôi thúc mạnh mẽ vào việc tìm kiếm thành công trong cuộc đời mình thì bạn đang ở đúng nơi, đúng thời điểm, gặp đúng tác nhân có thể giúp bạn.





### 3. HÃY CHUYỂN HÓA ƯỚC MƠ THÀNH MỤC TIÊU!

Thời sơ khai, con người luôn tin vào thần linh, chúa trời, tin vào những năng lực siêu nhiên trong vũ trụ. Vì thế mà các bộ tộc, bộ lạc thường xuyên thờ cúng những vị thần mà họ tôn thờ để tránh sự nổi giận của đấng tối cao, cầu xin những đấng tối cao sẽ mang lại cho họ có được cuộc sống đủ đầy, ấm êm. Và những điều khấn cầu về cuộc sống đủ đầy, ấm êm đó chính là sự thể hiện ước mơ về cuộc sống của con người.



Không ai sống mà không có ước mơ, bất kể đó là ước mơ lớn hay nhỏ, vĩ đại hay tầm thường thì đều thể hiện sự mong muốn, khao khát của con người, là sự cứu cánh cho những tâm hồn lạc lối, là tấm bản đồ chỉ đường cho bạn đến đích của sự thanh thản, là nút ga đẩy bạn tiến nhanh đến đỉnh cao của cuộc sống, sự nghiệp.

Ngay từ tấm bé, cả bạn và tôi đều có rất nhiều ước mơ. Có những ước mơ nay đã thành hiện thực, có những ước mơ chưa đạt được, có những ước mơ đã bị thay đổi... Khi con người ta lớn lên với biết bao nhiêu thứ phải lo toan, gánh nặng cơm áo gạo tiền, phải vật lộn với cuộc sống bon chen làm ước mơ của ta thay đổi, và đôi khi khiến ta quên mất ước mơ của chính mình.

Đa phần chúng ta đều ước mơ có được một gia đình hạnh phúc, tất cả mọi thành viên yêu thương, đùm bọc lẫn nhau. Ước mơ có một ngôi nhà rộng rãi, sang trọng với đầy đủ tiện nghi hiện đại





nhất, tân tiến nhất; được đưa đón bằng những chiếc xe hơi sang trọng nhất, tài khoản ngân hàng luôn rủng rỉnh, không bao giờ phải phiền muộn vì chuyện tiền bạc. Ước mơ có một sự nghiệp ý nghĩa, phát triển bền vững, mang lại giá trị cao cho xã hội. Ước mơ được mọi người biết đến, được mọi người ca tụng, trầm trồ khen ngợi. Ước mơ được là người quan trọng, có tầm ảnh hưởng lớn đến tất cả mọi lĩnh vực. Ước mơ có được một sức khỏe dồi dào. Ước mơ được sống trường tồn với thời gian... Tất cả những điều trên đều khiến con người ta khao khát muốn có được và họ bủa đi tìm kiếm những giấc mơ của mình.

Trong cuộc sống này khi hỏi ra bạn sẽ thấy rằng không ai là không mơ ước. Nhưng đa phần con người chỉ ngồi một chỗ và mong những điều mình ước mơ tự xảy đến với mình, mong có được kết quả từ trên trời tự nhiên rơi xuống. Những người như vậy họ sẽ chỉ mãi sống trong mộng tưởng mà không bao giờ thành công được. Bí quyết của sự thành công nằm ở chỗ: *"Bạn hãy biến tất cả những ƯỚC MƠ của bạn trở thành MỤC TIÊU!"*

Nếu bạn mông lung không biết làm sao để biến ước mơ thành mục tiêu thì ngay lúc này bạn hãy khắc ghi một công thức mà bạn có thể dùng cả đời:

**MỘT MỤC TIÊU****=****MỘT ƯỚC MƠ****+****MỘT HẠN ĐỊNH CỤ THỂ**

Vì vậy ngay lúc này, hãy lấy một tờ giấy ra và viết xuống những hành động bạn phải làm để biến ước mơ thành hiện thực. Chẳng hạn bạn ước mơ có được một gia đình hạnh phúc, bạn sẽ viết những hành động phải làm để có một gia đình hạnh phúc: tập trung làm việc chăm chỉ hơn để có thêm thu nhập giúp các thành viên trong gia đình có cuộc sống thoải mái. Quan tâm đến các thành viên trong gia đình hơn bằng cách dành thời gian chơi với con cái, giúp





đỡ vợ trong những công việc gia đình, tổ chức những buổi đi chơi, dã ngoại để gắn kết tình cảm... Tương tự như vậy, đối với những ước mơ khác bạn cũng hãy làm theo cách này, viết ra giấy những điều ước mơ mà bạn muốn biến nó thành sự thật. Ví dụ: tháng... năm... tôi sẽ sở hữu một ngôi nhà sang trọng; tháng... năm... tôi sẽ sở hữu chiếc xe hơi đẳng cấp mang thương hiệu Ford có màu đỏ tuyệt đẹp; bắt đầu từ hôm nay tôi sẽ làm việc chăm chỉ, học hỏi và kiên trì hơn nữa để trở thành một người bán hàng xuất sắc nhất trong lĩnh vực của tôi...

Không có cố gắng nào là vô nghĩa, không có thất bại nào là sự kết thúc và không có trở ngại nào là không thể vượt qua. Tôi tin chắc đã có những lúc bạn nghĩ lại quãng thời gian trước đây và hối hận vì những điều bạn đã không làm hơn là những điều bạn đã làm, bạn luôn thấy tiếc nuối tại sao ngày trước mình không cố gắng học hành chăm chỉ hơn để giờ đây có thể bạn đã có được tấm bằng đại học ở trên tay? Bạn tiếc nuối tại sao mình lại chơi với những người này mà không chơi với những người kia để giờ đây cuộc đời bạn rơi vào sự bế tắc? Bạn tiếc nuối tại sao mình đã không dũng cảm nói và hành động mà lại luôn sợ sệt để giờ đây bạn trở thành người nhút nhát như vậy?... và còn biết bao câu hỏi tại sao nữa cứ xuất hiện trong đầu khiến bạn bồn loạn. Nếu ngay lúc này bạn không thay đổi cách suy nghĩ, cách hành động, biến những mơ ước thành mục tiêu sống thì mười năm, hai mươi năm sau khi bạn nhìn lại quãng thời gian hiện tại của bạn bây giờ thì bạn cũng sẽ cảm thấy thất vọng như chính lúc này bạn đang thất vọng về quá khứ, thậm chí mức độ còn tồi tệ hơn nữa.

Như tôi đã nói ở trên, không gì là không thể. Cả bạn và tôi và những người thành công khác đều có cùng điểm xuất phát như nhau, họ có thể làm nên những điều kỳ diệu thì cả tôi và bạn cũng có thể làm nên những điều kỳ diệu đó.

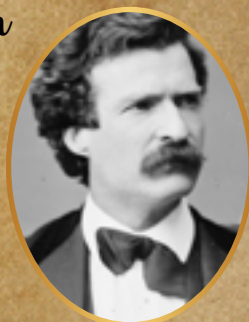




Đừng lo lắng gì cả, sự bắt đầu không bao giờ là muộn màng. Hãy dành cho mình một chút thời gian, tĩnh lặng và tìm lại những giấc mơ của mình, những giấc mơ mà bạn thực sự khao khát có được và viết nó xuống dưới dạng mục tiêu. Bạn sẽ thấy một nguồn năng lượng dồi dào chạy lan khắp cơ thể, thôi thúc bạn thực hiện bằng được giấc mơ của mình và bạn sẽ trở thành một con người mới mà ngay chính bản thân bạn cũng không nhận ra.

“Hai mươi năm sau lúc này, bạn sẽ thấy thất vọng vì những điều mình không làm hơn là những điều mình đã làm. Vậy nên hãy tháo nút dây! Hãy cho thuyền rời khỏi bến cảng an toàn! Hãy căng buồm đón gió! Tìm tòi! Ước mơ! Khám phá!”

- Mark Twain -







#### 4. KHI ĐAM MÊ GẮN LIỀN VỚI TÂM NHÌN, SỨ MỆNH

Công việc hiện tại của bạn là gì? Khi làm việc bạn cảm thấy hào hứng hay buồn chán? Thu nhập của bạn trong công việc này cao hay thấp? Bạn có hoàn thành công việc đúng thời gian hạn định hay không? Nếu những câu trả lời của bạn đều theo chiều hướng tích cực thì bạn đang làm việc theo đúng niềm đam mê của mình rồi đấy.



Đam mê là thứ mang lại cho bạn nguồn năng lượng vô tận để hành động. Đó là nguồn năng lượng mạnh mẽ và liên tục đưa bạn đến bất kỳ thành công nào. Là sự cuốn hút bạn suy nghĩ, bạn nói và bạn hành động để tạo ra những kết quả vượt trội.

Zig Ziglar, một trong những người bán hàng xuất sắc nhất, một diễn giả bậc thầy đã viết: “Có ba điều tạo nên một cuộc sống viên mãn, đó là niềm ĐAM MÊ cháy bỏng, nỗ lực hết mình và mục đích cuối cùng. Không ai có thể duy trì được động lực của mình trong một thời gian dài mà không hiểu rõ ba khái niệm trên. Cũng không ai thụ hưởng một cuộc sống viên mãn mà không cần đến một động lực nào”. Chính bản thân ông khi đã là một “Người bán hàng số 1” nhưng ông vẫn quyết định từ bỏ công việc đó và đi theo niềm đam mê của mình, ông ao ước trở thành một chuyên gia đào tạo, trở thành người truyền ngọn lửa nhiệt huyết về nghệ thuật bán hàng cho tất cả những người khác trên toàn thế giới. Bằng niềm yêu thích và làm việc bằng sự hăng say, khi bước sang một lĩnh vực mới ông lại trở thành người “số 1” theo như nhận xét của nhiều người.





Người tạo ra cậu bé phù thủy Harry Potter, bà J.K Rowling sẽ chỉ là một người phụ nữ bình thường nếu như bà không làm việc bằng niềm đam mê của mình để tạo ra được bộ truyện gây xôn xao cả thế giới. Phải làm việc trong một hoàn cảnh không thể nào khó khăn hơn: ly hôn chồng, một mình nuôi con, sống nhờ trợ cấp xã hội, một tay bà vừa viết truyện, còn một tay bà bế con, khổ cực như vậy nhưng bà vẫn không chùn bước, vẫn không ngừng theo đuổi niềm đam mê của mình. Và kết quả là cuốn sách của bà được tất cả mọi người trên thế giới săn đón, được dịch ra nhiều tiếng, thậm chí còn được dựng thành phim. Bà đã thành công một cách vang dội và trở thành một nữ tỷ phú nổi tiếng.

Nhưng thực tế, rất nhiều người đang làm việc với sự MÊ MUỘI chứ không phải bằng sự ĐAM MÊ. Liệu bạn có đang nằm trong số đó? Bây giờ hãy đọc những câu hỏi dưới đây và thành thực trả lời cho từng câu hỏi để xem bạn đang làm việc bằng đam mê hay bằng sự mê muội!

- ✓ *Bạn có thấy hứng khởi mỗi khi nghĩ về công việc của mình không?*
- ✓ *Bạn có bị ám ảnh bởi công việc không?*
- ✓ *Bạn có nhiều sáng kiến tích cực cho công việc không?*
- ✓ *Bạn có thường xuyên đạt được những thành tựu nhỏ trong công việc của mình không?*
- ✓ *Bạn có tập trung đến độ quên cả thời gian khi đang thực hiện công việc của mình không?*
- ✓ *Bạn có thực sự tin tưởng vào sự thành công trong công việc của mình không?*

Nếu tất cả những câu trả lời đều là “CÓ” thì bạn đang có một sự MÊ MUỘI trong công việc của mình. Khi chỉ làm việc bằng sự mê muội thì bạn sẽ rất khó đạt được kết quả cao. Bạn lao vào và ngập chìm trong mớ công việc, làm hết việc này đến việc khác, ôm đồm





quá nhiều thứ, không thể tập trung làm thật tốt một công việc nào để phát huy được tối đa khả năng của bản thân, do đó sẽ không tạo được đủ lực để làm bàn đạp cho bạn tiến lên phía trước.

Để biến tất cả những điều đó thành sự ĐAM MÊ thì bạn phải gắn với TÂM NHÌN và SỨ MỆNH. Tâm nhìn không chỉ là khả năng quan sát bằng mắt thường mà là khả năng nhìn nhận bằng CON MẮT TRÍ TUỆ trong bạn. SỨ MỆNH của bạn trả lời cho câu hỏi: “*Bạn là người như thế nào và sẽ để lại dấu ấn gì trong quãng thời gian bạn sống?*”

**Khi niềm đam mê gắn với tâm nhìn, sứ mệnh bạn sẽ:**

- ✓ *Luôn rõ ràng về cách thức hành động và hướng đi của mình.*
- ✓ *Có khả năng tập trung cao độ vào công việc và tạo ra hiệu quả vượt trội so với những người khác.*
- ✓ *Trở thành một người mạnh mẽ và sáng tạo nhất trong ngành nghề của mình.*

**Và đặc biệt: Bạn sẽ trở thành người HẠNH PHÚC và THÀNH CÔNG trọn vẹn nhất.**

Người bán hàng thất bại là người không có niềm đam mê với công việc. Họ làm việc hời hợt giống như bị ép buộc, và mỗi khi nghĩ đến công việc, những người này thường cảm thấy chán chường và coi đó như là gông cùm, như là một sự tra tấn. Người bán hàng thất bại cảm thấy một ngày làm việc dài lê thê, vì tâm trí họ đâu có tập trung vào công việc, chốc chốc lại nhìn đồng hồ và đếm xem bao lâu nữa thì hết giờ làm việc. Những người này họ đi làm chỉ để “*chống thất nghiệp*”, chỉ cần có đủ tiền để trang trải tiền nhà và tiền ăn hàng tháng chứ không hề có ý chí thăng tiến trong sự nghiệp. Trong họ luôn có suy nghĩ ỷ lại và chờ đợi vào một điều gì đó tốt đẹp trong tương lai.





Người giàu làm việc bằng niềm đam mê, thậm chí khi đã có được sự thành công, tiền bạc dư thừa nhưng họ vẫn cần mẫn làm việc. Không phải vì sự tham lam muốn có thêm nhiều tiền bạc, của cải hơn nữa mà vì họ yêu thích công việc của mình. Người giàu cảm thấy thích thú, vui vẻ khi được làm những công việc này, họ đưa ra những thời gian hạn định để hoàn thành mục tiêu, công việc nào đó và họ thích thú khi chạy đua với thời gian để hoàn thành những mục tiêu mới mà họ đặt ra.

Nếu không làm việc bằng sự đam mê thì có lẽ chúng ta đã phí đi một nửa đời người. Nếu bạn không yêu thích công việc này thì bạn có thể chuyển sang công việc khác, những công việc mà bạn yêu thích. Trong bán hàng cũng vậy, nếu bạn không yêu thích và tin tưởng sản phẩm bạn đang bán thì bạn có thể chuyển sang bán những sản phẩm mà bạn yêu thích. Khi làm việc bằng niềm đam mê thì bạn sẽ thấy không ngày nào bạn phải làm việc cả.

*“Đam mê là một nguồn năng lượng. Hãy cảm nhận sức mạnh đến từ việc tập trung vào những việc tạo hứng khởi cho bạn”.*



*- Oprah Winfrey -*







## 5. BÁN HÀNG, THIÊN MỆNH HAY LỰA CHỌN?

Nhiều người nói rằng, những gì xảy ra trong cuộc sống của chúng ta là do Trời hay Chúa sắp đặt, định đoạt; là do số phận đã được an bài, dù có cố gắng thế nào, nỗ lực thế nào đi nữa thì cũng không có gì thay đổi, dù có tránh được chuyện này thì chắc chắn sẽ gặp phải chuyện khác, thậm chí còn tồi tệ hơn nên không việc gì phải chống lại sự sắp đặt đó mà hãy cứ yên vị sống theo “*quy định*” để đến cuối đời may ra được “*rủ lòng thương*” mà suy xét lên thiên đàng.



Đối ngược với ý kiến trên thì nhiều người lại nói số phận của chúng ta là do chúng ta quyết định. Đi theo con đường nào, chọn ngành nghề gì, chơi với ai, học tập cái gì đều do bản thân chúng ta mà ra...

Bất cứ ai sống trong thế giới này cũng đều phải trao đổi. Chúng ta có hoạt động trao đổi tự nhiên như hít vào thở ra, hấp thu vào đào thải ra. Chúng ta cũng có những hoạt động trao đổi xã hội... đó chính là MUA BÁN. Vậy xét cho cùng ai cũng đang mua và bán trong xã hội. Và bạn cũng vậy, từng giờ, từng phút, từng giây bạn cũng đang mua và bán, dù bạn là người bán hàng chuyên nghiệp hay không chuyên.

Người nào giỏi bán những thứ mình có thì sẽ được hưởng cuộc sống sung túc, thịnh vượng. Người bán được nhiều thứ giá trị thì tất nhiên cũng sẽ nhận lại được nhiều thứ giá trị khác. Người nào





không giỏi bán thì sẽ nhận được ít thứ giá trị và sống cuộc sống nghèo khó, vất vả.

Khi nói đến hai từ BÁN HÀNG, bạn đừng chỉ tư duy giới hạn đến những người đang buôn bán một mặt hàng nào đó: quần áo, đồ gia dụng, xe máy, ô tô, nhà ở, hàng ăn,... và nhận lợi nhuận theo khả năng của mình theo kiểu “*tiền trao cháo múc*”. Đó chỉ là một phần của bán hàng mà thôi! Những người công chức nhà nước, nhân viên các doanh nghiệp tư nhân, những người lao công, cửu vạn... tất cả họ cũng đều đang bán thời gian, trí lực và sức lực của mình từng ngày để nhận một khoản thu nhập theo bản hợp đồng đã được ký trước.

Cho dù bạn làm nghề nào đi chăng nữa thì bạn cũng đang thực hiện hoạt động bán và mua. Đây là một sự thật mà rất ít người nhận ra. Nếu bạn càng nhận ra sớm thì bạn càng nhận được nhiều thành tựu trong cuộc đời.

Nhiều người thắc mắc hoặc hỏi người khác rằng nghề tôi đang làm là do số mệnh quyết định tôi phải làm nghề đó và gắn bó với nó hay là do tôi lựa chọn như vậy? Và tôi có xứng đáng để đạt được hạnh phúc và thành công hay không?

Rất tiếc, những câu hỏi như vậy đều chưa phải là câu hỏi thông minh. Chúng ta cần phải xem xét và đặt lại câu hỏi như: “*Tôi muốn được hạnh phúc và giàu có như thế nào?*”, “*Tôi muốn đạt được điều gì trong cuộc sống?*”, “*Tôi muốn có sức khỏe ra sao?*”, “*Tôi sẽ phải làm gì để có được sự thanh thản?*” ...

Cuộc sống của chúng ta phần lớn bị chi phối bởi hoàn cảnh, có thể có những sự việc bất ngờ xảy đến mà ta không thể nào biết trước được, cho dù đó là việc tốt hay không. Nhưng chúng ta hoàn toàn có thể lựa chọn cách phản ứng với sự việc đó. Có một nghiên cứu cho thấy rằng, hai đứa trẻ sinh đôi sau khi được sinh ra, một trong hai đứa trẻ đó được một cặp vợ chồng khác nhận nuôi. Ba mươi





năm sau, khi gặp lại họ các nhà khoa học thấy rằng cuộc sống của hai đứa trẻ có sự khác nhau rõ rệt, một người có cuộc sống sung túc, vui vẻ trong khi người còn lại thì có cuộc sống khó khăn và thường xuyên đau gât. Điều đó cho thấy, vận mệnh là do chính chúng ta tự tạo nên, không phải do thiên mệnh hay một sức mạnh quyền năng nào sắp đặt. Và hai đứa trẻ trong ví dụ trên cũng sẽ có cuộc sống khác nhau hoàn toàn vì những gì chúng lựa chọn. Nếu là do vận mệnh thì chắc hẳn số phận hai đứa trẻ sinh đôi đó đã giống nhau rồi.

Số mệnh, vận mệnh hay thiên mệnh cũng đều do ý nghĩ của con người dựng lên. Những điều đó đều ám chỉ các yếu tố bên ngoài tác động đến bạn. Những người thất bại hay đổ thừa cho những “*năng lực siêu nhiên*” ở ngoài kia. Chẳng hạn: khi không chú tâm tới công việc dẫn đến làm ăn thất bát, con người đổ lỗi cho số phận; suốt ngày rượu bia dẫn đến bệnh tật, đổ lỗi cho số phận; đi đường không cẩn thận, bị tai nạn đổ lỗi cho số phận; để đồ hớ hênh bị mất trộm cũng đổ lỗi cho số phận... những người này không bao giờ nhìn lại những gì mình đã làm khiến bản thân rơi vào tình huống đó, con người giỏi nhất là việc đổ lỗi và họ cũng rất giỏi trong việc đóng vai là “*nạn nhân*”, trở thành người đáng thương và mong đợi mọi người cảm thương mình. “*Nếu không phải chiếc xe đó đi nhanh thì tôi đã không bị tai nạn rồi!*”, “*Nếu tên trộm không có ở đó thì tôi đâu có bị mất đồ!*”, “*Nếu không phải do tuổi hạn thì công việc làm ăn của tôi chắc chắn sẽ lên như điều gặp gió!*” ...

Thực sự là tất cả mọi thứ đều nằm trong vòng quay trùng trùng điệp điệp của những nguyên nhân và kết quả, ngay cả những ý niệm của bạn. Bạn suy nghĩ và hành động như thế nào thì kết quả bạn nhận lại sẽ tương đương như thế. Vì vậy bạn hãy chọn cho mình những ý nghĩ, lời nói và hành động hướng đến kết quả mà bạn mong muốn.

Những gì bao quanh bạn, thế giới bên ngoài của bạn chính là sự





phản ánh thế giới bên trong bạn, phản ánh sự lựa chọn của bạn trong quá khứ. Nếu bạn muốn thay đổi thế giới bên ngoài của mình theo chiều hướng tốt hơn thì ngay từ bây giờ bạn hãy thay đổi thế giới bên trong, thay đổi cách suy nghĩ, thay đổi cách đưa ra quyết định, học theo những người thành công đi trước. Chính bạn là người quyết định số phận của bạn là sang giàu hay nghèo hèn.

Bán hàng là nghề được rất nhiều người lựa chọn, vì đây là một môi trường năng động, được tiếp xúc với những thứ tân tiến nhất, hiện đại nhất. Không phải những người được lựa chọn, những người có “*thiên mệnh*” mới là những người thành công, mới là người bán được nhiều hàng. Khởi điểm họ cũng là một người bình thường, không chút kinh nghiệm, không chút hiểu biết về công việc bán hàng, nhưng sự nỗ lực của họ gấp đôi, thậm chí gấp ba những người khác nên kết quả họ đạt được cũng sẽ gấp đôi, gấp ba những người bán hàng bình thường ngoài kia. Một khi đã quyết tâm lựa chọn con đường mình đi thì họ sẽ theo đến cùng, không bao giờ chùn bước.

Hàng ngày hãy dành cho bản thân mình từ 5 đến 10 phút suy nghĩ để trả lời câu hỏi: “*Điều gì tạo ra kết quả ở hiện tại của mình?*” Hãy nghĩ về điều bạn muốn ở tương lai và ra quyết định hành động hướng tới nó!

*Thời xưa, có vị tướng quyết tấn công địch đầu quân địch mạnh hơn gấp nhiều lần. Trên đường tiến quân, ông dừng chân ở một đền thờ cầu nguyện, xin giúp đỡ. Sau đó, ông rút ra một đồng xu và nói lớn với quân sĩ:*

- *Bây giờ, ta sẽ lấy đồng xu để xin keo. Nếu là sấp, quân ta sẽ thắng còn ngửa thì quân ta sẽ bại. Chúng ta phó*







mặc mạng sống cho định mệnh. Đồng xu bay lên, xoay mấy vòng và rơi xuống đất.

– Sắp rồi! Chúng ta sẽ thắng! Hãy xông lên chà nát quân thù! – Ba quân reo hò phấn khởi.

Sau trận chiến, toàn bộ quân địch hùng hậu đông đảo bị đánh bại hoàn toàn. Vị phó tướng vui vẻ nói với tướng quân:

– Không ai có thể thay đổi được bàn tay định mệnh.

Tướng quân chỉ mỉm cười không đáp. Ông xòe tay đưa đồng tiền ra. Cả hai mặt đồng xu đều là mặt sắp.

Vị tướng quân đó hiểu được sức mạnh không phải ở số lượng mà là ở trong tâm trí, bản thân mỗi người lính chính là “Bàn tay định mệnh” quyết định chiến thắng của trận chiến.

Cuộc sống rất công bằng với tất cả mọi người, không thiên vị ai cũng không nâng đỡ một ai, mọi người đều như nhau. Sự giúp đỡ duy nhất mà bạn có được là chính bản thân bạn !!!

“Thời điểm bạn ra quyết định, vận mệnh của bạn được hình thành”



– Tony Robbins –







## 6. TẦM NHÌN VỀ BÁN HÀNG THẾ KỶ 21

Công việc hiện tại mà bạn đang làm có phải là do bạn sợ bị thất nghiệp nên mới “nhắm mắt đưa chân”? Hay bạn thực sự yêu thích và nhìn thấy tương lai của mình ở trong đó? Từ trước tới nay, trong cuộc sống cũng như trong công việc bạn thường hành động với tầm nhìn rõ ràng hay với sự mơ hồ về tương lai? Bạn có bao giờ biết trước những việc bạn đang làm đem lại kết quả như thế nào không hay đấy chỉ là sự thử nghiệm cho đến khi kết thúc thì kết quả mới được sáng tỏ?



Nếu bạn dành thời gian để phát triển tầm nhìn và thường hành động dựa trên một tầm nhìn rõ ràng thì e rằng bạn đang là một người thành công hoặc đang đi đến cái đích của sự thành công. Còn nếu không phải thì đây chính là lúc bạn phải học về TẦM NHÌN.



*Edison có tầm nhìn về những thành phố rực rỡ ánh đèn từ lúc cả thế giới còn đang tối tăm khi màn đêm buông xuống. Chính tầm nhìn đó đã thôi thúc ông sáng tạo ra bóng đèn điện và thành lập công ty xây dựng mạng lưới điện khắp thế giới cho dù phải trải qua cả nghìn lần thất bại.*

*Bill Gates có tầm nhìn về một thế giới mà ai cũng có máy tính cá nhân trong khi giám đốc của hãng máy tính lớn nhất*





– IBM nói rằng: “Máy tính chỉ dùng trong các công ty lớn”. Không để tầm nhìn của mình bị che khuất, hành động dựa trên một tầm nhìn rõ ràng như thế khiến cho ngày hôm nay tôi và bạn đều đang sở hữu những chiếc máy tính vô cùng tiện lợi và Bill Gates là người giàu nhất thế giới.

Những người thành công luôn có tầm nhìn về một lĩnh vực nào đó trong cuộc sống. Nếu không có tầm nhìn thì Warren Buffett đã không trở thành nhà đầu tư tài ba nhất thế giới, Lakshmi Mittal đã không trở thành ông trùm của ngành thép và trở thành tỷ phú giàu nhất châu Âu, Ingvar Kamprad đã không trở thành nhà bán lẻ nổi tiếng khắp hành tinh, KP Singh đã không thể trở thành chúa tể của bất động sản khiến mọi người kính nể... và nếu không có tầm nhìn thì Bác Hồ vĩ đại của chúng ta đã không thể đưa đất nước ra khỏi vùng trời đen tối, cứu nhân dân khỏi cảnh lầm than. Họ là những con người vĩ đại, những người chiến đấu với khó khăn và chiến thắng được số phận, họ tạo dựng số phận cho chính bản thân mình và trở thành những người truyền lửa cho tất cả mọi người trên thế giới.

Nhờ có tầm nhìn về tương lai của những người vĩ đại mà chúng ta có điện thoại để liên lạc, có internet để thu thập thông tin, có máy bay có thể bay lượn trên bầu trời, thậm chí con người chúng ta còn có thể khám phá và bay vào vũ trụ, một việc mà trước đây tất cả mọi người đều tưởng chừng như không thể.

Còn những người nghèo khó, thất bại, những người không có tầm nhìn, họ thường chạy theo những trào lưu ĐÃ KẾT THÚC.

- ✓ Đó là người đổ xô đi mua vàng khi nó đang trên đỉnh điểm.
- ✓ Đó là người mua chứng khoán khi người khác đang bán tháo để rút khỏi thị trường.
- ✓ Đó là người đổ hết vốn liếng vào mua bất động sản ở giai đoạn thoái trào của chu kỳ.

...





Và tất cả họ đều mất rất nhiều tiền của, mất hết nhà cửa, khuynh gia bại sản, gia đình tan vỡ, thân bại danh liệt,... đó là cái giá phải trả cho những người không chịu học hỏi, không chịu tham khảo thị trường, là cái giá của những người mù quáng cứ lao đầu vào làm mà không suy xét kỹ càng những vấn đề của công việc.

Thế kỷ 21 là thời đại của sự thịnh vượng, sự giàu có, sự tăng trưởng một cách chóng mặt, là một thế giới liên tục biến đổi và phát triển. Nếu bạn không hành động, không thay đổi, không linh hoạt thì bạn không thể tồn tại được trong thế giới đầy rẫy những biến động này. Một thế giới đang rộng mở và giao thương mạnh mẽ như hiện nay:

- ✓ *Hãy dành thời gian phát triển tâm nhìn về các hoạt động kinh doanh của thế giới!*
- ✓ *Hãy tham gia vào những tổ chức kinh doanh và bán hàng mạnh mẽ để nhìn rõ về xu hướng thế kỷ hơn!*
- ✓ *Hãy đến với Sufo.vn để nhận được những tâm nhìn rộng mở hơn!*

Những người bán hàng thất bại là những người thụ động, là người đi sau xu thế, đi sau thời đại. Họ bị những người bán hàng cùng điểm xuất phát trước đây bỏ lại rất xa ở phía sau. Khi những người bán hàng giỏi đã đi những chiếc xe sang trọng thì hàng ngày họ vẫn phải chen chúc đi làm bằng xe buýt. Người bán hàng thất bại thường đổ lỗi cho số phận, đổ lỗi cho khách hàng khó tính, đổ lỗi cho vị trí bán hàng không thuận tiện khiến họ không đạt doanh thu.

Người bán hàng thành công là những người đi trước xu thế, là những người tiên phong trong cuộc cách mạng mới. Và khi họ đã làm được rất nhiều việc, gặt hái được rất nhiều thành công thì những người khác mới đổ xô đi theo họ. Người bán hàng thành





công không bao giờ chịu ngồi yên một chỗ, họ luôn tìm tòi, sáng tạo ra những sản phẩm, dịch vụ mới tiện nghi hơn, ưu việt hơn và giá thành tốt hơn so với hiện tại. Cung cách phục vụ của họ ngày càng chuyên nghiệp, tạo được thiện cảm cho khách hàng, giữ được những khách hàng quen, thân thiết và tạo được mối quan hệ tốt đẹp với những khách hàng mới, khách hàng tiềm năng.

Sống trong một thế giới phát triển, bận rộn và xô bồ như vậy thì những sản phẩm, dịch vụ nào càng tốt, càng nhanh chóng thì càng được ưa chuộng. Người biết được điều này sẽ không ngừng cải tiến để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và ai là người “*nhANH CHÂN*” nhất sẽ là người chiến thắng.

Nếu bạn cảm thấy mình còn kém cỏi, còn phải học hỏi nhiều, nếu bản thân bạn không biết xu thế trong tương lai như thế nào thì đừng chần chừ gì nữa, ngay lúc này đây hãy liên hệ cho 3 người bán hàng giỏi nhất mà bạn biết, hãy mời mỗi người một bữa cà phê hay bữa cơm trưa nào đó để nghe chia sẻ về tầm nhìn của họ và mô phỏng họ! Bạn sẽ thành công nhanh thôi.

*“Điều quyết định đến sự giàu có của cá nhân, doanh nghiệp hay quốc gia đều nằm ở việc bán hàng. Ở đâu việc bán hàng tốt, ở đó có cuộc sống thịnh vượng.”*







## 7. BÁN HÀNG THÚC ĐẨY XÃ HỘI

Tất cả thị trường tài chính, bao gồm thị trường chứng khoán, cổ phiếu, trái phiếu và hàng hóa cũng như lãi suất hiện hành đều liên quan tới bán hàng. Đứng sau những những nhà máy công nghiệp to lớn là hệ thống, đội ngũ bán hàng hùng hậu. Người nông dân cũng nhờ có những người bán hàng mà nông phẩm được mang đến các thị trường tiêu dùng cách đó hàng trăm, hàng nghìn cây số.



Bán hàng chuyên nghiệp chính là nghiệp vụ kinh doanh cơ bản trực tiếp thực hiện chức năng lưu thông hàng hóa phục vụ cho sản xuất và đời sống con người, là khâu quan trọng nối liền sản xuất với người tiêu dùng.

Là người bán hàng chuyên nghiệp, bạn chính là động lực thúc đẩy xã hội phát triển. Bạn phải tự hào khi đang là người giúp hàng hóa lưu thông qua đó giúp xã hội tiến bộ.

Nếu không có những người bán hàng, sản phẩm sẽ tồn kho, nông phẩm sẽ chất đống trên bờ ruộng và thối dần, kinh tế sẽ đình trệ và hậu quả của nó thì chúng ta không thể tính hết được.

Nếu không có những người bán hàng, những cỗ máy sẽ ngừng hoạt động, các doanh nghiệp sẽ dừng và chết, người lao động mất việc làm gây ra nhiều vấn nạn cho xã hội. Bán hàng là khâu cuối cùng của một doanh nghiệp, là vấn đề quyết định sự phát triển của doanh nghiệp, của đất nước.





Nếu không có người bán hàng, người tiêu dùng sẽ không được phục vụ, cuộc sống của chúng ta sẽ trở nên thiếu thốn đủ đường. Làm sao chúng ta có thể ăn ngon, ngủ yên, có sức lao động tốt được khi thiếu những nhu yếu phẩm cần thiết?

Nghề bán hàng, người bán hàng đang nắm trong tay quyền chủ động điều phối các hoạt động xã hội; đang tác động trực tiếp đến tất cả các khâu, các ngành, các nghề khác từ lớn đến nhỏ. Nghề bán hàng là cầu nối quan trọng giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng. Người bán hàng tổ chức nhiều hoạt động, đưa ra nhiều chính sách kích cầu nhằm kích thích người tiêu dùng mua hàng nhiều hơn nữa qua đó tạo động lực cho nhà sản xuất vận hành các cỗ máy mạnh hơn.

Thương trường như chiến trường. Trong chiến tranh, các chiến sỹ phải phát triển khả năng sinh tồn ở mọi hoàn cảnh và phát triển nhanh nhất các kỹ năng chiến đấu để có cơ hội sống sót cao trong các trận chiến; từ đó thắng tiến trong sự nghiệp quân ngũ. Người bán hàng cũng đang lao vào một trận chiến tâm lý; trong trận chiến này người bán hàng cũng được thúc đẩy để phát huy cao nhất các kỹ năng, khả năng tiềm ẩn trong mình; trong trận chiến này người bán hàng được đào tạo rất bài bản và chuyên nghiệp.

Nghề bán hàng đang là một nghề mà ở đó con người được phát triển bản thân nhanh hơn mặt bằng chung của bất kỳ một nghề nào khác. Mỗi con người phát triển tốt hơn tạo tiền đề cho một xã hội phát triển mạnh hơn. Đó là một cách thức thúc đẩy xã hội phát triển tốt nhất.

Những nước phát triển hàng đầu thế giới đều là những nước có đội ngũ bán hàng đông đảo và năng động. Việt Nam ta có nguồn tài nguyên phong phú, vị trí địa lý, khí hậu thuận lợi, thiên nhiên ưu đãi con người lại sinh ra lười biếng, tính năng động không cao. Người Việt Nam chỉ thích làm những việc gì nhàn hạ bản thân vì thế mà không phát huy được năng lực tiềm ẩn.





Trong quá khứ chúng ta luôn là những miếng mồi ngon ăn, béo bở của các quốc gia lớn mạnh. Chúng ta thường bị xâm lược bởi những nguồn tài nguyên và vị trí đắc địa về thương mại trên thế giới. Nhưng điều quan trọng khiến chúng ta bị xâm lược là do con người.

Khi dân tộc sống trong cảnh hòa bình, mọi người thường sống an phận bởi không cần cố gắng nỗ lực gì chúng ta cũng có thể đủ cơm ăn áo mặc; cuộc sống thanh nhàn mà vẫn no ấm và vẫn có tiền đóng thuế quốc gia. Những người làm quan cũng chẳng nghĩ cách đột phá để phát triển đất nước mà chỉ tìm cách từ từ đục khoét nhân dân lấy tiền chi tiêu cho các sở thích cá nhân. Quan với dân, chẳng ai thêm phát triển lại còn mâu thuẫn nhau,... lâu dần chúng ta mất đi sức mạnh dân tộc. Như lời bác Hồ nói: *"Một dân tộc dốt là một dân tộc yếu"*. Đó là lý do lớn nhất khiến chúng ta bị xâm lược.

Nhưng sức mạnh trong lòng dân tộc Việt chưa bao giờ mất đi. Mỗi khi chúng ta bị dồn vào chân tường, chúng ta sống trong khổ đau bởi sự áp bức, bóc lột thì chúng ta lại lớn mạnh để chiến đấu và chiến thắng kẻ thù. Những kẻ thù lớn và man dợ nhất thế giới như Mông Cổ, Phát Xít, Trung Quốc, Pháp, Mỹ cũng không thể nào khuất phục được tinh thần dân tộc Việt. Rõ ràng chúng ta có sức mạnh rất lớn, dân tộc Việt có sức mạnh tiềm ẩn rất lớn nhưng chúng ta thường để nó ngủ quên.

Nếu chúng ta tiếp tục đi vào vết xe đổ của các thế hệ đi trước, chúng ta lại để những tiềm năng ngủ quên thì tương lai của chúng ta, thế hệ tiếp sau của chúng ta có thể lại chịu thảm họa xâm lược như thế hệ vừa mới trải qua. Nhưng nếu chúng ta biết khơi dậy tiềm năng trong mỗi con người Việt ngay từ ngày hôm nay, ngay lúc này thì mỗi người sẽ là một cá nhân mạnh để tạo nên một quốc gia mạnh; sẽ không một ai, không một quốc gia nào dám nhắm nhe chúng ta nữa.





Để khơi dậy và phát huy tiềm năng trong mỗi cá nhân nhanh nhất chúng ta hãy tham gia vào các cuộc chiến. Những binh sỹ trong quân đội luôn phải tập trận giả để nâng cao khả năng, họ có nhiệm vụ riêng của họ. Tôi và bạn có nhiệm vụ riêng của chúng ta. Chúng ta sẽ phát huy tối đa tiềm năng của bản thân bằng việc tham gia vào cuộc chiến thương trường.

Hiện nay chúng ta đang bị xâm lược trên mặt trận kinh tế: Những người nước ngoài đầu tư các nhà máy để khai thác sự lỏng lẻo trong luật pháp về môi trường; họ tạo ra những công ty quy mô lớn để khai thác nguồn nhân lực rẻ; họ đầu tư tạo ra các hệ thống bán hàng lớn nhất để khai thác nguồn lợi tiêu dùng; họ đầu tư vào các dự án bất động sản lớn nhất và khai thác nguồn lợi khách sạn; họ tạo ra những con sóng chứng khoán để khai thác sự kém hiểu biết của chúng ta rồi mang về rất nhiều tiền,...

Đứng trước thực trạng này chúng ta cần nâng cao năng lực bản thân, nâng cao sự hiểu biết của chính mình, nâng cao tư duy và kỹ năng làm việc. Những sinh viên ra trường đầy nhiệt huyết và năng động, thay vì tìm kiếm các công việc an nhàn, hãy tìm kiếm những công việc có thể khai thác tối đa tiềm năng bản thân; bán hàng là một gợi ý rất tốt.

Tất cả các mặt trong xã hội từ nhỏ đến lớn đều cần đến bán hàng. Bán hàng là mắt xích quan trọng trong bộ máy kinh tế. Từ cá nhân tới tổ chức lớn mạnh đều sống nhờ vào bán hàng. Khi hoạt động bán hàng càng mạnh thì cá nhân và tổ chức đều mạnh. Khi hoạt động bán hàng yếu thì cá nhân và tổ chức đều yếu thậm chí là phá sản.

Là người bán hàng chuyên nghiệp, bạn đang trực tiếp tác động thúc đẩy xã hội phát triển. Bạn phải biết rằng, mỗi hành động mà bạn làm, mỗi cuộc gọi bạn đang gọi, một giao dịch mà bạn chốt được, mỗi khách hàng mà bạn chăm sóc, tất cả những hoạt động





bán hàng mà bạn đã và đang làm đều đang đóng góp để thúc đẩy sự phát triển của tập thể, cộng đồng và xã hội mà bạn đang sống.

Bạn phải hiểu tầm quan trọng của chính bản thân bạn đối với hệ thống cộng đồng to lớn này. Bạn chính là một trong những nhân tố thúc đẩy và ảnh hưởng đến sự phát triển của toàn cục. Bạn là người quyết định được điều đó.

Nhận thức được sứ mệnh của ngành bán hàng có vài trò tác động trực tiếp tới mỗi cá nhân và vận mệnh dân tộc. Chúng tôi – [sufo.vn](http://sufo.vn) không ngừng nỗ lực tạo ra các sản phẩm giúp những người Việt đi sâu và phát triển mạnh mẽ trong ngành bán hàng; chúng tôi cũng phát triển các sản phẩm NLP chuyên về khai thác sức mạnh tiềm năng con người; chúng tôi cũng là những người thực hành xuất sắc khi mỗi cá nhân trong tập thể của chúng tôi đều là những người phát triển tiềm năng tối ưu. [sufo.vn](http://sufo.vn) cũng là một tổ chức bán hàng xuất chúng.







## 8. NGƯỜI BÁN HÀNG: THU NHẬP CAO VÀ ỔN ĐỊNH



Nếu bạn chưa có thu nhập cao, bạn chưa phải là người bán hàng chuyên nghiệp dù xét ở bất kỳ góc độ nào. Vì thế, hãy suy nghĩ thực sự về mức độ **CHUYÊN NGHIỆP** trong công việc của mình!

Nhân gian đã đúc kết “*phi thương bất phú*”. Bán hàng là nghề thu lại nguồn lợi nhuận rất cao, nhiều mặt hàng có lãi cao gấp cả chục lần. Người bán hàng xuất chúng là người bán được nhiều hàng hóa, mức thu nhập một năm của họ thậm chí bằng mức thu nhập cả một đời của nhiều người khác. Đa phần những nhà tỷ phú trên thế giới đều đi lên từ công việc bán hàng như: Kjeld Kirk Kristiansen cựu chủ tịch của công ty đồ chơi nổi tiếng toàn cầu Lego, Dietrich Mateschitz ông trùm của hãng nước tăng lực Red Bull, Bill Gates cha đẻ của Microsoft là người giàu nhất thế giới...

Bạn có thể tự hào khi mình là một người bán hàng chuyên nghiệp. Năng lực bán hàng của bạn có thể mang lại cho bạn những khoản thu nhập cao và ổn định lâu dài. Dù nền kinh tế thay đổi, dù





có bao nhiêu công ty phá sản hay bao nhiêu ngành nghề trở nên lỗi thời thì xã hội vẫn cần những người bán hàng giỏi. Bằng cách trở thành người bán hàng xuất sắc bạn sẽ đạt được mọi mục tiêu tài chính mà mình đề ra. Đó cũng là con đường nhanh nhất!

Người bán hàng giỏi là người đáp ứng được mọi nhu cầu của khách hàng, và khi đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, làm cho khách hàng tin tưởng và thoải mái thì tất nhiên bạn sẽ tạo được sự uy tín và sẽ ngày càng có nhiều khách hàng tìm đến bạn đồng nghĩa với việc bạn sẽ bán được nhiều hàng hơn.

74% triệu phú tự thân lập nghiệp ở Mỹ là các nhà doanh nghiệp. Họ có thể lấy ý tưởng về một sản phẩm hoặc dịch vụ chưa được ai cung cấp, hay họ nghĩ rằng họ có thể cung cấp tốt hơn đối thủ cạnh tranh và bắt đầu tự kinh doanh. Với các nhà doanh nghiệp, kỹ năng quan trọng nhất để thành công chính là khả năng bán hàng.

Tất cả các kỹ năng khác đều có thể thuê người ngoài làm được. Nhưng khả năng bán hàng là yếu tố quyết định sự thành bại của một công ty.

5% triệu phú tự lập nghiệp ở Mỹ lại là những người cả đời bán hàng thuê cho các công ty. Nghề bán hàng ngày nay thuộc số những nghề được trả lương cao nhất ở Mỹ. Họ thường kiếm được nhiều hơn cả bác sỹ, luật sư, kiến trúc sư hay những người có bằng cấp cao. Điều đó cũng đang âm thầm xảy ra ở Việt Nam mà ít người biết đến.

Bán hàng thật sự là một nghề thu nhập cao. Trong việc bán hàng, không hề có mức trần đối với thu nhập của bạn. Nếu bạn được đào tạo đầy đủ, có kỹ năng và bạn bán đúng loại sản phẩm vào đúng thị trường thì sẽ không có giới hạn về số tiền bạn có thể kiếm được. Bán hàng là lĩnh vực hoạt động duy nhất trong xã hội mà bạn có thể bắt đầu chỉ cần với chút kỹ năng hay đào tạo sơ đẳng. Nó chấp nhận bất kỳ nền tảng học thức nào và có thể mang tới cho bạn cuộc





sống sung túc chỉ trong vòng từ 3 - 12 tháng. Đã có rất nhiều tấm gương xuất thân nghèo khó, có những người vô gia cư, có những người lớn lên ở bãi rác, trong những khu ổ chuột trở thành những chuyên gia bán hàng đẳng cấp.

Hiện nay nhiều người vẫn suy nghĩ người bán hàng là những người học hành không đến nơi đến chốn, là những người không có đầu óc. Xin thưa rằng, những ai còn có lối suy nghĩ như vậy thì hoàn toàn là sai lầm và có cái nhìn thiên cận. Nếu không có đầu óc nhanh nhạy, không có tính linh hoạt, không có sự thích ứng trong mọi hoàn cảnh thì những người bán hàng không thể trụ lại được với công việc này. Họ là những người kiên cường nhất, nhanh nhạy nhất, là những người tiên phong trong mọi lĩnh vực.

Thu nhập của người bán hàng tỷ lệ thuận với năng lực và khả năng phục vụ khách hàng của bạn. Khi bạn nâng cao năng lực bản thân bao nhiêu, bạn sẽ có mức thu nhập tương ứng bấy nhiêu.

Người bán hàng tầm thường là người có kỹ năng bán hàng kém, họ không có sự trau dồi, học hỏi những người thành công khác. Khả năng tư vấn, thuyết phục khách hàng của họ ở mức trung bình hoặc tệ hơn, thậm chí tín hiệu của khách hàng là đang muốn mua sản phẩm nhưng vì sự lóng ngóng, thiếu kỹ năng mà họ khiến cho khách hàng cảm thấy khó chịu và dễ tuột mất những khách hàng lớn.

Nếu tinh ý bạn sẽ nhận ra rằng những hàng quán mà có chủ hay nhân viên dễ tính, vui vẻ, chu đáo với khách hàng thì những hàng quán đó thường rất đông khách, tất nhiên khoản lợi họ thu về là không hề nhỏ. Những cô bán trà đá ở vỉa hè Hà Nội, hàng tháng họ thu được cả chục triệu chỉ nhờ sự niềm nở của bản thân, sự gần gũi với khách hàng, mức thu nhập của họ cao hơn công nhân viên chức nhà nước nhiều lần.

Khi bạn đã xác định được định hướng cuộc đời mình. Khi bạn đã





nhận ra tầm quan trọng của việc bán hàng. Bạn mong muốn mang những điều tốt đẹp cho xã hội, bạn khát khao được phục vụ xã hội trong một ngành nghề đang phát triển và năng động nhất hiện nay thì nghề bán hàng đang là chân trời mới, đó là vùng trời tươi đẹp dành cho bạn. Đó là cơ hội mà không phải ai cũng nhận ra. Khi bạn có tầm nhìn tốt về nghề bán hàng, bạn sẽ vượt qua các trở ngại và sẵn sàng dấn thân trong khi những người khác còn đang do dự. Hãy rèn luyện từng ngày, trưởng thành từng ngày, học hỏi từng ngày! Bạn sẽ nhanh nhất có những thứ tốt nhất trong cuộc đời từ việc bán hàng.

Ngay bây giờ bạn hãy tìm đến những người có thu nhập cao mà bạn biết và xin được học hỏi từ họ, bạn càng học hỏi được nhiều thì tri thức của bạn càng dồi dào, tri thức càng dồi dào bạn càng áp dụng được nhiều vào công việc và cuộc sống.

*“Những người bán hàng giỏi đang có mức thu nhập cao nhất thế giới. Nếu không ngừng nâng cao năng lực bản thân bạn hoàn toàn có thể đạt được”.*







## 9. THÁCH THỨC CÀNG LỚN, LỢI NHUẬN CÀNG CAO

Những người làm công việc bán hàng luôn phải đứng trước những áp lực và thử thách rất lớn. Áp lực đến từ quan điểm xã hội đã được san bằng dần nhưng nhiều gia đình vẫn còn khá kỳ thị. Áp lực đến từ phía công ty, đến từ phía khách hàng. Và áp lực lớn nhất đến từ quá trình đấu tranh bản thân.



Bán hàng chưa bao giờ là một công việc dễ dàng với bất kỳ ai. Tất cả những người bán hàng dù mới vào nghề hay đã trở thành kỳ cựu cũng vẫn phải đối diện với nhiều lời từ chối từ khách hàng. Đó thực sự là những thử thách mà người bán hàng nào cũng phải vượt qua.

Khó khăn, thử thách đến là lúc người bán hàng phải đấu tranh với nỗi cô đơn trên từng con phố khuya. Khó khăn thử thách đến là lúc phải chiến đấu với những lý tưởng, những kế hoạch mới một mình. Khó khăn thử thách đến là lúc nhiều bức xúc mà không có ai chia sẻ.

Những người bán hàng độc lập, thường xuyên phải tác chiến ngoài thị trường sẽ có sự tự do khá lớn, họ không bị quản trị bởi những người quản lý của mình. Sự thành công của họ phụ thuộc vào việc làm hài lòng khách hàng hơn là hài lòng ông chủ của mình. Nhưng đó cũng là thử thách của họ khi không có được sự hỗ trợ từ những người bên trên và nhiều lúc bị mâu thuẫn giữa việc vì lợi ích công ty hay vì lợi ích khách hàng.





Những người bán hàng của các công ty, tập đoàn lớn luôn phải chiến đấu với áp lực doanh số hàng ngày, hàng tháng. Họ thường ngày phải chiến đấu cuộc chiến tâm lý nên rất căng thẳng, họ cũng thường kiếm được tiền ngay trên mỗi thương vụ nên những người bán hàng này rất dễ sa ngã. Họ sa ngã bởi một nhu cầu cơ bản để giải quyết các stress trong mình; họ tìm đến các quán bia, quán nhậu, quây bar, các nơi có gái,... Đầu tiên mong muốn của họ chỉ là tìm một nơi giải tỏa căng thẳng sau một ngày làm việc mệt nhọc. Sau đó mức độ mong muốn tăng dần, họ càng giải quyết căng thẳng tốt thì hôm sau lại càng bình tĩnh và bán được nhiều hàng hơn. Những thú vui thì luôn khiến con người tham đắm. Với sự cám dỗ lớn như vậy những người bán hàng càng ngày càng lún sâu vào con đường nghiện ngập: họ uống nhiều loại rượu nặng hơn, đến những quán bar có những chất xúc tác mạnh hơn, hút những loại thuốc kích thích hơn,... Họ là người bán hàng nên họ có khả năng chi trả. Thiếu tiền cũng là động lực để họ làm việc tốt hơn. Họ đang sa lầy giữa cuộc đời. Đó cũng là một thử thách lớn cho những người bán hàng.

Để trở nên xuất chúng, mỗi ngày tôi và bạn đều phải nỗ lực và nỗ lực hơn nữa; chúng ta buộc bản thân vào những kỷ luật, những thói quen mới; ta dậy sớm hơn, ta học hỏi nhiều hơn; ta cam kết sẽ thực hiện nhiều cuộc gọi hơn, gặp nhiều khách hàng hơn,... Ta tự tạo áp lực và thử thách cho bản thân ta. Để thay đổi thành một con người mới hoàn toàn không phải là điều dễ dàng, có quá nhiều cám dỗ quanh chúng ta, chỉ cần sơ xảy một chút thì không biết được điều tồi tệ gì sẽ đến. Chính vì vậy nhiều người không chịu được áp lực, thử thách, khó khăn họ đã phải dừng lại đầu hàng và chuyển sang ngành khác. Để tồn tại được trong môi trường bán hàng không phải là việc dễ dàng. Một điều mà rất ít người biết, đó là trong môi trường bán hàng tồn tại một “*thế lực ngầm*” khiến cho nhân viên của những hãng khác không dám ra chào mời khách





hàng mua sản phẩm của mình, vì nếu làm vậy họ sẽ bị cho là đã “cướp” khách hàng của hãng đó và sẽ bị “dằn mặt”, đây là một góc khuất trong nghề bán hàng mà không phải ai cũng nhìn thấy được.

Tuy nhiên, những khó khăn đó cũng chính là cơ hội cho những ai quyết tâm theo đuổi mục tiêu. Ai vượt qua được những thử thách, áp lực này sẽ trưởng thành lên rất nhiều, họ là những con người dũng cảm, dám đối mặt với những khó khăn, thử thách, kiên trì theo đuổi mục tiêu. Và những người vượt qua sẽ thu về cho mình những khoản lợi nhuận to lớn mà những người sợ hãi đã nhường lại.

Bạn là một người bán hàng và bạn cũng đã từng trải qua những cảm giác đó? Và sau mỗi lần như vậy bạn có thấy bản thân bạn trưởng thành hơn không? Bạn không còn là một con người chậm chạp, nhút nhát nữa mà bạn đang trở thành một người năng động, tự tin, dũng cảm đương đầu với mọi trở ngại trong cuộc sống, không gì có thể quật ngã bạn được. Bạn hãnh diện vì mình đang là một người quan trọng góp phần thúc đẩy cho nền kinh tế phát triển.

Khi mới bước chân vào nghề bán hàng, ai cũng lo lắng, băn khoăn về công việc mình đã chọn. Với những vấp ngã đầu tiên anh ta chán nản và cảm thấy mệt mỏi. Nhưng sau mỗi lần như vậy, anh ta lại đứng lên và chiến đấu, càng ngày càng mạnh mẽ hơn, và với sự trải nghiệm và hiểu biết của mình anh ta đã trưởng thành lên rất nhiều.

Khi bạn vượt qua được những thử thách đó bạn sẽ chứng minh cho thế hệ sau cũng như những con người bán hàng bình thường ngoài kia thấy rằng, bán hàng là động lực của nền kinh tế, là một nghề nghiệp cao cả và thiêng liêng.

Nếu như có nỗ lực và sự ham học hỏi, mọi thách thức, mọi trở





ngại đều có thể vượt qua được. Để đạt được và trở thành người bán hàng xuất sắc, áp lực, thử thách chính là điều nhất định phải có để giúp bạn và tôi rèn khả năng, trở nên mạnh mẽ hơn, xuất sắc hơn, giá trị hơn mỗi ngày.

Hãy viết xuống những áp lực và thử thách bạn luôn gặp phải trong công việc bán hàng của mình và suy nghĩ, tham khảo ý kiến mọi người về cách giải quyết vấn đề một cách tốt đẹp nhất.

Dù bạn đã thành công hay chưa thì bạn vẫn sẽ còn gặp rất nhiều khó khăn, trở ngại phía trước. Những lúc như vậy, hãy nhìn nhận mặt tích cực để biến những áp lực, thử thách thành động lực để bạn phát triển.

*“Mọi thứ tiêu cực – áp lực, thử thách  
– đều là cơ hội để tôi vươn lên”*

*– Kobe Bryant –*



Rất lâu trước khi xã hội phát triển như ngày nay. Khi con người còn tối tăm cả về thông tin và ánh điện. Bán hàng không được coi là một nghề trong xã hội. Rồi dần dần bán hàng được coi là một nghề không chính đáng. Những người miền Bắc Việt Nam khinh bỉ và miệt thị người bán hàng, gán cho họ những từ “con buôn”, “con phe”.

Nhiều người sống ở miền Bắc đã không chịu được sự công kích. Họ phải tìm đến những nơi cần họ hơn hoặc là bỏ nghề. Nhiều người tỏ ra ngượng ngùng khi nói với người khác rằng họ làm nghề bán hàng. Đến cả ngày hôm nay, khi bạn đang đọc những dòng





này vẫn có những người đang nhìn nghề bán hàng bằng một nửa con mắt. Và cũng còn rất nhiều người không dám nói tôi làm nghề bán hàng. Sự thiếu hiểu biết về nghề bán hàng và bị ảnh hưởng bởi những quan điểm xã hội sẽ khiến bạn không thể phát triển được; nó sẽ là trở lực rất lớn trên con đường trở nên xuất chúng của bạn.

Những người vẫn giữ thái độ kỳ thị với nghề bán hàng là những người đang làm ở một vị trí trong nhà nước hoặc hưởng một mức lương vừa đủ sống. Những người có cuộc sống giàu có luôn nhận thức đúng đắn về vai trò của người bán hàng trong xã hội.

*Các công ty mạnh nhất là các công ty có người bán hàng giỏi nhất. Các công ty hạng hai có những người bán hàng giỏi hạng hai. Còn các công ty có những người bán hàng giỏi hạng ba đang trên đường phá sản. Những tổ chức thành công nhất thế giới là những tổ chức bán hàng siêu đẳng nhất thế giới.*

Hiện nay, hàng trăm trường đại học đang đưa ra các khóa học bán hàng chuyên nghiệp, đó là một thay đổi lớn so với trước đây. Các khoa quản trị kinh doanh được nhiều người chú ý tới. Nhiều sinh viên khi rời trường học ngay lập tức tìm kiếm các vị trí kinh doanh trong các công ty lớn. Ngày càng có nhiều CEO của các công ty thuộc danh sách Fortune 500 xuất thân từ bộ phận bán hàng hơn bất cứ bộ phận nào khác trong công ty.

Nữ doanh nhân quyền lực nhất nước Mỹ hiện nay là Carly Fiorina, chủ tịch kiêm CEO tập đoàn Hewlett Packard. Sau khi nhận bằng tốt nghiệp ngành Lịch sử trung cổ trường Đại học Stanford, bà làm việc tại bộ phận bán hàng của công ty truyền thông hàng đầu nước Mỹ AT&T và phát triển sự nghiệp của mình từ đó.

Nữ tỷ phú đầu tiên ở Việt Nam, CEO Vietjet Air - người gây tiếng vang với bản hợp đồng trị giá 11,3 tỷ đô mua 100 máy bay từ hãng Boeing dưới sự chứng kiến của chủ tịch nước Việt Nam - Trần Đại





Quang và tổng thống Mỹ - Obama trong chuyến thăm của tổng thống tới Việt Nam. Theo Hãng tin Bloomberg, bà Nguyễn Thị Phương Thảo kiếm được 1 triệu USD đầu tiên khi mới chỉ 21 tuổi, nhờ bán máy fax và nhựa cao su.



## 10. NHÂN DẠNG NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG

Nhân dạng là hình ảnh trong tiềm thức của bạn về bản thân. Nó quyết định tới những gì bạn thể hiện ra bên ngoài từ cách ăn mặc, đi đứng, giọng điệu, ngôn ngữ cơ thể đến phong thái của bạn.

Người bán hàng xuất chúng là người đồng bộ được nhân dạng của mình, tất cả mọi thứ họ làm, những lời họ nói, thái độ của họ và cách ứng xử của họ đều nhất quán với con người. Người bán hàng







xuất chúng luôn để lại được ấn tượng tốt đối với khách hàng, họ khác biệt và nổi bật giữa đám đông những người bán hàng tầm thường kia.

Không ai là không muốn mình trở thành người quan trọng, là người kiếm được nhiều tiền và được nhiều người kính nể cả. Để trở thành một người bán hàng xuất chúng bạn cần đồng bộ nhân dạng phù hợp với tầm nhìn mơ ước của bạn. Dưới đây là một số gợi ý:

### **Người linh hoạt, lịch thiệp**

Là người ứng xử linh hoạt theo từng tình huống, nhạy bén trong xử lý công việc. Người linh hoạt là người nhanh chóng thích ứng được với mọi môi trường, khéo léo trong mọi tình huống, hoàn cảnh. Họ luôn biết cách giải quyết công việc một cách êm đẹp, có lợi cho cả đôi bên. Người linh hoạt thường là những người đi đầu trong mọi công cuộc đổi mới, nhạy bén với những thay đổi của thời cuộc, Họ rất tinh ý khi quan sát khách hàng, họ biết được khách hàng muốn gì và cần gì. Khách hàng rất ghét phải chờ đợi nên thay vì nói “xin ông bà đợi một chút để tôi đi lấy hàng” thì họ sẽ nói “sẽ có ngay đây thưa ông bà”

Người bán hàng phải là người cư xử lịch thiệp, biết lắng nghe và tôn trọng khách hàng, đừng nói quá nhiều về bản thân hay công ty mình mà hãy nói về khách hàng nhiều hơn. Họ không cứng nhắc đặt quan điểm của mình cho người khác, họ lắng nghe và đồng cảm với khách hàng, tạo được sự thân thiện, tin tưởng đối với khách hàng. Họ làm tốt việc giữ hình ảnh đẹp cho công ty.

### **Hình ảnh nhất quán**

Luôn có sự thống nhất trong phong cách từ đôi giày tới mái tóc, thống nhất cả với chiếc xe họ đang đi, thống nhất giữa vẻ bề ngoài với con người bên trong. Người bán hàng xuất chúng





chú ý đến sự phù hợp trong sự kết hợp các yếu tố ngoại vi với giá trị bản thân, điều đó khác hẳn với sự kệt cớm mà một số người chỉ có tiền thể hiện.

## ☛ Luôn tươi cười, hòa ái

Một nụ cười tươi không bao giờ khiến cho người đối diện phải bực tức hay giận giữ, mà ngược lại, nụ cười khiến cho họ có được cảm giác thoải mái, vui vẻ. Người hay cười là người tạo được thiện cảm cho người khác. Dù bạn có đang gọi điện cho khách hàng và khách hàng không thể nhìn thấy bạn nhưng ở đầu dây bên kia họ vẫn cảm nhận được nụ cười, sự vui vẻ, thân thiện qua giọng nói của bạn.

Người hay cười sẽ tạo được cảm giác thân thiện, dễ gần với mọi người, họ là những người dễ được người khác yêu mến, muốn được chơi cùng. Họ không bao giờ kệt kiệu vì mình là người có tiền.

Những người kệt kiệu, hay cau có sẽ không bao giờ trở thành người bán hàng xuất chúng chính hiệu vì họ sẽ không bán được gì với một thái độ như thế. Chính năng lượng tươi cười, hòa ái với mọi người là nguồn năng lượng để bán hàng dễ dàng nhất.

Không những vậy, người hay cười là người có sức khỏe tốt, trẻ lâu vì khi họ nở nụ cười tâm trạng họ cảm thấy thoải mái, mọi phiền muộn sẽ tiêu tan. Các cụ có nói rằng “Một nụ cười bằng mười thang thuốc bổ”.

## ☛ Có sức mạnh cuốn hút người khác

Người bán hàng xuất chúng là người tạo được sự cuốn hút lạ kỳ, khách hàng sẽ bị cuốn hút bởi sự hấp dẫn của những người này, từ hình ảnh, lời nói, phong cách cho đến thái độ.

Ngôn từ họ sử dụng cũng rất gây được thiện cảm đối với





khách hàng, những lời nói nhẹ nhàng đi vào lòng người, giọng điệu cuốn hút, cử chỉ thân mật, những hành động của anh ta khiến cho người khác cảm thấy thích thú. Những người này khi làm việc gì sẽ có một cơ sở những người đi theo và muốn làm cùng.

Những người bán hàng tầm thường thì ngược lại, khi khách hàng tiếp xúc với họ thì khách hàng luôn có xu hướng tránh xa hơn là bị cuốn hút. Khách hàng không thể có thiện cảm được với những người làm việc thô lỗ, hời hợt. Họ làm cho khách hàng cảm thấy như mình đang bị móc tiền.

## Quy luật 80/20

Quy luật 80/20 nói rằng 80% những người bán hàng tầm thường chỉ tạo ra 20% doanh số cho một công ty, 80% doanh số chủ yếu đến từ 20% những nhân viên xuất sắc nhất.

Vậy nếu bạn ở vị trí trung bình trong nhóm 20% bạn sẽ có thu nhập cao gấp 4 lần so với những người ở vị trí trung bình trong nhóm 80%. Những người bán hàng trung bình hiện nay có thu nhập 6 triệu/tháng. Nếu bạn vào nhóm những người bán hàng xuất sắc, bạn sẽ có thu nhập trên 20 triệu. Nhưng như thế bạn đã trở thành người bán hàng xuất chúng hay chưa?

Hãy tiến sâu một bước nữa! Bạn cần trở thành 20% của những người xuất sắc ở trên. Tức là trong 100 người bán hàng bạn cần vào nhóm 4 – 5 người xuất sắc nhất thị trường. Như vậy thu nhập của bạn sẽ dao động quanh ngưỡng 100 triệu/tháng.

Nếu bạn tiến sâu hơn nữa bạn có thể đạt được những con số khủng khiếp hơn. Tùy vào ngành nghề, mặt hàng bạn chọn phân phối. Hiện nay có rất nhiều bạn trẻ Việt Nam năng động, bằng sự thông minh của mình và sử dụng sức mạnh công nghệ thông tin đã tạo cho mình những nguồn thu nhập lên tới 200 – 300 triệu/tháng.





Nhìn vào thu nhập là một cách nhận diện đơn giản và dễ dàng. Nhưng cũng có những người may mắn họ đạt được một mức thu nhập rất cao trong thời gian ngắn do họ nắm được cơ hội cuối trên một làn sóng đang lên. Ở Việt Nam còn một khó khăn nữa là đa phần mọi người giấu mức thu nhập chính xác của mình. Đó là những khó khăn để nhận diện đâu là một người bán hàng xuất chúng thực sự.

Vì thế chúng ta không chỉ dựa vào một hay hai yếu tố để nhận diện một người bán hàng xuất chúng. Chúng ta phải kết hợp nhiều yếu tố lại với nhau. Đó cũng là những hình mẫu để những người bán hàng bình thường đang theo đuổi.

*“Hãy đối xử với ai cũng lịch sự, thậm chí kể cả trước người thô lỗ với bạn! Không phải bởi vì họ tử tế, mà bởi vì bạn là người tử tế.”*







## 👉 TỔNG KẾT

Con người luôn tìm kiếm sự thịnh vượng ở khắp mọi nơi, họ tìm trong mọi góc ngách, mọi thành phố, thậm chí là mọi quốc gia để thỏa mãn được niềm khao khát của bản thân. Nhưng tất cả đều không ngờ rằng, những thứ mà họ tìm kiếm bấy lâu nay lại nằm ở trong chính bản thân họ.

### 👉 Bí mật nằm ở đâu?

- ✓ Tất cả những bí mật đều nằm ở bốn chữ **THÔI THỨC TÌM KIẾM**.

### 👉 Chuyển hóa ước mơ thành mục tiêu:

- ✓ Thực hiện theo công thức **MỘT MỤC TIÊU = MỘT ƯỚC MƠ + MỘT HẠN ĐỊNH CỤ THỂ**.

### 👉 Khi đam mê gắn liền với tầm nhìn, sứ mệnh:

- ✓ Khi được làm công việc yêu thích, gắn liền nó với tầm nhìn và sứ mệnh thì đó là niềm đam mê.
- ✓ Nhìn nhận mọi việc bằng con mắt trí tuệ
- ✓ Sứ mệnh trả lời cho câu hỏi: "Bạn là người như thế nào và sẽ để lại dấu ấn gì trong quãng thời gian bạn sống?"

### 👉 Bán hàng, thiên mệnh hay lựa chọn?

- ✓ Người nào giỏi bán những thứ mình có thì hưởng cuộc sống thịnh vượng, người nào không giỏi bán thì sống cuộc sống nghèo khó.
- ✓ Số mệnh, thiên mệnh hay vận mệnh đều do ý nghĩ của con người dựng lên.





✓ Tất cả đều nằm trong vòng quay của nguyên nhân và kết quả.

## ☞ **Tầm nhìn về bán hàng thế kỷ 21:**

- ✓ Người thành công luôn có tầm nhìn về một lĩnh vực nào đó trong cuộc sống và họ là những người đi trước thời đại.
- ✓ Người không có tầm nhìn thường chạy theo những trào lưu ĐANG THOÁI TRÀO.

## ☞ **Bán hàng thúc đẩy xã hội:**

- ✓ Bán hàng là mắt xích quan trọng trong bộ máy kinh tế.
- ✓ Không có bán hàng thì xã hội sẽ không thể phát triển được.

## ☞ **Người bán hàng có thu nhập cao và ổn định:**

- ✓ Trong bán hàng không hề có mức trần đối với thu nhập.
- ✓ Thu nhập của người bán hàng tỷ lệ thuận với năng lực của bản thân họ.

## ☞ **Thách thức càng lớn, lợi nhuận càng cao:**

- ✓ Khó khăn, thách thức luôn tỷ lệ thuận với thành quả.
- ✓ Người vượt qua được khó khăn, thách thức sẽ thu về cho mình những khoản lợi nhuận lớn mà nhưng người sợ hãi đã nhường lại.

## ☞ **Nhân dạng người bán hàng xuất chúng:**

- ✓ Đồng bộ nhân dạng phù hợp với tầm nhìn mơ ước.
- ✓ Vận dụng quy tắc 80/20.





## CUỘC ĐỜI THĂNG TRẦM CỦA ÔNG CHỦ GÀ RÁN KFC

Không được may mắn như các bạn đồng trang lứa, Harland Sanders đã phải trải qua một cuộc sống vô cùng khốn khó. Năm lên 6, cha qua đời, Harland Sander phải thay mẹ chăm sóc các em. Cuộc sống vất vả tới mức chỉ một năm sau, cậu bé “tuổi ăn tuổi ngủ” ấy đã thành thạo mọi công việc bếp núc.



Cuộc sống quá bấp bênh, năm 12 tuổi Sanders làm thêm tại một trang trại, 15 tuổi làm nhân viên điều khiển giao thông, 16 tuổi bỏ học, 17 tuổi bị đuổi việc 4 lần.

Làm cha ở tuổi 19, nhưng một năm sau, Sanders lại mất tất cả khi vợ đệ đơn li hôn, giành quyền nuôi con. Công việc cũng từ chối ông hết lần này lần khác, dường như không còn niềm tuyệt vọng nào lớn hơn thế. Nhưng không, khi Sanders bước sang tuổi 42 thì con trai ông qua đời. Những đau khổ nhất của cuộc đời cứ triền miên đến với ông, mọi thứ xung quanh như sụp đổ, ông gần như mất tất cả.

Cố gắng vượt qua những bi kịch, Harland Sanders mở một tiệm ăn tại khu phố Corbin. Ông chưa bao giờ ngừng suy nghĩ và thử nghiệm để tạo nên gia vị và nước sốt hoàn hảo cho món gà. Thập niên 30, Sander nổi tiếng khi kết hợp 10 loại thảo mộc và gia vị để tẩm ướp, tạo nên một món gà rán với hương vị đặc biệt chưa từng xuất hiện trước đó.

Vào một Chủ nhật năm 1939, ông hoàn thành món sốt gà hoàn hảo với loại gia vị thứ 11 được thêm vào. Ông nói: “Với





*loại gia vị thứ mười một đó, tôi đã được dùng miếng gà rán ngon nhất từ trước đến nay”.*

Tuy nhiên, đến năm 1950, một dự án về đường cao tốc liên bang và sự xuống dốc của nền kinh tế buộc Sanders phải bán lại cơ nghiệp ở Corbin, với số tiền chỉ vừa đủ để đóng thuế.

Harland Sander đã rất mạnh mẽ cho đến ngày ông buộc phải nhận trợ cấp thất nghiệp khi quá già. Cầm trong tay vốn vụn 105 đô la, ông đã nghĩ đến việc tự tử. Chưa bao giờ Sander cảm thấy xấu hổ đến thế vì Chính phủ cho rằng ông không thể tự nuôi sống bản thân. Như giọt nước tràn ly sau chuỗi bi kịch dài đeo đuổi ông gần như cả cuộc đời, Sander khốn khổ khóc, tâm trí ông trống rỗng nhận ra mình thực sự mất tất cả - chẳng có gì trong tay, chẳng có ai bên cạnh.

Ông ngồi dưới một cái cây định viết di chúc, nhưng thay vào đó, ông đã viết những gì mình làm được. Ông nhận ra rằng mình có thể giàu hơn, không đến mức thê thảm như bây giờ. Có một điều chắc chắn ông làm rất tốt, giỏi hơn những người khác, đó chính là nấu ăn.

Nghĩ là làm, Sander dùng toàn bộ số tiền trợ cấp vừa nhận được lên đường bán những gói gia vị và cách chế biến gà rán đồng nhất cho những chủ nhà hàng nằm dọc lập trên toàn nước Mỹ.

Ở cái tuổi đáng lẽ ra phải được nghỉ ngơi, Sanders lại rong ruổi khắp nơi để tìm kiếm cơ hội kinh doanh. Mọi thứ vẫn không hề dễ dàng, Sanders đã bị từ chối 1.009 lần. Tuy nhiên, lòng đam mê và sự kiên định quyết không từ bỏ của ông đã thuyết phục hàng trăm cơ sở kinh doanh khác. Ông đã bán bí quyết của mình với giá là 5 xu trên mỗi miếng gà bán tại các đại lý, và hầu hết các cuộc làm ăn được giao kèo chỉ với một cái bắt tay.





Năm 1955, tự tin với chất lượng món gà rán của mình, ông tự phát triển và thành lập doanh nghiệp nhượng quyền thương hiệu. Việc kinh doanh phát triển mạnh, vượt ngoài tầm kiểm soát của ông già ở cái tuần thất thập cổ lai hy. Ở tuổi 88, Harland Sanders trở thành triệu phú của chuỗi thương hiệu gà rán nổi tiếng nhất thế giới sau bao thăng trầm cuộc đời.

Không bao giờ là quá muộn để bắt đầu, thành công không kén tuổi, thành công cũng không thiên vị một ai mà thành công luôn dành cơ hội đó cho tất cả mọi người. Hãy tự tin vào bản thân và bạn cũng sẽ làm được như vậy!



**KFC**







## **BÁN HÀNG & BẠN**

1. Bạn đang thực sự tìm kiếm điều gì trong xã hội này? Những hành động bạn làm hàng ngày có giúp bạn thấy rõ điều bạn đang tìm kiếm hay không?
2. Bạn có bao nhiêu mong ước còn chưa trở thành sự thật? Bây giờ bạn có muốn nó sớm trở thành sự thật hay không? Hãy chuyển hóa tất cả những mong ước của bạn trở thành mục tiêu xác định!
3. Bạn có sự MÊ MUỘI với lĩnh vực nào trong cuộc sống của bạn từ trước tới nay? Làm cách nào để biến những MÊ MUỘI đó thành ĐAM MÊ?
4. Có bao giờ bạn tự hỏi: “Bán hàng là thiên mệnh hay sự lựa chọn của bản thân?” Vậy đâu sẽ là yếu tố quyết định thành công?
5. Bây giờ bạn thấy tầm nhìn của mình về ngành bán hàng đã sáng rõ hơn chưa? Bạn sẽ làm gì để phát triển thêm tầm nhìn bản thân?
6. Bán hàng thúc đẩy xã hội thế nào? Bạn cảm nhận ra sao khi là người đóng góp phần quan trọng trong việc giúp xã hội phát triển?
7. Bạn biết bao nhiêu người bán hàng có thu nhập cao quanh mình? Bạn sẽ làm gì để đạt được thu nhập cao mà bạn mong muốn?
8. Có những thách thức nào trong việc bán hàng? Bạn sợ hay thích thú với những thách thức?
9. Bạn muốn nhân dạng của mình sẽ thế nào dựa trên những gợi ý về nhân dạng người bán hàng xuất chúng?





*Chương 2*  
*Điều gì ẩn sau một*  
*người bán hàng xuất*  
*chúng?*

Mong muốn là chưa đủ. Bạn phải khao khát.  
Động lực phải tuyệt đối hấp dẫn để vượt qua  
được những trở ngại chắc chắn sẽ xuất hiện  
trên đường đi.

*Les Brown*





Ở chương 1 chúng ta đã biết về những giá trị lớn lao mà nghề bán hàng mang lại cho sự phát triển của thế giới. Chúng ta đã cùng phân tích, tìm hiểu sự hấp dẫn của nghề bán hàng nói riêng và ngành kinh doanh nói chung. Chúng ta cũng đã rõ ràng về hình ảnh một người bán hàng xuất chúng.

Từ chương này chúng ta sẽ tìm hiểu về những yếu tố tạo nên một người bán hàng xuất chúng. Gồm cả yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài. Chúng ta sẽ đi sâu vào cốt lõi, vào bản chất, đồng thời trang bị những kỹ năng, những kiến thức để bạn áp dụng và tạo được thành quả nhanh chóng.

Chúng ta thường sẽ không hành động dựa trên sự hiểu biết mới đến, chúng ta sẽ hành động dựa trên những động lực sâu thẳm thôi thúc chúng ta. Ở chương 2 này, chúng ta sẽ tìm hiểu những động lực thôi thúc hành động tạo nên kết quả cuộc đời của một người. Chúng ta cũng tìm hiểu về những rào cản vô hình đã ngăn cản một người không đạt được kết quả như mong muốn.

Khơi được nguồn động lực mạnh mẽ trong bạn sẽ giúp bạn có năng lượng vượt qua mọi thử thách trong công việc cũng như cuộc sống. Bên cạnh đó việc nhận diện, thấu hiểu các rào cản vô hình sẽ giúp bạn đạt được kết quả nhanh chóng hơn.

Tất cả những nguồn lực sâu thẳm bên trong này chính là nguồn năng lượng quyết định đến kết quả cuộc đời. Nếu để những nguồn lực phát triển mâu thuẫn nhau bạn sẽ khó hoặc thậm chí không bao giờ đạt được kết quả nào thực sự. Bạn sẽ quay vòng vòng. Vì thế việc điều chỉnh lại các nguồn lực là việc cần thiết.



## 11. ĐỘNG LỰC ĐẨY

*Đ*ộng lực đẩy là trạng thái cảm xúc, là nguồn lực từ bên trong thôi thúc bạn hành động, tạo thành động lực đẩy bạn thoát khỏi vị trí hiện tại. Làm bàn đạp cho bạn “bật” lên những tầm cao mới.

Mỗi người thành công đều mang trong mình những lực đẩy vô cùng mạnh mẽ. Chính động lực đẩy đó khiến họ luôn suy nghĩ và hành động không ngừng.



*Chàng trai bị nhiễm chất độc màu da cam Nguyễn Sơn Lâm, bị tật ở hệ xương, chân tay mềm yếu, cứ gượng dậy là lại ngã sõng soài khiến đầu và mặt luôn sây sát. Răng cứ mọc rồi lại rụng nên việc phát âm vô cùng khó khăn. Gia cảnh quá nghèo khổ và bế tắc tới mức mẹ con Lâm đã có ý định tự tử.*

*Khi lớn và ý thức được, Lâm nhận thấy mình cần phải vượt qua được bản thân, vì mẹ và cũng vì chính mình. Không thể sống cuộc sống nghèo khó này mãi được, không thể cứ ăn cơm chan nước mắt cả đời như vậy được. Lâm biết chỉ có học thật giỏi mới thoát được cảnh tù túng nên anh lao đầu vào học. Lần đầu thi đại học anh bị trượt, không nản chí, anh quyết tâm khăn gói lên Hà Nội ôn thi.*





Mọi sinh hoạt ăn uống, tắm rửa, vệ sinh trước đây đều do mẹ làm giờ nhờ sự giúp đỡ của bạn cùng quê. Những lúc không có bạn ở nhà Lâm đều phải tự xoay sở. Khó cực là vậy nhưng không ngăn được ý chí và sự quyết tâm của chàng trai tàn tật. Càng khó khăn anh càng mạnh mẽ chiến đấu.

Kỳ thi đại học tiếp theo Lâm đỗ hai trường đại học: Khoa tiếng Anh trường Đại học Ngoại Ngữ và khoa tiếng Nhật trường Đại học Phương Đông. Lâm nói: “Biết thêm ngoại ngữ là sống thêm một cuộc đời”. Cao khoảng 80 cm, nặng hơn 20kg, di chuyển bằng nạng, quyết tâm học hai trường lại càng khó khăn hơn gấp bội. Tốt nghiệp hai trường đại học, biết được 3 ngoại ngữ là Anh, Nhật, Pháp. Lâm cộng tác với khá nhiều báo và áp ủ mở công ty riêng. Hiện tại, anh là giám đốc một công ty lớn và luôn cố gắng hoàn thiện bản thân hơn nữa để trở thành một diễn giả nổi tiếng.

Chàng trai Nguyễn Sơn Lâm đã vượt lên số phận nghiệt ngã của cuộc đời bằng sức mạnh phi thường của bản thân. Anh sợ phải sống trong nghèo khổ, sợ người mẹ già quá vất vả, sợ người đời cho mình là vô dụng... tất cả những điều đó tạo thành động lực đẩy thúc giục anh nỗ lực hết mình. Cơ thể khuyết tật nhưng quyết không để trí óc cũng bị khuyết tật theo.

Động lực đẩy thường là nỗi sợ hãi, nỗi đau, sự khổ ải,... bên trong con người bạn. Người nhận thức được nỗi sợ hãi của bản thân thì động lực đẩy sẽ thôi thúc họ tìm cách giải quyết vấn đề, sự bùng phát cảm xúc mạnh mẽ bên trong sẽ khiến con người ta suy nghĩ và hành động để vấn đề mà họ lo lắng sẽ không xảy ra. Khi bạn sợ phải trải qua một cảm giác nào đó, như bị sa thải chẳng hạn, bạn sẽ luôn nỗ lực làm việc hết mình để không bị rơi tình cảnh trở trêu đó.

Trong thực tế, đa số mọi người có nhiều động lực hơn nhờ vào nhu cầu muốn tránh xa nỗi đau hơn là nhận niềm vui. Càng sợ cái gì thì người ta càng có xu hướng tránh xa cái đó, càng không để cho bản thân vướng mắc vào những vấn đề không mong đợi. Càng sợ bị đuổi việc thì bạn càng bỏ nhiều thời gian ra làm việc ngoài





giờ, càng cố gắng tiếp cận nhiều khách hàng và bán được nhiều sản phẩm hơn; càng sợ bạn sẽ càng cố hoàn thành công việc một cách nhanh chóng và tốt nhất để bản thân không bị rơi vào “tâm ngảm” của cấp trên.

Trong cuộc sống động lực đẩy giúp bạn trở nên có giá trị hơn. Con người có trải qua khó khăn, đau khổ, nếm mùi của sự thất bại thì mới trưởng thành. Khi rơi vào những tình huống càng khắc nghiệt thì bạn sẽ càng phát huy được sức mạnh tiềm ẩn của bản thân, nỗ lực, kiên trì trèo lên vách đá, thoát khỏi bờ vực thẳm dưới kia. Mỗi lần thất bại là một lần chiến đấu với nỗi sợ hãi, và khi bạn chiến thắng thì nỗi sợ hãi cũng biến mất, đồng thời bạn cũng trở nên tốt hơn rất nhiều. Có câu nói “Không có nỗi đau, không có sự trưởng thành”.

*Sinh ra trong một gia đình nghèo khó tại khu ổ chuột ở thị trấn Brooklyn, cậu bé Schultz luôn muốn “trèo qua hàng rào” để nhìn quang cảnh bên ngoài khu dân cư nghèo nàn mà ông đang sinh sống. Muốn thoát khỏi nơi khốn cùng này, ông đã nỗ lực phấn đấu hết mình, trau dồi kinh nghiệm làm việc để cuộc đời ông không phải ngập chìm trong nghèo khổ. Năm 1987 ông thành lập công ty riêng, và hiện nay ông luôn nằm trong danh sách những CEO thành công nhất thế giới về tốc độ tăng trưởng tài sản..*

Trà My, một nhà văn khuyết tật tâm sự: “Đôi khi khuyến khuyết cũng là một may mắn bạn ạ. Người trẻ hãy cho mình nếm trải và cho họ cơ hội. Không ai xấu và cũng không ai trọn vẹn cả. Chúng ta cần phải nhìn cả hai mặt để yêu đời và yêu người hơn chứ nhỉ?”.

Trong bán hàng, những động lực đẩy của người bán hàng xuất chúng là sự từ chối, sợ nghèo khó, sợ không đạt doanh thu... khiến họ lao vào làm việc, xây dựng mục tiêu và hành động quyết liệt, họ không chấp nhận được sự thất bại của bản thân. Người bán





hàng xuất chúng không coi đây là những vấn đề tiêu cực mà coi là những động lực tích cực thúc đẩy họ cố gắng tiến về đích và bỏ xa những thứ khiến họ phân tâm hoặc chiến đấu làm triệt tiêu những nỗi sợ.

*Jim Rohn, bậc thầy của sự thành công đã từng sống trong cảnh vô cùng khó khăn. Bỏ học từ năm 19 tuổi, sau một thời gian ông lấy vợ và có con, kinh tế gia đình ngày càng sa sút. Phải sống trong cảnh nghèo túng, làm việc vất vả nhưng cũng không đủ để chi tiêu và lo cho con cái, điều đó đẩy ông vào những suy nghĩ tiêu cực, ông sợ phải nhắc đến “Tiền!”, nó đã hành hạ gia đình ông bao nhiêu năm nay.*

*Và điều tồi tệ nhất đã xảy ra khiến ông vô cùng xấu hổ. Khi đang ở nhà một mình và nghe thấy tiếng gõ cửa, ông mở cửa và thấy một cô bé khoảng mười tuổi, cô bé nói với ông rằng cô đang bán bánh quy cho Hội Nữ hướng đạo Mỹ, và chỉ hai đô la một hộp. Ông thực sự rất muốn mua, nhưng có một vấn đề lớn là ông không có nổi hai đô la lúc này. Một người từng học đại học, có gia đình và con cái nhưng lại không có nổi hai đô la trong túi. Ông đã phải nói dối cô bé là ông đã mua rất nhiều rồi. Một cảm giác tồi tệ, nhục nhã bao trùm lấy ông. Ông ghê tởm bản thân mình lúc này và ông cũng sợ cái cuộc sống nghèo túng khiến gia đình ông khốn đốn. Chính những nỗi sợ đó đã tạo thành động lực đẩy khiến ông quyết tâm phải trở nên giàu có, phải tránh xa cuộc sống bần tiện này. Đến các Hội nghị bán hàng để học tập và ông đã gặp được Shoaff – một người đàn ông giàu có, ông đã học hỏi được rất nhiều điều từ người thầy và gây dựng nên sự nghiệp của mình.*

Hãy nhìn nhận lại bản thân. Suy nghĩ về những nỗi đau mà bạn đã từng trải qua, những điều khiến bạn sợ hãi, những thứ ám ảnh trong tâm trí bạn... Liệu bạn có muốn trải qua nó thêm lần nữa? Và nếu trong tương lai bạn gặp phải những tình huống như vậy hoặc những tình huống tồi tệ hơn nữa thì sẽ ra sao? Bạn sợ hãi và muốn chạy xa khỏi nó? Bạn lo lắng và tâm trí bất an? Vậy thì ngay từ lúc





này bạn cần phải thiết lập cho mình những những mục tiêu, những kế hoạch để bạn hành động mỗi ngày, tạo thành những động lực thúc đẩy bạn tiến lên và thoát ra khỏi những thứ khiến bạn lo sợ.



## 12. ĐỘNG LỰC KÉO

*Đ*ộng lực kéo là những cảm xúc tích cực kéo bạn lên đỉnh cao của sự nghiệp. Giúp bạn thăng tiến nhanh chóng nhất để đến với cuộc sống mà bạn luôn khao khát: thành công, hạnh phúc, sức khỏe... Là động lực cho bạn vươn tới ước mơ, đưa bạn ra khỏi vùng trời tăm tối, sự vấp ngã và những sai lầm, kéo bạn lên sau những vết trượt dài, khuyến khích bạn tiến nhanh về cái đích mà bạn mong muốn.



Amip hay còn gọi là trùng biến hình, khi để thức ăn trước con amip, nó bắt đầu di chuyển về phía thức ăn. Nhưng khi bạn đặt một vật nóng ở gần, nó sẽ di chuyển khỏi nguồn nhiệt đó. Nếu bạn đặt thức ăn ở một bên và vật nóng ở một bên, nó thậm chí





còn tiến nhanh hơn về phía có thức ăn và càng lúc càng xa nguồn phát điện. Con người cũng hành xử y hệt như cách thức của con amip. Do đó, bạn cần phải biết cái gì là “*thức ăn*” lôi kéo bạn hành động và cái gì là “*vật nóng*” thúc đẩy bạn hành động.

Động lực kéo là những ước mơ, hoài bão, niềm hy vọng, khát khao, mục tiêu, những giá trị tốt đẹp,... mà con người hướng tới. Nó lôi léo, thúc giục bạn tiến nhanh về miền đất hứa. Là cảm xúc trong tâm hồn, là sự nung nấu, là ngọn lửa hừng hực bùng cháy tác động mạnh mẽ, thúc giục bạn một cách quyết liệt phải đạt được điều mơ ước một cách nhanh chóng và hoàn hảo nhất.

Trong cuộc sống có muôn vàn thứ lôi kéo chúng ta đi. Những người không có một ước mơ lớn và chủ đạo sẽ bị giằng xé bởi lực kéo từ các hướng. Những người có ước mơ lớn sẽ biết cách tập trung vào một hướng chính, cắt đứt những lôi kéo lãng xằng và dễ đạt được thành tựu lớn trong đời.

Một người khao khát trở thành một nhân viên bán hàng xuất chúng. Anh ta sẽ luôn nung nấu ý chí và sự quyết tâm tột đỉnh để trở nên như vậy. Anh ta sẽ tích cực học hỏi, trau dồi kinh nghiệm, lập kế hoạch hành động, kiên trì và làm hết sức mình để đạt được ước mơ một cách nhanh chóng nhất. Mọi trở ngại trên đường chỉ làm anh ta có thêm sức mạnh, càng vấp ngã anh ta càng có thêm kiến thức và ý chí đạt được thành công càng mãnh liệt.

*Thích vẽ và thiết kế từ nhỏ, khi lớn lên, Lê Thu Hà quyết định sang Mỹ du học và chọn theo con đường mỹ thuật. Từ đây, cô có cơ hội tiếp xúc trực tiếp với tranh của nhiều họa sĩ nổi tiếng thế giới như Picasso, Monet,... tại các bảo tàng lớn. Nhìn ngắm những tác phẩm kỳ công và đầy ý nghĩa, Hà luôn mong muốn được sáng tác ra những tác phẩm cũng có tầm ảnh hưởng như vậy. Chính niềm khao khát với mỹ thuật đã nâng những ý tưởng, đường vẽ của cô thành các tác phẩm khá ấn tượng. Từ những đam mê nghệ thuật ấy, Hà đã tạo ra được các “tác phẩm trang sức” với nhiều đường nét tinh tế khác nhau. Hiện nay cô gái sinh năm 1991 này đã có khoản thu nhập vài nghìn USD mỗi tháng.*





Những động lực kéo của người bán hàng xuất chúng: thăng chức, tăng lương, lọt top 5% người bán hàng giỏi nhất thế giới... là những điều mà họ mơ ước, kéo họ xích lại gần hơn với thành công. Là những giá trị cuốn hút người bán hàng xuất chúng hành động không ngừng nghỉ, tạo cho họ cảm giác vui sướng, hạnh phúc trên con đường chinh phục mục tiêu của bản thân. Khuyến khích họ nỗ lực hết mình, kéo họ đi một cách thần tốc, hành động nhanh chóng, dứt khoát, tạo niềm tin để họ về đích và tự tin đứng trên đỉnh cao của sự thành công. Điều quan trọng của một người bán hàng là phải biết được động lực kéo (ước mơ, niềm hy vọng) của mình là gì và từ đó hướng theo những gì mà bản thân cho là quan trọng nhất.

Người bán hàng xuất chúng cũng thường bị thúc đẩy bởi những cảm giác muốn được mọi người công nhận về khả năng của bản thân, khả năng đó tạo nên sự khác biệt giữa họ với những người bán hàng bình thường khác. Cảm giác được trải nghiệm chiến thắng, là người được đứng trên đỉnh cao, được sánh bước cùng những người vĩ đại. Một vài người sẽ làm việc vì những người họ yêu thương chứ không phải vì bản thân. Một số khác làm việc vì lòng nhân từ, muốn giúp đỡ, chia sẻ sự thịnh vượng của mình với những người nghèo khó. Những điều đó luôn nung nấu trong tâm trí và họ sẽ làm mọi cách để đạt được thành công.

Với tên gọi “Chúa đảo Tuần Châu” mà nhiều người dành tặng, đại gia Đào Hồng Tuyển trở thành một trong những người giàu nhất Việt Nam với khối tài sản khổng lồ.

Rời quân ngũ vào những năm 80 với số tiền trợ cấp xin việc ít ỏi, Đào Hồng Tuyển ở lại TPHCM lập nghiệp. Thời gian này, ông phải lang thang hè phố để buôn chải mưu sinh, với công việc là dọn chuồng lợn, bung bia tại các quán nhậu. Nhiều lúc, ông phải lang thang khắp Sài Gòn, ngủ trên vỉa hè, gara ô tô, công viên và trên chính ngoài







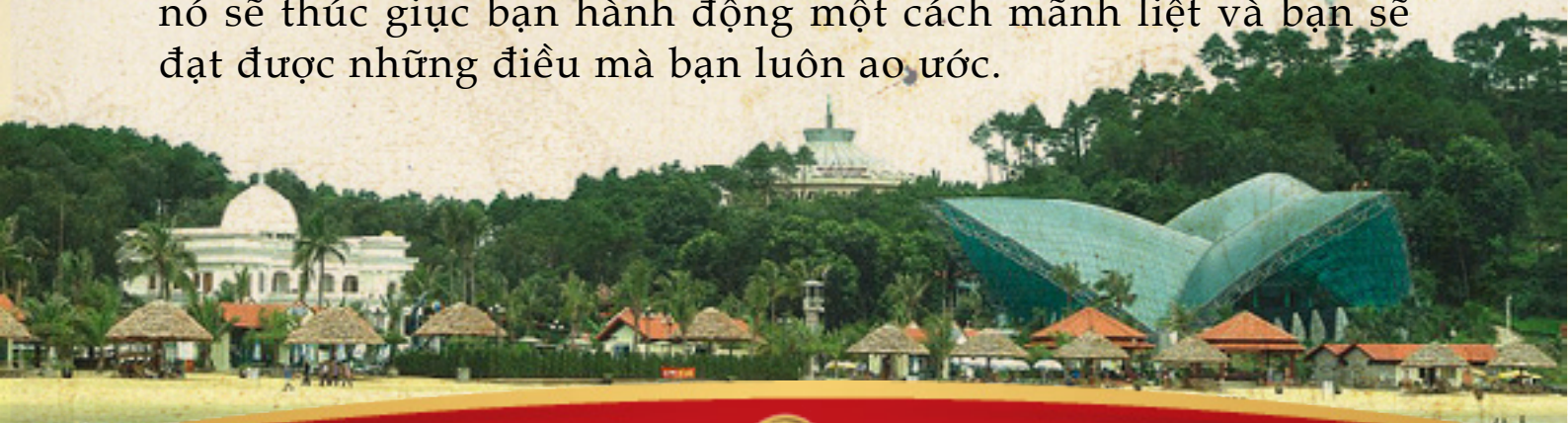
thêm ngôi nhà tại TP HCM của mình bây giờ. Ông Tuyển nói mình không bao giờ quên những tối lang thang, ngủ trong vườn hoa Tao Đàn như một kẻ bụi đời. Có hôm kẻ cắp lột mất cả đôi dép nhựa Tiền Phong, tài sản quý giá nhất của ông lúc đó.

“Tôi đi dọn phân lợn, hay hầu bia ở quán nhậu... Một đêm, đói lả người, ngồi trong gara ô tô (người đã cho tôi ngủ nhờ), tôi thăm thía cái đói, cái rét, cái nghèo, cái hèn... Đêm đó, tôi thầm hứa với mình, sẽ trở thành một người giàu có của Việt Nam”, ông nói về những ngày cơ hàn và động lực của sự thành đạt.

Ông cho hay, sau khi thành đạt, ông đã quyết định mua lại căn nhà như một lời nhắc nhở bản thân về thuở hàn vi. Sau đó, ông Tuyển từng làm nhiều nghề khác nhau. Rồi ông thành lập Công ty TNHH Âu Lạc mà ông là Chủ tịch HĐQT. Năm 1997, dưới danh nghĩa là chủ tịch công ty TNHH Âu Lạc, ông Tuyển đã thực hiện một dự án được xem là điên rồ nhất vào thời đó là đổ 80 tỷ đồng để lấy đất lấp biển, xây dựng con đường độc đạo dẫn từ đất liền ra đảo Tuần Châu, 55 công trình giải trí và biệt thự, bến du thuyền lớn nhất thế giới.

Từ đây, người ta cũng gọi ông là “Chúa đảo”, và ông cũng trở thành một trong những người giàu nhất Việt Nam với khối tài sản khổng lồ đáng ngưỡng mộ. Ông nói “Tôi làm những cái mà thiên hạ không làm. Hoặc làm những cái mà thiên hạ nghĩ đến nhưng không làm được”.

Bạn cũng có thể thành công như bao người người khác, chỉ cần bạn biết được mình thực sự muốn gì. Hãy viết những ước mơ, những khao khát mà bạn muốn thực hiện trong cuộc đời ra giấy và đọc hàng ngày để nó lưu lại trong tiềm thức của bạn, nó sẽ thúc giục bạn hành động một cách mãnh liệt và bạn sẽ đạt được những điều mà bạn luôn ao ước.







“Khát khao sâu thẳm và mãnh liệt trong bạn chính là con người bạn. Khát khao sẽ hình thành ý chí. Ý chí sẽ hình thành hành động. Hành động sẽ hình thành vận mệnh.”



– *Brihadaranyaka Upanishad* –



### 13. NGƯỠNG KỶ VỌNG

Những người luôn đặt kỳ vọng tích cực ở bản thân và cuộc sống sẽ thường xuyên đạt được những thành quả vượt trội.

Ngưỡng kỳ vọng là sự mong muốn, sự khao khát về công việc, sức khỏe hay







cuộc sống. Là sự ao ước đạt được điều gì đó ngoài tầm với của bản thân, là niềm hy vọng, là sự thỏa mãn trong cuộc đời.

Chẳng hạn thu nhập của bạn là 200 đô 1 tháng nhưng bạn luôn mơ ước mình có được 1.000 đô 1 tháng. Mỗi tháng bạn chỉ ký được 20 hợp đồng bảo hiểm và bạn luôn mong muốn con số đó sẽ tăng lên 50 hợp đồng. Một người đang bệnh tật họ sẽ kỳ vọng bản thân mình khỏe mạnh hơn. Một gia đình bất hòa sẽ mong muốn sự hạnh phúc, yên ấm... Tất cả những điều trên đều là những điều mà con người mơ ước có được, là ngưỡng kỳ vọng của bản thân.

Ngưỡng kỳ vọng thể hiện mức độ lạc quan, sự tin tưởng của con người vào một cuộc sống tươi sáng và tốt đẹp hơn. Ngưỡng kỳ vọng thường đi với tầm nhìn của một người về những xu thế, về sự phát triển của xã hội. Một người thường xuyên phát triển tầm nhìn sẽ phát triển tốt ngưỡng kỳ vọng của bản thân.

Ngưỡng kỳ vọng đôi khi cũng chỉ là mong ước nhất thời. Vì bản thân không xác định sẽ đạt được điều đó nên họ sẽ từ bỏ ngay sau khi nghĩ về những thứ cao cả hơn hiện tại. Có thể một giây phút nào đó trong đầu người bán hàng lóe lên một ý nghĩ *“Giá mà mình trở thành một người bán hàng xuất chúng”*, nhưng rồi họ lại tự cho rằng *“Ôi! Mình đang nghĩ gì thế này? Đó là điều không thể và không bao giờ có thể xảy ra, đừng ngu ngốc mà nghĩ như vậy nữa, hãy quay trở lại thực tại đi!”*.

Nhưng một người bán hàng giỏi không bao giờ coi đây là một điều ngu xuẩn, họ biết rằng bất cứ điều gì lóe lên trong đầu và đó là điều họ khao khát, nếu quyết tâm theo đuổi và lập tức hành động thì mọi sự kỳ vọng của bản thân đều có thể xảy ra. Không gì là huyền hoặc nếu phát huy được hết tiềm năng của trí óc.

*Xuất thân trong một gia đình nghèo, không được học hành đến nơi đến chốn, nhưng doanh nhân Nguyễn Minh Tuấn – ông chủ thương hiệu Kềm Nghĩa có một khả năng bẩm sinh nhạy bén trong kinh doanh và khát*





vọng làm giàu mãnh liệt... Để có được “cơ ngơi” như nhà máy Kềm Nghĩa hiện nay, ông chủ Kềm Nghĩa – Nguyễn Minh Tuấn, Chủ tịch Hội đồng quản trị của công ty thú nhận chính khát khao làm giàu đã thúc đẩy ông tìm tới con đường kinh doanh và tạo nên một Kềm Nghĩa hiện nay.



“14 tuổi tôi đã đi làm thuê, làm công việc của người lớn. Tôi có khát vọng làm giàu từ 2 bàn tay trắng khi nhận thấy cộng đồng người Hoa tại Việt Nam cần cù, luôn muốn tự chủ kinh tế bằng sản xuất kinh doanh”, ông Tuấn chia sẻ.

Trước khi trở thành một người thợ mài kềm nổi tiếng, ông Tuấn đã kinh doanh giày dép nhưng thất bại. Tìm đến nghề nail cũng không thành công, tuy nhiên thời gian này đã cho ông Tuấn cơ hội biết nghề mài kềm và thấy có những thợ mài kềm giỏi đã trở nên khấm khá. Con đường trở thành ông chủ sản xuất kềm bắt đầu từ một người thợ mài kềm và học sản xuất kềm. Hiện nay thương hiệu Kềm Nghĩa đã có mặt trên thị trường các nước như Mỹ, Canada, Đức, Pháp, Ý, Australia, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Trung Quốc... Kềm Nghĩa đang cố gắng hoàn thiện cho chuỗi cửa hàng Kềm Nghĩa đẹp, sang trọng, đẳng cấp trong mắt người tiêu dùng và ngay cả đối với các đối thủ cạnh tranh.

Một người có tầm nhìn tốt là người có ngưỡng kỳ vọng cao. Họ tỏ ra không vui với hoàn cảnh hiện tại, bởi vì những thứ mà họ đang có là dưới ngưỡng kỳ vọng của bản thân. Vì vậy những người đó luôn nỗ lực vươn tới ngưỡng kỳ vọng để thỏa mãn được sự bức rút trong lòng. Người bán hàng xuất chúng là người có tầm nhìn tốt và ngưỡng kỳ vọng của họ luôn cao hơn so với những người bán hàng bình thường khác. Họ luôn đề ra mục tiêu và theo đuổi sự kỳ vọng của bản thân cho đến khi đạt được điều đó. Rồi họ lại tiếp tục mong ước một điều mới cao cả hơn và lại tiếp tục chiến đấu. Cứ





như vậy, ngưỡng kỳ vọng của họ luôn thay đổi theo chiều hướng đi lên và luôn luôn cao hơn so với những người bán hàng bình thường. Người bán hàng xuất chúng luôn đặt cho mình những ngưỡng mà người bình thường cho là bất khả thi. Nhưng nó mang lại một kết quả khác biệt sau này.

Người quản lý giỏi là người luôn công nhận sự đóng góp của nhân viên và biết khích lệ sự phấn đấu của họ để tạo được doanh thu bán hàng ngày càng cao. Người quản lý sẽ đưa ra những giải thưởng hấp dẫn, thăng chức cho những ai thường xuyên đạt được doanh số mà công ty đề ra. Các nhân viên sẽ lấy đó làm sự kỳ vọng, là động lực phấn đấu để đạt được và thỏa mãn sự mong muốn đó.

*Một anh chàng yêu thích nấu ăn, anh luôn mơ ước có được một vị trí quản lý tại nhà hàng nổi tiếng nọ. Anh xin học việc ông chủ nhà hàng, đồng thời cũng là một đầu bếp rất giỏi. Anh học việc 5 năm từ kinh nghiệm nấu ăn cho đến kinh nghiệm quản lý. Sau 5 năm anh đã có được một vị trí tốt với mức lương hấp dẫn tại đây. Rồi anh lại muốn có được một nhà hàng của riêng mình, anh xin thầy cho mở một nhà hàng tương tự ở phố bên cạnh. Anh thành công và trở nên giàu có.*

Để thay đổi cuộc đời, hãy suy nghĩ xem bạn đang đặt kỳ vọng vào điều gì trong cuộc sống, hãy viết tất cả những điều mà bạn mong muốn ra rồi suy xét đâu là điều bạn thực sự mong muốn nhất. Hãy luôn nghĩ về nó, hướng đến điều mà bạn cho là mục tiêu của đời mình và nỗ lực phấn đấu để đạt được.

Ngưỡng kỳ vọng sẽ luôn thay đổi đối với những người biết cố gắng, sẽ là động lực lớn giúp chúng ta trở nên hoàn thiện hơn.





## 14. NGƯỠNG CHẤP NHẬN

Ngưỡng chấp nhận là giới hạn thấp nhất mà ta có thể đồng ý (chấp nhận) với cuộc sống của mình. Là ranh giới giữa việc bạn có thể hoặc không thể chịu đựng được. Đó là ngưỡng mà nếu ở mức đó trở lên thì người đó sẽ không có hành động nào đáng kể để thay đổi, nhưng nếu xuống dưới ngưỡng, người đó sẽ làm mọi cách để thoát ra.



Chẳng hạn, bạn mơ ước 1 tháng có thể kiếm được 1.000 đô, nhưng bạn vẫn chấp nhận với mức lương 200 đô mỗi tháng, mặc dù phải tần tiện chi tiêu một chút. Bạn muốn ký được 50 hợp đồng bảo hiểm 1 tháng nhưng bạn chỉ ký được 20 hợp đồng và bạn vẫn thấy không sao cả. Hay bạn muốn 1 tháng bán được 10 chiếc ô tô, nhưng bạn vẫn luôn chỉ bán được 4 đến 5 chiếc và điều đó cũng không hề gì.

Ngưỡng chấp nhận là một rào cản vô hình mà tâm trí bạn tạo ra cho cuộc sống của mình. Khi bạn thấy chấp nhận được với những gì bạn đang có, nghĩa là bạn vẫn cảm thấy hài lòng với kết quả hiện tại; bạn không cần phải cố gắng bán nhiều sản phẩm hơn, không cần phải suy nghĩ nhiều về công việc, cũng không cần bỏ sức lực và thời gian để tìm kiếm khách hàng tiềm năng. Ngưỡng chấp nhận không tạo được động lực phát triển, trừ khi bạn nâng ngưỡng chấp nhận của mình lên.





Con người có sức hành động mạnh mẽ nhất khi mọi chuyện đi qua ngưỡng chấp nhận mà bản thân cho phép. Anh ta sẽ không đồng ý một cái gì dưới ngưỡng chấp nhận của mình. Nếu tháng này vì một lý do nào đó mà anh ta chỉ ký được 10 hợp đồng bảo hiểm, trong khi trung bình mỗi tháng là từ 15 đến 20 hợp đồng. Anh ta sẽ bắt đầu hoang mang, lo lắng và gấp rút tìm mọi cách để tăng số lượng hợp đồng lên ngang bằng so với những tháng trước, anh ta hành động một cách mạnh mẽ và quyết liệt để đạt được mức mà anh ta chấp nhận.

Những người bán hàng bình thường có ngưỡng chấp nhận về doanh số. Là những người có xu hướng hài lòng về cuộc sống và mức lương hiện tại. Họ luôn sống cách rất xa với ngưỡng kỳ vọng của bản thân. Doanh số của họ không quá xuất sắc mà cũng không quá thấp để bị loại. Một công việc yên ổn, không phải mạo hiểm là suy nghĩ chung của hầu hết những người bán hàng bình thường.

Người bán hàng xuất chúng không bao giờ để bản thân nhàn rỗi. Họ luôn nâng ngưỡng chấp nhận của mình lên cao hơn so với mức trước đó và họ bắt đầu hành động để đạt được mục đích của bản thân. Một người luôn nâng cao ngưỡng chấp nhận đồng nghĩa với việc họ luôn sẵn sàng tâm lý chiến đấu với mọi thử thách để trở nên trưởng thành hơn.

*Donald Trump, tỷ phú và là ông vua trong lĩnh vực bất động sản, trong suốt đời mình ông đã không chấp nhận đứng sau bất cứ người nào. Chính khẩu hiệu "Tôi phải là người số một" đã thúc đẩy ông trở thành người giỏi nhất hoặc ít nhất thì cũng là người đặc biệt nhất, nổi tiếng nhất trong lĩnh vực của mình.*

*Tiger Wood, không cho phép mình bị tuột mất giải thưởng trong bất cứ giải đấu nào. Đó là lý do vì sao anh giành được hầu hết những giải đấu gôn quốc tế và trở thành tay gôn chuyên nghiệp thế giới.*





Mọi người thường có xu hướng sống gần với ngưỡng chấp nhận hơn là ngưỡng kỳ vọng. Đa phần họ cho rằng để đạt được ngưỡng kỳ vọng thì bản thân phải chiến đấu quyết liệt, thậm chí phải tranh giành làm mất lòng những người khác. Vì thế họ quyết định sống theo lối mòn, vui vẻ chấp nhận những điều bình thường như bao người khác.

Nếu muốn cuộc sống, công việc của mình bước lên những tầm cao mới bạn cần phải nâng ngưỡng chấp nhận của mình lên.

### 15. ĐIỀU CHỈNH LẠI NHỮNG NGUỒN LỰC VÔ HÌNH

Nhận biết được các động lực của bản thân là một điều rất quan trọng, nó giúp bạn thúc đẩy cuộc sống tiến lên một cách nhanh chóng. Là những nguồn lực vô hình nhưng lại mang tính quyết định tới thành công. Là sức mạnh to lớn lôi kéo bạn đến đỉnh vinh quang.

Một trong những cách thức mạnh mẽ nhất để thiết kế lại các giá trị sống của bạn là tạo ra cả lực kéo lẫn lực đẩy về phía mục tiêu của cuộc đời. Đồng thời nâng cao ngưỡng chấp nhận cũng như ngưỡng kỳ vọng của bản thân. Biến mọi thứ thành động lực để bạn phát triển tốt hơn nữa.







Bạn sợ thất bại và muốn thăng tiến trong công việc, bạn muốn nâng cao chất lượng cuộc sống hiện tại và mong ước có được cuộc sống giàu sang, thoải mái hơn. Những điều đó thúc đẩy bạn chăm chỉ làm việc, thậm chí là làm thêm giờ để thỏa mãn được những điều mà bạn ao ước, mong muốn biến nó thành hiện thực.

Một người tên John cho rằng tự do và vui thú là những giá trị mà anh ta hướng tới. Do đó John sẽ mua nhà ở những vị trí sầm uất và làm những công việc năng động. Anh ta muốn cuộc sống của mình đầy những thử thách và mạo hiểm. Từ đó có thể thấy những giá trị mà John hướng tới là:



|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Động lực đẩy</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chán ghét cuộc sống buồn tẻ, yên vị, quá an toàn và nhạt nhẽo.</li> <li>• Không có tính cạnh tranh.</li> <li>• Không có nhiều cơ hội thăng tiến.</li> </ul>                                                                                                                     |
| <b>Động lực kéo</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Làm những công việc hướng ngoại.</li> <li>• Được tiếp xúc với nhiều người với đa tính cách khác nhau.</li> <li>• Được đi nhiều nơi, thỏa mãn được niềm khát khao khám phá những địa danh mới.</li> <li>• Làm việc trong môi trường năng động và tính cạnh tranh cao.</li> </ul> |





|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ngưỡng kỳ vọng</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Được làm việc ở những nơi năng động, vui vẻ, mạo hiểm và đầy tính thử thách.</li> <li>• Muốn tận hưởng cảm giác chinh phục được mục tiêu của bản thân.</li> <li>• Trở thành một nhà đầu tư tài ba hoặc một người bán hàng xuất chúng.</li> <li>• Lọt vào top những người giỏi nhất trong lĩnh vực đầu tư hay bán hàng.</li> </ul> |
| <p><b>Ngưỡng chấp nhận</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Làm nhân viên bán hàng hoặc những công việc khác mang tính hướng ngoại.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                |

Đồng nhất các giá trị để cuộc sống của bạn đi đúng hướng. Không nên quá coi trọng một giá trị nào mà bỏ qua những giá trị khác. Chẳng hạn, bạn chỉ quan tâm đến việc làm sao để cuộc sống của bạn vẫn ở ngưỡng chấp nhận và không bị thụt lùi, mà không quan tâm đến việc cố gắng như thế nào để đạt được những sự kỳ vọng, những mơ ước, sự thăng tiến của bản thân. Như vậy bạn sẽ không bao giờ phát triển và đạt lên tầm cao được.

Nếu bạn cho rằng “*thất bại*” là “*không đạt được mục tiêu*”, bạn có thể định nghĩa lại sao cho nó thúc đẩy bạn hành động chứ không phải ngăn bạn có những việc làm tích cực.

Người bán hàng xuất chúng luôn biết thay đổi ngưỡng kỳ vọng và ngưỡng chấp nhận của bản thân. Họ luôn đặt ngưỡng chấp nhận lên cao hơn ngưỡng hiện tại, không cho phép bản thân mình thỏa mãn với cuộc sống này, không cho phép việc bản thân chỉ mãi đi một chiếc xe, ở mãi trong một căn nhà. Họ phấn đấu vươn lên một nấc thang mới. Đồng thời ngưỡng kỳ vọng của họ cũng liên tục thay đổi, luôn cao hơn mức ban đầu. Thay đổi ngưỡng chấp nhận và ngưỡng kỳ vọng để thay đổi cuộc sống.





## TỔNG KẾT

Những điều ẩn sau một người bán hàng xuất chúng giải thích tại sao rất nhiều người có thể đạt được thành công, thậm chí là thành công ngoài sự mong đợi còn những người khác thì không. Bất kỳ xuất phát điểm của bạn là gì, thậm chí ngập chìm trong nợ nần, nhưng nếu sự quyết tâm, sự khao khát thay đổi trong con người bạn trỗi dậy thì bạn có thể lật ngược được tình thế một cách ngoạn mục.

### Động lực đẩy:

- ✓ Thúc đẩy bạn tránh xa những nỗi sợ hãi.
- ✓ Thôi thúc bạn tiến gần hơn tới thành công.
- ✓ Cần đương đầu với thử thách để xóa bỏ đi những nỗi sợ hãi đó.

### Động lực kéo:

- ✓ Khuyến khích, lôi kéo bạn tiến tới đỉnh cao của sự thành công.
- ✓ Muốn đạt được thành công thì ước mơ phải rõ ràng và đủ lớn.

### Ngưỡng kỳ vọng:

- ✓ Là những điều mà bản thân luôn khát khao đạt được.
- ✓ Ngưỡng kỳ vọng càng cao, nỗ lực càng nhiều, kết quả đạt được càng lớn.

### Ngưỡng chấp nhận:

- ✓ Là giới hạn thấp nhất có thể chấp nhận được.





- ✓ Nếu cuộc sống hay công việc ở dưới ngưỡng chấp nhận bạn sẽ không thể thoải mái được.
- ✓ Người bán hàng muốn thành công cần nâng ngưỡng chấp nhận của mình lên.

### 👉 Điều chỉnh lại những nguồn lực vô hình:

- ✓ Cân bằng các nguồn lực.
- ✓ Không nên coi trọng quá một nguồn lực nào.
- ✓ Liên tục nâng cao các nguồn lực để có những bước tiến mới.

“Thời gian là có giới hạn, vì vậy đừng lãng phí để sống cuộc đời của người khác. Đừng nghe theo những lời giáo điều để rồi sống trong suy nghĩ của người khác. Đừng để những quan điểm ồn ào lấn át tiếng nói bên trong con người bạn. Điều quan trọng nhất, phải dũng cảm đi theo trái tim và trực giác của chính bản thân mình”.

- Steve Jobs -







## CÂU CHUYỆN VỀ PIERRE OMIDYAR

Nếu Mark Zuckerberg nổi bật với Facebook, Jeff Bezos khiến người ta ngưỡng mộ vì Amazon còn Microsoft giúp Bill Gates đoạt danh hiệu “Người giàu nhất thế giới”, thì eBay chính là “chiêu bài thành danh” của Omidyar.



Chính sự đam mê, khao khát đạt được ước mơ và niềm tin vào bản thân đã giúp Pierre Omidyar vươn lên trở thành tỷ phú khi mới 31 tuổi. “Đừng để người khác, kể cả những người mà bạn tôn trọng và tin tưởng, nói với bạn rằng: “Bạn không thể làm được”. Bởi vì họ sẽ luôn nói với bạn như vậy, đơn giản vì họ không có động lực để làm việc đó như bạn” – Đó là một trong những lời khuyên của người thành lập eBay dành cho những ai muốn khởi nghiệp.

Khởi đầu chỉ là trang cá nhân của Omidyar, Omidyar muốn giúp Wesley (vợ ông sau này) bán hàng qua internet để tăng thu nhập, anh tạo ra nó bằng tình yêu của mình. Tuy nhiên chỉ sau một thời gian ngắn, anh nhìn ra tiềm năng lớn lao của eBay nên đã cùng 2 người nữa xây dựng nó thành một thương vụ nghiêm túc. Trang web này đã được triển khai rộng khắp, từ Tây sang Đông, từ châu Mỹ lan ra đến cả châu Âu và châu Á với hàng ngàn nhân viên.

Ra đời vào ngày 4/9/1995, sàn đấu giá eBay chào mừng những khách hàng đầu tiên của mình chỉ sau vài tuần. Bắt đầu từ đó, trang web này liên tục thu hút sự chú ý và trở nên nổi tiếng cho đến ngày nay với hơn 160 triệu người sử dụng 24/7.

Omidyar từng nói rằng: “Nếu bạn muốn khởi nghiệp chỉ vì để





kiếm tiền, có lẽ bạn sẽ không thành công đâu. Bạn không thể thành công nếu không có đam mê". Coi trọng niềm đam mê như thế, nên Omidyar không hề lao đầu vào công cuộc kinh doanh để kiếm tiền. Ông thích làm từ thiện, tham gia hoạt động cộng đồng, cùng vợ lập nên quỹ Omidyar Network – công cụ đầu tư không lợi nhuận, tập trung vào tài chính vi mô và mạng xã hội – một cuộc sống tràn đầy ý nghĩa và hạnh phúc.

Là doanh nhân tài năng, ông có khả năng nhìn sâu vào bản chất tự nhiên của con người. Ông hiểu rằng con người có thể mua tất cả những thứ có thể: thứ này có thể là rác với người này, nhưng là lại là thứ có giá trị với người khác.

Người thành công họ làm việc không phải chỉ để kiếm tiền, nếu chỉ biết lao vào kiếm tiền, đâm đầu vào đồng tiền một cách mù quáng thì sự thành công đó sẽ không tồn tại được lâu. Bản thân mỗi chúng ta cũng vậy, không làm việc bằng sự đam mê sẽ không bao giờ tạo ra được một sản phẩm hoàn hảo.

ebay







# 👉 ĐIỀU GÌ ẨN SAU MỘT NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG?

1. Động lực đẩy hiện tại của bạn là gì? Những nỗi đau nào từ quá khứ đã truyền động lực cho bạn?
2. Những ước mơ, những hy vọng nào kéo bạn ra khỏi giường và khiến bạn hành động mỗi ngày?
3. Bạn đang kỳ vọng điều gì trong cuộc sống? Bạn đang kỳ vọng điều gì trong công việc của mình?
4. Những ngưỡng chấp nhận nào quyết định đến mức sống của bạn như hiện nay? Bạn sẽ thay đổi ngưỡng chấp nhận thế nào trong thời gian tới?
5. Những điều gì bạn muốn thay đổi để điều chỉnh lại các nguồn lực vô hình trong mình cho hợp lý?





# *Chương 3*

## *Niềm tin của người bán hàng xuất chúng*

Đôi khi cuộc đời sẽ ném gạch vào đầu bạn.  
Đừng đánh mất niềm tin.

*Steve Jobs*





Napoleon Hill từng nói rằng: “Không có giới hạn nào trong khả năng của con người ngoại trừ những giới hạn do niềm tin của người ấy đặt ra”. Thực sự niềm tin mạnh mẽ có thể giúp những người bình thường làm nên những việc phi thường. Ngược lại, niềm tin giới hạn có thể làm thui chột những con người tài năng nhất.

## ☞ **Vậy thực sự NIỀM TIN là gì?**

Khi bạn hỏi những bậc trí thức, những người thông thái về niềm tin, có lẽ mỗi người sẽ cho bạn những định nghĩa, những khái niệm khác nhau. Hoặc khi bạn đọc sách cũng có nhiều ý niệm khác nữa. Bạn đừng lo lắng, bạn đừng rối trí cũng đừng vướng mắc vào các khái niệm đó, ngay cả khái niệm sắp được trình bày dưới đây. Việc bạn cần làm là tìm cách ứng dụng những thứ bạn nhận biết được để cuộc sống của bạn trở nên tốt hơn.

Với mục đích rõ ràng đó, NIỀM TIN được định nghĩa là BỘ CHỈ HUY hệ tư duy của bạn. Khi Ý THỨC của bạn nhận được một tác động từ cuộc sống nó ngay lập tức gửi tín hiệu vào vùng TIỀM THỨC, nơi chứa đựng NIỀM TIN – BỘ CHỈ HUY. Và BỘ CHỈ HUY dựa vào tất cả những kiến thức, kinh nghiệm, bài học đã cài đặt trong nó từ trước đến nay để RA QUYẾT ĐỊNH phù hợp với tác động trên.

Tất cả những kiến thức, những kinh nghiệm, những bài học, những sự kiện trong cuộc sống của bạn dù là nhỏ hay lớn đều góp phần tạo nên HỆ THỐNG NIỀM TIN trong bạn. Bạn sẽ dựa trên hệ thống niềm tin đó để ra những quyết định cho các sự việc hàng ngày.

Nếu bạn được cài đặt một hệ thống niềm tin về cuộc sống tốt đẹp, thịnh vượng, giàu có thì hệ thống này sẽ chi phối đến các quyết





định hàng ngày theo hướng đưa bạn đến cuộc sống thịnh vượng. Ngược lại nếu bạn được cài đặt hệ thống niềm tin về cuộc sống nghèo khó, khổ đau thì chính hệ thống đó cũng sẽ chi phối các quyết định hàng ngày dẫn bạn đến kết quả là một cuộc sống đầy khó khăn.

Bí mật của những người thành công nằm ở nơi HỆ THỐNG NIỀM TIN của họ. Chính HỆ THỐNG NIỀM TIN - BỘ CHỈ HUY này đã chỉ đạo đưa cuộc đời họ đến với thành công. Warren Buffett - người giàu thứ 3 thế giới nhiều năm nay từng nói rằng: *"Tôi chưa từng có giây phút nào trong cuộc đời không tin tưởng vào sự giàu có của mình"*.

Chúng tôi có một anh bạn quê ở Sơn Tây cách đây 3 năm đã nói rằng *"Tôi luôn tin tưởng mình sẽ rất giàu có"* mặc dù lúc đó anh ấy khá khó khăn nhưng bây giờ anh ta đang sống rủng rỉnh với hàng trăm triệu kiếm được mỗi tháng.

Cuộc sống của bạn đang diễn ra theo chiều hướng thế nào?

Nếu nó đang diễn ra theo chiều hướng khác với những điều bạn mong muốn thì nguyên nhân sâu xa chính là hệ thống niềm tin trong bạn đang có vấn đề. Tại Sufo.vn chúng tôi phát triển một sản phẩm có tên HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH LẬP TRÌNH NGÔN NGỮ TƯ DUY - NLP; một bộ công cụ mạnh mẽ giúp bạn nhanh chóng cài đặt lại hệ thống niềm tin.

Chúng ta đã thống nhất với nhau rằng hệ thống niềm tin là BỘ CHỈ HUY, là bảng điều khiển cuộc sống của mỗi người. Sau đây chúng ta cùng phân tích, tìm hiểu hệ thống niềm tin của những người bán hàng xuất chúng. Khi học được những kiến thức về niềm tin của những người bán hàng xuất chúng, đem những kiến thức đó cài vào trong hệ thống niềm tin của bạn, bạn sẽ sớm có được những kết quả mà họ đã đạt được.





## 16. TIN VÀO CHÍNH MÌNH

Một người tự tin vào chính mình không phải là người nghĩ rằng mình có thể làm được tất cả mọi việc. Nhưng người đó tin rằng có một số khả năng mình làm rất giỏi; người đó càng tự tin vào khả năng đó thì nó lại càng phát triển và trở lên vượt trội hơn so với người khác.



Những người thiếu tự tin thì luôn nhìn vào điểm yếu của mình, thấy mình làm việc gì cũng không bằng người khác nên cũng không có niềm tin để làm tốt việc gì. Người thiếu tự tin luôn làm việc trong trạng thái lo lắng: lo rằng mình làm việc không được tốt; lo rằng mình làm hỏng việc; lo rằng mình làm việc không bằng người này, người kia... Chính vì sự lo lắng đó khiến họ không tập trung để làm tốt công việc hiện tại. Vì thế càng ngày họ càng có nhiều bằng chứng chứng minh mình là một người dở tệ. Họ chấp nhận những công việc thấp kém, ít giá trị và bị chôn vùi cuộc đời ở đó.

Người tự tin ngày càng tìm được nhiều bằng chứng chứng minh mình có thể làm rất tốt một số việc. Họ có thể phát triển việc đó để trở nên tốt nhất trong lĩnh vực hoặc từ niềm tin đó họ phát triển sang lĩnh vực khác và cũng làm tốt. T. Harv từng nói rằng: "*Cách bạn làm một việc là cái cách bạn làm những việc khác*". Sự tự tin mang lại cho họ nhiều thành tựu do đó họ càng ngày càng thành công trong cuộc đời.





Người bán hàng xuất chúng xuất phát điểm bình thường như nhiều người khác. Thời gian đầu tiên không có gì đặc biệt và nổi trội. Nhưng nhờ sự tự tin anh ta thấy mình có thể làm tốt một số giao dịch; anh ta tập trung vào những thứ anh ta làm được thay vì nhìn vào những thứ không làm được. Mỗi lần làm được một việc thành công anh ta đều ghi nhận sự xuất sắc của mình. Sự tự tin trong anh ta phát triển mỗi ngày và nó mang lại hiệu quả nhiều hơn trong các giao dịch. Dần dần sự tự tin lớn đến nỗi anh ta có thể chốt bất kỳ khách hàng nào.

Người bán hàng xuất chúng tin rằng mình là một người vượt trội. Người bán hàng xuất chúng tin rằng mình xứng đáng được hưởng một cuộc sống giàu có. Người bán hàng xuất chúng tin rằng mình có thể giúp đỡ mọi khách hàng giải quyết vấn đề của họ. Người bán hàng xuất chúng tin vào năng lực của chính mình thay vì nhờ vào người khác.

Sự tự tin càng lớn thì càng làm chủ cuộc sống tốt hơn. Họ chịu trách nhiệm cho các quyết định của mình và giúp người khác ra quyết định chính xác. Đó là điều cần thiết ở một người bán hàng thành công.

LOVE  
YOURSELF







## 17. TIN VÀO SẢN PHẨM

Một người bán hàng sẽ có kết quả vô cùng tệ hại nếu mất niềm tin vào sản phẩm mình bán.

Có một người phụ nữ bán mỹ phẩm, chị ta được một đại lý lớn chia cho một mức lợi nhuận hấp dẫn, chị hăng hái mang hàng tiếp thị cho những người quen của mình. Tháng đầu chị bán được rất nhiều hàng do sản phẩm mới và sự tin tưởng từ bạn bè. Nhưng những tháng sau doanh số của chị giảm dần, những khách hàng cũ không có mấy người dùng lại, những khách hàng mới thì không cảm thấy bị thuyết phục bởi lời chào hàng của chị dẫn đến họ không mua hàng. Sự nghiệp kinh doanh nhiều hứa hẹn lại đang đi vào ngõ cụt. Sau một thời gian chị chia sẻ chúng tôi phát hiện ra nguyên nhân chính dẫn đến việc chị không bán được hàng là do chị không tin vào sản phẩm, thậm chí hiện tại chị vẫn còn đang dùng mỹ phẩm của một thương hiệu khác. Chị bán hàng chỉ vì lợi nhuận, và điều đó không giúp chị phát triển công việc của mình.

Niềm tin là một dạng sức mạnh trong ta. Nếu ta không có niềm tin về sản phẩm, ta sẽ không có sức mạnh để thuyết phục khách hàng. Nếu bán hàng bằng kỹ xảo, kỹ năng, bán hàng chỉ vì lợi nhuận thì bạn chỉ đủ để duy trì cuộc sống. Nhưng khi bán hàng bằng niềm tin bạn sẽ đạt những thành quả vượt trội và nâng tầm cuộc sống mình lên.







## ☛ Có 2 loại sản phẩm trên thị trường:

Sản phẩm hữu hình là loại sản phẩm mà bạn có thể cầm nắm, cảm nhận, kiểm tra, dùng thử và nếm mùi vị, ví dụ: ô tô, tàu hỏa, đồ dùng văn phòng, đồ đạc... Nếu thích các sản phẩm hữu hình, bạn chỉ có thể thành công khi bán các sản phẩm loại này. Bạn có thể hiểu, yêu thích và cảm thấy hạnh phúc khi nói về sản phẩm đó.

Ngược lại, sản phẩm vô hình là thứ bạn không thể cầm nắm, hay nếm thử. Sản phẩm vô hình thường là các ý tưởng. Đầu tư, giáo dục, sản phẩm và dịch vụ đào tạo là các ý tưởng. Thậm chí nếu bất động sản được coi là một cuộc đầu tư thì cũng là một dạng ý tưởng dựa trên các khái niệm và con số. Nếu yêu thích các ý tưởng và khái niệm, bạn sẽ bán rất tốt các sản phẩm vô hình.

Nghề bán hàng rất linh động. Nếu bạn không thích, không tin tưởng vào sản phẩm bạn đang bán thì bạn hoàn toàn có thể thay đổi sang một loại sản phẩm khác. Có những người phải trải qua nửa trăm công ty và mặt hàng khác nhau mới tìm được một sản phẩm mình tin tưởng thực sự.

Khi một người bán hàng không tin tưởng vào sản phẩm mình bán, anh ta sẽ mãi là một nhân viên bình thường. Khi có được niềm tin anh ta bắt đầu bước vào con đường trở nên xuất chúng. Người bán hàng xuất chúng là người tin tưởng tuyệt đối vào sản phẩm anh ta bán hiện tại.







## 18. TIN VÀO CÔNG TY, TỔ CHỨC BÁN HÀNG CỦA BẠN

*“Chúng ta thường tìm được bằng chứng đúng với những gì chúng ta tin.”*

Công ty, tổ chức bán hàng của bạn là một cỗ máy phức tạp vì nó được tạo nên bởi những con người phức tạp. Cỗ máy này dù chỉ vài người hay cả vài nghìn người thì độ phức tạp đều như nhau. Bạn hoàn toàn có thể tìm thấy cả điều tốt đẹp và những điều xấu xa trong đó.



Nếu bạn có niềm tin nơi bạn làm việc là một tổ chức tốt, nơi mọi người yêu thương, đùm bọc và giúp đỡ lẫn nhau, bạn sẽ tìm được những bằng chứng đúng với niềm tin ấy. Bạn cũng sẽ luôn đối xử tốt và giúp đỡ mọi người. Bạn sẽ thấy mình đang sống trong một môi trường tuyệt vời. Bạn sẽ có năng lượng để làm việc hiệu quả, bạn sẽ có mức doanh số tốt.

Ngược lại nếu bạn tin nơi bạn làm việc, mọi người thường đổ kỵ nhau, ganh gét và kìm hãm nhau phát triển, bạn cũng sẽ tìm được nhiều bằng chứng cho niềm tin này. Bạn luôn khó chịu, bực tức vì thấy có người cản đường mình. Bạn không tập trung để làm tốt công việc. Bạn không bình tĩnh để xử lý các lời từ chối của khách hàng. Kết quả doanh số của bạn thật bất bết.

Có 2 dạng niềm tin, niềm tin ban đầu và niềm tin đã hình thành. Khi mới bước vào công ty, niềm tin ban đầu của bạn hình thành dựa





vào những ấn tượng, những cảm nhận đầu tiên; dựa vào những gì người tuyển dụng nói với bạn. Nhưng khi bạn làm việc được một thời gian thì niềm tin ban đầu thay đổi dần, có thể tích cực hoặc tiêu cực tùy vào những bằng chứng và khả năng nhìn nhận của bạn.

Cũng giống như với sản phẩm, nếu bạn không tìm thấy sự tin tưởng, sự yêu thích, những giá trị tích cực ở nơi bạn làm việc, ở trong tổ chức của bạn thì bạn hoàn toàn có thể thay đổi sang một nơi mới. Bạn được toàn quyền lựa chọn nơi mình làm việc.

Những người bán hàng xuất chúng rất tin tưởng vào tổ chức của mình từ những ngày đầu. Niềm tin đó phát triển, và lớn dần. Họ tin vào rất nhiều người lãnh đạo trong tổ chức đó. Sau đó chính họ cũng trở thành một người lãnh đạo đáng tin tưởng với những người khác.

## 19. TIN VÀO THỊ TRƯỜNG

“*Lòng tham vô đáy*” là câu cửa miệng nhân gian vẫn nói với nhau. Nghe có vẻ tiêu cực nhưng lại phản ánh đúng về nhu cầu của con người.

Dù thế giới có tạo ra bao nhiêu sản phẩm, dù bạn có bán bất kỳ mặt hàng gì, ở thời điểm nào thì cũng có người có nhu cầu về sản phẩm đó, không người này thì sẽ là người khác. Việc







của người bán hàng là tìm đúng những người đang cần sản phẩm của mình.

Điều trên được tất cả các tư tưởng kinh tế kinh điển nhất đúc kết trong các sách thành quy luật CUNG - CẦU. Quy luật cung - cầu nói rằng: Nếu đã có cầu thì ắt có cung và ngược lại. Nếu bạn đã có CUNG thì trong thị trường sẽ có CẦU, bạn cung mặt hàng có cầu cao thì bạn sẽ có nhiều lợi nhuận, bạn cung mặt hàng nhu cầu thấp thì lợi nhuận của bạn sẽ thấp hoặc thậm chí còn âm bởi các chi phí phụ. Với người kinh doanh, chuyện lỗ lãi là điều bình thường. Nhưng thị trường sẽ tuyệt đối không khi nào không có nhu cầu khi bạn đã có cung.

Có những sản phẩm mang giá trị sử dụng cao thì rất dễ để định giá vì nó được đo đếm dựa trên mức độ tiện nghi và hữu ích. Nhưng cũng có những sản phẩm lại mang trong nó giá trị vô hình thì rất khó định giá như những đồ cổ chẳng hạn.

Nếu bạn đang bán những sản phẩm còn tồn lại từ lịch sử, đồ lưu niệm, hay những đồ vật mang giá trị tinh thần thì bạn nên học cách kể những câu chuyện hào hùng, thổi hồn vào các sản phẩm bạn bán. Những sản phẩm đó để yên nó sẽ vô tri và nhiều người có thể mang vứt đi nhưng với khả năng thổi hồn của bạn nó có thể trở nên vô giá.

*Vincent van Gogh - danh họa người Hà Lan là một họa sỹ có rất nhiều tranh xếp trong kho nhưng ông ta không có khả năng bán hàng nên sống một đời sống nghèo khổ cho đến chết; nhưng hiện nay những bức vẽ của ông đang được mọi người săn lùng và nếu có giao dịch thì giá của một bức lên tới cả triệu đô; một phần cái giá đó nằm ở khả năng thổi hồn của những người bán hàng.*

Nếu bạn bán những sản phẩm tiêu dùng, những sản phẩm phổ biến trên thị trường, những sản phẩm đã được định giá rõ ràng thì





sự chuyên nghiệp, khả năng phục vụ tận tình của bạn là lợi thế cạnh tranh. Bạn có thể bán với giá thấp hơn một chút so với đối thủ trên thị trường nhưng đổi lại bạn có khách hàng trọn đời. Ứng dụng công nghệ thông tin và đưa các hệ thống phục vụ tự động là thứ cần được nghiên cứu gấp để đưa vào công việc của bạn.

Nếu bạn bán những sản phẩm chưa có mặt trên thị trường thì khả năng kể những câu chuyện về tầm nhìn, về tương lai cực kỳ quan trọng. Steven Job là người rất tài giỏi trong khả năng này, ông đã khiến cho cả thế giới – những tín đồ của công nghệ phải phát điên, thậm chí bay cả ngàn km, chờ đợi trước cửa tháng để là người đầu tiên được nhìn thấy những sản phẩm của Apple ra mắt thị trường.

Dân số thế giới ngày càng tăng, nhu cầu của con người ngày càng mở rộng. Ở bất kỳ loại mặt hàng nào cũng còn rất nhiều thị trường chưa được phục vụ. Người bán hàng bình thường chỉ biết chạy theo những thứ đã có sẵn, đã nhiều người bán, thị trường đã được định hình. Người bán hàng xuất chúng lại thường rất giỏi trong việc khai phá những thị trường mới.

Khi tìm hiểu về bất kỳ người bán hàng vĩ đại nhất thế giới nào bạn cũng sẽ thấy một điểm chung. Họ là những người hành động khi những người khác không dám tin. Họ mở thị trường khi những người khác còn do dự. Và họ thành công vang dội trong khi những người khác không thấy tên tuổi đâu.







## 20. TIN VÀO LUẬT NHÂN QUẢ

*Luật nhân quả nói rằng: “Nếu bạn muốn ăn táo thì hãy gieo nhân táo, bạn không thể mong đợi một quả táo mọc trên một cây cam”. Tất cả những người thành công trên thế gian này đều hiểu quy luật đó. Những người bán hàng thành công và được ngưỡng vọng cũng không ngoại lệ. Họ luôn biết chính xác mình đã gieo nhân gì và sẽ gặt quả gì.*

Họ không bao giờ trông đợi vào một điều không thể đến.

Những điều chỉ ra trong cuốn sách này đều là những nhân tốt. Nếu đem gieo trồng những nhân này vào trong tâm trí bạn, kết quả của bạn sẽ là việc trở nên xuất chúng.

Những người bán hàng bình thường không tin hoặc không hiểu được luật nhân quả. Họ thường làm việc hời hợt nhưng lại đòi kết quả thực sự; họ làm những việc nhỏ bé nhưng lại mong chờ kết quả to lớn; họ làm những việc như đa số mọi người vẫn làm nhưng lại mong đợi một kết quả khác biệt. Họ dành thời gian mong đợi cho may mắn xảy ra hơn là dành thời gian để hành động.

Luật nhân quả cũng nói: “Bạn luôn có thể đếm được số hạt trong một trái cây, nhưng bạn không thể đếm được số quả trong một hạt mầm”. Vì thế những người thành công sẽ luôn gieo trồng. Họ sẽ gieo trồng những nhân tốt, họ sẽ gieo trồng những nhân để tạo ra cái quả họ muốn. Họ hiểu rằng những nhân tốt được gieo xuống, những quả tốt sẽ được thu hái trong tương lai; đồng thời họ cũng nhận thức







được nếu họ gieo những nhân xấu, quả xấu cũng mọc đầy khu vườn của họ, nó sẽ nhân lên và nhân lên thêm nữa không thể kiểm soát được.

Nhìn vào khu vườn bạn sẽ dễ để phát hiện ra rằng những thứ cây cho quả ngọt luôn cần được chăm sóc kỹ lưỡng mới cho ta sự thu hoạch; những thứ cây cỏ dại không cần chăm sóc cũng có thể tự sinh sôi nảy nở và mọc um tùm.

Những người bán hàng xuất chúng rèn luyện những hành động, những thói quen giúp họ trở nên xuất chúng. Đó thường là những thói quen khó như dậy sớm, học hỏi phát triển bản thân, gặp gỡ khách hàng mọi lúc mọi nơi, lên kế hoạch thực hiện công việc mỗi ngày, quản lý thời gian tốt,... thay vì những thói quen buông thả như nhậu nhẹt, đọc những thông tin không cần thiết trên mạng, thích ngồi tán gẫu hơn là nói chuyện với khách hàng,...

Những thói quen tốt bao giờ cũng cần rèn luyện bền bỉ, chăm chỉ, kỷ luật như việc chăm sóc cho một cái cây tốt. Những người buông thả chỉ có kết quả là những thứ cây cỏ dại. Vì những thói quen tốt đòi hỏi sự chiến thắng bản thân rất lớn nên những người có được điều này luôn được ngợi ca; đó cũng chính là những người thành công trong cuộc sống.







## **TỔNG KẾT**

Những chiếc chìa khóa để tạo được niềm tin của người bán hàng xuất chúng luôn luôn giống nhau. Hàng ngàn cuộc điều tra, hàng ngàn nghiên cứu và vô số những bài báo đã được xuất bản, nhưng tựu lại chúng đều xuất phát từ bản thân của mỗi người.

### **Tin vào chính mình:**

- ✓ *Người tự tin sẽ làm được mọi việc tốt hơn người khác.*
- ✓ *Người bán hàng xuất chúng tin rằng mình là người vượt trội. Họ dám đương đầu với mọi thử thách.*

### **Tin vào sản phẩm:**

- ✓ *Người bán hàng xuất chúng tin dùng sản phẩm mình bán.*
- ✓ *Hạnh phúc khi được là người mang những sản phẩm tốt nhất đến cho mọi người.*
- ✓ *Người không tin vào sản phẩm mình bán cũng sẽ không tạo được lòng tin cho khách hàng.*

### **Tin vào công ty, tổ chức bán hàng của bạn:**

- ✓ *Tạo được môi trường mọi người yêu thương, đoàn kết, giúp đỡ nhau.*
- ✓ *Mọi người chung sức tạo được những sản phẩm vượt trội.*
- ✓ *Nếu không tin vào công ty, tổ chức sẽ không có đủ sức mạnh cạnh tranh với đối thủ. Công ty sẽ không có sự liên kết, rời rạc sớm muộn gì cũng bị sụp đổ.*





## ☞ Tin vào thị trường:

- ✓ Có cung ắt có cầu, cái mới ra đời thay thế cái cũ và tiện ích hơn cái cũ.
- ✓ Người bán hàng xuất chúng luôn biết cách thổi hồn vào sản phẩm.

## ☞ Tin vào luật nhân quả:

- ✓ Gieo nhân nào gặt quả nấy. Việc bạn làm như thế nào sẽ nhận được kết quả tương đương như vậy.
- ✓ Người bán hàng xuất chúng phải trải qua bao khó khăn mới hái được quả ngọt như ngày hôm nay.
- ✓ Người lười nhác không bao giờ thành công.



## CUỘC ĐỜI ĐÁNG NGƯỠNG MỘ CỦA MASAYOSHI SON

Masayoshi Son lớn lên ở khu phố người Hàn Quốc nghèo khổ ở Tosu, một vùng nông thôn xa xôi nằm ở phía Tây Nam Tokyo (ông bà của Son là người Hàn Quốc nhập cư vào Nhật). Cha ông chăn nuôi heo và bán rượu lậu. Cha mẹ ông lấy họ Nhật Bản để che giấu nguồn gốc Hàn Quốc và tránh sự phân biệt chủng tộc tại đất nước này. Son lớn lên bằng sự chế giễu của bạn bè, điều đó thôi thúc niềm khao khát muốn chứng tỏ bản thân của ông.



Khi còn là một cậu bé, Son đã cùng bà nội đi lượm thức ăn ở thùng rác nhà hàng xóm để về cho heo ăn. Khi đó, Son ngồi trên đồng thức ăn thừa chở bằng chiếc xe kéo bằng tay. *“Chúng nhậy nhua và rất kinh khủng. Tất cả mọi người trong gia đình đã phải làm việc rất cực khổ”*, Son nhớ lại. Đó là quãng thời gian vất vả nhất mà ông đã phải trải qua.

Từ nhỏ, ông đã sớm xây dựng một niềm tin vững vàng vào năng lực của mình, ông ám ảnh với những ý nghĩ phải trở thành một doanh nhân thành đạt, điều này càng được củng cố nhờ sự động viên và niềm tin của cha ông rằng một ngày nào đó Son sẽ là nhân vật số 1 tại Nhật. *“Tôi bắt đầu nghĩ rằng mình không nên hài lòng với việc làm một con người bình thường và rằng tôi là một thiên tài”* - ông nói. Tin tưởng vào khả năng của bản thân, coi mình là một thiên tài nên ông luôn hành động như mình đã là một người thành công thực sự, người thành công không bao giờ nhụt chí, không bao giờ đầu hàng trước





mọi khó khăn, người thành công luôn khẳng định được vị thế của mình.

Khi còn là sinh viên ở Berkeley, Son đã vạch ra mục tiêu cho cả đời: xây dựng nên một sự nghiệp lớn trong độ tuổi 40 - 50 và chuyển giao quyền lực cho người kế vị trong độ tuổi 60.

Năm 1981, chẳng được trang bị gì nhiều ngoài sự tự tin vốn có và lòng khâm phục đối với Soichiro Honda, Son đã thành lập một cửa hàng ở Fukuoka, thuộc đảo Kyushu. Từ việc đặt “căn cứ” tại một ngôi nhà gỗ 2 tầng đã xuống cấp, Công ty của Son, tiền thân của SoftBank, trải qua bao khó khăn, sóng gió, chiến đấu với bao nhiêu thử thách, từng đối mặt với những vực thẳm của sự phá sản nhưng với sự tự tin của mình Son đã lèo lái công ty đi lên thành công một cách nhanh chóng, Son dần dần khẳng định được vị thế của mình và nhanh chóng bành trướng trở thành nhà phân phối phần mềm và máy tính cá nhân lớn. Sau đó, Son đã vươn ra lĩnh vực băng thông rộng và đầu tư vào một loạt các công ty từ Yahoo! cho đến TV Asahi, Aozora Bank và Nasdaq Japan.

Hiện nay, vị Tổng Giám đốc (CEO) của SoftBank, một tập đoàn điện thoại di động Nhật Bản, đang cai quản cả một đế chế thương mại rộng khắp đất nước và là một trong những tỷ phú giàu nhất Nhật Bản.

SoftBank







# 👉 NIỀM TIN CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG

1. Bạn đã hiểu thế nào về niềm tin? Những niềm tin nào về người bán hàng xuất chúng đang hiện lên trong tâm trí bạn?
2. Ngay lúc này, bạn có tin tưởng mình sẽ trở thành một người bán hàng xuất chúng? Bạn sẽ làm gì để củng cố niềm tin đó?
3. Sản phẩm bạn đang bán thế nào? Bạn có thấu hiểu và tin tưởng thực sự vào giá trị mà nó mang lại cho thị trường?
4. Những người cộng tác với bạn, những người hướng dẫn cho bạn có chiếm được lòng tin của bạn? Bạn làm gì để phát triển sự tin tưởng với công ty của mình?
5. Bạn có những niềm tin hạn chế nào về thị trường? Bạn thích chạy theo thị trường hay điều khiển thị trường?
6. Bạn có thường xuyên hành động dựa trên luật nhân quả? Tìm lại những bằng chứng khiến bạn tin hoặc không tin vào luật này!





## *Chương 4*

# *Hình thành những phẩm chất xuất chúng (1)*

Thành công nhiều khi được quyết định  
bởi nhân phẩm hơn là năng lực, trí tuệ  
hay vận may.

*Danh ngôn tiếng Hàn*





Phẩm chất hay nhân cách là những yếu tố cốt lõi nằm sâu bên trong một con người quyết định đến các trạng thái tâm lý, cách hành xử của người đó đối với những tác động từ ngoại cảnh.

Phẩm chất được trao truyền một phần bởi truyền thống dân tộc, truyền thống gia đình; một phần nó được hình thành qua quá trình con người sống và học hỏi xã hội. Nên nếu một người được sinh ra trong một gia đình không có nhiều truyền thống tốt thì người đó hoàn toàn có thể học hỏi từ xã hội để tích lũy cho bản thân những phẩm chất tốt đẹp.

Ở xã hội cũ từ PHẨM CHẤT thường được dành cho những bậc đại nhân, những quan chức, những người quan trọng trong xã hội. Và những từ ngữ để nói về phẩm chất cũng thể hiện tính tốt đẹp như TRUNG THỰC, CAO THƯỢNG, DŨNG CẢM... Có lẽ rằng người xưa muốn dành từ này với hàm ý cao quý.

Chúng ta sẽ cùng tìm hiểu từ PHẨM CHẤT với hàm nghĩa những tính cách cốt lõi trong một người bán hàng, giúp người đó trở nên xuất sắc, giúp người đó dễ đạt được các thành tựu trong công việc kinh doanh.

Khi bạn có được những PHẨM CHẤT tốt, điều đó vô hình chung ảnh hưởng rất lớn đến khách hàng; đó là một dạng năng lượng vô hình mà đôi khi chính chúng ta cũng không hiểu hết được. Có những người bán hàng họ phát ra năng lượng khiến cho khách hàng không thể cưỡng lại lời mời chào hàng của họ mặc dù không có sự hoa mỹ hay kỹ xảo nào trong cách bán.

Trong khuôn khổ chương trình và cuốn ebook này chúng tôi chia sẻ đến bạn 10 phẩm chất quan trọng giúp bạn trở nên xuất chúng trong bán hàng. Bạn có thể phát triển thêm những phẩm chất phù hợp với con người và ngành nghề bạn bán. Bạn có thể dùng các kỹ thuật NLP để sớm hình thành và phát triển những phẩm chất có





lợi cho bản thân. Bộ hướng dẫn lập trình ngôn ngữ tư duy – NLP có thể là gợi ý tốt cho bạn. Bạn có thể tìm hiểu tại: <http://lap-trinhngonngutuduy.org/>

## 21. LÒNG TỰ TÔN

Lòng tự tôn là khả năng tự đề cao bản thân từ bên trong nhưng không thể hiện hoặc ít thể hiện ra bên ngoài. Ngược với người tự cao tự đại – người luôn thể hiện sự cao sang bên ngoài nhưng bên trong lại là một bản ngã yếu ớt.

Người có lòng tự tôn cao là người thấu hiểu chính bản thân mình. Họ có khả năng tự nhận thức tích cực về bản thân và luôn có ý thức mình là người quan trọng. Bác Hồ từng nói rằng: *“Ai cũng có lòng tự trọng, tự tin. Không có lòng tự trọng, tự tin là người vô dụng.”*

Người có lòng tự tôn cao sẽ tự yêu mến chính mình, luôn thể hiện sự tự tin trong mọi tình huống hoàn cảnh. Họ sẽ có cảm giác bản thân có nhiều năng lực, có thể làm giỏi làm tốt những việc hiện tại từ đó đạt được những kết quả cao. Steve Rodgers, nguyên Tổng giám đốc của hãng bất động sản Prudential Bache California, từng nói: *“Cảm nhận của bạn về bản thân ra sao có liên quan đến cách bạn thể hiện ra bên ngoài.”*







Người tự tôn trọng chính mình sẽ biết cách tôn trọng những người khác. Người có lòng tự tôn thấp thường cố gắng bù đắp cho bản thân bằng việc đối xử tệ với người khác chỉ để khiến bản thân cảm thấy khá hơn. Người có lòng tự tôn cao không cần phải bù đắp cho bản thân họ, trong bản thân họ đã cảm thấy đủ đầy. Nhưng họ cũng biết đặt mình vào người khác để hiểu rằng mọi người rất dễ bị tổn thương nên họ sẽ tôn trọng và đối xử tốt với mọi người.

Người bán hàng có lòng tự tôn cao sẽ yêu quý chính mình và yêu quý khách hàng. Họ cũng thấu hiểu bản thân qua đó dễ thấu hiểu khách hàng hơn.

Lòng tự tôn cao cũng đồng nghĩa với việc không bao giờ tự lừa dối chính mình. Người có lòng tự tôn cao hiểu rõ rằng khi họ lừa dối chính họ là lúc họ đang hạ thấp lòng tự tôn của mình. Sự lừa dối là một hành động thấp kém và ngu dốt. Vì vậy người có lòng tự tôn cao sẽ hình thành thêm phẩm chất quan trọng của người bán hàng xuất chúng đó là sự TRUNG THỰC.

Với việc có được sự trung thực, thấu hiểu khách hàng, yêu quý và đối xử thân thiện, tạo cảm tình tốt đẹp với khách hàng thì khách hàng sẽ đến với bạn nhiều hơn; khách hàng sẽ mua hàng của bạn nhiều hơn là điều tất yếu sẽ xảy đến với sự nghiệp bán hàng của bạn.

## 👉 **Lòng tự tôn của bạn quyết định thu nhập của bạn**

Một người bán hàng xuất chúng từng nói rằng: “Mọi việc bạn làm đều nhằm nâng cao lòng tự tôn và củng cố quan hệ của bạn với khách hàng. Lòng tự tôn giúp bạn có những hành động hình thành nên “nhân tố bằng hữu” và giúp bạn bán hàng thành công hơn, còn mức độ tự tôn của bạn trong việc bán hàng lại quyết định số tiền mà bạn có thể kiếm được. Những người bán hàng giỏi nhất đều có khả năng kết bạn với khách hàng rất tự nhiên và dễ dàng.”





Tuy nhiên, cũng không may khi tất cả những điều làm giảm lòng tự tôn của bạn cũng sẽ làm giảm hiệu quả bán hàng. Nếu bạn thấy mệt mỏi vì bất cứ lý do nào thì hiệu quả bán hàng sẽ bị giảm sút theo. Việc bạn cãi cọ với sếp hay với người thân cũng sẽ làm giảm lòng tự tôn của bạn, đôi khi còn dẫn tới hậu quả là bạn không bán được gì.

### **Làm cách nào nâng cao lòng tự tôn của bạn?**

Nhận thức bản thân là duy nhất, là đặc biệt, là sự màu nhiệm của thiên nhiên. Sẽ không có ai giống bạn trong hiện tại, quá khứ hay tương lai. Bạn được sinh ra và phát triển với những tài năng khác biệt với tất cả mọi người. Nhưng bạn cũng không hoàn toàn tách biệt. Tất cả chúng ta đều có mối liên hệ nào đó với nhau. Tất cả đều là anh em bạn bè của ta.

Khi nhận thức rõ ràng sự đặc biệt của bản thân ta sẽ thấy rõ cái tôi nổi trội của mình. Khi đặt mình trong mối liên hệ với nhân loại, với tự nhiên ta càng yêu quý ta hơn, ta nhận thấy trong ta có vũ trụ, trong vũ trụ có ta; ta thấy ta to lớn và vĩ đại.

Thường xuyên học hỏi, nâng cao nhận thức bản thân, quan sát tự nhiên, xã hội; nhìn sâu vào chính mình và suy nghiệm sẽ giúp bạn có được sự thông minh từ đó nâng cao lòng tự tôn trong bạn.







## 22. ĐAM MÊ CẢM GIÁC CHIẾN THẮNG

Khi được phỏng vấn, hầu hết những người giàu, những triệu phú, tỷ phú đô la trong đó có nhiều người làm nghề bán hàng rằng: “Điều gì khiến ông còn làm việc rất hăng say từng ngày dù đã có rất nhiều tiền?”. Câu trả lời chung nhận được của đa số trong họ là CẢM GIÁC CHIẾN THẮNG. Ông trùm bất động sản Donald Trump từng viết:



“Tôi không thực hiện thương lượng vì tiền. Bởi tôi không những đã có đủ tiền mà còn có nhiều hơn mức tôi cần. Tôi thực hiện thương lượng vì lòng yêu thích”.

Có người khi gặp một người bán hàng đã là triệu phú nói rằng: “Nếu tôi trở thành triệu phú như anh, tôi sẽ không làm việc thêm một ngày nào nữa”. Người triệu phú trả lời anh ta: “Đó là lý do mà anh sẽ không thể trở thành triệu phú được”.

Thật thú vị khi chúng ta biết được những bí mật này đúng không? Bạn nghĩ gì về câu trả lời bất ngờ của vị triệu phú trên?

Người bình thường luôn nghĩ về tiền, họ đặt tiền làm giá trị lớn nhất trong cuộc sống của họ. Họ lấy tiền làm mục tiêu, họ đánh giá người khác dựa trên một mặt duy nhất là tiền. Họ nghiện tiền. Họ là nô lệ của đồng tiền.

Cũng chính vì thế mà chúng tôi hay nói về những người này như những nạn nhân của đồng tiền. Họ rơi vào cái bẫy của tiền mà





không nhận ra. Họ cứ kiếm được tiền rồi lại mất tiền, cả cuộc đời họ quanh quẩn nên không có cơ hội nhận ra điều gì khác tốt đẹp hơn. Họ cũng không thể làm được điều gì lớn lao cho cuộc đời.

Những người giàu có thì khác, vì họ hiểu rất rõ về tiền nên họ thoát được ra và vượt lên trên đồng tiền, họ là ông chủ thực sự. Họ hiểu rõ tiền chỉ là hệ quả của những thành quả lao động nên họ không để tâm đến tiền mà tập trung vào việc tạo dựng giá trị.

Điều khác biệt giữa người bán hàng thành công và người bán hàng bình thường cũng nằm ở chỗ này. Người bán hàng bình thường đo đếm mọi thứ bằng tiền. Nhiều người nói vui: *"Chỉ tiền luôn hiện trên mặt những người này"*. Họ bước vào một cuộc giao dịch và chỉ để lợi nhuận xoay xoay trong đầu. Họ không thể nghĩ được điều gì khác. Trong khi người bán hàng xuất chúng tập trung vào những giá trị cung cấp cho khách hàng. Vì thế mà khách hàng dễ chấp nhận họ hơn, họ cũng bán được nhiều hàng hơn. Tiền thực sự không còn là vấn đề với họ nữa.

Một trong những động lực cực kỳ quan trọng tạo nên một người bán hàng thành công xuất chúng chính là họ luôn duy trì được CẢM GIÁC CHIẾN THẮNG trong họ. Họ muốn bán hàng, họ muốn làm việc để khẳng định giá trị bản thân và mang lại giá trị cho người khác. Họ không thể sống mà thiếu đi cảm giác chiến thắng. Họ đam mê cảm giác chiến thắng.

Ngày trước, quan niệm chiến thắng của con người là việc được mất. Có người chiến thắng thì ắt phải có người thất bại. Một doanh nhân thành công người Mã Lai từng chia sẻ: *"Trước khi chết cha tôi còn tranh luận với tôi rằng: Làm gì có chuyện thị trường tất cả mọi người cùng được"*.

Nhưng ngày nay, thế giới đã thay đổi mạnh mẽ. Một trong những tư tưởng nhân văn nhất được xem là văn hóa của nhiều doanh nghiệp chính là quan điểm đôi bên cùng thắng, cộng tác cùng có lợi.





Nên việc chiến thắng hiện nay được xem là việc tìm ra các giải pháp để mang lại lợi ích cho người và lợi lạc cho mình.

Với quan điểm này, các doanh nhân, doanh nghiệp, những người bán hàng hiện tại đang đóng góp rất lớn vào sự phát triển thịnh vượng của thế giới. Chỉ vài chục năm gần đây, lượng của cải thế giới đã tạo ra bằng cả vài trăm năm về trước.

Hiện nay đa phần con người vẫn sống và thích thú với việc thắng thua của xã hội nên những bộ phim về các cuộc chiến, các cuộc thi, các trận đấu vẫn thu hút rất nhiều người; những người này thường là những người bình thường. Những người thành công hơn thích thú với việc tìm cách phục vụ xã hội qua đó tạo dựng sự nghiệp cho mình. Những người đỉnh cao thực sự là những người đam mê với mục đích chiến thắng chính bản thân họ; những người này nổi tiếng với câu nói: *“Chiến thắng vạn quân không bằng chiến thắng chính mình”*.

Làm nghề bán hàng, bạn được cơ hội trải nghiệm cả 3 kiểu chiến thắng trên. Những người bán hàng bình thường quan tâm đến việc nhận được bao nhiêu, họ tìm mọi cách để đạt được mục đích lợi nhuận của chính mình mà không cần quan tâm đến khách hàng hay đối tác của mình được mất những gì. Những điều họ làm xoay quanh những thủ thuật, những tiểu xảo để kiếm lợi cho mình. Những người này là những con sâu làm rầu nồi canh ngành bán hàng.

Người bán hàng thành công phục vụ khách hàng của họ tận tụy; họ tìm mọi giải pháp để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất. Qua việc tìm cách phục vụ khách hàng họ sẽ trưởng thành bản thân nhanh hơn và mạnh hơn. Mỗi lời từ chối của khách hàng khiến họ hiểu rằng họ cần phát triển nhiều hơn nữa. Họ sẽ là những người trải nghiệm rất rõ cái niềm vui của việc chiến thắng chính mình.





## 23. SAY MÊ HỌC HỎI

*Groucho Marx từng nói rằng: “Hãy học từ sai lầm của người khác. Bạn sẽ không bao giờ sống đủ lâu để phạm phải tất cả sai lầm”.*

Trong công việc bán hàng hiện tại có vô cùng nhiều người đi trước bạn, người thành công cũng nhiều và người thất bại càng nhiều hơn. Bạn chẳng cần phải đi đâu xa, hãy quan sát những người bán hàng cho bạn hàng ngày, những người hay bán hàng với thái độ bức dọc, những người bán hàng chỉ đủ duy trì cuộc sống; họ chính là những người bán hàng thất bại. Bởi vì như chúng ta đã nói ở những chương đầu rằng nghề bán hàng có thu nhập rất cao nhưng một số người chỉ đủ để duy trì cuộc sống.

Những người thành công trong nghề có cuộc sống khá giả và giàu có. Bạn ít có cơ hội gặp những người này hơn nếu chưa phải là người bán hàng lâu năm, nhưng nếu chịu tìm kiếm bạn sẽ thấy người mình cần. Người bán hàng thành công không chỉ giàu có về mặt tiền bạc, họ còn là một người rất dễ chịu. Họ sẵn sàng chia sẻ những bí quyết thành công cho bạn khi bạn sẵn sàng học hỏi. Họ không phải là những tay giấu nghề như nhiều người vẫn nghĩ.

Rất nhiều người bán hàng thành công trên thế giới đã trở thành những chuyên gia tư vấn doanh nghiệp, những diễn giả chia sẻ chủ đề bán hàng. Tài liệu về nghề bán hàng hiện nay chúng ta cũng có thể tìm thấy ở khắp mọi nơi, trong các tủ sách, trong các







tờ rơi, tờ quảng cáo, trên internet,... Ngay cả khi lên trang sufo.vn hay vào các trang fanpage: NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG, Sổ tay BÁN HÀNG TRIỆU ĐÔ - Bảo Bối Bán Hàng Thế Kỷ 21 bạn cũng có thể học tập được rất nhiều bí quyết để tăng doanh số vượt trội và trở nên xuất sắc trong bán hàng.

Nguồn học hỏi là vô tận với chúng ta hiện nay, nhưng sự khác biệt chỉ đến khi bạn rèn luyện được niềm SAY MÊ HỌC HỎI. Những người bán hàng bình thường không thể bứt phá lên được là do họ lười học, thậm chí họ có thái độ và quan điểm không đúng đắn về việc học tập.

Nhiều người nói rằng: *“Thời gian đâu mà học, cả ngày bận rộn, tối về thì mệt mỏi, ngủ còn thiếu, ăn còn vội, thời gian xem ti vi để cập nhật thời sự còn chả có, thời gian đâu mà học, học, học...”*.

Nhiều người thì cho rằng việc học chỉ dành cho người trẻ, họ đã quá già để có thể học hỏi. Nhiều người lại nói đầu óc họ không thể nhét thêm thứ gì vào,... Có hàng ngàn lý do để một người từ chối việc học hỏi nhưng chỉ có một hậu quả duy nhất họ phải chịu đựng là doanh số của họ vẫn mãi chỉ đủ sống.

Mặc dù có hàng ngàn người đặt mua bộ sản phẩm NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG nhưng chúng tôi biết rằng có rất ít người thực sự nghiên cứu và áp dụng để chuyển hóa những giá trị tri thức trong bộ sản phẩm này thành giá trị thực cho cuộc sống của họ. Khi được tiếp cận với những lời chào hàng đầy cảm xúc ai cũng dễ dàng ra cho mình quyết định; và việc bỏ ra vài trăm nghìn để mang về một bộ sản phẩm giúp mình kiếm ra hàng trăm triệu thì ai mà không mạnh dạn đầu tư? Nhưng đó không phải là cái giá thực sự, cái giá thực sự là thời gian, là công sức một người bỏ ra áp dụng những tri thức này để chuyển hóa con người mình. Thống kê trên thế giới, có tới 90% số người mua sách về mà không thực sự đọc.





Nếu bạn đang đọc những dòng này một cách nghiêm túc, bạn lĩnh hội tốt những tri thức trong bộ sản phẩm này và áp dụng vào cuộc sống cũng như công việc bán hàng của bạn thì xin chúc mừng bạn. Bạn đang tạo ra sự khác biệt với 90% những người bán hàng bình thường. Bạn đang trên đường đến với sự thành công và giàu có trong cuộc đời. Một lần nữa xin thực sự chúc mừng bạn!

## 24. LÒNG KIÊN TRÌ

Có thể dùng lời từ nào để mô tả về phẩm chất vĩ đại, phẩm chất tuyệt đối làm nên thành công của mọi điều trên thế giới này?

Nước mềm yếu vậy nhưng với lòng kiên trì có thể nghiền nát những tảng đá lớn trên những núi cao và biến những bột đá thành phù sa bồi đắp bên các dòng sông. Những con mối, con kiến với lòng kiên trì có thể khoét núi, khoét đê để tạo nên những chiếc tổ to lớn vượt sức tưởng tượng của chúng ta. Con người với lòng kiên trì đã tạo nên kim tự tháp, đắp thành trên núi tạo nên VẠN LÝ TRƯỜNG THÀNH, đã khoét đất để tạo ra những dòng sông nhân tạo xuyên lục địa, đã lấp biển để thay đổi bản đồ thế giới,... Lòng kiên trì có thể tạo nên mọi kiệt tác đẹp nhất, vĩ đại nhất trên thế giới này. Benjamin Franklin từng nói rằng: “*Nghị lực và bền bỉ có thể chinh phục mọi thứ*”.







Người bán hàng xuất chúng có kiên trì hay không? Bất kỳ ai muốn tạo nên thành quả vượt trội trong cuộc sống của mình đều cần kiên trì. Người bán hàng cũng vậy, họ không phải sinh ra đã mang phẩm chất của một người xuất chúng; họ sinh ra bình thường, bước chân vào nghề bình thường như nhiều người bán hàng khác nhưng họ xác định rõ con đường của mình; họ tập trung và kiên trì cho con đường đó đến khi thành công.

Người bán hàng xuất chúng tập trung vào việc xây dựng những mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Họ có những khách hàng trung thành trong nhiều năm trời. Họ có những khách hàng không mua hàng từ đầu nhưng họ vẫn kiên trì xây dựng mối quan hệ tốt đẹp trong nhiều năm. Đến khi hợp đồng được ký thì đó là một hợp đồng giá trị. Dưới đây là một câu chuyện đáng để học hỏi về tính kiên trì:

*Một người bán hàng chuyên cung cấp dịch vụ nhân sự. Anh ta gọi đến một tòa nhà công nghiệp nằm ở trong một khu nhà kho và đến đó, anh ta thấy công ty đó gần như bị bỏ trống chỉ có duy nhất một người đàn ông ngồi sau bàn làm việc trong một văn phòng nhỏ đằng sau cửa ra vào.*

*Anh tự tin gõ cửa và giới thiệu mình với người đàn ông ở đó. Họ bắt đầu nói về công việc của anh. Anh nói rằng mình làm về lĩnh vực cung cấp nhân sự. Nhiệm vụ của công ty anh là tìm kiếm, tuyển chọn các nhân viên kỹ thuật và các nhân viên không chuyên về kỹ thuật cho các tập đoàn công nghiệp. Công ty của anh có thể bố trí nhân sự cho các vị trí kỹ sư, nhân viên kỹ thuật, nhân viên thiết kế, thư ký, kế toán và thủ thư. Họ chú trọng đến các công ty sản xuất và xây dựng.*

*Người khách hàng đơn độc đó nói: “Hiện giờ chúng tôi chưa làm gì cả. Chúng tôi mới chuyển văn phòng từ nơi khác đến đây. Chúng tôi đang thực hiện một hợp đồng lớn và có tham vọng lớn nhưng hiện tại chưa có gì là chắc chắn cả”.*

*“Nếu ông muốn gọi lại trong hai tuần tới, tôi vẫn ở đây. Mong ông giữ*





liên lạc. Có thể trong tương lai, chúng ta sẽ hỗ trợ nhau trong công việc.”

Người bán hàng làm mọi việc trong thái độ chờ đợi tích cực. Cứ hai tuần một lần, anh gọi đến đó và khi ở gần công ty đó anh lại ghé vào và cùng uống cà phê. Và lần nào anh cũng nhận được cùng một câu trả lời. Công ty vẫn đang chờ đợi việc phân tích 2 hợp đồng lớn.

Dù thế nào, người bán hàng vẫn luôn đối xử tốt với khách hàng. Anh cung cấp thông tin và bảng giá dịch vụ của mình. Anh thường xuyên đến gặp khách và giữ liên lạc qua điện thoại.

Một ngày anh bước vào và vị khách nói: “Tôi đã rất mừng khi thấy anh! Chúng tôi vừa nhận được một hợp đồng trị giá 50 triệu \$ cho việc thiết kế, thực hiện kỹ thuật và xây dựng, chúng tôi phải thuê 70 nhân viên trong 60 ngày tới. Anh có thể giúp chúng tôi chứ?”

Người bán hàng rất sẵn sàng. Anh đã nhận được khoản hoa hồng trị giá 200.000\$ trong 60 ngày cho thuê và sắp xếp nhân sự cho công ty này. Từ hợp đồng này, anh ta kiếm được nhiều hơn hẳn so với hai năm làm việc vất vả.

Kiên trì theo sát khách hàng là một phẩm chất đáng quý của người bán hàng và nó cũng là điểm khác biệt tạo nên một người bán hàng xuất chúng.

Những người bán hàng thông thường rất dễ để bỏ qua một khách hàng; họ làm việc hời hợt và rất dễ bỏ cuộc ngay khi gặp khó khăn hoặc lời từ chối từ khách hàng. Ngay cả khi bán được hàng thì người bán hàng bình thường cũng dễ để cho khách hàng đó rơi vào quên lãng, không có hành động nào để chăm sóc hay phục vụ khách hàng lâu dài.

Phẩm chất kiên trì thường đi kèm với nhiều phẩm chất tốt khác của con người như tính kiên định, lập trường vững vàng, sự tập trung, sự hiểu biết rộng, kỷ luật, rõ ràng trong các kế hoạch,... Nên khi rèn luyện phẩm chất kiên trì bạn đồng thời đạt được nhiều đức





tính tuyệt vời đi kèm. Để có được phẩm chất kiên trì bạn cũng cần rèn luyện những yếu tố kể trên.

Tóm lại, kiên trì là một phẩm chất tốt, có ý nghĩa lớn quyết định đến cuộc đời của mỗi con người. Khi chúng ta vạch ra kế hoạch và quyết tâm theo đuổi nó đến cùng, đó là lòng kiên trì, và chắc chắn chúng ta sẽ đạt được một kết quả như mong đợi.

*“Thành công là kết quả của sự hoàn hảo, làm việc chăm chỉ, học hỏi từ thất bại, sự trung thành và kiên trì”*

*- Colin Powell -*







## 25. TINH THẦN TỰ CHỦ

Dù bạn đang chỉ là một nhân viên thì cũng thật sai lầm khi cho rằng bạn đang làm việc cho người khác chứ không phải làm việc cho chính mình. Đây là sai lầm cơ bản mà không chỉ nhân viên trong ngành bán hàng mà tất cả các ngành khác đều mắc phải.

Thứ nhất, vì bạn chưa có dư thừa năng lực để cho ai năng lực của bạn.

Thứ hai, vì bạn sẽ nhận về những quyền lợi tương đương như lương, thưởng, được đóng bảo hiểm, được hưởng hoa hồng,... Thứ ba, vì bạn được phỏng vấn, trao đổi đi đến quyết định chung là sự hợp tác; không ai bắt ép bạn, bạn hoàn toàn tự nguyện trên cơ sở hợp tác cùng có lợi.

Chúng tôi muốn phân tích kỹ điều này bởi vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến cách làm việc, cách bán hàng của bạn. Bạn không thể trở nên xuất sắc nếu bạn luôn nghĩ mình chỉ là một nhân viên hay người đi làm thuê.

Nếu bạn giỏi, nếu bạn có khả năng bao quát và điều hành mọi lĩnh vực, bạn có thể đứng ra mở công ty để bạn không thắc mắc gì về chức danh làm chủ của mình. Nhưng nếu bạn không giỏi như thế bạn có thể chỉ cần tập trung vào chuyên môn của mình mà vẫn đường hoàng là một ông chủ.

Bạn có thể tự do chọn cho mình những đối tác, những công ty, sản phẩm để hợp tác. Khi quyền lợi bị ảnh hưởng bạn có thể đàm







phán, khi không được đáp ứng các đòi hỏi bạn có thể yêu cầu. Khi mọi chuyện đổ vỡ bạn có thể chọn cho mình một đối tác khác. Bạn không bị giam hãm, bạn không mất tự do, bạn vẫn được tự chủ trong khả năng của bạn.

Nhiều người mang danh là giám đốc, là ông chủ nhưng công việc của họ, sự nghiệp của họ lại phụ thuộc vào những nhân viên cốt cán, những người tài năng; họ không chủ động trong các quyết định mà luôn phải phụ thuộc vào một vài cá nhân hay diễn biến thị trường; họ không dành ra được dù chỉ một ngày nghỉ mà phải luôn quay vó vòng quay của doanh nghiệp; họ sợ họ nghỉ ngơi, doanh nghiệp sẽ đi xuống hoặc sụp đổ. Doanh nghiệp đang làm chủ họ chứ họ không làm chủ doanh nghiệp.

Người làm chủ thực sự không cần phải mang chức danh ông chủ. Người làm chủ là người tự do quyết định trong khả năng và quyền hạn của mình. Người làm chủ thực sự không phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài.

### **Chúng ta có thể nhận thấy một số dấu hiệu thể hiện một người có phẩm chất làm chủ như:**

- Không kêu ca, phàn nàn về những điều xảy đến với cuộc sống của mình.
- Không đổ lỗi cho số phận hay bất cứ yếu tố nào khác.
- Không bao biện cho những hành vi sai trái của bản thân.
- Không chê bai hoặc ra điều kiện khi hoàn cảnh khác ý mình.
- Tự do, tự tại trong công việc và cuộc sống.
- Nhận lãnh 100% trách nhiệm về bản thân.
- Không để các trở ngại, khó khăn làm nản chí.

Những chuyên gia bán hàng hàng đầu luôn chịu 100% trách





nhiệm với bản thân, với mọi thứ họ làm ra cũng như kết quả của nó. Họ không chấp nhận xin lỗi hoặc đổ lỗi cho người khác, cũng không thích chỉ trích phàn nàn. Họ luôn nói: “*Nếu có chuyện gì đó thì là do tôi làm*”.

Trong một nghiên cứu được thực hiện cách đây không lâu ở New York, người ta nhận thấy những người thuộc nhóm 3% dẫn đầu trong mọi lĩnh vực luôn coi bản thân là người tự làm chủ. Họ làm việc cho công ty như thể là công ty của họ. Họ chịu trách nhiệm trước mọi vấn đề trong cuộc sống. Họ nhận mọi việc của công ty như thể họ nắm giữ 100% cổ phần công ty.

Giám đốc bán hàng của một công ty thuộc danh sách Fortune 500 đã kể một câu chuyện thú vị khi ông cùng với nhân viên bán hàng hàng đầu của mình tham gia đàm phán các điều khoản cuối cùng của một hợp đồng trị giá 200 triệu \$ với một khách hàng quan trọng. Trong giờ nghỉ, vị khách đó đã kéo ông ra một chỗ, chỉ vào nhân viên bán hàng và hỏi “*Có phải người đó là lãnh đạo của công ty anh không?*”

Vị giám đốc bán hàng, vốn hiểu rõ nhân viên của mình hơi ngạc nhiên. Ông hỏi lại “*Sao ông lại nghĩ vậy?*”

Vị khách trả lời: “*Trong tất cả những lần gặp gỡ với tôi, anh ta luôn nói “công ty của tôi” và “người của tôi”, “hợp đồng của tôi”,... mỗi lần nhắc đến công ty. Anh ta nói như thể công ty thật sự thuộc về anh ta. Có phải vậy không?*”

Vị giám đốc bán hàng mỉm cười nói: “*Vâng, về phương diện nào đó thì đúng như vậy.*”

Tinh thần tự chủ thực sự quan trọng trong cuộc sống của bạn. Cho dù đang ở vị trí nào bạn cũng hoàn toàn có thể trở nên xuất chúng. Bạn hoàn toàn trở thành một người xuất sắc và đáng ngưỡng mộ khi giữ được tinh thần tự chủ cho bản thân.





## TỔNG KẾT

Con người ta chỉ có thể đóng kịch được 3 năm, 5 năm nhưng không ai đóng kịch được cả đời. Người có phẩm chất tốt sẽ có được những thành quả tốt.

### **Lòng tự tôn:**

- ✓ *Tự tin về khả năng của bản thân.*
- ✓ *Tôn trọng bản thân mình đồng thời tôn trọng khách hàng.*
- ✓ *Luôn trung thực.*

### **Đam mê cảm giác chiến thắng:**

- ✓ *Tập trung vào xây dựng các giá trị, biến mình thành ông chủ của đồng tiền.*
- ✓ *Luôn duy trì được cảm giác chiến thắng.*
- ✓ *Người bán hàng xuất chúng luôn quan niệm đôi bên cùng thắng, cộng tác cùng có lợi.*

### **Say mê học hỏi:**

- ✓ *Học hỏi từ những người xung quanh, từ các tài liệu.*
- ✓ *Ứng dụng những kiến thức vào thực tiễn.*
- ✓ *Người lười học không bao giờ bứt phá lên được.*

### **Lòng kiên trì:**

- ✓ *Kiên trì theo đuổi mục đích, kiên trì theo sát khách hàng tạo nên người bán hàng xuất chúng.*
- ✓ *Rèn được đức tính kiên trì sẽ đồng thời rèn được những đức tính tốt khác.*





✓ Người không kiên trì sẽ không gặt hái được thành quả.

## 👉 **Tinh thần tự chủ:**

- ✓ Người xuất chúng không có khái niệm đi làm thuê, họ làm việc cho chính bản thân họ.
- ✓ Người xuất chúng tự quyết định mọi việc và dám chịu hoàn toàn trách nhiệm.
- ✓ Người không có tinh thần tự chủ luôn hành động theo sự sắp đặt của người khác.

Rèn luyện phẩm chất tốt đẹp không chỉ làm cho bản thân họ tốt hơn mà còn làm cho xã hội tốt hơn. Trở thành một người xấu thì dễ nhưng trở thành người tốt thì rất khó.

"Gạo đem vào giã bao đau đớn.  
Gạo giã xong rồi trắng tựa bông.  
Sống ở trên đời người cũng vậy.  
Gian nan rèn luyện mới thành công".

(Giã Gạo - Hồ Chí Minh).







## CÂU CHUYỆN VỀ TỬ PHÚ LEONARDO DEL VECCHIO

Sinh ra trong một gia đình bần cùng ở thành phố Milan (Italia), Del Vecchio đã mất đi người cha ngay từ khi ông mới được 4 tháng tuổi trong bụng mẹ. Do gia cảnh quá nghèo nên Del Vecchio đã phải sống trong cô nhi viện đến 7 năm từ khi lọt lòng mẹ. Rồi cô nhi viện trở về nhà, hoàn cảnh gia đình vẫn khó khăn như trước, Leonardo làm đủ mọi việc để phụ mẹ.



Ông xin vào làm tại một xưởng sản xuất phụ tùng ô tô và gọng kính. Công việc tại xưởng khá nặng nhọc đối với một cậu bé 14 tuổi, nhưng phải đương đầu với cuộc sống, phải kiếm tiền, phải vượt qua cuộc sống khó khăn là động lực giúp cậu chiến thắng những vết trầy xước trên tay do bị dao mài kính cắt phải, và đôi chân tê cứng vì phải đứng làm việc đến hơn 14 tiếng mỗi ngày.

Lập gia đình khi mới 21 tuổi, Leonardo tiếp tục cuộc sống vất vả tưởng như không nhìn thấy mặt trời của mình. Cậu thanh niên này phải làm việc đến 20 tiếng một ngày để kiếm đủ tiền nuôi vợ và hai con thơ. Ban ngày đi làm lĩnh lương, ban đêm ông làm thêm bất cứ việc gì để có thêm thu nhập cho gia đình. Làm việc cật lực, mệt mỏi như vậy nhưng vẫn không đủ tiền để chi tiêu cho gia đình. Cuộc sống quá khó khăn khiến ông luôn thôi thúc mình phải vượt ra khỏi khung kính của xưởng thợ, phải làm được chiếc kính của riêng mình.

Với số vốn nho nhỏ sau những năm lao động cực nhọc, Leon-





ardo bắt đầu mở xưởng sản xuất kính tại nhà. Leonardo kể: *“Trong những năm 60-70, khi làm những đôi mắt kính, tôi đã khắc bằng tay những hoa văn bằng nhôm mà người ta quen thấy trên những gọng kính thời bấy giờ!”*. Vợ ông tô màu từng gọng kính một, con ông dán những băng dính lên các phần gọng mà khách hàng muốn giữ lại màu sắc tự nhiên. Cứ như thế, nhờ sự kiên trì, ham học hỏi ông cho ra đời những sản phẩm của chính mình.

Từ xưởng sản xuất gia đình, ông đã thuê thêm thợ, mở rộng sản xuất và thương hiệu Luxottica cùng dây chuyền sản xuất kính công nghiệp được manh nha từ đó. Kính của ông rất được ưa chuộng, ngay cả khi chiều buông, tại các bãi biển người ta cũng đeo kính để tham gia vũ hội. Kính dường như đã là *“một phần không thể thiếu của cuộc sống”*.

Sau khi kiên nhẫn chuẩn bị cả một thời gian dài, vào năm 1961 tại thành phố Agordo, Leonardo Del Vecchio khai trương hãng Luxottica. Nói cách khác, nhà doanh nhân trẻ đã sẵn sàng cho việc chinh phục các đỉnh cao trong sản xuất kính.

Hiện nay, mắt kính Luxottica đã trở thành thương hiệu nổi tiếng khắp thế giới, được rất nhiều người ưa chuộng và ông chủ của nó - người đã miệt mài gây dựng nên thương hiệu này hiện đã trở thành một nhà tỷ phú đứng trong danh sách những người giàu nhất thế giới.

# LUXOTTICA®







# HÌNH THÀNH NHỮNG PHẨM CHẤT XUẤT CHUNG (1)

1. *Bạn tự tin về những phẩm chất nào của bản thân ở hiện tại? Bạn sẽ làm gì để hình thành và phát triển những phẩm chất hữu ích cho bản thân?*
2. *Chúng ta rất dễ nhầm lẫn lòng tự tôn và tự cao tự đại. Hãy làm rõ hai điều này!*
3. *Bạn có phải người thích các cuộc tranh đấu và thích cảm giác chiến thắng hay không? Bạn làm gì để chiến thắng bản thân mỗi ngày?*
4. *Tự nhận xét bản thân, khả năng học hỏi của bạn cao hay thấp? Bạn thích nghiên cứu, hay quan tâm tới chủ đề nào nhất?*
5. *Bạn nghĩ gì về sức mạnh của lòng kiên trì? Hãy ra một vài quyết định để rèn luyện lòng kiên trì trong mình!*
6. *Bạn đang là một người chủ động hay bị động trong công việc? Khi làm những việc gì bạn có thể phát huy tính chủ động tốt nhất?*





## *Chương 5*

# *Hình thành những phẩm chất xuất chúng*

### *(2)*

Chúng ta kiếm sống bằng những gì mình có, nhưng cuộc đời của ta được tạo thành từ cái ta cho đi.

*Winston Churchill*





Những người bán hàng thành công đều có một số phẩm chất nhất định khác biệt với những người bán hàng bình thường. Những phẩm chất đó đã được xác lập qua nhiều năm với nhiều cuộc phỏng vấn, khảo sát và nghiên cứu kỹ công. Chúng ta đều biết hai điều này: thứ nhất, không có ai sinh ra đã hội tụ được những phẩm chất đó; thứ hai, tất cả những phẩm chất đó đều có thể học hỏi qua thực tiễn. Bạn có thể tự trang bị những phẩm chất đó để đảm bảo cho mình một cuộc sống tốt đẹp.

Mọi người từng tin rằng nhiều người thành công là do họ có xuất thân tốt, học vấn cao, thiết lập được những mối quan hệ cần thiết và nhiều yếu tố phù hợp khác. Nhưng sau đó các chuyên gia nghiên cứu phát hiện ra rằng có những người khởi nghiệp mà không hề có bất kỳ lợi thế nào, nhưng họ vẫn lên tới đỉnh cao nghề nghiệp.

## 26. TƯ DUY TÍCH CỰC

Có một quan điểm rất hay về tư duy tích cực và tư duy tiêu cực mà bậc thầy bán hàng Zig Ziglar đã chỉ ra. Ông nói hầu hết mọi người nghĩ rằng người tích cực là người có thể làm tất cả mọi thứ. Nhưng thực chất người tích cực là người có thể làm tất cả mọi thứ tốt hơn người tiêu cực.

Bạn cần hiểu rằng không có ý nghĩa







nào trong cuộc sống, ngoài ý nghĩa mà bạn gán cho nó. Mọi việc có thể sẽ diễn ra không như bạn mong đợi, nhưng khi bạn thay đổi cách nhìn nhận một sự việc nào đó, nhìn nhận theo chiều hướng tốt hơn, bạn sẽ hoàn toàn thay đổi suy nghĩ và cảm xúc liên quan đến nó. Tư duy tích cực mang cho bạn sức mạnh, tạo được niềm vui trong công việc, bạn sẽ luôn vui vẻ và hạnh phúc khi được trải nghiệm mọi “trò chơi” của cuộc đời, bạn sẽ dốc hết sức và chơi hết mình. Một người bị đuổi việc, anh ta không hề cảm thấy bất công mà ngược lại anh ta lại nói “*Thật tuyệt, có rất nhiều công việc mới đang chờ tôi đến làm!*”.

Người bán hàng kiệt xuất biết được sức mạnh của tư duy tích cực nên họ sẽ uốn nắn tư duy của mình vào trong “*khuôn phép*” đó, tạo động lực cho họ trong mọi tình huống. Người tư duy tích cực sẽ thấy được ánh sáng trong căn hầm tối tăm, là người thấy được đường đi trong mê cung rộng lớn, là người thấy được niềm hy vọng trong sự thất bại, là người hạnh phúc trong lao động. Người tư duy tích cực là người có được nguồn sức mạnh to lớn nhất.

Việc nhìn nhận mọi thứ như thế nào cũng là do suy nghĩ của bản thân chúng ta. Người suy nghĩ tiêu cực là người có cuộc sống khó khăn, làm gì họ cũng sợ thất bại, họ chỉ chú tâm vào vấn đề mà không chú tâm vào mục đích khiến con đường họ đi dẫn họ đến đúng cái mà họ hay nghĩ đến nhất. Còn người tích cực thì ngược lại, họ luôn tự tin vào bản thân, họ chú tâm vào việc đạt được mục đích, không gì có thể quật ngã họ được, càng khó khăn họ càng có sức mạnh, càng có sức mạnh họ càng đạt được nhiều thành công, và càng đạt được nhiều thành công họ lại có thêm nhiều niềm tin vào khả năng của bản thân.

Nếu không tạo cho mình thói quen suy nghĩ tích cực thì bạn sẽ thất bại ngay từ ngày đầu tiên, và cứ như vậy, sự thất bại sẽ đeo bám bạn suốt cuộc đời. Bạn phải học cách tạo ra những ý nghĩa





tích cực cho bất cứ chuyện gì xảy ra với mình. Các nhà lãnh đạo và doanh nhân thành công đã làm như thế để củng cố, nâng cao ý chí của mình cũng như của người khác để đạt được kết quả tốt đẹp nhất.

## 27. ĐỒNG CẢM VÀ ĐỒNG TÌNH

Đồng cảm và đồng tình là hai khái niệm mà người bán hàng cần phải hiểu và phân biệt được để áp dụng và xử lý một cách tốt nhất trong công việc.

Đồng cảm có nghĩa là sự thấu hiểu, cảm thông, cảm nhận được cảm xúc, trạng thái, hoàn cảnh, tâm trạng, của người khác mặc dù bạn không cảm thấy như vậy. Bạn vẫn có lập trường của riêng mình.



Còn đồng tình là bạn bị cuốn theo cảm xúc của người khác, bị rơi vào trạng thái giống như trạng thái của họ. Bạn không giữ được lập trường của bản thân.

Khi nói “*Tôi hiểu bạn*” có nghĩa là bạn đồng cảm với người kia, còn khi nói “*Vâng! Tôi cũng cảm thấy thế*” tức là bạn đồng tình với người kia. Chẳng hạn, bạn là người đồng cảm với khách hàng. Khi bán sản phẩm cho một người nghèo, bạn thấu hiểu được hoàn cảnh của họ, biết được khả năng chi trả và sự mong muốn của họ





về sản phẩm. Và khi đồng cảm với khách hàng bạn sẽ giúp khách hàng mua được sản phẩm ưng ý nhất và quan trọng nhất là phù hợp với túi tiền của khách hàng.

Trong xã hội văn minh, quan niệm bán hàng được hiểu theo một cách khác. Bán hàng không phải là sự mời mọc bằng được để khách hàng mua sản phẩm của mình mà là bán theo nhu cầu, theo sự mong muốn của khách hàng, giúp khách hàng giải quyết được vấn đề của họ, đôi bên cùng vui vẻ, cùng có lợi.

Người bán hàng xuất chúng có những “chiến thuật đồng cảm” để đạt được lợi ích cho cả đôi bên. Họ nhìn sự việc một cách sâu sắc. Họ không ép khách hàng mua sản phẩm nhưng họ khéo léo để cho khách hàng thấy được sản phẩm của họ có thể giúp ích được cho người sử dụng nó.

Jay Martin đã kể lại một câu chuyện như sau: Có một khách hàng than thở với nhân viên của ông rằng, khoảng hai tháng trước đây hai vợ chồng ông bị tai nạn, chiếc xe ô tô của họ bị biến dạng hoàn toàn, ông phải nằm viện gần hai tháng và thu nhập cũng bị giảm sút đi nhiều. Vợ ông cũng vì nằm viện lâu quá mà công ty đã chuyển giao công việc cho người khác nên giờ vợ ông đang phải đi xin việc. Tiền viện phí của hai vợ chồng lên tới 20.000 đô la. Không những vậy, mới chỉ cách đây hơn một tuần, con trai họ khi đang lái ô tô do không điều khiển được tay lái nên đã đâm vào một cửa hàng sửa xe làm vỡ vụn tấm biển hiệu trị giá 6.000 đô la. Và trong tình trạng này thì ông không thể mua thêm được một thứ gì nữa.

Khi đã hiểu được khó khăn của người đàn ông đó, anh chàng rất đồng cảm với khách hàng của mình. Anh ta lấy trong túi ra một máy báo cháy mẫu để khách hàng thấy được hình dạng của nó và nói: “Thưa ông, hiện giờ ông đang mắc nợ gần 30.000 đô la (ngừng một lát) và chuyện bỏ thêm 300 đô la nữa cũng chẳng ảnh hưởng gì nhiều (tạm dừng – tiếp đó là câu nói quyết định anh ta sẽ có được thương vụ). Anh ta hạ thấp giọng, nhìn thẳng vào mắt khách hàng và nói một cách nhẹ nhàng: “Thưa ông,





trong bất cứ trường hợp nào, những vụ cháy đều gây ra những thảm họa khủng khiếp. Trong trường hợp của ông, nó có thể tước đoạt của ông đến món cuối cùng!”. Anh ta đã biến lý do mà khách hàng giải thích tại sao họ không thể mua hàng thành nguyên nhân khiến ông ta phải mua.

Người bán hàng bình thường rất dễ bị tác động, bị những lời kêu ca, phàn nàn của khách hàng lôi kéo. Họ không giữ vững được lập trường của bản thân. Họ chỉ thấy được khó khăn trước mắt giống như khách hàng mà không thấy được hướng giải quyết. Họ đồng tình với khách hàng.

Trong cùng một sự việc nhưng cách xử lý của những người bán hàng hoàn toàn khác nhau. Khi gặp một người nghèo khổ và ốm yếu, cả hai người bán hàng cùng mời anh ta mua bảo hiểm. Nhưng người khách nọ than vãn rằng: “Các bạn thấy đấy, tôi còn đang ngập ngụa trong nợ nần, và tôi không thể làm nhiều hơn để có thêm tiền vì sức khỏe không tốt. Làm sao tôi có thể mua bảo hiểm được cơ chứ?”. Trong trường hợp này, người bán hàng bình thường sẽ bị cuốn theo những lời kêu ca của khách hàng và họ thấy rằng trong tình trạng khó khăn như vậy thì mọi thứ đều bế tắc giống như con người khốn khổ đó vừa nói và họ sẽ chào tạm biệt người khách hàng nọ. Nhưng người bán hàng xuất chúng thì khác, họ đồng cảm với khách hàng, họ hiểu được tình cảnh mà khách hàng đang và sẽ gặp phải, họ sẽ nói với anh ta: “Tôi hiểu những điều mà anh đang trải qua, nhưng nếu anh không muốn nợ thêm nhiều tiền hơn nữa trong mỗi lần nằm viện thì tôi khuyên anh nên mua bảo hiểm của chúng tôi”. Người bán hàng xuất chúng có cái nhìn rất sâu sắc trong mọi vấn đề, họ giúp con người nghèo khổ kia giải quyết được sự việc và lật ngược lại tình thế theo hướng an toàn.

Trong công việc, người bán hàng nên đồng cảm với khách hàng hơn là đồng tình. Vì người đứng ngoài luôn là người nhìn nhận vấn đề một cách sáng suốt nhất, thấy được cách giải quyết tối ưu





nhất. Còn khi bạn đồng tình với khách hàng bạn cũng sẽ giống như người trong cuộc thấy mọi thứ thật mù mịt.

Người bán phải biết “gãi đúng chỗ ngứa” của khách và tạo được sự thoải mái cho khách hàng. Người bán hàng xuất chúng không chỉ bán được nhiều hàng cho những đối tác mới mà họ còn tạo được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng tiềm năng. Hãy là người đồng cảm hơn là người đồng tình.

## 28. NHẤT QUÁN

Có một doanh nhân thành công từng nói rằng: “Nếu tôi phải chọn một từ cần thiết cho cả nhân viên bán hàng và chủ doanh nghiệp để đạt được thành công trong kinh doanh thì đó sẽ là “nhất quán”. Nó là một từ có thể làm nên sự khác biệt rất lớn trong bất kỳ mối quan hệ lâu dài nào mà bạn muốn phát triển với một khách hàng tiềm năng.”



NHẤT QUÁN tức là trước sau như một, trước nói sao thì sau thực hiện như thế, không vòng vo, không giải thích, ngụy biện cho lý do của mình. Phẩm chất NHẤT QUÁN thể hiện bạn là một người đáng tin cậy. Khi thấy một người đáng tin, khách hàng sẽ dễ ra quyết định mua hàng của bạn hơn, thậm chí khách hàng sẽ giới thiệu nhiều người khác mua hàng của bạn.





Có rất nhiều thứ cần phải NHẤT QUÁN như: nhất quán về ngôn từ, nhất quán về thông điệp, nhất quán về hình ảnh, nhất quán trong quy trình, nhất quán trong đội nhóm bán hàng,... Và có một số yếu tố bạn cần phải đặc biệt chú ý dưới đây.

### ☛ **Nhất quán về việc đưa ra giá cả**

Một trong những cách nhanh nhất để đánh mất niềm tin với khách hàng là thay đổi mức giá mà họ đã được báo trước đó. Bất cứ ai cũng vậy, họ sẽ cảm thấy vô cùng bức bối và phiền nhiễu khi nhận được một cái thông báo tăng giá mặc dù đã thỏa thuận và khá thỏa mãn về vấn đề này rồi. Trong thực tế, giá cả là điều rất khó đoán, nó có thể lên xuống một cách thất thường. Nhưng, để duy trì mối quan hệ và lòng tin từ phía khách hàng, bạn cần phải biết nên thay đổi như thế nào cho hợp lý và tin cậy. Bởi nếu mức giá tăng quá bất ngờ, khách hàng sẽ nghi có sự gian xảo và sau đó, bạn khó có thể lấy lại được niềm tin của họ.

### ☛ **Nhất quán trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân**

Một trong những công cụ tuyệt vời mà các nhân viên bán hàng hiện đại có trong bộ công cụ kinh doanh hiệu quả của họ là các phương tiện truyền thông xã hội và việc chọn lọc các yếu tố thông tin đưa vào hồ sơ cá nhân trên facebook, youtube, zalo cũng là điều quan trọng. Có sự thống nhất trên tất cả các hồ sơ là một trong những cách mà bạn có thể tinh tế xây dựng lòng tin khi mà dường như là bạn tương tác với mọi người trên khắp các kênh xã hội. Ví dụ, hãy chắc chắn rằng bạn đã chọn một hình ảnh đại diện đủ gần và rõ ràng để khách hàng có thể dễ dàng nhận ra khi bạn tư vấn, đáp ứng giải pháp cho họ trên mạng xã hội. Sự nhất quán đóng vai trò vô cùng lớn trong quá trình mà bạn xây dựng thương hiệu cá nhân của mình trên các kênh truyền thông xã hội để bán hàng hiệu quả hơn.





## ☛ **Nhất quán trong ngôn ngữ tiếp thị**

Trong bối cảnh hiện tại, khi mà mạng internet phát triển, khách hàng tiềm năng luôn có thể tìm kiếm bất cứ thông tin gì về một sản phẩm trước khi nói chuyện trực tiếp với nhân viên bán hàng. Trong thực tế, theo một báo cáo nghiên cứu của Acquity về vấn đề này thì có đến 90% người mua B2B nghiên cứu các sản phẩm trực tuyến trước khi mua. Vì lý do này mà trong cuộc hội thoại và email, bạn nên sử dụng một số các ngôn ngữ tương tự với những gì mà khách hàng có thể nhìn thấy trên trang web của bạn hoặc ở bất cứ một nơi nào đó trên mạng internet. Sự nhất quán trong ngôn ngữ và số liệu thống kê có thể giúp bạn tạo dựng lòng tin của khách hàng, giảm thiểu câu hỏi và thắc mắc không cần thiết.

*Mấy ngày trước, khi một thành viên trong nhóm chúng tôi dự định mua một chiếc điện thoại. Anh ta tìm hiểu trên mạng thấy một hãng ưng ý, dự định hôm sau sẽ đến cửa hàng của hãng đó để mua. Nhưng khi đọc thông tin về 2 chiếc điện thoại tương tự nhau thì thông tin của chúng không thống nhất. Anh ta băn khoăn không biết thông tin nào là thông tin chính xác và xuất hiện những mối nghi ngờ trong lòng. Cuối cùng anh quyết định không mua hãng đó nữa.*

Sự nhất quán trong ngôn ngữ tiếp thị vô cùng quan trọng phải không?

## ☛ **Cam kết thực hiện các lời hứa**

Một nhân viên bán hàng thành công luôn biết rằng việc theo đuổi mục tiêu một cách kiên định từ đầu đến cuối, không bỏ cuộc giữa chừng là điều vô cùng quan trọng. Nó có thể đơn giản chỉ là khi bạn nói cho một khách hàng tiềm năng rằng sẽ gọi điện cho họ vào tuần tới và thực sự làm điều đó hoặc xử lý nó trước ngày đáo hạn. Luôn làm những gì bạn nói rằng bạn sẽ làm là một trong những cách đáng tin cậy nhất để xây dựng lòng tin. Đặc biệt, nếu thực





sự muốn đột phá, hãy chăm sóc khách hàng cả sau khi đã bán sản phẩm để đảm bảo rằng họ đang cảm thấy hài lòng với giải pháp được cung cấp. Chính điều đó sẽ giúp bạn nuôi dưỡng một mối quan hệ lâu dài và bền chặt, nhất là với ai đó có khả năng sẽ nâng cấp, làm mới hoặc mua thêm sản phẩm/dịch vụ của bạn trong tương lai.

## 29. BIẾT ƠN

Ngạn ngữ Đức có câu nói rất hay:  
*“Yêu cầu thì nóng bỏng, cảm ơn thì lạnh nhạt”.*

Nhiều người bán hàng đang sống đúng với ý nghĩa của câu nói trên. Khi khách hàng chưa mua hàng thì sẵn đón, chào mời nhiệt tình, cười nói vui vẻ, thân thiết nhưng khi khách hàng đã mua rồi thì họ không còn tinh thần ấy. Họ thay đổi thái độ một cách chóng mặt, không quan tâm, không để ý đến khách hàng nữa, để mặc khách hàng tự loay hoay với đồng hồ, vì hàng thì đã bán được mà tiền thì cũng đã nhận rồi nên không nhất thiết phải nhiệt tình như lúc ban đầu. Họ cho rằng khách hàng mua sản phẩm về sẽ dùng được rất lâu, thậm chí cả chục năm hoặc lâu hơn thế, do đó khách hàng sẽ không quay lại







đây nên không việc gì họ phải tiếp tục vui vẻ hay thân thiện với khách nữa cả.

Còn nếu khách hàng không mua thì hậu quả thật tệ hại; nhiều người sẵn sàng chửi khách hàng, thậm chí dọa đánh khách hàng ngay trước mặt. Một khi đã bước chân vào cửa hàng của họ thì bắt buộc khách hàng phải mua một mặt hàng nào đó. Họ không nhận thức được rằng những việc làm này gây mất thiện cảm với khách hàng và những người xung quanh khác, khách hàng sẽ không bao giờ quay lại đây nữa, tiếng xấu đồn thổi rất nhanh. Đây cũng chính là tình trạng chung của các chợ bán quần áo ở Hà Nội, đặc biệt là các chợ đêm khiến cho lượng khách hàng hiện nay giảm đi đáng kể và tất nhiên mức thu nhập của họ cũng bị giảm đi nhưng họ vẫn không hiểu vì sao.

Biết ơn là một phẩm chất cao quý bậc nhất của loài người. Là sự cảm kích ghi nhận công ơn của người khác từ tận đáy lòng. Người Việt ta có câu “*Uống nước nhớ nguồn*” ý nói về sự biết ơn của những thế hệ sau đối với thế hệ đi trước đã hy sinh xương máu để cho họ có được cuộc sống như ngày hôm nay. Trong bán hàng cũng vậy, người bán hàng xuất chúng biết rằng khách hàng chính là những người trả lương cho họ, là người tạo ra công việc này cho họ, là người nâng bước họ trên con đường thành công, do đó người bán hàng luôn biết ơn khách hàng tận đáy lòng, họ cảm ơn vì khách hàng đã tin tưởng vào sản phẩm của họ. Họ mời chào khách hàng nhiệt tình, vui vẻ, thân thiện, dù khách hàng có mua hay không thì họ vẫn không thay đổi thái độ. “*Tiếng lành đồn xa*”, một đồn mười, mười đồn một trăm, người đối xử với khách hàng tốt sẽ được nhiều người biết đến và càng ngày họ càng thành công hơn nữa.

Những người bán hàng thành công luôn biết cách thể hiện sự biết ơn của mình tới khách hàng. Họ tổ chức những buổi tri ân hay gửi những tấm thiệp nói lời cảm ơn tới khách hàng. Họ chăm sóc khách hàng của mình một cách chu đáo và tận tình nhất có thể.





Joe Girard, được mệnh danh là người bán hàng giỏi nhất thế giới đã tiết lộ bí quyết của mình để có được thành công như ngày hôm nay. Trong công việc, ông luôn thể hiện sự biết ơn của mình tới khách hàng, mỗi người khách đến với ông đều được các nhân viên của ông “chăm sóc kỹ lưỡng” lại xe của họ như một lời nói “Cảm ơn các vị đã đến với chúng tôi!”, đôi khi họ còn thay một số bộ phận trên xe nhưng khách hàng không phải trả một xu nào. Tất cả mọi người đến đây đều được thoải mái nhất có thể. Ông không cần phải quảng bá nhiều về cửa hàng của mình vì chính những khách hàng của ông đã thay ông làm việc đó. Ông luôn nói với khách hàng là ông yêu quý họ, ông gửi cho họ những tấm thiệp với những bức vẽ và những lời chúc khác nhau. Ông kết thúc việc bán hàng và nói với khách hàng của mình “Tôi yêu các vị!”. Chính những điều tưởng chừng như đơn giản đó nhưng lại tác động mạnh mẽ đến khách hàng, họ biết mình đang được tôn trọng và được yêu quý tại nơi đây. Chính những điều đó đã giúp ông trở thành người bán hàng thành công nhất thế giới.

Nhưng tiếc thay vì lý do nào đó mà đa phần con người hiện nay thờ ơ hoặc không nhận thức được phẩm chất này. Con người ngày càng trở nên vô cảm với nhau, con người của thế giới hiện đại này sống trong thế giới ảo nhiều hơn là thế giới thật, chúng ta nói về sự biết ơn hay lòng biết ơn mà trong lòng không thấy nó. Chúng ta nói lời cảm ơn như một cái máy được lập trình sẵn. Người có lòng biết ơn thường là người có tâm thiện và có được những đức tính tốt đẹp khác, Marcus Tullius Cicero đã nói: “Lòng biết ơn không chỉ là đức tính vĩ đại nhất mà còn là khởi nguồn của mọi đức tính tốt đẹp khác”.

Hoặc có những người còn không mấy khi nói lời cảm ơn bởi vì trong tâm họ đầy những tính toán, đầy những mưu đồ thâm độc, trả thù. Thomas Fuller nói rằng: “Con người ưa trả thù vì bị tổn thương hơn là đền đáp cho lòng tử tế”. Chúng ta đang bị tổn thương quá nhiều mà quên mất lòng biết ơn? Hay vì chúng ta quên lòng





biết ơn nên bị tổn thương nhiều?

Người bán hàng bình thường rất hiếm khi nói lời “*cảm ơn*” tới khách hàng, họ không thực sự cảm thấy biết ơn tới khách hàng – những người thực sự trả lương cho họ. Thậm chí họ còn không nhận ra cả điều đó.

Để trở thành người bán hàng xuất chúng, bạn cần phải là người biết ơn đến khách hàng của mình, thực sự quan tâm tới khách hàng và hãy đối xử với họ như những gì bạn muốn được đối xử.

“Trái tim không biết ơn sẽ không tìm được sự hạnh phúc. Khi chúng ta có lòng biết ơn, sẽ tìm thấy hạnh phúc từng giờ”



- Henry Ward Beecher -







### 30. TINH THẦN PHỤNG SỰ

Bản chất của PHỤNG SỰ là phục vụ một cách thông minh.

Thế nào là phục vụ thông minh? Đó là phục vụ phù hợp với giá trị bản thân hoặc doanh nghiệp của mình sao cho sự phục vụ đó mang lại lợi ích cho xã hội và mang lại lợi ích, niềm vui cho chính mình. Nhiều nơi đào tạo nhân viên phục vụ rất chuyên nghiệp, nhưng nơi đó không thể coi là nơi PHỤNG SỰ vì họ phục vụ bằng nghĩa vụ, bằng trách nhiệm, không phục vụ trong niềm vui.



Phục vụ thông minh không phải là cho đi thoải mái, cho đi miễn phí rồi mong một ngày nào đó thành quả sẽ xảy đến. Đó là một sự trông chờ vô vọng. Phục vụ thông minh là thấy được, làm chủ được những lợi ích của mình và của người trước khi hành động. Lợi ích của mình gắn với niềm vui.

Với sự hiểu biết rõ ràng thế này chúng ta gắn PHỤNG SỰ vào nghề bán hàng, vào kinh doanh của chúng ta thì sao? Bạn có đang PHỤNG SỰ hay không?

Nghề bán hàng nếu bạn làm đúng là nghề dễ phụng sự hơn cả. Tức là bạn dễ trở nên vĩ đại hơn cả. Đặc biệt trong nền kinh tế thị trường dưới thời đại công nghệ thông tin này. Bạn mang những điều giá trị, những lợi ích đến cho khách hàng và ngay lập tức nhìn thấy lợi ích của bản thân. Người cân bằng lợi ích của khách hàng và lợi ích của bản thân, tìm thấy niềm vui, sự an lạc trong đó là người đang PHỤNG SỰ. Điều này khác hẳn với các tổ chức tình





nguyện hay tổ chức phi chính phủ. Vì họ không cân bằng được lợi ích nên họ không có sức đề lớn mạnh. Họ không PHỤNG SỰ, họ chỉ phục vụ ở một giai đoạn, một thời điểm. Người bán hàng chỉ biết đến lợi ích của bản thân hoặc doanh nghiệp mình thì chắc chắn là không PHỤNG SỰ dù là ý nghĩa nhỏ nhất. Họ là những người khôn ngoan, ích kỉ, làm xã hội ghét nhiều nhất và khiến xã hội có cái nhìn sai về nghề bán hàng nữa.

Nếu bạn mang được phẩm chất PHỤNG SỰ vào trong công việc của mình. Bạn bán hàng trong niềm hạnh phúc, bạn mang lại lợi ích cho người và cũng không quên giữ lại những phần lợi nhuận xứng đáng cho bản thân thì bạn sẽ có sức mạnh. Sức mạnh đó lớn dần và một ngày không xa bạn sẽ trở thành vĩ đại.

Chúng tôi Success Formation đang sống với lý tưởng PHỤNG SỰ, chúng tôi không nói suông, chúng tôi có phục vụ, chúng tôi có cho đi cuồng nhiệt, nhưng chúng tôi không cho đi một cách ngu ngốc, chúng tôi trao giá trị một cách thông minh và chúng tôi sẵn sàng chia sẻ cho các bạn biết.

Hiện tại chúng tôi đang tập trung trí lực, tập hợp sức mạnh để tạo ra những dòng sản phẩm chuyên sâu, những dòng sản phẩm tri thức có tác dụng thiết thực gắn chặt nhất với đời sống từng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Chúng tôi có nhiều bộ phận, có những bộ phận chuyên về dòng sản phẩm phát triển bản thân, có những bộ phận chuyên về các chiến lược marketing, bán hàng, áp dụng công nghệ cao vào cuộc sống. Chúng tôi hướng đến những thứ tốt nhất để mang giá trị cao nhất.

Nhiều người nghĩ rằng mình đang PHỤNG SỰ nhưng thực chất họ chỉ là người phục vụ đơn thuần. Người PHỤNG SỰ là người hướng đến sự vĩ đại. Và SỰ VĨ ĐẠI không phải đợi kết quả mới biết. Anhtan đã nói: *"Những người vĩ đại biết đến sự vĩ đại của chính bản thân họ rất lâu trước khi xã hội được biết"*.





Vĩ ĐẠI là một sự lựa chọn! Nếu bạn đang chọn điều đó cộng với việc bạn đang phục vụ xã hội trong niềm hạnh phúc → Bạn đang thực sự PHỤNG SỰ.

Chúng tôi đang làm điều đó!

### ☛ 3 đặc điểm nhận dạng của hành động PHỤNG SỰ:

**SỰ CHẤP NHẬN, HÀI LÒNG:** Đó là việc bạn đang làm công việc của bạn mà không có sự kêu ca, không phàn nàn, không đổ lỗi, không đùn đẩy trách nhiệm. Bạn đón nhận những việc đến với bạn như nó phải thế. Bạn chấp nhận những biến cố xảy ra. Bạn không hề rối trí, không hề bực tức, không hề than thân trách phận những lúc khó khăn. Bạn bình thản đối diện, nhận diện đúng sự việc và từ từ giải quyết.

**NIỀM HỨNG KHỞI:** Bạn làm việc trong niềm vui. Nếu bán hàng bạn sẽ bán hàng trong niềm vui, nếu có phải phục vụ người khác bạn phục vụ trong niềm vui. Bạn luôn mang niềm hứng khởi vào tất cả những cử chỉ hành động, hành xử nhỏ nhất của mình.

**LÒNG NHIỆT THÀNH:** Bạn giữ được niềm hứng khởi trong hầu hết các công việc, trong hầu hết thời gian cuộc sống của bạn. Khi nào người khác cũng thấy bạn tràn đầy năng lượng, khi nào sự nhiệt huyết của bạn cũng có thể ảnh hưởng đến người khác. Khi nào bạn cũng thấy yêu đời. Bạn sống một cuộc sống xứng đáng. Bạn sống một cuộc sống trao đi giá trị, mang lại điều tốt đẹp cho nhiều người.

PHỤNG SỰ là một phẩm chất vĩ đại, những diễn đạt bằng ngôn từ trên đây không lột tả được hết hàm nghĩa của nó. Nếu có thể, bạn hãy nghĩ về phẩm chất này mỗi ngày, khi thức dậy, trong khi ăn, trước khi ngủ. Bạn sẽ trở thành một người vô giá.





## TỔNG KẾT

Phẩm chất là cái sẽ đi theo chúng ta đến hết cuộc đời. Người có phẩm chất tốt là người không chỉ nghĩ cho bản thân mà họ còn luôn nghĩ cho những người xung quanh, trong thâm tâm họ luôn muốn giúp đỡ mọi người có được một cuộc sống tốt đẹp và tiện nghi nhất có thể.

### Tư duy tích cực:

- ✓ Người suy nghĩ tích cực tin tưởng vào bản thân và nhìn nhận mọi điều theo chiều hướng tích cực.
- ✓ Người bán hàng xuất chúng rèn cho bản thân có được suy nghĩ tích cực.
- ✓ Người suy nghĩ tiêu cực không tự tin vào bản thân, làm gì cũng sợ thất bại và họ luôn thất bại.

### Đồng cảm và đồng tình:

- ✓ Người bán hàng xuất chúng luôn đồng cảm với khách hàng, thấu hiểu khách hàng và giúp khách hàng giải quyết vấn đề theo chiều hướng tốt nhất.
- ✓ Người thất bại luôn đồng tình với khách hàng, họ nhìn sự việc không sâu sắc nên thường không bán được sản phẩm.
- ✓ Người bán hàng nên đồng cảm với khách hàng hơn là đồng tình.

### Nhất quán:

- ✓ Nhất quán về việc đưa ra giá cả.
- ✓ Nhất quán trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân.





✓ Nhất quán trong ngôn ngữ tiếp thị.

✓ Cam kết thực hiện các lời hứa.

### ☞ **Biết ơn:**

✓ Cảm kích, ghi nhận công ơn của người khác một cách thật lòng.

### ☞ **Tinh thần phụng sự:**

✓ Làm chủ được lợi ích của bản thân và của người khác.

✓ Phục vụ một cách chu đáo, không mong được đền đáp.

✓ Làm việc với niềm hạnh phúc, sự vui vẻ và nhiệt tình trong công việc.

Không ai sinh ra đã trở nên xuất chúng, tất cả đều do quá trình khổ luyện mà nên. Xuất phát điểm ban đầu họ cũng chỉ là một người bình thường như bạn nhưng họ lại làm được những điều phi thường, vậy không lý gì mà bạn lại không làm được cả. Hãy bắt đầu ngay từ bây giờ!

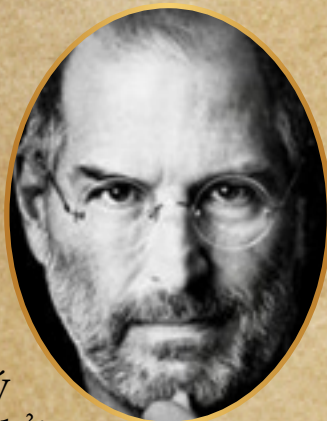






## CUỘC ĐỜI THĂNG TRẦM CỦA THIÊN TÀI STEVE JOBS

Ngay từ khi sinh ra Steve Jobs đã là đứa trẻ bị bỏ rơi, là con trai ngoài giá thú của một phụ nữ Mỹ và một người đàn ông mang gốc gác Hồi giáo. Mẹ Jobs khi đó đang là một sinh viên. Và bà đã quyết định đem ông cho một cặp vợ chồng luật sư đã đồng ý nhận nuôi, nhưng đến phút chót họ lại thay đổi ý kiến, không muốn nhận nuôi ông nữa, cuối cùng mẹ Jobs đã trao Jobs cho một cặp vợ chồng khác. Có lần Jobs đã chạy ra khỏi nhà và khóc như mưa khi có người nói ông bị bỏ rơi vì cha mẹ không mong muốn ông vào thời điểm đó.



17 tuổi, Steve Jobs bước chân vào giảng đường đại học. Nhưng may mắn không mỉm cười với Steve Jobs vì anh đã chọn đúng ngôi trường đắt đỏ gần như Đại học Stanford khiến bố mẹ anh khốn đốn vì tiền học phí.

Jobs chỉ đăng ký môn học mà ông quan tâm. Không có suất trong ký túc, nên ông ngủ trên sàn nhà cùng bạn bè, đem đổi vỏ chai nước ngọt để lấy 5 cent mua đồ ăn, thậm chí phải đi bộ vài km vào tối chủ nhật để có một bữa ăn ngon miễn phí mỗi tuần tại trại Hare Krishna...

Cuộc sống khó khăn như vậy nhưng không làm mất đi niềm đam mê của Jobs với công nghệ. Năm 1976, Steve Jobs cùng người bạn thân là Steve Wozniak sáng lập Hãng Apple Computer tại gara nhà bố mẹ mình. Khi đó, ông chưa đầy 20 tuổi và khởi nghiệp với vài trăm USD. Trong vòng 10 năm, Apple





trở thành một tập đoàn trị giá 2 tỷ USD với hơn 4.000 nhân viên.

Năm 1983, ông lôi kéo John Sculley, khi đó là Giám đốc điều hành Hãng Pepsi, về đầu quân cho Apple bằng câu hỏi nổi tiếng: *“Anh muốn cả đời đi bán thứ nước ngọt có gas ấy hay muốn có cơ hội để thay đổi thế giới?”*. Thế nhưng một năm sau, chính Sculley đã khiến Jobs bị Apple sa thải vì bất đồng quan điểm, và một lần nữa ông lại bị bỏ rơi.

Vài tháng sau khi chia tay với Apple, Steve đã không vực dậy được tinh thần, khi đó ông cho rằng: *“Ta là một người thất bại”*. Nhưng sau khi được nói chuyện với một người từng đoạt giải Nobel về việc thành lập công ty mới, Steve như được hồi sinh. Quãng thời gian bị Apple sa thải, đã cho Jobs nhiều kinh nghiệm và thành công hơn bằng chính sự sáng tạo của mình. Jobs đã sáng lập Hãng máy tính NeXT. Và cho đến khi Apple không thể *“chịu nổi”* sự thiếu vắng Jobs, năm 1997, hãng mời Jobs trở lại với vai trò là Giám đốc điều hành (CEO).

Khi trở lại, Steve Jobs đã biến Apple trở thành một trong những công ty lớn mạnh nhất thế giới dẫn đầu về công nghệ. Ông được mệnh danh là *“Phù thủy công nghệ”*. Steve Jobs luôn biết cách tạo sự thu hút, tò mò, ưa chuộng đối với những sản phẩm mà ông bán ra thị trường. Có thể nói ông là bậc thầy về marketing mà chúng ta có thể học hỏi.



Apple®







## 👉 HÌNH THÀNH NHỮNG PHẨM CHẤT XUẤT CHỨNG (2)

1. Bạn thường tư duy tích cực hay tiêu cực? Khi biết được sức mạnh của tư duy tích cực bạn áp dụng thế nào vào việc bán hàng của mình?
2. Bạn thường đồng cảm hay đồng tình với khách hàng? Hãy liệt kê những lần bạn đồng tình với khách hàng và thất bại!
3. Bạn có nhất quán trong hoạt động kinh doanh của mình hay không? Đã có bài học nào về tính nhất quán khiến bạn thấm thía bài học hay chưa?
4. Bạn biết ơn những điều gì trong cuộc sống của mình? Lòng bạn có dâng trào niềm hạnh phúc mỗi khi bạn nói lời cảm ơn hay không?
5. Bây giờ bạn đã hiểu gì về tinh thần phụng sự? Trong trái tim bạn có dâng lên mong muốn phụng sự xã hội hay không?





## *Chương 6*

# *Rèn luyện kỹ năng bán hàng đỉnh cao*

Tôi dùng triết lý Thái cực quyền trong  
kinh doanh. Bình tĩnh, luôn có đường ra  
và giữ bản thân cân bằng và trong lúc đó,  
đừng cố giết đối thủ.

*Jack Ma*





Khi có phẩm chất tốt sẽ là nền tảng để phát triển các kỹ năng trong cuộc sống, kỹ năng không phải bẩm sinh mà là thứ chúng ta hoàn toàn có thể học hỏi, kỹ năng phục vụ cho chúng ta làm tốt mọi việc hơn, đôi khi kỹ năng sinh tồn có thể giúp ta thoát lười tử thần chỉ trong gang tấc, có kỹ năng lắng nghe sẽ cuốn hút những người muốn tâm sự, có kỹ năng bán hàng sẽ bán được nhiều sản phẩm để nâng cao chất lượng cuộc sống hơn...

Trong quá trình phát triển kỹ năng ta còn có thể rèn luyện phẩm chất của bản thân. Trong con người khi xuất hiện điều gì đó mới và tốt hơn thì tất yếu nó cũng sẽ kéo những thứ khác trở nên tốt hơn. Mọi phẩm chất, kỹ năng, hành động hài hòa trong một cơ thể sẽ tạo được một con người hoàn chỉnh, phù hợp với tính cách, đặc điểm đó.

Trong bán hàng có nhiều kỹ năng: lập danh sách, lên kế hoạch, gọi điện, hẹn gặp, thuyết trình, xử lý từ chối, chốt giao dịch,... Các kỹ năng đó được người bán hàng xuất chúng áp dụng một cách thành thạo đến nỗi điều đó ăn sâu vào máu của họ, trở thành những phản xạ vô điều kiện.

Công ty Success Formation chúng tôi chuyên tập trung vào vấn đề phát triển con người nên sẽ đưa ra các kỹ năng chủ chốt. Các kỹ năng này không chỉ cần thiết trong bán hàng mà còn cần thiết trong mọi mặt của đời sống.

**Sufocorp**

**Khai mở trí tuệ thành công!**





### 31. KỸ NĂNG LẮNG NGHE

*“Nói là bạc, im lặng là vàng, lắng nghe là kim cương”, lắng nghe là cả một nghệ thuật. Đó không chỉ đơn thuần là lắng nghe một cách bình thường, nó đòi hỏi người nghe phải thực sự chú tâm trong cuộc nói chuyện, lắng nghe bằng nội lực, lắng nghe bằng cả trái tim, người nghe phải cảm nhận được cảm xúc, tâm tư của người nói.*



Frank Tyger nói: *“Hãy biết lắng nghe! Đôi tại bạn sẽ không bao giờ dẫn bạn vào rắc rối.”*

Còn Katrina Mayer thì nói: *“Sự sáng suốt không đến từ việc nói. Nó đến từ việc lắng nghe.”*

Người bán hàng giỏi là người có kỹ năng lắng nghe giỏi, họ lắng nghe một cách say sưa khiến khách hàng cảm nhận mình thực sự đang được quan tâm. Kỹ năng nghe giúp người bán hàng hiểu được khách hàng đang gặp vấn đề gì và cảm thông với khách hàng của mình. Vì hiểu nên họ giúp khách hàng giải quyết vấn đề một cách nhanh chóng. Còn người bán hàng bình thường chỉ lắng nghe một cách hời hợt, họ không thực sự hiểu khách hàng muốn gì, họ tư vấn một cách lan man khiến khách hàng thấy ngán ngẩm.

Sở dĩ mọi người thường hay cãi vã, gây đau khổ cho nhau cũng vì không chịu ngồi lại và lắng nghe nhau, ai cũng giữ quan điểm của chính mình mà không mở rộng trái tim để nghe ý kiến người





khác. Người bán hàng xuất chúng có kỹ năng lắng nghe rất tốt nên họ thấu hiểu khách hàng, biết cách làm cho khách hàng tin tưởng, khiến khách hàng cảm nhận được dường như lúc này người bán chỉ quan tâm đến vấn đề mà họ đang nói. Luôn để khách hàng làm chủ câu chuyện, làm cho khách hàng thấy thoải mái khi bày tỏ.

Lắng nghe là một trong những kỹ năng rất quan trọng, người bán lắng nghe để hiểu khách hàng và trở thành một người quân sư giải quyết rắc rối. Khách hàng mua sản phẩm bằng cảm xúc chứ không phải bằng lý trí, nếu bạn làm cho họ thấy thoải mái có thể họ sẽ là những khách hàng lớn, khách hàng tiềm năng của bạn. Đôi khi khách hàng không thực sự cần sản phẩm đó nhưng vì họ có được sự thoải mái khi nói chuyện, tâm sự với bạn, họ yêu quý bạn mà họ sẽ mua sản phẩm và bạn đã bán được hàng ngay cả khi khách hàng không có nhu cầu.

Kỹ năng lắng nghe có thể luyện tập được nếu bạn thực sự muốn mình sở hữu kỹ năng đó. Hãy rèn luyện cho mình biết lắng nghe một cách chủ động và luôn nhớ rằng bạn ĐANG LẮNG NGHE và tập trung vào cuộc nói chuyện, đôi khi hãy hỏi một câu hỏi để thể hiện sự quan tâm với người khác. Trong khi lắng nghe bạn cũng không nên suy nghĩ xem đến phiên mình bạn sẽ nói những gì, vì nếu như vậy bạn cũng sẽ không tập trung vào những gì mà người kia nói. Hãy tỏ ra rằng bạn vẫn đang rất chú tâm tới câu chuyện của họ chỉ bằng cách nói: *“Vậy ý của bạn là...”* hay *“Để xem tôi có hiểu đúng ý bạn không...”* Và lặp lại những gì bạn nghĩ là mình đã nghe. Ngoài ra việc sử dụng ngôn ngữ cơ thể cũng rất quan trọng, hãy chăm chú nhìn vào người đối diện, tỏ ra thích thú, bị cuốn hút về câu chuyện mà người khác nói.

Lắng nghe giỏi giúp bạn tiếp thu được rất nhiều kiến thức, bạn sẽ học được nhiều điều, học được kỹ năng của mọi người và bạn cũng sẽ giỏi một số kỹ năng khác như: giao tiếp, thuyết trình... Mọi





thứ có sẵn trong tâm trí khiến bạn tự tin với những gì mình có và muốn truyền đạt lại cho mọi người. Kỹ năng nghe giúp người bán hàng tư vấn sản phẩm một cách trôi chảy, họ nói về những điều mà khách hàng quan tâm, thể hiện được sự hiểu biết và tạo dựng được niềm tin nơi khách hàng.

Lắng nghe là võ công thượng thừa có thể thu phục mọi chiêu thức.

## 32. KỸ NĂNG LÀM CHỦ CẢM XÚC

*“Thiếu động lực”, “sợ hãi”, “tự ti”, “lười biếng”, “muốn trì hoãn” ... chẳng qua chỉ là những cảm xúc của bạn. Và chính những cảm xúc ấy ngăn cản bạn hành động. Trong đa số trường hợp, chúng ta thừa biết rằng mình nên làm việc này hay việc kia, nhưng rốt cuộc chúng ta lại không làm gì cả chỉ vì cảm thấy không muốn làm.*



Cảm xúc có sức mạnh chi phối rất lớn đến mọi hoạt động của con người. Đa phần chúng ta bị cảm xúc sai khiến, dẫn dắt, để cho cảm xúc làm chủ; vì cảm xúc thường không sáng suốt nên khi để cảm xúc lãnh đạo, chúng ta sẽ dễ có những hành động mù quáng. Người làm chủ được cảm xúc sẽ làm chủ được mọi điều khác trong cuộc sống, họ biết kiềm chế, chịu đựng trước những nghịch cảnh và điều khiển được sự tức giận của bản thân. Người không lãnh





đạo được cảm xúc của mình sẽ không thể lãnh đạo được người khác, những người làm nô lệ cho cảm xúc không thể đạt được cuộc sống hạnh phúc, giàu có và tự do.

Có một câu chuyện như thế này: Một ngày nọ, khi Phật Thích ca đi qua một ngôi làng, một số người đi ra gặp Đức Phật và nói những lời vô lễ, và thậm chí có kẻ còn chửi thề. Phật Thích ca đứng đó lặng lẽ lắng nghe, và sau đó Ngài nói: “Cảm ơn các bạn đã đến gặp ta. Nhưng giờ ta phải tiếp tục lên đường bởi vì mọi người ở làng tiếp theo đang đợi. Nhưng khi ta trở lại ngày mai, ta sẽ có nhiều thời gian hơn. Nếu các bạn có nhiều thứ hơn để nói, xin đến lần nữa”.

Những người này không thể tin vào tai của mình nữa.

Chuyện gì xảy ra với người này thế nhỉ? Một trong số những kẻ đó hỏi Đức Phật: “Ông có nghe bọn tôi nói gì không? Bọn tôi nói ông chẳng là cái thá gì cả, thế mà ông không phản ứng gì à?”.

Đức Phật trả lời: “Nếu những gì các người muốn chỉ là xem thái độ của ta, thì các người đã đến quá trễ rồi. Nếu là 10 năm trước thì có lẽ ta sẽ phản ứng lại. Còn 10 năm trở lại đây thì ta đã không còn bị kẻ khác điều khiển nữa rồi. Ta không còn là nô lệ mà là chủ nhân của chính ta.”

Lắng nghe cũng là nền tảng cho việc làm chủ cảm xúc, lắng nghe khiến bản thân thấu hiểu vấn đề hơn và từ đó nó tác động đến cảm xúc của bạn. Giống như việc bạn đang nhìn vào TV nhưng lại đeo tai nghe để nghe nhạc, rõ ràng là bạn không biết được chương trình đó nói về cái gì. Nhưng khi bạn tháo tai nghe ra và tập trung theo dõi lắng nghe thì bạn sẽ biết được nội dung chương trình đó và bày tỏ cảm xúc của mình, có thể là khâm phục một tấm gương nào đó, cũng có thể là tức giận vì một tên quan tham, hay là cảm thương một em bé mồ côi...

Nghề bán hàng là nghề chịu rất nhiều áp lực, họ không được thể hiện những cảm xúc tiêu cực ra bên ngoài, dù cơ thể có mệt mỏi,





ôm đau hay gặp chuyện phiền muộn thì vẫn phải tươi cười, nhẹ nhàng với khách hàng của mình. Người bán hàng buộc phải học cách làm chủ cảm xúc của bản thân, điều khiển nó theo cách mà họ muốn.

Hầu hết những người bán hàng bình thường không nhận thức được là chính họ đang điều khiển cảm xúc của mình chứ không phải ai hay một việc gì khác. Điều đó làm ảnh hưởng rất lớn tới hiệu quả bán hàng, đôi khi một cái chau mày cũng làm cho khách hàng mất thiện cảm.

Khi bán hàng có nhiều loại cảm xúc dậy lên trong người bạn, vì người bán hàng phải làm việc trong môi trường cạnh tranh, tiếp xúc với nhiều người với đa tính cách khác nhau, do đó việc cảm xúc của họ lên xuống là điều dễ hiểu. Nó có thể đến từ sự biến động của thị trường, từ khách hàng, từ đối thủ cạnh tranh, từ đồng nghiệp, từ công ty của bạn,... *bạn có thể vừa vui mừng vì khách hàng hẹn ký một hợp đồng lớn thì lại có thể tức điên lên ngay khi vợ khách hàng gọi lại báo rằng có sự nhầm lẫn,...* những việc như thế bạn có thể gặp thường xuyên. Nếu không làm chủ được cảm xúc của mình bạn sẽ rất dễ để những cảm xúc vui buồn lôi kéo, bạn sẽ rất mệt mỏi khi chạy theo những biến động cảm xúc của mình.

Làm chủ cảm xúc là kỹ năng cực kỳ quan trọng. Cảm xúc của bạn tốt làm cho khách hàng thoải mái, không khí vui vẻ, cảm xúc không tốt không khí trở nên nặng nề, căng thẳng. Người bán hàng kiệt xuất không để tụt cảm xúc vui vẻ đó xuống mà luôn kích thích nó tăng lên, khách hàng sẽ đến với họ nhiều hơn, mua sản phẩm của họ nhiều hơn. Khi không điều khiển cảm xúc tốt bạn sẽ không thể trở thành siêu sao.

Vào bất cứ thời điểm nào bạn cũng đều tạo ra cảm xúc của mình. Không ai và không có bất cứ việc gì có thể ảnh hưởng hay thay đổi cảm xúc của bạn, trừ khi bạn cho phép bản thân bạn rơi





vào cảm xúc đó. Các yếu tố quyết định đến cảm xúc của bạn: sự hiểu biết về các trạng thái con người; thể trạng, sức khỏe bản thân; khả năng tự đối thoại bản thân; khả năng chịu đựng, nhẫn nại.

- ✓ *Sự hiểu biết về các trạng thái con người: con người có 7 trạng thái là hỷ (mừng), nộ (giận), ái (yêu), ố (ghét), ai (buồn), lạc (vui), dục (muốn). Bạn cần phải biết đâu là trạng thái tích cực, có lợi để phát triển, đâu là trạng thái tiêu cực và có hại cho bản thân mà hạn chế, triệt tiêu nó đi.*

Hãy ngồi và suy ngẫm lại bản thân mình đang mắc phải những sai lầm hay vấn đề gì trong việc điều khiển cảm xúc và từ đó điều chỉnh lại cho phù hợp. Đôi khi nên tham khảo những người xung quanh, nghe nhận xét của họ về bản thân để khắc phục dần dần và hoàn thiện bản thân hơn.

- ✓ *Thể trạng, sức khỏe bản thân: Tình trạng cơ thể tác động trực tiếp đến cảm xúc. Bạn sẽ cảm thấy tràn đầy sức sống khi cơ thể bạn được nghỉ ngơi đầy đủ; còn cơ thể mệt mỏi sẽ khiến bạn khó chịu, nản chí hay buồn phiền.*

Các hoạt động thể thao luyện sức bền bỉ như bơi lội, chạy bộ, đi xe đạp... sẽ mang lại cho bạn nguồn năng lượng dồi dào và bản thân bạn sẽ ngập tràn những cảm xúc tốt nhất vì cơ thể bạn đang ở trong tình trạng tối ưu nhất.

Một cơ thể khỏe mạnh, một tinh thần tốt rất quan trọng cho người bán hàng khi phải làm việc trong một cường độ cao như vậy. Hãy giữ cơ thể khỏe mạnh và tâm trạng tốt nhất để chào đón những người khách hàng mới.

- ✓ *Khả năng tự đối thoại bản thân: Trò chuyện với bản thân sẽ là động lực thúc đẩy bạn có những hành động tích cực trong cuộc sống. Thỉnh thoảng trong đầu bạn cứ vang lên tiếng nói ngăn cản hoặc khuyến khích bạn làm điều gì đó, và bạn đáp*





*lại bằng cách đồng tình hay phản đối, đó chính là lúc bạn đang đối thoại với bản thân.*

Nếu những câu nói tiêu cực cứ hiện hữu trong đầu, lúc này bạn nên thở sâu, tập thể dục hoặc nói “*Hãy dừng lại!*” và thay vào đó hãy nói “*Tôi làm được!*”, “*Tôi sẽ chiến thắng!*”,...

Mục tiêu cuối cùng của cuộc đối thoại là biến cuộc trò chuyện thành hành động thực tế. Nếu có tiếng nói tích cực vang lên trong đầu, lặp đi lặp lại nhiều lần và thôi thúc bạn thực hiện, hãy xem đây là kim chỉ nam để hành động và bạn sẽ thành công.

✓ ***Khả năng chịu đựng, nhẫn nại:*** Là đức tính đẹp của người biết làm chủ bản thân, tự kiềm chế mình trước hoàn cảnh bất lợi.

Người có thể tự mình kiềm chế, biết nhẫn nại là người sâu sắc, là người biết nhìn xa trông rộng.

Ai cũng cần phải biết “*Nhẫn*” trong cuộc sống để rèn luyện bản lĩnh, để chờ thời cơ và vươn lên trong cuộc sống.

*“Đừng nhượng bộ cảm xúc. Một trái tim quá nhạy cảm là thứ tài sản bất hạnh nhất trên mặt đất không vững chắc này.”*

*– Johann Wolfgang Von Goethe*







### 33. KỸ NĂNG THẤU HIỂU ĐỐI PHƯƠNG

Thấu hiểu đối phương là một trong những kỹ năng quan trọng nhất quyết định việc giao dịch có thành công hay không. Binh pháp Tôn Tử có nói rằng: *“Biết người biết ta, trăm trận không khốn cùng; biết ta không biết người, thắng một thua một; không biết ta cũng không biết người, trăm trận ắt thua trăm.”*



Ở phần trước chúng ta đã nói về kỹ năng làm chủ cảm xúc, đó cũng là việc để chúng ta thấu hiểu mình hơn. Ở phần này chúng ta sẽ dành thời gian để thấu hiểu được khách hàng. Nếu biết mình, lại hiểu được khách hàng tức là bạn đã nắm chắc phần thắng trong tay.

Lắng nghe dẫn đến thấu hiểu, người có khả năng lắng nghe tốt sẽ thấu hiểu được khách hàng của mình một cách tốt nhất, hiểu từ tính cách, sở thích, thái độ, tâm lý, hoàn cảnh,... mà đồng cảm với khách hàng, lựa chọn được cho khách hàng những sản phẩm ưng ý nhất. Để hiểu được khách hàng không phải là điều dễ dàng, nó đòi hỏi bạn phải thật sự chú tâm vào cuộc nói chuyện. Thấu hiểu khách hàng bạn sẽ tạo được mối quan hệ tốt với họ, là người bạn thân thiết để khách hàng tin tưởng và khách hàng sẽ giới thiệu những khách hàng tiềm năng khác cho bạn.

Một buổi hội thảo thành công nhất, một cuộc họp quan trọng nhất, một chương trình hay nhất sẽ không thể thành công được khi người tổ chức không hiểu được thị hiếu của mọi người và không có





sự chuẩn bị kỹ lưỡng. Dù là việc lớn hay nhỏ, việc thấu hiểu mọi người và có sự chuẩn bị trước là điều cực kỳ cần thiết.

Trước khi gặp đối tác, đặc biệt là đối tác quan trọng, những người bán hàng xuất chúng thường dành thời gian để tìm hiểu kỹ về họ, nghiên cứu họ kinh doanh về cái gì? mặt hàng mình bán giúp ích gì cho họ, họ đang gặp phải vấn đề nào và đặc biệt nên tìm hiểu về tính cách và sở thích của đối tác để chuẩn bị một cuộc nói chuyện khiến cho khách hàng cảm thấy thoải mái và tin tưởng nhất. Nói chuyện với họ một cách chân thành.

Để thấu hiểu được khách hàng hay bất cứ một người nào khác là một kỹ năng cần được rèn luyện thường xuyên và liên tục. Bạn cần phải rèn một số kỹ năng của mình như:

- ✓ **Thấu hiểu chính mình:** *Mỗi người trong chúng ta tuy khác nhau nhưng lại có rất nhiều điểm chung cả về mặt tâm lý và sinh lý. Khi bạn hiểu rõ được bản thân mình bạn cũng dễ dàng để hiểu người khác hơn.*

Mỗi lứa tuổi và giới tính đều có những mong muốn, nhu cầu và thị hiếu khác nhau, bạn cần hiểu được điều đó và bán cho khách hàng những thứ thích hợp với họ.

- ✓ **Đặt câu hỏi thông minh:** *Một người bán hàng thông minh luôn biết cách đặt câu hỏi “Tại sao” với khách hàng một cách khéo léo. Họ luôn muốn tìm hiểu lý do của khách hàng vì sao muốn mua và vì sao không muốn mua, tìm hiểu họ muốn sản phẩm như thế nào? Giá cả bao nhiêu? Điều gì mà họ chưa ưng ý ở sản phẩm?...*

Những câu hỏi đó sẽ khiến bạn thấu hiểu thêm khách hàng của mình và đưa ra những lời khuyên phù hợp.

- ✓ **Quan tâm chân thành:** *Người quan tâm chân thành đến khách hàng sẽ tạo được thiện cảm đối với họ, khi được quan*





*tâm con người ta có xu hướng giải bày tâm tư của mình với người khác.*

Hãy lắng nghe một cách chân thành và đồng cảm với họ, thể hiện mình là một người thực sự quan tâm và thấu hiểu khách hàng, bạn sẽ chiếm được thiện cảm với khách hàng và bạn sẽ là người thành công.

Chịu khó học hỏi, quan sát các cuộc đối thoại của những người bán hàng xuất chúng, quan sát thái độ, hành động của họ trong các tình huống và cách xử lý những tình huống đó như thế nào.

Ngoài ra bạn cũng có thể học hỏi qua các chương trình tâm lý và xem các bộ phim biểu lộ tâm lý cao... từ đó biết cách điều khiển bản thân và xử lý tình sự việc cách tốt đẹp nhất.

- ✓ ***Lắng nghe thực sự: Bạn càng chú tâm lắng nghe bao nhiêu, bạn càng hiểu được khách hàng bấy nhiêu và càng hiểu được khách hàng bấy nhiêu bạn càng giúp khách hàng giải quyết được vấn đề bao nhiêu.***

*“Nếu không bán được cho khách hàng hôm nay thì cũng phải biết được tại sao họ chưa mua ngay. Đó là một phần quan trọng của việc thấu hiểu khách hàng.”*

Đừng để quá khứ ảnh hưởng đến sự quyết định của bạn, hãy nhìn vào thực tế, tập trung vào thực tại để hiểu rõ đối thủ của mình. Xã hội ngày càng phát triển và sức mạnh của họ cũng ngày càng nâng cao, bạn phải tập trung vào sản phẩm của mình, không ngừng nâng cao chất lượng, giá thành phù hợp, thiết kế mẫu mã đẹp bắt thu hút nhiều khách hàng.





### 34. KỸ NĂNG GIAO TIẾP PHI NGÔN TỪ

Giọng nói, ánh mắt, nụ cười, dáng điệu... là những tài sản vô cùng quý giá của mỗi con người. Và cách để sử dụng những hình thức giao tiếp phi ngôn từ là cả một nghệ thuật, nó sẽ giúp bạn có được những thành công ngoài sự mong đợi.



Phi ngôn từ có ảnh hưởng mạnh gấp nhiều lần ngôn từ. Nó chạm tới trái tim của người đối diện, thể hiện sự tôn trọng và quan tâm của bạn tới khách hàng. “Ngôn ngữ của đôi mắt và nụ cười” là dấu hiệu cho thấy sự quan tâm của bạn. Nó tác động mạnh mẽ đến cảm xúc của người khác, lôi cuốn được người đối diện mình, thể hiện sự chú tâm của bạn vào câu chuyện. Khách hàng sẽ thấy bạn là một người lịch sự và tôn trọng họ.

Trong mỗi cuộc giao dịch với khách hàng chúng ta nên quan tâm đến khách hàng một cách thật lòng, luôn nở nụ cười, chú ý đến điệu bộ, cử chỉ, ánh mắt của bản thân để tạo được thiện cảm với những người khác.

Một lần, trong một cuộc họp thân của vị chủ tịch tập đoàn một công ty đa quốc gia, với sự có mặt của nhiều đồng nghiệp các nước Đông Nam Á, một nữ doanh nhân trẻ có gương mặt dễ nhìn và trang phục sang trọng đã lôi cuốn thiện cảm của mọi người trong phòng họp ngay giây phút đầu tiên. Khi ngài chủ tịch phát biểu thì mọi người giật mình vì tiếng chuông điện thoại phát ra từ túi xách của nữ doanh nhân nọ. Ngay lập





tức mọi ánh mắt đổ dồn nhìn về phía chị ta và như hiểu được rằng mình đang được mọi người chú ý, nữ doanh nhân này bắt đầu cuộc đàm thoại bằng giọng nói hết sức ngọt ngào, trong trẻo với âm thanh vừa đủ nghe cho cả mọi người.

Sau đó, ngồi trong phòng họp mà dường như gương mặt của chị lúc nào cũng bận rộn, miệng luôn nhai nhóp nhép kẹo cao su. Đôi lúc chị ta nhìn cô phiên dịch không mấy hài lòng, thỉnh thoảng còn chỉnh sửa từ ngữ dịch chưa được chính xác với vẻ bực bội ra mặt. Lâu lâu chị bỗng vươn vai, uốn ngực rồi ngáp một cách tự nhiên trước sự ngỡ ngàng của nhiều người.

Trong xã hội hiện đại và nhất là trong môi trường kinh doanh quốc tế, chúng ta cần trở nên tinh tế hơn, tự nhận thức và tự kiểm chế được ngôn ngữ cơ thể cũng như tập cách quan sát ngôn ngữ này thông qua những hình ảnh xung quanh để hiểu rõ đối tác mà ta đang giao tiếp.

Mỗi người trong mọi xã hội đều có khả năng sử dụng ngôn ngữ cơ thể trong giao tiếp dưới nhiều hình thức khác nhau, tuy nhiên không phải ai sinh ra cũng có sẵn những kỹ năng trong việc sử dụng ngôn ngữ cơ thể một cách hiệu quả. Muốn lời cuốn được khách hàng của mình bạn cần phải rèn luyện để có được kỹ năng đó. Hãy bắt đầu bằng nụ cười, một nụ cười thân thiện là bước khởi đầu để mở những cánh cửa tiếp theo. Ngoài ra bạn cần phải chú ý rèn luyện đến các kỹ năng phi ngôn từ khác như giọng nói, ánh mắt, dáng điệu, cử chỉ, nét mặt, trang phục... Chú ý đến hành động phi ngôn ngữ của người khác để học hỏi hoặc rút kinh nghiệm cho bản thân.

Người bán hàng chuyên nghiệp họ sử dụng ngôn ngữ cơ thể rất tốt, họ biết cách tạo sự tin tưởng với khách hàng. Từng ánh mắt, cử chỉ, hành động đều toát lên được sự tôn trọng với khách, thu hút được người mua. Lời nói có thể lừa dối nhưng ánh mắt thì





không bao giờ biết dối lừa, ánh mắt nói lên tất cả, ánh mắt tạo sự cuốn hút, đồng cảm, ánh mắt nói lên niềm vui, nỗi buồn. Người bán hàng xuất sắc làm chủ được cảm xúc của mình, họ sẽ luôn giữ tâm trạng vui vẻ, tích cực, tạo được sự thoải mái. Muốn trở thành người bán hàng xuất chúng bạn phải mô phỏng được người bán hàng xuất chúng đó.

### 35. KỸ NĂNG ĐƯA RA ĐÒN QUYẾT ĐỊNH

Đưa ra đòn quyết định là một khả năng đặc biệt của người bán hàng. Giống như trong quyền anh, người võ sỹ có đòn knock out khiến đối phương phải gục ngã ngay trên sàn đấu.

Kỹ năng đưa ra đòn quyết định là một kỹ năng đỉnh cao tạo ra sự khác biệt giữa một người bán hàng bình thường và một người bán hàng xuất chúng. Hai người có thể cùng cách nói như nhau, cùng được đào tạo quy trình chuẩn như nhau, nỗ lực như nhau; nhưng một người có kỹ năng kết thúc sẽ trở nên xuất sắc còn người thiếu kỹ năng này sẽ mãi chỉ là một nhân viên bình thường.

Thông thường một người giỏi đàm phán trong mua hàng sẽ giỏi đàm phán trong bán hàng vì họ được đặt mình vào vị trí của khách hàng nên hiểu được khách hàng. Đó là một trong những cách để bạn rèn luyện khả năng đưa ra đòn quyết định cho khách hàng.







Một người có khả năng ra quyết định cho mình tốt sẽ giúp người khác ra quyết định tốt. Khi bạn giỏi trong việc quyết định nhanh chóng bạn cũng sẽ biết cách giúp người khác ra quyết định nhanh chóng.

Để đưa ra đòn quyết định, điều cần thiết bạn phải làm là nhận diện đúng sự việc đang diễn ra trước mắt mình. Bạn cần nhận thức đúng đắn về khách hàng, mẫu người mà bạn đang đối diện. Bạn cần nhận thức đúng về yêu cầu của khách hàng. Bạn cần nhận thức đúng ý những lời từ chối của khách hàng,... Để nhận thức đúng thì kỹ năng lắng nghe và làm chủ cảm xúc sẽ hỗ trợ đắc lực cho bạn. Khi đã nhận thức đúng rồi bạn sẽ dễ dàng đưa ra phản ứng phù hợp, bạn sẽ dễ dàng kết thúc thương vụ. Kỹ năng xử lý từ chối và đưa ra đòn quyết định cũng được trình bày chi tiết trong cuốn cẩm nang XỬ LÝ MỌI LỜI TỪ CHỐI TRONG BÁN HÀNG. Mời bạn tìm đọc!

Bạn cần sự nhận thức để thấu hiểu được mục đích của khách hàng thì mới đưa ra được quyết định phù hợp, tránh rơi vào trường hợp như các học trò trong câu chuyện sau:

*Thầy hỏi: “Nếu các trò lên núi chặt cây, vừa vặn trước mắt có hai gốc cây, một gốc cây to, một gốc cây nhỏ, các em sẽ chặt gốc nào?”*

*Câu hỏi vừa ra, tất cả học sinh đều nói: “Tất nhiên là chặt gốc cây to rồi.”*

*Thầy cười cười, rồi nói: “Gốc cây to kia chỉ là một gốc bạch dương bình thường, mà gốc cây nhỏ kia lại là một cây thông, bây giờ các em sẽ chặt cây nào?”*

*Chúng tôi nghĩ, cây thông tương đối trân quý, nên trả lời: “Tất nhiên sẽ chặt cây thông, bạch dương không được bao nhiêu tiền!”. Thầy mang theo nụ cười không đổi nhìn chúng tôi, hỏi: “Nếu gốc cây dương là thẳng tắp, mà cây thông lại uốn éo xiêu vẹo, các em sẽ chặt cây nào?”*

*Chúng tôi cảm thấy có chút nghi hoặc, liền nói: “Nếu là như vậy, hay là vẫn chặt cây dương. Cây thông cong queo ngoằn ngoèo, làm gì cũng*





không làm được!” Ánh mắt thầy lóe lên, chúng tôi đoán là thầy sẽ thêm điều kiện nữa, quả nhiên, thầy nói: “Cây bạch dương tuy thẳng tắp, nhưng bởi đã lâu năm, nên phần giữa mục rỗng, lúc này, các em sẽ chặt gốc nào?”

Tuy có nghi ngờ về ý đồ của thầy, chúng tôi vẫn từ điều kiện của thầy mà suy nghĩ, nói: “Thế thì lại chặt cây thông, cây bạch dương ở giữa đã mục rỗng, càng không thể dùng!” Sau đó thầy liền hỏi: “Thế nhưng dù cây thông ở giữa không mục rỗng, nhưng nó cong queo quá ghê gớm, bắt đầu chặt rất khó khăn, các em sẽ chặt gốc nào?”

Chúng tôi dứt khoát không suy nghĩ kết luận của thầy là gì nữa, liền nói: “Vây chặt cây dương. Điều không thể dùng như nhau, đương nhiên chọn cây dễ chặt!”.

Thầy không để chúng tôi thở, liền hỏi: “Thế nhưng trên cây bạch dương có một tổ chim, mấy con chim non đang ở trong ổ, các em sẽ chặt gốc nào?”.

Cuối cùng, có người hỏi: “Thầy ơi! Rốt cuộc thầy muốn nói gì cho chúng em vậy? Hỏi những thứ đó làm gì vậy thầy?”

Thầy thu hồi nụ cười, nói: “Các em vì sao không tự hỏi mình, rốt cuộc là chặt cây để làm gì? Tuy điều kiện của thầy thay đổi, nhưng yếu tố cuối cùng quyết định kết quả là động cơ ban đầu của các em. Nếu muốn lấy củi, các em liền chặt cây dương; muốn làm hàng mỹ nghệ, liền chặt cây thông. Các em tất nhiên sẽ không vô duyên vô cớ cầm theo búa lên núi chặt cây chứ?” Một người, chỉ khi trong nội tâm đã có mục tiêu từ trước, thì lúc làm việc mới không bị đủ loại điều kiện và hiện tượng bên ngoài mê hoặc.

Bạn hãy nắm bắt câu chuyện này và luôn nhớ lấy! Khi giao tiếp với khách hàng bạn sẽ bắt lấy mục đích của khách hàng và xoáy sâu vào để giúp khách hàng ra quyết định chính xác.





## TỔNG KẾT

Bán hàng là giai đoạn quyết định tới việc sản phẩm có được khách hàng chấp nhận hay không, do đó người bán hàng phải vận dụng các kỹ năng bán hàng một cách thành thục nhất.

### **Kỹ năng lắng nghe:**

- ✓ *Lắng nghe bằng nội lực để thấu hiểu khách hàng.*
- ✓ *Người xuất chúng là người lắng nghe giỏi, tạo được thiện cảm với người mua.*
- ✓ *Người lắng nghe hời hợt không biết được khách hàng thực sự muốn gì, không tạo được thiện cảm với họ.*

### **Kỹ năng làm chủ cảm xúc:**

- ✓ *Người làm chủ được cảm xúc là người làm chủ được cuộc đời.*
- ✓ *Người bán hàng xuất chúng làm chủ được cảm xúc, tạo được sự thoải mái cho khách hàng.*
- ✓ *Để có được cảm xúc tốt cần có thể chất và khả năng nhận thức tốt.*

### **Kỹ năng thấu hiểu đối phương:**

- ✓ *Lắng nghe để thấu hiểu.*
- ✓ *Tìm hiểu trước đối phương để có được sự chuẩn bị chu đáo nhất.*
- ✓ *Không để quá khứ đánh lừa, cần phải nhìn vào khả năng của đối thủ trong thực tại để vươn lên.*

### **Kỹ năng giao tiếp phi ngôn từ:**

- ✓ *Người có kỹ năng giao tiếp phi ngôn từ tốt sẽ tạo được thiện cảm với khách hàng và bán được nhiều sản phẩm.*





## ☞ **Kỹ năng đưa ra đòn quyết định:**

- ✓ *Người có kỹ năng kết thúc sẽ tạo được thành quả xuất sắc.*
- ✓ *Cần nhận diện đúng sự việc đang diễn ra và đưa ra sự kết thúc đúng lúc.*
- ✓ *Người bán hàng không rèn luyện được kỹ năng này sẽ không thành công được.*

Để trở thành một người bán hàng giỏi bạn phải rèn luyện một cách thành thực các kỹ năng trên để nó phục vụ lợi ích cho khách hàng, cho công ty và cho bản thân bạn.







## STUART TAN – NGƯỜI GIAO TIẾP KIỆT XUẤT

Khi còn trẻ Stuart là một người cực kỳ nhút nhát, ông tự ti đến nỗi không thể nào giao tiếp một cách bình thường với những người khác được. Thời kỳ khiến ông khủng hoảng nhất là khi ông được chọn để lãnh đạo 40 người năng động khác. Vì khả năng giao tiếp quá kém mà ông không thể nào làm việc tốt với các thành viên trong nhóm.



Đa số mọi người trong nhóm chống đối Stuart. Nỗi đau khổ trở thành người ngoài ngay trong nhóm mình lãnh đạo càng lúc càng trở nên nặng nề khiến ông chỉ muốn bỏ cuộc. Lòng tự trọng của ông đã xuống đến mức thấp nhất. Có một thời gian dài ông bị mất ngủ trầm trọng và không còn khả năng tập trung.

Trong một lần phải thuyết trình trước hơn 70 thầy cô giáo, mặc dù đã bỏ ra hàng giờ để uốn nắn từng câu chữ, từng lời nói đùa nhưng không một thầy cô nào tỏ ra hứng thú lắng nghe. Một số người còn cười thầm như thể chính ông là trò đùa của buổi hôm đó. Thậm chí có người còn ngủ gục, những người không ngủ thì làm điệu bộ chế giễu. Lúc đấy, ông chỉ muốn đào ngay một lỗ dưới chân để chui xuống đất.

Những kinh nghiệm đau thương tích tụ lại khiến ông bắt đầu tin rằng, dù có làm cách nào đi nữa thì ông cũng không thể giao tiếp với mọi người bình thường, nói gì là thoải mái. Ông cảm thấy bất lực trước nỗi khổ này, trong những ngày chán chường đó ông chưa bao giờ dám mơ tới việc mình có thể điều



khuyến được cảm xúc của mình hay có thể giao tiếp lưu loát như những người ông hâm mộ.

Trong một lần đọc được sức mạnh của Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy, ông bắt đầu hứng thú và tự tin hơn khi nhận ra rằng tất cả mọi người đều có thể trở thành một người giao tiếp giỏi – và ông cũng vậy. Điều duy nhất kìm hãm ông là ông không có những phương pháp đúng đắn để mà hành động. Kể từ khi đó, ông dành thời gian mô phỏng những người có khả năng giao tiếp xuất chúng.

Sau khi lấy được sự tự tin, ông bắt đầu cuộc thử thách bằng cách tìm mọi cơ hội lên sân khấu diễn thuyết. Sau những nỗ lực không ngừng, ông đã bắt đầu được nhiều người biết đến với khả năng tuyệt trình của mình. Và hiện giờ ông đã trở thành một trong những nhà diễn thuyết nổi tiếng thế giới, là người truyền ngọn lửa nhiệt huyết tới tất cả mọi người.



*Bộ hướng dẫn thực hành  
Lập trình ngôn ngữ tư duy - NLP*







## 👉 RÈN LUYỆN KỸ NĂNG BÁN HÀNG ĐỈNH CAO

1. *Bạn có giỏi kỹ năng lắng nghe hay không? Bạn sẽ thực hiện theo cách nào để trở nên xuất sắc kỹ năng này?*
2. *Bạn thường làm chủ cảm xúc của mình hay để cảm xúc làm chủ bạn? Bằng cách nào bạn sẽ làm chủ cảm xúc tốt hơn?*
3. *Khả năng thấu hiểu đối phương của bạn cao hay thấp? Bạn sẽ làm gì để tăng khả năng thấu hiểu người đối diện của mình?*
4. *Kỹ năng giao tiếp bằng ánh mắt và các phi ngôn từ khác của bạn thế nào? Bạn sẽ cải thiện kỹ năng nào trước?*
5. *Ra quyết định là một việc khó khăn, bạn sẽ làm gì để giúp mình ra quyết định tốt hơn? Bạn sẽ làm gì để giúp khách hàng ra quyết định tốt hơn?*





## *Chương 7* *Ảnh hưởng của môi trường*

Nếu bạn muốn bay cùng đại bàng  
thì đừng bơi cùng lũ vịt!

*- Zig Ziglar -*





Bán hàng là một môi trường năng động, là nơi tiếp xúc với nhiều kiểu người trong xã hội, từ những nhà tri thức, những người giàu có đến những người lao động chân tay, từ những người lịch sự đến những người khiếm nhã buộc người bán hàng phải linh hoạt để thích ứng với môi trường này. Thường thì khi làm việc ở môi trường như thế nào thì con người sẽ trở nên như thế.

Một môi trường tốt là môi trường mà trong đó người bán hàng có thể phát triển được một cách toàn diện và nhanh chóng những hành động, suy nghĩ, nhân cách, cảm xúc, thói quen... theo chiều hướng tích cực.

Môi trường tiêu cực là môi trường mà người bán hàng bị ảnh hưởng bởi những tác động không tốt, kìm hãm sự phát triển của bản thân. Là nơi “*du nhập*” những hành động, lời nói cũng như thói quen, suy nghĩ không phù hợp cho việc trở thành người bán hàng xuất chúng.

Hãy quan sát môi trường nơi bạn làm việc, đó là môi trường như thế nào. Bạn thường xuyên tiếp xúc với kiểu người nào và họ ảnh hưởng tốt hay xấu tới tính cách của bạn? Qua đó hãy xác định mục tiêu tương lai của mình và lập danh sách những người bạn nên tiếp xúc thường xuyên để thay đổi bản thân tốt hơn.







### 36. AI CŨNG BỊ TÁC ĐỘNG BỞI MÔI TRƯỜNG

Môi trường làm việc có tầm quan trọng đặc biệt tới sự hình thành và phát triển con người. Vì nếu không có môi trường thì con người cũng không phát triển được nhân cách.

Môi trường là những thứ xung quanh bạn, bao trùm lấy bạn, ở nhà hay ở nơi làm việc bạn cũng đều ở trong những môi trường nhất định, dù muốn hay không bạn cũng sẽ bị tác động bởi môi trường. Thói quen của những người xung quanh được lặp đi lặp lại trước mắt, từ lời nói, cử chỉ, cảm xúc, hành động... diễn ra nhiều lần khiến cho bộ não ghi nhớ những chi tiết đó và điều khiển lại cơ thể. Vô tình bạn đã bị ảnh hưởng bởi những thói quen của người khác một cách bị động mà bản thân không hề nhận ra.



Làm việc trong môi trường thường xuyên tiếp xúc với những người lịch sự, tự tin và năng động, bản thân bạn cũng thay đổi theo. Hàng ngày bạn thường xuyên nhìn vào hành động của họ và bắt chước một cách vô thức. Một ngày có tới 8 giờ làm việc nên khoảng thời gian bị tác động là không hề nhỏ.

Môi trường xung quanh bủa vây lấy bạn, những con người cùng với những tính cách khác nhau, khiến bạn không thể thoát khỏi tầm ảnh hưởng của họ giống như việc bạn rơi xuống nước chắc chắn sẽ bị ướt.





Một người luôn nhìn vào thành công của những người xung quanh chắc chắn sẽ thành công. Vì trong tâm trí họ luôn hiện hữu hình ảnh của những người bán hàng xuất chúng, từng cử chỉ, lời nói, hành động, cách họ cư xử và tư vấn cho khách hàng ra sao đều in sâu vào trong trí não. Trí não sao chép lại và điều khiển hành động con người bạn y như vậy. Cũng là hiện tượng sao chép lại nhưng theo chiều hướng tiêu cực thì bản thân bạn sẽ không phát triển được. Khách hàng sẽ không mua sản phẩm của một người bán hàng vô vậ, khó tính và thiếu thân thiện.

Những người bán hàng thành công luôn đón nhận những tác động tốt và khước từ những tác động xấu đến bản thân. Trong khi đó, người bán hàng thất bại lại lựa chọn và thu hút về bản thân những tác động xấu khiến họ thất bại cứ nối tiếp thất bại.

Người bán hàng thành công luôn đưa vào tâm trí mình hình ảnh của những người thành công khác, trong trí não họ sẽ lập trình và điều khiển bản thân họ đạt được những điều đó. Người thất bại lại đưa những hình ảnh thất bại vào tâm trí mình, vì sợ thất bại nên họ luôn nghĩ đến điều đó, những gì mà con người hay nghĩ đến nhất thì sẽ trở thành sự thật.

Một môi trường làm việc luôn có những người tích cực và những người tiêu cực. Khác với nam châm chỉ hút những gì đối cực, thì con người lại chỉ hút những gì cùng cực với nó. Những người tích cực thích chơi với nhau để phát triển bản thân, còn người tiêu cực lại chơi với nhau vì họ tìm được người đồng quan điểm về “*số phận được an bài*”.

Bị tác động của môi trường làm thay đổi bản thân là điều tất yếu. Tuy nhiên tính chất và mức độ ảnh hưởng của môi trường tới sự hình thành nhân cách còn tùy thuộc vào quan điểm, thái độ của cá nhân đối với các ảnh hưởng đó. Việc bạn chọn bơi ở vùng nước trong hay đục là do bản thân bạn quyết định.





## 37. CÔNG THỨC MÔ PHỎNG

Cách để trở nên thành công nhanh chóng nhất là bước theo những vết chân của người thành công, tức là mô phỏng (bắt chước) lại thần tượng của mình trong lĩnh vực mà bạn đang theo đuổi.

Anthony Robbin đã chứng minh rằng: “Thành công luôn để lại dấu vết”, việc bạn cần làm là bước theo những dấu vết đó. Không chỉ trong lĩnh vực bán hàng người ta mới mô phỏng mà trong tất cả các lĩnh vực khác từ Chính trị, Quốc phòng cho đến Nghệ thuật...



T. Harv Eker lớn lên trong cảnh nghèo khó, bố mẹ ông là người nhập cư đến Bắc Mỹ với toàn bộ tài sản chỉ vỏn vẹn 30 đô la. Tuổi thơ nghèo khó ông đã phải làm rất nhiều việc để kiếm tiền. Là người thông minh và đầy tham vọng, ông ao ước trở thành một nhà triệu phú. Nhưng dù có cố gắng làm việc chăm chỉ đến đâu, ông cũng không thành công.

Vào một ngày, người bạn giàu có của cha ông đã nói cho Eker về bí mật của những người giàu có: “Nếu cậu nghĩ theo cách của người giàu và làm theo những gì người giàu làm, cậu có tin là mình cũng trở nên giàu có?”. Và ông nói tiếp: “Tất cả những gì cậu cần phải làm là sao chép cách nghĩ của người giàu”.

Kể từ đó, ông bắt đầu suy nghĩ và nghiên cứu về hành vi của người giàu và ông nhận ra doanh nghiệp của ông thất bại là do cách nghĩ trước đây của ông. Ông đã luôn lo lắng về tiền bạc, đây là sai lầm phổ biến trong những người không có kế hoạch giữ tiền khôn ngoan.





Sau khi nhận ra vấn đề của mình, Eker luôn cố gắng suy nghĩ và làm theo cách của người giàu, ông quản lý cửa hàng theo cách của người giàu, cả trong nguyên tắc kinh doanh và trong suy nghĩ chiến lược. Cuối cùng ông đã đạt được thành công nhờ nguyên tắc trên và trở thành triệu phú giống như ông mơ ước.

Người thành công không bao giờ ngừng học hỏi những người thành công khác. Tri thức là vô hạn, do đó bạn càng học hỏi được nhiều thì bạn càng thành công.

Trong bộ phim “The Pursuit of Happiness” (mưu cầu hạnh phúc) dựa trên câu chuyện đời có thật, một nhân viên bán hàng vô gia cư tên là Chris Gardner vô tình nhìn thấy một chiếc xe hơi Ferrari màu đỏ đậu bên lề đường chỗ anh đi ngang qua. Ao ước một ngày mình cũng giàu có như thế, anh đánh bạo tiến đến chủ nhân của chiếc xe và nói: “Tôi chỉ muốn hỏi anh hai câu đơn giản. Anh làm nghề gì? Sao lại giàu đến vậy?” Người đàn ông này không ngần ngại đáp, “Tôi là người môi giới chứng khoán. Anh chỉ cần giỏi số liệu và giao tiếp tốt”.



Câu trả lời ngắn gọn đó đã thay đổi toàn bộ cuộc đời của Gardner. Không bằng cấp, không kinh nghiệm trong ngành tài chính, anh tham gia chương trình thực tập của một công ty môi giới chứng khoán hàng đầu và bắt đầu học về những gì mà người đàn ông đi xe Ferrari đó đã làm. Sáu năm sau, người đàn ông vô gia cư chỉ có vốn vụn 2 đô trong túi này đã vươn lên thành một trong những chuyên gia môi giới chứng khoán giỏi nhất phố Wall và sở hữu hàng chục triệu đô. Anh thậm chí còn thành lập công ty môi giới chứng khoán riêng.

Những người bán hàng xuất chúng thường là những người mà tương lai sẽ đảm nhiệm những vai trò quan trọng trong công ty.





Không phải tự dưng họ có được vị trí đó mà do quá trình rèn luyện bản thân, do quá trình họ tạo thói quen mô phỏng người thành công khác, những người thành công đó trở thành lãnh đạo và tất nhiên họ cũng trở thành lãnh đạo. Khi mô phỏng được tư duy của người thành công bạn cũng sẽ thành công như họ, người thành công quyết tâm làm việc, bạn cũng quyết tâm; người thành công kiên trì, bạn cũng kiên trì; người thành công tự tin, bạn cũng tự tin; người thành công sáng tạo, bạn cũng sáng tạo...

Bắt chước ở đây không có nghĩa là bắt chước một cách dập khuôn mà chỉ chọn lọc những gì tinh túy nhất, những bước đi đúng đắn nhất và phù hợp với thời đại nhất.

Trong môi trường, khi bị tác động bởi những người xung quanh khiến bản thân cũng thay đổi theo nhiều chiều hướng khác nhau, hoặc là tiêu cực, hoặc là tích cực. Những gì bản thân chú ý đến sẽ tác động sâu vào trong trí óc khiến chúng ta luôn hành động theo những gì đã in sâu vào bộ não của mình. Người thông minh là người lựa chọn những gì được phép tác động đến bản thân, lựa chọn người để bản thân họ mô phỏng, giống như người đàn ông vô gia cư ở câu chuyện trên, ông không lựa chọn mô phỏng những người vô gia cư khác mà ông chọn mô phỏng theo một người thành công và ông đã thành công.

Thực tế cho thấy, những hành vi xấu thì rất dễ bắt chước, còn những hành vi tốt thì ngược lại, rất khó để học theo. Bởi cái xấu dễ học, còn cái đẹp học khó khăn nên nhiều người không đủ kiên nhẫn. Đó cũng là lý do mà nhiều người thất bại hơn là thành công trong xã hội chúng ta.

Một người bán hàng thất bại là người bắt chước cách bán hàng của những người thất bại khác, vì sẽ được “*nhàn hạ*” hơn so với việc hối hả làm việc, kiên trì tư vấn, làm việc chăm chỉ, thức khuya dậy sớm như những người bán hàng thành công. Người bán hàng



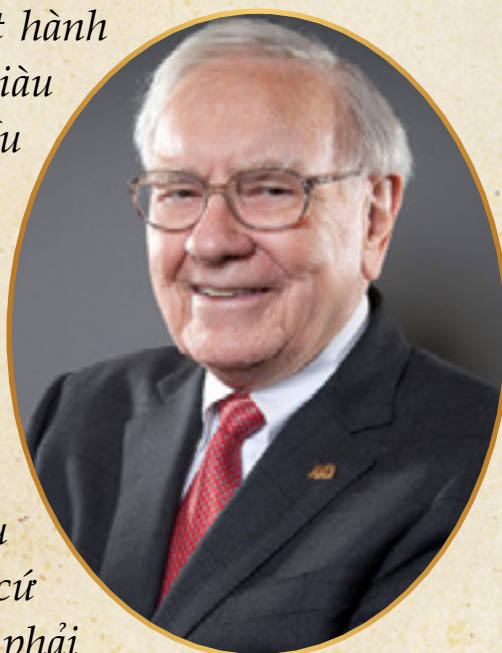


xuất sắc mô phỏng những người bán hàng xuất sắc trước đó.

Bắt chước thói quen của người thành công cũng khó hơn là việc bắt chước thói quen của người thất bại. Ban đầu bạn sẽ thấy bị gò bó và không thoải mái trong việc dậy sớm hơn để đọc sách, chạy khắp nơi tìm kiếm khách hàng hay phải kiên trì làm một việc gì đó rất lâu. Những người nóng vội là những người không thể mô phỏng được bước đi của người thành công.

Người bán hàng thành công là người hiểu được công thức mô phỏng người thành công khác sẽ tạo được thành tựu cho công việc của họ. Họ rèn cho mình có được thói quen như người mà họ muốn trở thành.

*Warren Buffett là nhà đầu tư tài ba nhất hành tinh và là một trong những người đàn ông giàu có nhất thế giới, bởi ông biết những nhà đầu tư thành công khác luôn để lại “chiêu thức” mà ông có thể học hỏi và noi theo. Mới lên tám, cậu bé Buffett đã tuyên bố với gia đình rằng mình sẽ kiếm được một triệu đô la từ thị trường chứng khoán trước 30 tuổi. Ông mua cổ phần đầu tiên vào năm 11 tuổi và thu lời một khoản nho nhỏ. Ông biết nếu muốn phát lên nhanh chóng thì không thể cứ dậm vào rồi phạm sai lầm mãi được. Ông phải theo chân những nhà đầu tư giỏi nhất.*



Thế là ông bắt đầu nghiên cứu chiến lược của Benjamin Graham, ông đọc sách của Graham viết, tham gia các lớp huấn luyện mà Graham đào tạo và thậm chí còn xin vào làm không công cho công ty đầu tư của Graham. Sau đó ông lại tiếp tục theo học Philip Fisher, là một chuyên gia trong việc lựa chọn những cổ phiếu tăng trưởng mạnh. Kết quả là trong hơn 50 năm, Buffett không ngừng dẫn đầu thị trường chứng khoán, biến khoản tiền đầu tư trị giá 100.000 đô ban





đầu thành khối tài sản lên tới 60 tỷ đô. Khi được hỏi bằng cách nào ông có thể làm được điều này, ông giải thích rằng mình chỉ đơn giản làm theo những gì Graham và Fisher đã làm, kết hợp bí quyết hiệu quả của hai bậc thầy này. Buffett từng tuyên bố “*Trong tôi có 75% Graham và 25% Fisher*”.

### 38. MÔI TRƯỜNG QUANH BẠN THẾ NÀO?

Ai cũng thích ở trong vùng an toàn của mình hơn là phải mạo hiểm thay đổi cuộc sống. Vì vậy mà mọi người đều rất ngại thay đổi môi trường làm việc cho dù nó không được tích cực theo mong muốn của mình.

Môi trường bán hàng là môi trường hội tụ những người hướng ngoại, thích giao tiếp, năng động, kiên trì, có mục tiêu trong cuộc sống. Và người bán hàng luôn là người đi tiên phong trong việc thay đổi môi trường khi mọi thứ không phù hợp. Cũng chính vì lý do này mà người bán hàng xuất chúng có tốc độ phát triển nhanh và có thu nhập cao.



Tuy nhiên bên cạnh đó cũng có những thành phần ngược lại, họ là những người lười biếng, không thích làm việc vất vả, hay suy nghĩ những điều không tốt... Trong môi trường tiêu cực này, họ sẽ





bị ru ngủ bởi những nguồn năng lượng thấp, mọi người lại thường xuyên cản trở nhau nên khó lòng mà phát huy được hết năng lực của bản thân và trở nên xuất chúng. Môi trường nào cũng vậy luôn tồn tại song song hai nhóm người đó, việc bạn sống và phát triển trong môi trường nào là do bạn quyết định.

Một người bán hàng thường xuyên phải thay đổi địa điểm làm việc, đồng nghĩa với việc bạn phải thích ứng với môi trường mới. Đó vừa là thử thách và cũng vừa là cơ hội để bạn phát triển bản thân. Được làm việc trong môi trường tích cực bạn sẽ có cơ hội khắc phục được những nhược điểm của mình đồng thời cũng có động lực theo đuổi mục tiêu hơn vì sự tác động tốt từ những người xung quanh. Còn nếu bạn làm việc trong môi trường tiêu cực sẽ là một thử thách lớn, việc bạn có vượt qua được những cám dỗ đó hay không sẽ là một bước ngoặt lớn trong cuộc đời. Bị đặt vào môi trường áp lực buộc bạn phải tiến lên. Giữ vững được lập trường bạn sẽ là một con đại bàng bay cao trong cơn bão, nếu không bạn sẽ là một con chim sẻ nhỏ bé trong cuộc sống này.

Không muốn phí thời gian vào những người luôn gặm nhấm giấc mơ của mình, bạn phải ngắt kết giao với họ, có thể điều đó sẽ rất khó khăn vì đôi khi họ là những người bạn lâu năm, là những người thân trong gia đình, nếu không thể ngắt kết giao bạn nên hạn chế gặp những người này. Thay vào đó hãy kết bạn với những người mang đến cho bạn niềm hy vọng lớn lao, khát khao cháy bỏng, niềm tin chiến thắng, những người giúp bạn có động lực thành công.

Việc bạn làm trong môi trường nào sẽ không thật sự quan trọng nếu bạn biết tiếp thu, chọn lọc những điều tốt và thay đổi bản thân. Làm việc trong môi trường tiêu cực bạn sẽ thấy được vì sao họ luôn thất bại, bạn sẽ tránh được lỗi làm việc cũng như suy nghĩ, cảm xúc của họ. Biến hoàn cảnh thành sức mạnh để vượt lên và cán đích thành công.





“Hãy cẩn thận với môi trường bạn chọn vì nó sẽ định hình bạn; hãy cẩn thận với những gì mà bạn lựa chọn bởi bạn sẽ trở nên như họ!”



—W. Clelemt Stone—



### 39. ĐẮM MÌNH TRONG NHỮNG MÔI TRƯỜNG TÍCH CỰC

Con người luôn có xu hướng tìm đến những điều vui vẻ, thoải mái và tích cực tìm kiếm, tạo ra những điều tốt đẹp cho bản thân, gia đình cũng như là xã hội, và có xu hướng tránh xa những nỗi đau, nỗi sợ hãi, sự thất vọng...

Bán hàng là nghề tốn rất nhiều năng lượng, vì phải tiếp xúc với nhiều khách hàng khác nhau trong một ngày, do đó cơ thể của họ thường xuyên mệt mỏi. Nếu người bán hàng luôn mang trong mình năng lượng tiêu cực như uể oải, bực tức, cáu







gắt,... thì người đó sẽ không có sức mạnh truyền tải sự vui vẻ, niềm hứng khởi đến người mua, không kích thích được người mua và họ sẽ không bán được gì.

Để trở thành người bán hàng xuất chúng bạn cần mang trong mình nguồn năng lượng dồi dào. Hãy luôn vui vẻ, thoải mái và nghĩ đến những điều tích cực, những điều làm bạn thoải mái. Hãy cài đặt những hình ảnh thành công của bạn trong trí óc, hãy tưởng tượng và hành động giống như bạn đã là một người thành công thực sự. Những điều tốt đẹp luôn hiện hữu trong tâm trí khiến bạn thích thú với những điều mình làm. Tập thể dục để cơ thể luôn khỏe mạnh và tâm trí thoải mái. Khách hàng sẽ bị ảnh hưởng bởi nguồn năng lượng tích cực từ bạn, họ cũng sẽ thấy phấn khích khi được tiếp xúc với người luôn căng tràn niềm vui và bạn sẽ truyền được năng lượng tích cực sang cho khách hàng.

Người bán hàng bình thường rất khó vượt qua được cảm dỗ của môi trường tiêu cực, họ luôn bị lôi kéo, bị săn đuổi gia nhập vào “cộng đồng” của những người thất bại. Một người không biết bơi mà ra biển bơi thì sớm muộn gì cũng bị những con sóng nhấn chìm. Nếu không muốn không bị chết đuối thì cách tốt nhất là nên bơi cùng những người bơi giỏi.

Hãy tạo mối quan hệ thân thiết với những người thành công, học hỏi ở họ những điều có thể giúp bạn đạt được ước mơ của bản thân. Người thành công sẽ chỉ cho bạn cách mà người thành công thường làm, cách người thành công suy nghĩ và cách người thành công giải quyết công việc. Tiếp xúc với người thành công bạn sẽ được truyền ngọn lửa nhiệt huyết cho con đường tương lai của bạn, cảm giác thành công sẽ dâng trào trong con tim, thúc đẩy bạn hành động, thúc đẩy bạn bám riết mục tiêu của mình và bạn sẽ đạt được những kết quả ngoài sức tưởng tượng. Ngoài ra hãy lọc trong danh sách những người bạn, người thân mà bạn cảm thấy tích cực





khi ở gần họ và dành thời gian để trò chuyện với những người này để được tiếp thêm nguồn sức mạnh.

Cách tốt nhất là bạn nên suy nghĩ theo chiều hướng tích cực để được đắm mình trong môi trường tích cực, bạn sẽ dễ đạt được những thành quả tốt đẹp cho cuộc sống. Vì những gì tâm trí bạn hay nghĩ đến nhất sẽ trở thành sự thật. Cùng một công việc, một phương pháp nhưng bạn nghĩ nó thất bại thì nó sẽ thất bại, trong khi cùng với cách làm đó nhưng người khác nghĩ thành công thì nó sẽ thành công. Napoleon Hill nói: *“Điều gì mà tâm trí có thể nhận thức và tin tưởng thì tâm trí có thể hoàn thành”*.

Được sống và làm việc trong môi trường tích cực sẽ giúp bạn nâng cao năng lực. Giống như một chiếc xe được gắn thêm động cơ sẽ tăng tốc một cách nhanh chóng. Khi đạt được tốc độ nhất định bạn sẽ dễ dàng điều khiển chiếc xe trên con đường gập ghềnh mà không chút lo sợ. Tâm bạn không còn chút bần khoăn, bất an nào trong khi mọi người vẫn thường lo lắng và ngã nhào xuống một cách đau đớn. Khi năng lực đã được nâng cao bạn giống như một người đã bơi giỏi sẽ không bị chết đuối trong môi trường tiêu cực nữa. Bạn sẽ là người dẫn đầu, chèo lái con thuyền ra khơi bất chấp sóng to, gió lớn.

Người bán hàng cần trau dồi thêm những kỹ năng bán hàng cũng như phải thay đổi tính cách, cảm xúc của bản thân. Lê - nin nói: *“Học, học nữa, học mãi”*, trong bán hàng cũng vậy, việc học hỏi không ngừng là điều cần thiết, xã hội luôn thay đổi, sản phẩm cũng không ngừng được cải tiến, người bán hàng cần trau dồi thêm kiến thức về sản phẩm cũng như cách giao tiếp với khách hàng. Muốn trở thành người bán hàng xuất chúng bạn cần phải đăng ký ngay một lớp học đào tạo kỹ năng của những người thành công, tham gia các câu lạc bộ kinh doanh, bán hàng – nơi gặp gỡ giao lưu của những người bán hàng thành công và những doanh nhân thành đạt. Bạn sẽ được thắp thêm ngọn lửa quyết tâm của bản thân cũng





như được truyền thụ những điều thiết thực trong công việc.

Hiện nay Nhà nước ta cũng rất chú trọng đến việc phát triển các doanh nghiệp, tạo điều kiện khuyến khích công dân khởi nghiệp làm giàu. Các chương trình về làm giàu được trình chiếu trên kênh truyền hình để tất cả người dân đều có thể tiếp cận được. Bạn có thể đăng ký tham gia chương trình Chìa khóa thành công, chương trình Khởi nghiệp... Bạn sẽ có nhiều kinh nghiệm khi được tham gia vào những tình huống thực tế. Hãy tìm kiếm những nơi mà bạn muốn tham gia để được cọ sát và phát triển bản thân hơn nữa. Ngoài ra việc đọc sách cũng rất hữu ích, sách là nơi tổng hợp những kỹ năng, kinh nghiệm thực tế của tất cả những người thành công, bạn có thể học hỏi trong đó. Barack Obama đã nói “Việc đọc sách rất quan trọng, nếu bạn biết cách đọc, cả thế giới sẽ mở ra cho bạn”. Công ty Success Formation chúng tôi là công ty chuyên tạo ra những sản phẩm hữu ích để phục vụ cho tất cả những ai muốn thay đổi cuộc đời mình. Các bạn có thể tìm đọc những cuốn sách như SỔ TAY BÁN HÀNG TRIỆU ĐÔ – bảo bối bán hàng thế kỷ 21, bộ thẻ Chiến lược làm giàu, bộ thẻ Lập trình tư duy thành công,...

Năng lượng tích cực của bạn càng cao, bạn càng bán được nhiều hàng. Vì thế bạn cần phải làm mọi cách để có nhiều nguồn năng lượng tích cực nhất: luôn để cho tâm trạng vui vẻ, tăng cường tập thể dục thể thao, tích cực đọc sách về những người thành công, luôn suy nghĩ về hình ảnh thành công của bản thân.

Hãy gặp gỡ những người thành công, nói chuyện và kết giao với họ bạn sẽ được họ chia sẻ những bí quyết bán hàng thành công, những điều mà bạn chưa bao giờ nghĩ tới. Hãy gặp họ một cách thường xuyên, nếu có thể hãy xin được làm việc không lương nhưng phải được ở gần những người thành công đó rồi bạn sẽ có tâm thái và hành động y như những người thành công khác. Ngoài ra bạn cũng có thể tìm những thông tin, những lời chia sẻ về kinh nghiệm của những người thành công đi trước mà học hỏi theo.





## 40. BAY LÊN CÙNG ĐẠI BÀNG

Ở phần trước chúng ta đã biết môi trường có tác động rất lớn tới nhân cách của con người. Muốn thay đổi bản thân để thành công bạn cần phải đắm mình trong môi trường tích cực và trang bị cho mình một lòng nhiệt huyết, một sự quyết tâm thành công cao.

Để thay đổi bản thân bạn phải hiểu mình là người như thế nào, cần phát huy điểm mạnh và khắc phục điểm yếu gì, cần học hỏi những ai, và học hỏi họ về cái gì? Trong lòng bạn phải thực sự nung nấu ước muốn được phát triển bản thân, được thành công như những người bạn ao ước trở thành.



Mọi thứ cần phải được liệt kê rõ ràng, càng chi tiết càng tốt, từ những tính cách, niềm tin, tư duy cho đến kỹ năng bán hàng... khi biết được điểm yếu của mình, bạn sẽ tập trung khắc phục từng vấn đề một, sau khi đã tạo được thói quen và biến nó thành bản năng tốt bạn sẽ tiến lên một cách nhanh chóng, bay lên như những con đại bàng của rừng xanh.

Hãy chú ý và chọn lọc một cách tinh tế những tác động của môi trường giúp bản thân phát triển tốt, tiếp thu và chịu ảnh hưởng những tính cách của người thành công để tạo thuận lợi cho công việc trong tương lai.

Bạn muốn mình vươn lên trở thành người bán hàng xuất sắc nhất trong lĩnh vực của bạn trong bao lâu? Trước tiên hãy đặt mục tiêu





vươn lên để trở thành người bán hàng xuất chúng nhất trong nhóm của bạn, sau khi vươn lên dẫn đầu một nhóm nhỏ bạn sẽ tiếp tục đặt mục tiêu lớn hơn, vượt qua nhiều nhóm khác để dẫn đầu công ty và cuối cùng là mục tiêu lớn nhất, bạn phải trở thành người bán hàng xuất chúng nhất trong lĩnh vực của mình.

Đại bàng là một loài chim săn mồi, nó không giống như những loài chim sẻ, chim chích hay những con chim chào mào khác. Đại bàng hung dữ với thân hình khá to lớn, sải cánh dài, có khả năng sinh tồn cao. Đại bàng cũng có những nguyên tắc nhất định của nó mà ta có thể học hỏi chúng và áp dụng vào trong công việc bán hàng:

**THỨ NHẤT:** Đại bàng bay ở một tầm rất cao, nó không bay lẫn vào chim sẻ, hoặc chen lẫn vào các loài chim khác nhỏ hơn như ngỗng, vịt trời. Đại bàng chỉ bay với đại bàng.

**BÀI HỌC RÚT RA:** Bạn muốn trở nên xuất chúng trong bán hàng, hãy học hỏi, giao lưu với những người bán hàng xuất chúng. Hạn chế hoặc ngắt giao lưu với những người làm giảm năng lượng của bạn.

**THỨ HAI:** Đại bàng có tầm nhìn rất xa, có khả năng tập trung vào một cái gì đó lên đến khoảng cách 5km, khi phát hiện ra con mồi, không gì có thể cản trở được nó, con đại bàng sẽ không thay đổi mục tiêu con mồi cho đến khi nó bắt được.

**BÀI HỌC RÚT RA:** Để trở thành người bán hàng xuất chúng, bạn cần có một tầm nhìn đủ xa, hoạch định mục tiêu rõ ràng và hành động quyết liệt để đạt mục tiêu của bạn.

**THỨ BA:** Đại bàng là loài chim duy nhất yêu thích các cơn bão, đại bàng sử dụng gió của cơn bão để nâng nó bay cao hơn, điều này cho phép chúng có cơ hội để lướt cao hơn từ đôi cánh của nó. Trong khi đó, tất cả các loài chim khác thường ẩn trong lá, cành, hốc cây.





**BÀI HỌC RÚT RA:** Người bán hàng xuất chúng không hề sợ hãi những khó khăn trở ngại. Người bán hàng xuất chúng đón chào những thách thức để nâng tầm bản thân.

**THỨ TƯ:** Khi bộ lông của đại bàng quá dày và nặng, móng vuốt già cỗi và quá cong đại bàng sẽ khó bay và kiếm mồi. Nó sẽ có hai lựa chọn, hoặc là chờ chết hoặc là lột xác. Nếu lột xác đại bàng sẽ trải qua 150 ngày không ăn uống và chịu đau đớn trên vách núi cao cô đơn một mình. Nhưng cuối cùng nó sẽ tái sinh và sống được thêm một nửa cuộc đời mới.

**BÀI HỌC RÚT RA:** Người bán hàng xuất chúng luôn sẵn sàng cho những thay đổi, những sự lột xác sẽ mang lại cho mình đời sống mới – mạnh mẽ và thành công hơn.

*“Nếu bạn ở với gà, bạn cục tác giống gà, và nếu bạn ở với đại bàng, bạn sẽ sải cánh bay.”*







## TỔNG KẾT

Con người sinh ra và lớn lên trong những môi trường nhất định, dù muốn hay không họ cũng sẽ chịu ảnh hưởng của môi trường đó. Môi trường là một phần tạo nên tính cách, phẩm chất của con người. Con người không thể tồn tại khi không có môi trường.

### **Ai cũng bị tác động bởi môi trường:**

- ✓ *Người bán hàng xuất chúng chọn lọc sự ảnh hưởng tốt từ môi trường để phát triển.*
- ✓ *Người bán hàng bình thường bị môi trường tiêu cực kìm hãm.*
- ✓ *Muốn trở nên xuất chúng nên tiếp xúc nhiều và ở gần với những người thành công.*

### **Công thức mô phỏng:**

- ✓ *Bắt chước người thành công một cách có chọn lọc.*
- ✓ *Tạo thành thói quen, đưa vào trong tiềm thức.*

### **Môi trường quanh bạn thế nào?**

- ✓ *Người làm việc trong môi trường tốt sẽ có cơ hội được phát triển khả năng của bản thân.*
- ✓ *Người làm việc trong môi trường tiêu cực bị kìm hãm khả năng của bản thân.*
- ✓ *Người xuất chúng biết lựa chọn môi trường tốt để phát triển bản thân.*

### **Đắm mình trong những môi trường tích cực:**

- ✓ *Nhìn nhận mọi việc theo chiều hướng tích cực.*





- ✓ Cần trau dồi thêm những kỹ năng để hoàn thiện bản thân hơn nữa.
- ✓ Tin tưởng vào khả năng của bản thân.

### ✎ Bay lên cùng đại bàng:

- ✓ Đặt ra những mục tiêu lớn lao, rõ ràng và theo đuổi đến cùng.
- ✓ Mạnh mẽ vượt qua mọi thử thách, không bao giờ được rời bỏ mục tiêu.
- ✓ Chuẩn bị kỹ càng mọi thứ và sẵn sàng rũ bỏ mọi thứ ảnh hưởng đến sự phát triển của bản thân.







## CÂU CHUYỆN VỀ TỬ PHÚ JOHN PAUL DEJORIA

John Paul DeJoria đã phải trải qua một cuộc sống vô cùng khó khăn trước khi thành công như ngày hôm nay. Cha mẹ ly dị khi mới 2 tuổi, 9 tuổi DeJoria đã phải đi bán những tấm thiệp Giáng sinh. Lên 10 tuổi, cùng anh trai làm thêm cả việc đưa báo. Dù rất cố gắng vừa làm vừa học, nhưng ông vẫn không nhận được sự ưu ái của các thầy cô giáo. Thậm chí một giáo viên toán từng nói với ông: *“Em sẽ không bao giờ thành công ở bất kỳ một lĩnh vực nào trong cuộc sống”*. Lời nhận xét tiêu cực trên sau này đã trở thành động lực khiến DeJoria càng nỗ lực hơn bao giờ hết để chứng minh điều ngược lại.



Cũng trong giai đoạn thơ ấu này, DeJoria phải đi gõ cửa từng nhà để giao bán sách. Mỗi ngày, trung bình cứ 30 cánh cửa đóng sập trước mặt cậu bé, đôi khi kèm theo những lời nhiếc móc thì mới có một người chịu đứng lại và nghe giới thiệu về cuốn sách và mời cậu vào nhà. Đó cũng là lúc DeJoria bắt đầu hình thành triết lý: *“Khi 10 cánh cửa đóng sập lại trước mặt bạn thì hãy tiếp tục nhiệt tình đi tới cánh cửa thứ 11 với nụ cười trên môi”*.

Ít người biết rằng DeJoria từng hai lần lâm vào hoàn cảnh tay trắng và vô gia cư. Lần đầu tiên lúc 22 tuổi, khi người vợ bỏ đi, để lại cho ông đứa con trai 2 tuổi, DeJoria đã phải vật lộn để kiếm việc làm nuôi con. Thậm chí đã có thời gian, ông phải đi nhặt vỏ coca để bán và hai bố con từng phải sống trên hè phố vì không có tiền trả tiền thuê nhà. Lần thứ hai là vài năm sau





khi DeJoria thành lập Công ty John Paul Mitchell Systems vào năm 1980. Dù công ty đã bắt đầu hoạt động có lãi và DeJoria đã thoát khỏi cảnh thất nghiệp, vô gia cư, nhưng vẫn là do xích mích với người vợ lúc đó, ông đã bỏ đi và để lại tất cả tiền cho vợ và phải lấy ô tô làm nơi nướng nấu qua đêm.

Nhờ nghị lực DeJoria đã vượt qua những hoàn cảnh khó khăn tận cùng và bao nhiêu tâm huyết ông dành cho thương hiệu chăm sóc tóc Paul Mitchell đã không khiến ông thất vọng.

Sau khi thử sức mình với vai trò nhân viên ở Redken Laboratories, DeJoria vay một khoản tiền 700 USD và lập nên công ty John Paul Mitchell Systems. Tự ông đã đi chào hàng sản phẩm dầu gội đầu của công ty từ nhà này đến nhà khác, nay đây mai đó trên chính chiếc xe của mình. Tuy nhiên, chất lượng của sản phẩm là điều không thể phủ nhận. Giờ đây doanh thu của JPM Systems lên tới 900 triệu USD hàng năm, ông còn sáng lập nên hãng Patron Tequila và có vai vế trong nhiều ngành công nghiệp từ kim cương đến âm nhạc. Có thể nói chính nhờ ý chí quyết tâm và khát vọng vươn lên đã giúp DeJoria gặt hái được những thành công vang dội và trở thành một trong những tỷ phú giàu có hàng đầu trên thế giới.

---

# PAUL MITCHELL

---







## ➡ MÔI TRƯỜNG CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT CHỨNG

1. Những người bán hàng xuất chúng thường làm gì để trở nên hơn người? Bạn đã làm theo cách của họ hay chưa?
2. Bạn bị tác động thế nào bởi những người xung quanh bạn? Bạn đang đón nhận sự ảnh hưởng một cách chủ động hay bị động?
3. Môi trường xung quanh bạn tích cực hay tiêu cực nhiều hơn?
4. Những nơi nào bạn dự định đến? Những câu lạc bộ nào bạn dự định tham dự? Những ai bạn sẽ gặp thường xuyên?
5. Bạn muốn bao lâu nữa mình sẽ trở thành người bán hàng xuất sắc nhất trong nhóm của bạn, trong công ty của bạn, trong lĩnh vực của bạn? Hãy bay lên cùng những con đại bàng khát máu!





## *Chương 8* *Thiết lập mục tiêu* *hành động*

Những gì bạn nhận được khi hoàn thành mục tiêu không quan trọng bằng bạn trở nên như thế nào sau khi đạt được mục tiêu đó.

*Henry David Thoreau*





Tất cả mọi người đều có tiềm năng và trí tuệ như nhau nhưng chỉ có một số ít người là giàu có. Vấn đề nằm ở chỗ bạn có “*cài đặt chương trình*” hoạch định mục tiêu hành động vào trong não bộ của mình hay không. Thiết lập mục tiêu hành động là bạn đã đi được một nửa chặng đường dẫn đến thành công. Nhưng đa phần mọi người đều không biết và không thực hiện được điều này nên cuộc sống của họ luôn trong tình trạng chạy ăn từng bữa.

# facebook

Facebook là kết quả từ tâm niệm mơ ước về một thế giới mở của Mark Elliot Zuckerberg, muốn góp phần tạo dựng một thế giới mở rộng và minh bạch. Mark sinh ngày 14 tháng 5 năm 1984, hiện đang là tỷ phú trẻ nhất thế giới. Tạp chí Forbes đưa ra phép so sánh rằng: Những gì CIA thất bại trong 60 năm thì Mark đã thực hiện trong vòng 7 năm. Đam mê và đi theo đam mê của mình đã giúp Mark không chỉ tìm được thành công mà còn luôn cảm thấy hạnh phúc trong những gì mình làm. Ước mơ mang lại giá trị cho mọi người từ khắp nơi trên thế giới còn giúp Mark có được sự ủng hộ từ những người quan trọng nhất trong giới công nghệ. Mark nhận được một trong những lời động viên quan trọng nhất từ Steve Jobs rằng: “*Tập trung hơn nữa vào việc nâng cao chất lượng của Facebook và đừng từ bỏ ước mơ tốt đẹp mà bạn đang dần biến nó thành hiện thực*”.





Mark đã nói về ý tưởng bắt đầu Facebook của mình: “Tôi nghĩ rằng mọi người có một mong muốn cơ bản là thể hiện mình. Câu hỏi đặt ra là, mọi người có được công cụ mà họ cần để thực hiện mong muốn đó không? Làm sao để phục vụ mọi người kết nối và giao tiếp hiệu quả hơn? Đó là điều Facebook cần làm!”.

Nhiều người nghĩ kiếm được nhiều tiền là ước mơ, thành lập được doanh nghiệp là ước mơ nhưng đây chỉ là sự nhầm lẫn giữa ý thích và ước mơ mà thôi. Sống là phải làm được những điều lớn lao. Đã ước mơ thì phải ước mơ lớn và phải trung thành với ước mơ đó. Muốn biết được đó có phải là ước mơ của đời mình hay không thì hãy thử hàng ngày nhắc đến nó, hình dung ra nó và cảm nhận trái tim bạn rung lên bần bật. Đấy mới chính là ước mơ cuộc đời!.

Những người thành công thường có một ước mơ, khát khao, tầm nhìn và mục tiêu rõ ràng. Họ bám sát vào những điều đó, biến nó thành những chiếc bánh xe đưa bạn tới đích của sự thành công.

Ước mơ là nền tảng của một mục tiêu rõ ràng, thực hiện mục tiêu cần phải hành động một cách quyết liệt. Hãy đưa bản thân vào một hạn định thời gian hợp lý, thúc ép tâm trí luôn nghĩ đến và phải hoàn thành nó một cách nhanh nhất.

Mục tiêu hành động là mục tiêu mang lại sức mạnh cho bạn, là các bước thực hiện ước mơ cháy bỏng đang nung nấu trong con tim, thúc giục bạn phải bắt tay vào hành động một cách nhanh chóng và chính xác nhất.





## 41. VAI TRÒ CỦA MỤC TIÊU HÀNH ĐỘNG

Trong buổi đi dã ngoại, thầy giáo tổ chức cuộc thi bơi cho các học sinh. Một số ở trên bờ theo dõi, số còn lại nhảy xuống dòng nước xanh biếc. Thầy giáo bơi thuyền theo sau. Nhưng chưa đầy nửa dặm các học sinh đều cảm thấy kiệt sức và trèo lên thuyền. Thầy giáo mỉm cười và tiếp tục chèo thuyền. Khi còn cách bờ khoảng một dặm thầy giáo ra lệnh cho tất cả học trò nhảy xuống thuyền bơi vào bờ vì thuyền sắp chìm, tất cả học trò vội nhảy xuống nước và bơi vào bờ. Nhưng thầy giáo vẫn chèo thuyền theo sau để hỗ trợ khi cần thiết nhưng không để các học trò biết. Một lát sau các học trò đều bơi vào bờ một cách bình an.



Nhìn những học trò không dám bơi, thầy hỏi tại sao các em không tham gia? Các học trò đó trả lời vì họ thấy biển mênh mông, không biết bơi đi đâu nên họ cảm thấy bối rối, sợ hãi mà bỏ cuộc ngay từ đầu.

Thầy hỏi những học sinh đã dũng cảm bơi ra biển rằng tại sao các em sớm dừng lại khi bơi ra biển vì thấy kiệt sức, nhưng khi bơi vào bờ thì các em lại bơi được quãng đường còn dài hơn gấp hai lần quãng đường đã bơi ra, khi sức lực cũng đã mỏi mệt?

Các học trò nói rằng khi bơi từ bờ ra biển, tâm lý hoang mang, khi bơi ra biển khơi mênh mông đã làm họ lo sợ, trong khi chiếc thuyền của thầy như một cái phao cứu sinh mời gọi. Vì thế, họ nhanh cảm thấy kiệt sức nên bỏ cuộc.





Họ bỏ cuộc vì sợ hãi nhiều hơn là vì kiệt sức. Lúc đó, con thuyền của thầy là lựa chọn an toàn hơn rất nhiều so với việc bơi tiếp mà không biết sẽ đến đâu. Nhưng khi bơi vào bờ, dù xa hơn và sức đã mệt, nhưng họ vẫn có thể về đến nơi là vì bờ biển thân thuộc phía trước mắt là đích đến an toàn, nhìn thấy bờ biển trước mắt, họ càng bơi càng hăng hái, và về đích rất nhanh.

Nghe xong các câu trả lời của học trò, người thầy mới nói: Bờ biển là mục tiêu rõ ràng. Khi có mục tiêu rõ ràng để vươn tới, tất cả các em đã bơi được một quãng xa một cách dễ dàng. Mục tiêu rõ ràng trong tâm mắt đã truyền cho các em sức mạnh, sự bền chí và niềm tin để chinh phục mọi khó khăn. Hơn nữa, khi các em bơi vào bờ với suy nghĩ rằng con thuyền của thầy đang chìm, các em không còn có thể dựa vào con thuyền nữa ngoài chính sức lực còn lại của các em, nên các em đã dốc sức bơi vào cho bằng được.

Có mục tiêu rõ ràng và không còn đường lui hay bất cứ sự hỗ trợ nào khác, các em đã dựa vào chính mình và đã về đích ngoạn mục. Còn khi các em bơi từ trong bờ ra biển khơi vô tận, các em không thấy được mục tiêu phía trước mắt, nên các em nhanh chóng rơi vào cảm giác hoang mang, rồi dần trở nên tuyệt vọng...

Không có mục tiêu rõ ràng để vươn tới, các em đều dễ dàng bỏ cuộc. Chắc chắn lúc ấy các em cùng cho rằng mình đã cố hết sức rồi và chỉ được đến thế thôi. Hôm nay biển lặng, chúng ta lại ở trong vịnh nên không có con sóng nào lớn cản trở các em khi bơi ra biển, và cũng chẳng có con sóng xuôi chiều nào giúp các em bơi nhanh hơn vào bờ, nhưng các em đều tự mình vượt được quãng đường xa hơn nhiều quãng đường mà ngay trước đó không lâu các em đã cho rằng mình đã bơi hết khả năng.

Khi đã xác định được điều mà bạn khao khát đạt được, khi đã tạo cho mình một kim chỉ nam và một đích đến cụ thể. Điều tiếp theo mà bạn cần làm là lập ra những mục tiêu hành động. Như nhóm học sinh trong câu chuyện trên, khi đã xác định được bờ biển là





đích đến của mình, họ nỗ lực hành động (bơi) đến vị trí mà họ xác định và tất cả đều chạm đích một cách an toàn.

Mục tiêu rõ ràng và được đưa vào thực tiễn hành động chính là sự khác biệt giữa người bán hàng xuất chúng với người bán hàng bình thường. Mục tiêu hành động thôi thúc bạn thực hiện những điều mà bạn đang hướng tới, là thứ khuyến khích bạn, giục giã bạn thực hiện ước mơ. Bạn sẽ hành động lập tức, hành động quyết liệt, hành động bằng cả niềm đam mê của bản thân. Bạn sẽ không bao giờ thành công khi bạn không thể hiện ước mơ bằng những hành động cụ thể.

Mục tiêu hành động giúp chúng ta chiến thắng mọi nỗi sợ hãi và vượt qua được chính mình để chinh phục khó khăn một cách phi thường. Có mục tiêu rõ ràng để hành động, phấn đấu, mọi khó khăn trở thành chuyện nhỏ. Khi làm việc không có mục tiêu, mọi việc dù nhỏ cũng trở thành khó khăn không thể vượt qua.

Trong cuộc sống có muôn vàn ngã rẽ. Nếu không có mục tiêu hành động rõ ràng, bạn rất dễ bị cuốn theo những cám dỗ. Bạn chạy ngược chạy xuôi theo dòng đời và không đạt được kết quả vượt trội nào. Không có mục tiêu hành động bạn bị phụ thuộc vào sự lựa chọn của khách hàng, bạn đợi khách hàng tạt qua cửa hàng chứ không hề chủ động tìm kiếm khách hàng cho bản thân.

Đa số mọi người đều nói rằng họ muốn thành công, nhưng nếu hỏi họ muốn thành công như thế nào thì đa phần đều trả lời một cách không rõ ràng: “*tôi muốn có nhiều tiền*” hoặc “*tôi muốn có công việc tốt*”, “*tôi muốn có địa vị xã hội*”, “*tôi muốn hạnh phúc*”... Rõ ràng họ không có một mục tiêu cụ thể nào nên họ không biết bắt đầu từ đâu, cũng như không biết hành động ra sao để đạt được điều mà họ nghĩ đó là thành công. Đó là lý do vì sao nhiều người cứ đi lòng vòng mà không chạm được cái đích mơ hồ đó.

Trong bán hàng có nhiều người giống nhóm học sinh không dám





nhảy xuống biển bơi trong câu chuyện trên, không có mục tiêu trong cuộc sống, để mặc cho cuộc sống điều khiển bản thân và đôi khi cái giá phải trả quá đắt khi để số phận mình phụ thuộc vào sự quyết định của người khác. Có mục tiêu hành động giúp bạn luôn giữ đúng hướng trên đường đời.

Hầu như không có thành công vĩ đại nào có được hoàn toàn nhờ may mắn, rất nhiều người thành công đã phải nếm trải những thất bại đau đớn cùng cực tưởng chừng không gượng dậy nổi. Những lúc như vậy họ luôn nhìn vào mục tiêu và sự quyết tâm theo đuổi đã vực họ dậy. Người thành công có ý chí kiên cường, bất chấp mọi khó khăn, thử thách. Họ biết rằng thử thách càng nhiều, rủi ro càng cao thì kết quả đạt được càng lớn.

*Arianna Huffington, người sáng lập của The Huffington Post. Trong cuốn sách thứ hai của mình, bà đã từng bị từ chối đến 36 lần trước khi được xuất bản và trở nên nổi tiếng như hiện nay.*

*Công ty đầu tiên của Bill Gates đã bị sụp đổ hoàn toàn trước khi ông trở thành người giàu nhất thế giới chỉ sau vài năm.*

*Walt Disney, một trong những thiên tài sáng tạo nhất của thế kỷ XX, nhà sản xuất phim hàng đầu thế giới đã từng bị một tờ báo sa thải vì lý do là thiếu sự sáng tạo.*

Họ là những cái tên khiến cả thế giới phải nể phục. Thất bại không có nghĩa là chấm hết nếu bạn vẫn quyết tâm theo đuổi mục tiêu của mình. Người thành công khác người thất bại ở chỗ là họ dám hành động theo sự mách bảo của trái tim, họ dám đánh đổi thời gian, sức lực vào mục tiêu đã định sẵn trong tâm trí.

Nghề bán hàng là nghề của đại dương ngập tràn những lời khước từ. Đó là thử thách và cũng là cơ hội cho người bán hàng, phải làm sao để thuyết phục được khách hàng mua sản phẩm. Người bán hàng thành công sẽ nhìn vào mục tiêu của mình là bán được sản phẩm mà cố gắng, kiên trì, tìm hiểu nhu cầu khách hàng và những





vấn đề họ gặp phải, tỏ ra thật đồng cảm, giúp khách hàng giải quyết khó khăn, tạo sự thân thiện với khách hàng.

Cảm xúc là thứ thúc đẩy hành động. Một người bán hàng thành công luôn tạo cảm giác thoải mái cho người mua, cho họ cảm giác là người đi mua chứ không phải là người bị mua. Người bán hàng thành công là người có mục tiêu cho bản thân, họ tìm hiểu kỹ càng những người thành công khác về những suy nghĩ, tư duy, hành động, cảm xúc, lời nói và ghi nhớ để áp dụng vào bản thân mình.

Người bán hàng bình thường là người dễ bị những khó khăn làm chùn bước, dễ dàng bỏ cuộc. Là người bị điều khiển bởi những hành động tiêu cực, coi việc bán hàng là một việc quá khó khăn và nhàm chán, họ không tạo được sự hứng thú trong công việc. Đơn giản vì những người thất bại không bao giờ đặt mục tiêu cho bản thân, thậm chí là coi thường hành động này.

*“Cuộc sống có ý nghĩa khi bạn có động lực, đặt mục tiêu và theo đuổi chúng không gì ngăn cản được”*

*- Les Brown -*







## 42. 3 YẾU TỐ CỦA MỘT MỤC TIÊU MẠNH MẼ

Mục tiêu là đích đến của những ước mơ. Mục tiêu càng rõ ràng thì càng mạnh mẽ, càng hối thúc bạn thực hiện một cách nhanh nhất. Tuy nhiên để thực hiện được mục tiêu có kết quả hoàn hảo như bạn mong muốn thì bạn phải biết được 3 bí mật sau đây: (1) mục tiêu phải cụ thể và đo lường được, (2) Phải có đủ đam mê và hào hứng, (3) mục tiêu đầy thử thách mang lại kết quả vượt bậc.

**☛ Mục tiêu phải cụ thể và đo lường được:**

Trong bán hàng cũng như trong cuộc sống, những người thành công đều rất rõ ràng về mục tiêu của mình. Do đó mỗi mục tiêu bạn đặt ra cần phải cụ thể và đo lường được. Những mục tiêu chung chung không đủ mạnh mẽ để khiến chúng ta hành động. Đặt những mục tiêu mơ hồ giống như việc bạn mò mẫm đi trong đêm tối không có đường ra, không có đích đến, không có hoa tiêu chỉ đường. Khi bạn đặt ra những mục tiêu quá chung chung, bạn sẽ bị phân tán nguồn lực, thiếu sự tập trung và lãng phí thời gian.

Thay vì đặt những mục tiêu thiếu rõ ràng, hãy đặt những mục tiêu cụ thể như: Năm nay sẽ đạt mức thu nhập bao nhiêu? Thế thì doanh số phải mang về cho công ty là bao nhiêu? Mỗi tháng cần đạt doanh số bao nhiêu? Mỗi tuần cần có bao nhiêu cuộc gặp? Mỗi ngày cần bao nhiêu cuộc gọi cho khách hàng? Hiệu suất chốt trên danh sách cần phấn đấu là bao nhiêu?... Càng chi tiết cụ thể, bước





đi của bạn chắc chắn, càng dễ dàng đạt được thành công.

Rất nhiều người sợ thất bại do đó họ đặt mục tiêu không cụ thể, họ không bao giờ đạt được chúng vì không có cái gì rõ ràng để tập trung nguồn lực vào hành động và không thể đạt được một thứ mơ hồ mà ngay cả chủ nhân của nó cũng không biết được một cách chính xác. Với những mục tiêu cụ thể thì hoàn toàn khác, bạn có thể vạch ra từng bước đi, từng thời gian cụ thể và phát triển những chiến lược hiệu quả. Ngay cả khi bạn không ký được 30 hợp đồng bảo hiểm trong 1 tháng thì số lượng hợp đồng bạn ký cũng không thể dưới con số 20.

Bạn là một người bán hàng bình thường và khi được hỏi về mục tiêu thì bạn lại trả lời là: *"Trong vòng 1 năm nữa tôi sẽ sở hữu công ty kinh doanh của riêng tôi"*, mục tiêu đặt ra quá cao so với khả năng hiện tại của bạn. Thứ nhất, thu nhập của bạn ở mức trung bình nên không có đủ vốn để thành lập được công ty; thứ hai, bạn không phải là người bán hàng xuất sắc nên bạn cũng sẽ không thể đào tạo được nhân viên của mình thành những con người xuất sắc; thứ ba, bạn chưa học đủ những thứ cần thiết để có thể lãnh đạo được những người khác. Rất nhiều người không đạt được mục tiêu, đơn giản vì họ không xác lập mục tiêu có thể đo lường được hay mục tiêu của họ quá cao so với khả năng hiện tại. Mục tiêu đề ra phải phù hợp với khả năng, năng lực của bản thân hay nhóm người thực hiện. Hãy ước lượng khoảng thời gian mình có thể bán được số sản phẩm đó và ghi nó vào bảng mục tiêu để khi nhìn vào bạn biết được mình phải nỗ lực, phải tăng tốc như thế để hoàn thành.

Nên đặt những mục tiêu có tính thách thức một chút sẽ tạo được sự lôi cuốn và hứng thú giúp bạn luôn nỗ lực thực hiện. Khi bạn đặt mục tiêu to lớn và vượt qua khả năng hiện tại, bạn sẽ phải bước ra *"vùng an toàn"* của mình. Đồng thời ý tưởng này cũng giúp bạn cảm thấy tràn đầy sinh lực và phấn khích.





Mục tiêu càng cụ thể, danh sách các bước hành động càng dài thì bước đi của bạn sẽ càng chắc chắn.

## ☞ **Phải có đủ đam mê và hào hứng:**

*Đang theo học tại một trong những trường đại học danh tiếng hàng đầu và hứa hẹn một công việc ổn định đang chờ phía trước, thế nhưng chàng trai Đỗ Viết Tuấn vẫn quyết định từ bỏ để đi theo con đường riêng.*

*Thi đỗ Đại học Luật Hà Nội, tuy nhiên trong quá trình học, Tuấn không tìm được niềm yêu thích, hứng khởi nên dứt khoát “đứt gánh giữa đường”. Quyết định bỏ ngang đại học đã khiến gia đình Tuấn bàng hoàng. Bố mẹ không chấp nhận việc làm của Tuấn nên cậu đã phải tay trắng, một thân một mình vào Sài Gòn lập nghiệp.*

*Thế nhưng, niềm đam mê với các sản phẩm handmade đã giúp anh chàng này có thêm nhiều động lực để gây dựng sự nghiệp. Tuấn cùng với một số người bạn bắt tay vào làm các sản phẩm handmade để bán trên thị trường. Khi nhận thấy thị hiếu của khách hàng ngày càng cao, anh chàng này liền linh lập hẳn một kênh truyền hình chuyên dạy cách làm đồ handmade mang tên DIY. Đến nay kênh truyền hình này đang rất được các bạn trẻ yêu thích và đem về thu nhập hàng trăm triệu đồng cho Tuấn mỗi năm. Anh chàng luôn khẳng định chưa bao giờ hối hận với quyết định của mình.*

*Dù bị gọi là “kẻ lập dị” nhưng Đỗ Viết Tuấn vẫn quyết từ bỏ công việc lương cao, tạm biệt tương lai ổn định, bất chấp việc đối mặt với không ít thách thức để theo đuổi đam mê thực sự. Anh là người “Dám làm và dám thất bại để thành công”.*

Mục tiêu hành động càng lớn chứng tỏ khát vọng của bạn càng cao, khát vọng càng cao sẽ càng thôi thúc bạn phải bắt tay vào thực hiện ngay lập tức. Có thể mục tiêu của bạn mỗi ngày ký được một hợp đồng bảo hiểm nhưng niềm đam mê với công việc lại thúc giục bạn hãy tìm thêm khách hàng và ký tiếp hợp đồng, kết quả





tổng kết cuối tháng mà bạn đạt được sẽ rất cao đấy.

Mục tiêu trở thành người bán hàng xuất chúng luôn thôi thúc, trong tâm trí bạn lúc nào cũng suy nghĩ về nó, những hình ảnh của sự thành công luôn hiển hiện thúc giục bạn, thậm chí khi đi ngủ bạn cũng nằm mơ. Trong bạn có một niềm khát khao cháy bỏng hoàn thành mục tiêu đó.

Mục tiêu sẽ đi theo bạn suốt chặng đường, nếu bạn lo lắng rằng lúc nào đó bạn sẽ sao nhãng việc nghĩ đến mục tiêu của mình thì bạn hãy đọc đi đọc lại và nghĩ về nó trong hai thời điểm quan trọng nhất trong ngày, đó là khi thức dậy và trước khi đi ngủ. Việc nghĩ về mục tiêu khi thức dậy sẽ là động lực tiếp thêm nguồn sức mạnh cho bạn làm việc trong một ngày. Khi đi ngủ nghĩ đến nó thì tận trong sâu thẳm tâm trí bạn cũng sẽ ghi nhận mục tiêu đó và ghim chặt vào trong tiềm thức. Nếu mức thu nhập 30.000\$/năm không làm bạn thích thú bạn có thể gắn nó với một chiếc ô tô mơ ước hoặc bất cứ điều gì bạn thích trong tầm tiền đó. Mỗi người đều có sự thích thú riêng với điều gì đó. Hãy chuyển mục tiêu gắn với niềm yêu thích của bạn!

Trong công việc hãy tạo ra niềm say mê, hứng khởi, tin tưởng vào sản phẩm mà bạn đang cung cấp cho xã hội, tạo ra cảm giác hạnh phúc khi được làm công việc mà mình lựa chọn; còn nếu công việc mà bạn đang làm thực sự rất nhàm chán thì hãy cố gắng chuyên tâm làm và tìm những điều thú vị mà bấy lâu nay bạn không để ý đến rồi bạn sẽ cảm thấy yêu thích công việc mình đang làm hơn bao giờ hết, hãy coi đó là hơi thở, là cuộc sống của bạn và quả ngọt của thành công sẽ tự khắc lẫn vào trong tay bạn. Nếu không, bạn có thể đổi sang công việc khác mà bạn đam mê.

### ☛ **Mục tiêu đầy thử thách mang lại kết quả vượt bậc:**

Không có thành công nào lại không có nước mắt, không có thành





quả nào lại không phải trải qua gian khổ. Mục tiêu càng cao thì thử thách càng nhiều.

Mục tiêu đầy thử thách có tác dụng cực kỳ mạnh mẽ. Nó tạo được sự hứng thú, lôi cuốn bạn khám phá năng lực bản thân. Nó thôi thúc bạn vươn lên hết mình, thích thú chiến đấu với mọi khó khăn trong cuộc sống, thúc đẩy bạn đạt tới ngưỡng cao nhất của năng lực và kỹ năng. Nó buộc bạn phải sáng tạo và phát triển những chiến lược hết sức tối ưu. Tuy nhiên, không phải ai cũng sẵn sàng chiến đấu với những thử thách của cuộc đời, những người bán hàng thất bại thường là những người né tránh hoặc bỏ cuộc sớm. Họ không đủ tự tin để vượt qua cũng như sợ phải nếm trải những cú ngã đau của thử thách.

Nếu bạn đặt những mục tiêu bạn đã từng đạt được hoặc bạn nghĩ rằng bạn có thể đạt được dễ dàng, bạn sẽ rất dễ thất bại, bởi vì bạn chủ quan. Khi đặt mục tiêu hãy đặt ra mục tiêu cao hơn những gì mà bạn đã từng đạt được, vượt qua khả năng hiện tại để tạo động lực thúc đẩy khám phá những khả năng mới của bản thân. Nếu tháng trước bạn bán được 20 chiếc tủ lạnh thì tháng này hãy đặt mục tiêu lên cao hơn khoảng 25% chẳng hạn, hãy coi quá trình đó là một chuyến phiêu lưu đầy thú vị với những điều mới mẻ đang chờ bạn ở phía trước.

Cần phải gặp gỡ thêm nhiều khách hàng hơn nữa, thuyết phục họ mua sản phẩm bằng tất cả sự thiện chí và kinh nghiệm của bản thân. Mục tiêu bán hàng của bạn càng cao thì lượng khách hàng bạn gặp sẽ càng lớn và số người từ chối mua hàng cũng nhiều hơn. Qua đó mới thấy sự quyết tâm của bạn được thể hiện như thế nào.

Không có công việc nào là dễ dàng, trong cuộc sống muốn được nhận thì phải cho đi, muốn bán được nhiều sản phẩm bạn phải bỏ thời gian, sức lực, trí lực, tâm huyết ra nghiên cứu sản phẩm, cống hiến cho công việc và tìm kiếm khách hàng rồi kết quả sẽ đến với bạn.





Không có mục tiêu lớn mà trở ngại nhỏ, không có con đường trải đầy hoa hồng cho những người muốn thành công.

“Karate Kid” là một bộ phim kể về cậu bé da đen theo mẹ sang Trung Quốc làm việc. Tại đây cậu bị một số cậu bé bản xứ bắt nạt. Ban đầu cậu bé quyết tâm học võ chỉ là để chiến thắng lũ bạn xấu kia nhưng đến khi lên võ đài, sau khi qua những vòng đấu loại với nhiều thương tích và gần như là không thể sử dụng một chân do bị thương từ vòng trước, cậu đã nói: “Con vẫn muốn lên thi đấu vì con sợ. Con không muốn ngày hôm nay kết thúc mà con vẫn còn nỗi sợ này. Dù thắng hay thua, con vẫn phải làm để con không còn sợ nữa”.







### 43. ĐƯA MỤC TIÊU VÀO TIỀM THỨC

Vốn là con trai của một góa phụ nghèo sinh sống tại một bang nghèo nhất nước Mỹ, định mệnh dường như không hề ưu ái Bill Clinton chút nào. Tuy vậy, chàng trai Bill từ khi còn rất trẻ đã có một hoài bão và một mục đích sống rõ ràng, đó là giúp cải thiện cuộc sống của hàng trăm người bằng việc lãnh đạo đất nước hùng mạnh nhất thế giới – nước Mỹ. Mục tiêu rất cụ thể, rõ ràng, nó ăn sâu vào tiềm thức và trở thành động lực thúc đẩy Bill nhiệt tình tham gia vào tất cả các hội đoàn ở những ngôi trường anh từng học để thu thập kinh nghiệm chính trị cũng như lãnh đạo. Thậm chí có thời kỳ anh còn bị cấm nắm giữ thêm bất cứ vị trí nào khác trong các hội đoàn chỉ vì anh đang kiêm nhiệm quá nhiều vị trí lãnh đạo. Trong quyển sách hồi ký của mình – “Lịch sử sống” (Living History) – bà Hillary Clinton kể lại, ngay từ thời còn là sinh viên Đại học Yale, Bill Clinton đã khẳng định với mọi người mục tiêu to lớn của mình rằng, một ngày nào đó, ông sẽ trở thành Tổng thống Mỹ.



TIỀM THỨC hay còn gọi là TÀNG THỨC là kho tàng vô tận chứa dữ liệu, tổng hợp các dữ liệu, sắp xếp, phân tích và đưa ra các quyết định cho mọi hành vi của chúng ta. Hiểu đơn giản nó giống như BỘ CHỈ HUY điều khiển, chi phối mọi quyết định, mọi hành động của bản thân mỗi người.

Tiềm thức là bộ chỉ huy tất cả mọi hoạt động cũng như lời nói, xúc cảm, suy nghĩ... của con người. Một khi mục tiêu của bản thân





đủ lớn khiến tiềm thức ghi nhận được, thì tiềm thức sẽ lãnh đạo cơ thể hoạt động một cách tích cực, hiệu quả nhất để để biến ước mơ đó thành hiện thực.

Khi bạn nói, nghĩ hay lên kế hoạch cho một mục tiêu thì mọi thứ mới chỉ diễn ra ở tầng ý thức của bạn. Nếu bạn không đưa được nó vào tiềm thức thì bạn sẽ không có sức mạnh để hành động quá 3 ngày. Vì ý thức giống như một người lính, tiềm thức giống người chỉ huy. Khi người chỉ huy phát hiện ra mục tiêu mới chưa được thông qua mình, người chỉ huy sẽ bắt người lính thực hiện theo kế hoạch cũ.

Người bán hàng siêu đẳng là người biết đưa mục tiêu vào tiềm thức, một mục tiêu cụ thể và rõ ràng nhất. Tiềm thức sẽ chịu trách nhiệm hoạch định các bước đi, điều khiển cảm xúc, bắt bản thân hành động để thực hiện những gì mà tiềm thức *"ra lệnh"*. Mục tiêu là thứ in sâu trong tiềm thức nên nó sẽ đi theo ta suốt chặng đường, xuất hiện động viên những lúc ta gặp khó khăn, thúc giục và kéo ta dậy mỗi khi vấp ngã. Trở thành người bán hàng xuất chúng không phải là công việc *"một sớm một chiều"*, người thành công không phải là người *"thành công chỉ sau một đêm"*, mà họ đã nỗ lực làm việc trong suốt rất rất nhiều đêm dài để có được thành quả như ngày hôm nay.

Nhiều người đặt mục tiêu nhưng không rõ ràng, không đủ mạnh mẽ để đưa vào tiềm thức nên họ nhanh chóng bị thất bại. Một người bán hàng bình thường thường đặt mục tiêu: *"tôi sẽ bán được nhiều sản phẩm"* hay *"tôi muốn kiếm thật nhiều tiền"*, *"tôi muốn thành công"*... Những mục tiêu chung chung như vậy không đủ lớn để tiềm thức ghi nhận. Nó không hiển hiện trong tâm trí bạn những con số, những khoảng thời gian cụ thể nên trí não không hoạch định được các bước đi để hoàn thành, trí não không biết cái *"sự"* muốn nhiều tiền của bạn là 100 triệu hay 1 tỷ nên hoạch định mục tiêu là điều không thể.





## ☞ Để đưa mục tiêu vào tiềm thức bạn cần:

- Lập đi lập lại bằng việc tuyên bố, cầu nguyện, nghĩ về nó hàng ngày.
- Gắn mục tiêu với những hình ảnh rõ ràng, dán nó ở những nơi mà bạn thường xuyên nhìn thấy.
- Gắn mục tiêu với những cảm xúc tích cực, mạnh mẽ, dùng các kỹ thuật NLP để giữ neo cảm xúc. Mỗi lần bạn thực hiện kích neo, bạn lại nhớ rõ mục tiêu.
- Phương pháp đặc biệt niệm chú, thiền định







#### 44. TẠI SAO MỌI NGƯỜI KHÔNG LẬP MỤC TIÊU?

Trong thực tế, rất ít người thiết lập mục tiêu cho mình, đôi khi họ nhầm tưởng rằng mục tiêu chính là những mong ước của bản thân. Tuy nhiên mục tiêu khác hoàn toàn so với mong ước.

Mục tiêu là những điều cụ thể, có con số, có khoảng thời gian hoàn thành một cách chi tiết.

Còn mong muốn là những điều mà bạn ước có được nhưng nó rất mơ hồ và không rõ ràng.

Rào cản lớn nhất ngăn cản mọi người không lập mục tiêu cho bản thân có thể kể đến năm nguyên nhân lớn sau đây:

#### **Niềm tin giới hạn:**

William Hazlitt nói: “Nếu bạn nghĩ bạn có thể thắng là bạn có thể. Niềm tin cần thiết cho chiến thắng”.

Sâu thẳm trong tâm hồn của mỗi con người luôn có những nỗi sợ hãi nhất định, tuy nhiên con người chọn đối mặt với nó bằng những cách khác nhau. Một số ít dũng cảm bước ra và chiến đấu để loại bỏ nỗi sợ hãi, còn phần đa con người tìm cách trốn tránh những nỗi sợ đó.

Chúng ta có thói quen nhìn cuộc sống bằng quan niệm của mình. Và thường cho rằng giới hạn của mình là thước đo giới hạn của







cuộc sống. Khi niềm tin giới hạn thì con người cũng bị giới hạn trong hành động và suy nghĩ dẫn đến không dám đặt cho mình những mục tiêu lớn hơn, mới hơn để thay đổi cuộc sống.

Mỗi bộ não của chúng ta chứa 100 tỷ tế bào thần kinh. Mỗi tế bào thần kinh có khả năng tạo ra 20 - 40 nghìn liên kết với các tế bào khác. Tính trung bình là 30.000. Nếu dùng máy tính thông thường ta không tính được hết số liên kết bởi nó không phải là phép nhân mà là phép chỉnh hợp chập 30.000 của 100 tỷ tế bào.

Các nhà khoa học hàng đầu đã tính ra rằng nó sẽ là một số lớn khủng khiếp mà chúng ta không thể ngờ tới, gần như không có một con số nào giống thế trong vũ trụ cả. Số đó nếu bạn viết tay bình thường nó sẽ là số 1 đứng trước và kèm theo 10,5 triệu km số 0 theo sau. Rõ ràng dùng ngôn từ ta không thể miêu tả hết tiềm năng của não phải không?

Khả năng của con người là vô hạn. Vì thế đừng tin rằng mình bị giới hạn bởi thứ gì đó. Niềm tin tiêu cực làm cho chính bạn trở nên bình thường như những người bán hàng bình thường khác, làm tàn lụi sức mạnh của bạn. Chấp nhận niềm tin giới hạn đồng nghĩa với việc chấp nhận từ bỏ ước mơ trở thành người bán hàng xuất chúng.

Trong cuộc họp đầu tháng của công ty, sau khi người quản lý đưa ra doanh số bán hàng mà mỗi người cần phải đạt được trong tháng, những người thành công rất vui vẻ nghiên cứu và tìm những bước đi mới mang tính đột phá, trong khi tận sâu thẳm tâm hồn của những bán hàng bình thường, những người mà doanh số bán hàng thường xuyên không đạt yêu cầu vang lên tiếng nói “Tôi không làm được”, “việc đó quá khó”, “điều đó là không thể”, “con số quá cao làm sao tôi có thể đạt được?” ... và khi có sự bất an ngăn cản bước đi thì họ sẽ trở nên mông lung, không biết làm thế nào cho đúng, họ bị vướng vào mớ bòng bong đó và việc thất bại là một điều dễ hiểu,





đó là những người luôn tự tạo giới hạn niềm tin cho bản thân. Nếu bạn là một trong những người như vậy thì đừng chần chừ gì nữa mà hãy thay đổi suy nghĩ của mình ngay từ lúc này. Khả năng của con người là vô hạn, vì thế hãy tin vào bản thân mình.

## 👉 Không biết rõ mình muốn gì:

Ngày kia có một chú khỉ nhỏ quyết định đi chơi lang thang trong rừng, chú không biết đi đâu nên cứ nhảy từ cành cây này sang cành cây khác. Cho đến khi thấy một chú gấu bắc Bò tốt. Bác Bò hỏi:

- Chú khỉ trẻ đang đi đâu đấy?

Khỉ trả lời:

- Cháu không biết đi đâu cả, nhưng bây giờ cháu thấy mệt rồi.

Bò nói:

- Vậy thì leo lên lưng bác để bác cõng cháu đi.

Chú Khỉ con đồng ý leo lên lưng Bò và chúng cùng nhau đi một cách chậm rãi. Sau một lúc có một con Đại Bàng rất lớn bay theo, chim Đại Bàng hỏi:

- Chú Khỉ trẻ đang đi đâu đấy?

Khỉ trả lời:

- Cháu không biết nữa, nhưng giờ cháu đang đi chậm lắm.

Đại Bàng nói:

- Vậy hãy để ta ôm chú lên để bay cho nhanh hơn nhé.

Chú khỉ trẻ lại đồng ý. Thế là chim Đại bàng cắp chú khỉ trong đôi chân mạnh mẽ của mình và bay vút về tổ thật nhanh. Bây giờ chim Đại Bàng con trong tổ đang rất đói, chúng đã xúm lại lấy chú Khỉ làm bữa ăn tối.

Đa phần con người đều giống như chú Khỉ trên, thường không





biết rõ mình muốn gì cho nên họ cũng không biết mình nên làm gì và mình cần phải làm gì.

Mục tiêu bán hàng của những người bán hàng bình thường cũng không hề rõ ràng, họ chỉ biết là mình cần bán được nhiều hàng. Tuy nhiên số sản phẩm mà bạn muốn bán là bao nhiêu? 30 chiếc điều hòa hay 80 chiếc điều hòa một tháng? Và một ngày bạn phải bán được ít nhất là bao nhiêu chiếc? Vì nếu muốn bán được 30 chiếc điều hòa trong vòng một tháng thì mục tiêu và thời gian tìm kiếm khách hàng cũng như những kiến thức, kỹ năng bán hàng bạn phải trau dồi sẽ khác so với việc bạn muốn bán được 80 chiếc.

Đôi khi con người muốn trở nên giàu có và hạnh phúc nhưng họ lại sợ rằng nếu mình trở nên giàu có thì sẽ không có hạnh phúc, còn nếu chọn hạnh phúc thì mình sẽ không bao giờ giàu có được, họ cho rằng con người chỉ có thể có một trong hai thứ mà thôi nên họ cứ lẩn quẩn với những thắc mắc không có lối ra đó. Nhưng người thành công là người chọn cả hai.

Không xác định được đâu là điều mình muốn, bạn sẽ giống như một con rối để người khác điều khiển cuộc đời. Bạn sẽ bỏ qua những điều thú vị, những niềm vui khi vượt qua các rào cản, để những khả năng vượt trội của bản thân bị ngủ quên. Chúa tạo ra con người và cho mỗi người có những khả năng đặc riêng, việc bạn để mình bị điều khiển bởi người khác là một điều lãng phí nhất trong đời.

## **Sợ thất bại:**

Thomas Edison nói rằng: *“Tôi chưa thất bại. Tôi chỉ là đã tìm ra 10.000 cách không hoạt động”*.

Dale Carnegie cũng nói: *“Xây dựng thành công từ thất bại. Sự chán nản và thất bại là hai bước đệm chắc chắn nhất dẫn tới thành công”*.





Cảm giác thất bại là điều không hề dễ chịu một chút nào, nó đẩy ta xuống vực sâu của cuộc sống, làm ta bị mọi người cười chê, châm biếm. Đa phần những người từng thất bại rất sợ phải làm lại từ đầu. Trong tâm trí họ luôn bị ngập tràn cảm giác bị mọi người cười nhạo và khinh bỉ.

Trong cuộc đời, không ai là không trải qua một vài lần thất bại. Sau mỗi lần như thế, mỗi người lại tự nhủ rằng sẽ cẩn trọng hơn và không sa vào vết đổ thêm lần nào nữa. Nhưng cái bóng của những sai lầm vẫn quá lớn và họ không thể vượt qua, đơn giản vì họ không biết đứng lại để thiết lập mục tiêu cho mình trong những hoàn cảnh như thế. Kết cục là cuộc đời họ trôi qua dưới mức khả năng của chính mình.

Người bán hàng bình thường là người không dám theo đuổi ước mơ của bản thân. Trong họ có quan niệm rằng đạt được ước mơ là điều quá xa vời, nếu theo đuổi ước mơ họ sẽ phải bỏ thời gian, công sức mà không đạt được kết quả mong muốn nên họ chọn cách an phận.

Người bán hàng thất bại sẽ bị chỉ trích, điều đó làm họ tự ti, nếu không vững tâm thì họ sẽ nghĩ mình là kẻ ngu dốt, không có tài cán gì và từ đó họ sẽ không dám thử một cách thức nào khác nữa, vì cảm giác sợ thất bại khiến họ bị chùn bước. Tuy nhiên có một điều mà những người thất bại không bao giờ biết được: Thất bại là bước đệm để đạt được thành công.

Đôi khi do hoàn cảnh gia đình quá nghèo túng khiến họ không dám bỏ thời gian, tiền bạc ra theo đuổi mục tiêu. Vì nếu thất bại thì toàn bộ vốn liếng sẽ mất sạch, cuộc sống của vợ con họ sẽ lâm vào cảnh khốn cùng khiến họ không dám đầu tư vào một cái gì, không dám buôn bán một loại hàng hóa nào.

Cảm giác sợ thất bại là một trở ngại lớn cản trở bước tiến đến





thành công của bạn. Hãy xóa bỏ cảm giác đó và coi mỗi lần thất bại chỉ là thất bại tạm thời chứ không phải là dấu chấm hết. Hãy đứng lên và tiếp tục chiến đấu với cuộc sống này với sức mạnh ý chí cao nhất.

### ☞ **Ham muốn cuộc sống dễ dãi, êm đềm:**

Phần lớn mọi người đều không muốn mạo hiểm cuộc sống của mình, đôi khi họ thấy cuộc sống cứ trôi qua một cách yên bình là điều tốt nhất. Họ không muốn cuộc sống của mình bị xáo trộn bởi những tác động của xã hội và nền kinh tế, không muốn mở rộng thêm các mối quan hệ, không muốn trong ngôi nhà của mình lúc nào cũng tấp nập những người ra vào nhờ vả, không muốn phải nhọc công suy nghĩ, họ muốn được nghỉ ngơi, thư giãn...

Với những người này, cứ sau mỗi giờ làm việc tại công ty thì họ sẽ quảng đồng việc đó ra khỏi đầu, về nhà xem TV hay nằm nghe nhạc và cuối tháng nhận tiền lương từ ông chủ. Họ lười khi phải học hỏi, nghiên cứu sản phẩm hay cung cách phục vụ khách hàng và họ cũng không cần phải tìm kiếm thêm khách hàng. Những điều đó sẽ chiếm đi thời gian vui chơi của họ mà thôi.

Người bán hàng bình thường cho rằng, việc đi gặp khách hàng thật phiền phức. Không những vậy, nhiều khi tư vấn đến khô cổ mà khách hàng vẫn không mua sản phẩm, vừa tốn thời gian mà vừa tốn công sức. Tốt nhất là nên ở nhà nằm ngủ cho lành.

Vì vậy thay vì lập ra những mục tiêu để thay đổi cuộc sống họ chọn cách sống theo lối mòn để cuộc sống trôi qua một cách êm đềm.

### ☞ **Thói quen cũ:**

Khác với những người muốn có cuộc sống dễ dãi, êm đềm thì một





số người lại muốn cuộc sống của mình có những bước tiến mới, họ muốn thu nhập tăng lên, muốn được mọi người công nhận, muốn được trải qua cảm giác thành công và điều họ làm đó là đặt ra mục tiêu cho bản thân mình và bắt tay vào hành động.

Tuy nhiên, không phải ai đặt ra mục tiêu và hành động theo các bước đã hoạch định cũng đều thành công. Việc thất bại là điều không hiếm gặp. Họ bị thất bại liên tục nên chán nản và quay về sống với những thói quen cũ. Có thể bạn đưa ra mục tiêu tháng này là bán được 30 hợp đồng bảo hiểm nhưng trong thực tế bạn chỉ bán chưa được một nửa, mục tiêu không hoàn thành và thế là bạn nản chí bỏ cuộc, một số khác thì kiên trì hơn nhưng thành công cũng không mỉm cười với họ thế là họ ngụy biện cho bản thân rằng họ là người kém may mắn hay khách hàng là một lũ ngu xuẩn vì đã không mua những sản phẩm này.

Hầu hết mọi người khi bị thất bại đều có xu hướng quay lại lối sống cũ, thói quen cũ. Vì họ nghĩ rằng, họ đã từng thay đổi thói quen, cách sống cũng như là hàng động nhưng không đem lại kết quả gì ngoài sự thất bại, cho nên không việc gì mà họ lại không quay lại thói quen cũ để sống cho thoải mái cả.

Một cuộc sống với những thói quen đã được hình thành từ lâu luôn đem lại cho con người sự thoải mái hơn. Ngủ nướng vẫn thích hơn là dậy sớm đọc sách, ngồi điều hòa vẫn thích hơn là rong ruổi ngoài đường tìm kiếm khách hàng, ăn vặt vẫn thích hơn là gọi điện cho khách hàng đến khô cổ họng và đi chơi vẫn vui thú hơn là bù đầu trong công việc... Đôi khi họ đã lên kế hoạch để thay đổi bản thân, nhưng chỉ thực hiện được 3 ngày đầu tiên thì đã bị những niềm vui thú ngày trước vấy tay chào mời khiến bản thân không cưỡng lại được những cám dỗ đó.

Đa số những người bỏ cuộc đều không biết rằng thành công đã sắp mỉm cười với họ, những thử thách đó chính là cơ hội để họ





bước tới đỉnh vinh quang của cuộc sống, chỉ cần kiên trì thêm một chút nữa, tinh thần thoải mái thêm chút nữa là mọi việc dự định sẽ nằm trong tầm tay.

Người bán hàng xuất chúng là người biết nỗ lực và kiên trì. Họ biết rằng nếu vượt qua được khó khăn này thì thành công sẽ đến ngay sau đó, họ không bao giờ bỏ cuộc nếu mục đích chưa được hoàn thành.

#### 45. TRỞ THÀNH CON NGƯỜI CÙNG MỤC TIÊU

*Tony Robbins đã viết rằng: “Mục tiêu là phương tiện, không phải mục đích tối thượng của cuộc đời. Chúng chỉ đơn giản là công cụ để tập trung sự chú ý và thúc đẩy ta đi về một hướng. Lý do duy nhất khiến ta dụng tâm theo đuổi mục tiêu là để khiến ta mở mang và phát triển. Chỉ đơn thuần đạt được mục tiêu sẽ không bao giờ khiến ta hạnh phúc về mặt lâu dài; con người bạn đã trở thành sau khi vượt qua trở ngại cần thiết để đạt được mục tiêu mới là điều cho bạn cảm giác thỏa nguyện sâu sắc và dài lâu nhất.”*



Trên hành trình chinh phục mục tiêu không ai có thể tránh được những khó khăn, thách thức; cũng không ai có thể tránh được việc





bị vấp ngã. Những người không chịu khuất phục trước những khó khăn, họ luôn đứng dậy sau mỗi lần vấp ngã, họ luôn tìm cách vượt qua được bất kỳ khó khăn thử thách nào để tiến tới đích chính là những người thành công.

Người thành công sẽ trưởng thành bản thân cùng với những thử thách mà họ đã vượt qua. Càng có nhiều thử thách lớn trên hành trình họ càng có cơ hội để trưởng thành bản thân nhiều hơn. Họ sẽ càng hiểu biết và vốn kiến thức cũng như kinh nghiệm sẽ được tích lũy nhiều hơn.

Trưởng thành con người chính là mục đích thực sự của việc đặt ra các mục tiêu để vươn tới. Nếu bạn đặt mục tiêu trong 3 năm tới bạn đạt mức thu nhập 1.000.000 đô la một năm tức là tối đa 3 năm nữa bạn sẽ trở thành con người trị giá 1 triệu đô cho 1 năm làm việc của bạn. Như thế trung bình một ngày bạn sẽ đạt thu nhập 2.740 đô, một tuần bạn sẽ phải thu nhập 19.230 đô, một tháng bạn phải đạt 83.333 đô. Khi con người bạn đã ở mức đó bạn sẽ rất khó chịu hoặc không thích thú với những việc giá trị thấp. Bạn sẽ luôn làm những việc giá trị tương xứng với những gì bạn nhận được.

Nếu cho một người bình thường 1.000 đô thì họ sẽ tiêu hết số tiền đó. Nhưng với người thành công, họ sẽ khiến số tiền đó tăng lên gấp bội. Vì trong con người họ đã có giá trị của một người thành công, họ có đủ sự trải nghiệm, đủ sự hiểu biết và kỹ năng để có thể tạo được số tiền đó một cách dễ dàng.

Một người bán hàng bình thường không bao giờ biết được ý nghĩa thực sự của việc đặt ra mục tiêu hành động, nên họ không coi trọng việc đặt mục tiêu hành động cho bản thân. Nhưng người bán hàng xuất chúng lại biết được điều bí mật đó nên họ cố gắng theo đuổi mục tiêu bằng được để có được trải nghiệm và đúc kết được nhiều tri thức cho bản thân. Làm họ ngày càng trưởng thành và có giá trị hơn.





Người bán hàng giỏi không bao giờ chịu an phận, họ luôn thực hiện những mục tiêu mới để nâng tầm giá trị của mình lên. Được trải nghiệm khó khăn, thử thách là niềm vui của họ, mỗi lần vượt qua được thử thách họ lại học được một điều mới mẻ, lại được khoác lên mình thêm một tấm áo kinh nghiệm.

*R.H. Macy đã trải qua một chuỗi thất bại liên tiếp trong sự nghiệp của ông ấy. Nhưng ở tuổi 36, Macy đã khởi đầu R.H.Macy & Co, và sau này trở thành Macy's, một trong những chuỗi cửa hàng bách hóa lớn nhất thế giới.*

*Tâm nhìn độc đáo của Soichiro Honda bị cộng đồng doanh nhân Nhật Bản phản bác. Honda đã từng là một thợ máy xuất sắc, ông rất ngưỡng mộ Edison và là người không muốn tuân theo những quy tắc. Những đam mê cá nhân của ông ấy thì hợp với người Mỹ hơn. Sau khi bị xa lánh bởi những doanh nhân khác, những người coi tinh thần đồng đội là trên hết. Trong những năm 1970, Honda đã thách thức ngành công nghiệp tự động của Mỹ và dẫn đầu cuộc cách mạng tự động hóa của Nhật.*

*Colonel Harland David Sanders bị sa thải khỏi 12 công ty trước khi thành công với nhà hàng của ông ấy. Ông đã du lịch rất nhiều nơi ở Mỹ, tìm người để bán món gà chiên do ông làm, và sau cùng ông đã có được một thỏa thuận kinh doanh ở Utah, gà chiên Kentucky đã ra đời từ đó. Ngày nay, KFC là một trong những thương hiệu chuyển nhượng được biết đến ở nhiều nơi trên thế giới với hơn 18.000 cửa hàng.*

Là những người thành công từ thất bại, mỗi một lần trải qua thất bại họ lại trở nên kiên cường hơn, cứng rắn hơn, quyết tâm hơn và có kinh nghiệm cho bản thân hơn. Thử thách càng nhiều, kinh nghiệm đúc rút được càng lớn.

Trở thành con người cùng mục tiêu là một điều đặc biệt trong chương này. Nên chúng tôi muốn để thành một mục riêng cũng là mục cuối cùng của phần để phân tích rõ hơn và giúp các bạn hiểu





được sự học hỏi và trải nghiệm có tầm quan trọng đến nhường nào. Vì đa phần mọi người đều nghĩ đến một lứa tuổi nào đó thì con người sẽ được gọi là trưởng thành, nhưng đó là quan niệm hoàn toàn là sai lầm, và những ai quan niệm như vậy thì họ cũng chưa hề trưởng thành.

Trong Kinh Thánh, chúa Giê-su có nói với các môn đệ rằng nếu cây không ra trái, người ta sẽ chặt nó đi và ném nó vào lửa. Vì đó là một cái cây vô tích sự, nó lớn lên mà không trưởng thành, nó to xác mà không khác gì hạt giống. Con người cũng giống như cái cây kia vậy, có lớn nhưng không có khôn, có tuổi nhưng không có trải nghiệm, không có hiểu biết thì cũng chỉ giống như một đứa trẻ con mới được sinh ra mà thôi. Sự trưởng thành cũng như một cái cây ra trái chứ không phải đến từ trưởng thành theo thời gian.

Người bán hàng thành công là người bước qua được tất cả những khó khăn và đập đổ mọi trở ngại cản trở bước tiến của họ trên con đường chinh phục mục tiêu. Qua mỗi lần như vậy, trong tiềm thức của họ sẽ chứa đựng thêm được những kinh nghiệm, những kinh nghiệm đó sẽ tích tụ dần, lớn lên trong trí óc và họ cũng sẽ trưởng thành cùng những kinh nghiệm đó. Người bán hàng sẽ ngày càng bán được nhiều sản phẩm hơn, thành công hơn trong sự nghiệp sau mỗi lần thất bại. Trải qua được thử thách người bán hàng sẽ dày dặn kinh nghiệm trong công việc của mình, mỗi một lần thất bại họ lại nhìn ra được yếu điểm của bản thân và khắc phục.

Một người bán hàng bình thường luôn bị đánh gục bởi những thử thách, họ không vượt qua được nên không đúc rút được điều gì cho bản thân. Cái "*hũ kinh nghiệm*" của họ luôn trong tình trạng trống rỗng hoặc chỉ vừa đủ để kín đáy. Họ sẽ không bao giờ trưởng thành lên được nếu cứ nhút nhát, e dè và lo sợ như thế này mãi.

Con gà muốn nở phải tự mình mổ vỏ trứng, chú sâu muốn trở thành bướm bướm xinh đẹp phải tự cọ lưng vào kén tạo lỗ thủng

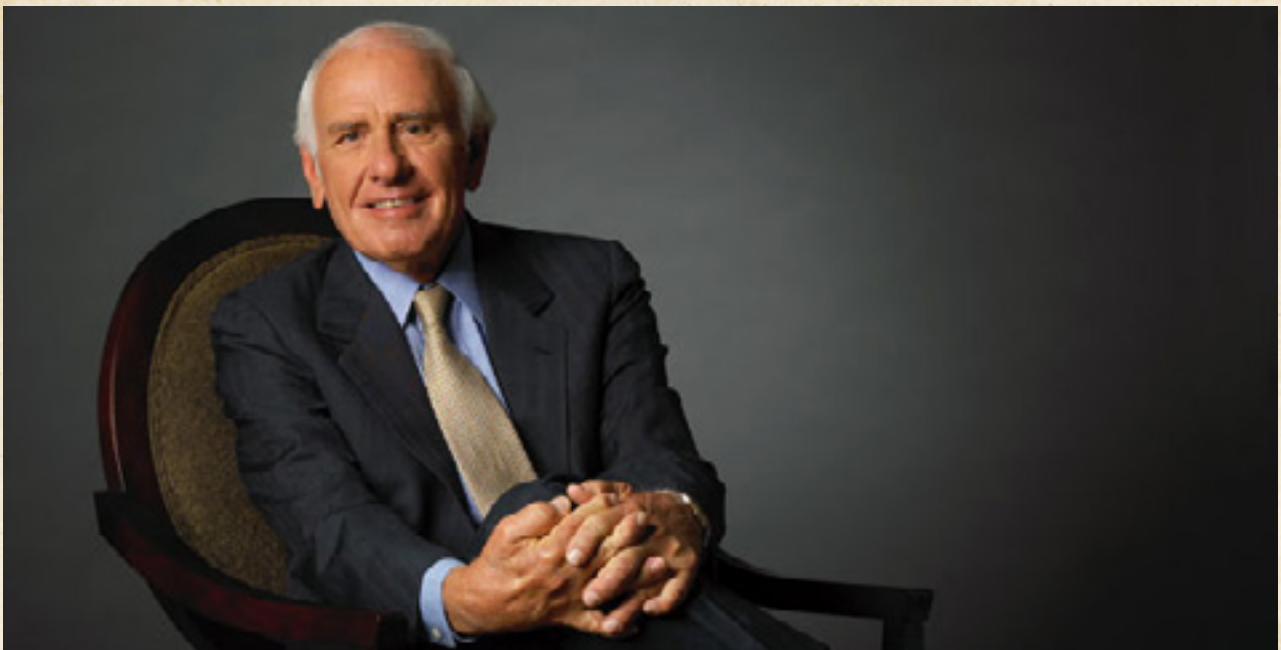




để chui ra. Đứa trẻ muốn đi vững thì phải bị ngã. Con người chỉ có thể trưởng thành khi vượt qua được khó khăn cuộc đời.

Thực sự việc đặt ra mục tiêu phải phù hợp với sự trưởng thành của con người. Phải lớn dần theo thời gian, những thử thách sau sẽ khó hơn thử thách trước, con người sau khi hoàn thành mục tiêu cũng sẽ trưởng thành hơn trước khi đạt được mục tiêu. Khi vượt qua được mọi khó khăn, hoàn thành được mục tiêu, con người bạn sẽ xứng đáng với kết quả đó. Nếu bạn chỉ đạt được thành quả do may mắn hay sử dụng chiêu trò, chứ không phải do thực lực của bản thân thì thành quả đó rất dễ bị mất đi.

Khi con người bạn đã trưởng thành thì những mục tiêu vật chất không còn là vấn đề nữa. Vì dù có bị mất đi thì mọi thứ cũng đã có sẵn trong trí não bạn, thậm chí bạn còn có thể làm ra gấp nhiều lần so với tài sản trước đó.



*Jim Rohn, bậc thầy của những bậc thầy đã có một cuộc sống khá là thăng trầm trước khi đến với thành công. Ông tự cho mình là người thông minh và biết được mọi thứ. Ông nghỉ học từ năm 19 tuổi và đi*





kiếm việc làm. Một thời gian sau ông kết hôn và bắt đầu có một gia đình nhỏ, ông vất vả làm việc hết sức nhưng có vẻ mỗi năm lại lùi một ít.

May mắn cho John, năm 25 tuổi ông gặp được Shoaff. John nói với ông ấy rằng ông đang mắc nợ, trong túi và ngân hàng chẳng còn xu nào, và ông nói rằng ông rất ngại vì đã hứa rất nhiều điều vĩ đại với gia đình mình. Shoaff đã chia sẻ cho ông những bí quyết để thành công: Hãy coi quá khứ là quá khứ, là ngôi trường khắc nghiệt mà ta phải trải qua và cách nhìn về tương lai nói lên cuộc sống tương lai của chính bạn, nếu tương lai được hoạch định rõ ràng thì cuộc sống của bạn sẽ thăng tiến hơn rất nhiều.

Để làm chủ được tương lai hãy đặt ra mục tiêu, quyết định bạn muốn gì, viết ra và giữ lại toàn bộ danh sách, đánh dấu khi đã hoàn thành mục tiêu đó. Khi tương lai đã rõ ràng thì việc đạt được nó là rất dễ.

Một trong những tiêu chí khi bạn đạt được mục tiêu là bạn sẽ ra sao khi bạn đạt được chúng. Shoaff đã từng khuyên John rằng: “Sao không đặt mục tiêu thành triệu phú đi, nếu làm được thế thì tốt lắm, cậu sẽ có nhiều số 0 để làm ấn tượng kế toán của cậu”. Shoaff nói rằng: “Khi bạn trở thành triệu phú thì tiền bạc không phải là vấn đề quan trọng, quan trọng là bạn đã trở thành con người triệu đô”. Hãy đặt mục tiêu mà bạn cảm thấy hứng thú rồi giá trị con người bạn sẽ thay đổi.







## **TỔNG KẾT**

Không một người bán hàng xuất chúng nào lại không thiết lập mục tiêu. Họ luôn đặt ra những mục tiêu trong cuộc đời và nỗ lực hoàn thành nó hết sức mình.

### **Mục tiêu hành động có vai trò hết sức quan trọng:**

- ✓ *Mục tiêu rõ ràng giúp con người có được hướng đi đúng đắn.*
- ✓ *Mục tiêu là thứ kéo bạn đứng dậy sau mỗi lần vấp ngã.*
- ✓ *Mục tiêu là người bạn đồng hành trên suốt chặng đường đi đến thành công.*

### **3 yếu tố của một mục tiêu mạnh mẽ:**

- ✓ *Mục tiêu phải cụ thể và đo lường được.*
- ✓ *Phải có đủ đam mê và hào hứng.*
- ✓ *Mục tiêu đầy thử thách mang lại kết quả vượt bậc.*

### **Đưa mục tiêu vào tiềm thức:**

- ✓ *Lặp đi lặp lại bằng việc tuyên bố, cầu nguyện, nghĩ về nó hàng ngày.*
- ✓ *Gắn mục tiêu với những hình ảnh rõ ràng.*
- ✓ *Gắn mục tiêu với những cảm xúc tích cực, mạnh mẽ.*
- ✓ *Phương pháp đặc biệt niệm chú, thiền định.*

### **Tại sao mọi người không thiết lập mục tiêu:**

- ✓ *Niềm tin giới hạn.*
- ✓ *Không biết rõ mình muốn gì.*





- ✓ *Sợ thất bại.*
- ✓ *Ham muốn cuộc sống dễ dãi, êm đềm.*
- ✓ *Đặt mục tiêu nhưng không mang lại kết quả gì.*

### **Trưởng thành con người cùng mục tiêu:**

- ✓ *Vượt qua thử thách bạn sẽ có được kinh nghiệm và trưởng thành hơn rất nhiều.*
- ✓ *Người không dám đương đầu với khó khăn sẽ không bao giờ trưởng thành được.*







## BỐ GIÀ LÀNG CÔNG NGHỆ LARRY ELLISON

Larry Ellison được sinh ra tại New York, mẹ ruột của Larry Ellison khi đó mới chỉ là một cô gái 19 tuổi chưa chồng nên đã quyết định trao ông cho chú dì ở Chicago nuôi. Mới 9 tháng tuổi Ellison đã bị nhiễm bệnh viêm phổi. Sống tại khu ổ chuột mà tạp chí Look gọi nó là “xóm Do Thái cũ nát và tồi tệ nhất nước Mỹ”, vô cùng khó khăn. Cuộc sống thiếu thốn tình cảm ruột thịt đã theo ông suốt quãng đời niên thiếu cho đến năm 48 tuổi, ông mới được gặp đấng sinh thành.



Từng hai lần theo học đại học nhưng đều không “đến nơi, đến chốn”. Không bằng cấp và làm những công việc “kỳ quặc”. Bố nuôi của ông lúc bấy giờ luôn nghĩ rằng Larry chẳng bao giờ làm được gì, chỉ là một thanh niên lêu lổng, không mục đích. Trong 8 năm liên tục nhảy việc, cuối cùng ông đã làm việc như một nhà lập trình máy tính cho tập đoàn điện tử Mỹ Ampex Corporation.

Nhìn lại quãng đời thơ ấu của mình, Larry Ellison nói “Chính cuộc sống khó khăn đã tôi luyện cho tôi sức bền trước những thách thức, sự tự đứng lên sau mỗi lần vấp ngã. Và điều may mắn hơn cả, tôi đã tìm ra được nguồn sống của cuộc đời mình. Chẳng ngờ, niềm vui, nguồn sống ấy lại “quản” lấy cuộc đời tôi đến tận bây giờ”.

Trong suốt những năm 1970, Ellison từng làm việc cho Ampex Corporation. Đến năm 1977, ông mạnh dạn thành lập Oracle, với số vốn ban đầu vỏn vẹn 2.000 USD, số tiền ông dành dụm được sau một thời gian dài tích góp, nhưng dưới tên “Phát triển phần mềm phòng thí nghiệm”.





Công việc kinh doanh gặp muôn vàn khó khăn. Vì thế gần như Oracle đã phải kinh doanh không công. Ellison sau này nói rằng, Oracle đã thực hiện “*một sai lầm kinh doanh đáng kinh ngạc*”. Khủng hoảng này đã khiến cho Oracle đối mặt với nguy cơ phá sản, song Ellison vẫn bền chí, vực dậy công ty từng bước, từng bước phát triển lớn mạnh.

Trải qua nhiều thăng trầm trong sự nghiệp, ông đã vươn lên xếp thứ tư trong bảng danh sách các tỷ phú giàu nhất thế giới theo bình chọn của Forbes (năm 2009) và là tỷ phú giàu thứ ba của nước Mỹ.

# ORACLE®







## 👉 THIẾT LẬP MỤC TIÊU HÀNH ĐỘNG

1. Mục tiêu hành động là gì? Vai trò của mục tiêu hành động?
2. 3 yếu tố tạo nên một bản mục tiêu đầy sức mạnh là gì? Bạn hãy viết xuống những mục tiêu của mình và so sánh với những yếu tố vừa học được!
3. Bạn có thường xuyên hình dung, tưởng tượng hay nhắc lại mục tiêu của mình hàng ngày hay không? Bạn đã làm gì để đưa mục tiêu của mình vào trong tiềm thức?
4. Tại sao mọi người không thiết lập những mục tiêu cho cuộc đời họ? Bạn có phải là một trong những người như thế trước kia không?
5. Lý do quan trọng nhất của việc xác lập mục tiêu là gì? Bạn nhận thức thế nào về lý do này? Hãy viết xuống những mục tiêu của bạn một lần nữa!





## *Chương 9*

# *Bản năng hành động*

Lý thuyết rất hay, nhưng cho tới khi  
được đưa vào thực tiễn, nó không có  
giá trị.

*James Cash Penney*





Google là công cụ tìm kiếm được sử dụng rãi bậc nhất thế giới, được Larry Page và Serger sáng lập ra vào năm 1998. Trải qua nhiều năm Google không ngừng được cải tiến để phát triển vượt bậc như ngày nay. Nếu ý tưởng sáng lập ra Google chỉ nằm trong đầu của Page và Serger mà không được thực hiện thì chúng ta sẽ không được dùng thứ công cụ tìm kiếm tuyệt vời này.



Thomas Edison đã nghĩ đến việc có một chiếc bóng đèn sợi đốt thay thế chiếc đèn dầu với ánh sáng le lói bất tiện ở trong nhà. Khi ý tưởng lóe lên, ông say mê nghiên cứu bằng được, mặc dù việc nghiên cứu đã thất bại cả 10.000 lần trước đó nhưng ông vẫn tin rằng đó là điều có thể chứ không phải là điều không tưởng mọi người vẫn nghĩ. Kết quả đã chứng minh rằng ông hoàn toàn đúng.

Hành động giống như một chiếc đĩa thần biến những mục tiêu, ước mơ trở thành hiện thực. Một ý tưởng bình thường mà được đưa vào hành động còn có ý nghĩa hơn là một ý tưởng thiên tài mà không được áp dụng thì cũng bỏ đi. Nếu không có hành động mọi mục tiêu, kế hoạch đều là viễn vông.

Ai cũng muốn đạt được những thành quả lớn lao, tuy nhiên nhiều người cho rằng không làm được điều nhỏ thì không bao giờ có thể làm được điều lớn hơn. Vậy là họ chú tâm vào làm những công việc lẻ tẻ mà quên mất rằng mục tiêu to lớn của mình. Người bán hàng thành công biết rằng họ cần theo đuổi mục tiêu lớn của đời mình, và trong thời gian đó họ vẫn để ý đến những chuyện nhỏ lẻ nhưng chỉ coi đấy là thứ yếu. Vì những hành động nhỏ lẻ sẽ không tạo nên thành quả lớn lao.





Khi những hành động tốt, hiệu quả, lặp đi lặp lại liên tục sẽ biến thành bản năng trong một con người. Kỹ năng bán hàng không phải là bẩm sinh mà do quá trình rèn luyện tạo nên. Chúng ta thiếu tự tin khi nói trước khách hàng, chúng ta hãy tập nói trước gương và tưởng tượng mình đang giao tiếp với một khách hàng thực thụ, gương mặt thiếu tươi tắn chúng ta hãy tập cười thật tươi, giọng nói nhỏ chúng ta hãy tập nói to hơn và truyền cảm hơn. Cần điện thoại gọi cho khách hàng sớm hơn 30 phút và kết thúc muộn hơn 30 mỗi ngày. Bắt bản thân mình phải thực hiện những thói quen một cách đều đặn để nó mọc rễ ăn sâu vào cuộc sống của chúng ta. Khi hành động tạo giá trị biến thành bản năng con người sẽ trở nên vĩ đại.

#### 46. CẢM XÚC THÚC ĐẨY HÀNH ĐỘNG

Tất cả mọi người, khi làm bất cứ việc gì cũng đều được thúc đẩy bởi cảm xúc, cảm xúc tích cực, công việc hoàn thành xuất sắc, đúng tiến độ; cảm xúc tiêu cực, công việc đình trệ, thụt lùi. Hầu hết mọi người không biết được chính bản thân họ mới là người đang điều khiển cảm xúc của mình chứ không phải là một ai khác.



Một câu hỏi lớn đặt ra ở đây là: “*Bán hàng bằng cảm xúc hay lý trí?*”. Zig Ziglar, chuyên gia bán hàng hàng đầu nước Mỹ đúc kết rằng: “*Lý trí làm cho con người tính toán, còn cảm xúc thì dẫn con người đến*”





hành động". Khi bán hàng, chúng ta cần tạo cho mình những cảm xúc tích cực, vui vẻ, hào hứng và biến những cảm xúc thành những hành động phi ngôn từ, truyền đạt cảm xúc đó vào lời nói, ánh mắt, nụ cười, hành động làm cho khách hàng cảm nhận được niềm hứng khởi, vì những cảm xúc trong lời nói sẽ có tác động mạnh mẽ đến người mua nhiều hơn là những câu nói ra.

Có nhiều người muốn trở thành một người bán hàng thành công vì nhìn rõ những lợi ích của việc bán hàng nhưng lại không có hứng thú gì với việc gặp gỡ khách hàng, gọi điện thoại hay tăng cường học hỏi để phát triển bản thân, họ biết rất rõ nhưng lại lười hành động. Những người này thường bị những thứ "*quan trọng*" hơn như: đi chơi, tiệc tùng, ngủ nướng, uể oải, chán nản,... chi phối và họ "*ưu tiên*" làm những công việc đó trước. Người này có rất ít cảm xúc nên sẽ khó thành công.

Để trở thành người bán hàng thành công, hãy quan sát những người thành công khác, những người luôn đứng đầu công ty hay đứng đầu trong lĩnh vực bán hàng. Tất cả họ đều có chung một công thức đó là luôn tạo ra nguồn năng lượng tích cực tràn đầy cho bản thân. Để trở thành một người bán hàng xuất chúng bạn cần mô phỏng họ. Người bán hàng xuất chúng luôn tự ám thị vào mình để tăng cảm xúc hưng phấn cho bản thân:

- Tôi yêu thích việc gọi điện cho khách hàng mỗi ngày!
- Tôi hào hứng và chuẩn bị kỹ càng trước khi gặp gỡ khách hàng!
- Tôi đam mê học hỏi và phát triển bản thân mọi lúc mọi nơi!
- Tôi vui mừng đón nhận những lời từ chối!
- Bán hàng là hơi thở của tôi!

Tuy nhiên, bạn không nhất thiết phải thực hiện đúng 100% như những lời tôi nói, bạn cũng có thể bổ xung thêm những lời tự ám





thị phù hợp với đặc thù riêng của bạn, sao cho khi đọc lên bạn thấy cảm xúc tràn đầy, một luồng năng lượng hào hứng lan tỏa khắp con người bạn. Bạn sẽ trở thành một người bán hàng tích cực nhất và truyền những cảm hứng đó tới khách hàng của mình.

**Theo Selling Power, để tạo ra cảm xúc tích cực cho khách hàng, nhân viên bán hàng cần có những kỹ năng sau:**

- Tạo cảm giác tin tưởng và thân thiện cho khách hàng.
- Xác nhận lại nhu cầu của khách hàng như một cách thể hiện sự tôn trọng họ.
- Chia sẻ những cảm xúc của khách hàng. Ủng hộ tâm trạng của khách hàng bằng những câu nói động viên.
- Tạo điều kiện để khách hàng bày tỏ cảm xúc của họ.
- Giúp khách hàng bày tỏ những lo lắng tiềm ẩn.
- Luôn giữ được thái độ nhiệt tình và tràn đầy sinh lực trong suốt cuộc gặp bán hàng.
- Tỏ ra chân thật và tự nhiên.

Cảm xúc tiêu cực thúc đẩy hành động tiêu cực, cảm xúc tích cực thúc đẩy hành động tích cực. Khi khách hàng tỏ ra phân vân trong việc lựa chọn sản phẩm giữa công ty bạn với một công ty đối thủ, họ tỏ ra chưa hài lòng lắm về một số chi tiết trong sản phẩm của bạn, đừng để cảm xúc của mình đồng tình với khách hàng và cũng đừng vì điều đó mà cãi nhau, tức giận với khách hàng. Người luôn hành động khi nóng giận sẽ phải hứng chịu những hậu quả nặng nề. Những lúc như vậy bạn cần lấy lại tinh thần, bình tĩnh giải thích và tìm hiểu ý muốn của khách hàng bằng sự thiện chí và tư vấn những ưu điểm, tiện ích về sản phẩm của công ty bạn cho họ, chuyển hướng khách hàng sang việc làm họ đồng tình với bạn, đồng thời bạn cũng hứa sẽ cải tiến sản phẩm một cách phù hợp





nhất, tiện lợi nhất. Khi khách hàng nói “Không” hãy thật lịch sự và tôn trọng hỏi lại “Tại sao? Tôi mắc sai lầm gì chăng?”. Trong một vài trường hợp từ “Không” không phải là kết thúc, đó có thể là điểm bắt đầu một “thương vụ tốt nhất của người bán hàng.”

Ai cũng phải đối mặt với cảm xúc tiêu cực tại nơi làm việc: thất vọng, lo lắng, tức giận, không thích, không vui... Người bán hàng bình thường hay để cảm xúc tiêu cực điều khiển và họ luôn nằm trong top những người thất bại. Vậy nên việc học cách xử lý những cảm xúc trở nên quan trọng hơn bao giờ hết, vì cảm xúc có tính lây lan rất nhanh nên nó có thể ảnh hưởng đến cả môi trường làm việc.

Người bán hàng xuất chúng biết đón nhận những cảm xúc tích cực và chiến đấu, tiêu diệt những mầm mống của cảm xúc tiêu cực đang xâm nhập vào họ. Là người biết lắng nghe cả những vấn đề của khách hàng, những điều họ đang gặp phải và biểu lộ sự đồng cảm của bản thân. Còn người bán hàng tầm thường để cho bản thân bị ảnh hưởng một cách bị động bởi môi trường xung quanh.

Bạn đã bao giờ trải qua một ngày làm việc cực kỳ hiệu quả chưa? Đó là ngày mà bạn làm được rất nhiều việc, giải quyết được những công việc khó khăn mà trước đây bạn luôn đau đầu vì nó, mọi ý tưởng luôn ngập tràn và những quyết định bạn đưa ra rất sáng suốt, bạn luôn cảm thấy hào hứng và yêu thích công việc mình làm. Cảm xúc tích cực thúc đẩy hành động hiệu quả, hành động hiệu quả chi phối lại cảm xúc tích cực. Người bán hàng xuất chúng càng ngày càng nâng cao giá trị bản thân nhờ vòng lặp này.

Việc của bạn phải làm ngay lúc này là hãy nhắc điện thoại lên và gọi cho ít nhất 5 khách hàng, chào bán sản phẩm với một tâm thế đầy quyết tâm và hào hứng. Hoặc hãy đi ra đường, chào bán sản phẩm cho ít nhất là 3 người. Hãy làm ngay tức khắc!





## 47. HÀNH ĐỘNG QUẢ QUYẾT

Có một câu nói rất hay “Nếu bạn muốn thấy những điều kỳ diệu thì hãy biến mình thành điều kỳ diệu đó”. Muốn được chạm vào người thành công thì hãy biến mình thành người thành công. Để trở thành người thành công bạn cần phải hành động, cần phải hiện thực hóa những điều mà bạn luôn ao ước, hiện thực hóa những điều xuất hiện trong trí óc của bạn. Hành động để đạt được mục tiêu chính là sự khác biệt giữa những người mơ mộng hão huyền với những người thành công rực rỡ.



Người thành công không bao giờ trì hoãn những ý tưởng lóe lên trong đầu. Một khi có ý nghĩ thú vị nào đó xuất hiện họ luôn bắt tay vào hành động ngay tức thì. Khát vọng càng lớn, quyết tâm càng cao, hành động càng quyết liệt. Mục tiêu càng rõ ràng càng dễ thành công. Mục tiêu là sự thể hiện khao khát lớn lao của mỗi người, thúc đẩy con người hành động. Khi tâm trí luôn thôi thúc phải đạt được mục tiêu bán hàng một cách cháy bỏng nó sẽ điều khiển bản thân bạn bắt tay vào thực hiện một cách mạnh mẽ.

Nhưng không phải ai hành động quả quyết đều thành công mà người hành động phải là người có hiểu biết về thị trường, sản phẩm, hiểu người, hiểu mình, tự tin,... sự quả quyết của họ là sự quả quyết cần thiết. Còn những người không có kiến thức, không chịu học hỏi mà hành động một cách mù quáng, không hiểu biết





thời thế, không biết được điểm mạnh và những điều hạn chế của bản thân, họ sẽ hành động một cách điên dại và cũng sẽ gặp thất bại một cách điên dại.

Joe Girard sinh ra trong một gia đình nghèo, trước 35 tuổi ông đã phải làm tới hơn 40 nghề khác nhau. Phải sống trong cảnh nợ nần, vợ con đói khổ, số phận như đang trêu ngươi ông, dù có cố gắng như thế nào, chăm chỉ như thế nào thì nghèo vẫn cứ hoàn nghèo, Girard đã quyết tâm phải thay đổi cuộc sống hiện tại. Ông xin vào làm nhân viên bán ô tô tại cửa hàng của một người quen, tuy nhiên ông mắc chứng nói lắp và rất tự ti vì hồi nhỏ thường xuyên bị cha đánh đập. Biết được nhược điểm của mình là một trở ngại rất lớn cho công việc, ông đã bắt tay vào hành động để thay đổi bản thân. Mỗi ngày Girard đều dành thời gian đứng trước gương để luyện nói và chữa tật nói lắp, ông tự nhủ với bản thân rằng không còn đường lui nữa, nhất định phải chữa được tật nói lắp này. Thật không ngờ bằng sự kiên trì và quyết tâm, chỉ trong vài tháng ngắn ngủi ông đã loại bỏ được tật nói lắp đeo bám suốt hơn 30 năm. Ông đã rất nỗ lực làm việc và hiện nay ông đang giữ kỷ lục Guinness là người bán hàng giỏi nhất thế giới, trong vòng 15 năm ông đã bán được hơn 13.001 chiếc xe, trong khi hầu hết mọi người chỉ bán được 4 hay 5 chiếc xe 1 tháng thì trung bình một ngày ông bán được từ 6 chiếc xe trở lên.

Không phải chỉ những người học cao mới là những người thành công. Vì Bill Gates, Steve Jobs, Soichiro Honda... đều là những người không tốt nghiệp đại học, vậy mà họ lại gây dựng được những tập đoàn trị giá hàng tỷ đô la và thuê những thạc sĩ, cử nhân đại học về làm việc cho họ bởi, vì họ là những người kiên quyết thực hiện ước mơ và hành động một cách quả quyết cho đến khi đạt được cái đích của mình và những hành động của họ tạo được niềm tin cho người khác. Hành động chính là yếu tố tạo ra mọi kết quả, là chiếc đũa thần biến mọi ý tưởng, ước mơ thành hiện thực và những người này đã làm được những điều kỳ diệu đó và họ trở nên vĩ đại.





Nếu chỉ có ý tưởng mà không có hành động thì xã hội không thể phát triển được. Không có hành động thì việc xây dựng Vạn Lý Trường Thành cũng sẽ bị chôn vùi cùng với cái chết của Tần Thủy Hoàng, không có hành động của Thomas Edison thì chúng ta không có bóng đèn điện, không có hành động thì chúng ta không có những chiếc máy bay để di chuyển trên bầu trời... Nếu tất cả chỉ là ý tưởng thì chúng ta sẽ không được sống thoải mái với những tiện nghi đầy đủ như ngày nay. Hành động là điều mấu chốt để biến những điều không thể thành có thể.

Một ước mơ cháy bỏng, một khát khao lớn lao luôn thường trực trong tâm trí sẽ thúc giục chúng ta tận dụng mọi khoảng thời gian để vạch ra những chiến lược mới và hành động một cách tức thì. Phương châm của nhân viên bán hàng bậc thầy “*Không thể bán bia mà chỉ ngồi một chỗ*”. Hãy đứng lên và đi, đi đến những nơi chúng ta cảm thấy thỏa mãn được sự khao khát của bản thân, nơi ta có thể học hỏi, nghiên cứu tìm những lối đi mới sao cho có thể bán được nhiều sản phẩm, có thể mang sản phẩm đến cho tất cả mọi người và đáp ứng được nhu cầu của thị trường chứ đừng lãng phí thời gian vào những việc vô bổ, không có ích cho tương lai.

Khi đã trở thành người bán hàng xuất chúng, bạn sẽ thấy trong con người mình có được sự thay đổi rõ rệt, thấy được lợi ích từ việc thay đổi bản thân theo chiều hướng tích cực:

- Bạn sẽ biết người biết ta, dễ dàng đạt được mục đích.
- Bạn xử lý tình huống tốt hơn, luôn tìm được phương án giải quyết tối ưu nhất.
- Bạn ít bị căng thẳng, hiểu được sức mạnh của bản thân và không cảm thấy áp lực nếu việc xảy ra theo chiều hướng bất lợi.
- Bạn tự thân vận động, hoàn thành mọi việc ổn thỏa bởi vì bạn biết bạn có thể.





Người bán hàng kiệt xuất nhận thức được rằng, cuộc đời này thật đáng quý nhưng cũng thật ngắn ngủi. Vì thế họ không cho phép bản thân mình lãng phí một chút thời gian nào vào những việc vô bổ. Người thành công là người biết quản lý thời gian và sử dụng chúng một cách hợp lý, là người khiến thời gian phải phục tùng mệnh lệnh của mình.

Người thất bại thường là những người ham muốn ôm đồm quá nhiều thứ, lướt qua rất nhiều thứ, đọc rất nhiều thứ, nhưng luôn có thói quen trì hoãn những hành động thực hành thiết thực từ những kiến thức đó.

Muốn cải thiện doanh số bán hàng, bạn cần phải lên lịch một cách cụ thể, kiên trì theo đuổi và đừng để hành động lười nhác cản trở con đường tiến tới thành công. Một khi hoạch định được mục tiêu bán hàng hãy cố gắng hết sức để theo đuổi điều mình muốn, làm việc như thể mỗi ngày đều là ngày cuối cùng bạn được làm. Mỗi khi gặp thất bại đừng nản chí mà hãy đứng lên tiếp tục chiến đấu, hãy là những chiến binh thực hiện sứ mệnh cao cả tiến về phía ánh sáng của mặt trời. Và kết quả sẽ đến vào ngày mai.

Trong một ngày làm việc nên làm những việc khó trước vì nó sẽ tạo động lực cho cả ngày làm việc của chúng ta. Tương tự như vậy, một khi đã quyết tâm theo đuổi mục tiêu hãy hành động quyết liệt ngay từ đầu để tạo năng lượng mạnh mẽ cho cả hành trình dài tiếp theo. Năng lượng tinh thần và sự nhiệt huyết của hành động quyết định đến kết quả của mục tiêu. Khi bạn đối xử với khách hàng như thế nào thì bạn sẽ nhận lại được những điều tương xứng với những gì bạn đã làm.

Những người bán hàng bình thường hành động thiếu năng lượng. Những người bán hàng xuất chúng luôn căng tràn sức lực, máu họ sôi và trái tim họ nóng. Người bán hàng bình thường luôn mang một khuôn mặt lạnh như tiền tới gặp khách hàng, còn người bán





hàng thành công luôn mang trên môi những nụ cười.

## 48. HÀNH ĐỘNG KIÊN ĐỊNH

Để thực hiện ước mơ trường thọ, Tần Thủy Hoàng đã cho người vượt Biển Đông để tìm thuốc trường sinh bất tử. Và từ đó đến nay con người không ngừng tìm kiếm, chế tạo ra thuốc trường sinh để được sống trường tồn với thời gian.

Giả dụ, nếu có được cuộc sống bất tử bạn sẽ làm gì? Bạn sẽ ngủ nhiều hơn? Đi chơi nhiều hơn? Công việc hôm nay dồn lại ngày hôm sau mới làm?...



Và nếu thứ thuốc này được chế tạo ra thì có lẽ chúng ta đang sống trong một xã hội hỗn loạn và lạc hậu. Thời gian là vô tận, con người sẽ chỉ thụt lùi lại phía sau, việc hôm nay có thể lùi sang ngày mai, việc ngày mai có thể lùi sang ngày mốt... Tạo hóa sinh ra con người và buộc con người phải trải qua quá trình sinh – lão – bệnh – tử, con người trường sinh chính là chống lại quy luật này. Cuộc sống là hữu hạn, muốn bất tử thì chỉ có thành công và sự vĩ đại mới mang lại điều đó.

*Alexander Đại đế (356 -323), trong 12 năm trị vì vương quốc của mình đã chinh phục gần như toàn bộ lãnh thổ thế giới vào thời điểm ấy.*





*Napoleon (1769 – 1821), khiến cả thế giới khiếp sợ, kính phục bởi tài năng quân sự và khả năng lãnh đạo thiên tài của ông.*

*Geogry Zukop (1896 – 1974), trong thế chiến thế giới thứ hai ông được xếp đầu bảng về số lượng trận thắng nhiều và quy mô lớn, chiếm bảng vàng về tài năng chỉ đạo chiến dịch, chiến lược.*

Họ là những con người bất tử, tên tuổi của họ được vang danh và được lưu lại ngàn năm trong sử sách thế giới. Mọi thế hệ ca tụng họ, thán phục họ, ghi nhớ đến công ơn của họ và họ sống trường tồn trong tim của mỗi người.

Hành động kiên định là bí quyết tạo nên thành công của bất cứ người nào và thành công khiến tiếng tăm của con người ta trở nên bất tử. Những danh tướng, những nhà ngoại giao, những nhà kinh doanh tài ba không phải do bẩm sinh sinh ra họ đã được như vậy, tất cả những thành công đó đều do quá trình học hỏi, rèn luyện và kiên quyết thực hiện mà đạt được.

Kiên định là việc kiên quyết, tự chủ hành động hướng tới mục đích đã định sẵn. Người hành động kiên định là người luôn giữ được lập trường vững vàng; người hành động kiên định sẽ vượt qua bất kỳ khó khăn, thất bại nào. Không có ai thành công mà thiếu đi sự kiên định trong hành động của mình.

*Hondorf, một cựu giáo viên dạy nhạc tại một trường tiểu học đã kể lại câu chuyện về một cậu bé như sau:*

*Robby đã 11 tuổi khi mẹ cậu thả cậu vào lớp trong bài học dương cầm đầu tiên. Tôi thích những học sinh bắt đầu ở lứa tuổi nhỏ hơn, và nói điều đó với Robby. Nhưng cậu nói rằng mẹ cậu luôn mơ ước được nghe cậu chơi dương cầm. Vì vậy tôi đã nhận cậu vào học. Thế là Robby bắt đầu những bài học dương cầm đầu tiên và tôi nghĩ rằng đó là sự cố gắng vô vọng. Robby càng cố gắng, cậu càng thiếu khả năng cảm thụ âm nhạc cần thiết để tiến bộ. Nhưng cậu rất nghiêm túc trong việc ôn lại những*





bài học và những bản nhạc sơ đẳng mà tôi yêu cầu tất cả các học sinh của mình đều phải học. Sau nhiều tháng ròng rã, cậu miệt mài cố gắng và tôi vẫn cứ lắng nghe và cố động viên cậu. Cứ hết mỗi bài học hàng tuần, cậu luôn nói: “Một ngày nào đó mẹ em sẽ đến đây để nghe em chơi đàn”. Nhưng điều đó dường như vô vọng. Cậu không hề có một năng khiếu bẩm sinh nào. Tôi chỉ thấy mẹ cậu (một phụ nữ không chồng) ở một khoảng cách khá xa khi thả cậu xuống xe và chờ cậu trong một chiếc xe hơi cũ mèm khi đến đón cậu. Bà luôn vẫy tay và mỉm cười nhưng không bao giờ ở lại lâu.

Thế rồi một ngày nọ Robby không đến học nữa, tôi định gọi điện cho cậu nhưng thôi, bởi vì cậu không hề có chút năng khiếu nào, có lẽ cậu đã quyết định theo đuổi một con đường khác. Tôi cũng vui khi cậu không đến nữa. Cậu làm cho sự quảng bá trong việc dạy dỗ của tôi mất ưu thế! Vài tuần sau đó, tôi gửi đến nhà những học sinh của mình các tờ bướm thông báo cho buổi diễn tấu sắp tới. Trước sự ngạc nhiên của tôi, Robby (cũng đã nhận một tờ bướm) hỏi xem cậu có được tham dự biểu diễn hay không. Tôi bảo với cậu, buổi diễn chỉ dành cho học sinh đang học, vì cậu đã thôi học nên cậu sẽ không đủ khả năng thực hiện. Cậu nói rằng mẹ cậu đang ốm và không thể chở cậu đi học nữa, nhưng cậu vẫn luôn luyện tập. “Cô Hondorf... cô cho em diễn một lần thôi...”, cậu nài nỉ. Tôi không hiểu điều gì đã xui khiến tôi cho phép cậu chơi trong buổi trình tấu đó. Có thể là cậu đã tha thiết quá, hoặc là một điều gì đó trong tôi đã mách bảo tôi rằng điều đó là đúng.

Đêm biểu diễn đã đến. Trong hội trường đông nghịt những phụ huynh, bạn bè và họ hàng. Tôi bố trí cho Robby ở cuối chương trình trước khi tôi xuất hiện để kết thúc và cảm ơn những học sinh đã trình diễn. Tôi nghĩ rằng tất cả những rủi ro mà cậu có thể gây ra cũng là lúc kết thúc và nếu có bề gì thì tôi cũng có thể “chữa cháy” cho sự biểu diễn yếu kém của cậu bằng tiết mục “hạ màn” của tôi. Và buổi biểu diễn trôi qua không một trở ngại nào. Những học sinh đã luyện tập nhuần nhuyễn và trình bày rất tốt. Thế rồi Robby bước ra sân khấu. A! quần cậu nhàu nát và mái tóc như tổ quạ!





“Tại sao cậu lại không ăn vận như những học sinh khác nhỉ?”. Tôi nghĩ “Tại sao mẹ cậu lại không chải tóc cho cậu vào cái đêm đặc biệt như thế này chứ?”.

Robby mở nắp đàn lên và bắt đầu. Tôi ngạc nhiên khi thấy cậu tuyên bố rằng cậu chọn bản Concerto số 21 cung Đô trưởng của Mozart. Tôi hoàn toàn bất ngờ khi nghe những gì tiếp theo đó. Những ngón tay của cậu lấp lánh, nhảy múa trên những phím đàn. Cậu đã chơi những giai điệu từ nhẹ nhàng êm dịu đến hùng tráng... thật có hồn và đầy điêu luyện trong sự phối âm tuyệt diệu của nhạc Mozart. Chưa bao giờ tôi nghe một đứa trẻ ở tuổi ấy trình bày nhạc Mozart hay đến thế. Sau 6 phút rưỡi cậu đã kết thúc trong một âm thanh huy hoàng mạnh mẽ và mọi người đều đứng lên vỗ tay. Không nén được lệ tràn trong mắt, tôi chạy lên sân khấu và vòng tay ôm lấy Robby trong hạnh phúc: “Cô chưa bao giờ nghe em chơi hay như thế Robby ạ. Làm sao em có thể làm được điều đó?”. Robby giải thích qua chiếc micro “Thưa cô Hondorf... cô có nhớ là em đã kể rằng mẹ em đang ốm? Thực ra, mẹ em đã bị ung thư và qua đời sáng nay. Mẹ em bị di chứng bẩm sinh vì vậy đêm nay là đêm đầu tiên mẹ em nghe thấy em đàn. Em muốn làm điều gì đó thật là đặc biệt”.

Tối hôm ấy, trong hội trường không đôi mắt nào không nhỏ lệ. Khi những người ở Trại Xã Hội đưa cậu từ sân khấu trở về trại mồ côi tôi nhận thấy mắt họ đỏ và sưng mọng. Tôi chợt nghĩ, đời tôi nhiều ý nghĩa biết bao khi đã từng nhận một học sinh như Robby. Không, tôi chưa bao giờ nhận một học sinh nào “cần nâng đỡ”, nhưng đêm đó tôi trở thành người được nâng đỡ bởi Robby. Cậu là thầy của tôi và tôi chỉ là một học trò...

Kiên định là liều thuốc để trở nên xuất chúng, là người mẹ khích lệ đứa con thơ đang chập chững bước đi, là người cha đang nỗ lực từng ngày vì mái ấm gia đình, là người bạn của sự quyết tâm, là hạt giống của quả ngọt thành công. Không có kiên định con người sẽ không có được thành tựu như ngày hôm nay.





Biến đổi là một thuộc tính cố hữu, và thị trường cũng vậy, luôn luôn biến đổi một cách chóng mặt. Do đó, những kế hoạch, chiến lược của công ty cũng dễ dàng thay đổi. Người bán hàng có rất nhiều cơ hội cũng như cám dỗ khác bên cạnh công việc mình đang làm, nếu không kiên định, cứ đứng núi này trông núi nọ bạn rất dễ chạy hết nơi này đến nơi khác mà không biết đâu là nơi tốt nhất cho sự nghiệp của mình.

Vừa qua giới công nghệ không khỏi bất ngờ trước việc Facebook mua lại ứng dụng nhắn tin trên di động của WhatsApp với mức giá lên tới 19 tỷ USD. Để đạt được thành quả đó, hai nhà sáng lập của ứng dụng đã gặp phải vô vàn thất bại trước khi thực hiện thành công WhatsApp. Nếu như vào những lúc khó khăn ấy, họ không kiên định để tiếp tục thì con số 19 tỷ sẽ chỉ là điều vô cùng viễn vông.

Bán hàng không phải là công việc nhàn rỗi như mọi người vẫn tưởng, mà nó là công việc chịu áp lực rất cao, thậm chí phải thường xuyên đi công tác xa, chịu nắng mưa, gió bụi, tự phát triển thị trường, tự tìm kiếm khách hàng... Không kiên định, không cố gắng đeo bám thì khó lòng mà theo được nghề này. Tiếp xúc với khách hàng khó tính, những lần khách hàng từ chối mua sản phẩm thậm chí còn nhiều hơn là số sản phẩm bán ra, tâm trạng chán nản khiến con người ta muốn bỏ cuộc. Người có thu nhập cao là người kiên định theo đuổi mục tiêu, kiên trì thay đổi bản thân từng ngày, là người nhẫn nại, là người đeo bám thành công một cách dai dẳng nhất. Lòng kiên định giống như dòng nước, nước mềm như vậy nhưng nếu kiên định chảy theo một hướng có thể làm mòn những hòn đá dù là cứng nhất.

Người bán hàng xuất chúng là người hành động kiên định nhất thế gian. Họ là dòng nước làm mòn đá, là những chú chim đại bàng con tập bay, là những người thầy tuyệt vời của sự quyết tâm theo đuổi mục tiêu, là người nuôi dưỡng giấc mơ để một ngày nào đó họ sẽ biến chúng thành hiện thực.





Người bán hàng xuất chúng biết được một quy trình bán hàng chuẩn, là khi người bán hàng dành nhiều thời gian và tâm sức nhất cho khâu xây dựng quan hệ với khách hàng, tiếp đến là nắm bắt thông tin khách hàng, sau đó mới thuyết trình về sản phẩm và bán hàng là khâu cuối cùng kết thúc một chu trình chốt sale. Họ kiên định thực hiện từng khâu một theo trình tự, không nóng lòng bỏ qua bất cứ một khâu nào. Khi thực hiện tốt 3 khâu đầu tiên thì thành công ở khâu cuối cùng là điều chắc chắn. Còn người bán hàng bình thường là người hành động một cách vô vập, không theo trình tự, họ luôn nóng lòng nghĩ làm sao để bán thật nhanh sản phẩm mà bỏ qua các khâu trong bán hàng khiến cho khách hàng cảm thấy khó chịu. Việc đó làm họ mất rất nhiều khách hàng tiềm năng.

Nếu bạn là người không kiên định, bạn sẽ không bao giờ thành công. Thành công không bao giờ đến một sớm một chiều. Hãy rèn luyện cho mình khả năng kiên định theo những bước sau đây:

- **HIỂU MÌNH:** Bạn cần phải dành nhiều thời gian để phân tích chính bản thân mình. Đó là việc không dễ với nhiều người, nhưng đó là việc bạn có quyền chủ động nhiều nhất. Khi đã hiểu khá về bản thân, bạn sẽ biết rõ hơn rằng mình phù hợp với điều gì và bạn sẽ kiên định làm điều đó.
- **RÚT BÀI HỌC TỪ NHỮNG VIỆC MÌNH LÀM:** Nếu không thường xuyên làm và làm triệt để điều này bạn có thể phải lặp lại và trả giá nhiều lần cho sai lầm của mình. Rồi bạn lại rơi vào vòng xoay mà không biết đâu là hướng ra.
- **MỞ RỘNG TÂM NHÌN:** Khi có tầm nhìn tốt, bạn sẽ biết rõ hơn đích đến, hướng đi và con đường của mình. Càng có sự rõ ràng trong hướng đi, tính kiên định của bạn càng cao.





## 49. BIẾN HÀNH ĐỘNG TỐT THÀNH THÓI QUEN

Có câu chuyện ngụ ngôn về một con cá như sau: Một người thích chơi các loài cá cảnh. Lần nọ, anh ta đi nghỉ ở biển và tìm mua được một con cá ngũ sắc tuyệt đẹp. Anh mang cá về nhà và chăm sóc nó rất công phu. Vốn là một người chuyên nuôi dạy các loài vật nên anh lên một chương trình tập luyện cho con cá của mình. Tuần lễ đầu tiên anh nuôi cá trong hồ chứa toàn nước biển. Tuần tiếp theo anh thêm một ít nước ngọt. Cứ như thế, vài tháng sau con cá đã sống thoải mái trong hồ nước ngọt và vui mừng với những thức ăn nước ngọt. Con cá lớn dần.



Giai đoạn hai của công việc “huấn luyện” còn kỳ công hơn nữa. Anh trộn một phần bùn vào nước và tăng dần lượng bùn theo thời gian. Lâu dần, con cá chỉ còn di chuyển trong một hồ chứa bùn sền sệt. Một năm sau, bùn được thay hẳn bằng đất và con cá nằm trên hồ đất đóp mồi như một con chuột nhỏ. Anh chủ cá chưa hài lòng với điều đó. Anh xỏ dây vào mang cá và tập cho nó đi trên mặt đất. Mấy tháng sau nữa, đi đâu anh cũng dắt con cá theo mình. Khi con cá đã quen dần, anh cắt dây. Con cá lách tách nhảy theo chủ như một chú chó nhỏ trung thành.

Một hôm, con cá theo chủ đi thăm viếng bạn bè của anh ta. Khi trở về nhà trời đổ mưa to. Con cá ráng sức chạy lạch đạch phía sau chủ mình... Lúc tìm được một chỗ trú mưa, người chủ sực nhớ đến con cá của mình nhưng không thấy nó đâu nữa. Anh ta quay lại quăng đường ban nãy để tìm con cá. Anh thấy nó nằm chết trong một ổ gà trên đường đọng nước





*mưa tràn trề. Nó chết đuối vì không biết bơi! Cũng chỉ vì những thói quen mới...*

Thói quen là thứ điều hành hầu hết mọi hoạt động sống của bạn. Có thể nói bạn chính là NÔ LỆ của thói quen. Bạn không thể chạy thoát được thói quen của mình.

Thói quen được hình thành do những hành động lặp đi lặp lại nhiều lần, là một chuỗi phản xạ có điều kiện do rèn luyện mà có. Theo ngôn ngữ Pháp thì “*thói quen là bản năng thứ hai*” và khi đã là bản năng thì nó sẽ trở thành một phần của cuộc sống. Có những người thường xuyên đi trễ, do thói quen. Có những người là chuyên gia nói xấu người khác, do thói quen. Có những người vừa mới ngủ dậy đã cầm vào điện thoại, do thói quen. Có những người thường xuyên bào chữa cho lỗi lầm của mình cũng là do thói quen... Vì thế, muốn có một cuộc sống thăng hoa, thành đạt thì bạn phải xây dựng những hành động tốt thành những thói quen tốt giúp bạn tiến đến điều đó.

Trong mỗi con người luôn có những thói quen xấu và thói quen tốt. Có những thói quen giúp bạn có cuộc sống tốt đẹp hơn, nhưng cũng có những thói quen làm cho cuộc sống của bạn trở nên tồi tệ đi. Người thành công họ tự biến mình thành nô lệ của những thói quen tốt, còn người thất bại để những thói quen xấu biến mình thành nô lệ của chúng. Để có được những thói quen tốt, bạn có thể biến những hành động hữu ích thành thói quen của mình:

- Lặp đi lặp lại hành động đó trong thời gian đủ dài, với một thói quen khó cần 28 – 30 ngày.
- Tưởng tượng mình thực hiện hành động đó liên tục trong nhiều ngày, mỗi lần tưởng tượng tua đi tua lại cả chục lần.
- Cài vào hành động đó một neo cảm xúc thật mạnh để không bị lặp lại hành động của thói quen cũ trước đó.





- Thuyết phục tiềm thức bằng các lợi ích, lý lẽ đầy đủ, toàn diện.  
Tiềm thức chấp nhận tức là thói quen mới đã được hình thành.

Những người bình thường không biết được thất bại của bản thân là hệ quả của thói quen không tốt. Anh ta thường đổ lỗi cho hoàn cảnh, cho số phận. Người bán hàng thành công là người biết thói quen ảnh hưởng đến kết quả công việc như thế nào. Anh ta rèn luyện cho mình những thói quen tốt, thói quen có lợi giúp cho anh ta bán hàng xuất sắc, những thói quen giúp cuộc sống của anh ta dễ chịu hơn. Anh ta luyện cho mình thói quen dậy sớm hơn để đọc sách, anh ta đi làm sớm hơn, gọi điện cho khách hàng sớm hơn 30 phút và kết thúc muộn hơn 30 phút, anh ta chần chu hơn trong cách nói năng và ăn mặc... Thói quen là bản năng, nó có thể đưa bạn đến đỉnh cao vinh quang hay đẩy bạn xuống vực sâu. Có thể thúc giục bạn làm việc thật chăm chỉ hay lười nhác. Có thể giúp đỡ hay làm hại bạn.

Để triệt tiêu những thói quen không tốt bạn phải trải qua thời gian khá khó khăn để quên nó đi. Loại bỏ một thói quen xấu cần phải có một thói quen tốt khác xuất hiện. Nếu bạn có thói quen chưa hết giờ làm việc nhưng đã phi nhanh về nhà thì từ giờ hãy dành thêm chút thời gian nữa ở lại cho đến hết giờ làm và tìm hiểu thêm về sản phẩm của mình thật kỹ càng. Nếu bạn có thói quen cứ có thời gian rảnh là sẽ đi chơi, hãy thay đổi thói quen bằng cách dành thời gian đó để đọc sách, có thể là sách về các kỹ năng bán hàng, sách về đặt mục tiêu trong bán hàng... Những cuốn sách liên quan đến lĩnh vực của bạn. Luyện tập nó hàng ngày và cố gắng tạo ra những cảm xúc tích cực khi thực hiện những hành động đó, hành động được lặp đi lặp lại sẽ ăn sâu vào tiềm thức và tạo thành thói quen. Một khi thói quen được hình thành thì bạn lại có một cuộc sống thoải mái mãi mãi.

Đầu tiên bạn hành động để phục vụ thói quen. Bạn phải đặt đồng





hồ báo thức thức dậy lúc 5 giờ sáng để đọc sách. Bạn đề ra mục tiêu một ngày phải gọi điện thành công cho 30 khách hàng. Bạn phải gạt bỏ mọi muộn phiền và thay vào đó là những niềm vui. Làm việc hết sức mình. Bạn “ÉP” bản thân phải thực hiện đều đặn, liên tục trong 30 ngày. Thói quen hình thành nó sẽ phục vụ bạn cả đời.

Một khi thói quen được hình thành thì nó chính là cuộc sống của bạn. Bạn sẽ thực hiện thường xuyên như hơi thở vậy. Một ngày không làm những công việc hàng ngày bạn vẫn làm cảm giác bứt rứt trong người sẽ xuất hiện. Thói quen chế ngự cuộc sống của bạn. Người bán hàng xuất chúng họ có những thói quen tốt phục vụ cho công việc và cuộc sống của họ theo chiều hướng tốt đẹp hơn.

Những thói quen người bán hàng cần phát huy để trở nên xuất sắc:

- Mỗi lần chốt hẹn được khách hàng, bạn hãy mở sổ danh bạ ra tích một dấu (✓) trong cảm giác chiến thắng.
- Khi chốt được khách hàng, hãy kích neo cảm xúc bằng một cái YES!
- Khi đạt mục tiêu doanh số, hãy tự thưởng cho mình thật xứng đáng!

Lòng kiên trì là kết quả trực tiếp của thói quen. Jim Ryun từng phát biểu: “*Động lực là thứ giúp bạn bắt đầu. Thói quen là thứ giữ cho bạn tiếp tục bước tới*”. Vì vậy hãy rèn luyện những thói quen tốt từng bước một. Những thói quen tốt như tư duy tích cực, kiên nhẫn hay kỷ luật sẽ khiến bạn trở nên kiên trì đi tới đích phía trước thay vì dễ dàng bỏ cuộc như những người làm việc theo một cách ngẫu hứng. Ngoài ra, bạn cũng nên thường xuyên giao tiếp với tiềm thức của mình để nó thúc đẩy và kích thích bạn hành động liên tục:

- Ngồi tĩnh tâm để suy nghĩ mọi việc sáng suốt.





- Cầu nguyện, phát năng lượng tích cực ra vũ trụ.
- Thiền định, đi sâu vào cài đặt lại hệ tư duy.

Hãy tự khám phá bản thân và thật sự hiểu được bản thân mình. Viết ra giấy 2 thói quen cực kỳ bất lợi cho công việc bán hàng của bạn và bắt đầu thay đổi những thói quen đó, thay thế chúng bằng những thói quen mới tốt hơn.

*“Nền tảng của lòng kiên trì là sức mạnh của ý chí. Sức mạnh ý chí và khát khao khi kết hợp đúng đắn sẽ tạo ra một cặp tính cách có sức mạnh vô địch”*



*- Napoleon Hill -*







## 50. HÌNH THÀNH BẢN NĂNG

*“Chúng ta không ai có thể ước đoán được điều mình làm khi mình làm điều đó theo bản năng.” – Luigi Pirandello.*

Bản năng là khuynh hướng vốn có của một sinh vật đáp lại một tác động hay điều kiện cụ thể. Đối với loài người, bản năng dễ thấy nhất khi quan sát những hành vi về thân thể, cảm xúc hoặc giới tính, bởi chúng được xác định rõ về mặt sinh học. Bản năng tạo ra phản ứng tới một kích thích ngoài, làm khuynh hướng đó chuyển thành hành động, trừ khi chịu tác động của trí tuệ - sáng tạo và linh hoạt hơn.



Có một câu chuyện về bản năng như sau: Có một người đàn ông đang đi thì thấy một con bọ cạp đang bị lún xuống cát, xung quanh không có cây cối nên ông ta đành đưa ngón tay mình ra để con bọ cạp có thể trèo lên ngón tay ông mà thoát ra khỏi vũng cát, nhưng khi ông đưa ngón tay mình tới gần con bọ cạp thì nó lại chích ông một cái rất đau, ông rút tay lại nhưng rồi lại đưa tay ra để cứu nó lần nữa và lại bị nó chích, cứ mấy lần như vậy, có một người đi ngang qua hỏi: “Tại sao ông bị nó chích thế rồi mà ông vẫn cứ muốn cứu nó?”. Người đàn ông trả lời: “Chích là bản năng của nó, yêu thương là bản năng của tôi, tôi không thể vì bản năng của nó mà từ bỏ bản năng của mình.”

Bản năng là thứ còn lại sau khi tất cả mọi thứ rời bỏ bạn. Đến một ngày nào đó trí tuệ sẽ rời bỏ bạn, sức khỏe cũng rời bỏ bạn... chỉ có bản năng là ở lại cùng bạn mãi mãi. Bản năng là một điều tồn tại





gắn với sự sống của bạn, giống như tim bạn đập, máu bạn chảy và phổi bạn hít thở vậy.

Những thói quen khi đi vào tiềm thức một người sẽ biến thành bản năng. Mọi hành động của bạn không phải trong trạng thái ghi nhớ mình cần làm như thế này hay cần phải làm như thế kia nữa, mà khi có sự việc tác động vào tự bản thân bạn sẽ phản ứng một cách vô điều kiện. Thói quen này được ghim vào trí não và sẽ ở đó mãi mãi không rời. Nó phục vụ cuộc đời bạn.

Những hành động như sáng dậy phải đánh răng, đến bữa phải ăn cơm, ra đường phải chui chu, mệt phải nghỉ, vui vẻ thì cười... tất cả đều là những thói quen được lặp đi lặp lại mà chúng ta được rèn luyện từ bé và nó hình thành bản năng của chúng ta.

Người bán hàng tầm thường họ để thói quen xấu điều khiển mình, họ cứ thực hiện những thói quen đó trong thời gian dài và hình thành bản năng xấu của bản thân, và một khi bản năng xấu được hình thành người bán hàng rất khó thành công. Họ có thói quen suy nghĩ tiêu cực, hay đổ lỗi cho người khác và bào chữa cho bản thân, họ trì trệ, lười biếng, uể oải trong công việc,... hiệu quả làm việc thường không cao.

Cuộc sống của những người này thường xuyên bấp bênh, họ hành động theo cảm hứng và may mắn, do đó họ không bao giờ nắm chắc được phần thắng trong tay, họ để cho cuộc đời quyết định số phận của mình.

Bản năng của người bán hàng xuất chúng là những thói quen tốt có sẵn trong tiềm thức và những thói quen được tôi luyện trong một thời gian dài. Là người có tầm nhìn xa, những người này biết được mình cần phải học hỏi nhiều điều và điều khiển bản thân thực hiện, đổi mới những thói quen và biến nó thành bản năng. Họ luyện cho mình có tư duy tích cực, sáng tạo, đức tính kiên trì theo đuổi mục tiêu, họ bắt bản thân mình phải làm việc chăm chỉ hơn,





dậy sớm hơn, ham học hỏi hơn, quyết tâm hơn... Để hình thành được bản năng tốt họ đã phải khổ luyện rất kiên trì, phải đấu tranh giữa lý trí và cảm xúc rất quyết liệt để loại bỏ những thói quen cũ và đưa những thói quen mới vào bản thân.

Để là một người bán hàng thành công bạn cần phải rèn cho mình những thói quen của những người thành công, mô phỏng những người thành công, bắt chước họ và biến những thói quen của họ thành của mình, để nó ăn sâu, bám rễ vào tiềm thức, nó sẽ biến thành bản năng của bạn. Trước khi thay đổi bạn cần phải trang bị cho mình một lý trí sắt đá, một sự quyết tâm theo đuổi bằng được mục tiêu. Và bạn sẽ sống với những bản năng mới đó và gặt hái được nhiều thành công. Như đã nói ở chương trước, thói quen có thể thay đổi được, mà thói quen hình thành bản năng nên lẽ dĩ nhiên bản năng cũng có thể thay đổi được.

- Hãy duy trì những hành động tích cực của mình đều đặn!
- Hãy biến những hành động có giá trị thành những THÓI QUEN có giá trị!
- Đặc biệt, bạn hãy biến những thói quen giá trị thành BẢN NĂNG trong bạn!

*“Lý trí tiến bộ; bản năng hoàn thiện; bản năng nhanh chóng nhảy cóc; lý trí chậm chạp yếu ớt trèo”*

*- Edward Young -*







## 👉 TỔNG KẾT

Bản năng là thứ ăn sâu trong con người, là sự ngự trị trong tiềm thức. Bản năng khiến con người phản xạ một cách vô điều kiện. Là thứ tồn tại trong con người bạn đến suốt cuộc đời.

### 👉 Cảm xúc thúc đẩy hành động:

- ✓ Cảm xúc tích cực thúc đẩy hành động tích cực và ngược lại.
- ✓ Người xuất chúng chiến đấu với sự tiêu cực và làm chủ được cảm xúc của bản thân.
- ✓ Cần phải rèn luyện làm chủ cảm xúc để có được những hành động đúng đắn hơn.

### 👉 Hành động quyết liệt:

- ✓ Mong ước càng mãnh liệt, càng rõ ràng thì hành động càng mạnh mẽ.
- ✓ Người bán hàng bình thường hay ôm đồn quá nhiều thứ nên khó tập trung để làm tốt công việc.

### 👉 Hành động kiên định:

- ✓ Người xuất chúng kiên định làm việc đến cùng để có đạt được kết quả.
- ✓ Người có tính kiên định không ngại khó, ngại khổ. Mỗi khi vấp ngã lại đứng dậy và tiếp tục chiến đấu.

### 👉 Biến hành động tốt thành thói quen:

- ✓ Những hành động được lặp lại nhiều lần sẽ thành thói quen.
- ✓ Hình thành thói quen tốt không hề đơn giản, đòi hỏi bạn phải từ





*bỏ nhiều thứ trong cuộc sống. Cần phải có quyết tâm cao độ.*

## **Hình thành bản năng:**

- ✓ *Thói quen đi vào tiềm thức sẽ hình thành bản năng.*
- ✓ *Thói quen có thể tôi luyện được. Người bán hàng xuất chúng rèn luyện thói quen để đạt được thành công.*







## CÂU CHUYỆN HOWARD SCHULTZ

Sinh ra trong một gia đình nghèo tại khu quy hoạch do Liên bang trợ cấp. Những người sống ở đây được gọi là “dân lao động nghèo”. Howard Schultz không có điều kiện học hành bởi gia đình ông quá khó khăn. Để có tiền trang trải học phí Howard đã từng phải đi bán máu của mình.



Thường xuyên phải chứng kiến cảnh bố mẹ tranh cãi nhau về việc đi vay tiền hay phải trả lời những cuộc điện thoại của chủ nợ. Cậu thiếu niên Howard từng cảm thấy vô cùng nhục nhã và thường xuyên cãi nhau với chính bố mình vì mỗi lần ông thất nghiệp hoặc bị tai nạn lao động, gia đình lại rơi vào cảnh túng thiếu nên cậu bé luôn mơ ước có được “Quả cầu thủy tinh ước gì được nấy” để trở nên giàu có. Nhưng mơ ước vẫn chỉ là mơ ước, cậu vẫn phải quay lại cuộc sống thực tế của gia đình.

Từ khi 12 tuổi, Howard bắt đầu đi kiếm tiền bằng công việc giao báo, phụ quán ăn. Mười sáu tuổi, ông làm việc sau giờ học cho bộ phận chế biến lông thú của một xí nghiệp may mặc tại địa phương. Bất hạnh dường như vẫn bám riết lấy gia đình Howard Schultz khi căn bệnh ung thư hiểm nghèo đã cướp tính mạng người bố khốn khổ của ông.

Xuất thân kém cỏi làm cho ông có cảm giác tự ti, mặc cảm vì bị khinh thường. Howard từng cảm thấy vô cùng giận dữ và xấu hổ khi phát hiện rằng buổi cắm trại qua đêm được tham dự hồi hè ở trường là một chương trình bao cấp dành cho trẻ có hoàn cảnh khó khăn và kiên quyết không tham dự những





năm sau đó. Đến khi học đại học, ông luôn giấu việc mình lớn lên ở khu quy hoạch vì sợ các bạn chê cười. Điều đó thúc đẩy ông phải trở nên giàu có, ông không chấp nhận khi phải sống cả đời dưới ngưỡng kỳ vọng của bản thân.

Sau khi tốt nghiệp đại học, Howard cũng trải qua một năm hoàn toàn bị mất phương hướng vì không có người kèm cặp, không có hình tượng để noi theo, cũng không có ai giúp đưa ra những lựa chọn cho cuộc đời.

Bằng sự nỗ lực, quyết tâm, kiên trì học hỏi ông đã có một công việc lương cao tại Hammarplast (Mỹ), nhưng cuối cùng ông lại bỏ ngang để đầu quân cho một nhà bán lẻ ở Seattle. Quyết định lúc đó của ông thật sự rất liều lĩnh và đã vấp phải sự phản đối gay gắt của mọi người, nhất là bố mẹ nhưng ông vẫn quyết tâm đi theo con đường mình đã chọn. Ông hoàn toàn bị quyến rũ bởi hương vị tuyệt vời của cà phê rang sẫm, sự mê hoặc đó đã trở thành động lực thúc đẩy Schultz thực hiện khao khát thành công của mình.

Sau khi làm việc một thời gian, vì sự khác biệt về tầm nhìn và triết lý kinh doanh, mối quan hệ giữa ông và đội ngũ lãnh đạo trở nên rạn nứt. Ông quyết định bỏ ra ngoài thành lập Il Gionarle để cạnh tranh trực tiếp với Starbucks. Không có tiền, gia đình khó khăn, công việc vẫn chưa đâu vào đâu càng làm ông khốn đốn. Nhưng ông quyết tâm vẫn phải thực hiện bằng được ước mơ của mình. Schultz đã phải chạy vay khắp nơi vay vốn, đối mặt với bao nhiêu khó khăn, gia đình lại không ủng hộ, một mình ông xoay sở sự nghiệp.

Với đầu óc nhanh nhạy, có tầm nhìn xa và khả năng lãnh đạo tài ba ông đã xây dựng được doanh nghiệp của mình trở thành một trong những tập đoàn hùng mạnh của thế giới.





## **BẢN NĂNG HÀNH ĐỘNG**

1. Những loại cảm xúc nào đang thúc đẩy hành động của bạn mỗi ngày? Hành động đó có giúp bạn tiến gần tới mục tiêu hơn không?
2. Bạn đang hành động mạnh mẽ, đầy đam mê và quyết liệt hay đang chần chừ, hành động cầm chừng? Điều gì xảy ra sẽ khiến bạn hành động đầy nhiệt huyết?
3. Nhớ lại câu chuyện mà bạn phải trả giá vì đã không kiên trì trong hành động của bạn! Nhớ lại thương vụ mà bạn đánh mất một cách đáng tiếc! Bạn rút ra bài học gì cho việc hành động thiếu tính kiên trì?
4. Những hành động nào bạn đang thấy tốt? Hãy liên tục lặp lại những hành động tốt của bạn cho đến khi nó trở thành thói quen! Mỗi tháng hãy lên kế hoạch lập cho mình 1 - 2 thói quen tốt giúp bạn tiến gần đến mục tiêu của mình hơn.
5. Làm cách nào để đưa những thói quen tốt vào trong TIỀM THỨC của bạn? Làm thế nào để biến những hành động, những thói quen tốt thành bản năng?





## Hành trình tiếp diễn...

Chúc mừng bạn đã đọc đến những dòng chữ này! Chúc mừng bạn đã có được những trải nghiệm thật thú vị!

Vậy là chúng ta đã cùng nhau đi đến chặng đường cuối cùng của chương trình đào tạo. Một chương trình mang đến cho bạn những chân trời mới, những tri thức mới, những khám phá mới của nhân loại. Qua chương trình đào tạo này, chúng tôi tin chắc rằng các bạn sẽ thay đổi những cái nhìn mới về nghề bán hàng mà bao lâu nay đã hằn in trong tâm trí của người dân chúng ta.

Một người thành công là một người dám trải qua thất bại và mạnh mẽ chiến đấu với khó khăn đến cùng. Với những tri thức được đúc kết trong cuốn sách chúng tôi tin các bạn sẽ thay đổi cuộc đời thực sự, vươn lên những tầm cao mới.

Những điều chúng tôi đề cập trong cuốn sách không chỉ được áp dụng trong kinh doanh mà còn có thể áp dụng trong cuộc sống hàng ngày. Các bạn có thể dựa vào đó mà tôi luyện được những đức tính tốt đẹp cho bản thân, từ cách đối nhân xử thế đến đến những suy nghĩ trong tâm thức của mình. Điều đó cho thấy, sản phẩm của SUFOCORP có thể giúp bạn phát triển một cách toàn diện.

Trong thời gian tới chúng tôi nguyện sẽ cho ra mắt những sản phẩm mới tuyệt diệu hơn nữa với mong muốn được phụng sự quý độc giả của Sufo đến hết cuộc đời này.

Một lần nữa chúng tôi xin chân thành cảm ơn các bạn đã dành cho Sufo những tình cảm tốt đẹp nhất. Hẹn gặp lại các bạn trong những ấn phẩm sau!





*Người bạn hàng  
Xuất chúng*

Một sản phẩm của

**Sufocorp**  
Khai mở trí tuệ thành công!

Liên hệ:

Công ty cổ phần Success Formation Việt Nam

Văn phòng đại diện

12A9, Tháp 2 Tòa nhà C37 Bắc Hà, đường Tố  
Hữu, Nam Từ Liêm Hà Nội.

Email: [info@sufo.vn](mailto:info@sufo.vn)

Hotline: 0969 455 035

Website: [www.sufo.vn](http://www.sufo.vn)