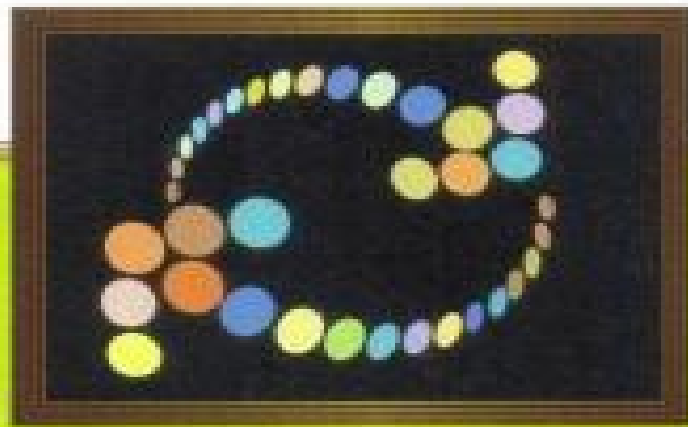


JOHN C. MAXWELL



AI CŨNG GIAO TIẾP NHƯNG MẤY NGƯỜI KẾT NỐI

EVERYONE COMMUNICATES, FEW CONNECT

John C. Maxwell

Ai cũng giao tiếp, nhưng mấy người kết nối

Bản quyền tiếng Việt © Công ty Cổ phần sách Alpha

Ebook miễn phí tại : www.SachMoi.net

LỜI TỰA

Tháng trước, Sangeeth Varghese, tác giả, nhà báo chuyên mục kiêm người sáng lập LeadCap, một tổ chức đào tạo các nhà lãnh đạo ở Ấn Độ đã gọi cho tôi từ nước ngoài. Ông phỏng vấn tôi cho bài đăng trên Tạp chí Forbes. Tôi rất thích trò chuyện với Sangeeth, nhưng chúng tôi đã gặp chút trục trặc vì đường truyền điện thoại không được tốt lắm. Chúng tôi đã bị ngắt kết nối đến gần 10 lần. Phút trước, chúng tôi còn đang nói rôm rả về nghệ thuật lãnh đạo, thì ngay phút sau đã là những tiếng tút dài báo ngắt kết nối.

Ai cũng từng gặp vấn đề này khi trò chuyện qua điện thoại. Đó là lý do Verizon đã thực hiện một chiến dịch mang tên “Các bạn có nghe thấy tôi nói gì không?” Khi cuộc gọi bị gián đoạn, các bạn có biết không? Các bạn phản ứng thế nào? Các bạn cảm thấy ra sao? Khó chịu? Thất vọng? Hay tức giận?

Bạn đã bao giờ nghĩ đến các nguyên nhân khiến kết nối bị gián đoạn chưa? Kết nối bị gián đoạn làm mất thời gian, gián đoạn mạch thông tin và làm giảm năng suất của bạn. Như vậy, kết nối là mạch nguồn của giao tiếp.

Kết nối gián đoạn qua điện thoại có thể dễ dàng nhận biết, vậy khi bạn giao tiếp trực tiếp với mọi người thì sao? Bạn có biết khi nào kết nối được tạo ra? Hay khi nào kết nối bắt đầu xấu đi? Bạn có xác định được thời điểm giao tiếp có dấu hiệu bị gián đoạn không? Sự thật là hầu hết mọi người đều mù mờ về các yếu tố này khi kết nối trong các tình huống giao tiếp hàng ngày.

Đối với tôi, khi tương tác với mọi người, dù là một người, một nhóm, hay đám đông khán giả, tôi biết mình vừa kết nối khi cảm nhận được:

- Nỗ lực đặc biệt – mọi người đều nỗ lực.
- Sự đánh giá tự nguyện – họ nói những điều tích cực.
- Sự cởi mở – họ thể hiện sự tin tưởng.
- Giao tiếp tăng cường – họ mở lòng hơn.
- Trải nghiệm thú vị – mọi người cảm thấy thú vị về những gì họ đang làm.
- Sự gắn bó về mặt tình cảm – họ giao tiếp bằng cảm xúc.
- Nhiệt huyết – “pin” năng lượng cảm xúc của họ được sạc đầy khi chúng tôi ở cùng nhau.
- Sự đồng tâm hiệp lực ngày càng tăng – hiệu quả làm việc của họ đạt mức cao nhất.
- Tình yêu vô điều kiện – họ chấp thuận mà không có bất cứ sự dè phòng nào.

Bất cứ khi nào tương tác với mọi người và nhận thấy những dấu hiệu này, tôi biết mình đang kết nối.

Tôi biết mình cần gì để kết nối với người khác và phán đoán được thời điểm thành công.

Còn bạn, khi tương tác trực tiếp với một người nào đó quan trọng trong cuộc sống, bạn có nhận thấy những tín hiệu này không? Khi chủ trì một cuộc họp hay tham dự một hoạt động nhóm, bạn có thấy rõ những đặc điểm kết nối này không? Khi nói chuyện với khán giả, bạn có kết nối với họ, có mang lại hiệu quả về giao tiếp và trải nghiệm thú vị cho bạn và cả họ không? Nếu không thể trả lời “có” cho những câu hỏi trên một cách dứt khoát, thì có nghĩa bạn cần phải cải thiện khả năng kết nối với mọi người. Chúng ta trò chuyện, giao tiếp hằng ngày, hằng giờ, thậm chí hằng phút, nhưng không mấy ai biết kết nối. Số ít người biết kết nối sẽ đưa các mối quan hệ, công việc và cuộc sống của họ lên một tầm cao mới.

Nếu bạn muốn kết nối để giành thế chủ động hơn trong mọi việc, bạn có thể học nó ngay từ hôm nay dù hôm qua bạn không giỏi kết nối chút nào. Và đó cũng là lý do bạn nên đọc cuốn sách này. Tôi đã học được cách kết nối hiệu quả với mọi người và nó là một trong những điểm mạnh nhất của tôi. Đó là một trong những lý do chính tôi có thể giao tiếp với mọi người – một phần cơ bản trong khả năng lãnh đạo của tôi. Và tôi còn học hỏi thêm cách kết nối với những người tiên tiến hơn. Tôi đã đưa bản thảo này lên blog của tôi, JohnMaxwellOnLeadership.com, để tôi có thể kết nối với mọi người về chủ đề này và nhận được những nhận xét cũng như phản hồi của họ. Cuốn sách đã nhận được hơn 100.000 lượt xem trong 11 tuần sau khi được đăng tải. Tôi đã thực hiện hàng trăm thay đổi và chỉnh sửa cho bản thảo dựa trên ý kiến của họ, hơn 70 trích dẫn, câu chuyện cùng giai thoại từ độc giả đã được đưa vào cuốn sách.

Nhưng đó không phải là động lực chính để tôi đăng tải bản thảo lên blog, hay đưa lên Twitter. Tôi làm tất cả những điều này bởi tôi muốn đem lại giá trị nhiều hơn cho mọi người. Vào năm 1979, tôi bắt đầu viết sách với mong muốn có chút ảnh hưởng nào đó đến những người tôi sẽ không bao giờ có cơ hội gặp mặt. Năm 2009, tôi bắt đầu viết blog và sử dụng phương tiện truyền thông xã hội để mở rộng vòng kết nối với mọi người hơn nữa. Giờ đây, tôi đã có thể bổ sung giá trị cho cả những người không bao giờ đọc sách của tôi. Đó là một cách trong những cách khác để kết nối với mọi người.

Tôi tin mình có thể giúp bạn học cách kết nối. Đó là lý do tôi viết cuốn sách này. Trong phần đầu của cuốn sách, tôi sẽ đưa ra năm nguyên tắc nền tảng để bạn hiểu rõ hơn về cách kết nối với mọi người. Trong phần hai, bạn sẽ biết được năm hành động mà bất cứ ai cũng có thể làm để kết nối với những người khác – bất kể tuổi tác, kinh nghiệm hay khả năng giao tiếp. Học cách kết nối với mọi người có thể sẽ thay đổi cuộc sống của bạn.

01: KẾT NỐI LÀM TĂNG ẢNH HƯỞNG CỦA BẠN TRONG MỌI HOÀN CẢNH

Theo các chuyên gia thống kê, mỗi người chúng ta gửi đi khoảng 35.000 thông điệp mỗi ngày. Dù chúng ta đi đâu, nhìn gì, thì ai đó cũng có thể đang cố gắng thu hút sự chú ý của chúng ta. Mọi chính trị gia, nhà quảng cáo, nhà báo, người thân và người quen đều cần nói gì đó với chúng ta. Chúng ta tiếp xúc với các e-mail, tin nhắn văn bản, các bảng quảng cáo, tivi, phim ảnh, đài phát thanh, các trang mạng xã hội như Twitter, Facebook và các blog mỗi ngày. Thêm vào đó, còn có cả báo, tạp chí và sách vở nữa. Thế giới của chúng ta được bao trùm bởi ngôn ngữ. Chúng ta chọn lựa tiếp nhận hay đào thải thông điệp bằng cách nào?

Đồng thời, chúng ta cũng có những thông điệp muốn chuyển tới người khác. Trung bình, hầu hết mỗi người đều nói khoảng 16.000 từ mỗi ngày, tương đương 300 trang giấy mỗi tuần. Bạn sẽ có cả “một thư viện từ ngữ” trong đời. Nhưng bao nhiêu từ trong đó mang lại hiệu quả? Bao nhiêu từ tạo nên sự khác biệt? Bao nhiêu từ được tiếp nhận bởi những người khác?

Nhưng làm thế nào để những lời nói của bạn tạo ra ảnh hưởng lại không hề đơn giản? Làm thế nào bạn có thể thực sự giao tiếp với những người khác?

Kết nối SẼ GIÚP BẠN THÔI THẤT VỌNG

Mọi người không thể thành công trong cuộc sống nếu không giao tiếp hiệu quả. Nỗ lực thôi chưa đủ. Làm tốt công việc thôi chưa đủ. Để thành công, bạn cần phải học cách thực sự giao tiếp với người khác.

Bạn đã từng cảm thấy thất vọng khi thuyết trình nhưng không được mọi người đón nhận? Bạn có từng muốn sắp xếp hiểu được những đóng góp của bạn đối với công ty, để được tăng lương hay thăng tiến? Nếu có con, bạn có muốn chúng lắng nghe để bạn có thể giúp chúng đưa ra những lựa chọn phù hợp? Bạn có muốn cải thiện mối quan hệ với một người bạn hay tác động tích cực đến cộng đồng? Nếu không thể tìm được cách giao tiếp hiệu quả, bạn sẽ không thể đạt được thành công như bạn mong muốn và sẽ mãi ôm nỗi thất vọng.

Bí mật ở đây chính là kết nối! Sau hơn 40 năm kết hôn, có một sự nghiệp vững vàng và thành công trong vai trò của một diễn giả, với hàng thập kỷ dẫn dắt các tổ chức hàng đầu, cùng những kinh nghiệm giúp đỡ mọi người phát triển trên khắp nước Mỹ và tại hàng chục quốc gia trên thế giới, tôi có thể nói với bạn rằng: nếu muốn thành công, bạn phải học cách kết nối với những người khác.

Nỗ lực thôi chưa đủ. Làm tốt công việc thôi chưa đủ. Để thành công, bạn cần phải học cách thực sự giao tiếp với người khác.

KẾT NÓI LÀ CHÌA KHÓA ĐỂ MỞ CÁNH CỬA BÍ MẬT

Tôi bị thuyết phục hoàn toàn rằng giao tiếp và lãnh đạo hiệu quả đều nhờ vào khả năng kết nối. Nếu bạn có thể kết nối với những người khác ở mọi cấp độ – trực tiếp với một người, theo nhóm và với khán giả – các mối quan hệ của bạn sẽ trở nên mạnh mẽ hơn, độ nhạy bén của bạn về cộng đồng được cải thiện hơn, tăng khả năng tạo ra tinh thần đồng đội, ảnh hưởng và hiệu suất của bạn đương nhiên sẽ tăng vọt.

Kết nối là khả năng xác định đối tượng giao tiếp và dẫn dắt họ nhằm làm tăng ảnh hưởng của bạn đến họ. Tại sao điều đó lại quan trọng? Bởi khả năng giao tiếp và kết nối với những người khác là một yếu tố quyết định việc bạn có đạt tới điều mình kỳ vọng hay không. Để thành công, bạn phải cộng tác với những người khác, và để làm điều đó tốt nhất có thể, bạn phải học cách kết nối.

Nếu bạn giỏi kết nối, các mối quan hệ của bạn sẽ vững chắc đến mức nào? Hôn nhân và cuộc sống gia đình của bạn sẽ được cải thiện ra sao? Mối quan hệ của bạn với bạn bè sẽ tuyệt vời đến mức nào? Bạn sẽ sống hòa thuận với những người hàng xóm đến đâu nếu bạn có thể kết nối với họ?

Một kết nối tốt sẽ ảnh hưởng như thế nào đến sự nghiệp của bạn? Bạn sẽ đạt được điều gì nếu bạn kết nối được với các đồng nghiệp? Công việc của bạn sẽ thay đổi ra sao nếu bạn có thể kết nối với cấp trên của mình tốt hơn?

Kết nối là khả năng xác định đối tượng giao tiếp và dẫn dắt họ nhằm làm tăng ảnh hưởng của bạn đến họ.

KẾT NÓI RẤT QUAN TRỌNG ĐỐI VỚI CÁC NHÀ LÃNH ĐẠO

Tôi được mọi người biết đến nhiều nhất ở khả năng viết lách và chia sẻ về khả năng lãnh đạo. Nếu muốn làm việc hiệu quả và có tầm ảnh hưởng lớn hơn, hãy học cách để trở thành một nhà lãnh đạo tốt hơn bởi mọi thứ đều xoay quanh khả năng lãnh đạo. Các nhà lãnh đạo giỏi nhất luôn là những người có khả năng kết nối tuyệt vời.

Nếu quan tâm đến một nghiên cứu tình huống về kết nối liên quan đến lãnh đạo, bạn nên quan sát các tổng thống của Hoa Kỳ trong khoảng 30 năm qua. Bởi mỗi động thái của họ đều được báo chí tại Mỹ và trên thế giới nhắc đến, nên hầu hết mọi người đều đã quen với chúng.

Sử gia về Tổng thống Robert Dallek đã nói rằng các tổng thống thành công cho thấy năm phẩm chất giúp họ đạt được những điều mà người khác không thể: tầm nhìn, chủ nghĩa thực dụng, khả năng xây dựng sự đồng thuận, uy tín và sự đáng tin. Nhà tư vấn lãnh đạo và giao tiếp John Baldoni đã chỉ ra rằng:

Bốn trong năm yếu tố này phụ thuộc rất nhiều vào khả năng giao tiếp ở nhiều cấp độ. Các tổng thống, cũng như mọi nhà lãnh đạo, đều cần có khả năng mô tả đích đến (tầm nhìn), thuyết phục mọi người ủng hộ họ (sự đồng thuận), kết nối ở cấp độ cá nhân (uy tín) và chứng minh độ tin cậy, tức là biến lời nói thành hành động (sự tin tưởng). Ngay cả chủ nghĩa thực dụng cũng phụ thuộc vào cách giao tiếp... Vì vậy, hiệu quả lãnh đạo của các tổng thống hay bất cứ ai ở vị trí quyền lực, đều phụ thuộc vào các kỹ năng giao tiếp tốt ở một mức độ nào đó.

Và các kỹ năng giao tiếp này phụ thuộc phần nhiều vào kết nối!

Hãy tạm gác các ý kiến và thành kiến chính trị để quan sát các khả năng của một số tổng thống trong quá khứ. Chúng ta cùng xét đến những điểm khác biệt trong kỹ năng kết nối giữa Ronald Reagan và Jimmy Carter khi họ chạy đua với nhau. Trong cuộc đối đầu cuối cùng của họ vào ngày 28 tháng 10 năm 1980, Carter đã cho thấy mình là một người lạnh lùng và vô cảm. Ông đáp lại mọi câu hỏi được đặt ra bằng các sự kiện và con số. Walter Cronkite đã mô tả Carter là người không có khiếu hài hước. Dan Rather gọi Carter là người khắc kỷ và thành thoi. Và khi Carter vận động để tái đắc cử, ông như một con thoi giữa việc cố gắng để gây ấn tượng với mọi người bằng cách tuyên bố những sự thật thẳng thắn và cố gắng khiến mọi người đồng cảm với ông cùng những gánh nặng công việc của ông. Ông từng nói: “Tôi đã phải tự xác định lợi ích và các vấn đề liên quan của đất nước này,” và tuyên bố: “Đó là một công việc đơn độc.” Ông ấy không bao giờ quan tâm đến cử tri và mối bận tâm của họ.

Ngược lại, Reagan lại gắn bó với các cử tri của mình và thậm chí với cả Carter. Trước cuộc đối đầu, Reagan bước về phía Carter và bắt tay ông ấy, hành động có vẻ khiến cựu tổng thống giật mình. Trong cuộc đối đầu, khi đối thủ của mình nói, Reagan lắng nghe và mỉm cười. Tới lượt ông, Reagan thường hướng lời kêu gọi của mình đến các cử tri. Ông không tìm cách xuất hiện như một chuyên gia, dù có trích dẫn số liệu và phân bác một số thực tế mà Carter đưa ra, ông đã cố gắng kết nối. Rất nhiều người nhớ những lời phát biểu bẽ mặt của ông, trong đó ông đã hỏi mọi người: “Các quý vị có sống tốt hơn so với 4 năm trước đây không?” Reagan đã nói với các cử tri rằng: “Quý vị đã khiến đất nước này trở nên tuyệt vời.” Khác với Carter, ông tập trung vào người nghe. Hẳn là không thể có sự tương phản nào khác lớn hơn giữa Nhà giao tiếp đại tài này và người tiền nhiệm của ông.

Một sự tương phản tương tự có thể được thấy giữa Bill Clinton và người kế nhiệm ông, George W. Bush. Clinton đã đưa giao tiếp lên cấp độ mới với cương vị tổng thống Hoa Kỳ. Ông có năng lực tương đương với Reagan trong việc kết nối trực tiếp hoặc qua máy quay. Khi ông nói: “Tôi cảm nhận được nỗi đau của quý vị,” hầu hết mọi người trên khắp nước Mỹ đều kết nối với ông. Clinton không chỉ sở hữu các kỹ năng kết nối của Reagan mà còn bổ sung vào đó khả năng bậc thầy về phỏng vấn và các dạng chương trình talk-show, vốn giữ vai trò rất quan trọng khi ông chạy đua vào Nhà Trắng. Dường như ông không bao giờ bỏ lỡ bất cứ cơ hội nào để kết nối. Cho đến nay, không có chính trị gia nào vượt qua được ông về khả năng kết nối với người khác.

Bush, trái lại, gần như bỏ lỡ mọi cơ hội kết nối với mọi người. Ông chỉ có một khoảnh khắc kết nối rõ ràng sau ngày 11 tháng 9 năm 2001, khi ông phát biểu tại Ground Zero. Sau đó, ông thường dò dẫm và thất bại khi cố gắng nói chuyện với những người khác. Việc không có khả năng kết nối đã khiến mọi người xa lánh và phủ màu lên mọi thứ ông làm trong suốt thời gian tại nhiệm. Trong năm 2008, chuyên gia giao tiếp Bert Decker cũng đã viết về Tổng thống Bush: “Ngay sau ngày 11 tháng 9, ông ta trở lại trạng thái nhún vai, nhếch mép và lúng túng về ngôn từ. Khả năng ứng phó với cơn bão Katrina của ông ta kém thậm tệ, đó không phải là khả năng giao tiếp của một nhà lãnh đạo. Với rất ít ảnh hưởng trong năm qua, có thể nói tổng thống của chúng ta là nhà giao tiếp tồi tệ nhất năm 2008.”

Nếu xét về khía cạnh chính trị, mọi người có thể có quan điểm khác biệt về Jimmy Carter, Ronald Reagan, Bill Clinton và George W. Bush. Bạn có thể nói với thái độ tích cực hay tiêu cực về tính cách, triết lý, hay các chính sách của họ. Nhưng tất cả sẽ có chung quan điểm khi nói về hiệu quả từ khả năng kết nối của các nhà lãnh đạo này.

Kết nối rất quan trọng cho dù bạn đang cố gắng dạy con hay điều hành một đất nước. Tổng thống Gerald Ford đã từng thừa nhận: “Nếu được trở lại trường đại học một lần nữa, tôi muốn tập trung vào hai lĩnh vực: học viết và thuyết trình. Không có gì quan trọng hơn khả năng giao tiếp hiệu quả.” Tài năng thôi là chưa đủ. Kinh nghiệm thôi cũng chưa đủ. Để lãnh đạo người khác, bạn phải có khả năng giao tiếp tốt và kết nối là yếu tố then chốt trong đó.

“Nếu được trở lại trường đại học một lần nữa, tôi muốn tập trung vào hai lĩnh vực: học viết và thuyết trình. Không có gì quan trọng hơn khả năng giao tiếp hiệu quả.”

– Tổng thống Gerald Ford

KẾT NỐI CÓ VAI TRÒ QUAN TRỌNG TRONG MỌI LĨNH VỰC ĐỜI SỐNG

Tất nhiên, kết nối không chỉ dành cho các nhà lãnh đạo. Nó dành cho những ai muốn làm mọi việc hiệu quả hơn hay chỉ đơn giản là tận hưởng những mối quan hệ tốt đẹp hơn. Tôi đã nhận được rất nhiều ý kiến khẳng định về điều này từ những người ghé thăm blog của tôi, JohnMaxwellOnLeadership.com.

Tôi từng đọc tác phẩm của doanh nhân Tom Martin, miêu tả về tầm quan trọng của kết nối. “Kết nối là tham gia vào giao tiếp, nhưng để tạo ra một kết nối, phải có mối quan hệ,” Tom viết. “Tôi đã cố gắng giúp các nhóm bán hàng của mình nhận thấy được vai trò của họ trong việc biến sự chỉ dẫn thành khách hàng tiềm năng, khách hàng tiềm năng thành khách hàng và khách hàng thành khách hàng trung thành. Nhân viên phải kết nối các khách hàng, những người ủng hộ lớn nhất, giúp chúng tôi phát triển hoạt động kinh doanh.”

Tôi cũng nghe nói về điều đó từ rất nhiều giáo viên và giảng viên. Huấn luyện viên kiêm giảng viên của Exceed Resources, Cassandra Washington, đã nói với tôi: “Tôi dạy các học viên của mình rằng kết nối là điểm then chốt. Lãnh đạo là khả năng kết nối với mọi người. Phục vụ khách hàng là kết nối. Nuôi dạy con cái cũng là... kết nối.” Với tư cách một giáo viên dạy tiếng Anh như ngôn ngữ thứ hai, Lindsay Fawcett, đã viết rằng khi cô ở Hồng Kông và Trung Quốc đại lục, cô nhận thấy cuộc họp nào cũng luôn bắt đầu từ một kết nối được lên kế hoạch trước, với thực phẩm và đồ uống có sẵn để mọi người có thể làm quen với nhau. Điều đó đã làm thay đổi quan điểm của cô. “Tôi là một trong những người lớn lên đã có khả năng làm ‘mọi việc’, nhưng tôi không bao giờ hiểu được ý tưởng về kết nối. Cuối cùng, tôi đã học được cách kết nối với các sinh viên của tôi, hành động đó đã giúp tôi trở thành một giáo viên tốt hơn.”

Jennifer Williams, người vừa chuyển đến một khu phố mới, nói rằng cô ấy đã ra khỏi nhà để gặp gỡ những người hàng xóm mới, nói chuyện với họ, tìm hiểu nghề nghiệp, tên các con cũng như thú cưng của họ. Ngay lúc đó, mọi người bắt đầu cởi mở hơn. Một người hàng xóm nói với cô ấy: “Trước khi chị đến đây, chúng tôi hiếm khi nói chuyện, hầu như không biết nhau và không bao giờ gặp gỡ hoặc tụ tập vào các buổi tối. Chị mới đến đây chưa đầy hai tháng vậy mà đã biết tất cả mọi người!” Jennifer nói đó là bởi “mọi người muốn được kết nối và trở thành một phần trong điều gì đó.” Với tôi, cô ấy còn là một nhà kết nối!

Khi mọi người sở hữu khả năng kết nối, họ có thể làm nên sự khác biệt rất lớn. Bạn không cần phải là

một tổng thống, một nhà điều hành cao cấp để kết nối và bổ sung giá trị cho bản thân.

Kết nối quan trọng đối với bất kỳ ai muốn thành công. Nó thiết yếu cho người muốn xây dựng những mối quan hệ tuyệt vời. Bạn sẽ chỉ đạt được thành công khi học cách kết nối với những người khác dù bạn đang làm nghề gì hay lựa chọn con đường nào. Nếu không, bạn chẳng khác nào một nhà máy điện hạt nhân bị... ngắt điện. Bạn có nguồn lực và tiềm năng đáng kinh ngạc, nhưng sẽ không bao giờ có thể đưa chúng vào sử dụng.

KHÁT KHAO KẾT NỐI

Tôi tin bất cứ ai cũng có thể học cách kết nối với những người khác. Tôi đã làm được điều đó. Dù kết nối không phải là kỹ năng thiên bẩm của tôi. Khi còn bé, tôi muốn kết nối với cha mẹ mình, không chỉ vì tôi yêu họ mà còn bởi tôi nghĩ rằng nếu “có mối quan hệ tốt với mẹ”, tôi sẽ không bị đánh đòn khi cư xử không phải phép.

Tôi cũng học được rằng sự hài hước rất có giá trị đối với kết nối. Tôi nhớ một lần khi anh trai tôi, Larry, và tôi gặp rắc rối, tiếng cười đã cứu tôi. Thường thì khi bị phạt, chúng tôi được yêu cầu gặp người và ôm một chiếc ghế. Sau đó, mẹ sẽ nện vào mông chúng tôi bằng chiếc que gạt bánh. Larry là anh lớn, nên thường bị phạt trước và có lần, khi mẹ nện roi đầu tiên xuống, có một tiếng nổ lớn và khói xì ra từ mông Larry. Anh ấy đã giấu một băng đạn giấy trong túi hậu. Mẹ gào lên. Tất cả chúng tôi đều phá lên cười và tuyệt nhất là tôi đã không bị ăn đòn ngày hôm đó! Tôi cũng đã để băng đạn giấy trong túi để đề phòng bị đánh đòn tiếp sau đó.

Khi lớn hơn một chút, tôi đã nhận thức được một số bạn trong lớp kết nối với các thầy cô giáo và được thầy cô yêu quý còn tôi thì không. Tôi cũng muốn được như vậy và tôi bắt đầu tự hỏi các bạn cùng lớp đã làm điều gì để được như vậy.

Lên cấp 2, chuyện tương tự lại diễn ra. Khi thử sức với môn bóng rổ, tôi gia nhập một đội nhưng không được chơi dù tôi chơi tốt hơn ít nhất hai cầu thủ khác. Tôi có thể cảm nhận được rào cản vô hình ngăn mình với đích đến. Tôi cảm thấy thất vọng và tự hỏi tại sao huấn luyện viên Neff lại thích họ hơn tôi. Tôi đã phát hiện ra các bạn đã kết nối với huấn luyện viên từ năm học trước còn tôi thì không. Thiếu kết nối chính là nguyên nhân dẫn đến sự bất lợi của tôi.

Bạn đã bao giờ trải qua những điều tương tự như vậy chưa? Bạn có thể là người có tay nghề cao nhất ở một lĩnh vực nào đó tại nơi làm việc, nhưng bạn không bao giờ được thăng tiến. Hoặc bạn làm việc chăm chỉ và hiệu quả, nhưng những người khác không đánh giá cao những gì bạn làm. Hay bạn mong muốn xây dựng mối quan hệ với những người xung quanh, nhưng có vẻ họ không muốn lắng nghe bạn. Hoặc bạn muốn tạo dựng một đội hiệu quả – hoặc chỉ là một phần trong một đội hiệu quả – nhưng bạn lại bị cho “ra rìa”. Vấn đề vẫn chính là kết nối. Để thành công trong giao tiếp, bạn cần có khả năng kết nối.

Cuối cùng, tôi cũng bắt đầu tìm hiểu về kết nối ở trường trung học. Vợ tôi, Margaret, và tôi bắt đầu hẹn hò trong thời gian đó. Cô ấy được rất nhiều người biết đến và có ba “vệ tinh” khác ngoài tôi. Thành thật mà nói, cô ấy có chút hoài nghi về tôi. Tôi đã luôn cố gắng gây ấn tượng, nhưng cô ấy luôn ngờ vực mỗi khi tôi hết lời khen ngợi cô ấy. “Sao bạn có thể nói vậy? Bạn thậm chí còn không biết rõ tớ!” cô ấy nói.

Tôi phải làm sao để chinh phục được cô ấy? Tôi quyết định kết nối với mẹ cô ấy! Một khi lấy được lòng mẹ của Margaret, sớm muộn gì, tôi cũng lấy được lòng Margaret. Và bất cứ khi nào tôi làm điều gì đó ngớ ngẩn, mẹ cô ấy sẽ bênh vực tôi. Điều đó đã giúp tôi giành được thiện cảm của Margaret và nhiều năm sau đó, chúng tôi đã cùng nhau bước vào lễ đường.

Nhận thức của tôi về tầm quan trọng của việc kết nối với mọi người đã rất cấp thiết khi tôi vào đại học. Tôi biết nó có thể tạo ra sự khác biệt giữa thành công và thất bại. Tôi nhận thấy bất kỳ ai kết nối với những người khác thường có mối quan hệ tốt hơn, gặp ít xung đột hơn và thực hiện được nhiều việc hơn những người không kết nối. Bạn đã bao giờ nghe về một người được cho là sống một “cuộc sống quyến rũ” chưa? Họ thường là những người đã học được cách kết nối. Khi kết nối với những người khác, bạn đã tự đặt mình vào vị trí giúp tận dụng tối đa các kỹ năng và tài năng của bản thân. Khi không kết nối, bạn sẽ phải vượt qua rất nhiều trở ngại chỉ để đạt đến xuất phát điểm trung bình.

Tôi đã đi lên từ một xuất phát điểm rất thấp. Tôi có rất nhiều tham vọng và các mục tiêu rõ ràng trong suốt thời đại học và những năm đầu đi làm, nhưng việc tôi không có khả năng kết nối với mọi người là một rào cản đối với thành công của tôi.

Khi kết nối với những người khác, bạn đã tự đặt mình vào vị trí giúp tận dụng tối đa các kỹ năng và tài năng của bản thân.

CAN ĐẢM CÓ KHẢ NĂNG THAY ĐỔI

Lời nguyện an bình nổi tiếng của nhà thần học Reinhold Niebuhr có nội dung:

Lạy Chúa, cho con an bình để chấp nhận
những điều con không thể thay đổi,

lòng can đảm để thay đổi những điều con có thể,

và sự khôn ngoan để nhận biết sự khác biệt giữa hai điều.

Lời cầu nguyện miêu tả cảm giác của tôi khi phải đối mặt với năng lực kém cỏi khi kết nối với những người khác. Tôi cảm thấy mình đang bị giằng xé giữa sự thiếu khả năng và mong muốn thay đổi. Những gì tôi cần là “nắm bắt được sự khác biệt” giữa những gì tôi có thể và không thể cải thiện. Tôi nhận ra mình đang nỗ lực hết sức thôi không đủ. Nếu không thể thay đổi và cải thiện trong lĩnh vực quan trọng này của cuộc đời, có nghĩa là thành công sẽ mãi nằm ngoài tầm với của tôi. Tôi muốn kết nối với mọi người bất cứ lúc nào, chứ không phải “chộp giật” – lúc được lúc chẳng.

Trong suốt thời gian dài, tôi đã tập trung vào các kỹ năng giao tiếp của bản thân và dưới đây là những điều tôi đã khám phá ra.

Có những điều tôi có thể thay đổi nhưng chưa biết cách thay đổi

Tôi có thể thấy mình đang không kết nối với mọi người, nhưng không biết tại sao tôi lại không thể làm tốt hoặc tạo nên sự khác biệt. Tôi muốn có người nào đó trong vòng tròn các mối quan hệ của mình có thể giúp tôi, nhưng những người tôi có thể đề nghị giúp đỡ lại không kết nối với những người khác.

May mắn thay, đây là lúc khiến tôi bắt đầu suy nghĩ về cách giải quyết vấn đề.

Các kỹ năng đối phó của tôi tốt hơn các kỹ năng kết nối

Bạn làm gì khi thất vọng hoặc thất bại? Hầu hết mọi người đều suy sụp, đối phó hoặc thay đổi. May mắn thay, qua rèn luyện tôi đã có thái độ và khả năng tự nhận thức tích cực về bản thân. Vì vậy, tôi có thể đối phó với vấn đề. Nhưng thật không may, đối phó không giúp tôi tiến bộ, nó mang tính tĩnh và phòng thủ cao, chỉ đơn thuần là phản ứng. Chỉ tìm cách đối phó không giúp bất cứ ai hoàn thành được việc gì mà chỉ giúp một người “tồn tại”. Nhưng thứ tôi muốn là thay đổi cơ.

Để giao tiếp hiệu quả và dẫn dắt người khác, bạn phải chủ động. Bạn cần làm nhiều hơn là chỉ tìm cách đối phó. Tôi nhận ra rằng nếu muốn thăng tiến trong nấc thang cuộc đời, dẫn dắt những người khác và điều hành một tổ chức thành công, tôi cần phải vượt qua tư tưởng đối phó. Tôi cần phải kết nối.

Tôi muốn tạo nên sự khác biệt, thay vì đơn thuần biết đến sự khác biệt

Trong cuộc sống, có những lúc bạn sẽ nhận ra có những điều bạn không thể làm được. Trong những thời khắc như thế, bạn quyết định hoặc chấp nhận nó hoặc chiến đấu chống lại nó. Tôi chọn chiến đấu. Bởi tôi muốn tạo sự khác biệt trong cuộc sống của những người khác và tôi biết rằng nếu mình không học cách kết nối với mọi người, khả năng của tôi sẽ mãi bị giới hạn. Tôi không muốn sống mãi với những thiếu sót của bản thân. Tôi muốn thay đổi chúng.

Tôi cần nhiều can đảm hơn để thay đổi – tôi cần các kỹ năng kết nối

Thành thực mà nói, Lời nguyện an bình có chút thụ động đối với một nhà lãnh đạo chủ động như tôi. Tôi muốn nhiều hơn, không chỉ là sự can đảm để nắm bắt và chấp nhận sự khác biệt giữa những gì tôi có thể và không thể thay đổi. Tôi muốn có sự can đảm, năng lượng và các kỹ năng để tạo ra những thay đổi cần thiết cho hành trang tương lai. Tôi muốn trở thành một nhà kết nối có ảnh hưởng tích cực đến cuộc sống của những người khác. Tôi muốn học cách kết nối với bất kỳ ai vào bất cứ lúc nào.

NÓI NHIỀU HƠN KHÔNG PHẢI CÂU TRẢ LỜI

Dù mục tiêu của bạn là gì, kết nối đều có thể giúp bạn. Và nếu không thể kết nối, bạn sẽ phải trả giá. Tất nhiên, cũng có những lợi ích khác của việc học cách kết nối với mọi người và giao tiếp với họ một cách hiệu quả, như trong câu chuyện hài hước mà một người bạn gửi cho tôi về Jorge Rodriguez, một tên cướp ngân hàng Old West đến từ Mexico, kẻ hoạt động dọc theo biên giới Texas vào khoảng năm 1900. Rodriguez gần như là một kẻ bất khả chiến bại đến mức Đội biệt động Texas đã thành lập một lực lượng Đặc nhiệm để tìm cách ngăn chặn hắn.

Vào một buổi chiều muộn, một trong những thành viên của Đội biệt động thấy Rodriguez vượt biên trở lại Mexico và đã lén theo dấu hắn. Anh thấy tên cướp về làng và trà trộn vào đám người ở quảng trường. Khi Rodriguez vào quán rượu nhỏ ưa thích của mình để làm vài ly, thì anh liền lao vào quán và tìm cách khống chế tên cướp.

Dí khẩu súng lục vào đầu tên cướp ngân hàng, anh nói: “Jorge Rodriguez, tao đến để lấy lại số tiền

mày đã cướp từ các ngân hàng ở Texas. Nếu muôn sống, thì ‘nôn’ tiền ra đây.”

Rodriguez nhìn thấy huy hiệu của viên sĩ quan và biết mình đang ở vào hoàn cảnh nào. Nhưng có một vấn đề là hắn không nói được tiếng Anh. Hắn bắt đầu xô ra một tràng tiếng Tây Ban Nha. Tuy nhiên, viên sĩ quan lại không hiểu tiếng Tây Ban Nha.

Ngay lúc đó, một cậu bé xuất hiện và nói bằng tiếng Anh: “Cháu có thể giúp chú. Cháu nói được cả tiếng Anh và tiếng Tây Ban Nha. Chú có muốn cháu dịch giúp không?”

Viên sĩ quan gật đầu. Cậu bé nhanh chóng giải thích mọi điều viên sĩ quan nói.

Vô cùng lo lắng, Rodriguez đã trả lời: “Hãy nói với anh ta rằng ta chưa động đến một xu. Nếu anh ta xuống phố, hướng mặt về phía Bắc và đếm ngược đến hòn đá thứ 5 trên đường, anh ta sẽ thấy một hòn lông lẻo ở đó. Kéo nó ra và tất cả số tiền đều nằm dưới nó. Hãy nói với anh ta như vậy nhanh lên.”

Cậu bé quay lại nhìn viên sĩ quan và nói: “Thưa ngài, Jorge Rodriguez là một người dũng cảm. Hắn nói hắn thà chết còn hơn.”

Câu chuyện có vẻ phóng đại quá mức thực tế, nhưng nó đã đưa ra một vấn đề. Kết nối với những người khác không phải là vấn đề sống còn đối với phần lớn chúng ta, nhưng nó thường lại là vấn đề tạo nên thành công hay thất bại. Tôi nghĩ càng trưởng thành, chúng ta càng nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của việc kết nối với những người khác. Nó là cơ sở cho phong trào mạng xã hội trên Internet. Mọi người háo hức kết nối với những người khác và làm bất cứ điều gì có thể để cảm thấy được kết nối.

Dù mục tiêu của bạn là gì, kết nối đều có thể giúp bạn.

BẮT ĐẦU VỚI THÁI ĐỘ CỦA BẠN

Khả năng kết nối với người khác bắt đầu bằng sự thấu hiểu về giá trị của mọi người. Jim Collins, tác giả của cuốn Từ tốt đến vĩ đại, đã thừa nhận: “Những người gây dựng nên các công ty lớn hiểu rằng đích đến cuối cùng về tăng trưởng đối với bất kỳ công ty lớn nào không phải là thị trường, công nghệ, cạnh tranh, hay sản phẩm. Cái đích này còn vượt ra khỏi những điều trên – khả năng có được và giữ được những người phù hợp.” Bạn làm điều đó bằng cách kết nối với họ.

Herb Kelleher, cựu Chủ tịch kiêm CEO của Southwest Airlines, đã làm được điều đó. Ngày 21 tháng 5 năm 2008 đã gọi nhắc tôi về việc này, khi tôi nhìn thấy một quảng cáo trên tờ USA Today của Hiệp hội các phi công Southwest Airlines. Quảng cáo đăng một bức ảnh chiếc khăn ăn với các tuyến đường hàng không được viết trên đó và nội dung của quảng cáo như sau:

Cảm ơn ngài, Herb!

Từ cocktail, khăn ăn đến buồng lái, Herb Kelleher đã mở đường cho công ty mạnh nhất trong lịch sử ngành hàng không.

Khi ngài rời Hội đồng Quản trị SWA, các phi công của hãng hàng không Southwest muốn cảm ơn ngài, Herb, với 38 năm cống hiến cho Công ty và phi hành đoàn chúng tôi. Đó là một vinh dự và cũng

là một đặc ân.

Herb Kelleher đã làm những gì mà tất cả những người thành công nhất đều làm. Ông đã kết nối. Ông để mọi người biết mình quan tâm đến họ, không chỉ ở Southwest Airlines, mà còn ở bất cứ đâu ông đặt chân đến. Nhà xuất bản tạp chí kiêm báo chí, Al Getler, đã tham dự một hội nghị ở San Francisco, nơi Kelleher được dự định sẽ là diễn giả của bữa tiệc trưa. Al và một số người bạn ngồi ở một bàn trong căn phòng khiêu vũ trống không một giờ trước khi Kelleher bước vào.

“Herb,” Al gọi với, “lại đây ngồi với chúng tôi đi!” Thật ngạc nhiên, Kelleher đã rất thân thiện, hỏi tên và trò chuyện về trải nghiệm của họ với hãng hàng không của mình. Khi Al nói với Herb rằng em gái ông lần đầu tiên sử dụng dịch vụ của Southwest, Kelleher đã nói đùa rằng ông nên bảo cô ấy đừng bao giờ sử dụng dịch vụ của bất cứ hãng hàng không nào khác nữa.

“Anh nói với con bé đi,” Al nói lại. Khi ông nắm số của em gái mình, Kelleher vui vẻ cầm lấy điện thoại và để lại tin nhắn thoại. Cả nhóm đã cười phá lên tán thưởng.

“Herb Kelleher hoàn toàn có thể lờ chúng tôi đi và dùng bữa trước khi có bài phát biểu,” Al nhận xét. “Thế nhưng, ông đã dừng lại, dành thời gian và kết nối với từng người trong nhóm.”

Jay Hall của Công ty Tư vấn Teleometrics đã nghiên cứu hiệu suất của 16.000 giám đốc điều hành và tìm thấy một mối tương quan trực tiếp giữa thành tích với khả năng quan tâm và kết nối với mọi người. Dưới đây là một vài trong số những phát hiện của anh:

Những người đạt thành tích cao	Những người đạt thành tích trung bình	Những người đạt thành tích thấp
Quan tâm đến mọi người cũng như lợi nhuận	Tập trung vào hiệu suất	Chỉ quan tâm đến lợi ích của chính họ
Quan sát cấp dưới với cái nhìn lạc quan	Tập trung hơn vào vị trí của họ	Thể hiện rõ sự thiếu tin tưởng cấp dưới
Tìm kiếm lời khuyên từ cấp dưới	Miễn cưỡng tìm kiếm lời khuyên từ cấp dưới	Không tìm kiếm lời khuyên
Lắng nghe mọi người	Chỉ nghe cấp trên	Tránh giao tiếp và thường dựa vào các hướng dẫn chính sách

Rõ ràng, nếu muốn có lợi thế khi làm việc với mọi người, bạn cần phải học cách kết nối!

Khả năng kết nối với người khác bắt đầu bằng sự thấu hiểu về giá trị của họ.

ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG BẤT CỨ LĨNH VỰC NÀO TRONG CUỘC SỐNG, HÃY KẾT NỐI!

Nếu đã từng nỗ lực kết nối với mọi người, bạn có thể học cách kết nối tốt hơn. Và nếu chưa, bạn sẽ

kinh ngạc trước khả năng nó có thể làm thay đổi cuộc sống của bạn.

Cathy Welch, một ca sĩ đã viết thư kể cho tôi nghe về chuyến viếng thăm của cô đến một nhà dưỡng lão. Cô viết:

Tôi đứng ở phòng y tá gần nhất và lặng lẽ chờ người đi qua để hỏi thăm. Vừa lúc đó, tôi thấy một phụ nữ đang ngồi xe lăn quay lưng về phía tôi, đầu gục lên đùi. Cô ấy ngồi bất động, cánh tay phải bám vào thành cửa quày của phòng y tá.

Chúng tôi đến đây là để khuyến khích và động viên những người cao tuổi, nên tôi nghĩ mình nên hỏi thăm xem cô ấy có sao không. Tôi nín thở khi cô quay đầu về phía tôi, ngẩng đầu lên một chút, khuôn mặt rạng rỡ, cô nói: “Tôi không sao! Tên tôi là Abigail và tôi từng là một giáo viên trung học.”

Tôi có thể tưởng tượng được việc cô ấy đã phải chờ đợi bao lâu để được một ai đó chú ý đến. Dù bạn gặp ai đó ở đâu, họ đều mong muốn kết nối với những người khác!

Nếu bạn đang phải đối mặt với những thách thức về kết nối, như tôi gặp phải trong thời kỳ đầu của sự nghiệp và cuộc sống, bạn có thể vượt qua chúng bằng cách kết nối với các lựa chọn. Bạn có thể thành công hơn nhờ học cách kết nối với mọi kiểu người trong bất cứ tình huống nào.

Tôi chắc chắn có thể giúp bạn. Bởi tôi đã học được cách kết nối với những người khác và bởi tôi đã giúp rất nhiều người khác kết nối. Khát khao đầu tiên của tôi là giúp các bạn hiểu được các nguyên tắc ẩn sau khả năng kết nối với người khác, bằng cách:

- Tập trung vào họ
- Mở rộng vốn từ vựng kết nối của bạn vượt ra khỏi những từ ngữ thông thường
- Chuẩn bị sẵn sàng năng lượng để kết nối
- Có cái nhìn sâu sắc về cách các bậc thầy kết nối kết nối

Sau đó, tôi sẽ giúp các bạn có được những kỹ năng thực tế về kết nối:

- Tìm điểm chung
- Giao tiếp đơn giản
- Nắm bắt sở thích của mọi người
- Khuyến khích họ
- Chân thành

Đây là những điều ai cũng có thể học.

Tôi tin hầu hết tính cách của chúng ta và tất cả những gì chúng ta thực hiện trong cuộc sống đều là kết

quả của sự tương tác giữa chúng ta với người khác. Nếu bạn cũng tin điều đó, thì bạn sẽ biết rằng khả năng kết nối với những người khác là một trong những kỹ năng quan trọng nhất mà một người có thể học hỏi. Đó là thứ bạn có thể bắt tay cải thiện ngay hôm nay. Cuốn sách này sẽ giúp bạn làm được điều đó.

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Cuốn sách này sẽ tập trung vào việc kết nối với mọi người ở ba cấp độ khác nhau: trực tiếp với một người, theo nhóm và với khán giả. Ở cuối mỗi chương, sẽ có các câu hỏi hoặc bài tập để giúp bạn áp dụng những ý tưởng trong chương vào cuộc sống của bạn trong ba lĩnh vực này.

Nguyên tắc kết nối: Kết nối làm tăng ảnh hưởng của bạn trong mọi tình huống.

Khái niệm chính: Nhóm càng nhỏ, thì kết nối càng quan trọng.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Kết nối trực tiếp với một người quan trọng hơn là kết nối nhóm hoặc kết nối với khán giả. Bởi 80-90% trong mọi kết nối xảy ra ở cấp độ này và đây là nơi bạn kết nối được với những người quan trọng nhất.

Bạn kết nối với bạn bè, gia đình, đồng nghiệp... tốt đến mức nào? Nguyên tắc để gia tăng ảnh hưởng của bạn khi kết nối trực tiếp với một người:

- Nói về người khác nhiều hơn và về chính mình ít đi. Chuẩn bị hai hoặc ba câu hỏi mà bạn có thể đặt ra cho ai đó trước một cuộc họp hoặc buổi gặp mặt xã giao.
- Mang theo một thứ có giá trị, chẳng hạn như một trích dẫn hữu ích, câu chuyện, cuốn sách, hoặc CD, để tặng cho ai đó khi các bạn gặp nhau.
- Khi kết thúc cuộc trò chuyện, hãy hỏi xem bạn có thể làm gì để giúp họ và nếu có hãy nhiệt tình đến cùng. Hành vi giúp đỡ này có ảnh hưởng lớn và lâu dài hơn lời nói.

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Để kết nối với một nhóm, bạn phải chủ động với những người trong nhóm. Để làm điều đó, hãy:

- Tìm cách khen ngợi mọi người trong nhóm về các ý tưởng và hành động của họ.
- Tìm cách để tăng thêm giá trị cho những người trong nhóm và những gì họ đang làm.
- Không kể công khi nhóm thành công và đổ lỗi khi thất bại.
- Tìm cách để giúp nhóm kỷ niệm và tôn vinh thành công với nhau.

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Một trong những cách tốt nhất để học kết nối với khán giả là quan sát các nhà giao tiếp giỏi kỹ năng này. Học hỏi từ họ và áp dụng những gì có thể vào phong cách của riêng bạn. Dưới đây là bốn điều bạn có thể làm để kết nối với khán giả:

- Hãy để người nghe biết rằng bạn rất vui khi được tiếp xúc với họ.
- Cho họ thấy bạn muốn mang lại giá trị cho họ.
- Hãy cho họ biết họ hay tổ chức của họ đã mang lại giá trị cho bạn như thế nào.
- Nói với họ rằng thời gian dành cho họ là ưu tiên hàng đầu của bạn trong ngày hôm đó.

02: KẾT NỐI CẦN BẠN TẬP TRUNG TỐI ĐA VÀO ĐỐI PHƯƠNG

Bạn đã từng háo hức chia sẻ kinh nghiệm với một người nào đó quan trọng, nhưng rồi bất ngờ bị phủ nhận? Đó là những gì đã xảy ra với tôi cách đây vài năm.

Trên đường đi công tác Nam Mỹ, tôi có dịp đến thăm Machu Picchu, thành phố trên đỉnh núi của đế chế Inca cổ đại, được coi là một trong bảy kỳ quan thế giới. Hướng dẫn viên của tôi rất tuyệt vời, phong cảnh đáng kinh ngạc và toàn bộ trải nghiệm khiến tôi ngỡ ngàng. Khi trở về, tôi đã quyết định đưa vợ tôi đến đây.

Không lâu sau đó, chúng tôi đã chọn một ngày đẹp trời và mời bạn bè thân thiết của chúng tôi, Terry và Shirley Stauber đi cùng. Để khiến chuyến đi đặc biệt hơn nữa, chúng tôi đã đặt phòng ở một tu viện từ thế kỷ XVI được chuyển đổi thành một khách sạn ở Cusco. Và chúng tôi đã đặt vé trên chuyến tàu hạng sang của Orient Express. Tôi muốn biến trải nghiệm một-lần-trong-đời này trở nên đặc biệt nhất có thể.

NHỮNG KỲ VỌNG LỚN

Với sự chuẩn bị chu đáo, chúng tôi đã lên tàu cùng với gia đình Stauber, bạn bè của chúng tôi, Robert và Karyn Barriger, những người đã sống ở Peru 25 năm. Họ đã đến Machu Picchu nhiều lần, nhưng họ vẫn đồng ý tham gia với chúng tôi như các hướng dẫn viên và chủ nhà không chính thức. Khi chuyến tàu trải qua cú trườn dài vắt qua vùng đồng quê, chúng tôi đã không bị thất vọng. Phong cảnh tuyệt đẹp lướt qua cửa sổ trong 3 tiếng rưỡi đã khiến chúng tôi có cảm giác như đang xem tạp chí National Geographic số ra đặc biệt. Thực phẩm và dịch vụ trên tàu cũng “miễn chê” và cuộc trò chuyện với bạn bè thật ấm áp và tuyệt vời.

Chúng tôi tới ga vào buổi trưa và bắt xe buýt đến thành phố cổ. Chúng tôi đã leo lên đây cùng với sáu người khác và Carlos, hướng dẫn viên của chúng tôi. Khi lên đến đỉnh núi, tôi đã cố gắng kết nối với Carlos. Tôi phát hiện ra những trải nghiệm sẽ tuyệt vời hơn nếu hướng dẫn viên và chúng ta hiểu về nhau. Tôi cố gắng bắt chuyện với Carlos, đặt câu hỏi về xuất thân và gia đình để hiểu thêm về anh chàng, nhưng cậu ấy có vẻ thờ ơ. Cậu ấy trả lời nhã nhặn nhưng kiệm lời. Tôi thích nói chuyện với cậu ấy, nhưng tôi nhanh chóng nhận ra rằng cậu ấy không thực sự hứng thú với tôi hay bất cứ ai khác trong nhóm. Và cậu ấy cũng không cố gắng để kết nối với chúng tôi.

Ngay khi bước xuống xe, chúng tôi đã cảm nhận được vẻ đẹp đậm chất lịch sử nơi đây. Chúng tôi cố gắng để đắm mình vào nó, nhưng Carlos đã nhanh chóng tập hợp chúng tôi lại và tua một tràng những lời hướng dẫn được lập trình sẵn. Có vẻ những gì cậu ấy muốn nói với chúng tôi quan trọng đối với cậu ấy hơn bất cứ ai trong chúng tôi. Trong 4 giờ sau đó, chúng tôi gần như rơi vào tình trạng quá tải thông tin. Carlos liên tục nhồi nhét cho chúng tôi các sự kiện, những con số, ngày tháng và các chi tiết. Trải nghiệm tuyệt vời trong chuyến đi trước của tôi mà tôi hy vọng sẽ chia sẻ với Margaret và bạn bè của mình đã bị Carlos hủy hoại bằng mớ thông tin tẻ nhạt của cậu ấy. Bất kỳ câu hỏi nào chúng tôi đặt

ra đều khiến Carlos khó chịu. Khi ai đó muốn chụp ảnh để ghi lại khoảnh khắc đáng nhớ, Carlos nhanh chóng kéo chúng tôi trở lại “bài thuyết giảng” của cậu ta. Rõ ràng, Carlos đã không mang lại bất cứ giá trị nào cho chúng tôi, những người lắng nghe cậu ấy.

Mỗi phút trôi qua, cảm giác không thoải mái ngày một đè nặng lên nhóm của chúng tôi. Lúc đó, chúng tôi bắt đầu cảm thấy bị cậu ta và lịch trình của cậu ta gây phiền phức. Chẳng bao lâu sau, tôi quan sát thấy các thành viên trong nhóm bắt đầu dần tách khỏi Carlos.

Vào giữa buổi chiều, nhóm đã phân tán trong khi Carlos vẫn đang đọc thoại. Từ xa, tôi sừng sốt khi thấy Carlos vẫn tiếp tục loay quanh mà không có nhóm nào đi theo. Chỉ khi hết thời gian, xe buýt chuẩn bị xuất phát trở về, mọi người mới miễn cưỡng lại gần cậu ta.

KHÔNG TIẾP NHẬN ĐƯỢC THÔNG điệp

Một hướng dẫn viên thành công là người biết thu hút những người xung quanh. Sau khi đọc câu chuyện của tôi về Carlos, nhà thiết kế hoa Isabelle Alpert đã viết rằng trong chuyến du lịch đến Hawaii, hướng dẫn viên nhiệt tình và chu đáo của cô ấy đã kết nối cả nhóm và khiến mọi người cảm thấy họ như một phần của hòn đảo xinh đẹp này. “Tôi sẽ mãi trân trọng chuyến du lịch ấy, bởi nó đã trở thành một phần trong tôi,” Isabelle cười. “Mặc dù kỳ vọng ban đầu của tôi chỉ là ngắm cảnh, nhưng thực ra tôi muốn đắm mình vào khung cảnh ấy.”

Carlos đã sai lầm giống như những người không kết nối: Họ thấy mình là trung tâm của cuộc hội thoại. Nhiều người đã phàn nàn với tôi rằng họ cũng đã rơi vào tình trạng như thế. Barb Giglio kể về một trải nghiệm của cô khi bán các sản phẩm Revlon: “Tôi đã nói quá nhiều và quá nhanh về các sản phẩm. Tôi cho rằng khách hàng của mình là mẹ con, nhưng hóa ra họ là chị em! Tôi đã xúc phạm họ và cảm thấy thật quê mùa.” Gail McKenzie, một huấn luyện viên thể dục thẩm mỹ, nói: “Tôi thường phải giúp khách hàng quyết định việc tiếp theo. Tôi đã không có được thành công mà tôi ích kỷ nghĩ rằng mình sẽ có được trong quá trình phát triển kinh doanh và tôi biết lý do tại sao. Tôi đã không thực sự kết nối. Tôi đúng là một hướng dẫn viên cứng nhắc và giáo điều!”

Kiểu tự cho mình là trung tâm này xảy ra trong mọi khía cạnh cuộc sống và ở mọi cấp độ kinh doanh. Joel Dobbs đã kể cho tôi nghe câu chuyện về một CEO mới, người đã không thể điều hành công ty vượt qua khủng hoảng bởi anh ta không bao giờ làm bất cứ điều gì để kết nối với các nhân viên khác trong tổ chức. Thay vào đó, anh ta tự cô lập mình với đội ngũ nhân viên và ngồi lì trong văn phòng rộng thênh thang thuộc bộ phận điều hành. Joel nói:

Thi thoảng khi có lịch họp tại một tòa nhà khác, thay vì đi bộ qua khuôn viên xinh đẹp cách tòa nhà khoảng vài trăm mét, anh ta sẽ dùng thang máy riêng đến nhà để xe riêng, nơi lái xe riêng sẽ lái xe đưa anh ta đến khu vực họp nhằm tránh gặp mặt nhân viên. Ở đó, một vài nhân viên an ninh sẽ tháp tùng anh ta đến thang máy trống và đang để ngỏ, sau đó đưa anh đến tận tầng tổ chức cuộc họp... Sự khép mình và thiếu kết nối với các nhân viên của công ty đã khiến anh không lèo lái được công ty vượt qua khủng hoảng và kết quả là hội đồng quản trị đã thay người. CEO mới là một người giao tiếp tuyệt vời và biết kết nối. Một trong những hành động đầu tiên của ông là tái cơ cấu bộ phận điều hành. Ông nói với chúng tôi rằng văn phòng của cựu CEO “quá lớn”, các cửa sổ lại không quay ra khuôn viên của công ty! Ông đã dùng một văn phòng nhỏ với cửa sổ hướng về phía chỗ ngồi của các nhân viên. CEO mới đã kết nối với các nhân viên của công ty và dẫn dắt công ty tạo nên bước ngoặt thành công.

Tất nhiên, đây không phải là một hiện tượng chỉ diễn ra trong kinh doanh. Tôi còn biết nhiều giáo viên và diễn giả tự coi mình là trung tâm. Mỗi cuộc trò chuyện là cơ hội để họ thể hiện sự thông minh và chia sẻ chuyên môn. Bạn tôi, Elmer Towns, là giáo sư kiêm Hiệu trưởng Đại học Liberty, từng nói với tôi rằng các giáo viên tự cho mình là trung tâm đều có chung một triết lý phổ biến:

Nhồi vào – Nút vào,

Đầu của sinh viên đều trống rỗng cả.

Nhồi vào – nhét vào,

Càng có nhiều điều cần phải theo sát hơn.

Những người như vậy thường bỏ lỡ các cơ hội quý giá trong cuộc sống do không biết kết nối. Các giáo viên, các nhà lãnh đạo và diễn giả giỏi không xem mình là chuyên gia trước các khán giả thụ động mà họ cần gây ấn tượng. Họ cũng không xem lợi ích của mình là quan trọng nhất. Thay vào đó, họ coi mình như các hướng dẫn viên và tập trung vào việc giúp đỡ mọi người học hỏi. Bởi họ đánh giá cao những người khác, nên họ nỗ lực kết nối với những người mà họ đang giảng dạy hoặc cố gắng để giúp đỡ. Giáo viên âm nhạc Pete Krostag nói: “Tôi kết nối với các sinh viên của mình để họ kết nối với khán giả. Tôi cũng được coi như một nhạc sĩ bất cứ lúc nào tôi kết nối với âm nhạc thay vì cái tôi của mình, khán giả cũng sẽ làm vậy. Một trải nghiệm về âm nhạc có thể biến mất khi nhạc sĩ chỉ tập trung vào bản thân thay vì âm nhạc bởi khán giả sẽ không thể cùng chia sẻ khoảnh khắc đó.

Tôi thừa nhận rằng khi bắt đầu sự nghiệp từ vị trí của một mục sư, tôi không hiểu điều này. Tôi chỉ chăm chăm tập trung vào bản thân. Khi tôi tư vấn cho những người đang gặp khó khăn, thái độ của tôi là: Nhanh lên và mau nói cho tôi nghe vấn đề của bạn để tôi có thể đưa ra giải pháp. Khi bắt đầu đưa ra bất kỳ sáng kiến nào, tôi không ngừng tự hỏi: “Tôi có thể khiến mọi người tiếp nhận tầm nhìn của tôi bằng cách nào để họ giúp tôi hoàn thành những ước mơ của mình?” Khi nói chuyện với khán giả, tôi tập trung vào mình thay vì họ. Tôi tìm kiếm các phản hồi tích cực và mục tiêu của tôi là luôn phải ấn tượng. Tôi còn đeo kính để trông trí thức hơn, bây giờ nghĩ lại, tôi thấy thật đáng xấu hổ.

Phần lớn những gì tôi đã làm chỉ là vì bản thân mình, thế nhưng tôi vẫn không thành công. Tôi thường coi mình là trung tâm và đó là nguồn gốc của hầu hết các vấn đề và thất bại của tôi. Tôi rất giống anh chàng trong bức hoạt họa này của Randy Glasbergen:



Tôi cảm thấy thất vọng và không thỏa mãn. Tôi cứ mãi tự đặt ra những câu hỏi như: “Tại sao mọi người không nghe tôi? Tại sao mọi người không giúp tôi? Tại sao mọi người không làm theo tôi?” Hãy chú ý các câu hỏi của tôi, chúng chỉ tập trung vào tôi. Khi tôi kêu gọi hành động, nó thường bắt đầu bằng lợi ích của tôi thay vì của mọi người. Tôi, tôi và chỉ tôi! Kết quả là, tôi đã không thể kết nối với mọi người.

KHOẢNH KHẮC Lóe SÁNG

Sau đó, một điều gì đó đã xảy ra và làm thay đổi thái độ của tôi. Năm 29 tuổi, cha tôi đã để anh rể tôi, Steve Throckmorton và tôi tham dự một Hội thảo về Thành công ở Dayton, Ohio. Khi lớn lên, tôi đã nghe về một số nhà truyền giáo vĩ đại. Một số người trò chuyện với niềm đam mê cháy bỏng, số khác là bậc thầy về thuật hùng biện. Nhưng tại hội thảo này, tôi được lắng nghe một diễn giả am hiểu về cách kết nối với mọi người. Tôi như bị thôi miên.

Lúc đó, tôi đã nghĩ: Đây là người rất am hiểu về thành công. Tôi thích ông ấy. Nhưng quan trọng hơn – ông ấy thực sự rất hiểu tôi. Ông ấy biết niềm tin của tôi. Ông ấy hiểu suy nghĩ của tôi. Ông ấy nắm được cảm nhận của tôi. Ông ấy có thể giúp tôi. Tôi rất muốn trở thành bạn của ông ấy. Tôi có cảm giác như ông ấy đã là bạn của tôi vậy.

Diễn giả đó là Zig Ziglar. Cách ông ấy kết nối với khán giả đã hoàn toàn làm thay đổi suy nghĩ của tôi về giao tiếp. Ông kể chuyện. Ông khiến tôi cười, tôi khóc, tôi tin vào bản thân mình. Ông cũng chia sẻ những hiểu biết, mẹo mực mà tôi có thể ghi nhớ và áp dụng vào bản thân. Ngày hôm đó, tôi cũng được nghe ông ấy nói về một điều đã làm thay đổi cuộc sống của tôi: “Nếu bạn giúp mọi người có được những gì họ muốn trước, họ sẽ giúp bạn có được những gì bạn muốn.” Cuối cùng, tôi đã hiểu bản thân còn thiếu gì về khả năng giao tiếp. Tôi nhận ra mình đang cố tiến lên phía trước bằng cách điều chỉnh người khác trong khi tôi nên cố gắng để kết nối với họ.

Tôi bước ra khỏi buổi hội thảo với hai quyết tâm. Trước tiên, tôi sẽ nghiên cứu về các nhà giao tiếp giỏi, việc mà tôi chưa từng làm. Thứ hai, tôi sẽ cố gắng kết nối với những người khác bằng cách tập trung vào họ và nhu cầu của họ thay vì của riêng tôi.

Tôi đang cố gắng tiến lên phía trước bằng cách điều chỉnh người khác trong khi tôi nên cố gắng để kết nối với họ.

KHÔNG CHỈ TẬP TRUNG VÀO BẢN THÂN!

Kết nối không bao giờ chỉ có riêng bản thân bạn mà còn có người mà bạn giao tiếp. Nếu muốn kết nối với những người khác, bạn phải vượt qua chính mình. Bạn phải di chuyển trọng tâm ra khỏi bạn để tập trung vào người khác. Điều tuyệt vời là bạn hay bất cứ ai đều có thể làm được điều đó, bạn chỉ cần có ý chí để thay đổi, quyết tâm làm theo đến cùng và áp dụng một số kỹ năng!

Tại sao rất nhiều người bỏ lỡ điều này? Tôi nghĩ có vô vàn lý do, nhưng tôi có thể nói cho bạn biết lý do tại sao tôi bỏ lỡ nó và lý do tôi nghĩ mình là “cái rôn của vũ trụ” trong quá trình giao tiếp và làm việc với những người khác.

Chưa chín chắn

Khi bắt đầu dấn dặt và giao tiếp với những người khác một cách chuyên nghiệp, tôi còn trẻ và chưa trưởng thành. Ở độ tuổi 20 và chưa có tầm nhìn bao quát, tôi chỉ thấy mình; tất cả mọi người và mọi thứ khác đều làm nền cho tôi. Donald Miller, tác giả của *Blue Like Jazz* (Tạm dịch: Buồn như nhạc Jazz), đã ví sự non nớt như vậy trước cuộc sống như một bộ phim mà trong đó bạn là ngôi sao. Tôi có quá nhiều mục tiêu cần theo đuổi, quá nhiều nhiệm vụ cần hoàn thành liên quan đến những ước muốn, tiến bộ và thành công của tôi. Giờ đây khi nhìn lại, tôi cũng phải ngỡ ngàng trước thái độ ích kỷ của bản thân.

Trưởng thành là khả năng bạn quan sát và hành động vì người khác. Những người chưa trưởng thành không nhìn nhận mọi thứ từ quan điểm của người khác. Họ hiếm khi quan tâm xem điều gì là tốt nhất cho người khác và hành động như những đứa trẻ theo nhiều cách.

Margaret và tôi có 5 đứa cháu. Chúng tôi rất vui khi chơi đùa với chúng. Nhưng cũng giống như nhiều đứa trẻ khác, chúng không dành nhiều thời gian cho những việc chúng có thể làm cho người khác. Chúng không bao giờ nói: “Bố mẹ, chúng con muốn dành cả ngày để chăm sóc bố mẹ và làm bố mẹ vui lòng!” Và chúng tôi cũng không hy vọng chúng làm được vậy. Chúng tôi quan tâm đến chúng. Chúng tôi nhận ra rằng một phần của việc nuôi dạy con cái là giúp bọn trẻ hiểu chúng không phải là trung tâm của vạn vật.

Trưởng thành là khả năng bạn quan sát và hành động vì người khác.

Tôi thích thông tin mà tôi đọc gần đây có tên “Luật Sở hữu trong mắt một đứa trẻ mới biết đi” của Michael V. Hernandez. Nếu bạn có con, cháu hay từng dành thời gian với một đứa trẻ, bạn sẽ thấy rằng những điều sau hoàn toàn đúng:

1. Nếu con thích nó, nó là của con.
2. Nếu nó ở trong tay con, nó là của con.
3. Nếu con có thể lấy nó từ ta, nó là của con.
4. Nếu con cầm nó một lát, nó là của con.
5. Nếu nó là của con, nó sẽ không bao giờ là của ta nữa bằng mọi giá.
6. Nếu nó trông giống cái của con, thì nó là của con.
7. Nếu con nhìn thấy hoặc tìm thấy nó trước, nó là của con.
8. Nếu con nghĩ rằng nó là của con, thì nó là của con.
9. Nếu con muốn hay cần có nó, nó là của con.
10. Nếu con nói nó là của con, nó là của con.
11. Nếu ta không ngăn con chơi với nó, nó là của con.

12. Nếu ta cho con chơi với nó, nó là của con.

13. Nếu ta khiến con khó chịu khi lấy nó từ con, nó là của con.

14. Nếu con nghĩ con có thể chơi với nó tốt hơn ta, nó là của con.

15. Nếu con chơi với nó đủ lâu, nó là của con.

16. Nếu nó bị hỏng, nó là của ta không phải của con.

Theo thời gian, chúng ta hy vọng thái độ tự cho mình là trung tâm của chúng sẽ giảm dần và tư duy của chúng sẽ thay đổi. Trong thời gian ngắn, chúng ta hy vọng mọi người sẽ trưởng thành. Nhưng sự trưởng thành không tỷ lệ thuận với tuổi tác, nhiều người có lớn mà không có khôn.

Hầu hết trong tâm khảm, chúng ta đều muốn thấy mình quan trọng. Tuy nhiên, chúng ta cần phải chống lại thái độ ích kỷ bẩm sinh này. Tôi tin đây là một cuộc chiến trường kỳ và vô cùng quan trọng. Bởi chỉ có những người trưởng thành tập trung vào những người khác mới thực sự tạo ra được kết nối.

Sự trưởng thành không tỷ lệ thuận với tuổi tác, nhiều người có lớn mà không có khôn.

Cái tôi cá nhân

Những người của công chúng luôn tiềm ẩn rủi ro rất lớn nếu phát triển cái tôi mạnh mẽ không lành mạnh. Các nhà lãnh đạo, diễn giả và giáo viên có thể có quan điểm lệch lạc về tầm quan trọng của bản thân. Bạn của tôi, Calvin Miller, trong cuốn *The empowered Communicator* (Tạm dịch: Nhà giao tiếp được trao quyền) đã mô tả vấn đề này và các tác động tiêu cực mà nó gây ra cho những người khác dưới dạng một bức thư. Bức thư có nội dung như sau:

Thưa diễn giả,

Cái tôi của ngài đã trở thành một bức tường ngăn cách ngài và tôi. Ngài không thực sự quan tâm đến tôi, phải vậy không? Ngài chỉ quan tâm đến việc bài phát biểu này có thực sự hiệu quả, quan tâm đến việc ngài có thực sự làm tốt về phần mình hay không. Ngài sợ tôi sẽ không vỗ tay, phải vậy không? Ngài sợ tôi sẽ không cười khi ngài pha trò, không nhỏ lệ trước những câu chuyện cảm động của ngài. Ngài đang để mình bị cuốn vào việc tôi sẽ đón nhận bài phát biểu của ngài ra sao mà chẳng đoái hoài gì đến tôi. Tôi có thể đã quý trọng ngài, nhưng ngài chỉ nghĩ đến bản thân mà bỏ qua cảm xúc của tôi. Nếu tôi không quan tâm đến ngài, thì đó là vì tôi cảm thấy không cần thiết.

Khi nhìn thấy ngài trên bục phát biểu, tôi thấy một Narcissus¹ đang soi mình trong nước... Cà vạt của ngài đã thẳng thơm chưa? Mái tóc đã gọn gàng chưa? Cách cư xử hay từ ngữ của ngài có hoàn hảo không?

Ngài có vẻ kiểm soát được mọi thứ trừ khán giả của ngài. Ngài nhìn thấy mọi thứ trừ chúng tôi. Nhưng tôi e việc đó khiến chúng tôi bỏ ngoài tai những lời nói của ngài. Chúng tôi phải đi ngay bây giờ. Xin lỗi ngài. Hãy gọi cho chúng tôi sau nhé. Chúng tôi sẽ quay trở lại khi ngài thực sự nhìn thấy chúng tôi... sau khi những giấc mơ của ngài tan vỡ... sau khi trái tim của ngài tan vỡ... sau khi sự kiêu ngạo của ngài đã biến mất cùng sự tuyệt vọng. Lúc đó sẽ có chỗ cho tất cả chúng tôi trong thế giới của ngài.

Lúc đó, ngài sẽ không quan tâm xem chúng tôi có vỗ tay ủng hộ sự thông minh của ngài không. Ngài sẽ là một người trong số chúng tôi.

Lúc đó, ngài sẽ phá bỏ bức tường bản ngã và sẽ xây dựng một cây cầu mối quan hệ ấm áp. Chúng tôi sẽ gặp ngài trên cây cầu đó. Lúc đó, chúng tôi sẽ lắng nghe ngài. Mọi diễn giả đều vui vẻ hiểu khi họ với tay đến sự thấu hiểu.

– Khán giả của ngài

Lần đầu tiên đọc lá thư của Calvin Miller, tôi đã sốc khi nó miêu tả chính xác hình ảnh của tôi khi mới rời trường đại học. Tôi rất tự mãn. Tôi nghĩ mình biết mọi thứ, nhưng sự thật tôi chẳng biết gì. Tôi đã tham gia các khóa học về thuyết trình, nhưng khóa học ở đại học mà tôi đã hoàn thành để lấy bằng chỉ dạy tôi cách xây dựng một đề cương hoàn chỉnh. Nghiên cứu của tôi không thể giúp tôi kết nối với khán giả. Các giáo sư đã khuyến khích chúng tôi chú ý đến chủ đề của mình. Chúng tôi được dạy phải tập trung vào một điểm trên bức tường cuối căn phòng. Việc truyền đạt của tôi khó khăn và cứng nhắc. Tệ hơn nữa, bất cứ lúc nào thuyết trình hoặc nói chuyện, tôi đều không hứng thú với đối phương; tôi đang tìm kiếm những lời khen ngợi mà tôi mong nhận được sau khi thông điệp của mình được chuyển đi. Không ai có thể kết nối với kiểu thái độ đó.

Không đề cao mọi người

Ngày nay, tôi thấy mục đích của mình là bổ sung giá trị cho người khác. Nó đã trở thành tâm điểm trong cuộc sống của tôi và bất cứ ai quen biết tôi đều hiểu tầm quan trọng của nó. Tuy nhiên, để bổ sung được giá trị cho người khác, trước tiên bạn phải đề cao người khác. Trong những năm đầu sự nghiệp, tôi đã quá tập trung vào lịch trình của mình đến mức phớt lờ và bỏ qua nhiều người. Nếu họ không quan trọng đối với việc làm của tôi, họ sẽ không bao giờ được tôi dành thời gian hoặc quan tâm đến.

Tôi nghĩ thái độ sai lầm này rất phổ biến. Một trong những câu chuyện hay nhất mà tôi từng được nghe kể bởi một y tá đã minh họa cho luận điểm này. Cô ấy kể lại:

Vào năm thứ hai tại trường điều dưỡng, giáo sư đã giao cho chúng tôi một bài kiểm tra. Tôi làm rất nhanh các câu hỏi cho đến khi đọc tới câu cuối cùng: “Tên của cô lao công ở trường là gì?” Chắc chắn đây là một câu hỏi tếu táo. Tôi đã gặp cô ấy nhiều lần, nhưng sao mà biết được tên cô chứ? Tôi đã nộp bài kiểm tra và để ngỏ câu hỏi cuối. Trước khi giờ học kết thúc, một bạn đã hỏi giáo sư rằng câu hỏi cuối cùng trong bài kiểm tra có được tính điểm không. “Chắc chắn có”, vị giáo sư trả lời. “Trong sự nghiệp, các em sẽ gặp rất nhiều người. Tất cả đều đặc biệt. Họ đáng được các em quan tâm và chăm sóc, ngay cả khi tất cả những gì các em có thể làm là mỉm cười và nói xin chào.” Tôi sẽ không bao giờ quên bài học đó. Tôi cũng biết được tên cô ấy là Dorothy.

Để thành công trong cuộc sống, chúng ta phải học cách làm quen và thân thiện với người khác. Một cây làm chẳng nên non cũng như một người không thể làm việc một mình mà mong mang lại hiệu quả lớn. Như John Craig chỉ ra: “Dù có thể làm bao nhiêu việc đi nữa, dù có đam mê thế nào đi nữa, bạn cũng không thể tiến xa trong kinh doanh nếu bạn không hợp tác với người khác.” Điều đó buộc bạn phải nhìn thấy những giá trị mà người khác sở hữu.

Khi chúng ta học cách chuyển sự tập trung từ bản thân sang người khác, cả thế giới sẽ dang tay chào đón chúng ta. Những người thành công hiểu rõ sự thật này trong mỗi bước đi trong cuộc sống. Tại một cuộc họp quốc tế gồm các giám đốc điều hành công ty, một doanh nhân người Mỹ đã hỏi một giám đốc đến từ Nhật Bản về thứ ngôn ngữ quan trọng nhất đối với thương mại thế giới. Doanh nhân người Mỹ nghĩ tiếng Anh sẽ là câu trả lời. Nhưng giám đốc người Nhật Bản, với sự hiểu biết toàn diện hơn về kinh doanh, đã mỉm cười và đáp: “Đó là ngôn ngữ của khách hàng của tôi.”

Khi kinh doanh, có một sản phẩm hoặc dịch vụ tốt thôi không đủ, trở thành một chuyên gia về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn cũng không đủ. Biết rõ sản phẩm của bạn, thay vì khách hàng của bạn đồng nghĩa với việc có cung mà không có cầu. Và giá trị mà bạn đặt vào những người khác phải chuẩn mực. Như Bridget Haymond nhận xét: “Bạn có thể khẳng khẳng khẳng định bạn quan tâm đến họ, nhưng từ trong tâm can, mọi người đều biết liệu bạn có thực sự quan tâm đến họ không.”

Để bổ sung được giá trị cho người khác, trước tiên bạn phải đề cao người khác.

Sự thiếu tự tin

Đây là lý do cuối cùng cho việc mọi người thường tập trung thái quá vào bản thân thay vì người khác. Tuy đây không phải là một trong những vấn đề của tôi khi bắt đầu sự nghiệp, nhưng đó là trường hợp phổ biến với nhiều người.

Chew Keng Sheng, một giảng viên tại Trường Khoa học Y tế thuộc Đại học Sains Malaysia, tin rằng lý do của sự thiếu trưởng thành và bản ngã lớn, đặc biệt là ở các diễn giả là sự thiếu tự tin. “Tôi có thể nhớ vài lần đầu tiên khi tôi được đề nghị làm diễn giả,” Keng Sheng viết. “Tôi thực sự bối rối. Khi diễn giả dễ dao động, họ sẽ tìm kiếm sự ủng hộ từ khán giả. Càng muốn tìm kiếm sự ủng hộ của khán giả, họ càng tập trung vào bản thân và tìm cách để gây ấn tượng với người khác. Kết quả là, nhiều khả năng họ không đáp ứng được nhu cầu tức thời. Quả thật đó là một chu kỳ tiêu cực, đặc biệt là nếu một người không nhận được hoặc nhận ra sự ủng hộ như mong muốn.

VẤN ĐỀ VỀ VIỆC KẾT NỐI

Một vài năm trước, tôi có bài phát biểu tại một hội nghị quốc tế ở Dubai được tổ chức bởi một công ty mà Nabi Saleh là nhà sáng lập. Nabi là một chuyên gia về cà phê và trà. Ông bắt đầu sự nghiệp vào năm 1974, làm việc tại các đồi chè và đồn điền cà phê ở Papua New Guinea. Ông tiếp thị, sản xuất và đã hoạt động trong ngành công nghiệp này kể từ đó, mạnh nhất là ở Úc. Năm 1995, ông đã ghé thăm một chuỗi các cửa hàng cà phê ở Mỹ mang tên Gloria Jean được khởi sự bởi Gloria Jean Kvetko ở Chicago. Nabi và đối tác kinh doanh của ông, Peter Irvine, đã có quan điểm rất mạnh mẽ về việc này đến mức họ nỗ lực đạt được các quyền mở cửa hàng tại Úc. Vào năm 1996, họ đã mở hai cửa hàng Gloria Jean ở Sydney, nhưng gặp khó khăn.

Họ đã quan sát khách hàng để tìm câu trả lời và ngay sau đó họ phát hiện ra vấn đề. “Chúng tôi xây dựng các cửa hàng dựa trên mô hình của Mỹ,” Nabi nói, “hoàn toàn phản Úc. Mọi người thích cà phê, họ thích sản phẩm, nhưng họ nói: ‘Chỗ ngồi đâu, đồ ăn đâu?’ Đó là các cửa hàng theo mô hình Take away (Đồ mang về). Chúng tôi biết rằng nếu tiếp tục như vậy, chúng tôi sẽ không thể trụ được lâu. Vì vậy, chúng tôi bắt đầu tái cơ cấu.”

Họ đã dành gần 2 năm để điều chỉnh các cửa hàng, sửa chữa và làm mới chúng cho đến khi họ kết nối được với khách hàng.

Sau đó, Nabi và Peter bắt đầu nhượng quyền thương mại. Trong thời gian 10 năm, họ đã mở hơn 300 cửa hàng, vào năm 2005, họ mua bản quyền quốc tế Gloria Jean's Coffees và mở rộng vượt ra ngoài biên giới Úc và Mỹ. Ngày nay, Gloria Jean đã có 470 cửa hàng tại 15 quốc gia trên toàn thế giới.

Dù thành công trong kinh doanh, nhưng Nabi vẫn không ngừng quan sát mọi thứ. Khi chúng tôi cùng tham gia hội nghị, Nabi đã nói với tôi rằng: “Chúng tôi không kinh doanh cà phê, để phục vụ mọi người. Chúng tôi đang hoạt động trong lĩnh vực con người và phục vụ cà phê.”

Nabi đã đưa ra lời khuyên này cho những người hoạt động trong ngành công nghiệp dịch vụ: “Bạn phải tâm huyết với việc phục vụ. Bạn phải được chuẩn bị để phục vụ các nhu cầu của những người mà bạn tiếp xúc. Luôn phải quan sát xem khách hàng muốn gì. Không phải thứ tôi muốn, Peter muốn, mà là mong muốn của người trả tiền để duy trì hoạt động của chúng tôi.” Nói cách khác, bạn phải nhớ rằng kinh doanh liên quan đến tất cả những người khác. Đó là những gì cần thiết để thành công.

“Chúng tôi không kinh doanh cà phê, để phục vụ mọi người. Chúng tôi đang hoạt động trong lĩnh vực con người và phục vụ cà phê.”

– ***Nabi Saleh***

BA CÂU HỎI MỌI NGƯỜI VẪN THƯỜNG HỎI BẠN

Phải tập trung vào những người khác thường là trở ngại lớn nhất mà mọi người phải đối mặt khi kết nối. Đó là vấn đề về việc có thái độ đúng đắn. Nhưng chỉ điều đó thôi không đủ. Bạn phải có khả năng thể hiện lòng vị tha trong giao tiếp. Tôi tin rằng bạn làm điều đó bằng cách trả lời ba câu hỏi mà mọi người luôn tự hỏi khi tương tác với những người khác, dù đó là một khách hàng, đối tác, khách mời, khán giả, bạn bè, đồng nghiệp, hoặc nhân viên.

1. “Anh có quan tâm đến tôi không?”

Hãy suy nghĩ về những trải nghiệm tuyệt vời nhất mà bạn có với mọi người trong cuộc sống. Hãy dừng lại một lúc và nhớ lại 3 - 4 trải nghiệm. Chúng có điểm chung gì? Tôi cá là những người liên quan đến chúng đều thực sự quan tâm đến bạn!

Sự quan tâm lẫn nhau tạo ra sự kết nối giữa mọi người. Không chỉ bạn bè và các thành viên gia đình mới muốn dành thời gian cho nhau? Mong muốn đó đến từ việc bạn kết nối với họ. Thật tuyệt vời nếu bạn có thể mở rộng khả năng quan tâm đến những người khác ngoài vòng tròn cá nhân của bạn. Nếu có thể học cách quan tâm đến người khác, bạn có thể kết nối với họ, giúp đỡ họ, và bạn có thể khiến cả cuộc sống của cả bạn và họ tốt hơn. Cho dù nghề nghiệp của bạn là gì. Hãy đọc các trích dẫn sau của những người thành công từ rất nhiều ngành nghề:

Kinh doanh: “Bạn không thể khiến đồng nghiệp cảm thấy sự hiện diện của bạn là quan trọng nếu bạn ngầm hiểu anh ta chẳng là gì.”

– Les Giblin,

Cựu nhân viên bán hàng của năm kiêm diễn giả nổi tiếng.

Chính trị: “Để khiến một người ủng hộ hành động của bạn, trước tiên, bạn phải thuyết phục anh ta rằng bạn là người bạn chân thành của anh ta.”

– Abraham Lincoln, Tổng thống thứ 16 của Hoa Kỳ.

Giải trí: “Một số ca sĩ muốn khán giả yêu mến họ. Còn tôi yêu khán giả.”

– Luciano Pavarotti, huyền thoại opera giọng nam cao của Ý.

Tôn giáo: “Tôi truyền giáo bởi tôi yêu mến mọi người và muốn giúp họ.”

– Norman Vincent Peale, mục sư kiêm tác giả.

Kết nối với những người khác bằng cách quan tâm đến họ vượt ra ngoài ngành nghề và thậm chí cả giống loài, theo như huấn luyện viên động vật Laura Surovik chia sẻ. Với cương vị trợ lý phụ trách và nghiên cứu về loài cá heo tại SeaWorld ở Orlando, Florida, Laura chia sẻ:

Tôi đã là một huấn luyện viên trong 24 năm, đã được “kết nối” và hướng dẫn nhiều người kết nối với chú cá heo Shamu trong nhiều năm. Shamu là một trong những giáo viên vĩ đại của tôi. Khi nhìn vào mắt một con cá heo, bạn sẽ nhận ra mình không phải là số 1. Kết nối được tạo ra khi chúng biết sự hiện diện của bạn là vì chúng – đó là cách xây dựng lòng tin thông qua tình yêu thương và sự chăm sóc. Bạn phải chân thành và làm gương để kết nối và xây dựng một mối quan hệ với chúng.

Đối với con người cũng vậy.

Hầu hết mọi người đều có một mong muốn mãnh liệt là kết nối với mọi người, nhưng họ đều gặp khó khăn trong việc kết nối. Họ thường bận rộn với những lo lắng và nhu cầu của bản thân.

Khi nào bạn có thể giúp người khác hiểu rằng bạn thực sự quan tâm đến họ, bạn mở lòng để kết nối, giao tiếp và tương tác thì từ thời điểm đó, bạn có tiềm năng tạo ra một thứ gì đó có lợi cho cả bạn và họ, bởi những mối quan hệ tốt đẹp thường dẫn đến những điều tốt đẹp: ý tưởng, sự phát triển, các quan hệ đối tác và hơn thế nữa. Mọi người sống tốt hơn khi họ quan tâm đến nhau.

Sự quan tâm lẫn nhau tạo ra sự kết nối giữa mọi người.

2. “Anh có thể giúp tôi không?”

Một buổi tối nọ, Tom Arington và tôi ăn tối cùng nhau và tôi đã hỏi vài câu hỏi về thành công của ông ấy trong kinh doanh. Tom là nhà sáng lập kiêm CEO của Prasco, một công ty dược phẩm tư nhân. Ông nói với tôi, ông có được thành công là nhờ một câu hỏi mà ông luôn đặt ra trong mọi tình huống: “Tôi có thể giúp gì được anh/chi/bạn nào?” Bằng cách giúp đỡ những người khác, ông cũng đã giúp chính mình. “Tôi luôn giúp đỡ mọi người bất cứ khi nào có thể. Khi giúp đỡ người khác, nâng họ lên, tôi

nhận ra rằng tôi cũng tự nâng mình lên.”

Có một câu ngạn ngữ cổ trong kinh doanh: Không ai muốn bị bán đứng, nhưng mọi người đều muốn được giúp đỡ. Người thành công trong kết nối biết rằng những người khác luôn tự hỏi: “Những người này có thể giúp tôi không?” Một trong những cách họ trả lời câu hỏi đó là tập trung vào những lợi ích mà họ có thể mang lại cho một ai đó.

Trong cuốn *Presenting to Win* (Tạm dịch: Thuyết trình để chiến thắng) của mình, Jerry Weissman đã chỉ ra rằng khi mọi người giao tiếp, họ tập trung quá nhiều vào các tính năng của sản phẩm hoặc dịch vụ của họ thay vì trả lời câu hỏi: “Anh có thể giúp tôi điều gì?” Weissman nói, chìa khóa cho vấn đề này là tập trung vào quyền lợi, không phải các tính năng. Ông viết:

Một tính năng là chất lượng của sản phẩm công ty bạn bán, hoặc ý tưởng bạn đang đưa ra. Ngược lại, một lợi ích là cách mà chất lượng sẽ giúp được đối phương. Khi bạn tìm cách thuyết phục, việc trình bày về các tính năng của sản phẩm hoặc dịch vụ thôi không đủ, mỗi tính năng luôn phải được biến thành một lợi ích. Trong khi đó, một tính năng có thể không liên quan đến nhu cầu hoặc lợi ích của khách hàng tiềm năng, nhưng một lợi ích, theo định nghĩa, luôn gắn liền với họ.

Trong thế giới hiện tại, hàng ngày mọi người bị vùi trong hàng loạt các thông tin về các tính năng của sản phẩm này hoặc tiện ích kia. Họ có xu hướng bỏ qua chúng. Nếu bạn muốn có được sự chú ý của ai đó, hãy cho họ thấy bạn có thể giúp họ.

Không ai muốn bị bán đứng, nhưng mọi người đều muốn được giúp đỡ.

3. “Tôi tin anh được không?”

Bạn đã bao giờ mua một chiếc xe hơi? Nếu rồi, thì cảm giác của bạn như thế nào? Đối với nhiều người, đó là sự khựng khiếp bởi họ không tin tưởng người đang cố gắng bán xe cho họ. Phần lớn ngành công nghiệp này đều có vẻ khiến khách hàng tiềm năng của họ mất thăng bằng và hoài nghi.

Chữ tín rất quan trọng trong bất cứ ngành nghề nào và là yếu tố thiết yếu với cuộc sống. Tác giả kiêm diễn giả Jeffrey Gitomer đã nói với tôi rằng niềm tin thậm chí còn quan trọng hơn cả tình yêu!

Nếu từng mua một chiếc xe hơi, khi bạn bước vào phòng trưng bày xe hơi, dù cố tình hay không, bạn nhìn nhân viên bán hàng và tự đặt ra ba câu hỏi quan trọng từ chương này:

1. Anh/chị có quan tâm đến tôi không?
2. Anh/chị có thể giúp tôi không?
3. Tôi có thể tin tưởng anh/chị không?

Rất có thể, trong một trải nghiệm mua xe không mấy vui vẻ, bạn không thể trả lời “có” cho tất cả ba câu hỏi trên. Bạn thậm chí không thể trả lời “có” cho một trong ba câu hỏi đó! Kết quả là, bạn không kết nối được với những người liên quan.

Đương nhiên, đó không phải là trải nghiệm của tất cả mọi người. Thực tế, Emran Bhojwala đã viết

thư kể cho tôi nghe về trải nghiệm của anh với Lloyd, một nhân viên bán xe hơi ở Washington, DC., một người rất đáng tin cậy, dễ gần và thân thiện khi Emran mua một chiếc xe từ thời sinh viên và sau đó mua thêm một chiếc xe nữa từ anh ta sau khi Emran chuyển đến Minnesota. “Khi tôi muốn mua một chiếc xe,” Emran giải thích, “tôi không phải lo lắng về bất cứ điều gì. Tôi nói với anh ấy về khoản ngân sách cho phép của tôi và bay đến Virginia để lấy chiếc xe mà tôi chưa bao giờ nhìn thấy.” Sau đó, Emran đã lái xe trong suốt 23 giờ để về nhà. “Anh ấy là một huyền thoại khi nói đến việc bán xe ô tô ở khu vực gần trường tôi,” Emran viết. “Anh ấy không quảng cáo và công việc của anh ấy đều đến từ các khách hàng cũ và qua giới thiệu. Tôi nghĩ rằng đó là một ví dụ hoàn hảo về sự thành công trong việc kết nối với mọi người.” Hoặc như Mike Otis nói: “Kinh doanh đi theo hướng mà nó muốn, nhưng nó ở nơi mà nó được coi trọng.”

“Niềm tin quan trọng hơn cả tình yêu.”

– Jeffrey Gitomer

NẾU TÔI LÀ Bạn,...

Mọi người đều có lý do riêng khi làm bất cứ việc gì. Đó là lý do tại sao chúng ta phải biết lịch trình của họ và cố gắng nhìn nhận mọi thứ từ quan điểm của họ. Nếu không, chúng ta chỉ lãng phí thời gian của cả họ lẫn chúng ta.

Vài năm trước, tôi đã dành một vài ngày ở thành phố New York để đến thăm một số nhà xuất bản sách hàng đầu quốc gia với Sealy Yates, đại diện của tôi và một số thành viên chủ chốt của công ty. Mục tiêu của chúng tôi là nhận được một hợp đồng xuất bản cuốn sách mới. Trước cuộc họp với các nhà xuất bản, chúng tôi đã dành rất nhiều thời gian để thảo luận về những gì chúng tôi nghĩ sẽ quan trọng đối với các nhà quản trị mà chúng tôi sẽ gặp mặt. Sealy đã thông báo cho chúng tôi về những gì đang diễn ra trong ngành công nghiệp và mang đến cho chúng tôi cái nhìn sâu sắc về các nhà xuất bản tư nhân. Một trong những nhân viên của tôi đã nói qua các điểm chính mà anh nghĩ là quan trọng xét trên quan điểm của công ty tôi. Tất cả chúng tôi đều đặt ra các câu hỏi và tìm câu trả lời. Chúng tôi muốn có sự chuẩn bị tốt nhất có thể.

Đêm trước khi chúng tôi có cuộc họp đầu tiên, tôi đã dành thời gian ở một mình trong phòng khách sạn để chuẩn bị tinh thần cho ngày hôm sau. Tôi luôn tự hỏi rằng: Nếu tôi đại diện một nhà xuất bản nói chuyện với một tác giả, tôi muốn biết gì? Nếu tôi ở vị trí của họ, tôi sẽ hỏi John Maxwell những gì? Tôi tin nếu mình có thể trả lời những câu hỏi này, tôi sẽ có một cơ hội kết nối với họ và đưa ra một hợp đồng có lợi cho cả hai bên.

Tôi đưa ra rất nhiều ý tưởng, nhưng câu hỏi mà tôi liên tục trở lại là: “Anh muốn viết bao nhiêu cuốn sách?” Tôi tin rằng đó là chìa khóa, vì vậy trong vòng 2 giờ, tôi đã suy nghĩ về câu trả lời cho câu hỏi đó. Tôi đã viết ra danh sách các cuốn sách tôi muốn viết trong vài năm tới. Danh sách càng lớn, thì sự phấn khích và dự đoán của tôi cho ngày tới cũng tăng lên. Và khi chúng tôi gặp nhà xuất bản đầu tiên vào sáng hôm sau, sau vài phút trò chuyện về hợp đồng tiềm năng, một giám đốc điều hành đã hỏi: “John, anh đã viết 30 cuốn sách. Anh định viết thêm bao nhiêu cuốn nữa?”

Với sự nhiệt tình rất lớn, tôi đã chia sẻ các ý tưởng và tựa 10 cuốn sách mà tôi muốn viết. Tôi nghĩ một số người trong phòng đã có chút ngạc nhiên khi tôi có thể đưa ra câu trả lời nhanh đến vậy và rất

hứng thú với chủ đề này. Khi tôi nhiệt tình chia sẻ các tựa sách, mọi người cũng hào hứng theo. Mọi người bắt đầu ghi chép và đặt câu hỏi. Và từ phản ứng của họ, tôi có thể nắm được những chủ đề mà họ yêu thích nhất. Chúng tôi đã kết nối! Tất cả những gì tôi đã làm là dành thời gian để suy nghĩ dựa trên quan điểm của các nhà xuất bản và khám phá ra những điều quan trọng đối với họ.

Bạn có thể kết nối với những người khác nếu đã sẵn sàng đặt lịch trình của bạn sang một bên, để nghĩ về họ và cố gắng hiểu họ là ai và họ muốn gì. Nếu bạn thực sự muốn giúp mọi người, kết nối sẽ trở nên tự nhiên hơn và ít cứng nhắc hơn. Nếu sẵn sàng học cách kết nối, bạn sẽ ngạc nhiên trước những cánh cửa sẽ mở ra với bạn và những người bạn sẽ kết nối. Tất cả những gì bạn phải làm là tự nhắc nhở bản thân rằng kết nối liên quan đến những người khác.

Mọi người đều có lý do riêng khi làm bất cứ việc gì.

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Nguyên tắc kết nối: Tất cả kết nối đều liên quan đến những người khác.

Khái niệm chính: Kết nối bắt đầu khi người khác cảm thấy được tôn trọng.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Bạn kết nối trực tiếp với một người như thế nào? Bằng cách khiến họ cảm thấy được coi trọng. Bạn làm việc đó bằng cách nào?

- Biết những gì họ coi trọng bằng cách trở thành người biết lắng nghe khi bạn giao tiếp với họ.
- Tìm hiểu lý do họ coi trọng những điều này bằng cách đặt câu hỏi.
- Chia sẻ các giá trị riêng của bạn gần giống họ.
- Xây dựng mối quan hệ của bạn dựa trên những giá trị chung.

Bằng cách đó, giá trị được bổ sung vào cả hai người.

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Điểm mấu chốt để khiến người khác cảm thấy được coi trọng trong một nhóm hoặc một đội là lôi kéo họ tham gia vào vòng kết nối. Người thông minh nhất trong phòng không bao giờ tỏ ra thông minh hơn tất cả mọi người. Sự hòa hợp tạo ra sức mạnh tổng hợp, nhu cầu và kết nối.

Để kết nối với mọi người trong một nhóm, hãy:

- Khám phá và xác định sức mạnh của mỗi người.
- Ghi nhận giá trị của thế mạnh và đóng góp tiềm năng của mỗi người.

- Mời tham gia và cho phép mọi người làm chủ lĩnh vực thể mạnh của họ.

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Một trong những lý do mà các diễn giả không thể kết nối đó là họ mang lại ấn tượng rằng họ và thông tin cần truyền tải của họ quan trọng hơn khán giả. Kiểu thái độ đó có thể tạo ra một rào cản giữa diễn giả và khán giả. Thay vào đó, hãy cho khán giả của bạn thấy rằng họ quan trọng với bạn bằng cách:

- Thể hiện bạn coi trọng họ và mong được gặp gỡ họ càng sớm càng tốt.
- Làm điều gì đó đặc biệt cho họ nếu có thể, chẳng hạn như chuẩn bị nội dung ấn tượng cho họ và để họ biết rằng bạn làm như vậy là vì họ.
- Gặp khán giả theo nhóm (khoảng 10 người), để nhận được phản ứng tích cực từ họ.
- Khi bạn kết thúc bài thuyết trình, hãy nói cho họ biết bạn cảm thấy vui mừng khi được gặp họ đến mức nào.

03: KẾT NỐI NĂM NGOÀI CẢ LỜI NÓI

Trong một chương trình thực tế trên truyền hình, hai người đều có tài năng ngang nhau cùng hát một bài hát, một người khiến khán giả reo hò; người còn lại khiến khán giả lẳng lặng rời đi. Tại sao vậy?

Hai giáo sư tại một trường đại học dạy cùng lớp trong cùng một khoảng thời gian và cùng dựa trên cuốn sách giáo trình theo quy định. Các sinh viên đứng xếp hàng đăng ký vào lớp giáo viên đầu tiên, trong khi lớp của vị giáo sư còn lại dần thiếu hiệu quả và số sinh viên tham gia chỉ đếm trên đầu ngón tay. Tại sao vậy?

Hai nhà quản lý cùng điều hành một nhà hàng. Mỗi người đều có 20 nhân viên làm việc thường xuyên. Khi người quản lý đầu tiên cần giúp đỡ và đề nghị mọi người làm thêm giờ, họ rất sẵn sàng. Nhưng người quản lý còn lại đưa ra đề nghị tương tự trong tuần tới, tất cả các nhân viên đều viện lý do không thể ở lại. Điều gì đã làm nên sự khác biệt?

Cha mẹ cùng nuôi một đứa trẻ trong gia đình, áp dụng các quy tắc giáo dục tương tự nhau. Một phụ huynh được tuân thủ trong vui vẻ, còn người kia bị ra sức kháng cự. Tại sao vậy?

Không phải lời của bài hát gợi lên phản ứng giống nhau ở cả hai ca sĩ sao? Không phải một khóa học có sức hấp dẫn giống nhau với sinh viên sao? Không phải cả hai nhà quản lý đều đưa ra đề nghị giống nhau sao? Không phải bố và mẹ đều dạy dỗ con với cùng một phương pháp sao?

Về trực giác, bạn có thể biết câu trả lời là không. Phản ứng của mọi người với những người khác nhau không chỉ đơn thuần dựa trên lời nói được sử dụng mà trên kết nối họ trải nghiệm với người đó.

HÀNH ĐỘNG CỦA BẠN QUÁ MẠNH MẼ, TÔI KHÔNG THỂ NGHE THẤY TIẾNG CỦA BẠN

Khi mọi người cố gắng giao tiếp với người khác, nhiều người tin rằng thông điệp nói ra là tất cả. Nhưng thực tế, giao tiếp vượt ra ngoài những lời nói thông thường. Trong một nghiên cứu quan trọng, giáo sư tâm lý danh dự của UCLA, Albert Mehrabian, đã phát hiện ra rằng giao tiếp trực tiếp với một người có thể được chia thành ba thành phần: từ ngữ, giọng điệu và ngôn ngữ cơ thể. Ngạc nhiên thay, trong một số trường hợp, chẳng hạn như khi các thông điệp bằng lời không phù hợp, thì những gì chúng ta làm và giọng điệu chúng ta sử dụng còn giá trị hơn bất cứ lời nói nào trong quá trình giao tiếp. Trong các trường hợp được truyền đạt:

- Những gì chúng ta nói chỉ chiếm 7% những gì được tin tưởng.
- Cách chúng ta nói chiếm 38%.
- Những gì người khác nhận thấy chiếm 55%.

Thật ngạc nhiên, hơn 90% ấn tượng chúng ta thường truyền tải không liên quan nhiều đến những gì chúng ta thực sự nói. Vì vậy, nếu tin rằng giao tiếp liên quan đến từ ngữ, thì bạn đã sai lầm và bạn sẽ

luôn gặp khó khăn khi kết nối với những người khác.

Trong khi những số liệu thống kê này có thể cho thấy những hạn chế của từ ngữ trong một số tình huống giao tiếp, thì chúng lại không thể giúp mình tìm ra cách giao tiếp tốt hơn với người khác. Vậy giải pháp là gì? Howard Hendricks, người từng là cố vấn từ xa cho tôi trong nhiều năm, đã nói rằng giao tiếp có ba thành phần cần thiết: trí tuệ, tình cảm và ý chí. Nói cách khác, khi cố gắng giao tiếp, chúng ta phải có:

Suy nghĩ: Thứ chúng ta biết

Cảm xúc: Thứ chúng ta cảm nhận

Hành động: Thứ chúng ta làm

Tôi tin rằng ba thành phần này cũng rất cần thiết để kết nối với những người khác. Khi không có bất cứ thành phần nào trong ba thành phần đó, sự gián đoạn với mọi người và sự cố trong giao tiếp sẽ xảy ra. Cụ thể hơn, đây là cách tôi nghĩ sự cố sẽ xảy ra. Nếu tôi cố gắng giao tiếp:

- Thứ tôi biết nhưng không cảm nhận được, giao tiếp của tôi không có cảm xúc.
- Thứ tôi biết nhưng không làm, giao tiếp của tôi chỉ mang tính lý thuyết.
- Thứ tôi cảm nhận được nhưng không biết, giao tiếp của tôi là vô căn cứ.
- Thứ tôi cảm nhận được nhưng không làm, giao tiếp của tôi là giả tạo.
- Thứ tôi làm nhưng tôi không biết, giao tiếp của tôi đầy kiêu ngạo.
- Thứ tôi làm, nhưng không cảm nhận được, giao tiếp của tôi máy móc.

Khi có đủ cả ba thành phần – suy nghĩ, cảm xúc và hành động – giao tiếp của tôi có niềm tin, niềm đam mê và uy tín. Kết quả đạt được là kết nối. Tôi tin rằng bạn có thể đạt được kết quả tương tự khi bạn đưa cả ba thành phần vào trong hoạt động kết nối của bạn.

Hơn 90% ấn tượng chúng ta thường truyền tải không liên quan nhiều đến những gì chúng ta thực sự nói ra.

CÁC ĐẶC TÍNH CỦA KẾT NỐI

Bất kỳ thông điệp nào bạn cố gắng để truyền tải phải có một phần của bạn trong đó. Bạn không thể chỉ nói suông. Bạn không thể chỉ truyền tải thông tin. Bạn cần phải có nhiều hơn một thông điệp. Bạn phải là một phần của thông điệp mà bạn muốn chuyển tải, nếu không, bạn sẽ không có được sự tin cậy và bạn sẽ không thể kết nối.

Bạn đã từng phải truyền tải tầm nhìn của người khác chưa? Rất khó phải không? Thật khó để đưa cảm xúc của bạn vào quá trình trình bày ý tưởng của người khác. Tuy nhiên, nếu làm việc trong bất kỳ tổ chức nào và bạn không phải là nhà lãnh đạo hàng đầu, đó chính là những gì bạn được kỳ vọng thực

hiện. Bạn làm việc đó với niềm tin nào? Bằng cách biến nó thành tâm nhìn của bạn. Ý của tôi là trước tiên, bạn phải khám phá ra việc tâm nhìn tác động tích cực đến bạn ra sao. Bạn phải kết nối với nó ở cấp độ cá nhân. Một khi làm được điều đó, bạn sẽ làm được nhiều hơn việc chỉ đơn thuần chuyển tiếp thông tin mà còn là truyền đạt cảm hứng. Không gì có thể xảy ra thông qua bạn nếu nó không xảy ra với bạn.

Loại sở hữu này rất cần thiết không chỉ đối với các nhà lãnh đạo và diễn giả mà cả với các tác giả. Để một cuốn sách kết nối được với độc giả, nó phải không chỉ là một cuốn sách đơn thuần. Nó phải sở hữu một phần của tác giả. Nếu không, nó sẽ thiếu tính xác thực và độ tin cậy. Nó có thể cung cấp thông tin tuyệt vời, nhưng chưa chắc đã để lại dấu ấn nếu tác giả không kết nối với các độc giả.

Đó là những gì tôi luôn cố gắng làm với cương vị một tác giả: đưa một phần cái tôi của mình vào cuốn sách. Tôi không truyền tải bất cứ điều gì mà tôi chưa trải nghiệm. Ví dụ:

- Developing the Leader within You (Phát triển kỹ năng lãnh đạo)² thuyết phục độc giả bởi tôi đã xây dựng bản thân thành một nhà lãnh đạo.
- Trong Failing Forward (Tạm dịch: Tiến lên từ thất bại), tôi muốn chứng minh các cách tôi thường sử dụng để vượt qua những thất bại của riêng tôi.
- Khi tôi viết Winning with People (Thuật đắc nhân tâm³), tôi muốn cuốn sách ảnh hưởng đến những người khác theo cách cuốn Đắc nhân tâm (How to Win Friends and Influence People) của Dale Carnegie ảnh hưởng đến tôi từ thời niên thiếu.
- Thinking for a Change (Tạm dịch: Suy nghĩ đến một sự thay đổi) chia sẻ cách suy nghĩ hàng ngày của tôi. Vợ tôi, Margaret, nói rằng nó “thể hiện con người tôi” nhiều hơn bất kỳ cuốn sách nào khác.
- The 21 Irrefutable Laws of Leadership (21 nguyên tắc vàng của nghệ thuật lãnh đạo²) cung cấp các nguyên tắc lãnh đạo thử-và-đúng mà tôi đã sử dụng để trang bị cho hơn 4 triệu người trên toàn thế giới.

Tôi nỗ lực để khiến mỗi cuốn sách của mình không chỉ là một cuốn sách, là giấy và mực in hay tệp tin điện tử được bán ra thị trường. Mỗi cuốn sách đều xuất phát từ trái tim và linh hồn tôi. Tôi tin nó và thực sự hy vọng nó sẽ giúp đỡ được bất cứ ai đọc nó.

Thông điệp phải chân thành và xuất phát từ trái tim, nhưng tất nhiên điều đó là không đủ. Thông điệp của bạn còn phải có giá trị, phải được đưa ra dựa trên cam kết mang lại cho khán giả của mình và phải có khả năng thay đổi cuộc sống của người khác. Đó là mục tiêu của tôi mỗi khi tôi viết một cuốn sách hoặc chuẩn bị nói chuyện với khán giả.

Mỗi năm, tôi đều trở thành diễn giả cho các công ty và tổ chức khác nhau. Thường thì, tôi cần trao đổi qua điện thoại với ai đó trong tổ chức trước buổi nói chuyện để có thể nắm được các kỳ vọng của nhà tổ chức và thông tin về khán giả. Mục tiêu của tôi là không bao giờ chỉ đơn thuần đưa ra một bài phát biểu. Tôi muốn bổ sung giá trị cho mọi người. Và để có cơ hội làm điều đó, những gì tôi nói và làm phải nằm trong bối cảnh của bức tranh lớn hơn về mục đích, nhiệm vụ và mục tiêu của tổ chức. Tôi luôn dành thời gian để khiến những gì tôi sắp nói phù hợp với thứ họ cần.

Sau khi phát biểu xong, tôi cũng dành thời gian để đánh giá xem tôi có kết nối với khán giả và giúp được nhà tài trợ không. Tôi làm điều đó bằng cách xem lại Danh mục kiểm tra Kết nối của tôi, trong đó bao gồm các câu hỏi sau:

- Sự trọn vẹn – Tôi đã nỗ lực hết sức mình chưa?
- Kỳ vọng – Tôi có làm hài lòng nhà tổ chức của tôi không?
- Sự xác đáng – Tôi có hiểu và thuyết phục được khán giả không?
- Giá trị – Tôi có bổ sung giá trị cho mọi người không?
- Áp dụng – Tôi có cung cấp cho mọi người một kế hoạch cho sự thay đổi không?
- Thay đổi – Tôi có tạo ra sự khác biệt không?

Nếu có thể thành thật trả lời “có” cho những câu hỏi này, tôi cảm thấy chắc chắn rằng kết nối của mình với khán giả là hiệu quả và có thể xứng đáng với thời gian mà họ đã dành cho tôi.

Nếu bắt đầu bất cứ buổi diễn thuyết nào, bạn có thể sử dụng một danh sách tương tự nhằm đảm bảo bạn đang làm mọi thứ để kết nối. Tuy nhiên, ngay cả khi phát biểu trước đám đông không nằm trong những việc bạn phải làm, vẫn có một nguyên tắc hữu ích dành cho bạn. Khi bạn chịu trách nhiệm kết nối với những người khác và bạn quyết định chiều lòng mọi người thay vì chính mình, cơ hội bạn kết nối với những người khác sẽ tăng đáng kể. Nên nhớ, thái độ của bạn thường quan trọng hơn lời nói.

Bất kỳ thông điệp nào bạn cố gắng để truyền tải phải có một phần của bạn trong đó.

BỐN THÀNH PHẦN CỦA KẾT NỐI

Nếu muốn kết nối thành công với người khác, bạn cần phải chắc chắn thông điệp của bạn vượt ra khỏi lời nói. Làm sao bạn có thể làm được điều đó? Bằng cách kết nối trên bốn cấp độ: trực quan, trí tuệ, cảm xúc và lời nói.

1. Những gì mọi người thấy – kết nối trực quan

Trong cuốn sách *How to talk so people listen* (Tạm dịch: Nói sao để mọi người lắng nghe bạn), Sonya Hamlin đã đưa ra lời khuyên rằng giữa thính giác và thị giác, thị giác quan trọng và mạnh mẽ hơn trong giao tiếp. Cô viết: “Như một loài động vật bậc cao, chúng ta nhớ 85-90% những gì chúng ta nhìn thấy nhưng ít hơn 15% những gì chúng ta nghe thấy. Điều đó có nghĩa rằng nếu muốn tôi học và ghi nhớ, bạn cũng phải hỗ trợ lời nói bằng cách chỉ cho tôi các ý tưởng của bạn... Bây giờ, bạn cần phải sử dụng sức mạnh của thị giác để giúp duy trì hứng thú của khán giả và đưa nó lên tầm hiểu biết mới.” Cô viện chứng cho việc này bằng ví dụ sau chỉ ra rằng mọi người ngày nay trực quan hơn trước đây:

- 77% người Mỹ nhận được khoảng 90% tin tức từ truyền hình.
- 47% nhận được tất cả tin tức từ truyền hình.

- Các tập đoàn lớn của Mỹ có các hãng phim truyền hình của riêng họ.
- Họp hội nghị qua video và web đang thay thế các cuộc họp trực tiếp.
- Các hệ thống lưu trữ video kỹ thuật số đang dần trở nên phổ biến trong các gia đình và văn phòng.
- Tính đến năm 19 tuổi trẻ em dành khoảng 22.000 giờ để xem truyền hình đến năm 19 tuổi, nhiều hơn gấp đôi thời gian chúng dành cho việc học.

Chúng ta đang sống trong thời đại hình ảnh. Mọi người dành rất nhiều thời giờ xem YouTube, Facebook, Vimeo, PowerPoint, trò chơi điện tử, phim ảnh và các phương tiện truyền thông khác. Bạn chắc chắn có thể hiểu được tầm quan trọng của những gì xuất hiện trong văn hóa của chúng ta. Mọi người mong muốn mọi loại thông tin liên lạc đều là một trải nghiệm trực giác.

Bất cứ lúc nào bạn đứng trước những người khác để giao tiếp – cho dù đó là trên sân khấu, trong một phòng họp, trên một sân bóng, hoặc bên bàn cà phê – ấn tượng trực quan mà bạn tạo ra sẽ giúp đỡ hoặc cản trở bạn. Nhà điều hành truyền hình, tư vấn viên truyền thông, kiêm tác giả của cuốn sách *You are the Message* (Tạm dịch: Bạn là một thông điệp), Roger Ailes đã chia sẻ trên Tạp chí *Success* rằng:

Bạn chỉ có 7 giây để tạo ấn tượng đầu tiên phù hợp. Ngay sau khi bạn mở lời, bạn phát các tín hiệu bằng lời và không lời định hình hình ảnh của bạn trong mắt đối phương. Trong kinh doanh, 7 giây quan trọng đầu tiên này có thể quyết định xem bạn có giành được thiện cảm của họ, hoặc thành công trong một cuộc đàm phán căng thẳng hay không.

Bạn tự tin? Thoải mái? Chân thành? Hay vui mừng khi ở đó? Trong 7 giây đầu tiên, bạn mang đến cho đối phương “các tín hiệu” tinh tế. Và cho dù mọi người có nhận ra hay không, họ sẽ phản hồi ngay lập tức trước biểu hiện trên khuôn mặt, cử chỉ, thái độ và nhiệt huyết của bạn. Họ phản ứng với giọng nói của bạn – giọng điệu và cường độ. Đối phương, dù là một người hay hàng trăm người, theo bản năng sẽ đánh giá được động cơ và thái độ của bạn.

Mọi người có thể cảm nhận được rất nhiều trong 7 giây đó. Họ có thể quyết định rằng họ không muốn nghe bất cứ điều gì từ đối phương, hoặc có thể ấn tượng hay bị thu hút bởi một ai đó. Người theo chủ nghĩa bài nô lệ kiêm mục sư Henry Ward Beecher đã khẳng định: “Có người quá rạng rỡ, quá vui tính, quá tốt bụng, vì vậy bạn cảm thấy vui lây với sự hiện diện của họ đến mức bạn thể hiện thái độ tích cực của mình theo đó.”

Nếu bạn muốn tăng khả năng kết nối với mọi người một cách trực quan, hãy làm theo lời khuyên sau đây:

Loại bỏ các phiền nhiễu cá nhân. Nó gần như có thể biến mất mà không cần nói, nhưng điểm xuất phát cho kết nối trực quan là tăng cơ hội để mọi người chú ý đến những điều đúng đắn và không bị phân tâm. Nếu bạn cũng chuẩn bị chu đáo, chọn trang phục phù hợp với hoàn cảnh, thì đó là một khởi đầu tốt. Vô số người đã để mất cơ hội kinh doanh, hủy hoại các cuộc phỏng vấn xin việc, hoặc bị từ chối những cuộc hẹn hò bởi diện mạo của họ không phù hợp với các mong đợi của đối phương.

Cũng là một ý tưởng khôn ngoan khi loại bỏ bất kỳ thói quen cá nhân gây mất tập trung nào. Hỏi gia đình và bạn bè xem bạn có thường xuyên thể hiện các hành vi khiến họ chú ý và kéo sự tập trung của họ khỏi những gì bạn truyền đạt. Và nếu thực hiện bất cứ hoạt động diễn thuyết nào trước công chúng, thì một trong những điều tốt nhất bạn có thể làm là tự quay video về mình. John Love, một mục sư đã nhận xét trên blog của tôi, viết: “Tôi không bao giờ biết được mình đã mắc lỗi không lời nhiều đến vậy cho đến khi tự quay video về bản thân. Giờ đây, đó là việc làm thường xuyên của tôi khi xem lại bản thân qua các đoạn băng để xác định không chỉ những gì tôi nói, mà cả cách tôi diễn đạt. Những cuộn băng luôn ghi lại sự thật.”

Mở rộng mức độ thể hiện cảm xúc. Các diễn viên tài năng có thể kể toàn bộ câu chuyện mà không thốt ra một lời, chỉ đơn giản bằng cách sử dụng nét mặt. Và dù chúng ta có nhận thức được điều đó hay không, chúng ta cũng đều chuyển tải các thông điệp bằng những biểu hiện trên gương mặt. Ngay cả những người có khuôn mặt lạnh lùng, hay cố ý không để người khác biết suy nghĩ của họ, cũng đang truyền tải thông điệp tới những người khác – sự lạnh lùng, thờ ơ. Và hành động đó khiến việc kết nối với những người khác gần như bất khả thi. Nếu khuôn mặt của bạn thay bạn “nói” lên nhiều điều, thì bạn hoàn toàn có thể để nó truyền tải một điều gì đó tích cực.

Khi trông thấy các cháu, vợ chồng tôi sẽ ra đón và cho chúng thấy chúng tôi rất vui khi được gặp chúng. Khi bọn trẻ đến, chúng tôi dừng mọi việc đang làm lại để chúng nhận thấy được sự vui mừng của chúng tôi khi thấy chúng và chúng tôi đã giao tiếp không chỉ bằng lời mà còn bằng cả nụ cười, những cái ôm, những nụ hôn. Chúng tôi muốn chúng cảm thấy được sự yêu thương, khi chúng tôi ở bên.

Khi giao tiếp với đối phương, các biểu hiện trên gương mặt trở nên quan trọng hơn rất nhiều. Và nói chung, đám đông khán giả càng lớn, các biểu hiện trên khuôn mặt càng cần được thể hiện nhiều hơn. Tất nhiên, công nghệ đã ảnh hưởng đến cách mọi người giao tiếp với một lượng lớn khán giả. Tôi vẫn nhớ trải nghiệm nói chuyện lần đầu tiên với một khán giả được quay phim lại và hình ảnh của tôi xuất hiện trên một màn hình lớn. Đó là ở Nhà thờ Crystal tại Quận Cam, California. Màn hình lớn cách tôi vài mét về phía bên trái và tôi thấy mất tự tin khi mọi người cứ nhìn qua đó chứ không nhìn vào tôi. Nhưng sau đó, tôi đã pha trò và làm cả mặt xấu khiến khán giả cười ô và tôi lấy lại được sự tự tin. Mặc dù mọi người vẫn nhìn vào màn hình thay vì nhìn vào tôi, nhưng tôi đã kết nối được với họ.

Dù bạn là ai hay đang cố gắng giao tiếp với ai, bạn có thể cải thiện khả năng của mình bằng cách mỉm cười với mọi người và thể hiện biểu cảm trên gương mặt. Ngay cả khi bạn làm việc trong một môi trường khắc nghiệt hoặc một nền văn hóa doanh nghiệp trang trọng, bạn cũng không cần phải giữ một khuôn mặt nghiêm trang. Tôi phát hiện ra điều này từ rất sớm. Năm lớp Ba, tôi nhớ đã soi gương vào một buổi sáng và nghĩ, tôi không phải là một anh chàng điển trai. Tôi sẽ phải làm gì với một khuôn mặt như thế này? Sau đó, tôi mỉm cười. Và tôi nghĩ, đó chính là điểm mấu chốt.

Nếu khuôn mặt của bạn thay bạn “nói” lên nhiều điều, thì bạn hoàn toàn có thể để nó truyền tải một điều gì đó tích cực.

Di chuyển có mục đích. Khi còn học đại học, tôi muốn có được công việc tại một cửa hàng tạp hóa địa phương. Steve Benner, bạn đại học của tôi cũng vậy, chúng tôi đã cùng đi xin việc. Người quản lý gặp chúng tôi ở trước cửa hàng và yêu cầu chúng tôi theo anh đi ra phía sau. Có rất nhiều đơn xin việc. Sau khi phỏng vấn, ông nói rằng sẽ đưa ra quyết định vào ngày hôm sau. Steve là người được

lựa chọn.

Một vài tuần sau đó, tôi đã đến gặp người quản lý để hỏi về lý do ông ấy không chọn tôi. Tôi tự hỏi liệu đơn xin việc của tôi có điểm gì không đạt yêu cầu. “Tôi không chọn người qua đơn xin việc,” ông đáp lại. “Tôi chọn Steve bởi cậu ấy đã ra sau cửa hàng nhanh và nhiệt tình hơn cậu.”

Tôi không bao giờ quên trải nghiệm đó. Không phải là nhận thức của chúng ta về những người khác nhau tùy theo cách họ thể hiện bản thân sao? Một người thu hút được sự chú ý trong khi người khác bị phớt lờ. Một người được tôn trọng trong khi người còn lại thì không. Tôi nghe nói rằng những tên cướp và móc túi lựa chọn nạn nhân dựa vào ngôn ngữ cơ thể. Nếu ai đó đi nhanh, tự tin và tỉnh táo, bọn chúng thường bỏ qua họ và tìm kiếm các nạn nhân thiếu tự tin hơn.

Sự di chuyển luôn chuyển tải một thông điệp rõ ràng khi ai đó muốn giao tiếp. Tôi luôn nhận thức được điều này bất cứ khi nào tôi ở trên sân khấu. Tôi di chuyển nhanh và tự tin lên sân khấu bởi tôi muốn mọi người biết rằng tôi đang háo hức trò chuyện với họ. Tôi biết việc tôi di chuyển đến gần hơn với khán giả sẽ tạo ra một cảm giác gần gũi hơn. Tôi cũng biết rằng nếu mình di chuyển xung quanh vài phút một lần, mọi người sẽ cảm nhận được nhiệt huyết của tôi và có nhiều khả năng gắn bó với tôi hơn.

Duy trì một tư thế cởi mở. Các rào cản vật lý thường là một trong số những trở ngại lớn nhất về kết nối với một người nào đó đang cố gắng để giao tiếp. Tôi đã mất nhiều năm để phát hiện ra điều này và để tạo được hiệu quả hơn trong giao tiếp. Lần đầu tiên nói chuyện với khán giả, tôi thường đứng sau bục và không di chuyển. Kết quả là, tôi cảm thấy tách biệt với họ. Khi bắt đầu đi xung quanh sân khấu và phát hiện ra nơi mà mọi người có thể nhìn thấy tôi, kết nối của tôi với mọi người được cải thiện rất nhiều.

Tạo ra sự cởi mở về tâm lý cũng đã giúp tôi rất nhiều trong việc kết nối. Tôi tình cờ biết được điều này sau khi bị chấn thương ở lưng khi chơi quần vợt với một người bạn. Chấn thương buộc tôi phải nằm nghỉ ngơi ba ngày và khiến tôi khó có thể đến một buổi nói chuyện theo lịch trình ở Harrisburg, Pennsylvania. Cách duy nhất giúp tôi hoàn thành nhiệm vụ là đưa vợ tôi đi cùng để giúp tôi chuẩn bị quần áo và sẵn sàng nói chuyện, đồng thời yêu cầu ban tổ chức cung cấp ghế để tôi ngồi.

Trong suốt chương trình, tôi đã khám phá ra một điều đáng kinh ngạc rằng việc sử dụng ghế khiến tôi có nhiều nhiệt huyết hơn bình thường – ngay cả khi bị thương ở lưng. Đồng thời, tôi cũng cảm thấy thoải mái và kết nối với khán giả nhiều hơn. Sau khi phân tích tình hình, tôi nhận ra rằng, tôi giao tiếp thoải mái hơn khi ngồi.

Kể từ đó, tôi đã nhận thức được sự cần thiết của việc luôn giữ thể chất và tinh thần của tôi cởi mở trong quá trình giao tiếp. Khi ở văn phòng, tôi không ngồi ở bàn khi nói chuyện với một ai đó. Chúng tôi ngồi ở những chiếc ghế thoải mái, đối mặt với nhau mà không có bất cứ thứ gì ngăn cản giữa chúng tôi. Hoặc nếu cần phải làm việc, chúng tôi ngồi cạnh nhau ở cùng một phía.

Bất cứ lúc nào bạn loại bỏ các trở ngại và hạn chế khoảng cách, kết nối sẽ trở nên dễ dàng hơn. Và sự va chạm về thể chất cũng hoàn toàn loại bỏ khoảng cách. Một cái bắt tay, một cái vỗ nhẹ vào lưng, hoặc một cái ôm có thể giúp thúc đẩy kết nối. Ca sĩ kiêm nhạc sĩ Sue Duffield đã kể với tôi một câu chuyện về cha cô để minh họa cho sức mạnh của sự va chạm và cách nó có thể giúp mọi người kết

nói:

Tôi sẽ không bao giờ quên bàn tay của cha. Ông ấy là một công nhân chăm chỉ, luôn sử dụng bàn tay của mình hàng ngày – nhưng bằng cách nào đó vẫn chăm sóc nó cẩn thận và hoàn hảo... Một ngày, khi tôi nằm trong phòng cấp cứu với những vết thâm tím và bị thương nặng sau một vụ va chạm xe, tôi, một cô gái 17 tuổi đã gần như kiệt sức cho đến khi cảm nhận được bàn tay của cha chạm vào vai. Tôi biết ngay đó là ai mà không cần quay đầu lại. Tôi cảm nhận được năng lượng của ông qua cái chạm vai đó, và một kết nối quen thuộc và thân thương với ý nghĩa: “Mọi chuyện sẽ ổn thôi, con gái ạ.”

Hãy làm bất cứ điều gì bạn có thể để loại bỏ các chướng ngại vật và thu hẹp khoảng cách giữa bạn và người mà bạn muốn kết nối. Và bất cứ khi nào thích hợp, hãy chạm để giao tiếp với người mà bạn quan tâm.

Chú ý đến môi trường xung quanh. Môi trường đóng một vai trò quan trọng bất cứ khi nào chúng ta cố gắng để giao tiếp với người khác. Bạn đã từng cố gắng để kết nối với người thích xem tivi hơn nói chuyện với bạn chưa? Bạn đã từng cố gắng để trao đổi hoặc trò chuyện trong một khu vực ồn ào như công trường xây dựng, hay trong một buổi hòa nhạc chưa? Một môi trường khó khăn có thể khiến việc kết nối khó suôn sẻ hoặc thậm chí là không thể.

Ngay cả khi được mời diễn thuyết, bạn cũng không thể cho rằng một chương trình được sắp xếp sẽ có lợi cho việc kết nối, ngay cả khi nó được thiết kế để giao tiếp. Đó là lý do tôi luôn cố gắng xem địa điểm trước khi được đặt lịch diễn thuyết. Tôi muốn chắc chắn mọi sự chuẩn bị đều hỗ trợ tốt nhất cho khoảng thời gian mà tôi dành cho khán giả.

Steve Miller, con rể tôi, thường xuyên sát cánh trong các buổi tôi làm diễn giả và Steve thường đến địa điểm tổ chức trước tôi. Nhờ kinh nghiệm, Steve biết tôi cần gì để có thể kết nối với mọi người. Điều đầu tiên con rể tôi kiểm tra là khoảng cách giữa khu vực dành cho diễn giả và khán giả. Điều đó rất quan trọng bởi tôi sẽ khó kết nối với khán giả nếu khoảng cách giữa tôi và họ khá xa. Tôi nghĩ rằng điều này cũng đúng đối với nhiều nhà giao tiếp khác. Khi Jay Leno trở thành người dẫn chương trình The Tonight Show, ông đã tạo ra những thay đổi nhanh chóng khi tiếp nhận chương trình. Người dẫn chương trình cũ, Johnny Carson, thường bước ra từ sau cánh gà và trình diễn màn đọc thoại bởi phong cách của ông ta có phần lạnh lùng. Nhưng không phải diễn giả nào cũng vậy. Khi Leno đảm nhận chương trình, ông đã phải vật lộn trong vài tháng đầu khi sân khấu không phù hợp với phong cách giao tiếp của ông. Tuy nhiên, ngay sau khi sân khấu được thiết kế lại, mọi chuyện lại khác. Tấm màn sân khấu đã được gỡ bỏ và sân khấu mới đã được dựng để ông đứng rất gần với khán giả. Thực tế, khi Leno làm người dẫn chương trình, bất cứ khi nào được giới thiệu, ông đều bắt tay với khán giả ngồi hàng ghế đầu trước khi bắt đầu nói – một sự thay đổi về môi trường đã tạo nên sự khác biệt.

Điều thứ hai mà Steve quan sát là hệ thống ánh sáng. Tôi muốn mọi người nhìn thấy rõ tôi trên sân khấu bởi tôi là một người giao tiếp trực quan. Tuy nhiên, tôi cũng muốn có ánh sáng tốt cho khán giả vì hai lý do: tôi thường đưa ra các đề cương và muốn mọi người có thể ghi chú, đồng thời, tôi muốn quan sát khán giả trong khi nói chuyện. Nhiều kỹ năng kết nối của tôi phù hợp với những người khác, chỉ khi nhìn rõ khán giả, tôi mới có thể cảm nhận được những gì cần phải làm để tăng cường phản ứng của họ.

Điều thứ ba Steve cần kiểm tra là hệ thống âm thanh. Âm thanh kém khiến việc giao tiếp gần như bất

khả thi. Tôi luôn ngạc nhiên trước những hệ thống âm thanh giá rẻ được cung cấp cho các hội nghị tại những khách sạn cao cấp. Nhiều khách sạn không có gì ngoài một chiếc micro cỡ ngỗng gắn ở bục phát biểu. Phải sử dụng nó khi diễn thuyết không khác gì một vận động viên Olympic cố gắng giành chiến thắng trong một cuộc đua với tay và chân bị xích. Không chỉ âm thanh dở tệ, mà nó còn ngăn diễn giả di chuyển xung quanh hoặc tiến đến khán giả.

Nếu muốn kết nối với những người khác, bạn cần phải sẵn sàng điều chỉnh. Nếu đang cố gắng kết nối với vợ/chồng của bạn, hãy tắt tivi đi. Nếu đang có kế hoạch ăn trưa với một đồng nghiệp hoặc khách hàng, hãy chọn một nơi yên tĩnh đủ để trò chuyện. Nếu đang phụ trách một cuộc họp hoặc nhóm nhỏ gặp mặt, hãy chọn căn phòng phù hợp và chắc chắn rằng việc chuẩn bị giúp mọi người có thể kết nối với nhau. Và nếu đang chuẩn bị làm diễn giả, hãy kiểm tra địa điểm để loại bỏ những trở ngại đối với việc kết nối. Đến khi bạn đứng trên sân khấu, thì đã quá muộn để thay đổi. Để kết nối hiệu quả, hãy chịu trách nhiệm về việc cung cấp cho người khác cơ hội để kết nối với bạn một cách trực quan.

“Nếu bạn không sống với nó, bạn sẽ không thể thể hiện được nó.”

– Nghệ sĩ Charlie Parker

2. Những gì mọi người hiểu – kết nối tri thức

Để kết nối hiệu quả với mọi người về cấp độ trí tuệ, bạn phải biết hai điều: chủ đề của bạn và bản thân bạn. Chủ đề rất rõ ràng. Mọi người đều đã từng nghe người khác trình bày chi tiết về một chủ đề mà họ không biết gì. Tốt nhất đó là sự hài hước. Tệ nhất đó có thể là sự tra tấn. Nhưng hầu hết thời gian, nó chỉ đơn giản là giả dối. Nghệ sĩ nhạc jazz Charlie Parker có lần nhận xét: “Nếu bạn không sống với nó, bạn sẽ không thể thể hiện được nó.”

Tôi đọc một câu chuyện về diễn viên tài năng Charles Laughton đã minh họa cho sự khác biệt giữa một diễn giả giỏi và một người thực sự hiểu họ nói gì. Người ta nói rằng Laughton đã tham dự một bữa tiệc Giáng sinh với một gia đình tại London. Trong suốt buổi tối, chủ nhà đã đề nghị tất cả mọi người tham dự kể lại một đoạn văn yêu thích mang tinh thần Giáng sinh nhất. Khi đến lượt Laughton, ông khéo léo đọc lại bài thánh ca 23. Mọi người đều vỗ tay ủng hộ và chương trình vẫn tiếp tục.

Người cuối cùng tham gia là một cô lớn tuổi, người đã ngủ gật trong một góc. Một người nào đó đã nhẹ nhàng đánh thức cô, giải thích những gì đang xảy ra và đề nghị cô tham gia. Cô suy nghĩ một lúc và sau đó bắt đầu bằng giọng run rẩy: “Chúa là người soi đường cho tôi, tôi không muốn...” Khi cô ngừng lời, tất cả mọi người đều khóc.

Khi Laughton ra về, một thành viên của gia đình cảm ơn anh vì đã đến và được gia đình hỏi về sự khác biệt giữa hai người đọc lại bài thánh ca. Khi được hỏi về sự khác biệt, Laughton đã trả lời: “Tôi biết thánh ca, còn cô ấy hiểu về Chúa.”

Không gì có thể thay thế cho trải nghiệm cá nhân khi chúng ta muốn kết nối với trái tim mọi người. Nếu bạn biết một thứ gì đó mà không thực hiện nó, khán giả sẽ không tin bạn. Nếu bạn làm điều gì đó nhưng không biết đủ rõ để giải thích về nó, khán giả sẽ thất vọng. Bạn phải dung hòa hai yếu tố đó để kết nối liên tục.

Quan trọng như việc biết rõ chủ đề của bạn, bạn cũng cần phải biết rõ chính mình. Các nhà giao tiếp hiệu quả là những người có tâm thế rất thoải mái. Họ tự tin bởi họ biết họ có thể và không thể làm gì và họ hướng về điểm hiệu quả nhất trong giao tiếp khi họ nói chuyện với mọi người.

Như đã đề cập, tôi từng mất một thời gian để tìm hiểu về điều này. Những trải nghiệm đầu tiên của tôi về việc diễn thuyết là vào năm 1967, khi tôi đang học đại học. Vào thời điểm đó, chiến lược của tôi là bắt chước các diễn giả mà tôi ngưỡng mộ. Thật thảm họa! Khi điều đó không mang lại hiệu quả, tôi đã cố gắng để gây ấn tượng với mọi người bằng kiến thức chủ đề của mình nhưng không ai lắng nghe. Tôi phải mất tám năm để “tìm được đường riêng” trong vai trò một diễn giả. Và thật tuyệt là: khi bạn tìm thấy chính mình, bạn sẽ tìm thấy khán giả của bạn.

Khi bạn tìm thấy chính mình, bạn sẽ tìm thấy khán giả của bạn.

3. Cảm nhận của mọi người – kết nối cảm xúc

John Kotter, một tác giả và cũng là một người bạn của tôi, gần đây đã viết một cuốn sách có tựa đề A Sense of Urgency (Tạm dịch: Cảm giác về sự hồi thúc). Trong đó, anh ấy tuyên bố: “Trong nhiều thế kỷ, chúng ta đã nghe về câu nói: ‘Những nhà lãnh đạo vĩ đại giành được trái tim và tâm trí của người khác.’ Hãy lưu ý rằng anh ấy không nói các nhà lãnh đạo vĩ đại giành được tâm trí của người khác hay xếp tâm trí lên trước trái tim. Trái tim phải được chiếm lĩnh trước. Và nếu muốn trở thành nhà giao tiếp giỏi, chúng ta cần luôn nhớ điều đó. Nếu bạn muốn giành được thiện cảm của người khác, đầu tiên phải giành được trái tim họ, từ đó việc giành được tâm trí họ sẽ là lẽ đương nhiên.”

Tôi đã chứng kiến rất nhiều diễn giả và giáo viên dựa quá nhiều vào trí tuệ của mình để thuyết phục người khác. Ngoài ra, nhiều trong số họ cũng đánh giá cao sự tiếp nhận tự nhiên của mọi người với thông điệp và mong muốn thay đổi vì nó. Những diễn giả và giáo viên này tin rằng tất cả những gì họ cần làm là đưa ra những lý luận hợp lý và đương nhiên họ sẽ giành được thiện cảm của mọi người. Nhưng mọi chuyện không đơn giản như vậy.

Bác sĩ chuyên khoa kiêm chuyên gia lãnh đạo Rabbi Edwin H. Friedman từng nhận xét:

Sự hiểu lầm to lớn của thời đại chúng ta là giả định rằng cái nhìn sâu sắc sẽ hiệu quả với những người không có động lực thay đổi. Giao tiếp không phụ thuộc vào các quy tắc, hoặc tài hùng biện mà vào bối cảnh cảm xúc trong đó thông điệp được truyền tải. Mọi người chỉ có thể nghe thấy bạn khi họ đang di chuyển về phía bạn và họ không có khả năng đó khi lời lẽ của bạn bám riết lấy họ. Ngay cả những từ ngữ được chọn lọc nhất cũng đánh mất sức mạnh của chúng khi chúng được sử dụng để chế ngự. Thái độ là nhân tố quyết định thành công của bài phát biểu.

Dù suy nghĩ của bạn là tích cực hay tiêu cực, nó đều sẽ xuất hiện khi bạn giao tiếp với những người khác. Câu ngạn ngữ: “Suy nghĩ của một người cho thấy anh ta là người như thế nào” rất đúng. Điều đó xuất hiện và tác động đến cách người khác phản ứng với bạn. Mọi người có thể nghe thấy lời bạn nói, nhưng họ cảm nhận thái độ của bạn. Điều đó hoặc sẽ cho phép bạn kết nối với mọi người và giành được thiện cảm của họ, hoặc sẽ khiến họ xa lánh bạn. Trong thực tế, thái độ của bạn thường xuyên áp đảo lời nói của bạn khi nói chuyện với người khác. Như Jules Rose của Sloan’s Supermarket đã chỉ ra: “Những từ ngữ chính xác mà bạn sử dụng ít quan trọng hơn so với năng lượng, cường độ và sức thuyết phục được chuyển tải qua chúng.”

Những người có thể kết nối với người khác ở cấp độ tình cảm thường có danh hoặc uy. Họ nổi bật trong đám đông, luôn hấp dẫn những người khác. Như một người nào đó thừa nhận: “Mọi người không phải lúc nào cũng nhớ những gì bạn nói hay làm. Tuy nhiên, họ sẽ luôn nhớ cảm nhận bạn mang lại cho họ.”

Tại sao một số người lại có khả năng này? Một người bạn và cũng là đồng nghiệp của tôi, Dan Reiland, đã giúp tôi hiểu điều này. Một ngày anh ấy hỏi tôi: “John, anh có biết tại sao một số người có uy tín trong khi số khác thì không không?”

“Nhân cách,” tôi trả lời ngay lập tức. “Một số biết cách làm hài lòng mọi người trong khi số khác thì không.”

“Tôi không nghĩ vậy,” Dan trả lời. “Tôi không tin uy tín là một đặc điểm trong nhân cách mỗi người. Nó thuộc về thái độ.” Anh ấy đã giải thích về cách những người có uy tín đạt được sự tập trung hướng ngoại thay vì hướng nội. Họ chú ý đến người khác và mong muốn bổ sung giá trị cho những người đó.

Tôi nhận ra Dan đã đúng. Những người có “danh” có một thái độ quảng giao khiến họ luôn đề cao người khác. Họ sở hữu thái độ tích cực, luôn tự nhắc nhở tìm kiếm và tập trung vào điều đúng đắn với một niềm tin không thể lay chuyển.

Câu chuyện yêu thích của tôi về sự tự tin liên quan đến cuộc phỏng vấn với Larry King cùng với Ty Cobb, một trong những cầu thủ bóng chày vĩ đại nhất mọi thời đại. Cobb, lúc đó 70 tuổi, đã được hỏi: “Nếu ngài còn chơi bóng chày, ngài nghĩ mình sẽ đánh được bao nhiêu quả?”

Cobb, người có kỷ lục cao nhất là 367 lượt đánh bóng, đã nói: “Khoảng 290, hoặc có lẽ là 300.”

“Đó là do việc phải di chuyển, các trận chơi đêm và sân cỏ nhân tạo... phải không?” Larry hỏi.

“Không,” Cobb trả lời. “Đó là bởi tôi đã 70 tuổi.”

Sự tự tin như thế – khi truyền tới người khác – sẽ giúp mọi người cảm thấy kết nối với người sở hữu nó và khiến họ tự tin vào bản thân.

Còn uy tín thì sao. Bạn không cần phải là một người tuyệt vời, một thiên tài, hay một nhà hùng biện bậc thầy để có được uy tín và kết nối với những người khác. Bạn chỉ cần luôn chủ động, tin vào chính mình và tập trung vào những người khác. Chỉ thế thôi, bạn đã có cơ hội tuyệt vời để kết nối bởi bạn có thể khiến họ cảm nhận được cảm xúc của bạn, đó là bản chất của kết nối ở cấp độ cảm xúc. Điều đó đúng đắn dù bạn kết nối trực tiếp với một người, kết nối với khán giả, hay một đội nhóm.

Steven Hiscoe, giảng viên tại một học viện cảnh sát tỉnh ở Canada, chuyên đào tạo về tự vệ và sử dụng vũ lực trong các tình huống bạo lực. Ông nói rằng ông sẽ cố gắng dạy cho các nhân viên cảnh sát cách kết nối trên cấp độ tình cảm để đề phòng trường hợp họ rơi vào một cuộc đối đầu bạo lực. Steven giải thích: “Khi các nhân viên cảnh sát tham gia vào một cuộc đối đầu bạo lực, họ phải giải thích về hành động của mình cho những người không có mặt tại đó sau cuộc đối đầu.” Ông hướng dẫn các cảnh sát rằng: “Đừng chỉ đưa ra các sự kiện, mà phải đưa vào cả cảm xúc và nhận thức của các bạn, để họ cảm nhận được tình hình.” Đó là mục tiêu bất cứ lúc nào bạn muốn kết nối với mọi người.

Hãy giúp họ cảm nhận được điều bạn cảm nhận.

Mọi người có thể nghe thấy lời bạn nói, nhưng họ cảm nhận thái độ của bạn.

4. Mọi người nghe thấy gì – kết nối bằng lời

Tôi hy vọng đã thuyết phục được bạn rằng giao tiếp vượt xa hơn cả ngôn từ và rằng để kết nối với mọi người, chúng ta phải thu hút họ về cả trực quan, trí tuệ và tình cảm. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là chúng ta nên bỏ qua sức mạnh của lời nói.

Là một nhà văn kiêm diễn giả, cuộc sống của tôi tràn ngập từ ngữ. Các trò chơi yêu thích của tôi cũng liên quan đến từ ngữ như Boggle và Upwords. Sở thích của tôi là đọc sách. Tôi yêu thích các câu trích dẫn. Tôi tin, như Thủ tướng Anh, Benjamin Disraeli, đã nói: “Sự khôn ngoan của người khôn ngoan và kinh nghiệm của người cao tuổi có thể được bảo vệ bằng các trích dẫn.”

Khi lắng nghe bài phát biểu của Martin Luther King Jr., bạn sẽ được truyền cảm hứng từ lời nói của ông. Đọc một vở kịch của Shakespeare, nhà viết kịch vĩ đại nhất thế giới, bạn sẽ thấy các cụm từ mà đến nay, sau 400 năm, vẫn còn được sử dụng phổ biến và nhiều người nói mà không biết mình đang trích lời của Shakespeare. Ngôn từ là mạch nguồn của các ý tưởng và có khả năng thay đổi thế giới.

Những điều chúng ta nói và cách chúng ta nói có sức ảnh hưởng rất lớn. Mọi người phản ứng với ngôn ngữ chúng ta sử dụng. Từ ngữ chúng ta chọn lựa để nói chuyện có thể cổ vũ hoặc khiến người giao tiếp với chúng ta thất vọng. Chúng có thể tạo nên hoặc phá vỡ một thỏa thuận. Chúng có thể biến một cuộc nói chuyện nhằm chán thành một khoảnh khắc đáng nhớ.

Khi nói chuyện trực tiếp với một người khác, tôi cẩn thận lựa chọn những từ ngữ tích cực và truyền tải sự tự tin của mình đến họ, thậm chí ngay cả trong những hoàn cảnh khó khăn. Khi nói chuyện với khán giả, tôi cố gắng khiến những gì mình nói có sức thuyết phục và đáng nhớ. Như Mark Twain đã nói: “Sự khác biệt giữa những lời gần đúng và những lời đúng đắn thực sự là một vấn đề rất lớn – nó là sự khác biệt giữa con đom đóm và một tia chớp.”

Cách ai đó nói cũng truyền tải rất nhiều thông điệp. Hershel Kreis, một giám sát viên liên lạc khẩn cấp 911, giải thích: “Một trong những khiếm khuyết đối với người trong nghề là chúng tôi chỉ có thể giao tiếp với những người gọi đến bằng lời. Tuy nhiên, việc không thể nhìn thấy những người gọi đến không ngăn chúng ta thu thập được thông tin và giao tiếp hiệu quả. Chúng tôi có thể nghe được tốc độ của giọng nói, tiếng ồn xung quanh, giọng điệu... chúng tôi không chỉ nghe giọng nói của những người gọi đến mà còn kết nối họ mặc dù không có được mọi đầu mối không lời theo ý muốn.”

Mọi người sẽ tiếp nhận được thông tin từ cách người khác nói. Đó là lý do tôi chú ý nhiều đến cách nói trong quá trình trò chuyện. Giọng điệu, ngôn từ, khối lượng, tốc độ – mọi thứ liên quan đến giọng nói của bạn truyền tải một thông điệp nào đó và có khả năng giúp bạn kết nối hoặc ngắt kết nối với những người khác khi bạn nói chuyện.

KẾT HỢP MỌI YẾU TỐ

Nghệ thuật giao tiếp vượt ra ngoài ngôn từ đòi hỏi khả năng tổng hợp cả bốn yếu tố với nhau – sử

dụng từ ngữ với cảm xúc đúng đắn trong khi khôn ngoan thuyết phục và tạo ra ấn tượng trực quan thuyết phục. Tất cả những điều này cần phải được thực hiện với giọng điệu, nét mặt và ngôn ngữ cơ thể tích cực.

Tôi biết điều này nghe có vẻ phức tạp nhưng nó cũng mang tính trực quan. Lời khuyên tốt nhất tôi có thể dành cho bạn là học cách trở thành chính mình. Các diễn giả chuyên nghiệp tài ba nhất biết rõ mình và thế mạnh của mình – thường là thông qua thử và sai – họ cũng tận dụng chúng như là lợi thế lớn nhất của họ. Các họa sĩ truyện tranh độc lập, các chính trị gia, nghệ sĩ và các nhà lãnh đạo cũng vậy. Mỗi người đều có phong cách riêng, nhưng tất cả đều có chung khả năng kết nối trực quan, trí tuệ, tình cảm và bằng lời nói.

Nếu bạn chưa phát hiện ra cách phát triển phong cách của bản thân, hãy tìm hiểu từ các nhà giao tiếp khác. Hãy thử nghiệm các cách khi nói chuyện với mọi người. Nếu bạn “mượn” các kỹ thuật hiệu quả từ người khác cũng không sao nhưng bạn phải biến chúng thành “của bạn”. Đừng làm những gì mà J. Jayson Pagan thú nhận từng thử trước đó trong sự nghiệp của mình sau khi nghe một thông điệp trên CD mà ông rất thích và nghĩ tất cả mọi người trong tổ chức cần phải nghe. “Tôi nghe đĩa CD đó và ghi lại từng lời,” Jayson giải thích. “Đến lúc thích hợp, tôi tung nó ra đúng như cách tôi đã được nghe. Tuy nhiên, việc làm đó hầu như không mang lại hiệu quả.” Jayson tóm lại: “Mọi người cần ảnh hưởng của bạn, nhưng không có nghĩa là họ cần những người mà bạn ngưỡng mộ.”

Thông điệp bạn đưa ra phải là của riêng bạn. Phong cách của bạn cũng vậy. Hãy khám phá ra phong cách đó và phát triển các kỹ năng như một nhà kết nối trong mọi tình huống. Và khi bạn học được những kỹ năng này, hãy nhớ chú ý đến mức độ giao tiếp trực quan vượt ra khỏi ngôn từ. Và hãy ghi nhớ những lời của Ralph Waldo Emerson: “Bạn nói quá to khiến tôi không thể nghe thấy những gì bạn nói.”

“Bạn nói quá to đến mức tôi không thể nghe thấy những gì bạn nói.”

– Ralph Waldo Emerson

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Nguyên tắc kết nối: Kết nối vượt ra khỏi lời nói đơn thuần.

Khái niệm chính: Càng vượt ra xa khỏi ngôn từ, bạn càng có cơ hội lớn hơn để kết nối với mọi người.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Mọi người thường bỏ qua tầm quan trọng của các khía cạnh phi ngôn ngữ trong giao tiếp. Khi cố gắng kết nối với một người khác, họ không đi xa hơn kết nối ngoài lời nói. Tuy nhiên, bạn có thể cải thiện được khía cạnh này nếu:

- Kết nối trực quan bằng cách dành trọn sự chú ý của bạn cho người khác. Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn; hãy quan sát người khác bằng trái tim và thể hiện thiện chí của bạn với họ.
- Kết nối tri thức bằng cách đặt ra các câu hỏi, thận trọng lắng nghe và chú ý đến những gì không được

nói ra.

- Kết nối cảm xúc thông qua những cú chạm nhẹ (chú ý với những ranh giới cấm kỵ và lựa chọn hành động phù hợp với người khác giới).

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Kết nối trong nhóm là một cách tuyệt vời để học cách suy nghĩ và giao tiếp như một huấn luyện viên. Đó là một môi trường tương tác, nơi bạn thực sự có thể cho mọi người thấy họ phải làm gì và sau đó bạn có thể yêu cầu họ chứng minh trong khi bạn cung cấp cho họ thông tin phản hồi. Trong môi trường nhóm:

- Kết nối trực quan bằng cách đưa ra ví dụ. Mọi người trong nhóm sẽ làm những gì họ nhìn thấy.
- Kết nối tri thức bằng cách đầu tư vào sự phát triển con người. Xây dựng dựa trên những gì họ đã hiểu để phát triển đến một mức độ cao hơn.
- Kết nối cảm xúc bằng cách vinh danh những nỗ lực của nhóm và khen thưởng thành quả của họ.

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Nói chuyện với khán giả là hoạt động khó khăn nhất trong ba hoạt động giao tiếp ngoài lời. Bởi hầu hết giao tiếp của chúng ta đều bằng lời. Tuy nhiên, bạn vẫn có thể thực hiện những cải thiện ngay lập tức về giao tiếp phi ngôn ngữ bằng cách thực hiện ba điều sau, đặc biệt là vào đầu bài thuyết trình:

- Kết nối trực quan bằng cách mỉm cười. Việc làm này cho phép mọi người biết bạn cảm thấy vui khi được giao tiếp với họ.
- Kết nối tri thức bằng cách tạm dừng đúng lúc để khán giả có thời gian suy nghĩ về điều bạn vừa nói.
- Kết nối cảm xúc thông qua các nét mặt, nụ cười và cả những giọt nước mắt.

04: KẾT NỐI LUÔN ĐÒI HỎI NĂNG LƯỢNG

Hãy nghĩ đến vài ba nhà giao tiếp nổi tiếng nhất mà bạn biết. Bây giờ hãy nghĩ đến một vài người giỏi giao tiếp với một đội nhóm nhỏ nhất. Tiếp theo hãy nghĩ về một vài người kết nối trực tiếp với một người giỏi nhất.

Hãy nghĩ đến tất cả những người này và xem: có bao nhiêu người trong số họ là những người kém nhiệt huyết? Tôi cá là không có ai. Ngay cả những người không quá sôi nổi cũng mang trong mình năng lượng mà không thể hiện ra ngoài. Bởi kết nối với những người khác không tự xảy ra mà cần bạn phải nỗ lực. Và điều đó luôn đòi hỏi năng lượng.

HỌ ĐƯA RA THỨ BẠN MUỐN TIẾP NHẬN

Một trong những cơ hội kết nối thách thức nhất và bổ ích nhất tôi đã từng phải đối mặt xảy ra vào năm 1996. Tôi nhận được một cú điện thoại từ một nhà thờ nhỏ ở Hillham, Indiana, mời tôi đến nói chuyện tại lễ kỷ niệm 25 năm xây dựng nhà thờ. Tôi có thể nói rằng người đưa ra yêu cầu rất lo lắng khi hỏi liệu tôi có sẵn lòng nói chuyện tại nhà thờ không. Ông ấy cũng muốn biết mức phí tôi đưa ra.

Lời đề nghị dù khá đường đột, nhưng tôi sẵn sàng nhận lời. Tôi đã bắt đầu sự nghiệp vào năm 1969 trong vai trò mục sư cao cấp tại một nhà thờ nhỏ ở vùng nông thôn phía nam Indiana. Khi tôi ở đó, số người gia nhập tăng từ một vài người đến vài trăm người và vào năm 1971 chúng tôi đã xây dựng một nhà thờ mới để tương xứng với sự phát triển. Sự nghiệp của tôi trong vai trò một mục sư trong hai thập kỷ rưỡi tiếp theo có thể đã đưa tôi đến các nhà thờ lớn hơn và cho phép tôi tạo ảnh hưởng đến mọi người vượt ra ngoài những điều tôi mơ ước lúc đó, nhưng tôi luôn dành một góc trái tim mình cho giáo hội ở Hillham. Họ đã cho tôi điểm khởi đầu trong sự nghiệp và dành cho tôi tình yêu thương vô điều kiện khi tôi còn trẻ, thiếu kinh nghiệm và dễ mắc những sai lầm ngớ ngẩn. Ngay lập tức, tôi nói với ông ấy rằng tôi sẽ rất vui khi được trở lại nhà thờ trong một dịp tuyệt vời như vậy. Tôi cũng sẽ đưa cả gia đình đến và sẽ rất sẵn lòng trả mọi chi phí của chúng tôi.

Sau khi tôi tắt điện thoại, Margaret nói: “John, em không quan tâm lắm đến sự kiện này. 25 năm đã qua, anh không cần phải trở lại đó. Anh và họ giờ đã ở hai thế giới khác nhau. Họ không liên quan đến anh. Làm sao anh có thể kết nối với họ?”

Tôi đã nghĩ về những gì cô ấy nói trong vài ngày. Cô ấy nói đúng; tôi đã thay đổi rất nhiều trong những năm qua. Và tôi chắc chắn họ cũng vậy. Tôi sẽ mất rất nhiều năng lượng để kết nối với họ. Tôi không thể chỉ xuất hiện và mong muốn mọi thứ diễn ra theo ý mình. Để kết nối với mọi người, tôi phải tìm cách tiến về phía họ cả về cảm xúc lẫn mối quan hệ.

Tôi biết lễ kỷ niệm 25 năm là một ngày đặc biệt đối với họ, không phải tôi. Tôi muốn chúc mừng họ, chứ không chỉ đơn thuần có mặt ở đó để dự lễ. Trong vài tuần sau đó, tôi nghĩ đến thời gian đầu gắn bó với mọi người tại Hillham và quyết định hành động trong khả năng để tạo ra kết nối. Tôi đã làm

điều đó bằng các cách sau:

Tìm kiếm những yếu tố gợi nhắc về khoảng thời gian chúng tôi ở bên nhau

Tôi xem lại các tập tin, các bản lưu đám cưới, đám tang, bài thuyết giảng và các sự kiện đặc biệt trong thời gian chúng tôi ở cùng nhau. Tôi tìm thấy một bức ảnh đáng giá hàng vạn lời với 301 người đang đứng ở phía trước của nhà thờ vào một ngày tham gia xác lập kỷ lục. Khi tôi mang nó đến Hillham, mọi người đều thấy chính mình trong bức ảnh đó.

Nỗ lực nhớ tên họ

Tôi khá giỏi trong việc nhớ tên mọi người. Tên của một số người ở Hillham sẽ luôn ở trong tâm trí tôi. Nhưng đã quá lâu, vì vậy tôi cố gắng nhớ lại bằng cách xem lại ảnh và các tập tin. Trước buổi gặp mặt, tôi nhớ được gần hết tên của tất cả mọi người, vì vậy tôi đã biết được khuôn mặt của mọi người bây giờ.

Hãy cố gắng khiến họ cảm thấy họ thật đặc biệt

Như một phần của lễ kỷ niệm ngày cuối tuần, tôi lên kế hoạch gặp gỡ tất cả các thành viên trong giáo đoàn trong nhiệm kỳ của tôi. Tôi không muốn bất cứ ai khác tham dự – ngoài họ. Chúng tôi đã dành 3 giờ trong tầng hầm nhà thờ để ôn lại kỷ niệm. Có lúc chúng tôi cười phá lên nhưng cũng có lúc phải rơi nước mắt.

Biến chuyến viếng thăm của tôi trở nên riêng tư với nhiều người nhất có thể

Tôi đã đưa cho mọi người các bản sao một số đồ vật như giấy chứng nhận rửa tội và các vật kỷ niệm từ những khoảnh khắc đặc biệt. Ví dụ, tôi tặng Shirley Crowder một bản sao bài giảng mà tôi đã thuyết giảng ngày cô gia nhập giáo hội và tôi đã gửi đến Abe Legenour bức ảnh ngày cậu ấy được rửa tội. Tất cả mọi người đều nhận được một món quà như một lời nhắc nhở về “kỷ ức đẹp đẽ”. Sau đó, chúng tôi chụp ảnh cả gia đình với mọi người.

Dành thời gian riêng với mọi người theo cách của tôi

Một số diễn giả và nhà thuyết khách đã đến trễ, họ tách mình khỏi khán giả, đứng trên bục phát biểu và sau đó rời đi nhanh chóng. Tôi không muốn làm vậy. Tôi muốn lúc nào cũng sẵn sàng đón tiếp mọi người. Vì vậy, Margaret và tôi đã đến buổi lễ ngày Chủ nhật sớm 30 phút trước khi buổi lễ bắt đầu để có thể trực tiếp chào hỏi mọi người. Ngạc nhiên thay, khi chúng tôi đến, bãi đậu xe đã chật kín và phòng chờ đông nghịt! Tôi bước vào tòa nhà và chào từng người. Sau buổi lễ, chúng tôi nán lại và ra về cuối cùng.

Chia sẻ sai lầm của tôi trong bài thuyết giảng

Tôi biết nếu muốn gây ấn tượng với mọi người, bạn có thể nói về những thành công của bạn; nhưng nếu muốn mọi người đồng cảm, tốt hơn bạn nên nói về thất bại của bản thân. Đó là những gì tôi đã làm ngày hôm đó. Và tôi cảm ơn tất cả mọi người vì đã kiên nhẫn và dành tình cảm cho tôi trong suốt những năm đầu tiên. Tôi rất biết ơn và muốn họ biết điều đó.

Thừa nhận rằng họ đã góp phần “làm nên” tôi của ngày hôm nay

Không ai có thể làm tốt mọi việc trong cuộc sống nếu thiếu sự giúp đỡ của người khác. Mọi người trong giáo hội đã giúp tôi đi đúng hướng trong sự nghiệp. Tôi xây dựng bài thuyết giảng trên thực tế đó và đặt tiêu đề là “10 bài học tôi đã học được ở Hillham”. Khi kết thúc bài thuyết giảng, tôi đã bày tỏ lòng biết ơn chân thành đối với những ảnh hưởng của họ đến cuộc sống của tôi. Tôi chốt lại bài thuyết giảng bằng câu: “Các mục sư trẻ nên dành những năm đầu tiên trong đời mục sư tại Hillham. Việc đó sẽ giúp họ có một nền tảng vững chắc cho thành công sau này với nghề.”

Tôi tin rằng tất cả mọi người đều thích buổi tái ngộ đó, Margaret và tôi cũng vậy. Trên chuyến bay trở về nhà, Margaret nói: “Ôi, anh đã làm được. Anh đã kết nối được với họ.” Tôi cảm thấy hài lòng khi mình đã làm hết sức. Và tôi gần như kiệt sức bởi việc đó khiến tôi mất rất nhiều năng lượng.

BẠN PHẢI LUÔN ĐAU ĐẦU VỀ NÓ

Thời đại học, tôi tham gia một lớp ngôn ngữ. Hơn 40 năm sau đó, tôi có thể khẳng định rằng việc học cách diễn thuyết trước khán giả đã trở thành nền tảng cho cuộc hành trình của tôi trong suốt cuộc đời cũng như con đường trở thành một diễn giả giỏi. Tại lớp học đó, tôi đã nghe giáo sư của tôi nhắc đến “bốn sai sót không thể tha thứ của một nhà giao tiếp”: không chuẩn bị, không cam kết, không hấp dẫn, và không thoải mái. Bạn có nhận thấy điểm chung cho ba trong số bốn “sai sót” này? Đó chính là năng lượng. Ba sai sót đầu tiên là một phần của nỗ lực. Chúng cần năng lượng để chuẩn bị, cam kết và trở nên thú vị! Điều đó đúng dù bạn đang nói chuyện với một người hay hàng nghìn người. Kết nối luôn đòi hỏi năng lượng.

Tác giả kiêm huấn luyện viên truyền thông Susan Roane, tác giả của cuốn *How to work a room* (Tạm dịch: Cách để làm việc chung phòng), đã mô tả những gì cần thiết để kết nối với mọi người trong môi trường xã hội. Trên trang web của mình, cô đưa ra “10 lời khuyên từ Mingling Maven,” các kỹ năng được sử dụng khi gặp gỡ những người mới. Khi bạn đọc danh sách của cô ấy, hãy nghĩ xem có bao nhiêu mục trong đó cần năng lượng:

1. Sở hữu khả năng khiến người khác cảm thấy thoải mái.
2. Xuất hiện tự tin và cởi mở.
3. Có khả năng cười nhạo chính mình.
4. Thể hiện sự quan tâm đến những người khác; duy trì giao tiếp bằng mắt, tự tiết lộ bản thân, đặt ra các câu hỏi và tích cực lắng nghe.
5. Cởi mở với những người khác; họ muốn một lời chào với một cái bắt tay chặt và một nụ cười.
6. Truyền tải năng lượng và nhiệt huyết – niềm vui sống.
7. Bao quát, đầy đủ thông tin và lịch sự.
8. Chuẩn bị các chi tiết phụ hoặc những câu chuyện thực tế thú vị, hài hước và phù hợp.

9. Giới thiệu mọi người với nhau bằng lòng nhiệt huyết có thể lây lan, có khả năng thúc đẩy cuộc trò chuyện giữa những người được giới thiệu.

10. Truyền tải sự tôn trọng và thành tâm yêu quý mọi người – điềm cốt lõi trong giao tiếp.

Theo tôi, có ít nhất 7/10 yêu cầu trên đòi hỏi năng lượng. Nếu bạn muốn kết nối với người khác nhưng lại hy vọng có thể làm điều đó một cách không chủ ý, thì hãy quên điều đó đi. Kết nối luôn đòi hỏi năng lượng.

NĂM CÁCH CHỦ ĐỘNG TRONG VIỆC SỬ DỤNG NĂNG LƯỢNG ĐỂ KẾT NỐI

Điều quan trọng nhất không phải hoàn cảnh hay người bạn sẽ kết nối, mà đó chính là năng lượng bạn dùng để kết nối hiệu quả. Và để tận dụng tối đa các cơ hội kết nối, bạn phải phân bổ năng lượng một cách chiến lược. Bạn cũng cần phải có hành động cụ thể để giúp thúc đẩy kết nối.

Khi cho rằng năng lượng rất cần thiết để kết nối với người khác, tôi không nói bạn phải là người có năng lượng dồi dào. Bạn cũng không cần phải là một người hướng ngoại. Chỉ cần bạn sẵn lòng sử dụng bất cứ nguồn năng lượng nào để tập trung vào người khác và tiếp cận họ. Kỹ sư kiêm nhà quản lý dự án Laurinda Bellinger đã nhận xét: “Những người hướng nội có thể thể hiện hành vi hướng ngoại, tuy nhiên, việc đó sẽ khiến chúng ta tiêu hao nhiều sức lực và cần nỗ lực hơn người hướng ngoại.”

Nếu muốn kết nối với người khác, bạn cần phải có chủ ý làm vậy. Dưới đây là năm khả năng có thể xảy ra đối với năng lượng cần thiết nhằm kết nối và những hành động cần thiết để sử dụng năng lượng một cách chiến lược.

1. Kết nối cần sự chủ động – hãy là người kết nối trước

Tôi có vinh dự được diễn thuyết vài lần trước các nhân viên của Wal-mart tại trụ sở chính của công ty ở Bentonville, Arkansas. Tôi được đưa đi thăm quan một vòng và nhờ đó, tôi thấy các biển hiệu làm nổi bật các giá trị và triết lý của tổ chức ở khắp nơi. Trong chuyến viếng thăm đầu tiên sau khi hoàn thành buổi chia sẻ, tôi lấy một cuốn sổ tay và ghi lại các thông điệp chứa đựng trong rất nhiều biển hiệu. Một trong những biển hiệu khiến tôi ấn tượng nhất đó là “Quy tắc-3-mét” với nội dung:

Từ nay trở đi, tôi hứa và tuyên bố rằng mỗi khi một khách hàng đến gần tôi trong vòng 3 mét, tôi sẽ mỉm cười, nhìn vào mắt họ và chào đón họ.

– SAM WALTON

Sam Walton hiểu được tầm quan trọng của việc chủ động kết nối trước. Sự chủ động trong bất kỳ mối quan hệ nào giống như một que diêm thấp lên ngọn nến.

Tôi nghĩ rằng hầu hết mọi người đều nhận ra giá trị của sự chủ động. Họ sẽ dễ dàng thừa nhận rằng sự chủ động rất quan trọng trong các mối quan hệ, nhưng nhiều người vẫn không chủ động trong kết nối với người khác. Khi nói đến việc tương tác, họ thường chờ đợi người khác chủ động, nhưng việc đó đã khiến họ bỏ lỡ nhiều cơ hội. Mục sư đã nghỉ hưu Malcolm Bane thừa nhận: “Nếu đợi đến khi có thể làm mọi thứ cho tất cả mọi người, thay vì cho ai đó, bạn sẽ thôi không làm bất cứ điều gì cho bất

cứ ai.” Nếu bạn muốn kết nối, đừng chờ đợi. Hãy chủ động!

“Nếu đợi đến khi có thể làm mọi thứ cho tất cả mọi người, thay vì cho ai đó, bạn sẽ thôi không làm bất cứ điều gì cho bất cứ ai.”

– MALCOLM BANE

Sự sẵn sàng giúp tăng năng lượng để chủ động kết nối trước rất quan trọng không chỉ với cá nhân mà còn cả với các nhóm đội. Simon Herbert, một huấn luyện viên tại trường Abbotsholme ở Anh, đã nhận xét:

Tôi phụ trách dạy bóng bầu dục ở trường và năm ngoái tôi đã cố gắng để bỏ bớt trách nhiệm. Thời gian còn lại tôi làm nhân viên chữa cháy thời vụ. Cuối cùng, khi đến Nam Phi, tôi biết được mình đã rời mắt khỏi mỗi thứ một chút và năng lượng của tôi đã không còn là động lực thúc cả đội. Xin đừng hiểu nhầm, tôi sở hữu một số nhà lãnh đạo tài năng trong nhóm các cầu thủ và huấn luyện viên, nhưng một cố vấn thân cận cho tôi biết đam mê của tôi với bóng bầu dục và các cầu thủ đã lớn đến mức làm dấy lên ngọn lửa trong những người khác và tôi cần phải tiếp tục truyền lửa để giữ ngọn lửa đó cháy mãi.

Nếu không có sự sẵn sàng chủ động của Simon và nỗ lực truyền năng lượng của anh vào đội, đội sẽ không thể thành công như mong đợi.

Một trong những bí quyết tôi đưa ra trong cuốn 25 thuật đặc nhân tâm⁴ là: “Hãy là người đầu tiên đưa tay về phía đối phương.” Nó rất đơn giản nhưng cũng rất mạnh mẽ. Bất cứ lúc nào trong cuộc sống mà chúng ta thấy mình cần sự giúp đỡ và nhận được sự giúp đỡ, ai sẽ là người chúng ta nhớ nhất? Đó thường là người giúp chúng ta đầu tiên. Chúng ta thường biết ơn người đã nỗ lực giúp đỡ hoặc hỗ trợ chúng ta. Điều đó có đúng với bạn không? Còn tôi thì thấy nó hoàn toàn đúng. Les Stobbe là người đầu tiên dạy tôi viết. Dick Peterson là người đã giúp tôi thành lập công ty đầu tiên. Anh trai tôi, Larry, là người đầu tiên cố vấn cho tôi về kinh doanh. Kurt Kampmeir đã khởi xướng cuộc hành trình phát triển cá nhân của tôi. Elmer Towns là người đầu tiên đưa tôi đến với nhà thờ. Gerald Brooks là người đầu tiên tài trợ cho EQUIP, tổ chức lãnh đạo phi lợi nhuận của tôi. Linda Eggers tình nguyện giúp đỡ tôi khi tôi gặp khó khăn tại công ty. Mỗi người họ đều chiếm một góc nhỏ đặc biệt trong trái tim tôi! Tôi có kết nối với họ cũng giống như với vài người khác.

Một câu tục ngữ của người Do Thái nói rằng: “Người khôn làm ngay lập tức việc mà kẻ ngốc làm sau cùng.” Chúng ta thường sẽ chờ đến “thời điểm hoàn hảo” để chủ động kết nối với người khác. Theo kinh nghiệm của tôi, thời điểm hoàn hảo đó không bao giờ xuất hiện. Chủ động bắt chuyện với một ai đó thường khiến ta cảm thấy khó xử, đề nghị giúp đỡ ai đó có thể bị từ chối hoặc hiểu lầm, vì thế bạn sẽ không cảm thấy sẵn sàng hoặc thoải mái trong những khoảnh khắc này. Hãy học cách vượt qua những cảm xúc lúng túng hoặc không an toàn. Như cựu đệ nhất phu nhân Eleanor Roosevelt từng nói: “Chúng ta phải làm điều mà chúng ta nghĩ mình không thể.” Những người kết nối với người khác là những người chủ động và làm những gì mà phần lớn chúng ta không bao giờ để mắt đến.

“Người khôn làm ngay lập tức việc mà kẻ ngốc làm sau cùng.”

– Tục ngữ Do Thái

2. Kết nối cần sự rõ ràng – hãy chuẩn bị

Kết nối cần sự sẵn sàng chủ động, cần hành động ngay lập tức, nó còn đòi hỏi chúng ta biết những gì mình sẽ làm khi kết nối. Điều đó đòi hỏi bạn phải có tư duy rõ ràng và sự rõ ràng thường xuất phát từ sự chuẩn bị trong ba lĩnh vực chính sau:

Biết rõ bản thân – có sự chuẩn bị về mặt cá nhân. Hơn ba thập kỷ trước, khi thử sức trong một chương trình phát triển cá nhân, tôi đã học được cách tự giúp bản thân. Điều này giúp tôi có thêm khả năng giúp đỡ người khác. Đó là một trong những lý do tôi nói rằng để tăng thêm giá trị cho người khác, bạn phải tự khiến mình có giá trị hơn. Bạn không thể cho đi thứ mà bạn không có. Bạn không thể nói cho mọi người thứ mà bạn không biết. Bạn không thể chia sẻ cảm xúc mà bạn không sở hữu.

Biết rõ bản thân và tự phát triển bản thân giúp bạn có được tinh thần minh mẫn và tình cảm rõ ràng. Bạn biết mình biết và không biết điều gì. Bạn biết bạn có thể và không thể làm gì. Bạn thoải mái và tự tin về nhân cách của bản thân. Bạn có thể kết nối với người khác bởi bạn sẵn sàng và có thể cởi mở với mọi người. Những gì giáo viên golf kiêm tác giả Harvey Pinick nói về các golf thủ chuyên nghiệp: “Nếu một người có sự chuẩn bị chu đáo cho những điều nhỏ nhất, họ sẽ sẵn sàng cho các thách thức lớn.” Điều này cũng rất đúng với những người khác ở các lĩnh vực khác trong cuộc sống.

Biết rõ khán giả của bạn – có sự chuẩn bị về con người. Kết nối với mọi người bắt đầu bằng việc hiểu rõ họ. Càng hiểu về con người, bạn sẽ càng kết nối tốt hơn, nếu không, thông điệp của bạn sẽ lộn xộn.

Trong nhiều năm, tôi đã chuẩn bị và điều chỉnh những ghi chú của mình với những người mà tôi giao tiếp. Ví dụ, khi tôi chủ trì những cuộc họp bàn tròn với các nhà lãnh đạo để thảo luận về các vấn đề quan trọng trong lĩnh vực của họ, tôi đã cố gắng tìm hiểu càng nhiều càng tốt về những người tham dự. Điều đó càng giúp tôi có thể chỉ đạo rõ ràng và giúp đỡ họ nhiều hơn. Khi chuẩn bị cho các cuộc họp này, tôi thường hỏi:

- Họ là ai?
- Họ quan tâm đến điều gì?
- Họ đến từ đâu?
- Khi nào họ quyết định tham gia?
- Tại sao họ lại ở đây?
- Tôi có gì để cung cấp cho họ?
- Họ muốn có cảm giác như thế nào sau cuộc họp?

Tôi có thể bước vào một trong những cuộc họp này và nói liền thoảng nhưng không thể kết nối với mọi người. Tôi cũng không thể bổ sung giá trị cho họ theo cách tôi muốn. Phải cần thời gian và năng lượng để trả lời bảy câu hỏi này, nhưng việc đó rất đáng làm.

Các nhà lãnh đạo cũng thường tự đặt ra các câu hỏi giống như thế khi đưa mọi người xích lại gần nhau

trong các tổ chức. Họ dành rất nhiều thời gian và năng lượng để đặt câu hỏi, thu thập thông tin, chuẩn bị đề ứng đối với mọi người. Họ biết rằng nếu muốn có được tầm nhìn, họ phải khiến mọi người trong tổ chức rõ ràng về mọi điểm. Trách nhiệm nằm trên vai họ, thay vì những người lắng nghe họ.

Biết việc của bạn – có sự chuẩn bị về chuyên môn. Hãy là chính mình và hiểu rõ mọi người sẽ đưa bạn tiến xa hơn trong việc kết nối với những người khác. Tuy nhiên, trong các tình huống nói chuyện, giảng dạy, hoặc dẫn dắt, bạn cũng phải chuẩn bị về mặt chuyên môn. Bạn phải biết mình đang nói về điều gì. Tôi chắc rằng bạn đã nghe các nhà giao tiếp giỏi kết nối nhưng bài nói của họ hầu như không mang lại giá trị. Sau khi họ nói, bạn thường có cảm giác thoải mái, nhưng sau vài phút, vài giờ, hoặc vài ngày sau đó, bạn nhận ra mình chẳng nhớ họ đã nói gì. Hoặc người có rất nhiều kiến thức chuyên môn nhưng không có khả năng giao tiếp hiệu quả. Họ sẽ khiến bạn bỏ ra ngoài chỉ sau ít phút hay khi buổi nói chuyện kết thúc, bạn thở phào: “Ôn trời, cuối cùng cũng đã xong.” Không có loại giao tiếp nào kể trên mang lại hiệu quả.

3. Kết nối cần sự kiên nhẫn – hãy chậm lại

Một phụ nữ trẻ không quen lái xe có hộp số cơ đã để xe bị chết máy khi đèn giao thông chuyển sang màu xanh. Mỗi lần khởi động xe, cô luôn vội vàng nổ máy và xe lại bị chết máy. Chiếc xe phía sau có thể đi vòng rồi vượt lên, nhưng thay vào đó, người chủ xe liên tục bấm còi. Họ càng nhấn còi, cô càng xấu hổ và tức giận. Sau nỗ lực tuyệt vọng để nổ máy, cô ra khỏi xe và bước lại phía chiếc xe đằng sau. Người đàn ông hạ kính xe xuống đầy ngạc nhiên.

“Tôi nói cho anh biết,” cô nói. “Anh có thể lên xe tôi mà nổ máy, còn tôi sẽ ngồi lại đây và bấm còi thay anh.”

Chúng ta sống trong một nền văn hóa thiếu kiên nhẫn. Tôi nghĩ bình luận của Lisa Thorne trên blog của tôi đã mô tả hiện tượng chung giữa rất nhiều người trong chúng ta: “Tin tốt là tôi đi rất nhanh, tin xấu là tôi thường xuyên đi một mình.” Mọi người đều vội vã, điều đó ngăn chúng ta kết nối hiệu quả với những người khác. Nếu muốn kết nối với mọi người, bạn cần phải chậm lại.

Tôi phải thừa nhận, sự thiếu kiên nhẫn là một điểm yếu của tôi và tôi đã liên tục nỗ lực để kiểm soát nó. Khi mới bước vào nghề, tôi muốn làm mọi việc càng nhanh càng tốt để chuyển sang việc tiếp theo. Nếu ai đó không muốn theo kịp tôi, tôi sẽ bỏ qua họ. Tuy nhiên, phong cách lãnh đạo đó đã cản trở khả năng kết nối và ảnh hưởng đến các mối quan hệ của tôi.

Rõ ràng, việc theo kịp những người đang di chuyển nhanh hơn chúng ta cần rất nhiều năng lượng. Vậy nhưng không phải di chuyển với tốc độ chậm hơn là chúng ta hết mệt mỏi. Henry David Thoreau viết: “Người đi một mình có thể tự bắt đầu một ngày. Còn người đi với người khác phải đợi cho đến khi người kia sẵn sàng.” Tôi rất khó chịu khi phải chờ đợi. Tuy nhiên, nếu muốn kết nối với mọi người, tôi phải sẵn sàng chậm lại và đi với tốc độ của người khác. Những nhà kết nối tài năng không phải là người nhanh nhất, mà là người có thể đưa người khác theo cùng. Họ cho mọi người thấy sự kiên nhẫn, họ bỏ sang một bên các kế hoạch của bản thân để đồng hành cùng người khác. Những việc này đòi hỏi rất nhiều năng lượng. Nhưng trong nhiều năm qua, tôi đã phát hiện ra rằng bất cứ điều gì thực sự có giá trị trong cuộc sống đều cần thời gian để gây dựng.

“Người đi một mình có thể tự bắt đầu một ngày. Còn người đi với người khác phải đợi cho đến

“khi người kia sẵn sàng.”

– *Henry David Thoreau*

4. Kết nối cần sự vị tha – hãy cho đi

Trong cuộc sống, có cả những người cho và người nhận. Tất nhiên, ai cũng muốn có người cho đi đồng hành bên mình. Thật dễ dàng để cảm thấy được kết nối với người cho đi.

Một người cho đi cần năng lượng và việc này không phải lúc nào cũng dễ dàng, đặc biệt trong những tình huống căng thẳng. Diễn giả động lực, Trudy Metzger, người đã trải qua một tuổi thơ bị lạm dụng, đã trở thành một người cho đi khi trưởng thành. Tuy nhiên, cô vẫn thấy khó khăn để duy trì một tư duy cho đi khi đối mặt với một số người liên quan đến quá khứ khó khăn của mình. Đôi khi, cô trở nên phòng thủ và cố gắng kiểm soát tình hình nếu cảm thấy bị tổn thương. Gần đây, cô nhận ra rằng khi điều đó xảy ra, cô lại biến thành một người nhận về. Trudy nói: “Trong khi cho đi đòi hỏi năng lượng, thì các tình huống mà tôi trở thành người nhận khiến tôi hoàn toàn kiệt sức.

Trở thành một người cho đi có thể mất rất nhiều năng lượng. Tuy nhiên, việc né tránh tương tác với người khác cũng tiêu tốn năng lượng không kém. Ed Higgins nhận xét: “Tôi mất một lượng lớn năng lượng để né tránh kết nối và cảm thấy khổ sở bởi điều đó. Tôi nhận ra có lẽ năng lượng được sử dụng để né tránh kết nối còn lớn hơn nhiều so với năng lượng cần thiết để kết nối.”

Người cho đi thường ở vào thế thắng-thắng. Cho đi có thể tiếp sinh lực cho bạn đồng thời giúp cả những người khác. Và nó giúp bạn kết nối. Điều đó hoàn toàn đúng trong các tình huống giao tiếp trực tiếp với một người, với khán giả hay trong nhóm. Nếu tập trung vào việc cho đi, bạn sẽ thấy kết nối dễ hơn nhiều. Trong nhiều năm quản lý một nhà thờ và thuyết giảng cho giáo hội vào hầu hết các ngày cuối tuần, một số thành viên và tôi thường dành thời gian trao đổi và thảo luận về cung cách phục vụ của chúng tôi. Trong một buổi thảo luận, một người bạn và cũng là đồng nghiệp của tôi, Dan Reiland, nói: “John, tôi nghĩ rằng mọi người thấy việc lắng nghe anh rất dễ dàng. Tôi sẽ làm thậm chí tốt hơn thế,” Dan nói. Sáng hôm sau, tôi nhận được bản phân tích bằng văn bản của anh ấy đặt trên bàn tôi với nội dung:

Tôi đã tìm hiểu lý do vì sao những điều anh nói lại dễ nghe như vậy. Ý tưởng đặc biệt hấp dẫn tôi khi nghĩ về thực tế rằng điều đó đúng ngay cả khi mọi người biết anh sắp nói gì. Và điều đó chắc chắn vượt ra ngoài giá trị giải trí của nghệ thuật kể chuyện.

Tôi nghĩ tất cả là nhờ người giao tiếp là người cho đi thay vì nhận về. Mọi người cảm nhận được và có thêm sức mạnh nhờ tinh thần cho đi. Việc giảng dạy của anh chủ yếu là cho đi và mọi người có thể lắng nghe một người cho đi cả ngày, trong khi họ sớm mệt mỏi với người thích nhận về. Hãy nghĩ về lời chỉ dạy của Chúa – một nửa thời gian, mọi người không biết họ đang nói về điều gì, nhưng ai cũng rất chăm chú lắng nghe. Chúa đang cho đi – đang truyền tải thay vì lấy đi sức mạnh của họ.

Tôi nghĩ nếu các nhà giao tiếp thể hiện nhu cầu, sự bất an, cái tôi, hoặc thậm chí trách nhiệm, thì họ đang không cho đi. Những người nghèo túng muốn được khen ngợi, những người bất an muốn được ủng hộ và chấp nhận, người tự cao muốn được nâng lên, trở thành “cấp cao hơn”. Khán giả đều phải cho đi tất cả những điều này. Ngay cả những người được thúc đẩy bởi trách nhiệm cũng muốn được

công nhận là nhân viên trung thành, được đánh giá có trách nhiệm – thứ mà khán giả phải ban cho họ. Nhiều nhà giao tiếp luôn dạy về một trong các kiểu nhận về này mà không nhận thức được nó.

Còn người cho đi, họ thể hiện tình yêu, lòng biết ơn, lòng từ bi, niềm đam mê và tràn ngập tình thương. Trong mỗi kiểu tình cảm, khán giả thường không cho đi mà chỉ nhận về. Lúc này việc giảng dạy trở thành một món quà. Nó lấp đầy và thổi luồng gió mới tới trái tim của người nhận.

Anh chính là lý do khiến mọi người có thể lắng nghe cả ngày. Khi tôi theo dõi và học hỏi từ anh, anh cho tôi thấy 99% thời gian anh dành để cho đi. Rất hiếm khi anh sống vì cái tôi cá nhân.

Tôi không nghĩ mình là người kết nối giỏi, Dan miêu tả, nhưng tôi luôn nỗ lực tập trung vào người nghe và bổ sung giá trị cho họ bất cứ khi nào có thể. Tuy nhiên, tôi nghĩ rằng anh ấy đã nói chính xác về các diễn giả, cả người cho đi lẫn nhận về và đó chắc chắn là một phần liên quan đến thái độ vị tha hay ích kỷ. Chúng ta coi những người khác, như José Manuel Pujol Hernández gợi ý, là bước đệm hoặc cầu nối. Nếu coi họ như bước đệm, chúng ta dùng họ để nâng bản thân lên; nếu coi họ là cầu nối, chúng ta sẽ kết nối với họ.

Khi bạn nghe ai đó nói, hãy tự hỏi: “Đó có phải là người dành mọi thứ cho tôi – đôi mắt, khuôn mặt, cơ thể, tâm trí và tính cách? Hay người này chỉ đơn giản ghé qua và cuộc nói chuyện này chỉ là một điểm dừng trên đường đi của họ?” Những người muốn kết nối với người khác phải cho đi tất cả. Và điều đó cần lượng năng lượng rất lớn!

Gần đây, tôi nói chuyện với một nhà giao tiếp đã dần chán nản do hết lần này đến lần khác đưa ra các bài thuyết trình giống nhau tới các nhóm khác nhau. Tôi nhắc nhở ông ấy không nên thuyết trình cho bản thân mà phải vì lợi ích của người khác. Làm sao ông ấy có thể duy trì tư duy đó và có được năng lượng để cho đi mọi thứ mà ông ấy có mỗi lần diễn thuyết?

Trong cuốn sách của mình, *Presenting to win* (Tạm dịch: Thuyết trình để chiến thắng), Jerry Weissman đã đưa ra lời khuyên tuyệt vời về điều này. Ông nói rằng các diễn giả cần duy trì “ảo ảnh về lần đầu tiên”, một khái niệm xuất phát từ các diễn viên. Mặc dù họ có thể phải đóng một vai hàng chục, hàng trăm, thậm chí hàng ngàn lần, khán giả cần phải thấy buổi biểu diễn của họ xứng đáng được xem như lần đầu. Weissman tiếp tục kể một câu chuyện về cầu thủ bóng chày Joe DiMaggio:

Một phóng viên đã từng nói với cầu thủ của đội Yankee Clipper rằng: “Joe, anh có vẻ luôn chơi bóng với cường độ mạnh. Anh chạy khắp sân, đuổi theo mỗi đường bóng bay, ngay cả trong những ngày nóng nhất tháng Tám khi Yankee dẫn đầu cuộc đua cờ hiệu và dường như không có địch thủ. Anh đã làm điều đó bằng cách nào?”

DiMaggio trả lời: “Tôi luôn nhắc nhở bản thân rằng có thể có ai đó trên khán đài chưa từng xem tôi chơi trước đây.”

Đó là kiểu tư duy “nghĩ đến người khác” mà một người phải duy trì để kết nối. Việc đó tiêu tốn rất nhiều năng lượng, cho dù trong các kết nối trực tiếp với một người, trong nhóm, hay trước khán giả, nhưng nó mang lại hiệu quả rất lớn. Kết nối luôn bắt đầu bằng một cam kết với người khác.

Kết nối luôn bắt đầu bằng một cam kết với người khác.

5. Kết nối cần khả năng chịu đựng – hãy thư giãn

Giao tiếp với mọi người có thể gây quá tải về mặt thể chất, tinh thần và tình cảm. Tác giả kiêm chuyên gia tư vấn Anne Cooper Ready đã mô tả một số những cảm xúc liên quan đến việc nói chuyện với khán giả:

Nói trước công chúng được coi là nỗi sợ hãi lớn nhất của người Mỹ, trước cả cái chết ở vị trí thứ 5 và sự cô đơn ở vị trí thứ 7. Do đó, có thể đoán rằng hầu hết chúng ta không sợ chết trong cô độc bằng việc biến mình thành kẻ ngốc trước mặt người khác. Sợ hãi là một động lực mạnh mẽ để lãnh đạo, có nghĩa là bạn đứng ở vị trí cao hơn đám đông. Sự sợ hãi được coi là đặc biệt và khác biệt: nỗi sợ về những điều chưa biết, sợ gian lận, sợ quên mọi thứ bạn sẽ nói, sợ bẽ mặt, sợ phải xoay xở một mình. Tất cả những nỗi sợ đó đều cùng lúc khi bạn nói trước đông người.

Do vậy, làm sao để kết nối với những người khác mà không bị rút cạn năng lượng?

Nếu không cẩn thận, kết nối với mọi người trên cơ sở liên tục như vậy có thể làm cạn kiệt năng lượng của chúng ta đến mức chúng ta không còn sức lực để làm bất cứ điều gì khác. Mặc dù là một “người của công chúng”, nhưng tôi vẫn cần rất nhiều thời gian riêng tư để thư giãn về cảm xúc, tinh thần và thể chất. Tôi tin điều này đúng với hầu hết các diễn giả và nhà lãnh đạo. Lorin Woolfe, trong cuốn *The Bible on Leadership* (Kinh Thánh về Nghệ thuật Lãnh đạo⁵), viết: “Khả năng lãnh đạo cần nguồn cung cấp năng lượng bằng lời vô tận: chuẩn bị tinh thần, tập trung vào thông điệp, lặp đi lặp lại một câu nói đến khi bạn không thể chịu được âm thanh chính giọng nói của bạn – và sau đó lặp lại nó thêm vài lần, bởi chỉ khi bạn chán ngấy với thông điệp, nó mới có thể bắt đầu len lõi vào tổ chức.”

Trong nhiều năm, tôi đã học được cách thư giãn. Bạn cũng cần phải làm điều đó, nếu muốn có năng lượng để kết nối với mọi người. Điều đầu tiên cần làm là tránh “rò rỉ” năng lượng bằng cách nhận ra và né tránh những gì không cần thiết có thể rút cạn năng lượng của bạn. Khi mới bắt đầu sự nghiệp, tôi đã dành rất nhiều thời gian tư vấn cho mọi người và tôi luôn trong tình trạng mệt mỏi. Tôi vẫn tự hỏi: “Tại sao tôi lại quá mệt mỏi như vậy?” Nhưng tôi còn trẻ và vẫn giữ niềm háo hức với nghề. Tôi đã mất một thời gian dài mới nhận ra rằng việc ngồi bên mọi người chỉ để lắng nghe vấn đề của họ khiến tôi cạn kiệt năng lượng.

Một thứ rút cạn năng lượng của tôi là việc tập trung vào từng chi tiết nhỏ trong một dự án. Phải mất một lượng lớn năng lượng mới đạt được một kết quả rất hạn chế. Nhưng ngay sau khi có thể thuê được những người có thể mạnh phù hợp với yêu cầu công việc, tôi đã thành công. Hãy tìm ra những gì có khả năng rút cạn năng lượng của bạn và né tránh nếu chúng không cần thiết.

Bạn cũng phải tìm ra những gì có thể khiến bạn thư giãn và tràn đầy sinh lực. Mỗi người mỗi khác. Johnson Tey đã viết rằng anh có được năng lượng bằng cách đi dạo, Kasaandra Roache thích ra bãi biển. Ryan Schleisman dành thời gian sau giờ làm ở bên các nhân viên của mình. Ông nói: “Là một bác sĩ, đôi khi thật khó để thư giãn. Sau khi làm vậy, các bệnh nhân của tôi và tôi đều cảm thấy tốt hơn. Đội ngũ nhân viên của tôi lên lịch nghỉ ngơi cho chúng tôi. Thật là một kế hoạch tuyệt vời.” Tôi được tiếp thêm năng lượng nhờ massage, một trận golf, hay một trò chơi tốc độ. Và tôi thích khoảng thời gian dành cả ngày bên Margaret mà không vướng bận công việc. Hãy chú ý đến những gì cung cấp năng lượng cho bạn và bắt đầu biến nó thành một phần trong lịch trình của bạn.

Nếu bạn có trách nhiệm lãnh đạo mọi người hoặc kết nối với những người khác, việc tìm cách nạp thêm năng lượng cho bản thân rất quan trọng nhưng cũng rất đơn giản. Tất cả những gì bạn phải làm là biết mình thích gì và dành thời gian cho chúng. Như tiểu thuyết gia Louis Auchincloss từng nói: “Điều duy nhất khiến một người bước tiếp là năng lượng và nó là gì ngoài tình yêu cuộc sống?” Nếu có thể dành thời gian để làm những gì mang lại sinh lực cho bạn, bạn sẽ luôn có năng lượng dự trữ để dùng khi cần kết nối với những người khác.

Để làm bất cứ điều gì có giá trị, bạn phải học cách quản lý và sắp xếp năng lượng của mình. Các diễn viên và vận động viên hiểu điều này hơn bất cứ ai khác. Nếu không làm vậy, họ sẽ không có được kết quả như mong muốn. Vận động viên thể thao Joe Theismann khi còn là một cầu thủ tại NFL, anh chơi ở hàng công và đã giúp Washington Redskins hai lần liên tiếp đoạt cúp Super Bowl trong những năm 1980. Khi đội của anh chơi trận Chung kết đầu tiên vào năm 1983, anh rất phấn khích, ra trận với một thái độ tích cực và tràn đầy năng lượng. Anh đã cống hiến mọi thứ mình có và đóng góp vào chiến thắng của đội.

Mùa giải tiếp theo hoàn toàn khác. Anh coi nhiều điều là đương nhiên và thái độ của anh không được tốt. Theismann nói: “Tôi quá đề tâm đến thời tiết, đôi giày, thời gian và mọi thứ.” Kết quả là, hiệu suất của anh bị ảnh hưởng và đội bị thua. Theismann không phải là người chịu hoàn toàn trách nhiệm về chiến thắng hoặc thất bại của đội. Tuy nhiên, ở vị trí hàng công và đội trưởng, anh nắm giữ tinh thần của cả đội. Tôi đã nói rằng có lúc anh đeo cả chiếc vòng chiến thắng lẫn thất bại như một lời nhắc nhở về những gì anh phải làm để thành công. “Sự khác biệt giữa hai chiếc vòng này,” Theismann nói, “nằm ở việc áp dụng nó và không chấp nhận bất cứ điều gì, ngoài thứ tốt nhất.”

Kết nối với người khác cũng giống như bất cứ điều gì khác trong cuộc sống: bạn phải có ý định thực hiện nó. Điều đó không có nghĩa là bạn phải tỏ ra to tát, hay hào nhoáng. Huấn luyện viên doanh nghiệp Clancy Cross thừa nhận: “Mọi người thường nhầm lẫn giữa năng lượng với khối lượng hay tốc độ. Một nhạc sĩ biết rằng cần nhiều năng lượng để hát hoặc chơi chậm rãi và nhẹ nhàng (và kết nối với khán giả) hơn là chạy đua hoặc la lối. Ngay cả cái cách chúng ta ngồi với mọi người và lắng nghe họ cũng đòi hỏi năng lượng. Họ sẽ phát hiện ra nếu chúng ta làm vậy mà thiếu vắng năng lượng. Bạn không thể làm giả năng lượng và cũng không thể giả mạo một kết nối.”

Để kết nối, bạn phải chuyên tâm và thể hiện một cách tốt nhất nếu không bạn sẽ không thể thành công. Việc đó cần năng lượng, cho dù bạn đang chỉ đạo một cuộc họp, uống cà phê với một người bạn, nói chuyện với một lượng lớn khán giả. Tuy nhiên, tôi không nghĩ ra cách nào giúp mở rộng năng lượng tốt hơn thế.

“Điều duy nhất khiến một người bước tiếp là năng lượng và nó là gì ngoài tình yêu cuộc sống?”

– Louis Auchincloss

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Nguyên tắc kết nối: Kết nối luôn đòi hỏi năng lượng.

Khái niệm chính: Nhóm càng lớn, càng cần nhiều năng lượng hơn để kết nối.

KẾT NÓI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Nhiều người lười biếng khi nói đến kết nối trực tiếp với một người. Họ coi việc mọi người sẽ lắng nghe họ là chuyện đương nhiên. Nhưng suy nghĩ đó gây ảnh hưởng tiêu cực đến những người khác, đặc biệt là những người gần gũi nhất với bạn, chẳng hạn như bạn bè và gia đình của bạn.

Hãy né tránh cạm bẫy đó. Lần tới, khi kết nối trực tiếp với một ai đó, hãy thúc đẩy về mặt tinh thần và tình cảm. Nếu mang năng lượng có chủ định vào cuộc trò chuyện, bạn sẽ khiến mọi người dễ dàng kết nối với mình hơn.

Nếu đang tìm cách để gia tăng năng lượng trong các giao tiếp trực tiếp với một người, bạn hãy tham khảo cách tôi và Margaret đã sử dụng trong nhiều năm:

- Viết ra một mảnh giấy những điều quan trọng đã xảy ra với bạn trong ngày.
- Đối với những việc quan trọng, không nói với bất cứ ai khác trước khi chia sẻ nó với một người cụ thể.
- Hãy dành thời gian mỗi ngày để xem qua danh sách với người đó, việc làm này đòi hỏi sự chú ý và năng lượng.

KẾT NÓI TRONG NHÓM

Khi bạn kết nối với một nhóm hoặc trong một cuộc họp, năng lượng trong phòng có thể thay đổi nhanh chóng. Đôi khi nhóm sẽ mang lại rất nhiều năng lượng để xử lý và thực hiện công việc. Nhưng có lúc với tư cách nhà lãnh đạo hoặc người giao tiếp, bạn sẽ cần phải sắp xếp và tạo ra năng lượng.

Lần tới khi bạn giao tiếp với một nhóm, đừng cho phép bản thân trở nên tự mãn. Hãy mang năng lượng vào quy trình xử lý công việc và tiếp tục duy trì nó – thậm chí ngay cả khi năng lượng trong phòng đã ở mức tích cực. Đừng buông thả năng lượng, mọi người sẽ có trải nghiệm tốt hơn nếu bạn giữ được nó. Ngoài ra, bạn sẽ có được sự tôn trọng của mọi người nếu kiểm soát được năng lượng.

Tôi chủ trì một hội nghị bàn tròn về lãnh đạo với 15-30 nhà lãnh đạo điều hành cấp cao vài lần một năm. Dưới đây là các hướng dẫn tôi luôn tuân thủ:

- Trước khi hội nghị diễn ra, tôi gặp từng người và giới thiệu về bản thân.
- Tôi đặt ra cho từng nhà lãnh đạo một câu hỏi để khám phá điểm độc đáo về họ.
- Vào đầu hội nghị, tôi để họ đặt ra cho tôi các câu hỏi và tôi cố gắng hết sức để trả lời họ.
- Nếu một số người còn e dè chưa nhập cuộc, tôi sẽ lôi kéo họ bằng cách nói cho những người khác về sự độc đáo của họ và điều đó có liên quan như thế nào đến chủ đề này.
- Tôi kết thúc hội nghị bằng cách hỏi mọi người xem mình có thể giúp gì để họ thành công hơn.

KẾT NÓI VỚI KHÁN GIẢ

Không có khán giả nào tới một sự kiện với hy vọng sẽ mang năng lượng đến cho diễn giả. Họ đến với hy vọng sẽ được nhận về thay vì cho đi. Nếu là một diễn giả, bạn phải luôn ghi nhớ điều đó. Đám đông càng lớn, bạn càng phải cung cấp nhiều năng lượng hơn.

Hãy suy nghĩ về cách bạn có thể làm tăng năng lượng của mình khi nói chuyện với khán giả. Ví dụ, sự tự tin, xuất phát từ sự chuẩn bị; niềm đam mê, xuất phát từ niềm tin; sự tích cực, xuất phát từ niềm tin vào con người. Tất cả đều mang lại năng lượng. Càng mang nhiều năng lượng đến, bạn càng có cơ hội truyền tải nó đến khán giả và đương nhiên bạn càng có cơ hội kết nối với họ.

05: KẾT NỐI THIÊN VỀ KỸ NĂNG HƠN TÀI NĂNG

Trong chương này, tôi sẽ trao quyền kiểm soát cho Charlie Wetzel, nhà văn của tôi từ năm 1994 để anh ấy chia sẻ với bạn một số điều về kết nối dựa trên quan điểm của anh ấy. Charlie là một quan sát viên tận tâm, một nhà tư tưởng đáng học hỏi và một người dày dặn kinh nghiệm về lãnh đạo và giao tiếp. Tôi nghĩ rằng bạn sẽ thấy quan điểm của anh ấy rất thú vị khi tiếp cận cách kết nối bằng văn bản. Nhưng trước tiên, tôi muốn nói với bạn một số điều về những người mà tôi coi là nhà kết nối tuyệt vời.

KẾT NỐI Ở MỨC CAO NHẤT

Kết nối là thứ có thể học được, nhưng người ta phải nghiên cứu về giao tiếp để cải thiện nó. Trong bốn thập kỷ, tôi luôn học hỏi về giao tiếp. Bất cứ khi nào lắng nghe mọi người, tôi không chỉ lắng nghe những gì họ nói, mà còn chú ý đến phong cách và các kỹ thuật của họ với tư cách một nhà kết nối. Thỉnh thoảng, tôi tham dự các sự kiện có sự xuất hiện của các nhà giao tiếp bởi tôi thích lắng nghe và học hỏi từ họ.

Vài năm trước, tôi đã đến một hội nghị ở San Jose, California, với sự tham gia của 10 nhân vật nổi tiếng và rất nhiều các nhân vật của công chúng. Tôi hy vọng sẽ được gặp gỡ và trò chuyện với tất cả bọn họ. Tôi muốn xem ai trong số họ sẽ kết nối với khán giả và giao tiếp hiệu quả.

Tôi chia sổ ghi chú của mình thành hai cột “Người kết nối” và “Người không kết nối”. Vào cuối ngày, tôi đã có sáu cái tên trong cột “Người kết nối” và bốn cái tên ở cột còn lại. Tôi sẽ miêu tả phong cách giao tiếp của họ thay vì liệt kê tên chính xác:

Người không kết nối thứ nhất: Chính trị gia này nói bằng giọng điệu đều đều. Giọng nói của ông hoàn toàn không có niềm đam mê hay niềm tin. Ông vẫn tiếp tục nói cho dù chúng tôi đã bỏ ra ngoài. Và chúng tôi không biết liệu ông ấy có còn ở đó không!

Người không kết nối thứ hai: Một chính trị gia khác khá dễ chịu nhưng lại bộc lộ tính cách già cỗi. Sau khoảng 50 phút nói chuyện, ông vẫn chưa truyền tải được gì.

Người không kết nối thứ ba: Một nhà báo có giọng điệu trích thượng. Rõ ràng, cô ấy cảm thấy mình thuộc “chiều trên” với tất cả chúng tôi. Mọi thứ cô nói đều gửi đi một thông điệp: Tôi biết thứ mà các anh/chị không hề biết.

Người không kết nối thứ tư: Diễn giả này là một tác giả sách kinh doanh và thành thực mà nói, tôi đã mong chờ được nghe anh ta nói nhất. Tuy nhiên, tôi đã rất ngạc nhiên và thất vọng trước thái độ giận dữ của anh ta. Ngôn ngữ cơ thể, nét mặt và lời lẽ của anh ta cho thấy một thái độ tiêu cực. Anh ta không đưa ra ví dụ thực tế nào trong suốt thời gian nói chuyện.

Mỗi người trong bốn diễn giả này đều đánh mất khán giả. Một số người đã bỏ đi ngay lập tức, số khác thì lâu hơn. Khán giả đều thở phào khi vị diễn giả đó ngừng lời. Nhưng khi một trong những diễn giả xuất sắc – sáu người kết nối – xuất hiện trên sân khấu, niềm hy vọng trào dâng trong khán phòng. Dưới đây là những người kết nối với khán giả vào ngày hôm đó:

Mark Russell: Ông đã trình diễn lại một màn hài kịch đã kéo dài ở quận Columbia 20 năm qua. Mark đã khiến chúng tôi cười, nhưng ông cũng buộc chúng tôi phải suy nghĩ. Ông ấy đã đặt ra hàng trăm câu hỏi trong phần phát biểu của mình và tất cả mọi người đều tham gia nhiệt tình.

Mario Cuomo: Cho đến nay, diễn giả tôi đam mê nhất là cựu thống đốc bang New York. Ông là người rất sôi nổi. Tôi có thể cảm nhận được nhiệt huyết của ông. Ông khiến mọi người trong khán phòng phải đi chuyên và khi ông dứt lời, tất cả đều đứng lên và vỗ tay.

C. Everett Koop: Tôi phải thừa nhận người đã từng đứng đầu ngành quân y này đã khiến tôi ngạc nhiên trước khả năng kết nối của ông. Ông là một bậc thầy trong việc sử dụng hình ảnh minh họa. Ông đưa ra một tuyên bố hợp lý và sau đó chứng minh và lồng ghép nó vào một câu chuyện tuyệt vời. Mỗi luận điểm đều được ông dùng những lời lẽ chặt chẽ, đanh thép để giải thích. Sau phần nói chuyện của ông, tôi đã nhớ được toàn bộ bảy điểm ông đưa ra.

Elizabeth Dole: Cựu thượng nghị sĩ Mỹ và là chủ tịch Hội Chữ thập đỏ đã khiến mọi người trong khán phòng đều cảm thấy họ là người bạn tốt nhất của bà. Bà tin rằng chúng tôi sẽ vui vẻ khi đến đây.

Steve Forbes: Trong tất cả các nhà giao tiếp tôi gặp ngày hôm đó, tôi đã học được nhiều nhất từ ông. Tổng biên tập của Tạp chí Forbes là người rất thông minh và hiểu biết. Ông đã khiến mọi thứ ông nói ra đều trở nên mới mẻ.

Colin Powell: Khi vị tướng trước đây của quân đội Mỹ kiêm Bộ trưởng Ngoại giao cất lời, ông mang lại cho chúng tôi một cảm giác an toàn và thoải mái. Giọng nói và thái độ của ông rất tự tin và khi nói, ông khiến chúng tôi cũng tự tin vào chính mình. Quan trọng nhất, ông đã mang đến cho chúng tôi niềm hy vọng.

Mỗi diễn giả xuất sắc đều có các nền tảng, phong cách và giá trị khác nhau. Họ nói về các chủ đề khác nhau, họ có những tài năng và kỹ năng khác nhau. Họ thực sự chỉ có một điểm chung. Đó là những nhà kết nối tuyệt vời – điều mà mọi nhà giao tiếp tài ba và các nhà lãnh đạo vĩ đại đều có. Và kết nối là một kỹ năng có thể học được!

KẾT NỐI KHÔNG TỰ NHIÊN MÀ CÓ

Các nhà giao tiếp giỏi có chung khả năng kết nối. Điều đó không phải tự nhiên mà có. Bạn không thể mong đợi có được thành công nhờ may mắn.

Người chỉ huy cùng đội quân tiên phong vượt qua các vùng đồng bằng phương Tây. Khi người quan sát phát hiện một đám bụi mờ từ xa đang di chuyển về phía họ, họ biết sắp có chuyện chẳng lành. Chắc chắn, một bộ tộc da đỏ đang kéo đến và người chỉ huy ra lệnh cho người của mình ẩn nấp phía sau một ngọn đồi.

Người chỉ huy quyết định đối mặt với người đứng đầu bộ tộc da đỏ và cố gắng giao tiếp với ông ta bằng ngôn ngữ ký hiệu. Sau đó, người đứng đầu bộ tộc đã lùi lại và quay trở về phía đoàn người của mình.

“Chuyện gì xảy ra vậy?” Những người trong đội quân hỏi.

“Chúng ta không thể hiểu ngôn ngữ của đối phương,” ông nói, “vì vậy tôi sử dụng ngôn ngữ ký hiệu. Tôi đã vẽ một vòng tròn trên cát bằng ngón trỏ để cho họ thấy rằng tất cả chúng ta đều là một trên vùng đất này. Ông ta nhìn vào vòng tròn và vẽ một đường cắt ngang nó. Ý ông ta là có hai quốc gia, chúng ta – và họ. Nhưng tôi đã chỉ ngón tay lên trời ám chỉ rằng chúng ta cùng ở dưới một bầu trời. Sau đó, ông ta lấy ra củ hành từ chiếc túi và đưa cho tôi. Để ông ấy biết tôi đã hiểu ý của ông ấy, tôi đã ăn củ hành. Sau đó, tôi lấy một quả trứng từ túi áo khoác của mình để thể hiện thiện chí của chúng ta, nhưng có vẻ ông ta quá kiêu hãnh để chấp nhận món quà đó, ông ta quay lưng và bỏ đi.”

Các chiến binh da đỏ đã sẵn sàng cho một cuộc tấn công và chờ lệnh từ tộc trưởng, nhưng người chiến binh đã giơ tay và kể lại trải nghiệm của mình.

“Khi đối mặt,” ông nói, “ta lập tức biết người đàn ông đó và ta không có cùng tiếng nói. Người đàn ông đó vẽ một vòng tròn trên cát. Ta biết ông ta có ý rằng chúng ta đang bị bao vây. Ta đã vẽ một đường cắt ngang hình trong của ông ta để cảnh báo rằng chúng ta sẽ cắt họ làm đôi. Sau đó, ông ta lấy ngón tay chỉ lên trời ám chỉ rằng ông ta sẽ tiễn chúng ta lên đó. Sau đó, ta đã đưa cho ông ta một củ hành với ý rằng ông ta sẽ sớm ném trái những giọt nước mắt cay đắng của thất bại và cái chết. Nhưng ông ta ăn hành để thách thức chúng ta! Sau đó, ông ta đưa cho ta một quả trứng để ám chỉ vị thế của chúng ta mong manh đến nhường nào. Phải có những người khác ở gần đây. Chúng ta hãy ra khỏi đây.”

Lars Ray đã nhắc đến câu chuyện về sự hiểu lầm này. “Tôi chuẩn bị hoàn thành một nhiệm vụ dài 2 năm ở Mexico City cho công ty,” anh viết. Anh chỉ biết một chút tiếng Tây Ban Nha và mặc dù nhiều cộng sự của anh nói tiếng Anh rất giỏi, nhưng anh vẫn gặp nhiều vấn đề. “Có rất nhiều lần hiểu lầm và những rủi ro về giao tiếp, tất cả đều do sự đa nghĩa của từ ngữ”. Những gì mục sư kiêm nhà hoạt động Jesse Giglio từng nói hoàn toàn đúng đắn: “Vấn đề lớn nhất trong giao tiếp là ảo tưởng rằng giao tiếp đã diễn ra.”

ĐIỀU GÌ KHIẾN MỌI NGƯỜI LẮNG NGHE?

Bạn không thể chỉ dựa vào sự may mắn nếu muốn trở thành một người giao tiếp tốt hơn hay một nhà lãnh đạo tốt hơn. Bạn phải học cách kết nối với những người khác bằng cách tận dụng hầu hết các kỹ năng và kinh nghiệm mà bạn có. Khi lắng nghe các nhà giao tiếp tài ba, tôi nhận thấy có rất nhiều yếu tố thu hút mọi người lắng nghe họ. Hãy xem bạn có thể sử dụng yếu tố nào để kết nối với người khác:

Các mối quan hệ – bạn biết những ai?

Tại sao hàng triệu người lắng nghe Tiến sĩ Phil McGraw, một nhà tâm lý học đã giúp các luật sư ở vị trí tư vấn xét xử và bắt đầu áp dụng các lời khuyên của ông vào cuộc sống, tình yêu và những mối quan hệ? Vì sao hàng triệu người lắng nghe Tiến sĩ Mehmet Oz tư vấn về các vấn đề sức khỏe. Cả hai người đều đã xuất hiện trên chương trình của Oprah Winfrey.

Tuy cả hai đều có bằng cấp cao: McGraw có bằng tiến sĩ về tâm lý học và Oz là một bác sĩ phẫu thuật tim mạch kiêm giáo sư Đại học Columbia. Nhưng hầu hết mọi người đều không biết và cũng không quan tâm đến chúng. Ngay sau khi biết Oprah Winfrey rất tin tưởng vào hai vị tiến sĩ này, những người theo dõi cô cũng đã tin tưởng vào họ.

Một trong những cách nhanh nhất để có được sự tín nhiệm với một cá nhân, một nhóm người là mượn nó từ một người đã có uy tín với họ. Đó là cơ sở của những lời giới thiệu bán hàng và quảng cáo truyền miệng. Một người quen có thể mở ra cánh cửa để bạn kết nối với một ai đó. Tất nhiên, một khi cửa đã được mở ra, bạn vẫn phải tự nỗ lực!

Tầm nhìn – bạn biết gì?

Hầu hết mọi người đều muốn cải thiện tình trạng sống của họ. Khi tìm thấy một người mang lại thứ gì đó giá trị, họ sẽ lắng nghe. Nếu những gì họ học được thực sự mang lại hiệu quả, cảm giác kết nối giữa họ có thể nhanh chóng phát triển.

Nhân vật lịch sử của nước Mỹ mà tôi ngưỡng mộ nhất là Benjamin Franklin. Ông có một sự nghiệp đáng chú ý và là một trong những người làm nên thành công cho nước Mỹ. Franklin chỉ được đến trường trong hai năm, nhưng ông được đánh giá cao nhờ kiến thức và tầm nhìn sâu sắc của mình. Là một người ham đọc và luôn say mê tìm tòi kiến thức, ông đã trở thành một chuyên gia đa lĩnh vực: in ấn, xuất bản, chính trị, các hoạt động dân sự, khoa học và ngoại giao. Ông là một nhà phát minh sáng tạo, người thành lập các thư viện công cộng đầu tiên ở Mỹ, từng là chủ tịch đầu tiên của Hội Triết học Mỹ và góp phần soạn thảo bản Tuyên ngôn Độc lập. Walter Isaacson gọi Franklin là “người Mỹ toàn diện nhất trong thời đại của ông.” Ông có tầm ảnh hưởng rất lớn và mọi người trong thời đại của ông đều cảm nhận được sợi dây kết nối khi ông chia sẻ kiến thức của mình.

Nếu có chuyên môn và sẵn sàng chia sẻ nó với những người khác, bạn đã cho mọi người lý do để tôn trọng bạn và phát triển sợi dây kết nối với bạn.

Hầu hết mọi người đều muốn cải thiện tình trạng sống của họ. Khi họ tìm thấy một người mang lại điều gì đó giá trị, họ sẽ lắng nghe.

Thành công – bạn đã làm được gì?

Rất nhiều người đã hỏi tôi về xuất phát điểm của một diễn giả ngoài một nhà thờ địa phương như thế nào. Họ muốn biết chiến lược tiếp thị của tôi là gì và tôi đã bước chân vào lĩnh vực này như thế nào. Sự thật là tôi không có kế hoạch trở thành diễn giả như bây giờ. Mọi người biết được thành công của tôi trong việc dẫn dắt và phát triển một nhà thờ, sau đó, họ bắt đầu mời tôi đến nói chuyện về các chủ đề. Họ muốn nghe tôi nói bởi những gì tôi đã làm.

Mọi người muốn thành công và họ tìm kiếm những người đã làm được điều gì đó để có được lời khuyên. Nếu bạn thành công, sẽ có người muốn lắng nghe bạn. Nhiều người cho rằng nếu ai đó có thể thành công trong một lĩnh vực, họ có đủ kiến thức và kinh nghiệm để chia sẻ với người khác. Và nếu thành công của người đó thuộc cùng lĩnh vực với họ, khả năng kết nối còn mạnh mẽ hơn.

Năng lực – bạn có thể làm gì?

Các cá nhân có năng lực chuyên môn cao thường nhận được sự tín nhiệm ngay lập tức từ người khác. Mọi người ngưỡng mộ họ, muốn được như họ và cảm thấy kết nối với họ. Khi họ nói, những người khác lắng nghe – ngay cả khi lĩnh vực kỹ năng của họ không liên quan gì đến những lời khuyên họ đưa ra.

Michael Jordan là một ví dụ. Anh kiếm được bội tiền từ các hợp đồng hơn là chơi bóng rổ, không phải nhờ kiến thức của anh về các sản phẩm anh quảng bá, mà bởi những gì anh làm được với bóng rổ. Khi một diễn viên khuyên chúng ta nên mua chiếc xe nào đó, chúng ta nghe lời họ không phải vì kiến thức của họ về động cơ, mà bởi chúng ta ngưỡng mộ tài năng của họ. Sự xuất sắc đã tạo ra kết nối. Nếu bạn có tài năng về một lĩnh vực nào đó, những người khác có thể muốn kết nối với bạn vì điều đó.

Hy sinh – bạn đã sống như thế nào?

Mẹ Teresa đã được các nhà lãnh đạo trên khắp thế giới tôn trọng và lắng nghe. Mọi người từ mọi tôn giáo đều ngưỡng mộ bà. Tại sao họ lại lắng nghe bà – một cô giáo nghèo, nhỏ bé sống trong khu ổ chuột ở Ấn Độ? Bởi mẹ đã hy sinh cả cuộc đời mình vì mọi người.

Tôi nghĩ rằng trái tim chúng ta luôn tan chảy trước những người đã hy sinh hoặc phải chịu đựng đau khổ. Ví dụ như sự cảm thông và kết nối mà mọi người dành cho các nhân viên cứu hỏa đã phục vụ tại New York trong vụ tấn công ngày 11/9 vào Tòa tháp đôi Trung tâm Thương mại Thế giới. Hay sự tôn trọng được dành cho các gia đình quân nhân đã bỏ mạng tại Iraq và Afghanistan. Hãy suy nghĩ về sức nặng trong lời nói của các nhà lãnh đạo dân quyền, những người đã giúp mở đường cho cuộc bầu cử Barack Obama, tổng thống người Mỹ gốc Phi đầu tiên của Hoa Kỳ.

Nếu bạn đã hy sinh, chịu đựng bị kịch, hoặc vượt qua những trở ngại đau đớn, nhiều người sẽ coi trọng bạn. Và nếu bạn vẫn có suy nghĩ tích cực nhưng khiêm tốn giữa những khó khăn trong cuộc sống, những người khác sẽ ngưỡng mộ và có thể kết nối với bạn.

Năm yếu tố kết nối này chỉ là khởi đầu. Tôi chắc rằng bạn có thể đang nghĩ đến các lý do khác khiến mọi người kết nối với nhau. Vấn đề là bạn tận dụng mọi thứ bạn có để kết nối ra sao. Càng đưa ra nhiều yếu tố, bạn càng sử dụng chúng tốt hơn và càng có nhiều cơ hội hơn để kết nối. Bạn phải tận dụng thế mạnh của bản thân, phát triển phong cách riêng và trau dồi những kỹ năng có thể để kết nối với mọi người.

Làm một ký hiệu ngăn cách phần này (gạch ngang ngắn hoặc ba dấu hoa thị...) vì đây là phần tác giả nhường cho người khác chia sẻ.

NGHỆ THUẬT KẾT NỐI

– CHARLIE WETZEL –

Một trong những câu hỏi mà mọi người luôn đặt ra cho tôi đó là: “John thực sự là người như thế nào?” Tôi lấy làm vui mừng khi trả lời rằng John Maxwell mà tôi gặp ngoài đời thường trong hơn 15

năm qua không khác gì một John Maxwell trước đông đảo khán giả. Tôi đã gặp anh trong hàng trăm tình huống – nói trước hàng ngàn người, thuyết giảng trong các nhà thờ, giảng dạy những bài học về lãnh đạo cho hàng chục người, tham dự các cuộc họp, đàm phán giao dịch, dành thời gian bên gia đình, đi du lịch, hay chỉ đơn giản là pha trò cười. Và tôi có thể cho bạn biết, anh ấy đã dành thời gian luyện tập những gì anh ấy giảng dạy. Và anh luôn kết nối với mọi người.

Thành thật mà nói, lần đầu tiên thấy John nói chuyện tại nhà thờ, tôi có chút hoài nghi. Anh ấy nói quá trơn tru trong bài thuyết giảng. Anh ấy bước lên bục với sự chín chu từ trang phục, đến thái độ thoải mái và cả nụ cười. Anh ấy có một sự tự tin dễ dàng – như thể đang nói chuyện với những người bạn lâu năm.

Khi lớn lên, tôi theo học tại một nhà thờ với khoảng 35 người; nhưng có một ngàn người trong lễ đường nhà thờ của John. Tôi đã quen với một dàn hợp xướng tám người và chiếc đàn organ cũ kỹ; âm nhạc tại nhà thờ của anh ấy có chất lượng tuyệt vời. Mục sư thời thơ ấu của tôi là một kỹ sư sống nội tâm, nghiêm khắc; nhưng John là một chuyên gia giao tiếp đã mài giũa kỹ năng diễn thuyết của mình suốt 25 năm. Có thể nói, tôi cần điều chỉnh các kỳ vọng của mình. May mắn thay, tôi chỉ mất một vài tuần để nhận ra rằng John là một nhà giao tiếp đích thực. Và tôi nhanh chóng nhận ra những bài thuyết giảng hàng tuần của anh ấy đã thực sự mang lại sự khác biệt trong cuộc sống của tôi.

Tôi thừa nhận rằng quan điểm hiện tại của tôi về John cũng có đôi chút thiên vị. Tôi biết ơn anh ấy về nhiều điều. Tuy nhiên, tôi nghĩ rằng những nhận định của tôi rất chân thành và chính xác. Ngoài gia đình anh ấy, có rất nhiều người biết anh ấy rõ hơn tôi. Tôi quan sát anh ấy trong những giây phút tự nhiên nhất như tất cả các nhà văn khác – nên tôi nghĩ mình có thể xác định những phẩm chất kết nối của anh như trước khán giả, với một người hoặc thậm chí bằng văn bản.

Kết nối với khán giả

Năm năm đầu tiên làm việc với John, tôi là một sinh viên tốt nghiệp ngành truyền thông. Tôi đã dành rất nhiều thời gian nghiên cứu phong cách giao tiếp của anh với khán giả. Trước khi trở thành nhà văn, tôi là một giáo viên. Và tôi nghĩ mình là một giáo viên khá giỏi. Thế mạnh của tôi là truyền tải thông tin phức tạp một cách đơn giản, nhanh chóng và thực tế. Nhưng tôi đã không có kỹ năng thu hút khán giả theo cách John đã làm và tôi thường mất nhiều tuần nói chuyện với một lớp học trước khi bắt đầu kết nối với chúng. Tôi đã tiếp cận John cũng như các nhà giao tiếp lớn khác và học hỏi từ họ. Tôi phát hiện ra rằng John, giống như mọi nhà giao tiếp mà tôi rất ngưỡng mộ, sở hữu năm phẩm chất sau:

Sự tự tin. Những người giao tiếp tuyệt vời đều tự tin. Như tôi đã đề cập, ban đầu, tôi thấy sự tự tin của John có chút khó chịu do môi trường mà anh ấy diễn thuyết. Nhưng đó thực sự là suy nghĩ mang tính cá nhân. Thực tế là rất khó để kết nối và yêu mến diễn giả nào đó có dấu hiệu ba hoa hoặc thiếu tự tin. Chính sự nghi ngờ của họ về bản thân khiến bạn cũng nghi ngờ họ và trở nên phân tâm. Việc đó khiến họ không thể bình tĩnh và thoải mái khi lắng nghe do thiếu tự tin làm dấy lên câu hỏi liên quan đến uy tín của họ. Dù cố ý hay vô thức, bạn đang liên tục tự hỏi. “Điều đó có đúng không?” Khi diễn giả nói ra điều gì đó nhưng không tự tin về nó, chúng ta chắc chắn sẽ hoài nghi.

Nếu muốn trở thành một người giao tiếp tốt và kết nối với khán giả, bạn cần phải nỗ lực để đạt được sự tự tin. Việc đó có thể khó khăn như xem xét lại các vấn đề cá nhân liên quan đến quá khứ của bạn,

hoặc có thể đơn giản như chuyện chọn trang phục phù hợp khi nói chuyện, hoặc dành thêm thời gian với khán giả bằng cách thuyết trình thêm. Dù cần gì đi chăng nữa, hãy hành động!

Sự chân thành. John đã thu hút tôi ngay trong những tuần đầu tiên thuyết trình nhờ sự chân thành của anh ấy. John luôn là chính mình. Như mọi người, anh ấy cũng có những điểm yếu và thế mạnh, nhưng anh ấy sẵn sàng thừa nhận cả hai.

Khi đã thân quen, tôi nhận thấy John không tin vào sức ép của chính mình. John hài lòng khi mọi người nói với anh ấy rằng anh ấy đã giúp họ, nhưng đó là trên tinh thần biết ơn và cảm nhận rằng anh ấy đã hoàn thành mục đích của mình. Tôi đã từng nghe ca sĩ George Michael nói về sự nổi tiếng tại một cuộc phỏng vấn với Chris Cuomo trong chương trình Good Morning America. Michael nói: “Tôi không ham việc quá nổi tiếng. Điều đó rất nguy hiểm.” Đó cũng chính là thái độ của John.

Một trong những rủi ro của việc nghiên cứu về các nhà kết nối là rơi vào cái bẫy cố gắng bắt chước họ. Ban đầu, tôi muốn có khả năng nói như John, nhưng tất cả đã khiến tôi lo sợ và mất tự tin. Tôi mất nhiều năm để định hình phong cách và nhịp điệu nói của mình. Tôi không thể giống John. Anh ấy đã khóa lớp không gian diễn thuyết bằng cá tính riêng, cho dù đó là phòng khách hay sân vận động. Tôi thì không. Thay vào đó, mục tiêu của tôi là nói chuyện thực sự bằng giọng điệu của mình. Để kết nối với mọi người, hãy là chính mình một cách chân thật nhất. Đó là điều mà ai cũng có thể học được.

“Các nhà giao tiếp xuất sắc sở hữu sự tự tin tuyệt vời.”

– Charlie Wetzel

Chuẩn bị kỹ lưỡng. Tôi chưa bao giờ thấy John thiếu sự chuẩn bị khi nói chuyện với khán giả. Anh ấy đã kể về công tác chuẩn bị của anh ấy khi nói đến việc các nhà tổ chức muốn gì và hiểu rõ khán giả của mình ra sao, vì vậy tôi sẽ cho các bạn biết những điều khác về anh ấy.

John là một người rất tỉ mỉ. Với kinh nghiệm và tính cách của mình, anh ấy có thể dễ dàng bỏ qua sự chuẩn bị, nhưng John không bao giờ làm vậy. Anh ấy luôn viết ra tất cả các luận điểm nhỏ, đưa mọi trích dẫn và các câu chuyện vào trong bản phác thảo. Anh ấy đọc rất nhiều, không ngừng lưu trữ các trích dẫn và hình ảnh minh họa. Nhờ đó, John có rất nhiều tài liệu để đưa vào mọi thông điệp của mình. Anh ấy viết ra các phác thảo bằng một chiếc bút bốn màu, ghi bằng các trích dẫn để đưa vào bản phác thảo, luôn nhắc nhở bản thân về những câu chuyện cá nhân bằng cách đánh dấu đầu dòng trước các câu viết.

Hơn thế nữa, John có sự chuẩn bị ngay cả khi những người khác không ngờ tới. Bất cứ khi nào di chuyển, anh đều mang theo hàng chục các tấm thẻ nhiều lớp, mỗi lớp thẻ để bản phác thảo một bài phát biểu cho từng thời điểm. Khi chúng tôi thực hiện một chuyến quảng bá sách cách đây vài năm, tại một trong các điểm dừng chân, nơi anh ấy sẵn sàng giao tiếp, có người từng nghe anh ấy diễn thuyết ở đó một năm trước đã chia sẻ rằng anh ta rất thích lắng nghe buổi nói chuyện của John trước đó. Và nó rất giống với những gì John đã chia sẻ lần này. Trong nháy mắt, John đã rút ra một tấm thẻ khác của mình và nói về một chủ đề khác. John không bao giờ bỏ lỡ bất cứ giây phút nào.

“Để kết nối với mọi người, hãy là chính mình một cách chân thật nhất.”

Sự hài hước. John là người hài hước cả trên sân khấu lẫn ngoài đời thực. Anh ấy thích những trò đùa thú vị. Anh ấy rất nhanh trí, dí dỏm và cũng dễ dàng cười chính mình. Khi John tìm kiếm tài liệu để lưu lại, sự hài hước là một trong số đó.

Điều thi thoảng làm tôi ngạc nhiên là sự cò lỗ của John. Anh ấy có thể nói nhiều thứ và kể các câu chuyện trên sân khấu mà không ai trên thế giới này có thể kể được nhiều như vậy. John làm điều đó bởi anh ấy nghĩ rằng việc đó thực sự rất hài hước. Và hãy tin tôi đi, không ai muốn có những giờ phút vui vẻ hơn John.

Hiếm có nhà giao tiếp nào có thể kết nối mà không cần đến sự hài hước. Điều quan trọng là hãy gắn mình với những gì bạn thấy hài hước nhưng đừng quá gò ép nó.

Tập trung vào người khác. John đã dành cả một chương để viết về cách kết nối hướng đến những người khác, không phải bản thân mình. Và nếu đã từng nghe anh ấy nói, thì bạn sẽ nhận thấy rằng khi biết về địa điểm nói chuyện của mình, anh ấy đã cân nhắc về những người mà anh ấy sẽ nói chuyện. Nếu có thể, anh ấy sẽ gặp và chào mọi người trước. Và khi bắt đầu bài phát biểu, anh ấy sẽ nói một cách tích cực về nhà tổ chức hay ai đó mà anh ấy biết hoặc gặp trong nhóm khán giả. Khi kết thúc phần việc của mình, John sẽ đi xung quanh để chào mọi người, bắt tay và ký sách.

Khi chuẩn bị viết chương này, tôi đã liên lạc với mọi người để hỏi về cái nhìn sâu sắc của họ dành cho cách John kết nối. Một trong số đó là Marty Grunder. Ông đã kể lại một trải nghiệm với John để minh họa cho cách John đã áp dụng năm điều trên. Marty cho biết:

Năm năm trước, John biết đến tôi khi tôi gửi cho anh ấy một bản sao cuốn sách của tôi (anh ấy còn gửi lại cho tôi tấm thiệp cảm ơn viết tay tuyệt đẹp). Khi chuẩn bị đến nói chuyện ở Dayton, Ohio, anh ấy đã bảo Linda Eggers, trợ lý của anh ấy, gọi cho tôi và mời tôi tham dự. Trong suốt buổi nói chuyện, anh ấy đã mời tôi lên trước khán giả và dành cho tôi những lời nói tích cực trước đám đông khán giả quê hương tôi. Tôi biết một vài người trong số hàng ngàn khán giả phía dưới và họ đã vô cùng sững sốt khi tôi biết John. Anh ấy còn mời tôi ăn trưa cùng. Anh ấy đã nói chuyện với tôi và nhìn thẳng vào mắt tôi, giống như tôi là người duy nhất trong phòng. Bạn có thể tưởng tượng tôi cảm thấy thế nào không?

Sự cởi mở này là một dấu hiệu về cuộc sống của John. Anh ấy sở hữu một khả năng kỳ lạ trong việc tạo ra những khoảnh khắc đặc biệt và tôn vinh người khác. Anh ấy không làm điều đó nếu không có sự chuẩn bị. Tôi đã xem anh ấy lập kế hoạch cho một việc gì đó đặc biệt một năm trước. John mất hàng tháng để tìm ra những gì sẽ làm nên khoảnh khắc đặc biệt cho ai đó. Anh ấy có khả năng tính toán thời gian rất khéo léo và sự nhạy cảm tuyệt vời về các khoảnh khắc.

Tôi cũng từng là người vinh dự được đón nhận một trong những khoảnh khắc đặc biệt này. Mỗi tháng, John thường dạy một bài học lãnh đạo kéo dài một giờ cho các nhân viên của mình, được ghi âm và sau đó gửi đến hơn 10 nghìn người theo dõi thường xuyên. Tôi sẽ không bao giờ quên ngày John dạy bài học mang tên “Tìm kiếm Đại bàng”, trong đó, anh ấy giải thích những yếu tố cần tìm kiếm ở một nhà lãnh đạo tiềm năng. Tôi đã làm việc cho John được vài tháng. Ở cuối bài học anh ấy nói: “Tôi

muốn giới thiệu với các bạn về một chú đại bàng vừa đến làm việc với tôi.” Sau đó, anh ấy tiếp tục nói nhiều điều tốt đẹp về tôi và kể một câu chuyện về sáng kiến mà tôi đã làm cho anh ấy.

Điều đó có thể không quá to tát, nhưng tôi nghĩ rằng đó là lần đầu tiên tôi được công khai tuyên dương cho công việc của mình. Vợ tôi cũng đang ở trong phòng vào thời điểm đó! Chủ tịch công ty của John và toàn bộ nhân viên của anh ấy cũng ở đó. Và hàng ngàn người trên khắp đất nước đã nghe thấy anh ấy ca ngợi tôi. Việc làm đó khiến tôi bật khóc. Điều đó thật bất ngờ. Anh ấy đã làm điều đó bằng tình cảm từ tận trái tim mình. Tôi đã cảm thấy gắn bó với John kể từ đó. Anh ấy thực sự quan tâm đến mọi người và có cách đặc biệt để thể hiện điều đó.

“Hiếm có nhà giao tiếp nào có thể kết nối với mọi người mà không cần đến sự hài hước.”

– Charlie Wetzel

Kết nối trực tiếp với một người

Trong những năm qua, tôi đã gặp rất nhiều diễn giả và người nổi tiếng. Một số người cảm thấy dễ dàng tỏ ra duyên dáng, thoải mái và hấp dẫn trên sân khấu, nhưng ở ngoài đời, họ lại gặp khó khăn trong việc gắn kết với những người khác. Nhưng John thì không. Theo tôi, anh ấy thực sự giỏi kết nối với mọi người trong tình huống trực tiếp với một người hơn là trước một lượng lớn khán giả. Anh ấy thực sự hiểu mọi người và muốn giúp đỡ họ. Tôi nghĩ thể mạnh của anh ấy trên sân khấu trước hết xuất phát từ những phẩm chất đó. Ca sĩ kiêm nhạc sĩ Carole King từng nói: “Tất cả liên quan đến các kết nối. Tôi muốn kết nối với mọi người; tôi muốn mọi người nghĩ rằng: ‘Vâng, đó là cách tôi cảm nhận.’ Và, nếu tôi có thể làm điều đó, đó là một thành công.” John đã làm như vậy trong mọi tình huống trên sân khấu, trong một nhóm và trực tiếp với một cá nhân.

Có vô vàn sự tương tác cá nhân giữa tôi và John. Tôi có thể miêu tả cách anh ấy nâng vé của tôi lên hạng thương gia trong chuyến đi đầu tiên cùng anh ấy và cách anh ấy đã chuẩn bị món bánh mì cho bữa ăn sáng của tôi khi chúng tôi nói chuyện – đó không phải là một việc lớn, nhưng khá bất thường khi là hành động của một CEO với một nhân viên mới. Hoặc tôi có thể kể cho các bạn biết về khoảng thời gian anh ấy muốn cử tôi đến một hội nghị các tác giả, nhưng để tham dự, tôi đã bỏ lỡ kỷ niệm một năm ngày cưới. Anh ấy đã trả phí để tôi và vợ tôi được đi cùng nhau. Anh ấy cũng là người đầu tiên gọi cho tôi và hỏi thăm tình hình sau khi mẹ tôi qua đời.

Tất cả mọi người xung quanh John có thể cho bạn biết những câu chuyện tương tự. Tất cả những gì tôi có thể nói là anh ấy đã luôn khiến tôi cảm thấy như một người bạn, thay vì một nhân viên. Và nếu bạn đã đọc cuốn 25 thuật đặc nhân tâm, tôi có thể đảm bảo với bạn rằng anh ấy luôn làm tất cả những điều như thế. Cuốn sách này là một khóa học về kết nối với những người khác và John đã sống với điều đó mỗi ngày.

Tôi sẽ kể cho bạn nghe về điều mà John luôn làm để giúp anh ấy kết nối với những người khác mà bạn có thể dễ dàng học hỏi. Tôi gọi đó là chủ ý kết nối. Anh ấy khiến mọi người cảm thấy được hoan nghênh và đón nhận. Anh ấy đưa họ vào trải nghiệm mà họ có thể không có. Khi tham dự một cuộc họp, John không chỉ đưa đến những người cần thiết cho cuộc họp đó mà còn mời người có thể học hỏi và phát triển được từ trải nghiệm đó. Khi anh ấy có vé xem các trận đấu bóng hay mua vé xem một chương trình biểu diễn nào đó, anh ấy luôn mua đủ để đưa những người khác đi cùng. Anh ấy giới

thiệu người này với những người khác để họ có thể xây dựng các kết nối. Ví dụ, Anne Beiler của Auntie Ann's Pretzels đã luôn muốn gặp Truett Cathy, nhà sáng lập Chick-fil-A, vì vậy John đã mời cả hai đến ăn tối tại nhà của anh ấy.

John tiếp tục tìm kiếm cách để tăng thêm giá trị cho mọi người. Và anh đã cố gắng khiến mọi thứ trở nên vui vẻ với những người xung quanh. Có lần, chúng tôi được đi trên một chiếc limousine và được cảnh sát hộ tống đến sân bay. John liền lấy điện thoại ra và gọi cho Linda Eggers, trợ lý của anh ấy, người đã không thể đi cùng chúng tôi. Anh ấy “tường thuật trực tiếp” cho Linda để cô ấy có thể chia sẻ khoảnh khắc đó với chúng tôi.

Nếu bạn chủ ý kéo những người khác vào các trải nghiệm tuyệt vời và những điều yêu thích nhất, bạn sẽ dần trở thành một nhà kết nối tuyệt vời.

“Tất cả liên quan đến các kết nối. Tôi muốn kết nối với mọi người; tôi muốn mọi người nghĩ rằng: ‘Vâng, đó là cách tôi cảm nhận.’ Và, nếu tôi có thể làm điều đó, đó là một thành công.”

– Carole King

Kết nối thông qua văn bản

Sau khi lắng nghe hàng trăm diễn giả và tác giả, tôi đã đi đến kết luận rằng có hai kiểu người trong giới giao tiếp: các diễn giả viết và các tác giả nói. Tôi chưa gặp người giỏi ở cả hai khía cạnh đó.

Theo tôi, John là một diễn giả giỏi viết. Trước hết, John tỏa sáng trước khán giả. Anh ấy kết nối bởi biết chính xác mọi người đang nghĩ gì và John biết cách nói những điều đúng đắn với giọng điệu phù hợp để khán giả cảm thấy thoải mái, khiến mọi người cười, hoặc chạm vào trái tim của họ. Không giống như một số diễn giả có thể khiến khán giả thưởng thức từng khoảnh khắc trên sân khấu, John có thể cung cấp những ý tưởng tuyệt vời. Trong thực tế, khi mọi người gặp tôi và tìm hiểu xem tôi viết gì về John, họ thường nói một điều gì đó kiểu như: “Cái gì? Ý anh là John có được danh tiếng nhờ các ý tưởng của anh?”

“Không,” tôi giải thích. “John là chàng trai đầy những ý tưởng. Anh ấy sống bao lâu cũng không đủ để chia sẻ mọi ý tưởng mà anh ấy có. Tôi chỉ lấy các ý tưởng của anh ấy và chuyển chúng thành lời để mọi người đọc chúng ở dạng văn bản.” Đó là một kỹ năng khác với việc tương tác với khán giả.

Giống như hầu hết các nhà giao tiếp tuyệt vời khác, John đã truyền tải một lượng lớn ý nghĩa thông qua nét mặt, khả năng lựa chọn thời điểm và ngôn ngữ cơ thể. Điều đó đến một cách tự nhiên khi anh ấy trên sân khấu. Nhiều diễn giả phải trải qua khoảng thời gian khó khăn để giao tiếp ở cùng cấp độ thông qua văn bản. John có thể viết, nhưng trước tiên, anh ấy là một diễn giả.

Vậy làm thế nào anh ấy có thể kết nối bằng văn bản? Tôi sẽ cho bạn biết một bí mật nhỏ mà tôi chưa bao giờ nghe bất kỳ tác giả nào nói đến. Khi đọc các cuốn sách của John, tôi không cố gắng thuật lại chính xác những gì anh nói theo cách của anh ấy. Bởi chúng sẽ mất đi mọi ngôn ngữ giao tiếp ngoài lời của một nhà giao tiếp tài năng. Vì vậy, tôi đã lấy các ý tưởng của John và cố gắng tạo ra phản ứng tương tự ở người đọc rằng John sẽ làm vậy nếu anh ấy trực tiếp truyền đạt chúng. Tôi cố gắng khiến người đọc có cảm giác tương tự khi gặp trực tiếp John. Nói cách khác, nhiệm vụ của tôi là đảm bảo

các ý tưởng của anh ấy kết nối với mọi người.

TRỞ THÀNH NHÀ GIAO TIẾP KẾT NỐI LÀ CẢ MỘT QUÁ TRÌNH

Tôi hy vọng bạn thấy những lời nhận xét của Charlie hữu ích. Thành thật mà nói, tôi sợ các độc giả sẽ cho rằng những thông tin được đưa ra trong cuốn sách này có phần phiến diện. Tôi hy vọng vấn đề không phải vậy. Nhưng để khiến mọi thứ rõ ràng, tôi muốn kể cho bạn một câu chuyện để bạn thấy tôi là một nhà giao tiếp tồi tệ như thế nào khi mới bắt đầu sự nghiệp. Tôi nghĩ rằng điều đó sẽ mang lại hy vọng cho bất cứ ai.

Khi tôi đang học đại học để trở thành một mục sư, các nhà thờ nhỏ thường mời các mục sư tương lai đến nói chuyện với giáo hội của họ. Một tuần trước buổi thuyết giảng đầu tiên trong vai trò của một mục sư tương lai, tôi đã đi cùng một người bạn tên Don đến để xem buổi thuyết giảng đầu tiên của anh ấy.

Don đứng trước giáo hội và thuyết giảng. Nhưng chỉ ba phút sau, cậu ấy đã cứng họng vì không còn gì để nói. Sau một vài phút lấp bấp, cậu ấy nhanh chóng ngồi xuống khiến mọi người đều bị sốc.

Trên đường trở về trường, tôi luôn tự nhủ rằng “bài thuyết giảng của tôi phải dài hơn ba phút.” Thời gian còn lại trong tuần, tôi đã dành hết cho việc chuẩn bị bài thuyết giảng. Trong thời gian đó, tôi liên tục bổ sung các điểm vào bản phác thảo của tôi. Đến Chủ nhật, tôi đã có bản phác thảo gồm chín điểm. Tôi đã không may suy nghĩ đến việc kết nối với khán giả. Tôi chỉ có mục tiêu duy nhất: kéo dài bài phát biểu hơn ba phút.

Margaret và tôi đính hôn vào thời điểm đó và cô ấy thường theo tôi đến nhà thờ nhỏ trong bước ngoặt quan trọng đầu tiên trong sự nghiệp này của tôi. Khi thực hiện bài thuyết giảng, tôi hài lòng với bản thân và cảm thấy khá vui vẻ. Tôi nghĩ mình đã làm tốt.

Trên đường trở về, Margaret im lặng một cách bất thường. Cuối cùng, tôi hỏi cô ấy: “Sáng nay, em thấy bài thuyết giảng của anh ra sao?”

“Em nghĩ lần đầu anh làm được thế là tốt rồi,” cô ấy trả lời sau một lúc do dự. Cô ấy có vẻ không mấy nhiệt tình, nhưng dù sao đó cũng là một lời khích lệ.

“Anh đã nói trong bao lâu?”

Sau một lúc im lặng, cô ấy trả lời: “55 phút.”

Tôi đã tránh được thất bại! Bạn có tưởng tượng ra mọi người đã cảm thấy thế nào khi họ rời nhà thờ không? Tôi không biết mình đã nói trong bao lâu và bài thuyết giảng của tôi nhằm chán đến mức nào. Và họ biết tôi không biết điều đó. Nhưng họ có thể làm gì? Họ không thể bỏ ra ngoài vì giữ phép lịch sự, họ đã bị mắc kẹt với một diễn giả thiếu kinh nghiệm không biết giao tiếp. Họ có vẻ thích buổi nói chuyện 3 phút của Don hơn.

Triết gia kiêm nhà thơ Ralph Waldo Emerson nói: “Tất cả các diễn giả lớn đều không phải là những diễn giả giỏi khi mới bắt đầu.” Những lời này chắc chắn đúng với tôi. Tôi có một khởi đầu rất tệ và

phải mất nhiều năm tập luyện để cải thiện khả năng nói. Tôi tiến bộ hơn nhiều sau khi biết được rằng mọi nhà giao tiếp giỏi đều có một điểm chung: họ kết nối.

Tôi không biết mục tiêu của bạn là gì hoặc tiềm năng trở thành một người giao tiếp ra sao, tôi không biết bạn đang sở hữu giấc mơ nào, nhưng tôi có thể nói với bạn điều này: Bạn có nhiều khả năng đạt được chúng nếu trở thành một người giao tiếp hiệu quả và điều đó xuất phát từ việc trở thành một kết nối tuyệt vời. Max De Pree, tác giả của cuốn *Leadership is an art* (Tạm dịch: Lãnh đạo là một nghệ thuật), khẳng định: “Trong những nỗ lực của chúng ta nhằm đạt được công việc có ý nghĩa và thỏa mãn các mối quan hệ, không gì quan trọng hơn việc học cách luyện tập nghệ thuật kết nối.” Tôi hoàn toàn nhất trí với nhận định đó.

Nếu muốn có các mối quan hệ được cải thiện, muốn thành công, hay trở thành một nhà lãnh đạo tốt hơn, hãy kết nối với các mục tiêu của bạn. Để làm điều đó, hãy học hỏi về giao tiếp nếu đó không phải chuyên ngành bạn học. Nghiên cứu các diễn giả thành công và không thành công, quan sát những gì hiệu quả và những gì không. Hãy suy nghĩ về những gì khiến mọi người lắng nghe người khác và bắt đầu tập trung vào làm mới những đặc điểm này. Dù ở đâu, bạn hãy quan sát cách các nhà kết nối xuất sắc tương tác với mọi người trực tiếp. Bạn có thể kết nối tốt hơn nếu sẵn sàng nỗ lực.

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Nguyên tắc kết nối: Kết nối cần nhiều kỹ năng hơn tài năng.

Khái niệm chính: Những kỹ năng kết nối bạn học được ở cấp độ này có thể sử dụng để bắt đầu kết nối ở cấp độ tiếp theo.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Hầu hết mọi người tin rằng kết nối trực tiếp với một người dễ dàng hơn với một nhóm hoặc đám đông khán giả. Tôi tin rằng điều đó thường đúng bởi kết nối với một cá nhân thực tế hơn một nhóm. Cách để vượt qua nỗi sợ khi nói chuyện với đám đông là áp dụng các kỹ năng và tài năng bạn có khi kết nối trực tiếp với một người.

Để kết nối trực tiếp với một người, bạn cần phải:

- Quan tâm đến người đó.
- Đặt giá trị vào người đó.
- Đặt lợi ích của họ lên trước bản thân bạn.
- Thể hiện lòng biết ơn và cho họ thấy điều đó.

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Một khi đã bắt đầu kết nối tốt với một người, hãy lưu lại các kỹ năng bạn vừa phát triển và những bí quyết thành công trong lĩnh vực đó. Bây giờ, hãy xem bạn có thể sử dụng những thứ đó ra sao để kết

nội trong nhóm. Những gì có thể dễ dàng thay đổi? Những gì phải được “thay đổi” theo một cách nào đó để phù hợp với kết nối nhóm? Hãy sử dụng những kỹ năng đó. Ngoài ra, hãy sử dụng bốn yếu tố được đề cập dưới đây để kết nối trực tiếp với một người và mở rộng chúng để áp dụng cho một nhóm:

- Hãy quan tâm đến từng người trong nhóm của bạn bằng cách đặt ra các câu hỏi cho mỗi người.
- Đặt giá trị vào mỗi người bằng cách chỉ ra giá trị của họ cho những người khác trong nhóm.
- Biến điều đó thành mục tiêu của bạn để bổ sung giá trị cho tất cả mọi người trong nhóm và cho họ biết đó là ý định của bạn.
- Thể hiện lòng biết ơn của bạn đối với mỗi người trước những người còn lại.

“Tất cả các diễn giả lớn đều không phải là những diễn giả giỏi khi mới bắt đầu.”

– Ralph Waldo Emerson

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Khi trở nên chuyên nghiệp hơn trong việc kết nối với các nhóm, một lần nữa hãy đánh giá kỹ năng hiệu quả giúp bạn kết nối. Cố gắng đoán trước những kỹ năng có thể hiệu quả đối với nhóm khán giả lớn hơn. Hãy nhớ rằng: khán giả càng đông, bạn càng cần nhiều năng lượng cho các kết nối.

Để bắt đầu quá trình kết nối, hãy làm như sau:

- Thể hiện sự quan tâm đến khán giả. Khi có thể, hãy gặp gỡ và chào khán giả trước khi nói. Trong khi nói chuyện, hãy để mọi người biết rằng bạn hiểu mỗi người là một cá thể duy nhất và đặc biệt.
- Đặt giá trị vào mỗi người bằng cách cho họ biết bạn đã dành rất nhiều thời gian để chuẩn bị cho cuộc nói chuyện bởi bạn coi trọng họ, mục đích và thời gian của họ.
- Đề cao mọi người bằng cách cho họ biết bạn ở đó để phục vụ họ. Tôi làm điều đó bằng cách sẵn sàng trả lời câu hỏi, tương tác với mọi người sau bài phát biểu và ký sách.
- Thể hiện lòng biết ơn và cảm ơn họ đã dành thời gian đến tham dự buổi nói chuyện.

06: NHỮNG NỀN TẢNG CHUNG CỦA KẾT NỐI

Nếu phải chọn quy tắc đầu tiên về kết nối – những bài học thực tế quan trọng nhất giúp bạn mở ra cánh cửa kết nối với người khác – thì đó là tìm kiếm một nền tảng chung. Quy tắc đó rất hiệu quả cho dù bạn đang giải quyết xung đột với bạn đời, dạy con, đàm phán một thỏa thuận, bán một sản phẩm, viết một cuốn sách, chỉ đạo một cuộc họp, hay giao tiếp với khán giả.

Tôi đã giải thích về việc mình quá tập trung vào bản thân như thế nào trong những năm đầu tiên bước vào con đường trở thành nhà lãnh đạo kiêm diễn giả. Và chỉ khi bắt đầu nhận ra kết nối chủ yếu liên quan đến những người khác, tôi đã bắt đầu cải thiện được kỹ năng. Thật khó để tìm thấy điểm chung với những người khác khi bạn chỉ quan tâm đến bản thân mình!

Tôi nghĩ bạn sẽ hiểu người khác hơn khi bạn hiểu chính mình. Tuy nhiên, để phát triển lên một tầm cao mới, bạn phải nỗ lực hiểu những người khác. Tôi đã trải qua khoảnh khắc “aha” vốn đã giúp tôi kết nối với những người khác khi tôi đọc cuốn sách của Florence Littauer, Personality Plus (Tạm dịch: Điểm cộng nhân cách). Lần đầu tiên, tôi nhận ra rằng những tính cách khác nhau khiến mọi người suy nghĩ và hành động khác biệt so với tôi. Điều đó có vẻ rõ ràng đối với bạn, nhưng lại mới mẻ đối với tôi. Quan trọng hơn, tôi nhận ra rằng không có tính cách nào là chuẩn mực. Thành thật mà nói, trong nhiều năm, tôi nghĩ rằng tính cách hay nóng giận của tôi lấn át hẳn tất cả những người khác. Kết quả là, tôi đã cố gắng để thay đổi tính khí và mượn những tính cách mà tôi cho là chuẩn mực từ những người khác. Dù có vẻ như tôi dành ra khá nhiều nỗ lực nhưng lại chẳng thu được thành quả nào.

Tôi tiếp tục tập trung vào việc tìm hiểu cách người khác nghĩ và nhận thức về thế giới. Gần đây, tôi đọc một cuốn sách của Terry Felber mang tên Am I Making myself clear? (Tạm dịch: Tôi có đang hiểu rõ chính mình không?), ông nói rằng mỗi người có các hệ thống đại diện khác nhau dựa trên năm giác quan, trong đó cung cấp cơ sở ban đầu cho những suy nghĩ và cảm xúc của họ. Ví dụ, nếu một số người đi bộ ra bãi biển cùng nhau, hồi ức của họ về trải nghiệm đó sẽ rất khác nhau dựa trên hệ thống đại diện của họ. Một người có thể nhớ cảm giác ánh nắng mơn man trên da hay cát vờn dưới chân mình. Người khác có thể nhớ làn sóng biển và màu sắc sống động trong cảnh hoàng hôn. Người thứ ba có thể miêu tả âm thanh của đại dương và những chú chim và người còn lại có thể cảm nhận được mùi mặn mòi của biển cả và mùi kem dưỡng da toả ra từ những người tắm nắng gần đó. Mỗi người trong chúng ta tạo ra một khuôn khổ cho cách chúng ta xử lý thông tin. Felber nói: “Nếu bạn có thể học cách xác định xem những người xung quanh bạn trải nghiệm thế giới ra sao và thực sự cố gắng trải nghiệm thế giới tương tự như họ, bạn sẽ vô cùng ngạc nhiên trước mức độ hiệu quả về kết nối mà bạn đạt được.” Đó chỉ đơn giản là một cách khác để tìm kiếm điểm chung.

Thật khó để tìm thấy điểm chung với những người khác khi bạn chỉ quan tâm đến bản thân mình!

RÀO CẢN ĐỐI VỚI VIỆC TÌM KIẾM ĐIỂM CHUNG

Những người kết nối luôn tìm kiếm điểm chung. Điều đó có vẻ hiển nhiên bởi mọi mối quan hệ tích cực được xây dựng trên lợi ích và giá trị chung. Họ xây dựng dựa trên thỏa thuận, thay vì bất đồng. Nhưng nếu điều đó là sự thật, tại sao rất nhiều người bỏ qua việc tìm kiếm điểm chung và xây dựng mối quan hệ dựa trên nó? Có rất nhiều lý do, nhưng với tôi, có bốn rào cản hàng đầu cho việc tìm kiếm điểm chung. Bạn phải tìm cách dỡ bỏ chúng:

1. Giả định – “Tôi đã biết người khác biết gì, muốn gì và cảm nhận như thế nào.”

Jerry Ballard nói: “Tất cả những sai lầm trong giao tiếp là kết quả của các giả định khác nhau.” Đôi khi kết quả thật bi thảm. Thường thì chúng có thể hài hước, như trường hợp của một vị khách du lịch chờ giữa các chuyến bay tại sân bay. Cô ấy đến phòng chờ, mua một gói bánh quy nhỏ và sau đó ngồi xuống dãy ghế để đọc báo.

Cô ấy thấy tiếng động sột soạt phát ra từ một người đàn ông ăn mặc gọn gàng đang thò tay lấy bánh quy “của cô”. Cô không muốn gây ồn nên đã cúi xuống và cầm lấy túi bánh “của mình”, hy vọng anh ta sẽ hiểu. Một lúc sau, cô lại nghe thấy tiếng sột soạt. Không thể tin được. Anh ta lại đang lấy thêm bánh!

Chỉ còn duy nhất một chiếc bánh. Trong khi cô còn đang không tin nổi vào mắt mình, người đàn ông nọ đã bẻ chiếc bánh làm đôi, đưa 1 nửa về phía cô và đút nửa còn lại vào miệng.

Cô vẫn cảm thấy giận dữ đến tận khi nghe thấy loa thông báo lên máy bay. Khi mở túi xách của mình để tìm vé, cô ngạc nhiên xen lẫn bối rối tột độ khi thấy gói bánh của mình vẫn chưa được bóc và đang nằm gọn trong túi.

Người đàn ông kia đang ăn vụng bánh của cô ấy – đó là những gì tôi đã nghĩ ban đầu khi đọc câu chuyện. Và nó đã cho chúng ta biết rất nhiều điều về bản thân. Tôi thường xuyên cảm thấy tội lỗi về việc đưa ra các giả định về mọi người. Tôi thường “vơ đũa cả nắm” khi đưa ra các nhận định. Thật dễ để “gán mác” cho mọi người và rồi sau đó, thấy mình đã nhầm.

Chúng ta cần nhớ rằng mọi hành động “vơ đũa cả nắm” đều sai lầm, bao gồm cả câu chuyện trên. Khi một người bị gán mác, chúng ta sẽ gặp khó khăn khi nghĩ khác về họ. Chúng ta cần trở thành người sáng suốt. Mỗi khi gặp một khách hàng, hãy đưa ra các tiêu chí đo lường mới. Đừng bao giờ giả định rằng mọi người đều giống hệt như lần gần nhất ta gặp họ.

Thật thiếu khôn ngoan khi đưa ra các giả định về những người khác, ngay cả khi họ gần gũi với bạn. Deb Ingino, nhà sáng lập kiêm tổng giám đốc của mywiredstyle.com, đã kể cho tôi nghe về một người mẹ đơn thân trẻ tuổi từ một hội thảo làm cha mẹ mà cô hướng dẫn, người đã đưa ra các giả định khi nói đến con trai mình. Người mẹ thường nói với cậu con trai rằng cậu giống hệt cha. Vấn đề là cha của cậu bé đang ở tù và người mẹ thường nói những điều tiêu cực về anh ta. Người mẹ cho rằng con trai mình biết rằng cô yêu thằng bé và cô đang nói về các đặc điểm tính cách của nó. Nhưng những lời nhận xét đó đã ảnh hưởng tiêu cực đến cậu bé, nên cô đã thay đổi cách tương tác của mình và có chủ đích hơn trong cách kết nối với con trai mình. Deb nói: “Bây giờ, cô ấy đã tìm cách khám phá những gì thằng bé biết, nuôi dưỡng thế mạnh của nó, động viên thằng bé và thấy một sự cải thiện đáng kể trong hành vi của cậu và mối quan hệ của họ.”

Bạn có đưa ra các giả định về mọi người – dựa trên học vấn, nghề nghiệp, chủng tộc, giới tính, tuổi tác, quốc tịch, chính trị, tôn giáo, hoặc các yếu tố khác? Bất cứ khi nào nhanh chóng đưa ra giả định, bạn sẽ thôi chú ý đến mọi người và bỏ lỡ các đầu mối sẽ giúp bạn tìm ra điểm chung với họ. Khi điều đó xảy ra, sẽ rất khó khăn trong việc kết nối.

“Tất cả những sai lầm trong giao tiếp là kết quả của các giả định khác nhau.”

– *Jerry Ballard*

2. Ngạo mạn – “Tôi không cần biết người khác biết gì, muốn gì và cảm nhận ra sao.”

Người kiêu ngạo hiếm khi gặp gỡ những người khác dựa trên điểm chung. Bởi họ không nỗ lực – họ tin rằng họ không cần phải thế. Họ nghĩ mình ở đẳng cấp cao hơn so với mọi người và không muốn hạ mình ngang hàng với những người khác. Họ hy vọng tất cả mọi người sẽ tìm cách để được ngang hàng với họ.

Một trong những “bí kíp” để hiểu người khác là xem xét quan điểm của họ. Chánh án tòa án tối cao Louis D. Brandeis thừa nhận: “9/10 những tranh cãi nghiêm trọng nảy sinh trong cuộc sống là do hiểu lầm, từ một người không biết những thực tế mà đối với người khác lại rất quan trọng, hoặc không đánh giá đúng quan điểm của đối phương.”

Hầu hết chúng ta đều sẵn sàng thừa nhận mình cần một chút giúp đỡ từ bạn bè. Những người nghĩ rằng mình biết mọi câu trả lời chỉ là sự ảo tưởng một cách vô vọng. Họ giống Archie Bunker trong bộ phim sitcom *All in the family* (Tạm dịch: Tất cả về gia đình). Khăng khăng, hẹp hòi và mù quáng, Bunker muốn tất cả mọi người phải tuân theo luật riêng của ông ta. Bạn bè, gia đình và những người xung quanh phải chịu đựng những lời lăng mạ của ông ta. Edith đáng thương, vợ ông ta, là người thường xuyên phải chịu đựng những điều tồi tệ nhất. “Vấn đề của chúng ta, Edith,” có lần ông ta nói với bà, “là tôi nói tiếng Anh, còn bà nghe bằng tiếng của kẻ ngốc.”

Tôi đã nghiên cứu các nhà lãnh đạo và các nhà giao tiếp trong hơn 40 năm và đáng buồn là hầu hết mọi người đều cố gắng tạo ra tình huống về năng lực hoặc quan điểm của họ khi giao tiếp. Kết quả là, họ hiếm khi kết nối được bởi luôn thường trực sự kiêu ngạo về bản thân, tạo nên rào cản giữa họ và những người khác. Bạn không thể xây dựng mối quan hệ với tất cả mọi người trong phòng khi bạn không quan tâm đến bất cứ ai ở đó.

3. Sự thờ ơ – “Tôi không quan tâm những người khác biết gì, muốn gì và cảm nhận ra sao.”

Diễn viên hài George Carlin nói đùa rằng: “Ngày nay, các nhà khoa học công bố rằng họ đã phát hiện ra một phương thuốc chữa bệnh thờ ơ. Tuy nhiên, họ khẳng định không ai mảy may quan tâm đến nó.” Câu nói này còn ám chỉ đến một số người khi giao tiếp. Họ có thể không ngạo mạn, nhưng cũng không tìm cách tìm hiểu về đối phương. Có lẽ bởi việc đó tốn khá nhiều công sức.

Mỗi năm, tôi đi khắp thế giới để diễn thuyết. Tôi nhận thấy việc đó rất khó khăn. Thường có các rào cản về ngôn ngữ và văn hóa cần phải vượt qua. Tôi không ngừng tìm cách để kết nối bằng việc tìm điểm chung cho các sự kiện này và việc đó khiến tôi luôn phải chuẩn bị rất nhiều.

Nhiều năm trước, Margaret và tôi đã đưa các con, Joel Porter và Elizabeth đến Nga. Vào thời điểm đó, đất nước này đang trong quá trình chuyển đổi với sự sụp đổ của Liên bang Xô viết. Tôi được giao nhiệm vụ đưa ra một bài phát biểu quan trọng tại điện Kremlin và trong quá trình chuẩn bị, tôi đã cố gắng nghĩ cách để kết nối với khán giả. Sau đó, tôi nảy ra ý tưởng: con gái tôi, Elizabeth, có một chất giọng tuyệt vời và đang tìm kiếm cơ hội hát cho mọi người nghe bằng tiếng Nga.

Elizabeth đã tập luyện rất lâu và chăm chỉ học phát âm để hát. Tại sự kiện, khi con bé cất giọng hát, khán giả đã trầm trồ. Cả khán phòng lập tức trở nên sôi nổi. Và khi bài hát kết thúc, tiếng vỗ tay vang dội khắp phòng! Điều đó rất có ý nghĩa đối với họ, cho thấy nỗ lực kết nối của con bé với họ bằng ngôn ngữ của họ. Cựu tổng thống Nam Phi, Nelson Mandela, đã từng nói: “Nếu bạn nói chuyện với một người bằng thứ ngôn ngữ mà anh ta biết, anh ta sẽ hiểu. Nếu bạn nói chuyện với anh ta bằng ngôn ngữ của anh ta, anh ta sẽ cảm nhận được.”

Sự thờ ơ thực sự là một dạng của sự ích kỷ. Các nhà kết nối chỉ tập trung vào bản thân và sự thoải mái của riêng họ thay vì cởi mở và tìm cách tốt nhất để thu hút những người khác.

Nếu bạn đã từng có một thời gian khó kết nối với mọi người bởi bạn không nỗ lực hiểu họ, thì hãy nhớ lời của nhà văn người Anh, George Eliot, rằng: “Hãy cố gắng quan tâm đến thứ gì đó trong thế giới rộng lớn này, ngoài sự hài lòng về những ham muốn ích kỷ nhỏ nhoi. Hãy cố gắng quan tâm đến những suy nghĩ và hành động tốt đẹp nhất – vốn là một phần tích cực ngoài những đen đui của bản thân. Hãy quan sát cuộc sống của những người khác bên cạnh bạn. Tìm hiểu những khó khăn của họ và nguyên nhân của chúng.” Hầu hết mọi người đều đánh giá cao sự nỗ lực của bạn, dù là nhỏ nhất, trong việc quan sát mọi thứ từ quan điểm của họ.

4. Kiểm soát – Tôi không muốn người khác biết tôi biết gì, muốn gì và cảm nhận như thế nào.”

Việc tìm kiếm điểm chung là một con đường hai chiều. Dù việc tập trung vào những người khác để hiểu họ rất quan trọng, nhưng việc cởi mở và chân thành để người khác hiểu bạn cũng quan trọng không kém. Tất nhiên, không phải mọi nhà lãnh đạo và nhà giao tiếp đều sẵn sàng làm điều này. Như tác giả kiêm cựu đô đốc Hải quân Hoa Kỳ, Mike Abrashoff, thừa nhận: “Một số nhà lãnh đạo cảm thấy họ sẽ duy trì được sự kiểm soát khi giữ mọi người trong bóng tối. Nhưng đó là sự điên rồ của nhà lãnh đạo và là sự thất bại của một tổ chức. Bí mật sinh ra sự cô lập thay vì thành công. Kiến thức là sức mạnh, nhưng những gì các nhà lãnh đạo cần là sức mạnh tập thể, đòi hỏi sự hiểu biết mang quy mô tập thể. Càng nhiều người biết các mục tiêu, tôi càng có thêm sức mạnh và chúng tôi sẽ cùng đạt được nhiều kết quả khả quan hơn.” Như C. Hannan chỉ ra, nếu bạn tiếp tục dần bước, kết quả thậm chí có thể tốt hơn. Hannan nói: “Nếu bạn giải thích lý do có được kết quả đó, nó không chỉ giúp người khác hiểu được mục đích, mà còn để họ thấy được tầm nhìn và trở thành một phần trong đó. Sau đó, các bạn có thể làm việc cùng nhau!”

Bạn không thể xây dựng một mối quan hệ với tất cả mọi người trong phòng khi bạn không quan tâm đến bất cứ ai ở đó.

Bất cứ lúc nào mà các nhân viên cảm thấy rằng họ không thể tiếp cận thông tin và không góp phần vào việc đạt được các mục tiêu của tổ chức, họ cảm thấy mình như những người đứng ngoài cuộc. Kết quả là, tinh thần của họ giảm sút và do đó, kéo theo hiệu suất của họ. Tương tự như vậy, khi các khán giả cảm thấy một diễn giả không cởi mở, họ sẽ cảm thấy xa lạ.

Tôi thích việc Jim Lundy đưa vấn đề này vào cuốn sách của ông Lead, Follow, or Get out of the way (Tạm dịch: Dẫn dắt, theo sau, hoặc đừng ngáng đường). Trong cuốn sách, ông đưa ra phản ứng của những người làm việc trong một môi trường với các nhà lãnh đạo kém cởi mở. Ông viết về “Lời than thở của cấp dưới”, với nội dung: “Chúng ta, những cá thể không thống nhất, đang nỗ lực vì những người không thể tiếp cận; đang làm những việc bất khả thi để nhận về sự vô ơn!” Và “Lời than thở trang trại nấm”: “Chúng tôi cảm thấy đang bị giam cầm trong bóng tối. Thi thoảng ai đó đến và rắc phân lên chúng tôi. Khi chúng tôi ngoi đầu lên, họ liền cắt phéng đi, và sau đó, đóng chúng tôi vào hộp.”

Các nhà lãnh đạo và nhà giao tiếp giỏi không cô lập chính mình và họ không cố tình giam hãm mọi người trong bóng tối. Họ thông báo tin tức cho mọi người, khiến họ trở thành một phần trong những gì đang xảy ra và kéo họ tham gia vào việc ra quyết định bất cứ khi nào có thể. Bạn không thể tạo ra điểm chung nếu bạn từ chối không cho bất cứ ai biết về bạn hoặc bạn tin vào điều gì.

“Chúng ta, những cá thể không thống nhất, đang nỗ lực vì những người không thể tiếp cận; đang làm những điều bất khả thi để nhận về sự vô ơn!”

– Lời than thở của cấp dưới, theo Jim Lundy

ƯƠM MÀM TƯ DUY ĐIỂM CHUNG

Hầu hết mọi người đều tin rằng việc tìm kiếm điểm chung với những người khác là một vấn đề liên quan đến tài năng chỉ có ở những người kết nối giỏi, trong khi những người khác thì không. Dù không phải ai sinh ra cũng có khả năng kết nối như nhau, nhưng tôi cũng tin rằng bất cứ ai cũng có thể học cách để kết nối tốt hơn bởi kết nối là một lựa chọn. Nó là một tư duy có thể học hỏi được. Nếu muốn gia tăng điểm mạnh về kết nối, hãy đưa ra những lựa chọn sau đây trong cuộc sống hàng ngày của bạn:

Kết nối là một lựa chọn.

Luôn rảnh rỗi – “Tôi sẽ dành thời gian cho người khác.”

Cần phải tìm ra điểm chung và đương nhiên, việc đó cần thời gian. Có người từng nói với tôi rằng các giám đốc điều hành doanh nghiệp điện hình ở Mỹ có khả năng tập trung vào công việc với chu kỳ 6 phút. Thật thảm hại. Việc tìm ra điểm chung trong thời gian 6 phút là một việc bất khả thi.

Luôn rảnh rỗi cũng đòi hỏi phải có chủ đích. Hans Schiefelbein đã viết: “Khi còn phụ trách nhóm lớn, tôi thường ở gần mọi người trong quá trình sản xuất, đi xung quanh vì muốn tỏ vẻ mình quan trọng, vì vậy tôi không rảnh rỗi. Điều đó có thể xuất phát từ cái tôi và có thể khác so với việc tìm kiếm điểm chung, nhưng có lẽ đó là một lực kéo khiến nhà lãnh đạo không còn rảnh rỗi.”

Với tư cách một nhà lãnh đạo và nhà giao tiếp, tôi đã luôn coi việc rảnh rỗi với mọi người là mục tiêu của mình. Khi ở cùng bạn bè hoặc gia đình, tôi luôn cố gắng gần gũi họ. Khi là một diễn giả, tôi ký sách và nói chuyện với mọi người trong giờ giải lao thay vì nghỉ ngơi. Khi là một mục sư tại nhà thờ địa phương, tôi có một quy tắc vào ngày Chủ nhật cho bản thân và các nhân viên của mình: khi các giáo dân có mặt tại nhà thờ, sẽ không có cuộc họp kín nào. Tôi muốn các nhân viên của tôi bước chậm qua đám đông và luôn thành thoi. Tôi cũng vậy. Tôi chào mọi người, nói chuyện và lắng nghe họ. Việc

đó không chỉ giúp tôi kết nối với từng người trong số họ, mà còn giúp tôi tập trung vào họ lúc tôi nói chuyện.

Lắng nghe – “tôi sẽ làm theo cách của mình để tìm được điểm chung.”

Khi còn bé, tôi thường chơi trò “Nóng hoặc Lạnh” với bạn bè. Một đứa phải rời khỏi phòng trong khi những đứa khác giấu một vật nhỏ nào đó đi. Khi đứa trẻ kia trở lại, nó phải tìm cho ra đồ vật đó. Khi tìm xung quanh, những đứa trẻ khác sẽ nói cho nó biết liệu nó đang lạnh hơn (di chuyển ra xa vật bị giấu) hoặc nóng lên (tiến gần hơn đến vật bị giấu). Khi đứa trẻ kia đến rất gần vật bị giấu, một đứa trong nhóm sẽ nói: “Cậu bị cháy rồi!”

Tôi tin mỗi ngày trong cuộc sống, mọi người vẫn đang chơi các biến thể của trò “Nóng hoặc Lạnh”. Họ đang tìm kiếm thành công, nhưng không biết nó nơi đâu. Họ tìm kiếm những người có những giá trị chung với họ, nhưng không biết làm thế nào để tìm thấy. Nếu là một nhà lãnh đạo hoặc nhà giao tiếp, bạn có cơ hội giúp họ tìm kiếm. Nhưng để làm điều đó, bạn cần phải học cách lắng nghe. Làm sao bạn biết họ đang tìm gì?

Việc tìm kiếm điểm chung đòi hỏi chúng ta phải quan tâm đến những người khác. Sonya Hamlin, trong cuốn sách *How to talk so people listen* đã lưu ý rằng hầu hết mọi người cảm thấy việc này khó khăn do “đề-cao-bản-thân-trước”. Cô viết: “Lắng nghe buộc bạn phải từ bỏ trò tiêu khiển mà con người ưa thích – tập trung tuyệt đối vào bản thân. Và đó là động lực giúp chúng ta làm bất cứ điều gì. Với việc coi đây là một cơ sở, bạn có thể thấy vấn đề xuất hiện như thế nào khi chúng ta được đề nghị lắng nghe một ai đó?”

Giải pháp của cô là gì? “Để khiến bất cứ ai lắng nghe thông điệp của bạn,” cô gợi ý, “bạn luôn phải trả lời câu hỏi theo bản năng của người nghe: “Tại sao tôi nên lắng nghe bạn? Tôi được gì khi lắng nghe thông điệp ấy?” Bất cứ lúc nào bạn sẵn sàng lắng nghe người khác và phát hiện ra thông điệp của bạn đáp ứng được nhu cầu của họ như thế nào, bạn sẽ tìm thấy cách để đạt đến điểm chung.

“Lắng nghe buộc bạn phải từ bỏ trò tiêu khiển mà con người ưa thích – tập trung tuyệt đối vào bản thân. Và đó là động lực giúp chúng ta làm bất cứ điều gì.”

– *Sonya Hamlin*

Các câu hỏi – “tôi có đủ hứng thú với mọi người để đặt ra các câu hỏi không?”

Peter Drucker, cha đẻ của ngành quản trị hiện đại, đã nhận xét: “Sức mạnh lớn nhất của tôi với tư cách một nhà tư vấn là phải tỏ ra kém cỏi và đặt ra các câu hỏi.” Một cách tuyệt vời để tìm thấy điểm chung! Tôi đã áp dụng điều đó vào sự nghiệp diễn thuyết của mình. Bất cứ khi nào được đề nghị nói trước một tổ chức, tôi luôn liên hệ trước để đặt ra vài câu hỏi và tìm hiểu thêm về họ. Có lúc, tôi bắt đầu bài diễn thuyết của mình bằng cách đặt câu hỏi. Thường thì tôi sẽ hỏi: “Có bao nhiêu người trong các bạn đến từ cộng đồng doanh nghiệp? Cộng đồng giáo dục? Chính phủ? Các cộng đồng tôn giáo?” Những câu hỏi này không chỉ giúp tôi biết về khán giả của mình mà còn để mọi người hiểu rằng tôi muốn biết về họ.

Larry King, người dẫn chương trình truyền hình nổi tiếng, đã thực hiện hàng ngàn cuộc phỏng vấn, nói

rằng việc đặt câu hỏi là bí quyết của mỗi cuộc trò chuyện hiệu quả. “Tôi tò mò về mọi thứ,” King viết trong cuốn *How to talk anyone, anytime, anywhere* (Tạm dịch: Làm thế nào để nói chuyện với bất cứ ai vào bất cứ lúc nào và ở bất cứ đâu). “Tại sao” là câu hỏi lớn nhất tôi đã và sẽ luôn hỏi. Đó là cách đảm bảo nhất để giữ một cuộc trò chuyện luôn sống động và thú vị.”

Nếu không phải là người đặc biệt dễ gần hoặc gặp khó khăn trong quá trình đặt câu hỏi, bạn có thể sử dụng mẹo mục mà Duke Brekhus đã học được từ Ron Puryear. Hãy nhớ từ FORM, viết tắt của các từ Family (Gia đình), Occupation (Nghề nghiệp), Recreation (Vui chơi giải trí) và Message (Thông điệp). Duke nhận xét: “Khi đặt câu hỏi tập trung vào các chủ đề này, chúng ta có thể biết rõ về một người và nhanh chóng hiểu họ.”

Chu đáo – “tôi sẽ nghĩ về những người khác và tìm cách cảm ơn họ.”

Trong những năm 1970, tôi là mục sư của một nhà thờ đang phát triển nhanh ở Lancaster, Ohio, nơi mỗi ngày, lịch hẹn và các cam kết của tôi kín đặc và đòi hỏi nhiều thời gian. Và bởi thiếu nhân viên, tôi thường cảm thấy công việc quá tải.

Một ngày nọ, tôi thấy một cái tên không có trên lịch hẹn. Mặc dù người đàn ông đó là một thành viên của nhà thờ, nhưng anh ta không phải là một nhà lãnh đạo. Vào thời điểm đó, tôi đang cố tập trung vào nhóm 20% các nhà lãnh đạo.

Cảm thấy sốt ruột, tôi hỏi trợ lý của tôi rằng anh ta muốn gì. Khi cô trợ lý nói mình không biết, tôi cảm thấy rất khó chịu.

Khi Joe đến văn phòng của tôi, tôi đã lên lịch để tiễn đưa anh ta càng sớm càng tốt.

“Tôi có thể giúp gì cho anh?” Tôi hỏi ngay khi anh ta vừa ngồi xuống.

“Không gì cả, thưa mục sư,” anh ta trả lời trước sự ngạc nhiên của tôi. “Tôi chỉ muốn hỏi, tôi có thể giúp gì cho anh? Tôi đã tự đặt ra câu hỏi đó trong vài tuần qua và khi có câu trả lời, tôi đã đặt lịch hẹn. John, tôi có thể thấy lịch trình của ngài dày đặc và ngài đang rất bận rộn. Tôi muốn hỗ trợ ngài vài việc cá nhân. Nếu ngài có danh sách những thứ muốn tôi làm giúp, hãy đưa nó cho trợ lý của ngài, tôi sẽ ghé qua vào chiều thứ Năm hàng tuần và giải quyết chúng. Ngài thấy sao?”

Tôi vừa sốc vừa cảm thấy xấu hổ. Thật là một lời đề nghị chu đáo. Trong 6 năm sau đó, Joe đã làm việc vất vả cho tôi vào mỗi chiều thứ Năm. Anh ấy đã dạy tôi rất nhiều về việc tìm kiếm điểm chung vào ngày hôm đó. Và anh ấy đã trở thành một người bạn mà tôi vô cùng biết ơn. Nếu có thể cho đối phương thấy một kiểu chu đáo tương tự, bạn cũng sẽ tìm thấy điểm chung với họ.

Cởi mở – “tôi sẽ để mọi người bước vào cuộc sống của tôi.”

Gần đây, tôi có vinh dự được ăn tối với cựu Thượng nghị sĩ và ứng cử viên tổng thống Đảng Cộng hòa, Bob Dole. Chúng tôi đã có một cuộc thảo luận thú vị về thuật lãnh đạo, chính trị và các sự kiện toàn cầu. Một trong những điều tôi đã đề cập với ông tối hôm đó là việc tôi rất ấn tượng với cách vợ ông, Elizabeth Dole, đã xử lý các bài phát biểu của bà tại hội nghị của Đảng Cộng hòa vào năm 1996. Trước sự ngạc nhiên của mọi người, bà rời khỏi bục, bước gần tới khán giả và nói: “Cho đến giờ, quý

vị vẫn biết là theo truyền thống thì diễn giả tại Hội nghị Quốc gia Đảng Cộng hòa thường đứng trên bục diễn thuyết rất oai nghiêm. Nhưng hôm nay, tôi muốn phá vỡ truyền thống đó vì hai lý do, một, tôi sẽ nói chuyện với những người bạn. Thứ hai, tôi sẽ nói về người đàn ông tôi yêu. Và điều đó sẽ mang lại sự thoải mái cho tôi khi được đứng gần hơn với quý vị.” Elizabeth Dole đã tìm ra cách để thể hiện sự cởi mở của mình với mọi người và tạo ra cảm giác thân thiện với khán giả của mình.

Giao tiếp liên quan đến sự cởi mở trong việc tìm kiếm sự thân thiện đối với những người khác. Trong thực tế, từ “giao tiếp” (communication) xuất phát từ từ “communis” trong tiếng Latin, có nghĩa là “phổ biến”. Trước khi có thể giao tiếp hiệu quả, chúng ta phải tạo ra sự cởi mở – chúng ta càng làm tốt điều đó, khả năng giao tiếp hiệu quả càng lớn.

Tuy vậy, việc đó không dễ dàng đối với tất cả mọi người. Michelle Pack hiểu được điều này. Cô nói: “Tôi sẽ lắng nghe những người khác trong nhiều giờ, chủ yếu bởi đó là những gì mọi người mong muốn nhất. Tuy nhiên, do từng bị tổn thương về mặt tình cảm, nên tôi đóng cửa trái tim mình và không chia sẻ cảm xúc với những người khác. Là một trong những người viết sách và mong muốn giao tiếp, đây là rào cản lớn nhất mà tôi cần phá bỏ.” Kết nối luôn cần cả hai phía tham gia một cách cởi mở.

Được yêu mến – “Tôi sẽ quan tâm đến mọi người.”

Roger Ailes, một cựu cố vấn truyền thông cho tổng thống, tin rằng yếu tố có ảnh hưởng nhất đối với khả năng nói trước công chúng là việc được yêu mến. Ông nói rằng nếu mọi người yêu mến bạn, họ sẽ lắng nghe bạn, nếu không, họ sẽ phớt lờ bạn. Vì vậy, làm thế nào để trở thành một người được yêu mến? Hãy chăm sóc người khác. Mọi người dành thiện cảm cho những người yêu quý họ. Khi những người khác biết bạn quan tâm đến họ, họ sẽ lắng nghe bạn.

Grace Bower viết thư kể cho tôi nghe một câu chuyện về con gái cô, Louise. Khi Louise là sinh viên đại học ở Auckland, New Zealand, Victoria và Phil, hai người bạn của cô đã sinh con đầu lòng. Louise rất thân với họ và muốn làm điều gì đó cho họ. Cô đã cố gắng đặt mình vào vị trí của họ, tự hỏi điều gì là hữu ích nhất đối với những người mới có con đầu lòng. Cô nảy ra ý tưởng mua thực phẩm cho họ trong sáu tuần đầu tiên sau khi Andrew, đứa con của họ, chào đời.

Mỗi tuần, cô lấy danh sách mua sắm và tiền từ Victoria và tự mình đi đến các cửa hàng. Louise cũng rất chu đáo. Cô mua cả những mặt hàng thiết yếu không có trong danh sách, bởi cô biết Victoria và Phil sẽ cần đến chúng. Họ đã rất vui mừng và thực sự cảm nhận được sự quan tâm của cô dành cho họ. Hai năm sau, khi hai vợ chồng họ có đứa con thứ hai, Louise lại tiếp tục mua sắm cho họ. Ai lại không thích có một người bạn như thế chứ?

Hãy nghĩ đến giáo viên bạn yêu quý. Tôi cá là họ hẳn rất đáng mến. Hãy nghĩ về những người láng giềng mà bạn nhớ nhất từ thời thơ ấu. Họ không đáng yêu sao? Các bạn học hoặc người thân của bạn thì sao? Những ông chủ tốt nhất của bạn thì thế nào? Rất có thể tất cả những người này đều rất đáng yêu! Đó là sức hấp dẫn đáng có và nó khiến những người khác muốn kết nối với bạn.

Ai cũng dành thiện cảm cho những người yêu quý mình.

Khiêm tốn – “tôi sẽ nghĩ mình luôn kém cỏi hơn so với mọi người.”

Nhà thơ, nhà báo, kiêm biên tập viên Alan Ross khẳng định: “Khiêm tốn có nghĩa là biết và sử dụng sức mạnh của bạn vì lợi ích của người khác, nhân danh mục đích cao đẹp hơn. Nhà lãnh đạo khiêm tốn không phải là người yếu kém mà rất mạnh mẽ... không phải chỉ nghĩ đến bản thân, mà luôn tận dụng tốt nhất các điểm mạnh của bản thân vì lợi ích của người khác. Một nhà lãnh đạo khiêm tốn không phải là người không quan tâm đến bản thân, mà chọn xem xét nhu cầu của những người khác trong quá trình hành động vì một mục đích xứng đáng. Tôi thích sự hiện diện của một nhà lãnh đạo khiêm tốn bởi họ mang lại những điều tốt nhất cho tôi. Họ tập trung vào mục đích của tôi, đóng góp của tôi và khả năng của tôi để hoàn thành tất cả những gì tôi buộc phải thực hiện.” Khiêm nhường giả tạo là hạ thấp thế mạnh của một người để nhận được lời khen ngợi. Kiêu ngạo là nâng cao thế mạnh của mình để nhận được lời khen ngợi. Khiêm tốn nâng người khác lên để họ được khen ngợi.

“Khiêm tốn có nghĩa là biết và sử dụng sức mạnh của bạn vì lợi ích của người khác, nhân danh một mục đích cao đẹp hơn.”

– *Alan Ross*

Nhiều năm trước, tôi được mời phát biểu bế mạc một hội nghị có sự tham gia phát biểu của rất nhiều người. Trong hai ngày, tôi đã ngồi với khán giả và được nghe rất nhiều câu chuyện về thành công. Mọi diễn giả đều thành công trong cuộc sống gia đình, kinh doanh và cộng đồng. Tất cả họ đều chia sẻ những câu chuyện về thành công trong quá trình xây dựng công ty và thu hút được mọi người. Tuy nhiên, tôi có cảm giác dường như diễn giả sau đang cố gắng “thành công hơn” diễn giả nói trước họ.

Đến ngày thứ ba, tôi đã bị choáng ngợp và quá tải. Tôi cảm thấy như bị các diễn giả khác lấn át hoàn toàn. Hồ sơ, tài năng, kinh nghiệm và thành công của tôi có vẻ không là gì so với họ. Và tôi biết khán giả cũng có cảm nhận như tôi. Khi cảm thấy giữa họ và các diễn giả có một khoảng cách rất lớn, họ uể oải và thấy nản lòng.

Trong giờ nghỉ trưa, tôi suy nghĩ về việc mình có thể làm gì để xoay chuyển tình thế. Một người nào đó cần kết nối với khán giả và thu hẹp khoảng cách. Đột nhiên, tôi nghĩ ra mình sẽ bỏ bài phát biểu đã chuẩn bị đi và nhanh chóng phác thảo ra một bản mới. Bài phát biểu đó chia sẻ những thất bại, thay vì thành công. Trong đó, tôi đưa ra những câu chuyện về những sai lầm lớn nhất, ý tưởng tồi tệ nhất và thất bại lớn nhất của tôi ở cương vị lãnh đạo. Tất cả mọi người đều từng bị cuộc sống chà đạp. Đó là nơi tôi sẽ tìm kiếm điểm chung.

Khi nói chuyện, tôi bắt đầu bằng cách nói rằng tôi và có lẽ cả khán giả có lẽ đã nghe quá nhiều về chủ đề thành công. Trong một giờ sau đó, tôi chia sẻ với họ những thất bại của tôi ở cương vị lãnh đạo cũng như khi là một người bình thường. Tôi thừa nhận mình đã rất ngạc nhiên khi tổ chức tôi dẫn dắt vẫn hoạt động tốt. Với mỗi câu chuyện trung thực về thất bại, khán giả và tôi xích lại gần hơn và tìm thấy điểm chung. Họ hào hứng với tôi. Họ kết nối với sự thẳng thắn của tôi. Khi phần phát biểu kết thúc, tôi nói với họ rằng tôi tin tưởng họ và tất cả khán giả đã đứng lên vỗ tay bởi họ vui mừng về tiềm năng tương lai của họ. Họ tin rằng nếu tôi có thể thành công, thì họ cũng có thể.

Nếu bạn muốn tác động đến mọi người, đừng nói về những thành công; thay vào đó, hãy nói về những thất bại của bạn. Nhà hoạt động dân quyền Cornel West nói: “Khiêm tốn bao gồm hai điều sau. Thứ nhất là khả năng tự phê bình... Hai là, cho phép những người khác tỏa sáng, khẳng định và nâng cao vị thế, tạo điều kiện cho mọi người. Những người thiếu sự khiêm nhường thường giáo điều và tự cao.

Điều đó che đi ý thức sâu sắc về sự bất an. Họ cảm thấy thành công của người khác được đánh đổi bằng sự nổi tiếng và vinh quang của chính họ.”

Vậy, bạn đã biến những ý tưởng này thành hành động như thế nào? Tôi khuyên bạn nên làm theo lời khuyên của mục sư kiêm tác giả Rick Warren, người cho rằng sự khiêm tốn đến từ:

- Việc thừa nhận điểm yếu của chúng ta
- Kiên nhẫn với điểm yếu của người khác
- Cởi mở sửa sai
- Chú ý đến điểm mạnh ở người khác

Hãy làm điều đó với mọi người, họ sẽ bị thu hút bởi bạn và lắng nghe những gì bạn nói.

“Khiêm tốn bao gồm hai điều sau. Thứ nhất là khả năng tự phê bình... Hai là, cho phép những người khác tỏa sáng, khẳng định và nâng cao vị thế, tạo điều kiện cho mọi người.”

– *Cornel West*

Khả năng thích nghi – “tôi sẽ đi từ thế giới của tôi sang thế giới của họ.”

Để làm thay đổi những người khác, đầu tiên, chúng ta phải sẵn sàng thay đổi, di chuyển đến vị trí của họ. Chúng ta phải thích ứng với những người khác và quan sát mọi thứ từ quan điểm của họ.

Henry J. Kaiser, nhà đóng tàu, người đã cách mạng hóa ngành công nghiệp này vào những năm 1940, đã chi khoảng 200.000 đô-la một năm cho các khoản thanh toán điện thoại mà ông kết nối với các lãnh đạo chủ chốt của mình trên toàn quốc. Rất lâu trước khi loại hình gọi hội nghị (conference call) trở nên phổ biến, ông đã sắp xếp để các thành viên trong đội ngũ ở nhiều địa điểm kết nối với nhau trong cùng một cuộc điện thoại. Ông có thể đã không đủ sức để chuyển dịch thế giới của các nhà lãnh đạo nhưng ông đã kết nối với họ một cách tốt nhất có thể.

Joel Dobbs giải thích rằng khi giữ chức giám đốc một công ty lớn của Nhật Bản, ông đã phải đối mặt với những khó khăn to lớn trong việc kết nối với mọi người ở Nhật. “Ngôn ngữ và văn hóa là một ma trận,” Joel giải thích, “vì vậy mỗi người phải rất cẩn thận trong việc sử dụng những ý nghĩa liên quan đến từ ngữ. Các mối quan hệ đang ngày càng phức tạp bởi hầu hết công việc của chúng tôi được tiến hành thông qua phiên dịch viên khiến sự tương tác khách quan hơn. Tôi nhận thấy việc cùng dùng bữa và nghiêm túc thử cũng như thưởng thức một số món ăn lạ xuất hiện trong thực đơn cũng giúp ích rất nhiều trong việc củng cố mối quan hệ.”

Bất cứ lúc nào bạn nhận thức được khoảng cách giữa bạn và những người mà bạn đang cố gắng kết nối, thì việc di chuyển đến thế giới tinh thần của họ, và tìm kiếm điểm trải nghiệm chung là một hành động khôn ngoan. Đó là những gì tôi đã làm trong những năm 1980 khi khả năng lãnh đạo và hoạt động thuyết giảng của tôi bắt đầu có được sự công nhận trên toàn nước Mỹ. Vào thời điểm đó, Viện Charles Fuller đang tổ chức buổi hội thảo mang tên “Phá vỡ rào cản 200” cho các mục sư của những nhà thờ

nhỏ trên cả nước. Họ mời tôi đến phát biểu tại lễ bế mạc sự kiện này và tôi biết đó sẽ là một thách thức đối với mình. Nhà thờ tôi quản lý lúc đó có hơn 2.500 người tham dự. Làm sao tôi có thể đưa các mục sư của các nhà thờ nhỏ khác vào khi giáo đoàn của tôi có hàng ngàn người trong đó? Quan trọng hơn, làm sao tôi có thể giúp họ gần gũi với tôi?

Tôi đã dành thời gian suy nghĩ về thế giới của họ, những thách thức và ước mơ của họ. Sau đó, tôi nảy ra ý tưởng: nhà thờ của tôi ở Hillham sẽ là điểm chung của chúng tôi. Đó là nhà thờ nhỏ nhất trong các nhà thờ và nó phát triển từ hơn 200 người dưới sự chỉ đạo của tôi. Tôi sẽ cho họ thấy mình đã phát triển nhà thờ này như thế nào và họ có thể sẽ cảm thấy gần gũi với trải nghiệm của tôi đồng thời đưa ra một kế hoạch cho riêng mình. Chiến lược đó đã mang lại hiệu quả. Chúng tôi kết nối trong các lần gặp mặt, họ học hỏi từ kinh nghiệm của tôi và hàng ngàn các mục sư tiếp tục phát triển nhà thờ của họ.

Bất cứ lúc nào bạn cảm thấy không chắc chắn về cách thu hẹp khoảng cách trong giao tiếp, đừng bắt đầu quá trình bằng cách nói với mọi người về bản thân bạn. Hãy bắt đầu bằng việc tiến đến vị trí của họ và quan sát mọi thứ từ quan điểm của họ. Hãy thích ứng với họ và đừng nên chỉ mong đợi điều ngược lại.

CÁC NHÀ KẾT NỐI LUÔN CHỦ ĐỘNG

Việc sẵn sàng quan sát mọi thứ từ quan điểm của người khác là bí quyết giúp tìm ra điểm chung và việc tìm được điểm chung chính là một “bí kíp” cho kết nối. Làm được điều này sẽ khiến khả năng giao tiếp của bạn được cải thiện đáng kể trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Bởi điều này rất quan trọng, nên tôi muốn đưa ra bốn gợi ý để giúp bạn trở thành một nhà kết nối tốt hơn.

1. Đặt câu hỏi “Tôi có cảm nhận như bạn không?” trước khi hỏi “Anh có cảm nhận như tôi không?”

Giao tiếp hiệu quả đưa mọi người vào cuộc hành trình. Chúng ta không thể dẫn những người khác vào cuộc hành trình trừ khi chúng ta khởi hành từ vị trí của họ. Chỉ khi đó, chúng ta mới có thể kết nối và dẫn họ đến nơi mà chúng ta muốn.

Herb Kelleher, nhà sáng lập Southwest Airlines, là một bậc thầy về vấn đề này. Ông thường xuyên liên lạc với những người làm việc cho hãng hàng không. Ông đi khắp đất nước, gặp gỡ và dành nhiều thời gian với các nhân viên ở mọi cấp độ của tổ chức, từ giám đốc điều hành cho đến các nhân viên đại lý vé máy bay, từ các tiếp viên hàng không đến các nhân viên hành lý. Ông biết mọi người cảm thấy như thế nào bởi ông đã đến nơi họ làm việc và trải nghiệm những gì họ làm. Thái độ và hành động của ông tạo nên điểm chung và phá vỡ các rào cản giữa cấp trên và nhân viên. Không có gì lạ khi những người làm việc cho ông đều yêu quý và lắng nghe ông.

Nếu bạn muốn tìm ra điểm chung với những người khác, hãy bắt đầu từ cảm xúc của họ. Kết nối ở cấp độ cảm xúc là kết nối sẽ dễ dàng nhất trong mọi cấp độ kết nối.

2. Hỏi “Tôi có thấy thứ anh thấy?” trước khi hỏi “Anh có thấy thứ tôi thấy?”

Với cương vị lãnh đạo và nhà kết nối, tôi luôn để mọi người thấy những gì tôi thấy. Việc làm đó xuất phát từ bản thân tôi và tôi thích nói về bất cứ thứ gì có thể. Thường thì, khi tổ chức không phát triển

như tôi mong muốn, tôi sẽ nghĩ, nếu những người khác có thể nhìn thấy tương lai theo cách tôi nhìn thấy nó, thì chúng tôi có thể cùng tiến về phía trước. Nhưng vấn đề thực sự là tôi muốn người khác nhìn thấy mọi thứ theo cách của tôi đầu tiên. Hoặc tệ hơn, tôi cho rằng họ đã nhìn thấy tất cả mọi thứ từ quan điểm của tôi. Quan niệm sai lầm như vậy có thể dẫn đến kết quả khiếm tốn và đôi khi thật nực cười.

Khi Orville và Wilbur Wright thành công trong việc điều khiển chiếc máy bay của họ tại Kitty Hawk, North Carolina vào ngày 17 tháng 12 năm 1903, họ đã gửi điện tín cho chị gái họ ở Dayton, Ohio, để nói về việc họ đã thực hiện được điều tuyệt vời đó ra sao: “Hôm nay, lần đầu tiên bọn em đã duy trì được chuyến bay trong 59 giây. Hy vọng bọn em có thể về nhà vào dịp Giáng sinh.”

Chị gái của họ, vui mừng trước tin tức này, đã vội vã tới văn phòng của tờ báo địa phương và đưa bức điện tín cho biên tập viên để anh ta đăng tin về nó. Sáng hôm sau, một bài báo đã xuất hiện với dòng tít: “Các nhà buôn xe đạp nổi tiếng trong khu vực sẽ về nhà vào kỳ nghỉ lễ!”

Làm sao biên tập viên đó có thể hiểu nhầm tin tức như vậy? Anh ta đã không thấy thứ mà chị gái của Orville và Wilbur thấy. Chúng ta thấy sự nhầm lẫn này có vẻ hài hước, nhưng chúng ta cũng phạm phải những sai lầm về nhận thức tương tự như vậy. Mọi người có thể ở cùng vị trí, thời điểm, có chung trải nghiệm, nhưng việc quan sát từ vị trí khác sẽ cho thấy rất nhiều khác biệt. Các nhà kết nối tài năng hiểu rõ xu hướng này và đã nỗ lực quan sát mọi thứ từ quan điểm của người khác trước.

Hơn 30 năm trước, tôi vinh dự được nói chuyện với Paul Rees tại một hội nghị các nhà lãnh đạo. Nổi tiếng với tầm nhìn và trí tuệ sâu sắc, lúc đó ông khoảng 80 tuổi, còn tôi chỉ mới ngoài 30. Trong phần Hỏi-Đáp, có người hỏi rằng nếu được trẻ lại và làm điều gì đó khác biệt, ông sẽ làm gì? Tôi sẽ không bao giờ quên câu trả lời của ông: “Nếu tôi có thể trở lại thời còn là một ông bố trẻ, tôi sẽ nỗ lực hơn trong việc quan sát mọi thứ qua lăng kính của các con tôi.” Ông tiếp tục giải thích rằng ông đã bỏ lỡ nhiều khoảnh khắc hướng dẫn các con bởi ông muốn chúng thấy những gì ông thấy trước.

3. Hỏi “Tôi có biết điều anh biết?” trước khi hỏi “Anh có biết điều tôi biết?”

Trong nhiều năm ở cương vị lãnh đạo và một mục sư, tôi đã cố gắng để giúp mọi người giải quyết những xung đột trong các mối quan hệ. Phần lớn thời gian, khi tôi kéo những người liên quan tới một tình huống ngồi lại với nhau để giao tiếp, họ chỉ có một mong muốn lớn nhất là đưa ra quan điểm dưới góc nhìn của họ. Họ muốn đảm bảo rằng họ đúng. Khi cuộc xung đột đó liên quan tới tôi, tôi thường để họ nói cho đến “khô cổ” và sau đó đặt ra vài câu hỏi. Chỉ sau khi tôi biết họ hiểu vấn đề đó như thế nào, tôi mới tìm cách chia sẻ quan điểm của mình về câu chuyện. Người đưa ra các câu trả lời trước khi nắm rõ vấn đề quả thực là những kẻ ngu ngốc.

Abraham Lincoln nói: “Khi sẵn sàng tranh luận với một người, tôi dành 1/3 thời gian để nghĩ về bản thân và những gì tôi sẽ nói, 2/3 thời gian còn lại tôi nghĩ về anh ta và những gì anh ta sẽ nói.” Đó là điều bạn nên làm nếu muốn tìm thấy điểm chung với mọi người.

4. Hỏi “Tôi có biết điều anh muốn không?” trước khi hỏi “Anh có biết tôi muốn gì không?”

Các nhà lãnh đạo giáo hội biết rằng việc tham gia giáo hội thường thay đổi theo mùa. Trong hầu hết các nhà thờ, việc tham gia vào mùa hè bị giảm sút bởi mọi người thường đi nghỉ, họ muốn dành nhiều

thời gian vào các hoạt động ngoài trời vào cuối tuần và họ cảm thấy mệt mỏi vì phải trông con cái do bọn trẻ không đến trường.

Khi quản lý một nhà thờ, tôi cố gắng làm một điều gì đó mỗi năm để tăng lượng người tham dự vào mùa hè. Sau nhiều nỗ lực vô ích, cuối cùng, tôi đã nghĩ ra giải pháp. Vào một mùa xuân, tôi đã chia sẻ với giáo hội rằng vào mùa hè, tôi sẽ nói về một loạt chủ đề mang tên “Bạn đưa ra chủ đề”. Tôi khuyến khích mọi người tham dự đưa ra yêu cầu về chủ đề họ muốn tôi chia sẻ nhất và tôi sẽ chốt 10 chủ đề được yêu cầu nhiều nhất. Hàng ngàn người đã tham gia, chúng tôi đã chọn ra 10 chủ đề được yêu cầu nhiều nhất và biến chúng thành các chủ đề của bài giảng trong suốt mùa hè. Kết quả là số lượng người tham gia thực sự tăng lên, bởi tôi biết mọi người muốn tìm hiểu về vấn đề gì.

Nhà phát minh Charles F. Kettering nói: “Có rất nhiều sự khác biệt giữa biết và hiểu. Bạn có thể biết rất nhiều về một điều gì đó nhưng có thể không thực sự hiểu nó.” Điều đó cũng tương tự đối với con người. Có thêm thông tin không phải lúc nào cũng là câu trả lời. Để thực sự hiểu mọi người, bạn phải biết họ muốn gì và việc đó buộc bạn phải “có một cái đầu lạnh và một trái tim nóng”.

Khi thực sự muốn biết về một người nào đó, tôi đặt ra ba câu hỏi. Câu trả lời của mọi người cho những câu hỏi này giúp tôi có cái nhìn sâu sắc về nội tâm của một ai đó. Các câu hỏi gồm:

- Bạn mơ ước được làm gì?
- Bạn vui vì điều gì?
- Bạn khóc vì chuyện gì?

Nếu biết câu trả lời cho những câu hỏi này, bạn có thể tìm thấy điểm chung với ai đó và kết nối với họ.

Tôi chắc chắn không thể nghĩ ra yếu tố quan trọng nào để giao tiếp ngoài việc tìm kiếm điểm chung. Điểm chung là nơi mọi người có thể thảo luận về sự khác biệt, chia sẻ ý tưởng, tìm giải pháp và bắt đầu cùng tạo ra một điều gì đó. Thật sai lầm khi mọi người thường xuyên coi giao tiếp là quá trình truyền tải một lượng lớn thông tin cho người khác. Như tôi đã đề cập, giao tiếp là một cuộc hành trình. Mọi người càng có nhiều điểm chung, họ càng có cơ hội để thực hiện cuộc hành trình cùng nhau.

“Có rất nhiều sự khác biệt giữa biết và hiểu. Bạn có thể biết rất nhiều về một điều gì đó nhưng có thể không thực sự hiểu nó.”

– Charles F. Kettering

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Thực tế kết nối: Các nhà kết nối đều kết nối dựa trên điểm chung.

Khái niệm chính: Biết rõ lý do bạn và người nghe muốn truyền tải và tạo dựng cầu nối giữa các lý do đó.

KẾT NÓI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Mỗi người có lý do riêng để giao tiếp với nhau. Để kết nối dựa trên điểm chung, bạn phải biết lý do của bản thân và của đối phương, sau đó kết nối cả hai với nhau. Điểm mấu chốt trong việc tìm được điểm chung là biết biến tương tác thành một tình thế cùng thắng cho cả đôi bên.

Xây dựng một cầu nối dựa trên điểm chung khi giao tiếp với một người dễ dàng hơn với nhiều người bởi bạn có thể nhận được thông tin phản hồi ngay lập tức và liên tục từ đối phương. Để tìm thấy điểm chung, hãy đặt câu hỏi nhưng đừng quên để mắt đến những sở thích và trải nghiệm chung. Khi bạn tìm thấy điểm chung, hãy kể những câu chuyện, chia sẻ cảm xúc và đưa ra những bài học từ trải nghiệm đó. Và nếu có thể, hãy cùng làm điều gì đó mà cả hai bạn đều thích.

KẾT NÓI TRONG NHÓM

Việc tìm kiếm điểm chung trong một nhóm khó khăn hơn một chút bởi bạn không thể tập trung vào một người duy nhất. Để kết nối với cả một nhóm, hãy bắt đầu bằng cách tự hỏi: “Điều gì đã đưa chúng ta đến với nhau?” Câu trả lời cho câu hỏi đó thường mang đến cho bạn một điểm khởi đầu hiệu quả.

Nếu nhóm bị buộc phải quy tụ lại, chẳng hạn như cùng một bộ phận trong công ty, thì hãy tự hỏi: “Một trong những mục tiêu mà tất cả chúng ta có là gì?” Với mục tiêu đó trong tâm trí, hãy thừa nhận sự khác biệt của tất cả mọi người cũng như khả năng đóng góp vào mục tiêu chung, sử dụng các kỹ năng độc đáo của họ, nhắc nhở họ rằng mục tiêu quan trọng hơn vai trò. Và khi nhóm hoàn thành công việc, hãy cùng nhau ăn mừng.

KẾT NÓI VỚI KHÁN GIẢ

Khi mọi người đến nghe ai đó thuyết giảng, họ hy vọng tìm được thứ có thể giúp họ. Một khán giả thấy trước vấn đề sẽ coi đây là yếu tố tiên quyết và quan trọng nhất trong tâm trí họ. Một khán giả không thân thiện có thể không nghĩ về điều đó, nhưng nếu lắng nghe là lợi thế của họ, họ sẽ cởi mở với nó. Hãy khai thác mong muốn này để kết nối dựa trên điểm chung vào lần sau khi bạn giao tiếp với đám đông khán giả. Sử dụng mô hình sau: Feel (cảm nhận), Felt (đã cảm nhận), Found (đã thấy), Find (tìm thấy).

- **Feel:** Hãy cố gắng thấu hiểu cảm nhận của họ, thừa nhận và xác nhận cảm xúc của họ.
- **Felt:** Chia sẻ với họ rằng bạn cũng có cảm nhận tương tự.
- **Found:** Chia sẻ với họ những gì bạn đã thấy có thể giúp ích cho bạn.
- **Find:** Đề nghị giúp mọi người tìm thấy sự giúp đỡ cho cuộc sống của họ.

07: CÁC NHÀ KẾT NỐI ĐƠN GIẢN HÓA NHỮNG VIỆC KHÓ KHĂN

Vài năm trước, tôi được phỏng vấn trong một chương trình truyền hình. Người dẫn chương trình đã cầm một vài cuốn sách của tôi và nói: “John, tôi đã đọc một vài cuốn sách của anh và tất cả đều rất đơn giản.” Giọng điệu, ngôn ngữ cơ thể và phong cách của anh ta cho tôi và khán giả thấy rõ đó không phải là một lời khen ngợi!

Tôi trả lời: “Đúng vậy. Các nguyên tắc trong các cuốn sách của tôi rất dễ hiểu. Nhưng chúng không phải lúc nào cũng dễ áp dụng.” Khán giả vỗ tay và anh ta thừa nhận rằng tôi đã đúng.

ĐƠN GIẢN THÌ SAO?

Ronnie Ding đã nói với tôi rằng sau buổi thuyết giảng tại nhà thờ, mục sư đã bắt tay các thành viên của giáo đoàn và một trong số họ đã nhận xét về bài thuyết giảng của ông rằng: “Thưa mục sư, ngài còn thông minh hơn cả Albert Einstein.”

Vị mục sư rất đỗi ngạc nhiên và hãnh diện với lời nhận xét đó, nhưng ông không biết phải đáp lại ra sao. Thực tế, càng nghĩ nhiều về lời nhận xét đó, ông càng hoang mang. Chủ nhật sau đó, ông đã quyết định hỏi người đưa ra nhận xét về ý nghĩa của nó.

“Ngài thấy đấy,” người đàn ông trả lời: “Albert Einstein đã viết một thứ quá khó hiểu đến mức chỉ có 10 người có thể hiểu được nó lúc đó. Nhưng khi ngài thuyết giảng, ai cũng hiểu.”

Nhiều người, đặc biệt là một tác giả hoặc diễn giả tin rằng nếu ai đó đưa ra những thông tin phức tạp hoặc văn bản diễn đạt bằng những lời lẽ to tát, khó hiểu, thì người đó hẳn rất thông minh và đáng tin cậy xét theo khía cạnh nào đó. Trong giới học thuật, điều này có vẻ đúng. Khi các sinh viên không thể hiểu lời giáo sư, họ thường cho rằng đó là bởi giáo sư uyên bác hơn họ. Tôi không nghĩ rằng điều đó luôn đúng. Như nhà môi giới bất động sản Sue Cartun nhận xét: “Nếu sử dụng ngôn ngữ dài dòng hay cứng nhắc để cố gắng gây ấn tượng, bạn không thể kết nối. Khán giả chỉ đơn giản là đang chờ đợi sự tra tấn đó mau kết thúc.” Thông thường trong những trường hợp như thế này, các giáo viên không phải là người giao tiếp tốt. Trong khi các nhà giáo dục thường lấy một thứ đơn giản và khiến nó phức tạp lên, thì các nhà giao tiếp lại đơn giản hóa những thứ phức tạp.

Trong cuốn sách tuyệt vời của mình, *The power of little words* (Tạm dịch: Sức mạnh của những câu nói đơn giản), tác giả John Beckley, cựu biên tập viên kinh doanh của Tạp chí Newsweek, nhận xét: “Sự tập trung vào giáo dục hiếm khi được đặt lên trên việc truyền tải các ý tưởng đơn giản và rõ ràng. Thay vào đó, chúng ta được khuyến khích sử dụng từ ngữ và cấu trúc phức tạp hơn để thể hiện khả năng học hỏi và câu từ của chúng ta... Thay vì dạy chúng ta giao tiếp một cách rõ ràng nhất có thể, các trường học dạy chúng ta cách quan trọng hóa vấn đề. Nó thậm chí còn gieo nỗi sợ hãi rằng nếu chúng ta không thể hiện văn bản của mình đủ phức tạp, chúng ta sẽ được coi là ít học.”

Tôi nghĩ tất cả mọi người đều đồng ý rằng nhiều vấn đề chúng ta phải đối mặt trong cuộc sống rất phức tạp. Một giáo sư có thể cho rằng lĩnh vực chuyên môn của mình khá phức tạp. Tôi sẽ không tranh cãi về điều đó. Nhưng như các nhà lãnh đạo và giao tiếp, công việc của chúng tôi là mang lại sự rõ ràng, đơn giản. Không cần quá nhiều kỹ năng để xác định một vấn đề cũng như tìm ra giải pháp hiệu quả. Thước đo về một người thầy giỏi không phải là những gì họ biết; mà là những gì các sinh viên biết. Khiến mọi thứ đơn giản là một kỹ năng cần thiết nếu bạn muốn kết nối với mọi người khi giao tiếp. Hay nói cách của Albert Einstein đó là: “Nếu bạn không thể giải thích nó một cách đơn giản, bạn thực sự chưa hiểu nó đầy đủ.”

Charlie Wetzel, người mà tôi thuê năm 1994 để hỗ trợ việc soạn thảo văn bản và nghiên cứu, có nền tảng học vấn rất cao. Anh ta có bằng tiếng Anh và trước khi làm việc với tôi, anh là một giáo viên và là hiệu trưởng tại một trường cao đẳng kinh doanh. Để làm nghiên cứu hiệu quả cho tôi, anh ta sẽ phải biết về các kiểu tài liệu mà tôi muốn. Những loại nghiên cứu không kết nối với mọi người sẽ không có tác dụng với tôi.

Thước đo về một người thầy giỏi không phải là những gì họ biết mà là những gì các sinh viên biết.

Tôi đã hỏi các tác giả khác về cách đào tạo một người cho công việc như vậy, nhưng họ không giúp tôi được nhiều. Vì vậy, Charlie và tôi cùng xây dựng kế hoạch riêng. Anh ta và tôi, mỗi người sẽ đọc một cuốn sách trích dẫn và đánh dấu các mục mà chúng tôi nghĩ sẽ hiệu quả. Khi so sánh các đánh giá, chúng tôi thấy 90% trong số đó lệch nhau! Hầu hết những gì Charlie chọn đều dài dòng và mô phạm. Nó phản ánh nền tảng học vấn của anh ta. Anh ta nói mình đang tìm kiếm các câu trích dẫn thể hiện suy nghĩ và tầm nhìn sâu sắc. Vì vậy, tôi đã đưa cho anh ta các tiêu chí để chọn nguồn tài liệu tốt. Theo tiêu chí của tôi, một câu trích dẫn hoặc minh họa phải đáp ứng ít nhất một trong bốn tiêu chí sau:

- HÀI HƯỚC – thứ có thể khiến mọi người cười
- ẤM ÁP – thứ sẽ thu hút được tình cảm của mọi người
- HY VỌNG – thứ sẽ truyền cảm hứng cho mọi người
- HỖ TRỢ – thứ sẽ giúp đỡ mọi người một cách hữu hình

Bốn tiêu chí có vẻ đơn giản, nhưng rất hiệu quả.

Được trang bị những thông tin đó, Charlie và tôi đã thử lại quá trình một lần nữa với một cuốn sách trích dẫn khác. Lần này, chúng tôi đạt khoảng 50% điểm chung. Và trong vòng vài tháng, Charlie và tôi đã thống nhất với nhau trên 90% tài liệu anh thu thập được. Sau 15 năm, giờ đây, anh ấy còn biết những gì tôi muốn trước cả tôi. Anh ấy tập đọc vị suy nghĩ của tôi, viết theo phong cách của tôi. Anh ấy biết ý định, phong cách riêng và niềm đam mê của tôi. Anh ấy khiến tài liệu của tôi trở nên hấp dẫn hơn. Anh ấy viết lại bài viết của tôi và sửa theo những gì tôi nói. Quan trọng nhất, chúng tôi đã cùng nhau đơn giản hóa mọi thứ.

Để trở nên đơn giản thật không dễ dàng. Nhà toán học Blaise Pascal từng viết: “Tôi viết bức thư này dài hơn bình thường bởi tôi không có thời gian để cắt ngắn nó.” Chúng ta cần rất nhiều nỗ lực để khiến

bất kỳ loại giao tiếp nào trở nên ngắn gọn, chính xác và có khả năng gây ảnh hưởng. Hay nói như triết gia, nhà thơ Ralph Waldo Emerson, thì “Trở nên đơn giản là điều tuyệt vời nhất.” Các nhà giao tiếp lỗi lạc khiến khán giả luôn cảm thấy rõ ràng.

“Trở nên đơn giản là điều tuyệt vời nhất.”

– Ralph Waldo Emerson

KẾT NỐI QUA CÁC NỀN VĂN HÓA

Khiến kết nối luôn đơn giản là điều không dễ. Điều đó rất rõ ràng khi tôi cố gắng để giao tiếp với khán giả và các cá nhân trong những chuyến đi nước ngoài. Kết nối giao lưu văn hóa đòi hỏi rất nhiều năng lực tinh thần, thể chất và tình cảm. Và đôi khi, nó có thể dẫn đến kết quả không như ý muốn. Dưới đây là nội dung của một số biển hiệu thú vị bằng tiếng Anh đã được quan sát thấy ở các vùng khác nhau trên thế giới:

- Các cửa hàng giặt là tại Bangkok: Hãy để quần áo của bạn ở đây để thấy kết quả tốt nhất.
- Cuốn sách giới thiệu về khách sạn ở Ý: Khách sạn này nổi tiếng bởi sự yên bình và tĩnh mịch của nó. Trong thực tế, mọi người từ khắp nơi trên thế giới đã đổ về đây để thưởng thức sự tĩnh mịch này.
- Trong một khách sạn ở Tokyo: Cấm trộm cắp khăn ăn ở khách sạn. Nếu bạn không phải là người như vậy, không cần phải đọc khuyến cáo này.
- Tại một vườn thú Budapest: Đừng cho thú ăn. Nếu bạn có bất kỳ thực phẩm nào phù hợp, hãy đưa nó cho người canh gác đang làm nhiệm vụ.
- Trong một khách sạn ở Acapulco: Quản lý đã trực tiếp phê duyệt mọi suất phục vụ nước ở đây.

Tin tôi đi, nếu bạn chưa đến nhiều nước trên thế giới, tôi cá rằng cả những biển hiệu cũng là một thách thức lớn. Sau khi nói chuyện tại hơn 50 quốc gia khác nhau ở hàng trăm địa điểm, tôi đã đúc kết được chiến dịch “3S”:

Nói đơn giản (Simple).

Nói chậm rãi (Slowly).

Luôn mỉm cười (Smile).

Nếu 2S đầu tiên không mang lại hiệu quả, tôi hy vọng điều thứ 3 ít nhất sẽ giúp bạn giao tiếp với những người mà bạn quý mến.

NGHỆ THUẬT CỦA SỰ ĐƠN GIẢN HÓA

Tôi tin rằng bạn sẽ không thất vọng về chương này bởi không có nhiều cách để đơn giản hóa mọi việc. Nó thực sự là một khái niệm đơn giản. Tuy nhiên, không phải lúc nào cũng dễ thực hiện, phải vậy không? Để giúp bạn, tôi sẽ đưa ra ở đây năm nguyên tắc:

1. Nói chuyện với mọi người, chứ không phải “lên lớp” họ

Một cậu bé ở độ tuổi mẫu giáo đang ăn một quả táo ở ghế sau xe. “Bố ơi,” cậu hỏi, “tại sao quả táo lại bị thâm ạ?”

Cha cậu bé giải thích: “Bởi sau khi con ăn hết vỏ táo, thịt táo tiếp xúc với không khí, khiến nó bị ôxy hóa, vì thế thay đổi cấu trúc phân tử của nó và khiến nó chuyển màu.”

Sau một lúc im lặng, cậu bé lên tiếng: “Bố đang nói chuyện với con ạ?”

Rất nhiều người có cảm giác như vậy khi một nhà lãnh đạo hoặc diễn giả truyền đạt các ý tưởng phức tạp mà không tìm cách khiến nó rõ ràng và đơn giản. Tôi cũng đã vài lần có cảm giác tương tự khi là một người nghe. Điều này xảy ra vì người giao tiếp không hiểu rằng chụp mũ lên đầu người khác không phải là bạn có vũ khí tối tân hơn mà chỉ khiến bạn thất bại thảm hại hơn.

Bằng đại học đầu tiên của tôi là về ngành thần học. Khi học bằng đó, tôi đã không được dạy hay khuyến khích nói chuyện với khán giả bằng các thuật ngữ đơn giản. Trong năm cuối cấp, tôi đã được trao giải nhất trong một cuộc thi thuyết trình không phải vì chủ đề của tôi được khán giả ưa thích hay tôi có phong cách thuyết trình tốt, chỉ là tôi đã thuyết trình bằng những lời lẽ dài dòng và sử dụng nhiều từ ngữ to tát. Giáo sư của tôi đã rất ấn tượng với tôi. Và tôi cứ nói như vậy cho đến khi nhận vị trí mục sư đầu tiên tại vùng nông thôn ở miền Nam Indiana. Tôi sớm nhận ra phân tích ngôn ngữ Hy Lạp và đào sâu vào thần học phức tạp không phải là mối quan tâm của bất cứ ai ở nhà dòng.

Những người tôi nói chuyện hàng tuần giống như người đàn ông nghe một sĩ quan hậu cần Hải quân Mỹ giải thích rất chi tiết về cơ chế hoạt động của các tên lửa điều khiển từ xa. Sau bài nói chuyện của vị sĩ quan, người đàn ông đã chúc mừng về bài trình bày tuyệt vời của anh ấy và chia sẻ rằng: “Trước khi nghe anh chia sẻ, tôi hoàn toàn rối trí về phương thức hoạt động của tên lửa.”

“Thế giờ thì sao?” Viên sĩ quan hỏi.

“Nhờ anh,” người đàn ông trả lời: “Tôi vẫn rối trí, nhưng ở mức cao hơn nhiều.”

Khi nhận ra bài nói “học thuật” không giúp ích được ai, tôi bắt đầu nỗ lực thay đổi phong cách. Như đã đề cập, việc đó cần nỗ lực nhưng tôi đã thay đổi từ một diễn giả muốn gây ấn tượng với người khác thành một người muốn ảnh hưởng đến họ. Sự thay đổi chủ yếu là đi từ sự phức tạp đến đơn giản. Khi các câu nói của tôi ngắn gọn hơn, giáo đoàn của tôi lớn hơn. Lúc đó, tôi nhận ra rằng một trong những lời khen tuyệt vời nhất mà tôi nhận được đó là “Thưa mục sư, tôi hiểu mọi thứ ngài nói và nó thực sự có ý nghĩa.”

Cách tiếp cận trực tiếp và đơn giản thường là hình thức giao tiếp hiệu quả nhất. Janet George đã viết cho tôi rằng sau khi tiếp nhận một vị trí mới trong công việc, cô bắt đầu đào tạo nhân viên khác đảm nhiệm công việc trước đây của cô.

“Tôi chỉ cho cô ấy mẫu văn bản mà tôi thường dùng để trao đổi với các văn phòng,” Janet nói.

“Nó đơn giản quá, như dành cho học sinh tiểu học vậy,” người phụ nữ nhận xét bằng giọng khinh

khinh. “Tôi sẽ viết lại đề nó có vẻ ‘ngươi lớn’ hơn.”

Sau nhiều tháng không gặp, cô ấy đã tâm sự với Janet rằng mẫu mới của cô khiến các văn phòng khác không thể hiểu nổi và cô đã quay trở về dùng mẫu cũ.

Sự phức tạp không bao giờ mang lại hiệu quả trong giao tiếp – và càng không hiệu quả nếu bạn mong muốn kết nối.

2. Đi thẳng vào vấn đề

Trong những tình huống nhất định, bạn không mong người khác phải rõ ràng, ngắn gọn và nhanh chóng. Nhưng trong một số tình huống khác thì ngược lại. Khi bạn sẵn sàng lắng nghe ai đó nói, nếu anh ta cần quá nhiều thời gian để dẫn dắt vào vấn đề, thì bạn sắp gặp rắc rối rồi.

Winston Churchill từng nói về một đồng nghiệp: “Anh ấy là một trong những nhà hùng biện, mà trước khi nói, không biết mình sắp nói gì; khi nói, không biết mình đang nói gì; và khi ngừng lời, không biết mình đã nói gì.” Thật là thảm hại. Tôi đã được nghe một vài nhà giao tiếp như thế. Bạn có phải là người như vậy không? Đáng buồn thay, tôi cũng đã từng là một trong số họ!

Mọi nhà giao tiếp giỏi đều đi vào vấn đề trước khi người nghe đặt ra câu hỏi rằng: “Vấn đề ở đây là gì?” Để làm được điều đó, trước khi bắt đầu, bạn phải biết trọng tâm bài nói của mình là gì. Nhà viết kịch người Hy Lạp, Euripides nhận xét: “Một khởi đầu tệ sẽ tạo ra một kết cục tồi.” Rõ ràng, thời điểm để bắt đầu nghĩ về lý do giao tiếp của bạn là trước khi bạn bắt đầu nói chuyện.

Bất cứ khi nào chuẩn bị giao tiếp với những người khác, cho dù đó là hàng trăm khán giả hoặc chỉ một người, tôi luôn tự đặt ra hai câu hỏi: “Tôi muốn họ biết gì?” và “Tôi muốn họ làm gì?” Nếu trả lời rõ ràng được hai câu hỏi này, thì có nhiều khả năng, tôi đã đi đúng hướng, tập trung vào đúng vấn đề và kết nối được với người nghe.

Mọi nhà giao tiếp giỏi đều đi vào vấn đề trước khi người nghe đặt ra câu hỏi rằng: “Vấn đề ở đây là gì?”

Có lẽ một trong những tình huống khó khăn nhất về giao tiếp là khi bạn phải đối mặt với một người khác. Với những trọng trách lãnh đạo phải gánh vác, tôi thường xuyên cần phải đối đầu với mọi người. Ban đầu, tôi cảm thấy sợ và hoang mang trước các cuộc gặp gỡ như vậy. Chiến lược thường xuyên của tôi là nói về rất nhiều điều khác trước khi chia sẻ những tin xấu, hoặc nói giảm nói tránh về vấn đề thay vì nói về nó một cách rõ ràng. Tôi đã mất rất nhiều năm để sử dụng được cách tiếp cận trực tiếp hơn và nói những gì cần thiết càng nhanh càng tốt.

Tom Arington, nhà sáng lập kiêm CEO của Công ty Dược phẩm Prasco và tôi đã có bữa ăn tối tại Cincinnati. Chúng tôi đã nói chuyện về rất nhiều những điều thú vị, bao gồm cả các vấn đề khó khăn mà những nhà lãnh đạo thường xuyên phải giải quyết. Trong cuộc trò chuyện, ông đã chia sẻ về một trong những chiến lược của mình nhằm ứng phó với một nhân viên không thành công. Ông nói: “Khi có một người nào đó trong công ty làm việc kém hiệu quả, tôi đặt ra cho họ hai câu hỏi: ‘Anh có muốn tiếp tục làm việc không?’ Câu hỏi đó để họ biết họ đang gặp vấn đề. Và ‘Anh có cần tôi giúp gì không?’ để họ biết tôi sẵn sàng giúp đỡ họ.” Hãy đi thẳng vào vấn đề.

Thành thật mà nói, tôi nghĩ hầu hết mọi người sẽ thích những người khác tìm ra vấn đề cùng họ. Họ thích cách tiếp cận trực tiếp, đặc biệt là trong một tình huống khó khăn. Và điều đó nhắc tôi về một câu chuyện hài hước liên quan đến một nhân viên tên Sam làm vào hoàn cảnh khó khăn. Tất cả mọi người ở công ty nhỏ nơi anh làm việc, trừ Sam, từng đăng ký kế hoạch hưu trí mới, trong đó, các nhân viên sẽ được yêu cầu đóng góp một số tiền nhỏ vào mỗi kỳ thanh toán, còn công ty sẽ trả mọi khoản thanh toán và chi phí khác. Chỉ có một nhược điểm: kế hoạch này sẽ chỉ được thực hiện khi toàn bộ đội ngũ nhân viên tham gia.

Mọi người đã cố gắng hết sức để động viên Sam đăng ký. Các đồng nghiệp của anh đã thay nhau nói chuyện và cả trách cứ anh ta. Cấp trên cũng cố gắng thuyết phục nhưng Sam không đổi ý. Anh ta không muốn trích một xu nào trong khoản lương hàng tháng của mình.

Cuối cùng, chủ tịch công ty đã gọi Sam đến văn phòng của ông và nói: “Đây là bản kế hoạch hưu trí mới. Anh có thể ký, hoặc hãy đi tìm việc mới đi là vừa.”

Sam đã ký mà không do dự.

Vị chủ tịch hỏi: “Tại sao anh không ký từ trước?”

“Thưa ông,” Sam trả lời: “không ai giải thích rõ ràng cho tôi về nó như vậy.”

Mọi người đều thích sự rõ ràng, ngay cả những người không phải là nhà tư tưởng cũng vậy. Những người giao tiếp tốt mang lại cho họ sự rõ ràng nhưng nhiều người lại giao tiếp theo cách vòng vo, không tập trung vào vấn đề. Hiện tượng này diễn ra nhiều nhất khi các giám sát viên được một nhân viên làm việc kém hiệu quả đưa ra lời kiến nghị. Dưới đây là một số ví dụ về kiến nghị và ý nghĩa “thực sự” của chúng, được lựa chọn cho cuốn sách *Lexicon of Intentionally Ambiguous Recommendations* (Tạm dịch: Từ điển về các kiến nghị cố ý không rõ ràng) của Robert Thornton:

KIẾN NGHỊ

Ý NGHĨA

Cô ấy luôn đề cao quan điểm của tôi.

Cô ấy thường có hành động lập liếm vấn đề.

Trong khi làm việc với chúng tôi, anh ta được mời hầu tòa vài lần.

Anh ta bị bắt nhiều lần.

Tôi rất vui mừng khi nói rằng ứng viên này từng là đồng nghiệp cũ của tôi.

Tôi không thể nói với anh rằng tôi đã vui mừng thế nào khi anh ta rời khỏi công ty của tôi.

Bạn sẽ không bao giờ tin những lời giới thiệu của người phụ nữ này.

Cô ta làm giả gần như toàn bộ sơ yếu lý lịch của mình.

Anh ta luôn hỏi rằng liệu có việc gì cho anh ta làm không?

Chúng tôi cũng luôn tự hỏi vậy.

Bạn sẽ không bao giờ bắt được anh ta ngủ gật trong giờ làm.

Anh ta quá xảo quyệt.

Anh ta không biết ý nghĩa của từ “tử bỏ”.

Anh ta thậm chí còn không thể đánh vắn nó.

Nếu bạn đang giao tiếp với những người khác, cho dù với một đứa trẻ, chủ trì một cuộc họp, phát biểu trước một lượng lớn khán giả, thì mục tiêu của bạn cũng nên là đi thẳng vào vấn đề ngay sau khi bạn thiết lập được kết nối với mọi người và nỗ lực hết sức để gây ảnh hưởng đến người khác càng ngắn gọn càng tốt. Các nhà lãnh đạo và các diễn giả tài năng đều làm điều này một cách nhất quán.

Các nhà sáng lập người Mỹ, George Washington và Benjamin Franklin, được biết đến như những bậc thầy về kỹ năng này. Thomas Jefferson, tổng thống thứ ba của nước Mỹ, đã viết về họ: “Tôi làm việc dưới thời Tổng thống Washington trong cơ quan lập pháp của bang Virginia trước cuộc Cách mạng và trong suốt thời kỳ này với Tiến sĩ Franklin tại Quốc hội. Tôi chưa từng nghe cả hai người họ nói chuyện liên tục trong 10 phút mà không đề cập đến vấn đề chính để đưa ra quyết định. Họ gánh trên vai những vấn đề quan trọng và biết rằng những vấn đề nhỏ nhất sẽ đầu vào đó.” Nếu làm điều tương tự, chúng ta sẽ có được sự tôn trọng của những người khác và gia tăng cơ hội của mình trong việc duy trì kết nối với những người mà chúng ta từng trò chuyện.

3. Nói đi nói lại

Những giáo viên giỏi biết rằng quy luật cơ bản của việc học là sự lặp lại. Có người từng nói với tôi rằng mọi người phải nghe một điều gì đó 16 lần trước khi họ thực sự tin vào điều đó. Điều đó có vẻ cực đoan, nhưng tôi biết rằng sự lặp lại rất cần thiết trong giao tiếp nếu bạn muốn mọi người hiểu và tiếp thu những gì bạn đang nói. William H. Rastetter, người đã dạy tại MIT và Harvard trước khi trở thành CEO của Tổng công ty Dược phẩm IDEC, khẳng định: “Lần đầu tiên bạn nói điều gì đó, nó được nghe. Lần thứ hai, nó được công nhận và lần thứ ba, nó được tiếp thu.” Điều này có vẻ lạc quan hơn, nhưng nó vẫn nhấn mạnh vào giá trị của sự lặp lại.

Nếu muốn trở thành một người giao tiếp hiệu quả, bạn phải sẵn sàng tập trung vào những điểm quan trọng. Điều đó cũng đúng nếu muốn trở thành một nhà lãnh đạo hiệu quả. Bạn của tôi và cũng là một mục sư thành lập nhà thờ Willow Creek, Bill Hybels, nói: “Tầm nhìn rò rỉ!” Qua đó, anh ấy muốn nói rằng ngay cả khi mọi người có được tầm nhìn, họ cũng có thể đánh mất niềm đam mê và sự nhiệt tình dành cho nó. Họ thậm chí có thể đánh mất nó hoàn toàn. Sự thật là các nhà lãnh đạo phải liên tục lặp lại các giá trị và tầm nhìn của tổ chức để nhân viên (hoặc các tình nguyện viên trong các nhà thờ và các tổ chức phi lợi nhuận khác) biết những giá trị và tầm nhìn đó, suy nghĩ về chúng và sống với chúng.

Nhấn mạnh vào một chủ đề và lặp lại nó thường rất khó khăn. Ở cấp độ cơ bản nhất, bạn có thể làm

theo lời khuyên của các giáo viên hướng dẫn tại Dale Carnegie School dành cho các sinh viên: “Hãy nói với khán giả những gì bạn sắp nói. Sau đó, hãy nói với họ những gì bạn đã nói.” Một cách tiếp cận phức tạp hơn được đưa ra bởi một người như Andy Stanley, nhà lãnh đạo của Giáo hội Cộng đồng North Point, một nhà giao tiếp tuyệt vời. Ông ấy thường phác thảo ra một thông điệp dựa trên vấn đề trọng tâm duy nhất – một ý tưởng lớn. Và sau đó mọi thứ ông truyền tải có thể minh họa, làm rõ hoặc diễn giải cho luận điểm chính. Đó là một cách rất sáng tạo và hiệu quả của việc bảo đảm ông đã đi đúng hướng và khán giả của ông thực sự kết nối với thông điệp đó.

Jim Blanchard, Chủ tịch của Synovus Financial Corp, tổ chức hội nghị lãnh đạo hàng năm tại Columbus, Georgia. Năm ngoái, tôi có vinh dự được phát biểu ở đó cùng với nhà văn đoạt giải Pulitzer, Tom Freidman, phát ngôn viên của Hạ viện Newt Gingrich và tác giả Daniel Pink. Trong buổi nói chuyện, Daniel đã đưa ra tuyên bố sau: “Ba từ rất cần thiết để kết nối với những người khác đó là (1) ngắn gọn, (2) đơn giản và (3) lặp lại. Hãy để tôi nhắc lại lần nữa!” Ông đã khiến cả khán phòng vỗ tay nhiệt liệt. Và ông cũng đã kết nối khi đưa ra lời khuyên của mình chỉ trong một câu với 20 từ. Chúng ta nên cố gắng để làm như vậy.

“Lần đầu tiên bạn nói điều gì đó, nó được nghe. Lần thứ hai, nó được công nhận và lần thứ ba, nó được tiếp thu.”

– *William H. Rastetter*

4. Nói rõ ràng

Chiếc tàu thủy lớn của Cunard, Queen Mary, ban đầu được đặt một tên khác, Queen Victoria. Tuy nhiên, khi một nhân viên của Cunard được phái tới Cung điện Buckingham để thông báo cho vua George V về lựa chọn đó, anh ta đã nói không rõ ràng. Anh ta nói với nhà vua rằng công ty đã quyết định đặt tên cho con tàu mới theo tên của “nữ hoàng đáng tôn kính nhất của nước Anh.”

“Phải hiểu để tránh hiểu lầm.”

– *Charles Blair*

“Ồ”, nhà vua vui mừng thốt lên, “nữ hoàng của ta sẽ rất hài lòng!” ông nói. Nhân viên của Cunard không dám mạo phép chữa lời của đức vua. Vì vậy, thay vào đó, anh ta quay trở lại văn phòng Cunard, giải thích tình huống và con tàu được đổi tên thành Queen Mary.

Một cố vấn của tôi trong những năm 1970, Charles Blair, thường nói với tôi: “Phải hiểu để tránh hiểu lầm.” Nói cách khác, bạn phải có khả năng nhìn thấu mọi thứ trước khi bạn có thể giải thích về nó một cách rõ ràng. Bất cứ khi nào mọi người không thể nói rõ được ý tưởng, đó là một dấu hiệu chắc chắn cho thấy họ không thực sự hiểu về nó. Điều này rõ ràng hơn khi một người thiếu hiểu biết nắm giữ một vị trí quyền lực cất lời. Jack Welch, cựu CEO của General Electric, đã chỉ ra: “Các nhà quản lý thiếu hiểu biết tạo ra sự phức tạp. Các quản lý sợ hãi, lo lắng sử dụng những cuốn sách lập kế hoạch phức tạp và các slide dày đặc thông tin.

Tôi đã từng là lãnh đạo của một tổ chức và kế thừa sự nghiệp của một người làm trong lực lượng hải quân ở cương vị COO. Ông đã tạo ra một hướng dẫn về chính sách lớn trước khi tôi đến và nó khiến

tôi nghĩ tới một quan sát của David Evans, người đã chỉ trích cách quân đội giao tiếp. Evans đã minh họa nó bằng một tuyên bố đơn giản và các sửa đổi được thực hiện trong lực lượng vũ trang sau đây:

Dự thảo lần 1: Một lời cho người khôn ngoan là đủ.

Dự thảo lần 2: Một lời cho người khôn ngoan có thể là đủ.

Dự thảo lần 3: Người ta tin rằng một lời cho người khôn ngoan có thể là đủ.

Dự thảo lần 4: Một số người tin rằng một lời cho người khôn ngoan có thể là đủ trong một số điều kiện.

Dự thảo lần 5: Có các dấu hiệu cho thấy một số người tin rằng, một lời cho người khôn ngoan có thể là đủ trong một số điều kiện, mặc dù điều này có thể thay đổi trong các hoàn cảnh. Kết luận này có thể không chính xác theo phân tích chi tiết, và chỉ nên dùng với hiểu biết đầy đủ về các giả định cơ bản.

Hướng dẫn mà COO của tôi soạn quá dày và phức tạp. Tôi tự hỏi làm sao các nhân viên của mình có thể hiểu và làm theo nó nếu tôi cũng không thể. Vậy nên, tôi đã loại bỏ nó.

Nếu đang chuẩn bị giao tiếp với khán giả, sẽ thật khôn ngoan khi làm theo lời khuyên của diễn giả chuyên nghiệp Peter Meyer. Ông nói:

Hầu hết các diễn giả đều đưa quá nhiều thông tin vào bài phát biểu của mình. Có quá nhiều thứ bạn cần chia sẻ trong một giờ và muốn mọi người tiếp thu. Chúng ta đã bắt đầu làm theo một mô hình cụ thể để đảm bảo rằng chúng ta không phá vỡ quy tắc này. Tôi gọi nó là Quản lý Xếp hình.

Khi đưa ra những ý tưởng, hãy tưởng tượng rằng bạn sẽ yêu cầu khán giả lắp ráp một trò chơi ghép hình lớn. Ý tưởng của bạn là những miếng ghép.

Khi thực hiện trò chơi, điều đầu tiên mà bạn cần làm là nhìn vào bức tranh gợi ý. Bài nói chuyện của bạn nên có nó bởi nó cho biết bạn cần đưa ra mảnh ghép nào.

Bạn có bao nhiêu ý tưởng trong trò ghép hình? Hãy nhớ rằng bức tranh 1.000 mảnh khó ghép hơn bức 100 mảnh nếu bạn chỉ có một giờ để làm điều đó. Tôi chỉ đề cập ba ý chính trong các cuộc trò chuyện của mình và như thế vẫn có thể là quá nhiều trong một giờ.

Hãy tự đặt câu hỏi trước khi bạn bắt đầu xây dựng bài nói chuyện. Nếu đang chơi xếp hình và chỉ có một giờ để hoàn thành, bạn có muốn bị giấu mất bản mẫu hoàn chỉnh đi không? Hay bạn muốn người ta bổ sung các mảnh ghép? Đừng mắc lỗi tương tự khi xử lý bài nói chuyện của bạn.

Nói cách khác, cho dù ý tưởng đó tuyệt vời đối với bạn đến đâu, đừng đưa nó vào trừ khi nó là mảnh ghép hoàn hảo cho bức tranh mẫu.

Thứ hai, khi bạn bắt đầu cuộc nói chuyện, hãy chắc chắn bạn nói với khán giả sơ qua về bức tranh toàn cảnh. Hãy nói với họ những gì bạn sắp nói để họ biết các ý tưởng phù hợp như thế nào.

Suy cho cùng, mọi người bị thuyết phục không phải bởi những gì chúng ta nói mà bởi những gì họ

hiểu. Khi bạn nói rõ ràng và đơn giản, nhiều người có thể hiểu những gì bạn đang cố gắng truyền đạt. Trở nên đơn giản không phải là một điểm yếu. Đó là điểm mạnh! Tác giả kiêm nhà phê bình John Ruskin nhận xét: “Điều vĩ đại nhất mà con người từng làm trên thế giới là quan sát một thứ gì đó và nói cho người khác những gì họ thấy một cách đơn giản. Trong hàng trăm người có thể nói, có một người có thể nghĩ, nhưng trong hàng ngàn người có thể nghĩ, chỉ một người có thể nhìn thấy.”

Suy cho cùng, mọi người bị thuyết phục không phải bởi những gì chúng ta nói mà bởi những gì họ hiểu.

5. Nói ít

Trong một dịp gần đây, tôi sẵn sàng phát biểu tại một chương trình bị chạy quá lịch. Khi tôi chuẩn bị lên sân khấu, người trong ban tổ chức lo lắng giải thích rằng thời gian cho phần của tôi bị giảm xuống một nửa so với kế hoạch. Tôi đã nắm được tình hình và cố gắng trấn an anh bằng cách nói rằng: “Đừng lo lắng. Tôi sẽ nói nhanh thôi. Nếu tôi nói quá 30 phút, anh không cần phải trả tiền đâu.” Tôi đã thực hiện một số điều chỉnh nhanh chóng và tất cả mọi thứ đều tốt đẹp.

Nhiều người tận dụng triệt để thời gian của họ trên sân khấu hoặc cơ hội phát biểu trong một cuộc họp. Họ thích đứng trên sân khấu và miễn là họ được quan tâm, càng dành thời gian đứng trước mọi người, họ càng thích thú. Sự thật là, tôi thừa nhận mình thích giao tiếp với mọi người bởi nó tiếp thêm nguồn sinh lực cho tôi. Và ngay cả khi được yêu cầu nói cả ngày tại một cuộc hội thảo, tôi cũng sẽ ra về trong vui mừng, thay vì mệt mỏi. Tuy nhiên, lúc đó, tôi cũng phát hiện ra rằng khi tôi nói ngắn gọn trong lượng thời gian ít hơn, mọi người nhớ nó tốt hơn và lâu hơn.

Hãy dành ra ít phút và nghĩ về các giáo viên, diễn giả, nhà truyền giáo, chính trị gia, các nhà lãnh đạo mà bạn đã lắng nghe qua nhiều năm. Bạn “đánh cắp” bao nhiêu thời gian trong buổi chia sẻ để nghĩ. Tôi chắc chắn muốn ông ấy nói lâu hơn, như thế có quá ngắn? Tôi cá là tỷ lệ này rất nhỏ. Thật không may, hơn 90% thời gian, mọi người dành cho phần chào đón khi họ giao tiếp. Họ giống như chính trị gia mà Abraham Lincoln nói: “Ông ấy là người duy nhất trong số những người tôi từng gặp có thể nén hầu hết từ ngữ vào trong những ý tưởng nhỏ nhất.”

Huấn luyện viên giao tiếp điều hành Anne Cooper đã đưa ra lời khuyên sau trong cuốn sách *Off the Cuff* (Tạm dịch: Không được chuẩn bị trước) của mình.

Bắt đầu và kết thúc đúng giờ. Hoặc tốt hơn, kết thúc sớm hơn một chút. Thậm chí, nếu bạn là một diễn giả được thuê đến và muốn gây ấn tượng với ban tổ chức để họ biết họ chi ra một khoản tiền xứng đáng, hãy ngừng lời bằng một câu trả lời đặc biệt hay một vài phút trước khi bạn rời bục. Trong xã hội quá tải ngày nay, không có gì được đánh giá cao hơn món quà về chút thời gian có giá trị.

Theo diễn văn của Ronald Reagan, Peggy Noonan, ông tin rằng không ai muốn ngồi ở vị trí khán giả im lặng một cách thành kính trong hơn 20 phút. Sau đó, có phần Hỏi-Đáp lên đến 20 phút và sau đó tất cả mọi người được ra về!

Không có gì tệ hơn là khiến một khán giả bị mắc kẹt trong buổi diễn thuyết. Đừng quá đặt nặng vấn đề ngôn từ. Bạn sẽ phá tan những gì tốt đẹp mình vừa thực hiện bằng cách kéo dài thời gian chỉ để nói thêm vài câu. Hoàn thành bài chia sẻ sớm một chút, bạn sẽ khiến mọi thứ tốt đẹp và mọi người đều

cảm thấy thoải mái, với hy vọng được nghe nhiều hơn nữa vào lần sau.

Bạn khó có thể làm đường bằng cách giao tiếp ngắn gọn. Nhưng có hàng triệu cách để bị lạc lối nếu nói dài dòng.

Một trong những sự tung hô lớn nhất mà tôi từng nhận được đến ở phần cuối của bài phát biểu ngắn nhất của tôi. Đó là tại một bữa tiệc theo sau sự kiện golf từ thiện. Chúng tôi đều tham gia vào giải đấu, chương trình quá dài và tôi có thể thấy rằng các golf thủ đã thấm mệt và căng thẳng.

Cuối cùng sau ba tiếng của chương trình, người dẫn chia sẻ với khán giả rằng tôi sẽ là diễn giả chính chia sẻ với họ về vấn đề lãnh đạo. Sau màn vỗ tay thể hiện sự lịch thiệp, tôi bước lên bục giảng và nói: “Hôm nay là một ngày dài và chương trình cũng không phải là ngắn. Chúng ta đều đã mệt mỏi rồi. Bài nói chuyện về lãnh đạo của tôi như sau: Tất cả mọi thứ đều thăng trầm theo khả năng lãnh đạo.”

Sau đó, tôi rời bục và về chỗ ngồi.

Cả khán phòng im lặng sững sờ trong vài giây. Sau đó, đột nhiên, đám đông vỡ òa. Nhiều người nói với tôi rằng đó là một bài phát biểu họ sẽ không bao giờ quên!

Giờ đây, tôi không khuyên bạn nên bắt đầu đưa ra bài phát biểu chỉ với vài từ. (Đó là lần duy nhất trong hơn 40 năm với tư cách là diễn giả, tôi làm điều đó.) Hầu hết những lần được yêu cầu nói chuyện, bạn được ban tổ chức kỳ vọng sẽ mang lại thêm giá trị cho các khán giả và hiếm khi bạn có thể làm điều đó chỉ với vài câu ngắn ngủi. Nhưng bất cứ lúc nào bạn giao tiếp, cho dù với một người hay hàng trăm người – sẽ là một ý tưởng tuyệt vời nếu câu từ của bạn đơn giản. Không ai đánh giá cao bạn nếu lời lẽ của bạn mơ hồ hoặc khó hiểu.

Winston Churchill có lẽ là nhà giao tiếp vĩ đại nhất của thế kỷ XX. Ông là một nhà lãnh đạo xuất sắc, một người giao tiếp truyền cảm hứng và một nhà văn tài năng, đã nhận giải Nobel Văn học năm 1953. Ông liên tục bày tỏ tầm quan trọng của việc giữ thông tin giao tiếp đơn giản. Ông nói: “Mọi điều tuyệt vời đều đơn giản và nhiều điều có thể được thể hiện chỉ bằng một từ duy nhất: tự do, công lý, danh dự, trách nhiệm, lòng thương xót, hy vọng,” và “Nói chung, những từ ngắn gọn là những từ tốt nhất.”

Điều đó có vẻ ngược đời, nhưng nếu bạn muốn cải thiện khả năng giao tiếp của bản thân và kết nối với mọi người, đừng khiến đối phương có cảm giác bạn thông minh hơn hoặc chế ngự họ bằng quá nhiều thông tin. Hãy đưa ra thông tin một cách rõ ràng và đơn giản. Bạn sẽ kết nối được với mọi người và họ sẽ ấn tượng, đồng thời muốn bạn trở lại để giao tiếp với họ một lần nữa.

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Thực tế kết nối: Các nhà kết nối nỗ lực để khiến giao tiếp thật đơn giản.

Khái niệm chính: Các nhóm càng lớn, càng cần giao tiếp đơn giản.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Để một người hiểu những gì bạn phải nói thường khá dễ dàng. Bởi bạn có thể điều chỉnh nó chính xác

theo tính cách, kinh nghiệm và trí tuệ của họ. Và nếu không giao tiếp rõ ràng, bạn khó có thể hiểu nó thông qua biểu hiện của người đó. Bạn cũng có thể trả lời bất kỳ câu hỏi nào mà người đó đưa ra. Nếu muốn kết nối, bạn không chỉ phải nắm được nhiều thông tin, mà còn phải chuyển tải chúng thật đơn giản. Càng khiến chúng dễ hiểu, bạn càng có cơ hội kết nối với người nghe.

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Giao tiếp trong một nhóm phức tạp hơn với một người. Bạn có thể khiến các ý tưởng của bạn hiệu quả đối với nhiều người, vì vậy hãy đơn giản hóa chúng. Bạn đừng bao giờ chỉ đơn thuần là “đổ” hàng loạt các thông tin lên mọi người và mong họ tự phân loại nó. Thật lười biếng và thiếu hiệu quả. Nếu bạn có cơ hội nói chuyện, hãy nỗ lực khiến thông tin của bạn thật đơn giản. Để chắc chắn rằng bạn làm tốt, hãy làm như sau:

- Hỏi xin thông tin phản hồi.
- Yêu cầu mọi người trong nhóm chia sẻ những gì họ đã tiếp thu được.
- Yêu cầu nhóm cho biết họ sẽ chuyển tải những gì bạn vừa nói đến người khác bằng cách nào.

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Để khiến thông tin giao tiếp đơn giản nhưng dễ nhớ thực sự cần cả một nghệ thuật. Tôi đã mất nhiều năm để tìm hiểu về cách thực hiện điều đó. Có hai cách rất hiệu quả giúp tiếp cận một thông điệp là tự hỏi: “Những điểm quan trọng mà tôi cần truyền tải để mọi người hiểu được là gì?” và “Tôi có thể khiến vài điểm cần thiết này dễ nhớ hơn bằng cách nào?”

Một thủ thuật mà các nhà lãnh đạo xuất sắc sử dụng để mài sắc một thông điệp về điều gì đó quan trọng, chẳng hạn như thông tin về tầm nhìn, là thực hành trước bằng cách nói với một người duy nhất. Nếu nó hiệu quả đối với một cá nhân, thì hãy thử nó với một nhóm nhỏ có chọn lọc. Cách này giúp người giao tiếp có thể đọc được biểu hiện của mọi người, xem những gì hiệu quả và nhận biết được mức độ tiếp thu của họ. Chỉ sau khi một thông tin quan trọng được kiểm chứng, diễn giả mới được chuyển tải đến công chúng.

08: CÁC NHÀ KẾT NỐI TẠO RA MỘT TRẢI NGHIỆM MÀ MỌI NGƯỜI ĐỀU THÍCH THÚ

Bạn sẽ chọn những từ nào để mô tả các nhà giao tiếp giỏi nhất, những người đã kết nối rất hiệu quả với bạn? Vui vẻ? Tràn đầy năng lượng? Hải hước? Nếu nghĩ thêm, chắc bạn có thể đưa ra hàng tá các tính cách. Bây giờ, hãy nghĩ về những người bạn không quan tâm nhất, những người đã không thể kết nối với bạn. Nếu tôi đề nghị bạn mô tả họ chỉ bằng một từ, thì đó là gì? Tôi cá rằng từ đó sẽ là Nhàm chán. Đó là từ tốt nhất để mô tả một người không kết nối với những người khác. Mỗi ngày, ở khắp mọi nơi, hàng triệu đôi mắt díp lại trong lớp học, nhà thờ, phòng họp và phòng khách vì những người không thú vị và không thể kết nối với những người xung quanh.

Có bao nhiêu bài học được nghe giảng trong lớp học mà bạn thực sự nhớ? Bao nhiêu cuộc hội thoại khiến bạn ấn tượng? Hay bao nhiêu bài phát biểu khiến bạn không thể quên? Trong hàng ngàn người có thể bạn chỉ nhớ được một người. Huấn luyện viên thuyết trình tập đoàn Jerry Weissman chỉ ra rằng: “Một vài người thường lặp đi lặp lại các bài thuyết trình và chúng rất nghèo nàn. Một ước tính gần đây cho rằng có 30 triệu bài thuyết trình sử dụng Microsoft PowerPoint được tạo ra mỗi ngày. Tôi chắc chắn rằng bạn đã tham dự một bài trong số đó. Bao nhiêu bài thực sự đáng nhớ, hiệu quả và thuyết phục? Có lẽ chỉ rất ít.”

Vâng, tin tốt là: cho dù kỹ năng hiện tại của bạn trong lĩnh vực này đến đâu, bạn vẫn có thể khiến nó tốt hơn. Trở nên thú vị hoàn toàn có thể học được. Trong những năm đầu sự nghiệp, tôi không phải là một diễn giả thú vị. Thực tế, trước khi có công việc đầu tiên, tôi vẫn học đại học, tôi đã làm một bài kiểm tra đo độ sáng tạo. Điểm số của tôi thấp nhất lớp! Tôi nghĩ rằng: Ôi không, mình sẽ trở thành nhà thuyết giáo nhàm chán mất.

Đó là khi tôi bắt đầu việc thu thập những câu trích dẫn, các câu chuyện và minh họa cho bài nói của mình. Tôi phát hiện ra mình không thể thú vị, ít nhất là tôi đã bê nguyên mọi thứ vào thông điệp của mình.

Tất nhiên, cho dù bạn có nỗ lực kết nối và cố gắng để thú vị ra sao, bạn không thể làm hài lòng tất cả mọi người. Khi tôi là một mục sư thuyết giảng gần như mỗi Chủ nhật, các con tôi còn rất bé. Vào những đêm thứ Bảy, khi cầu nguyện với con gái Elizabeth của tôi, tôi thấy con bé thường cầu nguyện: “Chúa lòng lành, làm ơn hãy giúp cha con không trở nên nhàm chán vào ngày mai.”

Tôi thường được biết đến như một mục sư, người được con gái hỏi tại sao cha luôn cầu nguyện trước khi bước vào thánh đường.

“Con yêu,” tôi trả lời, “cha làm điều đó để xin Chúa giúp ta hoàn thành tốt bài giảng của mình.”

Cô gái nhỏ ngẫm nghĩ một lát rồi hỏi lại: “Sao Người vẫn không giúp cha?”

Tôi khó có thể trách được bọn trẻ. Như một đứa trẻ lớn lên trong nhà thờ, lời cầu nguyện của tôi vào mỗi sáng Chủ Nhật chỉ mặc nhiên là như thế...

Những người thuyết giảng như chúng tôi đã làm chính xác những gì mà người viết diễn văn nổi tiếng nhất của Ronald Reagan, Peggy Noonan, đã khuyên không nên làm. Họ đã đưa ra những gì mà cô gọi là bài phát biểu dạng vông: “Bài phát biểu được cột hai đầu vào hai cái cây to đẹp và ở giữa là một phần êm dịu khiến chúng ta ngủ gật.” Bạn không thể làm điều đó nếu muốn duy trì một kết nối tích cực với khán giả!

CÁCH ĐỂ TRỞ NÊN THÚ VỊ

Sau khi đưa ra hàng nghìn bài phát biểu và kết nối trong nhiều thập niên, tôi đã học được một số điều về cách để trở nên thú vị với người khác và biến giao tiếp trở thành một trải nghiệm mà mọi người đều thích thú. Tôi sẽ trình bày về cách tốt nhất mà mình học được – khi giao tiếp với một người, nhóm hoặc với khán giả. Hãy cố gắng làm nhiều nhất có thể bảy điều sau khi chuẩn bị giao tiếp, dù với một người, 100 người hay cả ngàn người:

1. Chịu trách nhiệm về các thính giả của bạn

Tôi thường nghe các diễn giả nói những khán giả không hưởng ứng bài phát biểu của họ. Tôi nghĩ rằng họ đã nhầm. Nhìn chung, không có khán giả tồi, chỉ có diễn giả tồi. Nếu khán giả ngủ gật, ai đó cần phải đi lên sân khấu và đánh thức diễn giả dậy!

Cuốn sách *Executive Speeches* (Tạm dịch: Những bài phát biểu của các nhà điều hành) của Brent Filson chứa đựng những lời khuyên về các bài phát biểu của CEO. Một CEO viết: “Hiến pháp đảm bảo tự do ngôn luận, nhưng nó không đảm bảo những người nghe. Ngay cả khi bạn có được người nghe, không có gì đảm bảo rằng họ sẽ lắng nghe bạn. Vì vậy, trách nhiệm đầu tiên của bạn với tư cách một diễn giả là lôi kéo và giữ được sự chú ý của khán giả. Cho dù mục đích của bạn là gì, bạn đều có cơ hội tốt nhất để thành công khi biết sự chú ý của họ là trách nhiệm của bạn, chỉ bạn mà thôi.” Các nhà giao tiếp tài năng chịu trách nhiệm về phản ứng của những người khác đối với họ, ngay cả trong bối cảnh đặt dưới các điều kiện khó khăn.

Nhìn chung, không có khán giả tồi, chỉ có diễn giả tồi.

Hầu như mọi người đều đã nghe câu nói: “Bạn có thể dẫn con ngựa đến bên nước, nhưng không thể khiến nó uống nước.” Điều đó có thể đúng. Nhưng bạn có thể cho con ngựa ăn muối và khiến nó khát. Nói cách khác, bạn có thể khiến các thính giả của mình cảm thấy hào hứng.

Khi nói chuyện với mọi người, tôi cảm thấy đó là trách nhiệm của tôi khi phải biến buổi nói chuyện thành một trải nghiệm học tập thú vị. Làm thế nào tôi có thể nắm bắt được sự chú ý của họ? Cần phải làm gì để khiến bài phát biểu thật đáng nhớ? Làm thế nào tôi có thể nắm bắt được sự chú ý của họ và khiến họ ở lại đến cuối cùng?

Mọi người thường hy vọng trách nhiệm của người nghe là “đón nhận” những gì người nói đưa ra và phản hồi phù hợp. Tôi gọi đó là kiểu giao tiếp dạng nghĩa trang: rất nhiều người ở đó, nhưng không ai lắng nghe. Để tránh trở thành kiểu diễn giả đó, tôi không bao giờ quên rằng công việc của mình là

khiến người nghe thích thú, kích thích các khán giả, tận hưởng trải nghiệm và bổ sung giá trị cho những người khác. Khi đó, nhiệm vụ của tôi đã được hoàn thành. Tôi đã kết nối.

Tôi đã cố gắng duy trì tư duy đó khi viết sách. Khi bắt đầu viết, tôi thường cảm thấy không đủ để giữ sự hứng thú của người đọc. Trong giao tiếp trực tiếp với một người, tôi là người giao tiếp khá tốt. Và với tư cách một diễn giả, tôi biết cách sử dụng uy tín để lôi kéo khán giả. Tôi thể hiện rằng mình thật sự quan tâm đến mọi người và luôn tạo ra một không khí vui vẻ với họ. Tôi đã sử dụng ngôn ngữ cơ thể, biểu cảm khuôn mặt và giọng điệu tích cực để giữ được “lửa” ở khán giả. Là một nhà văn, tôi không có lợi thế đó nữa. Tôi thường tự hỏi có cách nào có thể khiến các cuốn sách của tôi thú vị. Tôi đã có những thay đổi nhờ đọc về nhà sử học Barbara Tuchman. Trong sự nghiệp viết lách, cô thường có một mẫu giấy nhỏ dán trên máy đánh chữ của mình với nội dung: “Độc giả sẽ giở trang tiếp theo chứ?” cô không coi đó là trách nhiệm của độc giả; mà là trách nhiệm của mình.

Trong nhiều năm gắn bó với nghề viết, tôi cũng đã đặt ra câu hỏi tương tự. Nó nhắc tôi chịu trách nhiệm về hứng thú của người đọc. Khi bắt đầu viết, tôi nghĩ, điều gì khiến tôi muốn đọc nó? Sau khi viết được một chương, tôi cố gắng đọc nó từ quan điểm của những người quan tâm muốn đọc cuốn sách này. Điều gì thúc đẩy họ lật giở các trang tiếp theo? Những gì khuyến khích họ đọc hết cuốn sách?

Tôi cũng chịu trách nhiệm tạo ra một trải nghiệm mà những người khác thích thú khi tôi đứng trước một nhóm nhỏ khán giả. Nếu chúng tôi cùng ăn tối, tôi sẽ tìm cách để trò chuyện một cách vui vẻ. Tôi nghĩ rằng tôi có thể nói gì để khiến mọi người vui vẻ bên bàn ăn? Làm thế nào tôi có thể thu hút họ? Nếu tôi ở cùng bạn bè trên một chuyến đi hoặc một đêm ở ngoài thành phố, tôi cố gắng tạo ra những kỷ niệm. Ví dụ, cách đây vài năm, tôi mời Dan, Patti Reiland, Tim và Pam Elmore cùng Margaret và tôi nghỉ cuối tuần tại New York. Một đêm, khi chúng tôi ăn tối tại Tavern trên đường Green, một nhà hàng ở Công viên Trung tâm, một điểm đến du lịch lớn. Sau đó, chúng tôi đến Macy’s và thay vì đi bộ hoặc bắt taxi, chúng tôi thuê xe đạp đôi. Để khiến nó trở thành một kỷ niệm đáng nhớ, tôi đã biến nó thành một cuộc đua và bất cứ ai đến Macy’s trước sẽ nhận được 50 đô-la tiền thưởng.

Tất cả đều nỗ lực hết sức khi khởi hành. Chúng tôi đã len lỏi trong dòng giao thông đông đúc. Một vài lần, tôi nghĩ chúng tôi sẽ bị ngã nhào. Đó là chuyến đi thú vị nhất chúng tôi từng có. Đó thực sự là một kỷ niệm tuyệt vời.

Bạn có thể nghĩ thật vô lý khi tặng cho một người tham gia khoản tiền 50 đô-la. Tuy nhiên, cái giá bạn đặt vào một trải nghiệm đáng nhớ là gì? Đó là khả năng kết nối! Và đó là thứ mà tất cả chúng tôi sẽ nhớ mãi. Tôi muốn nói rằng cái giá đó rất xứng đáng – và đáng để nỗ lực. Như một nhà lãnh đạo, tôi tin rằng đó là đặc ân và trách nhiệm của tôi trong việc mang đến cho mọi người những trải nghiệm khiến họ thích thú. Với tư cách một người chồng, người cha, người ông, điều đó thậm chí còn quan trọng hơn với tôi. Tạo ra trải nghiệm tích cực và đáng nhớ giúp kết nối với các gia đình hơn bất cứ thứ gì khác. Tôi khuyến khích bạn chịu trách nhiệm về điều đó.

Kiểu giao tiếp dạng nghĩa trang: rất nhiều người ở đó, nhưng không ai lắng nghe.

2. Giao tiếp trong thế giới của họ

Những người cha ngày xưa thường không chia sẻ nhiệm vụ nuôi dạy con cái theo cách ngày nay. Đàn

ông và phụ nữ thường sống ở hai thế giới khác nhau. Một người đàn ông đam mê bóng chày thường ra ngoài ăn tối với vợ khi con họ khóc. Người phụ nữ đã dành cả ngày để chăm sóc con và kiệt sức. Vì vậy, cô nhờ chồng thay tã cho con.

“Anh không biết thay tã,” người chồng cố tìm cách để thoái thác.

“Hãy nhìn đây,” vừa lườm chồng, cô vừa nói, “anh hãy đặt chiếc tã ra bên ngoài như dạng hình thoi rồi gập chéo cạnh thành hình tam giác như thế này. Đặt mông con, lấy góc thứ nhất và thứ ba, gập vào và đặt xuống dưới. Và nếu không được – anh có thể bắt đầu làm lại.”

Nếu muốn chuyển tải thông điệp của bản thân, bạn phải học cách giao tiếp trong thế giới của người khác. Kết nối với những người khác đòi hỏi kỹ năng này. Các diễn giả thường xuyên nói không muốn hoặc không thể thoát ra khỏi thế giới riêng của họ để nói mọi điều từ quan điểm của người nghe. Khi điều đó xảy ra, không những kết nối không được tạo ra, mà còn thực sự tạo ra khoảng cách giữa người nói và người nghe.

Quản lý cấp cao về kỹ thuật, Lars Ray, nhận xét:

Tôi thường được yêu cầu trình bày các ý tưởng hoặc giải pháp cho những sản phẩm mới được phát triển. Trừ khi tôi đang nói chuyện với các kỹ sư khác, những người chuyên về các vấn đề này, nếu không đó là những thông tin nhàm chán và tẻ ngắt. Bởi luôn có các thành viên từ ban quản lý, lãnh đạo, hoặc nhóm tài chính xuất hiện trong hàng ngũ khán giả, cho nên tôi phải chịu trách nhiệm về họ và đảm bảo rằng những gì được chuyển tải sẽ đến với những người tham gia một cách có ý nghĩa và kích thích hành động... thay vì mặc nhiên cho rằng họ hiểu các thông tin kỹ thuật.

Mọi người không nhớ những gì chúng ta cho là quan trọng; họ nhớ những gì họ cho là quan trọng.

Một trong những thách thức đầu tiên về giao tiếp của tôi xảy ra do tôi nghĩ rằng những người lắng nghe quan tâm đến chủ đề mà tôi đang nói. Tôi dành cả tuần để chuẩn bị một thông điệp sẽ trình bày vào ngày Chủ nhật. Tôi nghĩ giáo đoàn sẽ mong đợi ngày Chủ nhật trôi qua như tôi. Nhưng thực tế, họ đang sống cuộc sống của họ – làm việc, dành thời gian với gia đình, chạy việc vặt, chơi thể thao... Và tôi không thể mong đợi họ bước vào thế giới của tôi. Nếu tôi muốn kết nối, tôi phải gặp họ trong thế giới của họ.

Điều này cũng đúng với những người trong giới kinh doanh, đặc biệt là các nhân viên bán hàng và những người làm việc với khách hàng hoặc khách hàng tiềm năng. Diễn giả, huấn luyện viên kiêm tác giả Teri Sjodin đã nói:

Trung bình, các khách hàng tiềm năng chỉ giữ lại một nửa những gì chúng ta nói với họ. Một giờ trôi qua, họ đánh rơi 10% trong số ít những gì họ biết ban đầu. Sau khi cảm thấy buồn ngủ, có thể là 20% nữa. Khi giờ cao điểm buổi sáng dần giảm, họ đã tránh được hai vụ va chạm trên đường, thấy sắp để các mẫu ghi chú trên bàn họ và họ quên thêm 10% nữa. Vì vậy, trong suốt thời gian chúng ta cho rằng một khách hàng tiềm năng đang suy nghĩ về đề nghị của mình trên thực tế, họ đã quên bét nó.

Để kết nối với những người khác trong thế giới của họ, bạn không thể chỉ sống trong thế giới của riêng

bạn. Bạn phải liên kết những gì bạn muốn nói với nhu cầu của người khác. Mọi người không nhớ những gì chúng ta cho là quan trọng, họ nhớ những gì họ cho là quan trọng. Đó là lý do tại sao việc tránh sử dụng các thuật ngữ trừu tượng và biến những gì bạn nói trở thành thứ mang tính cá nhân cao bất cứ khi nào có thể là một ý tưởng tuyệt vời. Nếu bạn là một phần của đội ngũ lãnh đạo thuộc một tổ chức, đừng nói về những gì “ban quản lý” tin tưởng hoặc những gì “ban lãnh đạo” dự định thực hiện. Hãy nói những gì bạn đang làm. Nếu nói chuyện với nhân viên, đừng nói về họ như thể họ không ở đó; hãy đề cập trực tiếp đến họ. Tốt hơn, bất cứ khi nào có thể, hãy sử dụng từ “chúng ta” để bao gồm cả người nghe khi nói về mọi người trong nhóm. Nó gợi nhắc đến một câu ngạn ngữ cổ:

Nói vào mặt tôi, anh sẽ nói chuyện một mình.

Nói với tôi, tôi sẽ lắng nghe.

Nói về tôi, tôi sẽ lắng nghe anh trong nhiều giờ.

Bất cứ điều gì bạn có thể làm là thu hút người nghe và sử dụng các thuật ngữ của họ sẽ giúp bạn kết nối, miễn là bạn duy trì được sự chân thành. Bạn phải là chính mình khi nói ngôn ngữ của người khác.

3. Nắm bắt được sự chú ý của mọi người ngay từ đầu

Nhà tư vấn quản lý Myrna Marofsky từng mỉa mai: “Mọi người đều có quyền kiểm soát trong đầu họ. Nếu bạn không nắm bắt được sở thích của họ, họ sẽ loại bỏ bạn.” Bạn chưa từng thấy mọi người có thể “rời đi” nhanh chóng khi bạn bắt đầu nói chuyện ư? Tôi thì có. Là một diễn giả, tôi đã phát hiện ra rằng tôi không có nhiều thời gian trước khi mọi người vào hoặc ra. Và nếu họ ra, tôi phải rất nỗ lực để kéo họ lại. Đó là lý do tôi làm mọi thứ trong quyền hạn của mình để tạo ấn tượng tốt đẹp đầu tiên và khởi đầu hiệu quả khi giao tiếp.

Mọi người luôn đưa ra những nhận định nhanh chóng về chúng ta, chứ không chỉ vào lúc chúng ta giao tiếp với một nhóm. Như Sonya Hamlin cho thấy, ngay từ giây phút đầu tiên khi những người khác gặp chúng ta, họ đã có ý thức hoặc vô thức đánh giá chúng ta và quyết định có nên tiếp tục lắng nghe hay đơn giản là bỏ qua chúng ta. Cô nói: “Nếu chúng ta không bị thu hút bởi một điều gì đó trong những khoảnh khắc đầu tiên, họ sẽ tìm lý do cáo từ và bỏ đi.”

“Mọi người đều có quyền kiểm soát trong đầu họ. Nếu bạn không nắm bắt được sở thích của họ, họ sẽ loại bỏ bạn.”

– Myrna Marofsky

Chúng ta luôn có một phản ứng tức thời với mọi người và bị hút vào họ hoặc không. Điều đó đúng với tôi. Khi mọi người mỉm cười, nhìn thẳng vào mắt và cố gắng để bắt đầu giao tiếp bằng cách nói lời chào hay đưa tay ra bắt tay tôi, tôi bao giờ cũng có thiện cảm hơn với họ.

Khi nói chuyện với khán giả, tôi cố gắng để bắt đầu một cách tích cực. Cụ thể hơn, dưới đây là một số điều tôi làm:

Bắt đầu với một bình luận về tình hình hoặc thời điểm lúc đó. Trước khi các nhà truyền thông có kinh

nghiệm nói chuyện, họ chú ý đến những gì đang xảy ra xung quanh. Họ nhận thức được những gì đã xảy ra, cố gắng để biết ai đã nói và những gì đã xảy ra với khán giả. Họ chú ý đến bất kỳ ý kiến nào đã được đưa ra. Sau đó, họ tận dụng những điều đó làm lợi thế của họ. Lần tới khi bạn nói chuyện, hãy nói những điều dựa trên những gì mọi người vừa trải nghiệm. Điều đó giúp đưa bạn đến gần thính giả hơn và giúp họ kết nối với bạn.

Giới thiệu về bản thân. Thường thì khi tôi nói, một trong những điều đầu tiên tôi làm chỉ đơn giản là nói: “Xin chào, tôi tên là John. Tên của (các) bạn là gì?” Khi hầu hết các cá nhân trong nhóm khán giả nói to tên của họ, việc đó đã tạo ra một chút hỗn loạn đầy năng lượng. Sau đó tất cả chúng tôi đều cười. Điều đó nghe có vẻ ủy mị, nhưng nó phá vỡ sự im lặng và mọi người bắt đầu cảm thấy kết nối với tôi.

Thư giãn. Trong một chương trước, tôi đã đề cập đến việc tôi phát hiện ra rằng tôi có thể thoải mái hơn nhiều khi đứng trước khán giả nếu ngồi trên ghế. Nó cho phép mọi người biết rằng tôi cảm thấy thoải mái và muốn họ cảm thấy điều tương tự. Tư thế của tôi là của một người muốn trò chuyện với họ, chứ không phải chỉ cung cấp thông tin. Khi tôi thoải mái và tận hưởng trải nghiệm, mọi người có nhiều khả năng cũng có cảm giác giống tôi. Nếu bạn có thể tìm ra cách để người nghe thấy rằng bạn đang thoải mái nhưng vẫn chú ý tới họ, bạn có thể khiến họ thoải mái.

Bắt đầu bằng sự hài hước. Một lần, tôi là diễn giả chính tại một bữa tiệc, khi cuối cùng cũng đến lượt mình, tôi mở đầu bằng câu chuyện sau đây: “Với 8.578 từ, diễn văn nhậm chức của Tổng thống William Henry Harrison là bài diễn văn dài nhất từ trước đến nay. Ông đọc nó trong ngày tiết lạnh giá và từ chối đội mũ hoặc mặc áo khoác. Ông bị nhiễm lạnh vào hôm đó và căn bệnh sớm chuyển sang viêm phổi. Ông qua đời một tháng sau đó. Là một diễn giả, tôi đã học được một bài học từ câu chuyện này. Tôi sẽ vẫn mặc ấm và tôi hứa với các bạn, bài phát biểu của tôi sẽ ngắn thôi.” Cả phòng râm râm với những tràng cười, mọi người nhận ra tôi đã khiến bài nói chuyện của mình trở nên vui vẻ và chúng tôi đã kết nối với nhau.

Tạo ra hy vọng. Vào đầu bài nói chuyện, tôi chia sẻ với mọi người những gì mình sẽ mang lại cho cuộc sống của họ. Và thường tôi sẽ nói: “Các bạn sắp học được một điều gì đó,” sau đó, tôi đề nghị họ nói câu đó với người bên cạnh. Khi mọi người quay sang nhau, năng lượng và hy vọng trong phòng bắt đầu tăng. Khi tôi đề nghị họ nói với người kia rằng “đã đến lúc rồi,” họ đều cười và nhiều người trong số họ thực sự đã nói câu đó. Việc làm này thường khiến hầu hết mọi người vui vẻ và sau đó họ cảm thấy kết nối hơn với tôi và với nhau.

Chắc chắn tôi không khuyên bạn nên làm tất cả những gì tôi làm. Những gì hiệu quả đối với tôi chưa chắc đã có tác dụng với bạn. Khi giao tiếp, bạn cần phải tìm ra phong cách riêng và thử nghiệm các kỹ thuật phù hợp với bạn. Tuy vậy, nguyên tắc vẫn không đổi. Bạn cần phải tìm cách để sớm kết nối với người nghe, khiến họ thoải mái và hứng thú ngay từ đầu.

4. Kích thích khán giả

Thật dễ giao tiếp với những người đầy nhiệt huyết, chủ động và thật khó khăn với những người thụ động. Bạn nên làm gì trong các tình huống như vậy? Bạn nên tiến lên trước và hy vọng kết quả tốt nhất sẽ xảy ra? Tất nhiên là không. Bạn nên tìm cách kích thích các khán giả và khiến họ tham gia cùng với bạn.

Bất cứ khi nào nói chuyện, tôi đều tìm những dấu hiệu của sự tham gia từ những người tôi đang giao tiếp. Tôi kiểm tra xem họ có đang ghi chép không. Tôi nhìn xem họ có đang cho thấy sự “lo là” không. Mọi người có giao tiếp bằng mắt không? Họ gật đầu chấp thuận hay hiểu vấn đề? Tôi có nhận được phản ứng phù hợp của khán giả về điều tôi nói không? Mọi người đang cười hay vỗ tay? Nếu có những dấu hiệu đó, thật tuyệt vời! Nếu không, tôi sẽ tìm cách thu hút các khán giả tham gia vào bài nói chuyện. Dưới đây là một số cách:

Đặt câu hỏi. Cho dù bạn đang giao tiếp trực tiếp với một người hoặc một lượng lớn khán giả, thì việc đặt câu hỏi sẽ tạo ra một kết nối giữa bạn và người nghe, vốn rất quan trọng đối với việc giải phóng năng lượng và nâng cao mức độ quan tâm của họ. Bởi khán giả của tôi thường rất đa dạng, nên khi bắt đầu, đôi khi tôi hỏi mọi người đến từ đâu và tôi sẽ nói đùa vài câu về những địa danh khác nhau. Hoặc tôi sẽ đặt ra một câu hỏi liên quan đến chủ đề sắp nói. Tôi chỉ cố gắng khiến mọi người tham gia ngay lập tức vào bài nói chuyện.

Trong quá trình nói chuyện, tôi thường đưa ra các câu hỏi rộng và toàn diện. Chúng thường là các câu hỏi mà 90% người nghe sẽ hưởng ứng. Ví dụ, nếu đang nói về chủ đề thất bại, tôi sẽ đưa ra những câu hỏi như: “Bao nhiêu người trong số các bạn đã từng mắc sai lầm ít nhất một lần trong đời?” Câu hỏi này thường khiến mọi người cười mỉm và giơ cao tay. Hầu hết mọi người đều muốn cảm thấy là một phần trong trải nghiệm, thế nhưng họ không muốn nổi bật trong một nhóm. Nếu bạn đặt câu hỏi quá cụ thể, họ sẽ không dám giơ tay.

Tôi khuyên bạn nên thử mẹo này, nhưng hãy luôn bắt đầu bằng việc nắm chắc phần thắng trong tay – một câu hỏi sẽ nhận được rất nhiều phản hồi, hoặc thậm chí nụ cười tán thành. Hãy tiếp tục bằng cách đặt thêm câu hỏi. Một khi đã nắm bắt được ý tưởng, họ sẽ thích thú khi làm việc đó.

Tôi cũng sử dụng các câu hỏi ít nghiêm túc hơn. Trước khi đi ăn tối với mọi người, tôi nghĩ ra một vài câu hỏi như: “Bạn đã có những trải nghiệm thú vị gì trong tháng này?” hoặc “Bạn mới đọc những cuốn sách hay nào gần đây?” Tôi không chờ mọi người tham gia vào buổi nói chuyện. Tôi làm mọi thứ để kéo họ vào.

Khiến mọi người di chuyển. Khi nói chuyện với khán giả, tôi thường mất cả buổi sáng hoặc buổi chiều. Đôi lúc sau khi mọi người đã ngồi khá lâu, tôi đề nghị họ đứng dậy vận động vươn vai. Vận động sẽ giúp mọi người thư giãn.

Đôi khi tôi sẽ đề nghị mọi người tập vài động tác thể dục tại chỗ. Ví dụ, khi tôi chia sẻ về việc thay đổi khó khăn đến mức nào hoặc cảm thấy khác biệt ra sao khi cố gắng làm một điều gì đó mới mẻ, tôi sẽ đề nghị họ siết các ngón tay đan chặt vào nhau. Lúc nào cũng vậy, mọi người quen làm việc này với một ngón cái trở lên. Vì vậy, tôi đề nghị họ siết tay một lần nữa, nhưng lần này là ngón tay cái còn lại trở lên. Điều này luôn nhận được phản ứng bởi nó hơi kỳ lạ. Kết quả là cả phòng bắt đầu xôn xao.

Khiến mọi người di chuyển cũng có tác dụng trong giao tiếp nhóm hoặc trực tiếp với một người. Bạn có thể lập kế hoạch các hoạt động cho một nhóm để giúp họ có thêm nhiệt huyết. Và nếu giao tiếp trở nên nhàm chán khi gặp gỡ một người duy nhất, bạn có thể đi dạo hoặc thay đổi chỗ ngồi. Vận động về thể chất có thể giúp kích thích hoạt động tinh thần.

Đề nghị mọi người tương tác. Dù điều này không có tác dụng trong mọi trường hợp, nhưng đôi khi hãy

đề nghị mọi người tương tác với nhau. Đôi khi tôi đề nghị mọi người giới thiệu về họ với những người xung quanh, chia sẻ một ý tưởng với ai đó ngồi bên cạnh họ hoặc đề mọi người tham gia vào các nhóm thảo luận.

Một lần nữa, việc này khiến mọi người gắn bó với nhau và làm tăng năng lượng trong phòng. Điểm quan trọng là diễn giả có trách nhiệm mang lại năng lượng cho các khán giả và tìm cách kích thích họ.

5. Nói sao cho đúng trọng tâm

Mọi giao tiếp tuyệt vời đều có một điểm chung: diễn giả nói điều gì đó mà mọi người nhớ rất lâu sau khi bài nói chuyện kết thúc. Dưới đây là một vài ví dụ:

- Patrick Henry – “Hãy cho tôi tự do hoặc để tôi chết.”
- Nathan Hale – “Tôi lấy làm tiếc rằng mình chỉ có một cuộc đời để hy sinh cho đất nước.”
- Abraham Lincoln – “Một chính phủ của dân, do dân và vì dân.”
- Winston Churchill – “Không bao giờ, không bao giờ, không bao giờ được bỏ cuộc.”
- John F. Kennedy – “Đừng hỏi Tổ quốc có thể làm gì cho ta mà hãy hỏi ta có thể làm gì cho Tổ quốc.”
- Martin Luther King Jr – “Tôi có một ước mơ.”

Nếu muốn mọi người nhớ những gì bạn nói, bạn cần phải nói đúng thông tin, đúng lúc và đúng cách!

Khi mới bắt đầu sự nghiệp, tôi thường chỉ nói những gì tôi nghĩ và không chú ý đến cách nói. Khi nhận ra tầm quan trọng về cách chuyển tải thông tin, tôi tập trung hơn vào điều đó. Tôi đã tiếp tục trau dồi kỹ năng này và trong nhiều năm qua, tôi đã học nói theo cách mà mọi người sẽ nhớ mãi. Tôi muốn chia sẻ với các bạn một số điều mà tôi đã học được:

Liên kết những gì bạn nói với những gì mọi người cần. Không gì có thể khiến một bài phát biểu đáng nhớ hơn khi nó phù hợp với nhu cầu của người nghe. Khi Churchill nói: “Không bao giờ, không bao giờ, không bao giờ bỏ cuộc,” mọi người đang phải đối mặt với mối đe dọa về việc Đức quốc xã sẽ xâm chiếm toàn bộ châu Âu. Khi Martin Luther King Jr. nói với mọi người tại Đài tưởng niệm Lincoln rằng ông đã có một ước mơ, họ cần nguồn cảm hứng của ông để tiếp tục chiến đấu vì dân quyền.

Mọi người chú ý khi điều được nói ra kết nối với mong muốn của họ. Nếu làm theo lời khuyên của tôi về việc cố gắng giao tiếp với mọi người dựa trên điểm chung và nỗ lực để bước vào thế giới của người nghe, thì bạn đã tăng cơ hội hiểu về nhu cầu và mong muốn của họ. Và điều đó làm tăng khả năng kết nối của bạn.

Nếu bạn muốn mọi người nhớ những gì bạn nói, bạn cần phải nói đúng thông tin, đúng lúc và đúng cách!

Tìm cách để luôn độc đáo. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng có một mối tương quan trực tiếp giữa linh

tính và ảnh hưởng. Người nghe càng nghĩ rằng bạn thiên về cảm tính, bạn càng có ít khả năng ảnh hưởng đến họ. Ngược lại, nếu càng ít thiên về cảm tính, bạn càng tăng được tâm ảnh hưởng của mình.

Nếu khán giả của bạn luôn biết trước những gì sắp xảy ra, họ sẽ rời đi thay vì nán lại.

Quản lý sản xuất Joseph Marler nói rằng ông đã chống lại tính dự đoán bằng cách làm một trò ảo thuật trong kinh doanh. Mục sư Robert Keen nói với tôi rằng ông đã từng đặt một chiếc bình trong túi nhựa và đập vỡ nó bằng một cái búa để thu hút được sự chú ý của mọi người, nhưng ông đã đập mạnh đến mức các mảnh vỡ văng khắp nơi. Robert nói: “Cả giáo đoàn cười vang khi tôi tự mình nhặt chúng lại.” Tiến sĩ Seuss làm mới không khí trong khán phòng bằng một cuốn sách truyện dạng áp phích. Nó đã được hoan nghênh nhiệt liệt. “Giáo sư của chúng tôi, người được biết là rất nghiêm khắc,” Jeff nói, “đã cho chúng tôi điểm tuyệt đối, điều vốn chưa từng có tiền lệ. Ông nói rằng ông chưa từng được nghe bất kỳ bài trình bày nào như thế và chưa bao giờ thấy các sinh viên lắng nghe chăm chú đến thế. Ông đã trở thành một khán giả thực sự của chúng tôi... Bằng cách tạo ra một trải nghiệm mà tất cả mọi người đều thích thú, chúng tôi có thể nâng tầm bài thuyết trình điển hình, thu hút khán giả và mang lại cho cả nhóm sinh viên chăm chỉ trong ngày cuối cùng trọng đại của đời sinh viên đầy niềm vui và tiếng cười.”

Mọi người chú ý khi điều được nói ra kết nối với mong muốn của họ.

Sử dụng sự hài hước. Tục ngữ có câu: “Một trái tim vui vẻ là liều thuốc thần kỳ.” Ngay cả khi các khán giả khó có thể ghi nhớ được một số điểm bạn đưa ra, họ vẫn nhớ sự hài hước của bạn. Suy cho cùng, ai cũng thích sự hài hước, đặc biệt là sự hài hước khiêm tốn. Nó thể hiện cá tính của người trình bày. Việc pha trò kết nối anh ta với mọi người hơn thay vì thể hiện sự trịch thượng. Tổng thống Abraham Lincoln, người được biết đến như vị tổng thống của nhân dân, thường xuyên lấy bản thân ra để pha trò. Đó là một kỹ thuật mà mọi nhà giao tiếp nên nắm bắt.

Sử dụng một tuyên bố hoặc dữ liệu gây sốc. Tôi sẽ không bao giờ quên những gì Nancy Beach đã đưa ra trong một thông điệp liên quan đến nghèo đói: “Sáu triệu trẻ em dưới năm tuổi chết đói mỗi năm. Cứ bảy người trên thế giới thì có một người đi ngủ với chiếc bụng rỗng mỗi ngày. Ba người giàu nhất thế giới có nhiều của cải hơn GDP của 48 quốc gia nghèo nhất thế giới cộng lại.”

Bạn không thấy những con số này đáng kinh ngạc sao? Tôi đã làm điều tương tự. Và đó là lý do khán giả ở lại với tôi. Nếu thông tin về chủ đề của bạn có khả năng nắm bắt được sự chú ý của mọi người, hãy sử dụng chúng.

Trình bày mọi thứ một cách thú vị. Nếu bạn chỉ đơn thuần cung cấp cho mọi người thông tin hoặc truyền đạt các ý tưởng mà không xét đến nhịp độ nói của bạn, bạn đang bỏ lỡ các cơ hội kết nối và khiến mọi người nhớ những gì bạn nói. Hãy so sánh các cụm từ sau:

Một người phải hy sinh để thành công.	Bạn phải từ bỏ để thành công.
Các mối quan hệ rất quan trọng trong việc gây ảnh hưởng đến mọi người.	Sẽ chẳng có ai song hành cùng bạn nếu họ không thể.
Mọi người sẽ không lắng nghe cho đến khi họ biết rằng bạn quan tâm đến họ.	Mọi người sẽ chẳng quan tâm đến việc bạn biết bao nhiêu cho đến khi họ biết bạn quan tâm đến họ nhiều như thế nào.

Bất cứ lúc nào bạn nói ra điều gì đó với một sự tươi mới hoặc dí dỏm, mọi người sẽ chú ý đến bạn.

Học cách tạm dừng. Kết nối với mọi người là con đường hai chiều. Nó là một cuộc đối thoại, không phải độc thoại. Bất cứ lúc nào bạn nói không ngừng nghỉ đều khiến mọi người mệt mỏi. Tuy nhiên, nếu dừng lại dù chỉ một chút, bạn đã mang lại cho mọi người cơ hội để xem xét những gì bạn vừa nói. Nó mang lại cho tâm trí của họ giây phút nghỉ ngơi cần thiết. Và thời gian tốt nhất để làm điều này là khi bạn sắp nói điều gì đó đặc biệt quan trọng.

Nhiều người cảm thấy không an toàn với sự im lặng. Tôi đã biến điều đó thành người bạn đồng hành của tôi. Khi giao tiếp và ngừng lại một chút, tôi đang truyền tải những suy nghĩ: “Điều này rất quan trọng... hãy nghĩ về nó... xem xét việc này trong bối cảnh những gì được nói ra... ghi nhớ nó.” Tôi đánh giá cao những khoảng dừng vì chúng cho phép mọi người hiểu được một tuyên bố có giá trị. Lời khuyên của tôi dành cho bất cứ ai muốn kết nối với những người khác là hãy thoải mái với sự im lặng và học cách biến nó trở thành điểm nhấn cho những điều bạn nói.

6. Hãy sử dụng trực quan

Hầu hết mọi người đều học hỏi bằng trực quan. Và trong thời đại ngày nay, khi truyền hình, phim ảnh, YouTube và các hình thức truyền thông khác lên ngôi, thì những gì mọi người nhìn thấy ngày càng trở nên quan trọng.

Kết nối với mọi người là con đường hai chiều. Nó là một cuộc đối thoại, không phải độc thoại.

Một trong những cuốn sách có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động giao tiếp của tôi khi còn là một mục sư đó là cuốn *The Empowered Communicator* của Calvin Miller. Trong đó, ông đã viết những bức thư của các khán giả tưởng tượng cho diễn giả. Trong một lá thư, ông đã viết:

Thưa diễn giả,

Thế giới chưa bao giờ thôi trân trọng sự thật. Tôi là một thành viên của nhà thờ đến nay đã hơn 50 năm. Chúng tôi đã có hơn 20 mục sư, Tôi không biết rõ con số cụ thể, nhưng không ai ở lại lâu. Mỗi người trong số họ đều nói sự thật. Thực tế, họ có thể khiến anh buồn chán trong nhiều giờ đến khi kết thúc bằng sự thật. Chỉ có một người trong đó mà chúng tôi thực sự muốn giữ lại. Ông ấy nói sự thật một cách đầy thú vị. Có lần, ông đã mặc chiếc áo choàng tắm và đóng vai vua David. Lần khác, ông ấy đã đóng vai chủ quán trọ ở Bethlehem. Ông còn bôi nhọ nòi lên mặt và nói với chúng tôi ông là

Job. Tất cả chúng tôi đều thu nhận được nhiều thông tin hơn và ông ấy cũng vậy, nhưng tôi không bao giờ thực sự hiểu được sách của Job cho đến khi được nghe bài giảng đó của ông. Có lần, ông mặc một chiếc áo choàng trắng và đứng phía sau khán phòng, trên tay là một biển báo. Ông nói với chúng tôi ông là Tổng lãnh thiên sứ⁶. Ông có vẻ rất nghiêm túc, khiến chúng tôi vô cùng tin tưởng. Ông luôn làm mọi điều ân tượng để thu hút sự chú ý của chúng tôi. Nhà thờ lớn ở Chattanooga đã thuê ông sau đó. Những người giỏi dường như bao giờ cũng khó giữ chân.

Họ đã bắt giữ ông ở Greenville ngày hôm sau. Ông đã đi bộ xung quanh thị trấn, mặc một chiếc áo choàng trắng, mang theo một biển ngữ có nội dung: “Thế giới sắp tận thế”. Tôi không biết tại sao họ bắt ông. Hầu hết mọi người tin rằng ông đã đúng. Như tôi biết, ông đã nói sự thật một cách rất thú vị. Tuần trước, nhà thuyết giảng của tôi đã chia sẻ về điều đó. Nhưng cách ông nói sự thật tương tự không có gì thú vị. Họ có thể đã bắt sai người.

Đối với tôi, việc nói sự thật một cách thú vị rất quan trọng. Không có quá nhiều người làm được điều đó. Chúng tôi lắng nghe những bài thuyết giảng của anh và đang mong anh sẽ làm được điều đó. Anh có thể thử mặc chiếc áo choàng trắng và mang một biển ngữ. Nhưng đừng đi ra ngoài.

– Khán giả của anh

Không phải ai cũng có thể hiểu được phong cách giao tiếp mà Miller miêu tả trong bức thư này, nhưng đó không phải là vấn đề. Vấn đề là với tư cách các nhà giao tiếp, chúng ta cần phải tìm cách để thu hút thị giác người nghe. Một số diễn giả sử dụng phim, PowerPoint hoặc đồ họa nhưng không có lựa chọn nào đặc biệt hiệu quả đối với tôi. Thay vào đó, khi nói, tôi thường sử dụng sự chuyển động và biểu cảm khuôn mặt. Tôi cũng sử dụng giao tiếp bằng mắt. Tất cả những điều đó giúp tôi kết nối trực quan, mặc dù giao tiếp bằng mắt tốt không phải lúc nào cũng là một dấu hiệu kết nối tuyệt vời. Candace Sargent kể cho tôi nghe về một diễn giả đã nhìn thấy một người phụ nữ dưới hàng khán giả luôn nhìn thẳng vào ông trong suốt thời gian ông nói chuyện. “Điều đó khiến ông ta lấy làm phần khích,” Candace nói, “và cảm thấy tự tin hơn nữa! Nhưng sau đó, ông phát hiện ra cô ấy bị khiếm thính và chỉ đang cố gắng đọc khẩu hình môi của ông.”

Bất cứ điều gì có thể giúp mọi người thông qua trực quan sẽ giúp họ kết nối. Tôi khuyến khích mọi người ghi chép. Khi viết ra một cái gì đó, có nhiều khả năng, bạn sẽ nhớ hơn. Một lần tại một hội nghị, bạn tôi, Terry và Jen Brown đã tặng một chiếc áo phông mà tôi rất thích mặc. Nó có đề dòng chữ: “Nếu tôi đang nói, bạn nên ghi chép.” Đó không phải là cách nhiều người cảm nhận khi họ dạy hoặc nói chuyện sao?

Tôi cũng sử dụng từ ngữ để cố gắng kích thích trí tưởng tượng của người nghe. Tôi muốn khuyến khích họ vẽ ra các bức tranh sống động trong tâm trí họ. Lần đầu tiên chia sẻ tầm nhìn của mình về tuyển dụng và đào tạo với một triệu nhà lãnh đạo trên toàn thế giới thông qua tổ chức của tôi, EQUIP, tôi đã thường xuyên sử dụng từ “tưởng tượng” trong quá trình giao tiếp. Tôi yêu cầu mọi người tưởng tượng về những gì sẽ xảy ra đối với các nước đang phát triển nếu các nhà lãnh đạo được đào tạo để dẫn dắt đất nước, hoặc tôi sẽ nói: “Hãy tưởng tượng xem bạn sẽ cảm nhận như thế nào nếu bạn đầu tư thời gian và tiền bạc của mình vào việc trang bị cho các nhà lãnh đạo để tạo ra sự khác biệt trong thế giới của họ.” Mọi người bắt đầu có những tưởng tượng riêng, họ tham gia và cảm thấy quan tâm đến nó.

7. Kể chuyện

Có lẽ cách hiệu quả nhất để nắm bắt sự quan tâm của mọi người và khiến trải nghiệm thú vị hơn khi bạn nói chuyện là đưa vào đó các câu chuyện. Cho dù bạn đang giao tiếp bằng sự hài hước, những thực tế khó khăn, hay bi kịch, thì kể chuyện cũng vẫn sẽ cải thiện được trải nghiệm. Isak Dinesen, trích dẫn lời một người bạn, nhận xét: “Mọi nỗi buồn đều được sẻ chia nếu bạn đặt chúng vào một câu chuyện hay kể một câu chuyện về chúng.” Những sự thật cứng nhắc hiếm khi kết nối với mọi người. Nhưng câu chuyện hay có tác động đáng kinh ngạc và có thể giúp ngay cả nhà giao tiếp kém cỏi nhất cải thiện khả năng và bắt đầu kết nối với mọi người.

Mặc dù tôi hiểu điều này trong các cuộc đàm thoại với tư cách là một diễn giả, nhưng đó vẫn là một bài học khó khăn hơn đối với tôi khi nói đến việc viết sách. Tôi là một người khá cứng nhắc và thường có thái độ: Hãy trao cho tôi các nguyên tắc, tôi sẽ áp dụng chúng vào cuộc sống của mình. Kết quả là, một số cuốn sách đầu tay của tôi thiếu đi tiếng nói của công chúng. Thành thật mà nói, tôi đã viết sách để dành cho những người như tôi. Chúng là những gì tôi muốn đọc, những cuốn sách đơn giản, thực tế và có tính ứng dụng. Chúng gồm toàn các danh sách và các câu trích dẫn mà tôi đã thu thập được. Tuy vậy, chúng lại thiếu sự ám áp.

Một người bạn đã giúp tôi hiểu ra sai lầm của mình khi anh ấy chỉ ra rằng: “Khi nói, anh chia sẻ những câu chuyện thú vị với khán giả. Anh đưa mọi người lên chuyến hành trình cùng anh. Điều đó cũng cần phải được đưa vào những cuốn sách.” Mọi người kết nối với những câu chuyện thay vì các dữ liệu. Từ đó, tôi bắt đầu đưa nhiều câu chuyện hơn vào các cuốn sách của tôi.

Các nhà thần kinh học nói rằng não của chúng ta được lập trình cho những câu chuyện nhiều hơn các ý tưởng trừu tượng hoặc các slide PowerPoint. Chúng ta sống với những câu chuyện và sử dụng chúng để kể về những trải nghiệm của chúng ta. Và khi chia sẻ, chúng giúp mọi người hiểu chúng ta, hiểu bản thân họ và thế giới của họ.

Tôi thích cách miêu tả về tác động của nghệ thuật kể chuyện trong cuốn The Message (Tạm dịch: Thông điệp) của Eugene Peterson. Khi các môn đệ hỏi Chúa Giê-su rằng tại sao người dùng ngụ ngôn để dạy dân chúng, ngài đáp:

Các con đã có được đặc ân để hiểu biết các điều bí ẩn về Nước Trời nhưng những người khác thì không. Ai có trí tuệ sẽ được cho thêm để họ có dư, nhưng ai không hiểu biết thì sẽ bị lấy cả những gì họ có. Ta dùng ngụ ngôn để dạy họ vì họ nhìn mà không thấy, nghe mà không hiểu.

Trong nhiều năm, tôi đã gây dựng được danh tiếng như một người giao tiếp thu hút mọi người đến các buổi nói chuyện. Một trong những bí mật của tôi là tôi thu thập những câu chuyện tuyệt vời và sử dụng chúng khi nói chuyện. Tôi có một bộ sưu tập thẻ chứa những câu chuyện tuyệt vời nhất mà tôi từng thấy. Khi tôi rút một trong các thẻ, những người đã từng nghe tôi nói chuyện trước đây có thể chắc chắn bốn điều: tôi sẽ đọc nội dung thẻ cho họ. Nó sẽ rất hài hước. Nó ẩn chứa một điểm quan trọng. Và tôi sẽ đọc cho họ như thể đó là lần đầu tiên tôi đọc câu chuyện đó. Tôi tin rằng có chút khác biệt khi ngồi trên một chiếc ghế, rút ra một tấm thẻ và chia sẻ nội dung của nó. Nếu bạn đọc thuộc các mẫu giấy giống như thế và chuyển tải nó đến một nhóm người, nó có thể trôi tuột đi và thực sự tạo ra một khoảng cách giữa bạn và họ. Tuy nhiên, việc đọc chúng, nếu được thực hiện đúng cách, có thể thu hẹp khoảng cách đó và giúp bạn kết nối. Tôi đã nhận thấy đó là một trải nghiệm thú vị đối với tôi và những khán giả của tôi.

HÃY TRỞ THÀNH NHÀ KẾT NỐI MÀ BẠN MUỐN NGHE

Khi nói đến việc nắm bắt sự chú ý của mọi người và kết nối với những người khác, điểm mấu chốt là bạn nên cố gắng trở thành nhà giao tiếp mà bạn muốn nghe. Những nhà kết nối nào bạn muốn nghe nhất? Ai kết nối với bạn khi họ nói chuyện? Bạn quan sát thấy những phẩm chất đáng quý nào ở những nhà kết nối mà bạn ngưỡng mộ?

Sonya Hamlin, trong cuốn sách *How to talk so people listen*, đã tiếp cận trọng tâm của vấn đề khi cô đưa ra hai danh sách các phẩm chất được tìm thấy ở nhiều nhà giao tiếp và đề nghị các độc giả của mình chọn ra danh sách tốt nhất đại diện cho kiểu diễn giả mà họ muốn nghe. Dưới đây là danh sách của cô ấy:

DANH SÁCH 1	DANH SÁCH 2
ấm áp	kiêu ngạo
thanh liêm	mơ hồ
thân thiện	đều đều
hào hứng	phức tạp
thú vị	kẻ cả
hiểu biết	bồn chồn
có tổ chức	cứng nhắc
sáng tạo	không phù hợp
tự tin	không linh hoạt
truyền cảm hứng	không thay đổi
công khai	cường độ cao
xác thực	khép kín
thoải mái	
hài hước	

Hamlin tiếp tục miêu tả về tầm ảnh hưởng của các phẩm chất trong mỗi danh sách này với khán giả theo hướng tích cực và tiêu cực. Nhưng tôi nghĩ rằng rất dễ biết lý do danh sách đầu tiên sẽ hiệu quả đối với chúng ta còn danh sách thứ hai thì không. Khi bạn nghe thấy ai đó giao tiếp, tôi nghĩ rằng việc sử dụng hai danh sách này sẽ mang lại hiệu quả. Khi quan sát thấy một trong những phẩm chất đó, hãy đánh dấu vào bên cạnh. Khi bạn gặp một người giao tiếp có phong cách và phẩm chất được phản ánh trong Danh sách 1, hãy nghiên cứu họ để xem họ có đang sử dụng bí quyết gì để luôn thu hút và bạn có thể áp dụng hiệu quả hay không.

Không ai có thể kết nối với tất cả mọi người cho dù cố gắng đến mức nào. Mặc dù đã cố gắng để trở thành một người giao tiếp hiệu quả, nhưng vẫn có những người tôi không thể gây được ấn tượng. Tuy nhiên, bạn có thể chắc chắn rằng tôi sẽ làm mọi thứ trong khả năng để khiến họ khỏi ngủ gật. Họ càng ở lại lâu, tôi càng có cơ hội chiếm được cảm tình của họ và càng có cơ hội tăng thêm giá trị cho họ.

TRỞ THÀNH NGƯỜI MÀ BẠN MUỐN KẾT NỐI

Một trong những mối quan tâm của tôi trong chương này đó là tập trung vào việc nói chuyện trước công chúng. Có rất nhiều diễn giả không kết nối và có rất nhiều các nhà kết nối không nói chuyện được trước đông người. Tôi đã cố gắng cung cấp một số công cụ cho những người mong muốn cải thiện khả năng nói của họ. Tuy nhiên, tôi muốn nhắc nhở bạn rằng kết nối không phải là học để trở thành một người thuyết trình tốt hơn, mà là trở thành kiểu người khiến những người khác muốn kết nối.

Billy Hawkins đã viết và kể cho tôi nghe một câu chuyện minh họa rất chính xác ý nghĩa của việc kết nối bằng cách tạo ra một trải nghiệm mà ai đó thích thú. Cô giải thích:

Trong nhóm trẻ ở nhà thờ của chúng tôi, có một cậu bé sáu tuổi, Ollie, được chăm sóc với chế độ trọn đời. Mẹ cậu bé đã tự tử còn cha thì tội liên tục. Tôi cho rằng mục tiêu hàng tuần của tôi là kết nối với Ollie. Mỗi Chủ nhật hàng tuần, tôi đều dành thời gian nói những lời động viên cậu bé và mỗi thứ Hai sẽ gửi cho cậu một lá thư qua đường bưu điện. Vào một ngày Chủ nhật nọ, tôi thấy cậu bé ngồi trên sàn nhà tách biệt với những đứa trẻ khác, tay cậu cầm một xấp giấy và trải ra trước mặt.

Tôi thấy cậu nhặt từng tờ lên, giả vờ đọc chúng và sau đó đặt chúng trở lại sàn nhà. Cậu từ chối tham gia chơi với các bạn cùng trang lứa, tất cả những gì cậu muốn là nhìn các tờ giấy.

Thấy vậy, tôi liền ngồi xuống bên cậu và xem có chuyện gì. Tôi thấy chữ của tôi trên một số tờ giấy.

“Chào Ollie,” tôi nói. “Cháu đang làm gì thế?” Và tôi phát hiện ra, đó là toàn bộ số thư tôi gửi cho cậu từ trước đến nay. Mắt tôi rơm rớm khi cậu bé nhìn tôi, trên tay là lá thư bị nước mưa làm nhòe chữ và nói: “Đây là những bức thư rất đặc biệt của cháu.”

Billy nói rằng, năm sau đó, Ollie đã được nhận vào bệnh viện tâm thần dành cho trẻ em và mặc dù không được phép thăm nom, nhưng cô vẫn được đặc cách thăm Ollie bởi cô ấy đã kết nối được với cậu bé. Billy tổng kết lại trải nghiệm đó như sau:

Thật tuyệt khi có thể kết nối với một đứa trẻ mà thế giới của bé đang trong tình trạng hỗn loạn và nhắc cậu bé rằng cậu thật đặc biệt với Chúa ra sao và được yêu thương nhiều đến mức nào.

Không bao giờ được đánh giá thấp sức mạnh của kết nối và ảnh hưởng mà bạn có thể tạo nên đơn giản bằng cách nỗ lực tạo ra một trải nghiệm mà những người khác thích thú.

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Thực tế kết nối: Các nhà kết nối tạo ra trải nghiệm mà tất cả mọi người đều thích thú.

Khái niệm chính: Nỗ lực để tạo ra trải nghiệm tuyệt vời cho các tình huống giao tiếp.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Khi mọi người thường thích thú với một trải nghiệm giao tiếp với ai đó là do cảm giác về sự thân mật tạo ra. Điều đó không nhất thiết là một sự thân mật lãng mạn mà chỉ đơn thuần là một kết nối được tạo ra nhờ giao tiếp trung thực có lợi cho cả hai bên. Nỗ lực để tạo ra điều đó bằng cách thực hiện một trong những gợi ý trong chương, chẳng hạn như đặt câu hỏi, sử dụng sự hài hước, hoặc kể chuyện.

KẾT NÓI TRONG NHÓM

Trải nghiệm mà mọi người thường thích nhất trong một nhóm là làm việc nhóm. Như một người giao tiếp, nếu bạn có thể giúp mọi người có cảm giác cùng nhau hoàn thành công việc, thì những người tham gia sẽ cảm thấy kết nối với bạn và với nhau. Lần tới, khi chịu trách nhiệm dẫn dắt một nhóm, hãy yêu cầu họ thực hiện một nhiệm vụ thú vị nào đó với nhau. Hãy chắc chắn rằng tất cả mọi người đều tham gia. Sau đó quan sát tác động của nó đến năng lượng chung và mối quan hệ của nhóm.

KẾT NÓI VỚI KHÁN GIẢ

Khi mọi người là một phần trong nhóm khán giả lắng nghe một người kết nối, họ muốn được vui vẻ. Hãy thử sử dụng một vài mẹo mực mà tôi đã chia sẻ trong chương này vào lần tới khi bạn giao tiếp với khán giả. Đặc biệt, hãy sử dụng các câu chuyện vào quá trình giao tiếp. Thậm chí một báo cáo khô khan hoặc một bài trình bày rất thực tế có thể trở nên sinh động nhờ một câu chuyện hay.

Nếu trước đây bạn chưa từng sử dụng những câu chuyện, thì từ giờ, hãy sử dụng chúng khi bạn kết nối với người khác. Nếu bạn từng sử dụng các câu chuyện, hãy nghĩ ra cách giúp cải thiện khả năng kể chuyện của bạn. Dưới đây là một số lời khuyên từ Martin Thielen, người đã tham dự Liên hoan Kể chuyện Quốc gia tại Jonesborough, Tennessee. Ông quan sát thấy rằng các diễn giả tốt nhất thể hiện những điều sau:

- **Sự nhiệt tình.** Những người kể chuyện rõ ràng rất thích những gì họ làm, thể hiện bản thân bằng niềm vui và sức sống.
- **Tính hoạt bát.** Các bài thuyết trình được đánh dấu bằng những biểu cảm trên khuôn mặt và cử chỉ sinh động.
- **Khán giả tham gia.** Hầu hết mọi người kể chuyện đều thu hút khán giả bằng cách đề nghị họ hát, vỗ tay, lặp lại các câu nói, hoặc sử dụng ngôn ngữ ký hiệu.
- **Ngẫu hứng.** Mặc dù những câu chuyện đã được ghi nhớ, nhưng người kể chuyện ứng biến rất linh hoạt với người nghe.
- **Không ghi chép.** Người kể chuyện không đọc câu chuyện của họ; họ kể chúng, việc này cho phép giao tiếp bằng mắt.
- **Hài hước.** Sự hài hước được lồng ghép vào thậm chí là cả những câu chuyện nghiêm túc hoặc buồn.

Bạn có thể sử dụng lựa chọn nào trong những lựa chọn này để làm sinh động giao tiếp của bạn?

09: CÁC NHÀ KẾT NỐI TRUYỀN CẢM HỨNG CHO MỌI NGƯỜI

Bill Hybels, nhà sáng lập của Nhà Thờ Cộng đồng Willow Creek ở Chicago, đã tổ chức một Hội nghị thượng đỉnh lãnh đạo hàng năm với 70.000 người tham dự trực tiếp hoặc thông qua liên kết vệ tinh. Đó luôn là một sự kiện có sức ảnh hưởng mạnh mẽ đến các nhà lãnh đạo giáo hội và tôi đã có vinh dự được phát biểu tại đó nhiều lần. Năm 2008, khi Bill phát biểu tại lễ bế mạc, bài nói chuyện của ông về chủ đề tầm quan trọng của việc các nhà lãnh đạo truyền cảm hứng cho những người khác. Ông bắt đầu bài phát biểu của mình bằng cách đặt ra câu hỏi sau:

Sẽ thế nào nếu ai đó được thúc đẩy trong công việc và cuộc sống? Một phần trong nghiên cứu của tôi về vai trò của động lực thúc đẩy thực sự khiến tôi kinh ngạc... Rất nhiều nghiên cứu mà tôi đã đọc đưa ra khoảng 40% hoặc thậm chí cao hơn khi so sánh hiệu suất của các nhân viên có động lực so với các nhân viên không có động lực. Hiệu suất khác biệt 40%; đã khiến tôi kinh ngạc. Một nghiên cứu khác cho biết nhân viên có động lực có khả năng rời tổ chức ít hơn so với nhân viên không có động lực là 87%... Rất nhiều nghiên cứu cho biết những người có động lực ở nơi làm việc nghỉ ốm ít hơn, đột ngột yêu cầu bảo hiểm ít hơn, ít trộm cắp hơn, ít có thời gian lãng phí hơn... Có một sự khác biệt rất lớn về kết quả, thành tựu của những người lao động có động lực so với những người không có động lực. Tuy nhiên, bạn chỉ có thể biết điều này nhờ trải nghiệm cá nhân; bạn biết bạn sẽ cho đi bao nhiêu nữa nếu một người nào đó truyền cảm hứng cho bạn.

Rõ ràng, tất cả mọi người đều được hưởng lợi từ động lực. Mọi người đều muốn được truyền cảm hứng.

Khi nhìn lại cuộc sống của mình, tôi có thể thấy năng lượng của tôi dành cho công việc thường phụ thuộc vào những phẩm chất truyền cảm hứng của người chỉ đạo công việc đó. Trong mọi trường hợp, điều làm nên sự khác biệt là nguồn cảm hứng. Một số người truyền cảm hứng cho chúng ta nhiều hơn những người khác.

“Nhân viên có động lực có khả năng rời tổ chức ít hơn so với nhân viên không có động lực là 87%...”

– *Bill Hybels*

TẤT CẢ CHỈ LÀM TĂNG THÊM NGUỒN CẢM HỨNG

Trong nhiều năm, tôi đã nghiên cứu các nhà lãnh đạo, các diễn giả truyền cảm hứng và kết nối với mọi người. Khi ai đó bắt đầu giao tiếp với những người khác, điều đầu tiên mọi người làm là bắt đầu đặt câu hỏi ở mức độ tiềm thức. Họ muốn biết có gì dành cho họ. Họ muốn biết diễn giả có đáng tin cậy không nhưng họ cũng quan tâm đến cách người đó giao tiếp với họ.

Khi theo dõi các nhà giao tiếp hiệu quả truyền cảm hứng cho mọi người, tôi đã đi đến kết luận rằng có

một kiểu công thức, mà tôi gọi là phương trình truyền cảm hứng, rất có hiệu quả:

Những gì họ biết + những gì họ thấy + những gì họ cảm nhận = truyền cảm hứng

Khi ba yếu tố này xuất hiện và một người giao tiếp có thể ghép chúng lại, nó tạo ra một sức mạnh tổng hợp có khả năng truyền cảm hứng cho mọi người. Và từ nơi có cảm hứng đó, bạn có thể dẫn dắt mọi người hành động. Chúng ta hãy nhìn vào từng “số hạng” thuộc phương trình truyền cảm hứng trên.

NHỮNG GÌ MỌI NGƯỜI CẦN PHẢI BIẾT

Khi các diễn giả không kết nối nghĩ về những gì người nghe của họ cần phải biết, họ tập trung vào thông tin. Đó không phải là những gì tôi đang nói đến ở đây. Trong bối cảnh kết nối, mọi người cần phải biết bạn đang đứng về phía họ. Triết học gia người Hy Lạp, Aristotle, hiểu điều này và nhận xét về nó trong tác phẩm *The Rhetoric* (Tạm dịch: *Thuật hùng biện*). Trong bối cảnh thuyết phục, ông đã xác định yếu tố quan trọng nhất là lời lẽ khảm thiết (*pathos*), khả năng của nhà kết nối trong việc kết nối với cảm xúc, mong muốn, nguyện vọng, sự sợ hãi và đam mê của người nghe. Đó là một cách khiến mọi người yên tâm, cho họ biết họ có thể tin tưởng bạn, nói với họ rằng họ nên lắng nghe bạn. Làm sao bạn có thể chuyển tải được điều đó? Tôi tin rằng có hai cách như dưới đây:

Mọi người cần biết rằng bạn hiểu họ và tập trung vào họ

Tôi không biết một nhà kết nối nào mà không quan tâm đến người nghe. Những người chỉ biết quan tâm đến bản thân thường không kết nối.

Nếu sắp kết nối, mọi người cần phải biết rằng bạn hiểu họ và cảm thấy bạn ở đó là vì họ. Những nhà giao tiếp tài năng hiểu rằng mọi người đều có những lý do riêng khi làm việc gì đó, không vì những lý do của diễn giả hoặc người giao tiếp. Theo đó, họ tập trung vào nhu cầu của người nghe thay vì của họ.

Những người kết nối hiểu được điều tương tự mà nữ diễn viên Lisa Kirk biết khi cô nói: “Một người buôn chuyện là người nói cho bạn biết về người khác; một người tế nhị là người nói cho bạn biết về anh ta; và một người thông minh là người nói cho bạn biết về chính bạn.” Người kết nối làm điều mà người thông minh làm. Họ cho bạn biết về chính bạn và nói ngôn ngữ truyền cảm hứng của bạn.

Các nhà lãnh đạo và diễn giả hiểu điều này có thể ảnh hưởng đến mọi người. Ví dụ, Henry J. Kaiser, một người đóng tàu trong Thế chiến II, đã sử dụng sự hiểu biết của ông về mọi người để truyền cảm hứng cho nhân viên nhằm gia tăng sản xuất của công ty khi Hoa Kỳ đang cần thêm rất nhiều tàu. Ngôn ngữ truyền cảm hứng tại thời điểm đó là “cạnh tranh”. Vì vậy, Kaiser đã nói với các nhân viên ở Richmond, California, cơ sở mà ông muốn xem liệu họ có thể phá kỷ lục đóng tàu chiến hay không. Họ được truyền cảm hứng, không chỉ để làm việc chăm chỉ hơn mà còn đưa ra các sáng kiến cải thiện phương pháp sản xuất. Kết quả là, họ đã đóng xong con tàu Liberty chỉ trong 72 ngày, một khoảng thời gian đáng kinh ngạc trong khi các nhà máy đóng tàu khác trung bình phải mất gấp hai lần khoảng thời gian đó.

Mọi người đều có ấn tượng khó phai khi biết bạn quan tâm đến họ và hiểu họ. Lea Carey đã rất trân trọng mẫu giấy đầu tiên cô nhận được từ ông chủ cũ, người mà cô đã miêu tả là nhà lãnh đạo tốt nhất

cô từng làm việc. “Khi tôi nhìn vào mẫu giấy viết tay của ông ấy sau 3 năm,” cô nói, “tôi vẫn đập lạc vài nhịp... bởi ông ấy đã dành thời gian cho tôi.” Và mục sư Adam Henry sẽ không bao giờ quên những lời tích cực mà một người cha xứ đã nói với giáo đoàn của ông: “Một ngày nào đó tôi có thể sẽ nói: ‘Tôi đã dạy chàng trai này trong lớp của tôi.’” Adam nói rằng: “Người đàn ông mà chúng tôi rất kính trọng đã nói rằng ông tự hào vì biết tôi. Đến giờ, nó vẫn còn truyền cảm hứng cho tôi mỗi khi nhớ đến nó. Những lời nói của ông đã khiến tôi hân hoan hơn việc chỉ đơn thuần nhận được một lời khen.”

Khi chuẩn bị giao tiếp với những người khác, bạn phải cho họ biết rằng bạn hiểu họ và muốn giúp đỡ họ. Bạn phải học ngôn ngữ truyền cảm hứng của họ và nói với họ bằng thứ ngôn ngữ đó. Bằng cách đặt ra những câu hỏi dưới đây, bạn có thể làm được điều đó:

Họ đang nghĩ gì? Trước khi giao tiếp với mọi người, tôi cố gắng tìm hiểu nhiều nhất có thể về họ. Tôi muốn tìm hiểu về văn hóa và các giá trị tổ chức của họ, về trách nhiệm mơ ước của họ, bởi tôi muốn biết họ đang nghĩ gì. Nó giúp tôi nói thứ ngôn ngữ truyền cảm hứng của họ. Các diễn giả thường xuyên có thái độ: “Đây là những gì tôi nghĩ; hãy ngồi xuống và lắng nghe.” Các nhà kết nối có thái độ: “Tôi sẽ ngồi xuống và lắng nghe trước khi tôi chia sẻ những gì tôi nghĩ.”

“Điều kiện tiên quyết cần thiết nhất của một người bạn là có đôi tai biết lắng nghe.”

– *Maya Angelou*

Họ đang nói gì vậy? Nhà thơ kiêm nhà văn Mỹ Maya Angelou nhấn mạnh rằng: “Điều kiện tiên quyết cần thiết nhất của một người bạn là có đôi tai biết lắng nghe.” Đó cũng là điều kiện tiên quyết để trở thành một nhà lãnh đạo hoặc nhà giao tiếp truyền cảm hứng.

Các nhà lãnh đạo giỏi, các nhà giao tiếp xuất sắc là những người biết lắng nghe. Để lắng nghe hiệu quả nhất, họ thực hiện theo khuôn mẫu sau: lắng nghe, học hỏi và sau đó dẫn dắt. Họ lắng nghe những gì mọi người đang nói, lắng nghe cách mọi người nói và cả những gì không được nói ra. Đó là cách họ đọc vị mọi người trước khi họ đứng lên chia sẻ và điều đó ảnh hưởng đến cách họ giao tiếp. Ngay cả những điều đúng đắn được nói ra trong hoàn cảnh không phù hợp cũng không mang lại hiệu quả về kết nối.

Họ đang làm gì? Câu hỏi cuối cùng này có thể được trả lời bằng cách quan sát người khác. Bất cứ khi nào bước vào một nơi nào đó mà tôi sắp phát biểu, tôi quan sát những hoạt động mà mọi người đang tham gia. Tôi cũng để ý ngôn ngữ cơ thể của họ và cố gắng phân biệt thái độ cũng như các mức năng lượng của họ. Một lần nữa, điều này giúp tôi đọc vị được mọi người trong phòng trước khi nói chuyện.

Tất nhiên, quan sát mọi người cũng có thể giúp bạn kết nối trực tiếp với những người khác không chỉ trong các tình huống giao tiếp chính thống.

Gần đây trong một chuyến đi, tôi đã quan sát thấy một tiếp viên hàng không thể hiện mong muốn giúp đỡ hành khách nhưng có vẻ rất lo lắng. Khi cậu ấy đến chỗ tôi, tôi đã hỏi và biết Tim (tên của cậu) là một nhân viên mới.

Khi cậu ấy tiếp tục hỗ trợ các hành khách khác, tôi quyết định viết cho cậu ấy một mẫu giấy động viên.

Tôi thấy cậu ấy vào sau khoang hành khách để đọc, sau đó đưa nó cho một nữ tiếp viên hàng không khác. Vài phút sau cô ấy đã đến chỗ tôi và nói: “Ông Maxwell, ông đã mất 5 phút để đưa cho cậu ấy thứ mà cậu ấy sẽ trân trọng cả đời.” Thường thì không cần quá to tát để khuyến khích hoặc truyền cảm hứng cho những người khác. Thay vào đó, nó chỉ là một điều rất nhỏ để một người nào đó biết bạn hiểu và quan tâm đến họ.

Mọi người cần biết rằng bạn kỳ vọng ở họ

Tổng thống Abraham Lincoln, một người giao tiếp tuyệt vời, được biết đến trong suốt cuộc nội chiến khi tham dự một nhà thờ cách Nhà Trắng không xa vào các tối thứ Tư. Nhà thuyết giáo, Tiến sĩ Gurley, đã cho phép tổng thống ngồi trong phòng của mục sư, ngõ cửa dẫn ra lễ đường để ông có thể lắng nghe bài thuyết giảng mà không cần phải tương tác với đám đông.

Một buổi tối thứ Tư nọ, khi Lincoln và người bạn đồng hành trở về Nhà Trắng sau buổi thuyết pháp, người đồng hành của tổng thống hỏi: “Ngài nghĩ gì về bài giảng tối nay?”

“Tốt,” Lincoln trả lời, “nó được đón nhận và cũng được trình bày tốt.”

“Vậy, đó là một bài thuyết giảng tuyệt vời?”

“Không,” Lincoln trả lời. “Nó đã thất bại bởi Tiến sĩ Gurley đã không yêu cầu chúng ta làm điều gì đó tuyệt vời.” Các nhà giao tiếp truyền cảm hứng luôn mong đợi rất nhiều từ người nghe.

Mỗi khi đứng trước một nhóm người để giao tiếp, tôi tin rằng đó sẽ là một trải nghiệm tuyệt vời đối với cả họ và tôi. Bởi tôi tin tưởng tuyệt đối rằng họ có thể (và muốn) thay đổi theo chiều hướng tốt hơn. Tôi tin rằng mọi nhà lãnh đạo và nhà kết nối hiệu quả đều sở hữu loại phẩm chất tích cực này. Họ tin rằng họ có thể giúp mọi người làm những điều tuyệt vời. Như Steve Jobs, nhà đồng sáng lập của Apple, cho biết: “Quản lý là thuyết phục mọi người làm những việc họ không muốn làm, còn lãnh đạo là truyền cảm hứng để mọi người làm những điều họ không bao giờ nghĩ họ có thể làm được.”

“Quản lý là thuyết phục mọi người làm những việc họ không muốn làm, còn lãnh đạo là truyền cảm hứng để mọi người làm những điều họ không bao giờ nghĩ họ có thể làm.”

– ***Steve Jobs***

Khi giao tiếp với mọi người, tôi đều đặt con số 10 vào tâm trí họ. Bởi tôi thấy tất cả mọi người đều có thể đứng ở vị trí cao nhất trong thang điểm 10. Một trong những lý do tôi làm việc này vì bản chất tôi đã vốn tích cực. Tôi tin rằng tất cả mọi người đều có giá trị và tiềm năng đáng kinh ngạc. Nhưng lý do khác khiến tôi làm điều này bởi tôi tin rằng lúc nào mọi người cũng đáp lại sự mong đợi của người khác. Nếu coi một người chỉ ở mức 5, tôi sẽ đối xử và nói chuyện với người đó như một người ở mức 5. Và nhiều khả năng, sau một thời gian tôi sẽ thuyết phục người đó hành động như một người ở mức 5. Tuy nhiên, nếu tôi coi ai đó ở mức 10, người đó sẽ cảm nhận được và có khả năng đáp ứng một cách tích cực. Nếu chúng ta đối xử với mọi người như những người mà họ có thể trở thành, họ sẽ được truyền cảm hứng để đạt đến mức độ kỳ vọng của chúng ta.

Bart Looper đã xác nhận tác động tích cực những kỳ vọng và giải thích: “Tôi có một vài nhân viên đã

gắn bó với tôi khoảng ba năm. Họ cùng độ tuổi và có thái độ tương tự nhau. Tôi nhận ra lý do một người trong số họ luôn lấn át người còn lại là do tôi. Trong ba năm qua, tôi đã đối xử với họ ở những mức độ khác nhau, dẫn đến việc họ phát triển không đồng đều. Từ nay, tôi chắc chắn sẽ đối xử, đào tạo và chia sẻ tầm nhìn của tôi với họ như nhau.”

Tôi luôn có ý định trò chuyện, viết và nói chuyện với những kỳ vọng cao dành cho mọi người. Khi khuyến khích những người nói chuyện trực tiếp một mình với tôi, tôi tin tưởng họ tuyệt đối. Khi viết sách, tôi hình dung người đọc sẽ đón nhận những gì tôi nói và trở thành người tốt hơn. Khi nói chuyện, tôi tin người nghe sẽ phản ứng một cách tích cực. Tôi nỗ lực hết sức để cung cấp những điều tốt nhất mà tôi biết cho người khác để họ có thể tận dụng chúng một cách tối đa. Mọi người đều phản ứng tích cực với sự nhiệt tình và loại bỏ sự hoài nghi. Họ muốn nhận được sự khuyến khích chứ không phải chuyên môn của chúng ta. Mục sư kiêm giáo sư Calvin Miller đã chỉ ra cách mà hầu hết các khán giả cảm nhận như sau:

Hãy hứa với tôi rằng tôi, người đầy mặc cảm, cuối cùng sẽ tin vào bản thân. Tôi luôn sợ độ cao. Hãy thách thức tôi bằng đỉnh Everest. Hãy hứa với tôi rằng rồi tôi cũng sẽ biết tôi là ai và tôi sinh ra để đạt được điều gì. Hãy hứa hẹn tất cả những điều này và anh sẽ được tôi lắng nghe và chiếm được linh hồn tôi.

Mọi người đều muốn được truyền cảm hứng. Tất cả mọi người đều muốn ai đó tin tưởng họ. Họ đang đợi ai đó thách thức, động viên và khuyến khích họ. Nếu bạn có được cơ hội giao tiếp với người khác, tại sao bạn không thể trở thành người truyền cảm hứng cho họ?

MỌI NGƯỜI CẦN THẤY ĐIỀU GÌ?

Hầu hết mọi người đều quyết định rất nhanh chóng về việc họ sẽ ngồi lại lắng nghe hay đơn giản là bỏ đi. Quyết định thường được đưa ra dựa trên những gì họ nhìn thấy. Nhận thức của họ bắt đầu ở bề nổi: Trông bạn có dễ chịu không? Bạn có cười không? Tư thế và ngôn ngữ của bạn có tích cực không? Nếu không có trở ngại nào cho người nghe, họ thường sẵn sàng cho bạn đủ thời gian để chứng minh bản thân. Đây là những gì họ đang tìm kiếm:

Mọi người cần thấy niềm tin của bạn

Triết gia người Scotland đồng thời là người hoài nghi tôn giáo David Hume đang rất vội vã. Khi ai đó hỏi ông đang đi đâu và được cho biết: “Đi nghe George Whitefield thuyết giảng,” người hỏi muốn biết liệu ông có tin những gì các nhà truyền giáo rao giảng không.

“Chắc chắn là không!” Hume trả lời, “Nhưng Whitefield thì khác, tôi muốn nghe ông ấy.”

Larry Phillips nhận xét: “Có một sự khác biệt đáng kể giữa thép và thiếc, đặc biệt là khi va đập. Những niềm tin chân thành từ trái tim giống như “tiếng thép”. Chúng có độ vang trong giai điệu. Giống như các nhà giao tiếp, chúng ta cần phải được nhắc nhở rằng chúng ta không thể giả mạo niềm tin! Khán giả sẽ luôn phân biệt được âm thanh giữa thép và thiếc cho dù có đánh mạnh vào thiếc đến đâu đi chăng nữa!”

Các nhà kết nối truyền cảm hứng cho những người khác sở hữu một niềm tin có giá trị hơn nhiều lời

nói của họ. Những gì họ truyền tải xuất phát từ giá trị cốt lõi bên trong họ. Nhiệm vụ của họ là thuyết phục, thay đổi quan điểm. Mọi người thường có thể cảm nhận được khi các diễn giả chỉ đơn giản là truyền đạt thông tin so với khi họ đang say sưa truyền tải thông điệp từ trái tim.

Nếu bạn không có niềm tin về chủ đề hoặc thông điệp của bạn, tại sao người nghe phải làm vậy?

Mọi người cần thấy sự tin cậy ở bạn

Nhiều buổi nói chuyện của tôi cũng đồng thời là những giao dịch. Tôi được lựa chọn là một diễn giả chính và tôi có 45 phút để hoàn thành bài phát biểu của mình. Chuyên môn nhiều năm qua của tôi là một mục sư, nên tôi có rất nhiều kinh nghiệm nói chuyện với một nhóm. Nhưng dù khán giả là ai, họ đều tìm kiếm một điều từ tôi: sự tin nhiệm.

Khi mọi người tin tưởng bạn, họ sẽ lắng nghe bạn và được truyền cảm hứng từ bạn. Nếu bạn là diễn giả “ăn liền”, mọi người sẽ thường xuyên cho bạn thấy những lợi ích của sự nghi ngờ, miễn là thông tin của bạn tốt. Nhưng nếu nói chuyện với một nhóm người nhiều lần, bạn phải nỗ lực để duy trì sự tin nhiệm.

Mọi người cần thấy bằng chứng về nhân cách của bạn

Suy cho cùng, mọi người đều muốn có thể tin tưởng nhân cách của người giao tiếp với họ. Nhân cách của một người đáng tin cậy không chỉ dừng lại ở ngôn từ mà còn thể hiện trong cuộc sống hàng ngày của họ. Có lẽ đó là lý do người ta thường nói rằng các giáo viên bình thường bảo chúng ta cách làm, các giáo viên giỏi giải thích cách làm, các giáo viên xuất sắc hướng dẫn cách làm. Mỗi chúng ta nên cố gắng để trở thành một thông điệp tích cực.

Điều đó chắc chắn đúng đắn đối với trường hợp của Mohandas Gandhi trong phong trào độc lập ở Ấn Độ. Gandhi không những truyền cảm hứng cho người dân của mình bằng lời nói mà còn bằng hành động. Cam kết của ông đối với nền độc lập của Ấn Độ và tấm gương biểu tình phi bạo động đã dẫn dắt đất nước đứng lên đấu tranh đòi quyền độc lập từ Anh. Đó là sức mạnh của nhân cách. Với tư cách một tác giả, diễn giả, kiêm huấn luyện viên Brad Cork nhận xét: “Kết nối liên quan nhiều đến việc để con người bạn, ảnh hưởng đến mọi thứ bạn làm.”

Như tôi đã nói, mọi người thường quyết định rất nhanh về việc họ có muốn nghe người khác hay không. Họ đưa ra phán quyết ban đầu chủ yếu dựa trên những ấn tượng bề ngoài. Quyết định tiếp tục lắng nghe của họ thường được đưa ra dựa trên một nhận thức sâu sắc hơn liên quan đến uy tín của người đó. Tôi sẽ làm rõ vấn đề này chi tiết hơn trong chương kế tiếp.

Các giáo viên bình thường bảo chúng ta cách làm. Các giáo viên giỏi giải thích cách làm. Các giáo viên xuất sắc hướng dẫn cách làm.

MỌI NGƯỜI CẦN CẢM NHẬN ĐƯỢC ĐIỀU GÌ?

Đảm bảo rằng những gì mọi người cần biết rất quan trọng đối với việc truyền cảm hứng cho họ. Và việc đảm bảo rằng họ nhìn thấy những gì họ cần nhìn thấy cũng vậy. Nhưng yếu tố quan trọng nhất trong phương trình truyền cảm hứng là những gì họ cảm nhận. Nếu bạn bỏ qua yếu tố đó, họ sẽ không

bao giờ được truyền cảm hứng. Bởi mọi người không phải lúc nào cũng nhớ những gì bạn đã nói hoặc làm, nhưng họ sẽ luôn nhớ cảm nhận bạn mang lại cho họ!

Nếu muốn truyền cảm hứng cho mọi người, có ba điều bạn cần giúp họ cảm nhận:

Mọi người cần cảm nhận được nhiệt huyết của bạn đối với chủ đề đang nói và với chính họ

Tâm nhìn mà không có đam mê sẽ chỉ là một bức tranh vô hồn. Chỉ tâm nhìn không thôi không thể truyền cảm hứng cho sự thay đổi, nó cần phải được củng cố bởi niềm đam mê. Lịch sử đã cho thấy nhiều ví dụ về điều này. Khi đứng trên bậc thềm của Đài tưởng niệm Lincoln, thay vì tuyên bố: “Tôi có một kế hoạch”, Martin Luther King Jr. đã nói: “Tôi có một ước mơ!” Không có chiến lược hợp lý nào có thể truyền cảm hứng cho mọi người đứng lên để đàn áp hoặc thay đổi cách họ đối xử với những người khác bằng niềm đam mê và mơ ước về sự công bằng.

Mọi người không phải lúc nào cũng nhớ những gì bạn đã nói hoặc đã làm, nhưng họ sẽ luôn nhớ cảm nhận bạn mang lại cho họ!

Đam mê rất mạnh mẽ. Nó thay thế những lời nói đơn thuần. Joyce McMurran nhận xét: “Tôi tin rằng niềm đam mê và mục đích của bạn sẽ luôn xuất hiện và tạo ra ảnh hưởng cho dù bạn đang làm gì.” Thông điệp có thể được nói hoặc viết ra, nhưng để truyền cảm hứng, nó phải được tạo ra bằng niềm đam mê của người nói. Đây là lý do Horst Schultze, chủ tịch kiêm cựu giám đốc điều hành của Ritz-Carlton Hotel Company, cho biết: “Bạn chẳng có gì trừ khi điều đó xuất phát từ trái tim bạn. Niềm đam mê, sự quan tâm, thực sự tạo ra sự xuất sắc. Nếu chỉ thực hiện nhiệm vụ và làm việc theo đúng quy trình, thì bạn có thể bị “nghỉ hưu”. Tôi rất sợ hãi khi nhận thấy hầu hết những người tôi gặp đều “nghỉ hưu” ở tuổi 28.”

Tâm nhìn mà không có đam mê chỉ là một bức tranh vô hồn.

Nhiều năm trước, khi sống ở San Diego, tôi có một người bạn tên là Geri Stevens, người đứng đầu quá trình lựa chọn ban bồi thẩm trong bộ phận tư pháp của thành phố. Thứ Hai hàng tuần, có hàng loạt ban hội thẩm tiềm năng đến tòa án, cô đã yêu cầu họ nói về trách nhiệm của mình.

Nếu đã từng ngồi trong phòng với các ban hội thẩm tiềm năng, bạn biết rằng đó không phải là một nơi vui vẻ gì cho cam. Căn phòng chật cứng những người không mấy hài lòng khi bước đến. Một buổi sáng thứ Hai sau nhiều tháng Geri thuyết phục, tôi đã tham dự một buổi lựa chọn này và không khỏi ngạc nhiên trước những gì xảy ra.

Geri đứng trước những khán giả không mấy hào hứng và nói: “Đây sẽ là một trong những tuần lễ tuyệt vời nhất trong đời các bạn.” Điều đó đã thu hút được sự chú ý của mọi người. Cô tiếp tục nói với sự nhiệt tình dồi dào trong 45 phút tiếp theo về sự vĩ đại của nước Mỹ và quyền của mỗi công dân về một phiên tòa công bằng. Cô giải thích với các ban hội thẩm về việc các quyết định của họ sẽ tạo sự khác biệt như thế nào và họ là những ví dụ về lý do tại sao nước Mỹ lại là một quốc gia được thềm muốn và ngưỡng mộ. Kết thúc cuộc nói chuyện đầy cảm hứng của mình, các ban hội thẩm tiềm năng hoan nghênh cô nhiệt liệt! Niềm đam mê của cô ấy đã truyền được sang họ. Họ được truyền cảm hứng và thực sự muốn được trở thành thành viên của bồi thẩm đoàn.

Khi bạn nói, bạn có đam mê không? Niềm đam mê thực sự không chỉ đơn thuần là cảm xúc mà bạn lan tỏa để khiến người nghe cảm thấy hào hứng. Nó xuất phát từ một nơi sâu xa hơn thế. Nếu chưa biết rõ câu trả lời, trước khi nói chuyện với mọi người lần tiếp theo, hãy tự hỏi bốn câu hỏi sau:

1. Tôi có tin những gì tôi nói không?
2. Nó có làm thay đổi tôi không?
3. Tôi tin nó sẽ giúp được người khác chứ?
4. Tôi có thấy nó thay đổi được người khác không?

Nếu có thể trả lời các câu hỏi trên, bạn sẽ có thể đốt lên ngọn lửa nhiệt huyết ở mỗi người. Nếu bạn có được ngọn lửa đó, nó cũng sẽ lan tỏa sang những người khác.

Mọi người cần cảm thấy niềm tin của bạn vào bản thân và vào người nghe

Như đã nói, niềm đam mê có giá trị rất tuyệt vời bởi nó thúc đẩy con người. Nó giúp họ nói “Có” với câu hỏi: “Liệu có đáng không?” Nhưng đam mê thôi không đủ. Mọi người cũng phải cảm nhận được sự tự tin của bạn bởi nó là thứ truyền cảm hứng cho họ nói “Có” với câu hỏi: “Tôi có thể làm điều đó không?” Cảm hứng đến với mọi người khi họ có thể dễ dàng trả lời “Có” cho cả hai câu hỏi này. Đó là khi họ sẵn sàng thay đổi cuộc sống của họ theo hướng tích cực.

Bạn đã bao giờ được nghe một diễn giả thiếu tự tin và nói rằng anh ta hoặc cô ta đang rất lo lắng? Điều đó chắc chắn không thể khiến bạn cảm thấy tự tin. Khả năng cao là, bạn sẽ bắt đầu lo lắng về nội dung của buổi nói chuyện. Các diễn giả tạo ra sự lo lắng ở người nghe không khuyến khích sự tự tin, thậm chí họ còn chẳng truyền cảm hứng cho bất cứ ai.

Với tư cách là một người giao tiếp, bạn phải cảm thấy tự tin về bản thân để giúp người khác cảm thấy tự tin vào chính họ. Nếu tôi tự tin về bản thân, việc đó cũng nói lên rằng tôi tin bạn và năng lực của bạn khi làm một việc gì đó, nhiều khả năng bạn sẽ thấy những gì tôi nói là đáng tin cậy.

Một số nhà lãnh đạo và diễn giả toát lên về tự tin một cách rất tự nhiên khiến những người khác cũng cảm thấy tự tin vào chính mình. Tổng thống Franklin Roosevelt được cho là một người như vậy. Trong cuốn tiểu sử về Franklin và Eleanor Roosevelt, No ordinary Time (Tạm dịch: Thời đại bất thường), Doris Kearns Goodwin đã lưu ý rằng Roosevelt không phải là vị tổng thống thông minh nhất trong lịch sử nước Mỹ. Ông đã có những người có trình độ học vấn cao, tài năng và hiểu biết hơn quanh mình. Nhưng điều lớn nhất mà ông có được là sự tự tin đáng kinh ngạc vào bản thân và vào người dân Mỹ.

Luật sư Nhà Trắng của Roosevelt, Sam Rosenman, đã quan sát thấy rằng tổng thống có khả năng khiến những người khác tin vào chính mình. Ông nói rằng những người tiếp xúc với sự tự tin của Roosevelt “bắt đầu cảm nhận được nó, hòa vào nó, để hân hoan trong đó – và tự tin gấp 10 lần.” Bộ trưởng Lao động Francis Perkins cũng nói rằng thường “sau cuộc phỏng vấn với tổng thống, cô cảm thấy tốt hơn, không phải bởi ngài đã giải quyết được bất kỳ vấn đề nào... mà bởi ngài đã khiến tôi cảm thấy vui vẻ hơn, mạnh mẽ hơn và quyết tâm hơn.”

Nếu bạn không tràn đầy sự tự tin “bẩm sinh”, thì cũng đừng buồn. Bạn vẫn có thể học cách giúp người nghe cảm thấy tự tin hơn về bản thân họ nếu giao tiếp đúng cách. Trong cuốn sách của họ, *Influencer* (Tạm dịch: Người tạo ảnh hưởng), Patterson, Grenny, Maxfield, McMillan và Switzler đã kể câu chuyện về một nhóm công nhân sản xuất ô tô ở Mỹ đến thăm một nhà máy ô tô Nhật Bản. Khi quay trở về, họ muốn nói với các đồng nghiệp của họ rằng tất cả đều cần làm việc chăm chỉ và nhanh nhẹn hơn. Dưới đây là một đoạn trích thể hiện sự nỗ lực của nhóm lao động trong việc tìm ra cách kết nối:

Họ tập hợp một nhóm các đồng nghiệp lại và tuyên bố phát hiện của họ – các đối thủ cạnh tranh có hiệu suất cao hơn mỗi người bọn họ đến 40% bằng cách làm việc nhanh hơn và nhất quán hơn. Sau thông báo không mấy tốt lành khá ngắn gọn này, các thành viên của nhóm đã bị đuổi khỏi công đoàn.

Không nản lòng, nhóm người này lại tập hợp một nhóm khác và nói ngắn gọn hơn về những gì đã xảy ra. Càng có nhiều tiếng la ó hơn. Cuối cùng, người lãnh đạo nhóm đã lựa chọn người kể chuyện hay nhất và để anh ta phụ trách việc truyền đạt. Anh ta đã không nói một cách ngắn gọn – “Người lao động phải đoàn kết hoặc là chết!” Thay vào đó, người kể chuyện tài năng này đã dành 10 phút để tường thuật chi tiết sống động những gì đã xảy ra.

Các thành viên của nhóm lại tiếp tục bị cười nhạo. Nhưng nhóm làm nhiệm vụ đã không nản chí. Người kể chuyện lại kể lại cách họ đã lên vào nhà máy sau giờ làm và thăm dò đối phương. Nhưng các nhân viên của đối thủ vẫn đang làm việc hăng say. Nếu người lao động Nhật Bản tiếp tục làm tốt hơn công nhân Mỹ, các công ty Nhật Bản có thể giữ chi phí của họ ở mức thấp và chiếm lĩnh thị trường. Các công ty Mỹ sẽ giảm quy mô và người lao động Mỹ sẽ mất việc làm.

Sau khi thăm dò các công nhân Nhật Bản, những thành viên của nhóm làm nhiệm vụ quay trở lại khách sạn và cố gắng tìm cách để đánh bại đối thủ cạnh tranh. Tại sao phương pháp đó hiệu quả với các công nhân Nhật Bản và xem liệu họ có thể áp dụng vào công việc hiện nay hay không? Trong vài ngày tiếp theo, họ tham gia vào một loạt các công việc trong dây chuyền sản xuất của Nhật Bản và áp dụng chúng khá dễ dàng. Và cuối cùng, người kể chuyện nói: “Nếu chúng ta làm đúng các bước, chúng ta có thể nắm bắt số phận của bản thân và giữ được công việc của chúng ta.”

Người công nhân sản xuất ô tô đã tiếp cận thông tin bằng sự tự tin và anh ta đã giúp các đồng nghiệp của mình cảm thấy tự tin vào bản thân họ. Đó luôn là một phần cần thiết trong giao tiếp truyền cảm hứng.

Mọi người cần cảm nhận được lòng biết ơn bạn dành cho họ

Yếu tố cuối cùng cần thiết để truyền cảm hứng cho mọi người là lòng biết ơn của bạn dành cho người nghe. Với tư cách là một người giao tiếp, bạn nên biết ơn những người sẵn sàng lắng nghe bạn. Bạn nên biết ơn nếu họ ở lại và tiếp tục lắng nghe bạn. Thậm chí bạn còn nên biết ơn hơn nữa nếu họ được truyền cảm hứng đến mức khắc cốt ghi tâm những gì bạn đã nói.

Tôi tin rằng trong mọi đức tính của con người, lòng biết ơn có lẽ là đức tính dễ bị bỏ quên và ít được bày tỏ nhất. Cậu con trai của nhân viên bán hàng phàn nàn với cha mình rằng: “Con không hiểu cha đã quản lý cửa hàng này như thế nào. Cha để các tài khoản thanh toán trong một chiếc hộp xi gà. Các phiếu báo thu của cha ở khắp nơi. Tất cả tiền mặt của cha đều ở trong máy đếm tiền. Cha không bao

giờ biết mình lãi được bao nhiêu.”

Trong mọi đức tính của con người, lòng biết ơn có lẽ là đức tính dễ bị bỏ quên và ít được bày tỏ nhất.

“Con trai,” người bán hàng trả lời, “hãy để cha nói với con điều này. Khi cha đến vùng đất này, tất cả những gì cha có là chiếc quần đang mặc trên người. Giờ đây, chị gái con đã là một giáo viên nghệ thuật. Anh trai con là một bác sĩ. Còn con là một CPA⁷. Mẹ và cha có nhà, có xe và cửa hàng nhỏ này. Tất cả những thứ đó chính là phần lãi rồi con ạ!”

Gladys Stern đã quan sát thấy “lòng biết ơn âm thầm chẳng mang lại lợi lộc cho ai.” Đó là sự thật. Đó là lý do tôi nỗ lực nuôi dưỡng lòng biết ơn và luôn thể hiện lòng biết ơn. Tôi cố gắng thể hiện lòng biết ơn về những điều nhỏ nhất. Và đối với những điều lớn lao hơn, đôi khi tôi phải làm một điều gì đó có chủ ý để bày tỏ lòng biết ơn.

Đó là vào mùa hè năm 2008, mốc đánh dấu 10 năm kể từ ngày tôi bị đột quỵ, tôi rất biết ơn cuộc sống và các bác sĩ đã cứu chữa cho tôi. Để nói lời cảm ơn, Margaret và tôi đã quyết định tổ chức một bữa ăn tối nhằm bày tỏ lòng biết ơn với họ và vợ chồng họ. Chúng tôi đã sắp xếp để tổ chức bữa tối với một số bạn bè tại nhà của họ, thuê một đầu bếp chuẩn bị một bữa ăn năm món và tôi đã viết một điều đặc biệt cho dịp này.

Buổi tối hôm đó là một trải nghiệm khó phai. Sau khi ăn uống và chuyện trò, tôi đọc cho họ nghe lá thư sau đây:

Bác sĩ John Bright Cage và Jeff Marshall thân mến,

Mười năm trước, Chúa đã gửi hai vị đến để cứu sống tôi. Đây là lá thư tỏ lòng biết ơn của tôi. Những lời lẽ trong lá thư này là tâm huyết của tôi. Chúng được viết ra để thể hiện tình cảm của tôi dành cho các vị. Tôi tin rằng lòng biết ơn âm thầm không giúp ích được bất cứ ai.

Các vị sinh ra với sứ mệnh giúp đỡ mọi người. Trong nhiều năm, rõ ràng có rất nhiều người đã được trao cơ hội sống lần thứ hai. Trong 10 năm qua, tôi đã sống cuộc đời “thứ hai” như thế. Nhờ lòng lành của Chúa và tấm lòng vàng của các vị, hãy cho phép tôi chia sẻ ngắn gọn về những gì đã xảy ra trong thời gian này:

- Tôi đã có thêm 10 năm sống hạnh phúc bên Margaret và gia đình.
- Tôi có 5 đứa cháu và chúng thực sự đã khiến tôi vô cùng hạnh phúc.
- 38 cuốn sách đã ra xuất bản với hơn 15 triệu bản được bán ra.
- Amazon.com đã đưa tôi đến với Đại lộ Danh vọng.
- Tôi được vinh danh là “Bậc thầy về Nghệ thuật Lãnh đạo số 1 thế giới.”
- Ba sự kiện lãnh đạo đã được tôi thành lập:

Catalyst – một hội nghị các nhà lãnh đạo trẻ với trung bình khoảng 12.000 người trên mỗi sự kiện.

Maximum Impact Simulcast – đã tiếp cận 100.000 người mỗi năm.

Exchange – một trải nghiệm điều hành cấp cao.

- Hai trong số các công ty của tôi đã đạt mức tăng trưởng tuyệt vời:

INJOY Stewardship Services đã hợp tác với 4.000 nhà thờ và gọi được 4 tỷ đô-la tiền vốn.

EQUIP đã đào tạo được 3 triệu nhà lãnh đạo tại 113 quốc gia.

- Tôi có vinh dự được phát biểu tại Liên Hiệp Quốc, West Point, NASA, CIA và nhiều công ty Fortune 500 khác.

- Quan trọng nhất là hơn 7.500 người đã đón nhận Chúa nhờ những bài thuyết giảng của tôi!

Trong 10 năm qua, tôi đã liên tục bày tỏ sự biết ơn của mình với Chúa về hai người. Tôi nay, tôi muốn gửi đến các anh lá thư này và muốn nói với các anh bằng tình cảm từ tận đáy lòng rằng: “Cảm ơn các anh rất nhiều!”

Bạn của các anh,

John

Margaret sau đó đã đích thân trao cho mỗi người họ lá thư tôi vừa đọc. Tôi đã khóc và họ cũng vậy. Trong 30 phút tiếp theo, chúng tôi chia sẻ tình cảm và dành cho nhau những cái ôm thân thiết. Một trải nghiệm thật tuyệt vời. Và dù đã rất cố gắng, nhưng tôi vẫn không thể hiện được hết lòng biết ơn của mình.

Để giúp người nghe cảm thấy đam mê, tự tin và được truyền cảm hứng, bạn phải thể hiện lòng biết ơn. Và để làm được điều đó, trước tiên bạn phải là một người biết ơn. Bạn không thể cho đi thứ mà bạn không có. Tin tốt, lòng biết ơn là một phẩm chất có thể có được qua thời gian – bất chấp mọi hoàn cảnh. Mỗi người chúng ta đều nên cố gắng để có được nhiều hơn như Matthew Henry. Khi bị cướp, ông đã viết như sau trong nhật ký của mình: “Hãy để tôi cảm ơn trước tiên bởi trước đây tôi chưa từng bị cướp; thứ hai, mặc dù họ đã lấy tiền của tôi, nhưng họ đã không cướp đi mạng sống của tôi; thứ ba, bởi tôi là người bị cướp, chứ không đi cướp.”

“Lòng biết ơn thầm lặng không mang lại lợi lộc cho ai.”

– ***Gladys Stern***

HÀNH ĐỘNG – CẢM HỨNG Ở MỨC CAO NHẤT

Khi một người giao tiếp ghép cặp ba điều sau:

Những gì họ biết + Những gì họ nhìn thấy + Những gì họ cảm nhận

thì kết quả chính là nguồn cảm hứng. Đó là những gì Jerry Weissman, tác giả của cuốn *Presenting to Win* gọi là những “khoảnh khắc aha” viết:

Aha! sẽ được đại diện bởi hình ảnh một chiếc bóng đèn nhấp nháy trên đầu khán giả. Đó là giây phút thỏa mãn của sự hiểu biết và đồng thuận khi một ý tưởng từ tâm trí của một người được chuyển tải thành công đến người khác. Quá trình này là một bí ẩn khi chỉ sử dụng các từ và biểu tượng, con người có thể hiểu nhau và tìm thấy điểm chung trong một ý tưởng, một kế hoạch, một giấc mơ.

Có thể bạn đã từng tận hưởng các khoảnh khắc đó trong những trải nghiệm quá khứ như một nhà thuyết trình, một diễn giả, một nhân viên bán hàng, nhà giao tiếp, những khoảnh khắc khi bạn nhìn thấy bóng đèn nhấp nháy, khi ánh mắt gặp nhau, nụ cười lan tỏa và những cái gật đầu. Aha! là thời điểm bạn biết khán giả của bạn đã sẵn sàng hòa nhịp với bạn.

Một số nhà giao tiếp chỉ dừng lại ở đó. Họ khuyến khích mọi người, khiến họ cảm thấy thoải mái, giúp họ cảm thấy tự tin, nhưng sau đó không bao giờ dẫn họ đến hành động. Điều đó không đủ để giúp một người nào đó cảm thấy thoải mái. Sự hiểu biết thay đổi tâm trí còn hành động thay đổi cuộc sống. Nếu thực sự muốn giúp đỡ người khác, bạn cần phải giao tiếp ở cấp độ cao hơn – kêu gọi mọi người hành động. Như Maribeth Hickman nhận xét: Kết nối là cầu nối giữa “cách này” và việc có thể “bắt đầu thực hiện ngay bây giờ”. Khi bạn làm được hai việc sau, những người bạn kết nối sẽ được truyền cảm hứng hành động:

Nói những lời đúng dẫn vào đúng thời điểm

Để đưa người nghe từ nguồn cảm hứng đến hành động, bạn phải dùng ngôn từ phù hợp đúng lúc. Các nhà lãnh đạo giỏi đều hiểu được tầm quan trọng của thời cơ. Trong cuốn sách của tôi, 21 nguyên tắc vàng của nghệ thuật lãnh đạo, tôi đã viết về quy luật thời cơ, trong đó nói rằng: “Thời điểm lãnh đạo cũng quan trọng như việc phải làm gì và đi đâu.” Thời cơ thường là sự khác biệt giữa thành công và thất bại trong bất kỳ nỗ lực nào. Các nhà giao tiếp giỏi hiểu được tầm quan trọng của những lời lẽ thích hợp. Tiểu thuyết gia Joseph Conrad thừa nhận: “Ngôn từ đã thiết lập toàn bộ các quốc gia vào sự dịch chuyển và cải tạo những mảnh đất khô cằn, nơi ươm mầm cho cơ cấu xã hội của chúng ta. Hãy trao cho tôi những ngôn từ và giọng điệu phù hợp, tôi sẽ dịch chuyển cả thế giới.” Khi bạn kết hợp hai điều đó với nhau, nó sẽ vô cùng mạnh mẽ!

Trong cuốn sách *Am I Making Myself Clear?*, Terry Felber đã viết về cách Franklin Roosevelt chuẩn bị bài phát biểu trước Quốc hội sau vụ đánh bom Trân Châu Cảng. Ông giải thích rằng trong dự thảo đầu tiên của mình, Roosevelt quyết định: “Hôm qua, ngày 7 tháng 12 năm 1941, một ngày sẽ sống mãi trong lịch sử thế giới, nước Mỹ đã bị tấn công bất ngờ và có chủ đích...” Sau khi một thư ký đánh máy ra thông điệp dài 500 từ này, ông xem qua nó và chỉ thực hiện một thay đổi. Ông gạch bỏ dòng chữ “sống mãi trong lịch sử thế giới” và thay bằng một từ rất “đắt”: Ô nhục. Felber viết: “Như chúng ta đều biết, một ngày sẽ gắn liền với sự ô nhục là một trong số những câu nói nổi tiếng nhất từng được nói bởi một vị tổng thống Hoa Kỳ. Sự lựa chọn từ ngữ đúng đắn đã tạo ra một thông điệp sống mãi trong lịch sử.”

Cụm từ đó, được nói ra vào ngày sau khi cuộc tấn công vào Trân Châu Cảng, đã đưa cả quốc gia vào thế sẵn sàng dịch chuyển. Hàng ngàn thanh niên nhập ngũ sau khi nghe chúng và người dân Mỹ đã thắt lưng buộc bụng để chuẩn bị cho chiến tranh.

Trao cho mọi người kế hoạch hành động

Có một câu chuyện kể về một người nông dân hỏi hàng xóm của mình rằng: “Ông sẽ tham dự các lớp học đại lý của quận vào tuần tới chứ?” Người hàng xóm của ông trả lời: “Ôi! Tôi biết về nông nghiệp còn nhiều hơn cả những gì đang làm ấy chứ.” Đó là cách hầu hết mọi người cho rằng: Kiến thức của họ giá trị hơn nhiều những gì cần học hỏi. Các nhà giao tiếp giỏi phải giúp mọi người vượt qua suy nghĩ đó.

Tôi luôn nghĩ mình là một giáo viên động lực, chứ không phải là một diễn giả động lực. Sự khác biệt giữa hai chức danh này là gì? Một diễn giả động lực khiến bạn cảm thấy thoải mái, nhưng bạn không biết chắc lý do. Một giáo viên động lực khiến bạn cảm thấy thoải mái và bạn sẽ biết lý do tại sao và sẽ hành động. Nói cách khác, một diễn giả động lực muốn bạn cảm thấy thoải mái còn giáo viên động lực muốn bạn làm tốt.

Tôi đã từng đọc các số liệu thống kê cho thấy 95% khán giả hiểu những gì đang được truyền đạt và đồng ý với quan điểm của diễn giả. Tuy nhiên, họ không biết cách áp dụng chúng vào cuộc sống. Đó là lý do tôi thường trao cho mọi người một kế hoạch hành động. Đó cũng là một trong những lý do tôi bắt đầu viết cuốn sách và cung cấp những bài học audio. Tôi muốn mọi người có thể tích lũy được gì đó có ích cho họ. Mong muốn của tôi là giúp mọi người dịch chuyển từ “biết cách” sang “làm được”.

Nhiều lần, tôi đưa ra các biện pháp rất cụ thể mà người nghe của tôi có thể nắm bắt được. Nhưng ngay cả đối với một thông điệp rất rộng hoặc không có khả năng tạo ra các bước đi cụ thể, tôi vẫn đề xuất một kế hoạch hành động cho mọi người dựa trên từ ACT (Hành động). Tôi nói với họ:

- Đặt một chữ “A” bên cạnh những điều bạn đã học được rằng bạn cần phải áp dụng (Apply).
- Đặt một chữ “C” bên cạnh những điều bạn đã học được rằng bạn cần phải thay đổi (Change).
- Đặt một chữ “T” bên cạnh những điều bạn đã học được rằng bạn cần phải truyền dạy (Teach).

Sau đó, tôi khuyến khích họ chọn một mục để hành động dựa trên đó trong vòng 24 giờ sau đó và chia sẻ điều quan trọng nhất mà họ học được với người khác. Điều này có vẻ đơn giản, nhưng nếu được áp dụng, nó có thể làm thay đổi cuộc sống.

ĐƯA RA CAM KẾT ĐỂ LIÊN TỤC TRUYỀN CẢM HỨNG CHO NHỮNG NGƯỜI KHÁC

Norm Lawson kể câu chuyện về một giáo sĩ Do Thái và một nhà sản xuất xà phòng đi dạo cùng nhau. Nhà sản xuất xà phòng hỏi: “Tôn giáo có gì tốt? Ngài hãy nhìn mọi rắc rối và đau khổ trên thế giới! Chúng vẫn còn đó, thậm chí sau nhiều năm, cả hàng ngàn năm, sau những lời giảng dạy về sự tốt lành, chân lý và hòa bình, sau mọi lời cầu nguyện, các bài thuyết giảng và giáo lý. Nếu tôn giáo hữu ích và đúng đắn, tại sao những chuyện này vẫn diễn ra?”

Giáo sĩ Do Thái im lặng và họ tiếp tục đi cho đến khi họ thấy một đứa trẻ đang chơi trong máng xối.

Lúc đó, vị giáo sĩ Do Thái lên tiếng: “Hãy nhìn đứa trẻ kia. Anh nói rằng xà phòng sẽ khiến con người sạch sẽ, nhưng hãy nhìn những vết bẩn trên người đứa trẻ đó đi. Với tất cả lượng xà phòng trên thế

giới, trong tất cả những năm qua, đưa trẻ vẫn bản thủ. Tôi tự hỏi xà phòng hiệu quả ra sao, sau tất cả những điều đó?”

Nhà sản xuất xà phòng phản đối: “Nhưng, thưa giáo sĩ, xà phòng không thể mang lại hiệu quả trừ khi nó được sử dụng!”

“Chính xác,” giáo sĩ trả lời.

Raymond Master nhận xét: “Xã hội của chúng ta dường như đi từ cảm hứng này đến cảm hứng khác, tìm kiếm những điều tiếp theo khiến họ cảm thấy thoải mái, nhưng lại hầu như không hành động về việc đó.” Thật đáng buồn. Theo một số học giả, không phải lúc nào cũng có một phân chia như vậy giữa sự hiểu biết và hành động. Một nhà ngôn ngữ học nói rằng trong 20 thứ tiếng nguyên thủy, các từ “nghe” và “làm” đều là một từ. Chỉ trong bối cảnh hiện đại, chúng ta mới phân chia chúng. Như các nhà giao tiếp, chúng ta cần phải kết hợp hai ý tưởng này lại cho người nghe. Và việc đó đòi hỏi một cam kết để liên tục kết nối với những người khác, truyền cảm hứng cho họ và khuyến khích họ hành động.

Nam diễn viên Will Smith đã từng nói: “Cách tôi muốn đo lường sự vĩ đại đó là số lượng người tôi có thể ảnh hưởng tới? Trong suốt cuộc đời, tôi có thể ảnh hưởng đến bao nhiêu người? Tôi có thể khiến bao nhiêu người muốn trở nên tốt hơn? Hoặc tôi có thể truyền cảm hứng cho bao nhiêu người?” Cuối cùng, giao tiếp có gì tốt nếu tác động của nó kết thúc đúng vào thời điểm chúng ta ngừng lời?

Mục đích thực sự của truyền cảm hứng không phải là những tiếng vỗ tay. Giá trị của nó không nằm trong điều kỳ diệu nó có thể tạo ra hoặc những cảm xúc tích cực nó có thể gợi lên cho những người khác. Thử nghiệm thực sự của cảm hứng là hành động. Đó là những gì tạo nên sự khác biệt.

Nếu muốn kết nối với những người khác, bạn phải cố gắng truyền cảm hứng cho họ. Nhưng đừng làm điều đó để khiến bạn hoặc người khác cảm thấy thoải mái hơn. Hãy làm điều đó để khiến thế giới trở nên tốt hơn.

“Cách tôi muốn đo lường sự vĩ đại đó là... có bao nhiêu người tôi có thể khiến họ muốn trở nên tốt hơn?”

– *Will Smith*

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Thực tế kết nối: Các nhà kết nối truyền cảm hứng cho mọi người.

Khái niệm chính: Những gì mọi người nhớ nhất là cảm nhận mà bạn mang lại cho họ.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Cả ba yếu tố trong phương trình truyền cảm hứng mang lại hiệu quả khi truyền cảm hứng cho mọi người, nhưng chúng có giá trị khác nhau trong các hoàn cảnh giao tiếp khác nhau. Trong giao tiếp trực tiếp với một người, thứ có trọng lượng nhất là những gì mọi người nhìn thấy. Bạn thực sự là người

truyền cảm hứng (hoặc khuyến khích) những người gần gũi với bạn. Bạn không thể che giấu điều đó. Cá tính, trên hết, là những gì sẽ gây ấn tượng lớn nhất đến mọi người ở cấp độ này.

Những phẩm chất nào giúp mọi người kết nối với bạn? Đây là những gì họ muốn thấy:

- Một trái tim để phục vụ – mọi người cần biết rằng bạn muốn phục vụ họ.
- Một người với những giá trị tốt đẹp – cho họ thấy những giá trị của bạn bằng lời nói và hành động.
- Một người hay giúp đỡ – bổ sung giá trị cho người khác và luôn cố gắng để nâng họ lên.
- Một tinh thần quan tâm – mọi người không quan tâm bạn biết bao nhiêu cho đến khi họ biết bạn quan tâm đến họ bao nhiêu.
- Một thái độ tin cậy – mọi người dịch chuyển đến gần những người tin họ.

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Những gì mọi người biết về bạn được đong đếm khi bạn truyền cảm hứng cho mọi người trong một nhóm. Họ muốn biết bạn làm những gì. Đó là những gì mang lại cho bạn sự tin nhiệm nhiều nhất. Nếu mọi người biết và tôn trọng thành tích của bạn và bạn tin họ, thì họ cũng sẽ tin vào bản thân và được truyền cảm hứng để hành động.

Mọi người trong một nhóm muốn biết rằng...

- bạn sẽ dẫn dắt và noi gương,
- bạn sẽ chỉ yêu cầu họ làm những gì bạn đã làm hoặc sẵn sàng làm,
- bạn sẽ dạy cho họ làm những gì bạn đã làm,
- thành công của họ quan trọng đối với bạn hơn thành công của bạn
- họ sẽ được trọng thưởng cho những thành tích của họ
- bạn sẽ ăn mừng thành công của họ.

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Khía cạnh quan trọng nhất của kết nối khi cố gắng kết nối với khán giả là cách bạn khiến họ cảm nhận. Gần như mọi lúc, họ có thể không thực sự biết diễn giả và bất cứ điều gì về tính cách của họ từ khoảng cách xa. Họ có thể đã được cho biết thông tin về những thành tựu của diễn giả, nhưng không chắc chắn về chúng. Những gì họ có là phản ứng của họ trong vài phút đầu khi diễn giả nói trên sân khấu. Nếu cảm thấy thoải mái, họ sẽ cảm thấy được kết nối. Nếu không, thì ngược lại. Vì vậy, nếu bạn đang chuẩn bị nói chuyện với khán giả, hãy chắc rằng bạn đã cố gắng kết nối với họ ở cấp độ tình cảm. Những cách sau đây sẽ giúp bạn làm điều đó:

- Họ nên thấy rằng bạn thích được gặp gỡ họ và muốn giúp đỡ họ.
- Họ nên cảm thấy rằng bạn là bạn của họ.
- Họ nên cảm thấy rằng bạn chân thành và dễ bị tổn thương – không hoàn hảo, nhưng cầu tiến.
- Họ nên cảm thấy bạn đang trò chuyện với họ thay vì giáo huấn họ.
- Họ nên cảm thấy bạn tin tưởng họ và họ có thể tin vào chính mình.

10: CÁC NHÀ KẾT NỐI SỐNG VỚI NHỮNG GÌ HỌ TRUYỀN TẢI

Thông thường khi một người nào đó bắt đầu nắm giữ một vị trí lãnh đạo, những người bị ảnh hưởng sẽ hy vọng và mong muốn lãnh đạo của họ làm tốt. Nếu nhà lãnh đạo đó có kỹ năng giao tiếp, có khả năng kết nối, thì mọi người sẽ lắng nghe, tin tưởng và làm theo.

Trong sáu tháng đầu tiên của một mối quan hệ, dù đó là cá nhân hay công việc, đồng cấp hay cấp trên – cấp dưới, chúng ta đều tập trung vào khả năng giao tiếp của một người để đánh giá họ. Nếu được kết nối với một người có khả năng giao tiếp và có tầm nhìn, chúng ta sẽ cảm thấy tin tưởng vào họ và vào mọi điều tốt đẹp sẽ xảy đến.

Đôi khi điều cũng tuyệt vời, nhưng đôi khi thì không.

Uy tín chính là điều làm nên sự khác biệt. Dưới đây là cách nó mang lại hiệu quả trong bất kỳ mối quan hệ nào:

Trong sáu tháng đầu tiên – giao tiếp bao trùm uy tín.

Sau sáu tháng, sự tin nhiệm lại bao trùm giao tiếp.

Sự tin nhiệm là tấm séc dành cho các nhà lãnh đạo và các nhà kết nối. Có nó, họ sẽ sung túc; thiếu nó, họ chỉ có nước phá sản. Với sự tin cậy, các nhà lãnh đạo tiếp tục kết nối với mọi người, nếu không, họ sẽ bị ngắt kết nối.

Sự tin nhiệm là tấm séc dành cho các nhà lãnh đạo và các nhà kết nối. Có nó, họ sẽ sung túc; thiếu nó, họ chỉ có nước phá sản.

KIỂM CHỨNG SỰ THẬT

Vào tháng Giêng năm 2009, Barack Obama nhậm chức Tổng thống thứ 44 của Hoa Kỳ. Khi tôi viết cuốn sách này, ông tại vị chưa đến sáu tháng. Tất cả mọi người vẫn dành cho ông nhiều hy vọng. Tổng thống là một người giao tiếp tốt, ông biết cách kết nối với mọi người và đã làm rất tốt trong các chiến dịch tranh cử. Carl M. Cannon, tác giả của *Ten reasons why Obama won* (Tạm dịch: 10 lý do để Obama đắc cử,” đã viết về Obama rằng: “Ông ấy đã kết hợp, trong một thuật giả kim kỳ lạ, kỷ luật của Kennedy, tài năng của Bill Clinton và sự lạc quan của Ronald Reagan cùng phẩm chất của Teflon.” Ông ấy thực sự là người rất đặc biệt trong chiến dịch tranh cử.

Khi thời gian qua đi, lúc đang đọc những dòng này, bạn sẽ hoặc thừa nhận rằng Tổng thống Obama đã gây dựng được uy tín, chứng minh được bản thân mình là nhà lãnh đạo tốt – hoặc bạn sẽ nói rằng khả năng giao tiếp của ông lấn át uy tín của ông và ông đã không thực hiện những gì đã nói. Đó là cách uy tín hoạt động, không chỉ đối với ông mà đối với mọi chính trị gia, mỗi nhà lãnh đạo, các bậc phụ

huynh. Cách mọi người sống, theo thời gian, đã dần át ngôn từ mà họ sử dụng. Nếu sống tốt, thời gian sẽ là bạn của họ.

Uy tín là về niềm tin. Stephen M. R. Covey đã viết trong cuốn *The speed of Trust* (Tạm dịch: Tốc độ của Niềm tin) về tác động của chữ tín trong kinh doanh. Ông khẳng định: “Niềm tin có nghĩa là sự tự tin,” với sự tin tưởng xóa tan lo lắng và giải phóng bạn để bạn có thể tập trung vào các vấn đề khác. “Thiếu tin tưởng là một chi phí vô hình trong cuộc sống và kinh doanh, bởi nó tạo ra, sự suy xét và đề phòng trong giao tiếp, do đó làm chậm quá trình ra quyết định. Thiếu tin tưởng cản trở đổi mới và năng suất. Tin tưởng, mặt khác, tạo ra tốc độ bởi nó thúc đẩy sự hợp tác, lòng trung thành và cuối cùng, là kết quả.”

Tin tưởng đóng vai trò tương tự trong mọi mối quan hệ và nó luôn tác động đến giao tiếp. Để trở thành một nhà kết nối hiệu quả về lâu dài, bạn phải thiết lập sự tin nhiệm bằng cách sống với những gì bạn chuyển tải. Nếu không, bạn sẽ làm suy yếu lòng tin, mọi người sẽ ngừng lắng nghe và ngắt kết nối với bạn. Điểm mấu chốt đó là hiệu quả của giao tiếp đa phần dựa vào phẩm chất của người truyền tải thông điệp hơn là nội dung thông điệp.

Cách mọi người sống, theo thời gian, đã dần át ngôn từ mà họ sử dụng.

BẠN LÀ MỘT THÔNG ĐIỆP

Một trong những điều mà tôi thấy rất áp lực đó là các hành động của nhiều cầu thủ trong đội Major League Baseball. Tôi lớn lên với tình yêu dành cho bóng chày và là “fan ruột” của đội Cincinnati Reds. Trong những năm gần đây, các cầu thủ đã phá vỡ được các kỷ lục lâu đời, nhưng họ làm điều đó bằng cách sử dụng steroid⁸. Một cầu thủ có vẻ xuất sắc hơn những người khác đã bị buộc tội sử dụng steroid. Bóng chày là một trò chơi số liệu thống kê. Nếu số liệu thống kê không đáng tin cậy do sử dụng các chất tăng cường hiệu suất của người chơi, trò chơi đã hoàn toàn bị sụp đổ.

Dù hữu ý hay vô tình, bạn là thông điệp được chuyển tải đến những người khác. Điều đó quyết định việc những người khác có muốn kết nối với bạn hay không. Ngay cả người biểu diễn giỏi nhất cũng khó lòng luôn thể hiện mặt tích cực. Cuối cùng bộ mặt thật của bạn cũng lộ diện – trên sân khấu, tại nơi làm việc, hoặc ở nhà. Vì vậy, nếu muốn kết nối tốt với mọi người, bạn phải trở thành tuýp người mà bạn muốn kết nối. Bạn miêu tả bản thân như thế nào, bạn truyền tải những gì và bạn cần sống ra sao. Dưới đây là một vài gợi ý của tôi:

Kết nối với chính mình

Các mối quan hệ mà chúng ta có với những người khác phần lớn được quyết định bởi các mối quan hệ chúng ta có với chính mình. Nếu chúng ta không chấp nhận bản thân, không thấy thoải mái với chính mình cũng như mọi người, không biết điểm mạnh và điểm yếu của mình, thì nỗ lực trong việc kết nối với những người khác của chúng ta sẽ thành công cốc. Một khi hiểu rõ bản thân, chúng ta sẽ cảm thấy thoải mái và cởi mở để tìm hiểu những người khác và họ cũng vậy. Cuối cùng, chúng ta sẽ có thể kết nối một cách bền vững với họ.

Bước đầu tiên để kết nối với chính mình là biết rõ bản thân nhờ tự đánh giá. Chúng ta cần phải tự giác trong việc này. Dành thời gian để suy nghĩ, tìm hiểu và kiểm tra để tìm ra thế mạnh của bản thân. Nói

chuyện với người khác về những điểm yếu của bạn. Bạn phải luôn chân thành. Trớ trêu là chúng ta cần dành nhiều thời gian tập trung vào bản thân nên chỉ có thể dành sự quan tâm cho những người khác khi ngừng chú ý đến bản thân.

Bước thứ hai xuất phát từ việc yêu quý bản thân và khả năng tự nói chuyện. Nhà động lực Zig Ziglar cho hay: “Người có ảnh hưởng nhất sẽ nói chuyện với bạn cả ngày, đó chính là bạn. Vì vậy, bạn phải rất cẩn thận với những gì nói với bản thân.” Nếu thường xuyên nói những điều gây khó chịu và tiêu cực về bản thân, bạn sẽ không thể tự tin với chính mình hoặc với người khác. Điều đó không có nghĩa là phủ nhận việc làm sai trái hoặc phớt lờ các vấn đề hoặc những sai lầm. Nó có nghĩa là duy trì một cái nhìn thực tế nhưng tích cực về cuộc sống.

Gần đây, tôi đã ăn tối với một người bạn lãnh đạo một tổ chức thành công ở Arkansas và một trong những điều mà anh ấy đã nói tôi đó là: “John, trong tất cả những người tôi biết, anh là người thoải mái nhất khi là chính mình.” Tôi coi đó là một lời khen ngợi. Tôi cảm thấy thoải mái với bản thân mình, biết mình là ai, tuy tôi không phải là người toàn diện. Các điểm mạnh của tôi rất ít – tôi tin mình chỉ có bốn điểm mạnh (đó là lãnh đạo, giao tiếp, sáng tạo và kết nối). Ngoài ra, tôi có vô số điểm yếu. Tôi cố gắng để trung thực với chúng, tập trung vào sử dụng điểm mạnh và luôn cố gắng toàn vẹn trong mọi lĩnh vực của cuộc sống.

Nếu chưa từng dành thời gian để kết nối với chính mình, tôi hy vọng bạn sẽ bắt đầu làm điều đó ngay từ hôm nay. Đó không phải là một hành động ích kỷ. Tôi tin bạn có thể làm tròn bổn phận của bản thân nếu hiểu và kết nối với chính mình. Và bạn cũng có thể kết nối tốt hơn với những người khác và bổ sung giá trị cho họ nếu bạn biết những gì cần hoặc không cần đưa ra.

Sửa chữa sai lầm

Như đã đề cập, để kết nối với mọi người, bạn phải có uy tín. Bạn có thể duy trì được sự tin nhiệm ở mức độ nào khi phạm sai lầm? Điều đó phụ thuộc vào cách bạn phản ứng với hoàn cảnh.

Không thừa nhận sai lầm đẩy lên câu hỏi về sự chính trực của nhà lãnh đạo!

Tất cả mọi người đều mắc sai lầm. Tôi đã phạm sai lầm với tư cách một nhà lãnh đạo, một người giao tiếp, một người chồng và người cha. Nhân vô thập toàn, để kết nối, bạn phải luôn biết mình là ai. Đó là cách bạn duy trì được tính toàn vẹn và lấy lại được uy tín của bản thân. Bạn phải sẵn sàng:

Thừa nhận sai lầm. Khi các quyết định của bạn không tạo ra kết quả như mong muốn, bạn nợ một lời giải thích. Một trong những điều mà tôi ngưỡng mộ trong vài tháng đầu tiên trong nhiệm kỳ tổng thống của Obama đó là sự sẵn sàng thừa nhận sai lầm. Khi việc đề cử nội các của Tom Daschle gặp biến cố, Tổng thống Obama chỉ nói đơn giản: “Tôi đã sai.” Đó là điều tôi ngưỡng mộ ở một nhà lãnh đạo.

Xin lỗi. Khi hành động của bạn làm tổn thương những người khác, bạn cần phải thừa nhận sai lầm và nói lời xin lỗi. Điều đó có thể chẳng mấy vui vẻ vào lúc này, nhưng đó không chỉ là điều phải làm, mà nó thực sự có thể hạn chế sự ăn năn của bạn và để sự việc trôi vào quá khứ. Đó là lý do chúng ta nên làm theo lời khuyên của Thomas Jefferson: “Nếu bạn phải ăn một con quạ, hãy ăn khi nó còn trẻ và dịu dàng.”

Chuộc lỗi. Nếu nằm trong khả năng của bạn, bạn cần phải tìm cách để cho mọi người biết bạn đã làm sai. Cách đây không lâu, tôi phải làm điều này sau khi mắc phải một sai lầm nghiêm trọng khi quay trở lại buổi nói chuyện cho một tổ chức. Trong khi đang nói, tôi có thể thấy phản ứng của khán giả về việc có điều gì đó không đúng, nhưng tôi không thể biết đó là gì. Chỉ sau khi rời sân khấu, tôi mới phát hiện ra về cơ bản, tôi đã có một bài nói chuyện tương tự như lần trước. Tôi gọi cho trợ lý của mình và cô ấy đã khẳng định rằng nghi ngờ của tôi là đúng. Ngay lập tức, tôi đã đến gặp nhà tổ chức để xin lỗi và hỏi liệu tôi có thể nói lời xin lỗi đến khán giả vào ngày hôm sau không. Anh ấy đã rất vui về việc đó. Sau đó, tôi có cơ hội trở lại vào năm sau, tự trả mọi chi phí và làm diễn giả miễn phí. Tôi nghĩ đó là điều phải làm trong hoàn cảnh đó. Tôi không thể quay ngược thời gian, nhưng tôi có thể làm tất cả mọi thứ trong khả năng để sửa chữa sai lầm.

Nhân vô thập toàn, để kết nối, bạn cần phải biết mình là ai.

Chịu trách nhiệm

Như bạn có thể thấy, tôi rất thích nghiên cứu về các nhà lãnh đạo và các tổng thống Hoa Kỳ là mối quan tâm đặc biệt đối với tôi. Tôi có một câu hỏi dành cho bạn. Theodore Roosevelt, Franklin Delano Roosevelt, Harry Truman và Ronald Reagan có điểm gì chung? Nếu đã từng đọc về họ, hẳn bạn biết tất cả họ đều rất khác nhau. Họ đến từ các đảng khác nhau, có các triết lý và phong cách lãnh đạo khác nhau. Nhưng họ có một điểm chung đó là: Họ được đánh giá là đã nói được, làm được.

Một trong những lời khen ngợi tốt nhất mà bạn có thể dành cho người khác là gì? Tôi tin đó là: “Tôi trông cậy vào bạn.” Đó là lý do tôi đưa quy luật về sự tin tưởng và cuốn [The 17 Indisputable Laws of Teamwork](#) (17 nguyên tắc vàng trong làm việc nhóm⁹). Nó cho rằng các đồng đội phải có khả năng tin tưởng nhau khi cần. Nhưng để “tin tưởng” và có trách nhiệm với nhau đúng với bất kỳ mối quan hệ nào chứ không chỉ trong đội. Đó là lý do tại sao: Khi đưa ra một cam kết, bạn tạo ra hy vọng. Khi thực hiện một cam kết, bạn tạo nên niềm tin.

Nói chung, chúng ta cần có trách nhiệm trong bất cứ lĩnh vực nào chúng ta có điểm yếu. Chúng ta thoải mái khi nói đến các điểm mạnh của bản thân, thích làm việc và nhiều khả năng sẽ làm tốt những khía cạnh có liên quan đến thế mạnh của bản thân. Mọi người mong đợi điều đó ở chúng ta. Tuy nhiên, khi nói đến những điểm yếu, chúng ta cần phải cho phép những người khác đặt ra câu hỏi và thách thức chúng ta. Nếu không, chúng ta khó có thể kết nối.

Khi đưa ra một cam kết, bạn tạo ra hy vọng. Khi thực hiện một cam kết, bạn tạo nên niềm tin.

Làm chủ cách bạn sống

Tác giả kiêm diễn giả Jim Rohn cho rằng: “Bạn không thể nói rõ bạn không biết điều gì. Bạn không thể chia sẻ điều bạn không cảm nhận được. Bạn không thể chuyển dịch thứ mà bạn không có. Và bạn không thể cho đi thứ mà bạn không sở hữu. Để cho đi, chia sẻ và làm việc đó hiệu quả, trước tiên bạn cần phải có nó.” Điều đó có nghĩa là trước tiên bạn cần phải sống với nó!

Trong lãnh đạo, tầm quan trọng của việc mô hình hóa những gì bạn giao tiếp rất rõ ràng. Lịch sử đầy rẫy những tấm gương về các nhà lãnh đạo đã tạo ra ảnh hưởng bằng cách tiến về phía trước và nói rằng: “Hãy theo tôi”. Fred A. Manske Jr. đã chỉ ra trong cuốn sách *Secrets of Effective*

Leadership (Tạm dịch: Những bí mật về nghệ thuật lãnh đạo hiệu quả) rằng:

- Tướng Robert E. Lee đã trực tiếp đến thăm đội quân của ông vào đêm trước một trận đánh lớn, để làm vậy, ông đã phải thức trắng.
- Công tước xứ Wellington, người đã đánh bại Napoleon tại Waterloo, tin rằng sự hiện diện của Napoleon trên chiến trường tương đương với 40.000 binh sĩ.

Những người sống với thông điệp của họ, làm chủ cách họ sống, những người nói đi đôi với làm khác biệt hoàn toàn so với những người ở phe đối diện. Họ là những người kết nối, một phần vì cách họ sống. Ở đâu coi thông điệp như một bài học, ở đó các nhà kết nối coi thông điệp là cách sống. Ở đâu có người đưa ra thông điệp như một ngoại lệ cho cách họ sống, ở đó các nhà kết nối truyền tải nó như phần mở rộng cho cách họ sống. Đối với các nhà giao tiếp, nội dung là vấn đề quan trọng nhất. Đối với các nhà kết nối, độ tin cậy là vấn đề chủ chốt.

Giáo viên Lindsay Fawcett từng nói: “Tôi nghe nói rằng công việc đầu tiên anh đảm nhận như một giáo viên ảnh hưởng đến suốt phần còn lại trong sự nghiệp của anh. Đôi khi không ai sẵn lòng giúp anh và đôi khi người quản lý nâng anh lên và khuyến khích anh đạt được tiềm năng của anh.” Lindsay nói về công việc đầu tiên của cô ấy sau khi tốt nghiệp đại học ở Minneapolis: “Hiệu trưởng nhà trường và điều phối viên ESL của tôi khuyến khích tôi thử những điều mới mẻ và họ tin tưởng vào phán đoán của tôi. Tôi cảm thấy được yêu quý và đánh giá cao đến mức mọi thứ tôi làm đều để chứng minh rằng họ đã đúng. Họ biết cách kết nối với các nhân viên và làm việc với họ khiến tôi cảm thấy như đang ở bên gia đình.” Lãnh đạo đáng tin cậy có ảnh hưởng lớn đến mọi người trong một tổ chức.

Nếu không sẵn sàng sống với một điều gì đó, bạn có thể không cần cố gắng truyền tải nó. Điều đó không có nghĩa bạn phải cố gắng để thật hoàn hảo bởi nó là điều bất khả thi. Điều đó có nghĩa là bạn phải cố gắng để trở thành người mà bạn muốn người khác trở thành. Ngoài ra, khả năng lãnh đạo của bạn sẽ gặp vấn đề khi bạn thiếu đi uy tín. Với tư cách một blogger và mục sư sinh viên Adam Jones cho hay: “Lãnh đạo nhưng thiếu sự liêm chính sẽ thất bại trước khi thực hiện bước tiến đầu tiên.”

Nói sự thật

Một phụ nữ đi cùng với chồng mình, người đang mắc bệnh nặng đến văn phòng bác sĩ. Sau khi kiểm tra, bác sĩ đề nghị người đàn ông ra ngoài phòng chờ để ông có thể nói vài lời với người phụ nữ đó.

“Tình trạng của chồng chị rất nghiêm trọng,” ông nói. “Nếu chị không làm những điều sau, chồng chị chắc chắn sẽ chết”:

- Thay đổi bữa sáng dinh dưỡng hàng ngày và tiễn anh ấy đi làm với thái độ vui vẻ.
- Khi anh ấy về nhà, hãy để anh ấy nghỉ ngơi và đảm bảo không gây áp lực cho anh ấy bởi bất kỳ lo lắng hay công việc gia đình nào.
- Chuẩn bị cho anh ấy một bữa tối ấm áp và bổ dưỡng.

Trên đường về nhà, người vợ lái xe trong im lặng. Người chồng cuối cùng đã hỏi: “Bác sĩ nói gì thế

em?”

“Một tin xấu, anh ạ” cô trả lời. “Ông ta nói rằng anh sắp chết.”

Tôi biết, đó là một trò đùa khủng khiếp, nhưng tôi thích nó. Tại sao? Bởi nó mô tả cách mọi người thường tương tác với những người khác. Họ không trung thực với nhau. Tuy nhiên, trung thực rất quan trọng đối với sự tin cậy. Nhà báo Edward R. Murrow thừa nhận rằng: “Để thuyết phục, chúng ta phải thể hiện sự tin cậy; để được tin cậy, chúng ta phải đáng tin; để đáng tin, chúng ta phải trung thực.”

Vài năm trước, tôi đã nói chuyện với một nhóm các nhà điều hành và một người trong số đó đã hỏi tôi, khi tuyển dụng tôi làm theo các nguyên tắc nào.

“Điểm cốt lõi là gì?” ông hỏi.

“Tôi chỉ có một nguyên tắc,” tôi giải thích. “Tôi không bao giờ tuyển dụng.” Điều đó thu hút được sự chú ý của họ. “Và lý do là bởi tôi rất kinh khủng trong lúc phỏng vấn.”

Tôi đã giải thích những trải nghiệm khủng khiếp của tôi trong tuyển dụng. Bởi tôi rất lạc quan và có niềm tin dạt dào vào mọi người, nên tôi thiếu đi sự thực tế. Không quan trọng liệu khó khăn có xuất hiện trong một cuộc phỏng vấn với ứng cử viên hay không. Tôi luôn nghĩ mình có thể giúp người này cải thiện kỹ năng và thành công. Đó không phải là thái độ đúng đắn đối với một người phỏng vấn. Để thành công trong lĩnh vực này, bạn cần những người hoài nghi – những cá nhân thậm chí không tuyển dụng người thân của mình. Khi tôi từ bỏ công việc tuyển dụng, tổ chức của tôi đã được đưa lên một tầm cao mới.

Khi ngừng mọi công việc tuyển dụng, tôi có thể thấy phản ứng đầu tiên của các nhà điều hành là tiêu cực. Nhưng như đã giải thích, tôi có thể cảm nhận được rằng họ đánh giá cao việc tôi biết điểm yếu của mình và họ tôn trọng sự trung thực của tôi. Tệ hơn, một số người không biết ông ta đang nói về việc gì, và giả vờ rằng ông ta có chuyên môn trong khi thực sự không biết gì. Như Roger, một người nhận xét blog khẳng định: “Tin cậy không phải là sự hoàn hảo mà là sẵn sàng chấp nhận sự không hoàn hảo.”

Để bị tổn thương

Khi Bob Garbett vào Thủy quân lục chiến, một trung úy rời Trường Cán bộ được phân công vào đơn vị của anh. Bob nói rằng chàng thanh niên trẻ rõ ràng bị choáng ngợp trước nhiệm vụ mới của mình. Tuy vậy, anh ta xử lý nó rất khéo léo.

“Vào ngày đầu tiên,” Bob nói, “cậu ta đã tập hợp tất cả các hạ sĩ quan và nói với chúng tôi rằng cậu rất vui vì được chúng tôi chỉ dạy. Cậu nói: ‘Đừng làm tổn thương tôi. Tôi tin tưởng các anh.’ Tôi không bao giờ quên những lời đó nói của cậu ta và cậu ta đã nhanh chóng hoàn thành vai trò của mình trong mắt mọi người.”

Khi thành thật với mọi người, điều đó khiến bạn dễ bị tổn thương và khó chịu. Một số lãnh đạo, giáo viên và các diễn giả tin rằng một người giao tiếp với những người khác là người biết mọi câu trả lời. Nếu không, họ lo lắng sẽ để lộ điểm yếu. Nhưng rõ ràng đó là một tiêu chuẩn không thực tế. Tốt hơn

hết, hãy thành thật và dễ bị tổn thương bởi mọi người có thể biết điều đó và nó dẫn đến kết nối. Parker Palmer, tác giả của cuốn sách *The Courage to teach* (Tạm dịch: Động lực để giảng dạy), nói rằng: “Chúng ta đều biết rằng sự hoàn hảo là một chiếc mặt nạ. Vì vậy, chúng ta không tin những người đeo chiếc mặt nạ ‘biết tuốt’. Họ đang không trung thực với chúng ta. Những người mà chúng ta có kết nối sâu sắc nhất là những người thừa nhận điểm yếu của họ.”

Gần đây, khi nói về vai trò lãnh đạo trước một số giám đốc điều hành, tôi đã nói chuyện về tầm quan trọng của việc dễ bị tổn thương khi thừa nhận sai lầm và điểm yếu của bản thân. Sau bài diễn giảng, một giám đốc điều hành chờ đến khi tôi chỉ có một mình, lại gần tôi và nói:

“Tôi nghĩ rằng anh đã sai lầm về việc cởi mở với mọi người,” ông nói. “Một nhà lãnh đạo không bao giờ nên để lộ điểm yếu. Anh không nên để cho nhân viên thấy anh đồ mồ hôi.”

“Anh biết đấy,” tôi trả lời, “tôi nghĩ anh đã có một quan niệm thật sai lầm. Anh nghĩ nhân viên của anh không biết điểm yếu của anh sao,” tôi trả lời. “Họ có biết đấy. Bằng cách thừa nhận chúng, anh đang để cho họ biết rằng anh hiểu họ.”

Lý do tôi nói với anh ta điều đó với sự tự tin như vậy bởi tôi nghĩ đó là cách anh ta đã làm. Trong 10 năm đầu sự nghiệp, tôi đã cố gắng để trở thành “chàng biết tuốt”. Tôi muốn trực tiếp xử lý mọi vấn đề, trả lời mọi câu hỏi và đối đầu với mọi cuộc khủng hoảng. Tôi muốn trở thành người không thể thay thế. Nhưng tôi đã không lừa được ai, ngoại trừ bản thân.

Nghệ sĩ Walter Anderson nhận xét: “Cuộc sống của chúng ta được cải thiện chỉ khi chúng ta nắm bắt được cơ hội, rủi ro đầu tiên và khó khăn nhất mà chúng ta có thể gặp phải là trung thực với chính mình.” Khi tôi nhận ra người khác biết những điều mà tôi không biết và có thể làm một số việc tốt hơn tôi, nó giải phóng tôi khỏi chiếc mặt nạ, gỡ bỏ sự cảnh giác của tôi và giúp tôi là chính mình với những người khác. Và điều đó giúp kết nối với mọi người. Không ai thích giao tiếp với một kẻ giả vờ hoặc một người biết tuốt cả.

“Chúng ta đều biết rằng sự hoàn hảo là một chiếc mặt nạ... Những người mà chúng ta có kết nối sâu sắc nhất là những người thừa nhận điểm yếu của họ.”

– *Parker Palmer*

Làm theo quy tắc vàng

Một số tổ chức giống như một cái cây đầy khi. Nếu bạn là một nhà lãnh đạo đang ở ngọn cây đó, tất cả những gì bạn nhìn thấy khi nhìn xuống là hàng loạt các khuôn mặt tươi cười đang hướng lên bạn. Tuy nhiên, nếu bạn đang ở dưới gốc cây và nhìn lên, khung cảnh chẳng đẹp đẽ gì cho cam. Và nếu bạn đứng ở đó, bạn biết mình sẽ bị che lấp bởi tất cả những người ở trên bạn. Không ai muốn được đối xử như vậy cả.

Bất cứ lúc nào mọi người có quyền lực, bạn có thể học được rất nhiều về họ bằng cách quan sát những gì họ làm với quyền lực đó. Khi tương tác với những người không có quyền lực, vị trí, hoặc sức mạnh, họ đối xử với những người này như thế nào? Điều đó có phù hợp với những gì họ giao tiếp? Nó có phù hợp với nguyên tắc vàng? Câu trả lời cho những câu hỏi này sẽ cho bạn biết rất nhiều

về nhân cách của họ.

Nếu muốn kết nối với những người khác, bạn cần phải đối xử với họ theo quy tắc vàng – đối xử với họ như những gì bạn muốn được đối xử. Điều này đặc biệt đúng nếu bạn là một nhà lãnh đạo, diễn giả hoặc người có thẩm quyền. Tôi nghĩ rằng hầu hết mọi người sẽ đồng ý với điều đó. Điều đó thật dễ hiểu, nhưng khó làm. Như mọi người nói, khôn ngoan là biết chọn đúng đường để đi. Sự liêm chính là đi trên con đường đó.

Một trong những nhà lãnh đạo tôi ngưỡng mộ là Jim Blanchard, cựu CEO của Tập đoàn tài chính Synovus, người đã nghỉ hưu vào năm 2006. Synovus đã nhiều lần được công nhận bởi Tạp chí Fortune là một trong những tổ chức hàng đầu để làm việc tại Hoa Kỳ. Một lần khi tôi hỏi ông về chìa khóa thành công của tổ chức, ông nói với tôi: “Công ty chỉ có một nguyên tắc là Quy tắc vàng.” Ông nói rằng trong hai năm đầu tiên sau khi được thực hiện, Quy tắc vàng sẽ là tiêu chuẩn trong Synovus, 1/3 các giám đốc điều hành của công ty bị sa thải vì họ không đối xử với mọi người phù hợp. Jim cũng giải thích rằng tại cuộc họp hàng năm của công ty, ông công khai số điện thoại di động cho tất cả mọi người và nói với họ nếu có ai tại Synovus đối xử với họ không phù hợp theo Quy tắc vàng, họ nên gọi cho ông ấy.

“Cuộc sống của chúng ta chỉ được cải thiện khi chúng ta nắm bắt cơ hội, rủi ro đầu tiên và khó khăn nhất chúng ta có thể phải đối mặt là trung thực với chính mình.”

– *Walter Anderson*

Cung cấp các kết quả

Peter Drucker, cha đẻ của quản trị hiện đại, đã khẳng định rằng: “Giao tiếp... luôn tạo ra nhu cầu. Nó luôn đòi hỏi người nhận trở thành ai đó, làm điều gì đó, tin vào điều gì đó. Nó luôn thu hút động lực.” Nói cách khác, các nhà giao tiếp khuyến khích mọi người nên cung cấp kết quả. Nhưng để trở thành một người giao tiếp hiệu quả, bạn cũng phải cung cấp kết quả cho chính mình!

Một số các diễn giả, huấn luyện viên và tư vấn viên về cuộc sống hiện nay rất tuyệt vời, nhưng số khác thì không. Bởi họ chưa bao giờ thực sự tự thực hiện bất cứ điều gì. Họ đã nghiên cứu về thành công, lãnh đạo hoặc giao tiếp, nhưng họ chưa bao giờ tạo ra kết quả, xây dựng một doanh nghiệp, dẫn dắt một tổ chức, hoặc phát triển một sản phẩm hay dịch vụ. Họ đang bán một lời hứa mà họ chưa bao giờ thực sự làm để tạo ra thành công.

Không gì có cơ sở như các kết quả. Nếu bạn muốn gây dựng sự tín nhiệm để kết nối với mọi người, sau đó cung cấp kết quả trước khi bạn đưa ra thông điệp. Hãy làm những gì mà bạn tư vấn cho những người khác. Giao tiếp đến từ kinh nghiệm.

SỰ TIN CẬY KẾT NỐI

Để thành công trong thời gian dài, bạn cần phải làm nhiều hơn kết nối. Bạn cần phải liên tục kết nối và có thể làm điều đó chỉ khi bạn sống với những gì bạn truyền tải. Khi bạn làm vậy, kết quả rất tuyệt vời. Như tôi đã nói từ đầu chương này, thời gian càng qua đi, các mối quan hệ càng trở nên tốt hơn.

Bạn tôi, Collin Sewell, là thành viên của EQUIP, một tổ chức phi lợi nhuận của tôi, gần đây đã kể một câu chuyện minh họa sức mạnh của việc sống với những gì bạn truyền tải. Không có gì bí mật về những thời điểm khó khăn trong ngành công nghiệp ô tô Mỹ. Nền kinh tế đã đe dọa đẩy một số nhà sản xuất xe hơi ra khỏi thị trường. Doanh số bán hàng giảm, khuyến mãi gia tăng và nhiều đại lý đã phải đóng cửa.

Collin là CEO của Chuỗi các đại lý Sewell Family tại Odessa, Texas, vì vậy anh là người hiểu rõ tình hình khó khăn đến mức nào. Gia đình anh đã hoạt động trong ngành kinh doanh ô tô từ năm 1911, khi ông nội của anh, Carl Sewell Sr, mở một doanh nghiệp gồm một phần là cửa hàng phần cứng, một phần là rạp chiếu phim và phần còn lại là đại lý Ford. Rõ ràng, đại lý Ford là tương lai của nơi này. Trong gần 100 năm kể từ đó, gia đình Sewell đã rất thành công khi mở đại lý trên khắp Texas để bán và cung cấp dịch vụ không chỉ cho Ford mà cả của Cadillac, Hummer, Infiniti, GMC, Lexus, Pontiac, Saab, Buick, Mercury, Lincoln và Chevrolet.

Nhưng vào năm 2009, thời kỳ khủng hoảng bắt đầu và các doanh nghiệp hoạt động trong lo sợ. Collin nói với tôi rằng trong 9 tháng, anh đã tìm đủ mọi cách để lợi ngược dòng và vực lại công ty. Trong tháng 3, anh thậm chí còn cắt giảm 65% lương của bản thân, sống nhờ tiền tiết kiệm để hỗ trợ công ty, nhưng có vẻ vẫn chưa đủ. Cuối cùng, anh đã phải đối mặt với một quyết định khó khăn. Liệu anh sẽ tăng việc sa thải nhân viên, hay sẽ cắt giảm tiền lương của họ?

Rất nhiều nhà tư vấn của Collin đã chia sẻ với anh sự khôn ngoan thông thường: không cắt giảm lương của mọi người, bởi nó sẽ khiến mọi người khó chịu và gây ảnh hưởng tiêu cực. Thay vào đó, sa thải đủ số người sẽ giúp kinh doanh mang lại lợi nhuận. Bằng cách đó, những người ở lại không bị ảnh hưởng tiêu cực. Nhưng Collin không muốn làm điều đó. Anh muốn giữ công ăn việc làm cho nhiều người nhất có thể. Vì vậy, anh và đội ngũ quản lý của mình đã đưa ra một kế hoạch.

Họ có thể không biết cách nào để tránh cắt giảm lực lượng lao động từ 250 người xuống còn 230 người. Nhưng tất cả mọi người – các nhà quản lý, kỹ thuật viên, đội ngũ bán hàng và nhân viên văn phòng... – sẽ phải chấp nhận bị giảm lương. Việc cắt giảm dao động từ 1 đô-la một giờ lên đến hàng ngàn đô-la tiền lương.

Khi Collin công bố chế độ cắt giảm lương trước toàn thể nhân viên, anh không mong đợi nhận được tin tốt lành. Anh nói với tất cả mọi người sự thật, giải thích tình hình khó khăn lúc đó, nhưng anh nghĩ tất cả mọi người vẫn sẽ rất tức giận và có suy nghĩ tiêu cực. Một nữ nhân viên vừa bị cắt giảm 1 đô-la tiền lương mỗi giờ đã gặp anh sau cuộc họp. Cô ấy đã hỏi Collin liệu cô ấy có thể làm gì để giúp anh.

Một kỹ thuật viên đã gặp Collin và anh có thể thấy sự giận dữ trên khuôn mặt của người đó. “Đừng xúc phạm tôi,” kỹ thuật viên này nói. Collin đã chuẩn bị tinh thần cho những sự trách móc. Nhưng thay vào đó, người đàn ông đó nói: “Anh cắt vẫn chưa đủ. Tôi sẽ nói chuyện với vợ tôi và sẽ cho anh biết tôi cần bao nhiêu lương.”

Cuối cùng, mọi nhân viên đều đồng ý với việc cắt giảm lương. Tinh thần dâng lên rất cao. Và tình hình kinh doanh bắt đầu thay đổi. Collin đã sống với những gì anh truyền đạt.

“Tôi đã mất rất nhiều năm để tạo uy tín với đội ngũ nhân viên của mình, để tạo ra ‘thay đổi’ với họ,” Collin nói, đề cập đến ý tưởng mà bạn tạo ra tiền tệ quan hệ trong lãnh đạo mỗi khi đưa ra các quyết

định tốt và dẫn dắt bằng sự tín nhiệm.

Chúng ta không thể kỳ vọng kết nối với những người khác nếu chúng ta không sống với những gì mình truyền tải. Điều đó có thể làm tổn thương một người nào đó trong công việc, nhưng thậm chí, nó rõ ràng còn gây tổn thương nặng nề hơn ở mức độ cá nhân. Một trong những cách tôi giữ mình có trách nhiệm sống đúng đắn là suy nghĩ về tác động các hành động của tôi đến gia đình mình. Đó là lý do tôi luôn cố gắng để ghi nhớ định nghĩa này về thành công: “Những người gần gũi nhất và biết tôi rõ nhất, yêu thương và tôn trọng tôi nhất.” Khi mọi người biết lý tưởng sống của bạn, thấy rằng lời nói và hành động của bạn song hành theo từng ngày, họ có thể tin tưởng và kết nối với bạn. Điều đó khiến cuộc sống là một hành trình tuyệt vời và thú vị mỗi ngày.

Sức mạnh thực sự của việc kết nối với những người khác không đến từ sự tương tác hời hợt – mỉm cười với một người lạ, thân thiện với người phục vụ trong một quán ăn, hoặc hòa mình với các khán giả mới chỉ gặp một lần. Nó xuất phát từ việc kết nối lâu dài với mọi người. Trong những mối quan hệ đang tiếp diễn, chúng ta có thể tạo ra tác động lên giá trị thực sự – khi chúng ta sống với sự chính trực phù hợp với những người thân của chúng ta, khi chúng ta đối xử với khách hàng, các đồng nghiệp theo cách mà họ muốn được đối xử, khi những người hàng xóm thấy các giá trị và hành động của chúng ta song hành, khi chúng ta dẫn dắt những người khác bằng sự trung thực và tôn trọng. Đây là những điều tạo cho chúng ta sự tín nhiệm, cho phép chúng ta kết nối và cho chúng ta cơ hội giúp đỡ những người khác đồng thời bổ sung giá trị cho họ. Như nhà tư vấn đào tạo Greg Schaffer nhận xét: “Nếu bạn không kết nối với những người khác, ảnh hưởng sẽ không bao giờ xuất hiện.”

Henry Adams nói: “Một giáo viên có tầm ảnh hưởng bất diệt sẽ không bao giờ có thể biết ảnh hưởng của họ dừng lại ở đâu.” Tôi tin điều đó cũng đúng với một nhà kết nối sở hữu sự chính trực. Chúng ta có thể tạo sự khác biệt trong thế giới của mình, nhưng để làm như vậy chúng ta phải bắt đầu với chính mình – bằng cách đảm bảo những lời nói và hành động của chúng ta phải song hành. Chúng ta phải sống với những gì chúng ta truyền tải.

Để thành công trong thời gian dài, bạn cần phải làm nhiều hơn kết nối. Bạn cần phải liên tục kết nối và có thể làm điều đó chỉ khi bạn sống với những gì bạn truyền tải.

KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI Ở MỌI CẤP ĐỘ

Thực tế kết nối: Các nhà kết nối sống với những gì họ truyền tải.

Khái niệm chính: Cách duy nhất để kết nối liên tục với mọi người là sống với những gì bạn truyền tải.

KẾT NỐI TRỰC TIẾP VỚI MỘT NGƯỜI

Đa phần các kết nối xảy ra trực tiếp với một người. Đó thường là cách bạn giao tiếp với những người hiểu bạn nhất: gia đình, bạn bè và các cộng sự. Bạn cũng ít phải cảnh giác với những người này và có nhiều khả năng thực hiện các cam kết với họ. Kết quả là, họ là những người hiểu rõ nhân cách của bạn nhất.

Nhân cách của bạn nhấn mạnh những gì bạn nói, hay làm suy yếu nó? Nó có giúp bạn làm theo và giữ

lời hứa, hay phản bác lại bạn? Bạn cần phải cải thiện ở điểm nào?

KẾT NỐI TRONG NHÓM

Khi chúng ta kết nối với một nhóm hoặc một đội, mọi người nhìn vào hiệu suất và tinh thần làm việc theo nhóm của chúng ta. Bạn có đang làm những gì bạn yêu cầu người khác làm? Bạn có hồ sơ theo dõi hỗ trợ cho thông tin của bạn? Mọi người có phụ thuộc vào hiệu suất và sự sẵn sàng ưu tiên đội của bạn? Nếu không, bạn cần phải thay đổi để cải thiện độ tin cậy của mình.

KẾT NỐI VỚI KHÁN GIẢ

Mọi người đều bị thu hút bởi nhân cách khi diễn giả giao tiếp với khán giả bởi người nghe không biết rõ về họ. Thật dễ dàng để thể hiện những mặt tốt nhất và giảm thiểu hoặc che đậy những điểm yếu. Điều đó tạo ra sự không trung thực trong giao tiếp của bạn. Mọi người không kết nối với các nhà giao tiếp giả mạo. Thay vào đó, hãy thành thật với mọi người và cho họ biết con người thực sự của bạn.

KẾT LUẬN

Mọi người thường hỏi tôi đã học được về lãnh đạo và kết nối bằng cách nào. Ai là mẫu hình của tôi? Tôi đã khám phá ra các nguyên tắc ở đâu? Làm thế nào tôi có thể tiến bộ trong những năm qua? Chắc chắn tôi đã học được nhiều từ việc quan sát các nhà lãnh đạo và giao tiếp xuất sắc. Tôi đã đọc rất nhiều cuốn sách tuyệt vời, đã phỏng vấn các nhà lãnh đạo đi trước tôi. Và tôi đã học được rất nhiều bằng cách thử và sai. Nhưng những bài học đầu tiên lớn nhất tôi học được là từ Kinh Thánh. Và tôi nghĩ rằng câu chuyện về một trong những nhà lãnh đạo trong đó sẽ thực sự khích lệ bạn.

HỌC ĐỂ TRỞ THÀNH NHÀ KẾT NỐI XUẤT SẮC

Một trong những nhà lãnh đạo vĩ đại nhất trong lịch sử nhân loại là Moses. Ông đã dẫn dắt toàn bộ quốc gia, tái định cư người dân và mọi thứ mà họ sở hữu từ vùng đất này sang một vùng đất khác. Ông đã đưa ra cho họ một bộ mã luật. Và ông trao quyền cho một nhà lãnh đạo, người đã giúp họ ổn định ở ngôi nhà mới.

Nhưng khởi đầu Moses không phải là một nhà lãnh đạo vĩ đại. Nếu để ý bạn sẽ thấy rằng ông đã phải nỗ lực thay đổi rất nhiều trong cuộc sống để đạt được thành công:

Ông đã không đối xử tốt với mọi người

Chúng ta thường nghĩ các nhà lãnh đạo và giao tiếp xuất sắc bẩm sinh sẽ giỏi giao tiếp với mọi người. Tuy nhiên, Moses là một ngoại lệ. Thực tế, ông đã đối xử rất tệ với mọi người khi ông cố gắng để tạo ảnh hưởng đến người khác. Có một người Ai Cập đã bị ông giết chết trong một sự cố gây ảnh hưởng đầu tiên. Moses đã phải chạy trốn khỏi đất nước và sống lưu vong.

Ông không phải là người giao tiếp tốt

Khi nhận được lời gọi của Chúa, Moses không muốn dây dưa tới. Ông không tin vào khả năng giao tiếp của mình với mọi người. Moses trả lời: “Tôi là ai mà phải đến gặp Pharaoh và đưa người Do Thái ra khỏi Ai Cập?” Ông nói thêm: “Thưa Đấng tối cao, tôi chưa bao giờ ăn nói hùng hồn, trong quá khứ cũng như khi ngài nói chuyện với tôi tớ của ngài cũng không. Tôi không hoạt ngôn... Lạy Chúa, xin hãy gửi đến một người nào khác để thực hiện nhiệm vụ đó.” Để Moses chấp nhận sự phân công, Chúa đã phải đồng ý gửi anh trai của Moses đến sát cánh cùng ông.

Ông không phải là nhà lãnh đạo giỏi

Sau khi đưa con cái người Israel ra khỏi Ai Cập thuận lợi, ông không thực sự thành công trong việc đưa họ đi xa hơn. Người dân đã đi sai hướng còn Moses cố gắng tự làm tất cả mọi thứ – một điều sai lầm trong thuật lãnh đạo. Ông cần đến cha vợ của mình, Jethro, nhờ ông chỉ ra lỗi sai và dạy cho cách chỉ đạo các nhà lãnh đạo khác giúp ông thực hiện nhiệm vụ.

Tại sao tấm gương về Moses lại quan trọng? Bởi câu chuyện cho thấy khả năng kết nối với những người khác, giao tiếp hiệu quả với họ và gia tăng ảnh hưởng có thể học hỏi được. Lorin Woolfe,

trong Kinh Thánh về nghệ thuật lãnh đạo, đã nói: “Có một cuộc tranh luận rộng rãi về các kỹ năng giao tiếp ‘bẩm sinh’ hoặc ‘học hỏi’ và bản chất của ‘uy tín’”. Ông đã thiên về khả năng học hỏi. Ông viết:

Đề nghị của Chúa là Moses hợp tác với anh trai Aaron, người có khả năng giao tiếp tốt hơn. Moses, chứ không phải Aaron, là người đã nói chuyện với Pharaoh và lãnh đạo người dân của mình rời khỏi Ai Cập. Ông còn thiếu sót về khả năng giao tiếp, nhưng lại sở hữu niềm tin, lòng can đảm và từ bi đối với người dân của mình. Những đặc điểm này rõ ràng đã chuyển tải tới tất cả những người được tiếp xúc với ông bao gồm cả quân lính và kẻ thù của ông.

Moses đã nắm được khả năng của bản thân và tận dụng tối đa chúng. Ông đã làm những gì cần làm và nâng tầm ảnh hưởng của mình đồng thời sử dụng nó để giúp đỡ rất nhiều người. Và ông đã kết nối với họ. Khi ông qua đời, cả nước đã khóc thương và để tang ông trong 30 ngày.

HÃY BẮT ĐẦU KẾT NỐI NGAY HÔM NAY!

Bạn có thể làm gì với những tài năng bạn có? Bất cứ điều gì của bản thân mà bạn có thể tận dụng để tìm cách kết nối tốt hơn với mọi người. Bạn có thể học cách gia tăng ảnh hưởng của mình trong mọi tình huống vì kết nối là kỹ năng chứ không phải là tài năng thiên bẩm. Bạn có thể học hỏi để làm điều đó tốt hơn. Vì vậy, hãy bắt đầu thực hiện các bước. Nắm lấy các nguyên tắc kết nối. Bắt đầu sử dụng các thực tế kết nối. Và làm điều gì đó tích cực trong thế giới của bạn.

Chú Thích

- [1.](#) Narcissus: Một nhân vật trong thần thoại Hy Lạp, chàng trai có thân hình tuyệt mỹ nhưng chỉ yêu bản thân mình. Chàng mê mẩn ngắm hình ảnh của mình trên mặt nước, cứ ngồi đó đến khi chết đi, hóa thành bông hoa thủy tiên.
- [2.](#) Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản.
- [3,2.](#) Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản.
- [4.](#) Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản.
- [5.](#) Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản.
- [6.](#) Thứ bậc cao nhất trong hàng ngũ các thiên sứ.
- [7.](#) Certified Public Accountant (Kế toán viên công chứng).
- [8.](#) Một hợp chất thường được sử dụng để tăng một số lượng lớn cơ bắp và sức mạnh, cho phép kéo dài hoặc luyện tập với chế độ nặng trong thể thao.
- [9.](#) Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản.