

HỘI VIÊN



BÙNG NỔ

MẠNG LƯỚI KINH DOANH ĐA CHIỀU

Trưởng nhóm sản xuất

LÊ QUANG DŨNG

Chủ tịch kiêm TGD Tập Đoàn Công Nghệ OSP



Thùy Anh dịch

PAMELA SLIM

WAKA
Trí thức của Bạn



NHÀ XUẤT BẢN
LAO ĐỘNG

 Dinh-vi-ban-than_outline_25.6

Mục lục

1. [Lời mở đầu](#)
2. [Nội dung chính của cuốn sách này](#) 3. [Tôi là ai?](#)
4. [PHẦN 1: TÔI LÀ AI VÀ ĐÂY LÀ ĐÂU?](#)
5. [1. Hành trình của tôi, hành trình của bạn](#) 6. [2. Có rất nhiều cơ hội xung quanh chúng ta](#) 7. [3. Thương hiệu cá nhân là gì?](#)
8. [4. Xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội](#)
9. [PHẦN 2: “LÊN ĐỒ”](#)
10. [1. Giới cần phải đi trước đam mê](#)
11. [2. Tổ chất và kỹ năng](#)
12. [3. Chọn mạng xã hội nào thì phù hợp?](#)
13. [4. Làm nội dung thế nào cho hay](#)
14. [5. Xây dựng cộng đồng: làm sao để biết mọi người đang quan tâm gì?](#)
15. [6. Kiếm tiền từ thương hiệu cá nhân bằng cách nào?](#)
16. [PHẦN 3: HÀNH ĐỘNG, THỰC THI](#)
17. [1. Phát triển thương hiệu cá nhân](#)
18. [2. Tự tin là điều tiên quyết](#)
19. [3. Thích nghi với hoàn cảnh](#)
20. [4. Bị chỉ trích thì làm sao?](#)
21. [5. Không bỏ quên những điều nhỏ nhặt](#)
22. [6. Không bỏ cuộc!](#)
23. [Lời kết](#)
24. [PHỤ LỤC](#)
25. [Phụ lục 1: Các bước để xây dựng thương hiệu cá nhân](#)
26. [Phụ lục 2: Một vài ý tưởng kinh doanh](#)
27. [Phụ lục 3: Một số người hay ho để theo dõi trên mạng xã hội](#)

Lời mở đầu

Chào tất cả bạn đọc,

Tôi tên là Tuấn Anh, tài khoản Facebook là Anh Tuan Le. Hiện tại công việc chính của tôi là Chuyên viên Tư vấn hướng nghiệp và phát triển bản thân cho người trẻ.

Một phần để phục vụ công việc của mình, tôi đã xây dựng một thương hiệu cá nhân rất vững về hai chủ đề hướng nghiệp và phát triển bản thân. Hiện tại tôi có một trang blog (anhtuanle.com) với hơn 1 triệu lượt truy cập và trung bình 2 nghìn lượt xem mỗi ngày; một trang Facebook cá nhân với hơn 15 nghìn lượt theo dõi; một fanpage với hơn 30 nghìn bạn đọc và một nhóm cộng đồng hơn 30 nghìn thành viên.

Tôi cũng đã có cuốn sách đầu tay tên Nhắm mắt bắt được việc vào năm 2018 và cuốn sách này cũng có cơ hội xuất hiện tại bảng xếp hạng những cuốn sách bán chạy ở Tiki. Bây giờ, nếu cần một cái tên để theo dõi khi cần hỗ trợ về viết CV, đi phỏng vấn, tìm việc hay quản lý thời gian, cái tên Anh Tuan Le của tôi có lẽ sẽ là một gợi ý.

Tôi viết những điều này không nhằm mục đích khoe khoang thành tích cá nhân. Cuốn sách này viết về việc xây dựng thương hiệu cá nhân, nên tôi nghĩ để bạn đọc hiểu rõ về thành tích của người viết ra nó thì sẽ đáng tin cậy hơn.

Xuất phát điểm cũng chỉ là một sinh viên như bao bạn khác, tôi tìm thấy đam mê của mình trong việc giúp đỡ mọi người và quyết định chọn hướng nghiệp như một ngành nghề để theo đuổi. Nhờ có sự giúp sức của mạng xã hội, cụ thể ở đây là Facebook, tôi đã có được một thương hiệu cá nhân mà ở thời điểm này, tôi cho rằng khá thành công.

Thiết nghĩ, việc xây dựng thương hiệu cá nhân cũng không quá khó. Mạng xã hội hiện tại lại hoàn toàn miễn phí cho người dùng cá

nhân. Nếu bạn có thể xây dựng được cho bản thân một thương hiệu cá nhân vững chắc, nó sẽ giúp ích cho bạn rất nhiều, từ mở rộng các mối quan hệ, tăng độ tự tin cho đến kiếm việc làm tốt và có nhiều tiền hơn.

Từ những trải trở trên, tôi quyết định viết cuốn sách này, nhằm một mục đích duy nhất: khuyến khích những người trẻ chúng ta tự xây dựng thương hiệu cá nhân cho mình.

Nội dung chính của cuốn sách này

Trong cuốn sách này, tôi sẽ vừa hướng dẫn, vừa kể lại trải nghiệm thực tế của bản thân về việc sử dụng các trang mạng xã hội tại Việt Nam (tập trung nhiều vào Facebook) để xây dựng một thương hiệu cá nhân nho nhỏ trên đó (và có thể kiếm tiền được từ đó) theo từng bước một. Tôi sẽ hướng dẫn bạn cần làm gì mỗi khi mở Facebook lên thay vì chỉ lướt cho đỡ chán, cần viết những gì để có thêm nhiều “fan hâm mộ”, cần sử dụng công cụ, cách thức marketing như thế nào để có nhiều người biết đến bạn hơn. Từ đây bạn sẽ có một thương hiệu cá nhân tốt trên mạng xã hội, bạn có thể kiếm được chút tiền từ đó, và quan trọng nhất là – bạn có thể sống với đam mê của bản thân giống như lâu nay bạn vẫn hằng mơ ước.

Với những bạn đã biết mình thích gì và đam mê gì, cũng như đã có một công việc ổn định và đang muốn xây dựng một cộng đồng riêng cho bản thân, trong cuốn sách này tôi cũng đưa ra một số ý tưởng giúp bạn có thể xây dựng một thương hiệu cá nhân dựa trên những gì bạn có sẵn hiện tại.

Các trang mạng xã hội đang cực kỳ phát triển ở Việt Nam. Và như bạn đã biết, mạng xã hội hoàn toàn miễn phí. Vậy nên nếu có đủ đam mê và một chiến lược đúng đắn, bạn hoàn toàn có thể tự phát triển một thương hiệu cá nhân nho nhỏ, được một cộng đồng nhỏ biết đến và chắc chắn sẽ cảm thấy “sướng” vì có chỗ đứng trong cộng đồng.

Tôi luôn không thích viết những thứ giáo điều, thay vào đó tôi muốn chú trọng vào thực hành nhiều hơn. Tôi hy vọng cuốn sách này sẽ giúp ích cho các bạn, và mong bạn đọc tới đâu sẽ áp dụng tới đó.

Chúc các bạn đọc sách thật vui.

Tôi là ai?



Phần này tôi viết về tôi và những chặng đường tôi đã trải qua trên hành trình xây dựng thương hiệu cá nhân cho riêng mình. Bạn có thể chuyển luôn sang phần Tôi là ai và đây là đâu? nếu muốn bắt tay vào xây dựng thương hiệu cá nhân ngay bây giờ mà không cần chờ đợi.

Tôi tính nhầm là mình đã có khoảng ba năm kinh nghiệm làm việc.

Bắt đầu từ tháng 1/2015, sau khi kết thúc sáu tháng tham gia chương trình trao đổi sinh viên tại Melbourne, Australia – tôi quay về Việt Nam tìm nơi thực tập cuối khóa. Tôi học ngành Truyền thông chuyên nghiệp (Professional Communication), điểm GPA 3.23 – tốt nghiệp loại giỏi tại RMIT (tôi tự tin là một trường tốt trong ngành Truyền thông). Thời điểm đó bạn bè tôi chọn thực tập cho những công ty truyền thông lớn, những agency. Còn tôi, tôi thấy bản thân mình thích việc giúp đỡ và mang đến giá trị cho người khác, nên tôi quyết định chọn việc thực tập tại phòng Tư vấn hướng nghiệp, trường Đại học RMIT.

Nói một chút về đam mê giúp đỡ mọi người dẫn đến quyết định nộp đơn thực tập cho phòng Tư vấn hướng nghiệp của tôi. Thời sinh viên tôi rất năng nổ, tham gia hoạt động xã hội ở ngoài trường, là “leader” của một vài câu lạc bộ trong trường, cũng có đi làm thêm kiếm kinh nghiệm nữa. Tôi từng làm trưởng ban Truyền thông của Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam trong hai năm, hỗ trợ cho ba sự kiện lớn với hơn 20 nghìn người tham gia mỗi sự kiện. Tôi yêu cái cảm giác hướng dẫn cho khách tham quan bảo tàng cái này cái kia, dùng những hiểu biết của mình về văn hóa Việt Nam để nói chuyện với khách quốc tế. Tôi tự hào về điều đó.

Tôi hỗ trợ cho một vài phòng ban của trường trong việc tổ chức những ngày hội lớn như Khai giảng cho sinh viên khóa mới, “*Open Day*” (Ngày hội thông tin) cho các em cấp ba tìm hiểu về trường hay “*Graduation Day*” (Ngày lễ tốt nghiệp của sinh viên RMIT). Tôi cảm thấy hưng phấn khi giới thiệu về trường cho các em, cho các cô bác phụ huynh. Tôi cảm thấy tự hào, vừa run lại vừa vui khi đứng trước

50 cô bác phụ huynh để chia sẻ lại những khó khăn và vui vẻ trong cuộc sống trao đổi sinh viên của mình.

Tôi có hai công việc làm thêm thời sinh viên: marketing cho một trung tâm tiếng Anh và phục vụ bàn cho một nhà hàng tại Melbourne. Tôi yêu thích công việc ở Trung tâm tiếng Anh khi lần đầu tiên tôi được lên giáo án và quản lý một câu lạc bộ tiếng Anh nhỏ cho các bạn trường Đại học Xây dựng Hà Nội. Tôi yêu thích công việc phục vụ bàn khi được phục vụ theo yêu cầu của mọi người, nhìn thấy mọi người vui vẻ trò chuyện, tận hưởng quãng thời gian vui vẻ cùng người thân trong bữa ăn của họ.

Thế đấy, từ những việc giản đơn như vậy, tôi thấy mình thích giúp và phục vụ mọi người, nên tôi quyết định thử thực tập tại phòng Hướng nghiệp.

Tháng 2/2015, tôi bắt đầu thực tập tại Phòng hướng nghiệp trường Đại học RMIT. Tại đây như cá gặp nước, công việc nào tôi cũng mê. Tôi yêu việc nhìn các anh chị tư vấn cá nhân cho các bạn sinh viên và các cô bác phụ huynh, giúp các em và các bác có cái nhìn rõ hơn về con đường nghề nghiệp. Tôi mong mình tương lai cũng làm một công việc như vậy. Tôi dành cả thời gian hành chính, buổi tối, cuối tuần cho việc giúp đỡ các anh chị trong phòng tổ chức các sự kiện hướng nghiệp rất hay như Ngày hội nghề nghiệp, Chia sẻ thông tin thực tập, Chương trình Mentor (Chương trình kết nối sinh viên với các anh chị đã đi làm) hay Chương trình Networking (Giao lưu tự do giữa sinh viên và đại diện các doanh nghiệp). Lúc đó tôi biết ước mơ của mình là gì, tôi không mơ ước thành tỷ phú hay doanh nhân, tôi đơn giản muốn mình làm công việc hướng nghiệp, để nhân rộng những chương trình hay ho này cho sinh viên Việt Nam. Kết thúc kì thực tập, tôi nói với cô Phoenix, một người giáo viên mà tôi rất yêu quý: “Em quyết định sẽ theo con đường hướng nghiệp”.

Tháng 5/2015, tôi bắt đầu trang blog anhtuanle.com của mình, viết về những kinh nghiệm viết CV bản thân tôi đã học được và chia sẻ những kinh nghiệm cá nhân trong những buổi phỏng vấn. Tháng

6/2015, tôi kết thúc thời gian thực tập tại phòng Tư vấn hướng nghiệp.

Tháng 7/2015, tôi từ chối cơ hội làm việc cho một công ty quảng cáo lớn ở Sài Gòn, nhận lời làm công việc hợp đồng full-time cho phòng Hỗ trợ sinh viên, trường Đại học RMIT. Tôi muốn tiếp xúc với các em sinh viên và các cô bác phụ huynh để hiểu rõ hơn về những tâm tư, nguyện vọng của họ trong con đường chọn ngành và chọn nghề.

Tháng 10/2015, tôi kết thúc hợp đồng ngắn hạn với Phòng Hỗ trợ sinh viên RMIT, sau khi sử dụng những kỹ năng truyền thông của bản thân để giúp giới thiệu và ra mắt phòng thành công. Cơ duyên từ những mối quan hệ cũ dẫn đến công việc tiếp theo của tôi, một công việc rất thú vị trong lĩnh vực phim ảnh.

Tháng 10/2015 đến tháng 12/2015, tôi dành ra ba tháng làm việc cho hãng phim Oriental Pictures. Dự án tôi nhận là Quảng bá phim tài liệu Lửa Thiện Nhân ra rạp tại thị trường Hà Nội và Sài Gòn. Trong ba tháng, một tay tôi quản lý hết mọi việc. Từ quản lý rạp chiếu, quản lý nhân viên, làm việc với báo chí, làm việc với các cơ quan ban ngành cho đến công việc truyền thông. Ba tháng liên tục tôi làm việc từ 7 giờ sáng và kết thúc lúc 23 giờ khuya. Ba tháng đó là những trải nghiệm rất vui ở một công việc rất khác, giúp tôi hiểu hơn về một khía cạnh đời sống của các anh chị đạo diễn và nhà báo. Tuy được giữ lại làm việc lâu dài nhưng tôi quyết định từ chối, vì biết mình vẫn muốn theo đuổi mảng hướng nghiệp.

Đúng như câu nói “Cứ theo đuổi đam mê, duyên sẽ tới” mà tôi rất tâm đắc, tôi gặp Giang vào tháng 1/2016. Từ tháng 1/2016 đến tháng 10/2016, tôi về trung tâm UNESCO-CIC làm cùng Giang nhiều dự án hướng nghiệp cho người trẻ mà cả hai đưa cùng áp ủ. Đây là công việc tuyệt vời nhất mà tôi mơ ước, khi có một chức danh và cơ hội được thực hiện những ý tưởng lâu nay chỉ có trong đầu. Trong 10 tháng, tôi và Giang đã xây dựng nên website hướng nghiệp 8morning.com – thu hút hơn 1 triệu lượt truy cập và được nhiều tờ báo đưa tin. Dù dự án đã khép lại từ tháng 9/2017, nhưng 8morning.com vẫn là một dấu mốc đáng nhớ với tôi. Chúng tôi tổ

chức chương trình Uni CV Tour, hướng dẫn kỹ năng tìm việc đến các bạn sinh viên đại học tại Hà Nội và Sài Gòn. Chúng tôi làm việc với Đại học Ngoại thương, Kinh tế Quốc dân, Nhân văn, Học viện Chính sách và Phát triển và nhiều trường khác nữa. Chúng tôi còn cho ra đời một chương trình rất hay tên là Bình dân Học vụ Tiếng Anh, với hơn 20 khóa và gần 500 học viên, hướng dẫn kỹ năng giao tiếp bằng tiếng Anh cho người trẻ.

Tháng 10/2016, một lần nữa tôi nhận được lời mời từ phòng Hỗ trợ sinh viên RMIT cho một dự án mới của phòng trong sáu tháng tại Sài Gòn. Đam mê Sài Gòn từ một năm trước khi thực tập, tôi quyết định khăn gói vào đây lập nghiệp. Tôi có chín tháng làm việc tại đây, hỗ trợ cho một dự án lớn chuyển giao công nghệ từ RMIT Melbourne về RMIT Việt Nam.

Tháng 7/2017, tôi kết thúc dự án tại RMIT. Thời điểm này có một vài cơ hội làm full-time tại một số công ty, tôi quyết định từ chối để thử làm việc toàn thời gian theo đuổi dự án hướng nghiệp của mình. Trong sáu tháng từ tháng 8/2017 đến tháng 2/2018, tôi tự gọi mình là một freelancer (người làm việc tự do). Tôi làm công việc mình yêu thích mỗi ngày. Tôi tư vấn tìm việc, cách viết CV và chuẩn bị phỏng vấn cho các bạn trẻ và nhiều anh chị đã đi làm. Rất nhiều người trong số đó đã có việc thành công, nhiều người còn đang làm ở những công ty lớn như RMIT, Deloitte, Unilever, Đại sứ quán Mỹ, Prudential. Năm 2017, tôi mở được ba lớp Career & Personal Development (Phát triển cá nhân và sự nghiệp), nơi tôi hướng dẫn cho các em sinh viên trong hai tháng về kỹ năng tìm việc và phát triển bản thân. Ba lớp với gần 50 con người với nhiều hoàn cảnh khác nhau. Tôi viết blog mỗi ngày để chia sẻ về hướng nghiệp và phát triển bản thân. Tôi đã xây dựng một cộng đồng viết tên là Viết 100 Từ với hơn 30 nghìn thành viên đến thời điểm này. Tôi về các trường như Bách khoa, Đại học Mở, Ngoại thương, Kinh tế để hỗ trợ các em sinh viên về kỹ năng mềm.

Hiện nay tôi mới nhận một công việc mới là chuyên viên viết về hướng nghiệp và phát triển bản thân cho một kênh thông tin và vẫn tiếp tục theo đuổi đam mê giúp đỡ mọi người.

Phần 1 Tôi là ai và đây là đâu?

Thương hiệu cá nhân thật ra không bắt đầu từ đâu xa xôi cả, nó bắt đầu từ những gì mà chúng ta thích làm mỗi ngày.

1Hành trình của tôi, hành trình của bạn

Có một câu hỏi đôi khi khiến tôi thấy mơ hồ: Tôi điên hay người khác điên?

– Albert Einstein CÓ NHỮNG THỨ TA ĐÃ GIỎI TỪ NHỎ

Thành thật mà nói tôi chưa nổi tiếng đến mức ra đường ai nhìn thấy cũng sẽ nhận ra. Chỉ có những người quan tâm đến tìm việc và làm việc hiệu quả mới có thể biết đến tôi qua các hoạt động chia sẻ và bài viết của tôi trên Facebook Anh Tuan Le và blog anhtuanle.com. Với tôi, như vậy là đủ.

Tôi là người hướng nội. Tôi tự thấy mình khá nhạy cảm trong giao tiếp, rất hay để ý xem người khác nói gì, nghĩ gì về mình. Đi vào nhà hàng sang trọng thì ngại không biết nhân viên có nghĩ mình nhà quê không. Đi sửa xe thì ngại không biết mấy ông sửa xe có nghĩ mình con trai mà không biết gì về xe cộ không? Tôi phải lấy can đảm mấy năm liền mới dám bước vào phòng gym, vì lúc nào trong đầu cũng nghĩ: “Không biết chúng nó có cười vì mình gầy gò không nhỉ?”, “Không biết mấy ông tập lâu năm có cười vì mình tập sai động tác không nhỉ?”...

Mãi đến khoảng hơn một năm gần đây, tôi mới dần học được cách “bơ đi mà sống” và không quan tâm đến việc người khác nghĩ gì về mình nữa. Tôi nhận ra mỗi người chúng ta chẳng thể kiểm soát được người khác nghĩ gì hay nói gì; chúng ta chỉ có thể kiểm soát được bản thân và chọn được cách phản ứng của mình với những điều đó. Tôi cũng nhận ra việc xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân tốt giúp ích cho tôi rất nhiều trong việc khiến bản thân tự tin hơn trong những hoàn cảnh mà tôi kể ở trên. Và nếu bạn cũng là người hướng nội giống tôi, bạn vẫn hoàn toàn có thể xây dựng được thương hiệu cá nhân.

Từ nhỏ tôi đã rất thích công việc viết lách, chia sẻ thông tin, làm website. Hồi cấp hai khi đọc báo Hoa học trò hoặc Thiếu niên Tiền phong, tôi đã có ý tưởng làm một tờ báo giấy cho trường, tôi sẽ đi phỏng vấn các bạn trong trường, copy mấy mẫu chuyện cười trên mạng sau đó tự dùng máy tính biên tập, thiết kế lại thành một tờ báo. Nói là làm liền, tôi đi lên mạng cóp nhặt những chuyện hay ho rồi vào Word dàn trang, hôm sau cho ra lò ngay một tờ báo có độ dài hai trang A4. Tiếc là hồi ấy không có kinh phí để in số lượng lớn mang phát cho các bạn trong trường.

Lên cấp ba, tôi được dùng Internet và bắt đầu lang thang ở các diễn đàn. Hồi ấy dân tình chưa dùng Facebook nhiều như bây giờ, nên chủ yếu là vào các diễn đàn. Khoảng năm 2008, tôi tham gia một diễn đàn bóng đá của báo Bóng đá. Thật sự lúc ấy muốn nổi tiếng lắm, nên ngày nào tôi cũng chăm chỉ lướt các trang bóng đá, cóp nhặt bài về đăng lại lên diễn đàn để nhanh được đứng đầu bảng xếp hạng những người viết nhiều. Mà cũng nhờ cóp nhặt lại nên tôi cũng có chút kiến thức, dần dần cũng tự viết được một vài bài báo bình luận và phân tích trước và sau mỗi trận đấu, được lên trang chủ báo Bóng đá hẳn hoi.

Tôi kể hai câu chuyện vừa rồi để muốn nói là, thật ra có khi từ nhỏ chúng ta đã biết sở thích và đam mê của bản thân, nhưng vì không có điều kiện làm, vì bố mẹ không cho, vì lý do này lý do kia mà không được theo đuổi nữa. Trong các ca tư vấn từng tham gia, tôi từng gặp nhiều trường hợp kiểu như: Con thích lắp ráp linh kiện nhưng mẹ cứ nhất quyết bắt học luật vì cả nhà theo ngành luật, dễ xin việc hơn hay Con thích học sáng tạo, tổ chức sự kiện nhưng bố lại cứ bắt phải học ngành Tài chính ngân hàng vì nghe nói ngành đó ổn định hơn. Thương hiệu cá nhân thật ra không bắt đầu từ đâu xa xôi cả, nó bắt đầu từ những gì mà chúng ta thích làm mỗi ngày.

HÃY TỰ VIẾT “TIỂU SỬ” CỦA CHÍNH MÌNH

Để làm được thương hiệu cá nhân tốt, trước tiên ta phải hiểu chính mình. Để hiểu chính mình, không có cách nào tốt hơn là ngồi xuống và viết ra. Tốt nhất bạn nên viết về bản thân từ những ngày cấp ba

(nếu bạn nào vẫn còn trẻ thì hãy viết từ cấp hai) cho đến thời điểm hiện tại. Liệt kê tất tần tật những thứ mình đã từng làm, dù có hay ho hay không, cái gì trong đó mình thích, cái gì trong đó mình chưa thích lắm.

Dưới đây, tôi sẽ kể một chút về tôi, một là để các bạn hiểu hơn về người đang nói chuyện với các bạn trong cuốn sách này, hai là để các bạn có mẫu làm theo.

Hoạt động “va vấp” đầu tiên của tôi với xã hội là khi tôi làm nhóm Truyền thông tại Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam. Đây là công việc đầu tiên của tôi, khởi đầu cho rất nhiều công việc sau này. Tôi được làm việc cùng một nhóm hơn 20 anh chị khác nhau từ nhiều hoàn cảnh, được tiếp xúc và đón tiếp hơn 20 nghìn lượt khách mỗi dịp sự kiện diễn ra. Công việc đầu tiên đã dạy cho tôi được rất nhiều về làm việc nhóm, về vai trò của mỗi người trong xã hội, về việc đi làm. Tôi dần nhận ra mình rất thích việc hướng dẫn và giúp đỡ người khác. Để hiểu rõ bản thân hơn nữa, tôi khuyên các em có cơ hội hãy bắt đầu đi làm ngay, công việc gì cũng được, đừng quản ngại khó khăn, mỗi một công việc là một cơ hội để các em được học hỏi và hiểu hơn về bản thân mình – một trong những bước khởi đầu cho việc làm thương hiệu cá nhân.

Công việc thực sự kiếm ra tiền đầu tiên mà tôi làm đó là vị trí Marketing Executive (nhân viên marketing) ở một Trung tâm tiếng Anh. Thời điểm đó, tôi đang là sinh viên cuối năm nhất, chuẩn bị qua năm hai. Công việc ở Trung tâm tiếng Anh cũng không có gì nhiều. Thời điểm đó trung tâm mới mở, nên có mình tôi làm marketing, hai người làm sales, hai người làm chăm sóc khách hàng và một người làm quản lý. Là một start-up nên mọi người cố gắng đảm nhận càng nhiều việc càng tốt. Ngoài công việc marketing đơn thuần là cập nhật thông tin trên website và quản lý fanpage, tôi còn làm một số việc không tên khác như phỏng vấn giáo viên nước ngoài, soạn giáo án, tổ chức lớp học cho trẻ em và câu lạc bộ tiếng Anh cho các bạn sinh viên. Công việc mang lại nhiều trải nghiệm hữu ích. Chẳng hạn như nhờ đó tôi nhận ra mình không hề thích dạy trẻ em, trong khi lại rất có khiếu đứng lớp người lớn. Như tôi đã

nói ở trên, phải làm mới biết được mình hợp cái gì. May mắn mình sẽ được làm cái mình thích, nhưng may mắn hơn nữa là mình được trải nghiệm thứ không thích để sau này khi bắt đầu đi làm có thể tránh những vết xe đổ đó.

Cuối năm ba đại học, tôi tham gia chương trình trao đổi sinh viên kéo dài sáu tháng tại Melbourne, Úc. Trong sáu tháng đó, tôi trải qua hai công việc chính và một vài công việc lặt vặt khác. Công việc đầu tiên của tôi bên Úc là làm cho một nhà hàng bán đồ ăn Trung Quốc. Với tôi không có công việc nào là vô giá trị hay vô ích cả. Với công việc bồi bàn, tôi học được từ anh chủ niềm đam mê của anh. Anh rất đam mê ăn uống, trước khi mở ra nhà hàng này, anh dành nguyên một tháng đi từng nhà hàng trong phố, ăn thử các món, quan sát cách họ hoạt động rồi mới bắt tay vào mở nhà hàng. Tôi học được sự tỉ mỉ và cách bao quát công việc. Tỉ mỉ từ việc lau chùi sạch sẽ, quan sát từng bàn xem có khách nào cần giúp đỡ không, có gì cần dọn không mà không cần chờ được nhắc. Chủ động cũng là một thái độ mà tôi học được và vẫn áp dụng nhiều cho các công việc sau này. Chủ động là phải tự tìm việc mà làm, chứ không trề nải, chờ người khác cầm tay chỉ việc. Những thứ này tôi thấy giúp ích cho bản thân tôi rất nhiều trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân sau này.

Như đã nói ở trên, thương hiệu cá nhân nên bắt đầu từ đam mê. Bạn chỉ thật sự đam mê khi bạn bỏ công, bỏ sức, bỏ thời gian cho một công việc nào đó, giống như việc anh chủ quán đã bỏ ra cả tháng để khảo sát các cửa hàng vậy. Tính chủ động cũng rất quan trọng trong việc làm thương hiệu cá nhân, chỉ có chủ động tìm kiếm thông tin, chủ động trong việc xây dựng các mối quan hệ mới giúp bạn có một thương hiệu cá nhân bền vững.

Một trải nghiệm nho nhỏ nữa mà tôi cũng muốn chia sẻ với mọi người là một lần tôi được đi làm nông trại ở Úc. Một buổi tối đẹp trời đang lang thang trên Facebook, tôi thấy bài đăng tuyển người làm nông trại trong một ngày. Công việc được miêu tả là “rất dễ”, đơn giản là thu hoạch su hào và bắp cải. Ừ thì làm có một ngày, công việc dễ, lương khá, nên tôi quyết định đăng ký thử xem sao.

Nông trại ở xa, nên 3 giờ sáng sớm hôm sau tôi đã phải dậy để chuẩn bị. Đi bộ ra quảng trường cách nhà khoảng 500 mét, tôi đứng chờ xe trong cái lạnh thấu da thấu thịt. Khoảng 15 phút sau thì xe tới. Một chiếc xe bảy chỗ loại cũ, trên xe đã có sẵn năm người, hai cô bác trung tuổi, hai chị và một anh tầm tuổi nhau. Lên xe chạy cỡ một tiếng thì tới nông trại. Nông trại ở xa thành phố nên đồng không mông quạnh lắm, chỉ có kangaroo nhảy lung tung thôi chứ không có người.

Việc đầu tiên cần làm là thu hoạch su hào. Công việc cũng đơn giản thôi, cả cánh đồng có rất nhiều làn, mỗi người phụ trách thu hoạch một luống. Mỗi luống dài cỡ 200 – 300 mét. Ở đầu luống là một cái xe to dùng, mọi người cắt đến đâu thì vớt lên xe đến đấy, người trên xe sẽ rửa và xếp vào thùng. Xe sẽ đi từ từ nên mọi người cũng vừa cắt vừa di chuyển theo hướng xe, ai cắt chậm tụt lại phía sau là bị khiển trách ngay. Những người làm cùng tôi đã quen tay nên cắt nhoay nhoáy nhanh lắm. Tôi thì mới, chưa làm nông bao giờ nên cứ loay hoay mãi. Cắt thì chả được mấy mà đau hết cả tay. Rồi thì lưng phải cúi nhiều nên mỏi hết cả lưng nữa. Hôm ấy trời lạnh tôi còn cẩn thận mặc một cái áo len to dùng, đứng cắt một hồi thì nóng – thấy mình thật đại dột. Cứ cần mẫn cắt hết luống này đến luống kia, vừa cắt vừa nghe mấy ông chủ Ấn Độ ở đấy chửi bới. Tôi mới làm một tí mà đã thế này, vậy các cô các chú làm ở đây cả năm cả tháng sao họ chịu được nhỉ? Người ở nhà thì cứ nghĩ là đi nước ngoài sướng lắm, nào có biết được sang đây khổ cực như thế này. Hôm ấy chính xác tôi đã làm ở cánh đồng rau đúng bảy tiếng đồng hồ, từ 6 giờ sáng đến 1 giờ trưa. Về đến nhà ăn vội bát phở 10\$ rồi ngủ một giấc đến đúng sáng hôm sau mới lết dậy được. Cả người ê ẩm mấy ngày liền. Sau này đi làm văn phòng, mỗi lần phải nghĩ cái gì xì trét quá tôi lại nhớ tới trải nghiệm đau thương này để thấy là, ở ngoài kia còn bao nhiêu người đang dầm mưa dãi nắng, khổ hơn mình nhiều, tôi có mệt tí nhưng vẫn ở trong phòng điều hòa, cố gắng mà chịu đựng và giải quyết đi.

Ô

Ở

À

CÔNG VIỆC HIỆN TẠI: TƯ VẤN HƯỚNG NGHIỆP VÀ DẠY VỀ PHÁT TRIỂN BẢN THÂN

Khi ai đó hỏi về công việc hiện tại, tôi hay đùa là tôi sửa CV dạo kiếm tiền. Giống kiểu mấy cậu đi bán vé số dạo ấy. Nói vui vậy thôi vì mọi người thấy tôi chẳng đi làm cho công ty nào, suốt ngày chỉ viết lách trên blog, rồi viết status Facebook, rồi tham gia hội thảo này hội thảo kia, nên thắc mắc không biết một tháng tôi kiếm được bao nhiêu.

Chia sẻ thẳng thắn là nghề viết lách chẳng kiếm được là bao. Đơn giản là tôi thích viết và muốn chia sẻ miễn phí cho cộng đồng. Tuy nhiên, các bạn cũng biết, làm gì thì làm cũng vẫn phải có đồng ra đồng vào để sống. Có cái ăn thì mới có sức làm việc tiếp được. Tôi có đi tư vấn cá nhân, chủ yếu là về tìm việc và hướng nghiệp. Trong đó gồm nhiều cái nhỏ hơn như giúp các bạn viết CV, hướng dẫn các bạn để chuẩn bị phỏng vấn tốt hơn. Công việc này tôi tính phí theo giờ. Vì tôi cũng không quảng cáo nhiều nên chủ yếu là khách quen làm việc xong với tôi thấy hài lòng thì giới thiệu cho người khác, nên trung bình một tháng tôi cũng kiếm được một khoản thu nhập nho nhỏ. Ngoài việc tư vấn cá nhân thì tôi có đi dạy nữa. Dạy các lớp về kỹ năng làm việc, các lớp về kỹ năng tìm việc. Tôi thích công việc giảng dạy lắm.

Đó là câu chuyện “tiểu sử” của tôi, hành trình tôi nhận ra mình giỏi gì, thích gì và đam mê gì.

Còn bạn, bạn thì sao?

Đừng chối bỏ những gì mình đang có.

Khi tôi đi tư vấn cho các bạn về thương hiệu cá nhân, tôi nhận thấy các bạn bây giờ thường bị tự ti, bị ảnh hưởng bởi những câu chuyện thành công trên mạng và luôn thấy rằng bản thân bất tài hay chẳng-có-gì-giỏi-giang-cả. Ví dụ tôi từng gặp:

- Một bạn sinh viên ngành Răng – Hàm – Mặt năm cuối có trình độ chuyên môn rất tốt nhưng lúc nào cũng băn khoăn thấy mình không giỏi và năng động như các bạn trẻ ngành marketing.
- Một em gái tốt nghiệp ngành Ngôn ngữ Anh, rất giỏi về tiếng Anh và các hoạt động cộng đồng, một năm được tham gia hội thảo ở ba, bốn nước khác nhau, nhưng khi nào gặp tôi em cũng than vãn là “Em không biết mình giỏi cái gì, em thấy đáng ra mình nên có công việc ổn định giống các bạn ở nhà”.
- Một bạn học Ngoại thương, chủ tịch một câu lạc bộ lớn, từng đoạt giải ở vài cuộc thi marketing gặp tôi với tâm thế tự ti rằng tại sao bạn bè em có được công việc ổn định hết rồi mà em vẫn cứ lông bông mãi.

Tôi tin rằng, mỗi người chúng ta đều giỏi, dù ở bất kỳ độ tuổi nào. Chẳng có ai trên thế giới này giỏi hơn bạn tất cả mọi thứ. Cái chúng ta cần là bình tâm lại, cùng suy ngẫm về bản thân mình, dùng hệ quy chiếu là chính mình năm năm về trước, đừng so sánh với ai cả để hiểu hơn về mình.

Một thương hiệu cá nhân tốt xuất phát từ việc bạn hiểu rõ chính mình, không xuất phát từ việc bắt chước một ai đó.

BÀI TẬP SỐ 1: BẠN LÀ AI?

Tôi không muốn đọc giả chỉ đọc sách của tôi rồi để đó, vậy nên cuối mỗi chương chúng ta hãy làm một chút “bài tập” nho nhỏ nhé.

Bài tập đầu tiên là hiểu rõ bản thân mình đang có những gì, phải hiểu rõ chính mình xem đâu là điểm mạnh, đâu là điểm yếu, thì mới có thể làm thương hiệu cá nhân tốt được. Vậy nên bạn đọc hãy làm bài tập đầu tiên, gồm ba nhiệm vụ nhỏ dưới đây nhé:

1/ Liệt kê 10 hoạt động, công việc hoặc môn học bất kỳ mà bạn đã tham gia, kể một câu chuyện khoảng 300 từ về hoạt động đó trả lời đủ các câu hỏi sau:

- Bạn làm công việc, hoạt động gì? (What)
- Tại sao bạn làm công việc đó? (Why)
- Bạn làm công việc đó ở đâu, khi nào? (Where, when)
- Bạn làm công việc đó với ai? (Who)
- Bạn làm công việc đó như thế nào? (How)
- Bạn có thích công việc đó không, công việc đó có hình thành ở bạn kỹ năng gì không?

2) Vào Google Form (google.com/forms) tạo một survey ẩn danh với các câu hỏi dưới đây, sau đó gửi cho những người thân của mình, thầy cô, bạn bè, đồng nghiệp nhờ họ nhận xét:

- Theo bạn ba điểm mạnh của tôi là gì?
- Theo bạn tôi có điểm yếu gì?
- Bạn nghĩ rằng tôi phù hợp với công việc nào?

3) Vào trang 16Personalities (16personalities.com) làm bài test tính cách và đọc hết những điều trong trang đó để xem nó đúng bao nhiêu phần trăm với bản thân.

Thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội không nhất thiết cứ phải bó buộc vào vấn đề giải trí hay viết sách.

2 Có rất nhiều cơ hội xung quanh chúng ta

Bạn chỉ sống một lần thôi, nhưng nếu bạn sống đúng, một lần là đủ rồi.

– Khuyết danh

Ngày càng có nhiều người tự mở công ty riêng, tự kinh doanh một cái gì đó. Theo số liệu từ Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong năm 2017 đã có hơn 100 nghìn doanh nghiệp mới mở – xác lập kỷ lục tại Việt Nam. Rất nhiều doanh nghiệp trong số này được thành lập bởi các bạn trẻ, tạo nên một làn sóng khởi nghiệp mạnh mẽ. Nhiều người ví von vui là Việt Nam đang dần dần trở thành một “start-up nation” (quốc gia khởi nghiệp) giống như Israel vậy.

Khoan nói đến việc bạn có gia nhập làn sóng khởi nghiệp này hay không, ý tôi muốn nói ở đây là ngày càng có nhiều người trẻ (và cả người không trẻ) bắt đầu tự phát triển một thứ gì đó cho riêng mình, không còn phụ thuộc hoàn toàn vào việc đi làm công ăn lương ngày tám tiếng. Nhờ sự phát triển của Internet, và đặc biệt là Facebook như hiện nay, ai cũng có thể tự mở hoặc tự làm một cái gì đó cho bản thân mà không bị quá nhiều ràng buộc như trước. Ví dụ rất nhiều người cho rằng vì sự phát triển của công nghệ mà báo giấy và sách giấy mất đi chỗ đứng của nó, có ít người mua hơn. Tuy nhiên, nếu nhìn ở mặt tích cực, thì chính nhờ việc này, các nhà báo, nhà văn, tác giả lại có nhiều cơ hội hơn để phát triển thương hiệu cá nhân và có thêm thu nhập tốt hơn từ đó.

Báo giấy và sách giấy ngày càng ít người đọc vì mọi người đang dần chuyển hướng sang đọc sách và báo mạng. Điều này có nghĩa là tiền quảng cáo sẽ tập trung vào các ấn phẩm online nhiều hơn. Vậy nên, để có nhiều cơ hội việc làm thì đương nhiên các nhà báo cũng như tác giả cũng phải “go-online”, lên mạng tìm kiếm cơ hội chứ không thể khư khư mãi với cây bút và quyển sổ được nữa. Và dĩ nhiên, khi đã lên mạng, các nhà báo hay tác giả sẽ có nhiều cơ

hội để phát triển hình ảnh của họ hơn cũng như kiếm được nhiều tiền hơn so với việc họ viết báo giấy thông thường trước đây.

Lấy ví dụ trước đây khi chưa có Internet, các nhà báo và tác giả thường kiếm tiền qua đâu? Chủ yếu là qua nhuận bút trả từng bài hoặc doanh thu bán sách. Và nếu bạn nào đã có kinh nghiệm làm trong lĩnh vực “bán con chữ” này hoặc có bạn bè người thân làm trong lĩnh vực này thì sẽ biết, tiền kiếm được từ nhuận bút viết báo hay thậm chí bán sách chẳng được là bao nhiêu. Chẳng mấy ai làm giàu chỉ từ nhuận bút. Hiện nay, nhờ có Internet, các tác giả và nhà báo có nhiều cơ hội hơn hẳn.

Nếu như các doanh nhân xây dựng thương hiệu cá nhân, phát triển hình ảnh của họ thông qua các thương vụ làm ăn triệu đô, tỷ đồng thì với những người viết lách, cơ hội rõ ràng nhất để phát triển thương hiệu cá nhân là thông qua việc viết.

Nếu như trước đây chỉ có viết cho báo và hưởng nhuận bút thì bây giờ một tác giả hoặc nhà báo có thể viết ở rất nhiều nơi. Họ không bị bó buộc ở báo nữa. Một tác giả có thể cộng tác với nhiều kênh khác nhau, ở nhiều chủ đề khác nhau. Ngoài ra, tác giả còn có thể viết những chia sẻ của họ về các vấn đề xã hội trên Facebook hay blog cá nhân.

Vì họ là những người viết rất hay, nên thường các bài viết của họ sẽ có rất nhiều người đọc và chia sẻ lại trên mạng xã hội. Nhiều người đọc và chia sẻ tức là sẽ có nhiều follower. Nhiều follower tức là có nhiều cơ hội để làm quảng cáo (ví dụ như viết một status quảng cáo sản phẩm) hoặc được tham gia chương trình này, chương trình kia, từ đó mang lại nhiều thu nhập cá nhân hơn. Như vậy chẳng phải mạng xã hội giúp ích rất nhiều cho những người viết lách?

Tương tự như vậy là viết sách. Nếu như trước đây để xuất bản được một cuốn sách rất khó khăn, để bán và quảng bá được cuốn sách đó lại càng khó khăn hơn nữa. Bây giờ thì khác. Ngày càng nhiều tác giả trẻ xuất hiện. Không tin bạn cứ ra hiệu sách mà xem, kiểu gì cũng có một gian sách dành riêng cho các tác giả trẻ như Nguyễn Ngọc Thạch, Gào, Hamlet Trương, Anh Khang, v.v..

Nhờ có mạng xã hội, việc quảng bá cho một cuốn sách mới ra dễ hơn hẳn. Nếu như trước đây có thể chỉ có lẽ ra mắt sách sau đó là quảng cáo trên báo hoặc trực tiếp ở hiệu sách thì bây giờ các tác giả có thể tận dụng sức mạnh của công nghệ, tự quảng cáo miễn phí trên trang cá nhân, bỏ tiền mua quảng cáo từ Google, Facebook hoặc mua bài PR từ các trang báo có nhiều độc giả trẻ. Nói chung là có rất nhiều cơ hội. Có khi quyển sách này đến tay bạn cũng vì một trong những lý do trên.

Nhờ sự phát triển của mạng xã hội mà bây giờ cũng có rất nhiều website hay ho dành cho giới trẻ ra đời. Những website này chẳng cần đội ngũ nhân lực mấy trăm người như một công ty lớn, họ chỉ cần một nhóm ba đến bốn người, thậm chí hai người hoặc có khi có một người cũng đủ duy trì website đó rồi. Lấy ví dụ một số website cá nhân tôi thấy rất hay mà bạn đọc có thể tham khảo là:

- tramdoc.vn – Kênh thông tin giới thiệu, review sách; kiến thức phát triển bản thân.
- tamlyhoctoipham.com – Kênh thông tin tâm lý học thường thức.
- ybox.vn – Kênh chia sẻ thông tin dành cho giới trẻ.
- ecoblader.com – Kênh thông tin về marketing và giới thiệu sách.
- bookaholic.vn – Trang thông tin về sách.

Đặc điểm chung của các website này là không cần quá đông nhân lực để duy trì. Có thể chỉ cần hai đến ba người trong đội ngũ nhân sự chính, còn lại là cộng tác viên. Vì nhân lực không đông nên các website này sẽ không đưa các tin kiểu nóng sốt, cập nhật nhanh chóng như Kênh14 hay VnExpress mà sẽ tập trung nhiều hơn vào các bài phân tích chất lượng và dài (tôi thích thế).

Nếu như các tin kiểu hotgirl, sex, scandal đọc cho vui để biết thì các bài phân tích dài hay ho từ những trang này khi chia sẻ lên mạng xã hội sẽ nhận được rất nhiều sự quan tâm từ các bạn trẻ. Từ đó mang lại một lượng follower lớn cho các trang và nhiều cơ hội quảng cáo cho các trang này. Khi có một lượng follower lớn rồi thì các trang này có thể quảng cáo sản phẩm, tổ chức sự kiện, v.v.. Những founder (người sáng lập) có thể không đi làm, không hưởng lương 5

– 6 triệu một tháng ổn định như bạn, nhưng họ có cơ hội để nhận được 20% hay 30% doanh thu của một trăm triệu chẳng hạn, cũng đáng đấy chứ nhỉ?

Ngoài ra, nhờ sự phát triển của mạng xã hội, việc viết lách và trở thành người trong lĩnh vực viết dễ dàng hơn hẳn. Trước đây khi muốn trở thành một tác giả, có thể bạn sẽ cần bằng cấp hoặc một vài năm kinh nghiệm trong nghề. Bây giờ chỉ cần một trang blog cá nhân miễn phí, chăm chỉ viết mỗi ngày một bài là bạn có thể được xem như một tác giả rồi. Có thể bạn chưa được gọi là tác giả chuyên nghiệp, nhưng ít nhất cũng được xem là tác giả có bài viết.

Ví dụ có nhiều bạn sinh viên rất thích viết lách, viết cũng rất hay, nhưng chưa có kinh nghiệm cũng như chưa có một portfolio dày dặn, nên nếu muốn xin làm cộng tác viên cho các trang báo lớn như YanTV, Kênh 14, VnExpress... sẽ gặp nhiều khó khăn, các bạn có thể bắt đầu ở những website nhỏ hơn như ybox.vn, tramdoc.vn chẳng hạn. Hay như ở 8morning.com tôi rất khuyến khích các bạn viết lách, kể cả đó là một bạn học sinh lớp 10. Sau một thời gian viết trên 8morning.com, các bạn sẽ có một hồ sơ tác giả cho riêng mình. Đó có thể xem như portfolio cá nhân để bạn mang đến “khoe” với nhà tuyển dụng về những thành tích bạn đã đạt được.

Thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội không nhất thiết phải bó buộc vào vấn đề giải trí hay viết lách. Không phải bạn cứ phải nói hay nói duyên như JVeevermind hay HuyMe thì mới nên làm vlog. Không phải bạn cứ phải viết văn hay như Gào, Nguyễn Ngọc Thạch thì mới nên làm blog. Chỉ cần bạn thật sự đam mê và có kiến thức sâu rộng về một chủ đề nhất định, bạn hoàn toàn có thể bắt đầu một kênh vlog, blog hoặc podcast (một dạng radio) của riêng mình về chủ đề đó.

XÂY DỰNG LỘ TRÌNH TƯƠNG LAI CHO BẢN THÂN

Trong Alice in Wonderland có đoạn:

– Tôi nên chọn đường nào để đi? – Alice hỏi con mèo.

- Để xem cô định đi đâu đã.
- Tôi không biết.
- Vậy thì không thành vấn đề. Nếu cô không biết mình muốn đi đâu, thì bất kỳ con đường nào cũng sẽ dẫn cô đến đích. – Con mèo trả lời.

Đúng vậy, câu chuyện minh họa cho cuộc sống của không ít người hiện nay. Các bạn mong được ai đó dẫn đường chỉ lối, cầm tay chỉ bước đi như thế nào cho đúng, nhưng chính các bạn còn chưa biết mình muốn đi đâu. Bạn có não trong đầu, có chân trong giày, trong dép. Bạn đang giữ bánh lái chiếc xe đời mình. Muốn đi đâu là tùy bạn. Không ai nghĩ giùm bạn. Không ai đi giùm bạn. Không ai chờ giùm bạn trên con đường của riêng bạn. Hãy quyết định mình sẽ đi đâu trong hành trình cuộc đời. Đừng đợi người khác quyết định thay. Hãy nhấc chân mà đi, đừng đợi ai bồng ai bế. Đừng trao đời mình vào tay người khác. Hãy sống ở thế chủ động trong mọi việc lớn nhỏ.

Trong sâu thẳm chúng ta, tôi thấy ai cũng mong muốn có một công việc gì đó của riêng mình, không phải phụ thuộc vào bất kỳ ai. Có nhiều anh chị cô chú tôi biết cố gắng làm một công việc ngày tám tiếng trong mười, hai mươi năm cũng chỉ với mục đích tích cóp đủ tiền để ra ngoài làm riêng. Có thể là mở một công ty, mở một tiệm tạp hóa nhỏ hoặc thậm chí chỉ cần một xe hàng bán đồ ăn, thế cũng là của riêng mình rồi.

Nếu đọc báo về chủ đề đam mê và theo đuổi đam mê, các bạn có thể thấy những người đang theo đuổi đam mê đa số đều có một công việc và một công ty riêng của họ, chẳng mấy ai đi làm công ăn lương và nói mình đang theo đuổi đam mê cả (cũng có nhé nhưng không nhiều). Nói như vậy không có nghĩa tôi bảo bạn phải bỏ việc và bắt đầu theo đuổi đam mê ngay bây giờ. Dù gì thì cũng cần phải kiếm tiền để có miếng ăn bỏ vào miệng. Tuy nhiên, nếu thực sự muốn theo đuổi đam mê, muốn tự tạo ra cho bản thân một cái gì đó đặc biệt, bạn nên có kế hoạch chuẩn bị ngay từ bây giờ. Hãy thử trả lời một số câu hỏi dưới đây:

- Bạn có thực sự yêu thích công việc hiện tại? Yêu đến mức cứ đến cuối tuần, bạn mong chóng đến thứ hai để được đi làm, được cống hiến, được làm những gì bạn thích.
- Bạn có đang làm việc cho một công ty cho phép bạn phát triển thương hiệu cá nhân? Công ty đó có cho bạn viết blog, có kiểm soát thông tin bạn viết trên Facebook hay không? Có rất nhiều công ty hiện đang kiểm soát nhân viên như thế. Nếu đang bị vậy, bạn có bằng lòng với việc đó không? Bạn có sẵn lòng bỏ qua những cơ hội trên mạng xã hội chỉ để làm hài lòng công ty không? (Tôi thì không. Đó là lý do tôi từng nghỉ làm chỉ sau hai tuần đầu khi bị sếp nhắc nhở là không được viết blog).
- Bạn có đang dành thời gian để phát triển thương hiệu cá nhân ngoài giờ làm việc? Ví dụ như viết lách, quay video nói về vấn đề mà bạn thích.

Nếu câu trả lời của bạn là không cho cả ba (hoặc $\frac{2}{3}$) câu hỏi trên, tôi khuyên bạn nên thật sự nghiêm túc cân nhắc việc bắt đầu xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân. Nếu bạn không yêu quý công việc của mình, chỉ làm vì lương, vì ngại nghỉ, vậy tương lai 5 – 10 năm nữa của bạn sẽ ở đâu? Liệu bạn có phát triển được thêm gì mới hay vẫn giậm chân tại chỗ, vẫn cam chịu làm công việc bạn không hề yêu thích? Trong khi nếu dành thời gian 1 – 3 năm phát triển thương hiệu cá nhân theo đúng lộ trình, bạn có thể đã hoàn toàn ở một vị thế khác. Bạn có thể vẫn duy trì việc làm công ăn lương, nhưng với một thương hiệu cá nhân đi cùng, bạn sẽ luôn sẵn sàng cho các cơ hội mới. Bạn sẽ không còn phải rơi vào tình trạng dù rất muốn nghỉ nhưng chẳng dám vì không biết nghỉ xong sẽ đi đâu về đâu.

Lấy ví dụ tôi có một cô bạn tốt nghiệp cùng thời điểm với mình. Bạn rất đam mê thời trang và mỹ phẩm. Cách đây một năm tôi có bảo bạn mỗi ngày dành khoảng một tiếng viết lách hoặc chia sẻ về đam mê của bạn trên Facebook, vừa thỏa mãn niềm đam mê, vừa tranh thủ xây dựng thương hiệu cá nhân luôn. Tôi bảo bạn: “Khoan nghĩ đến chuyện sau này mình có kiếm được tiền từ việc viết này hay không, bản thân mình đang thích hãy cứ viết đi đã”. Khoảng một tuần đầu, bạn rất chăm chỉ viết bài chia sẻ, rồi sau đó vì lý do bạn

công việc, bận gia đình, bận này bận kia mà cuối cùng bạn chẳng viết thêm gì mới nữa. Một năm qua đi bây giờ bạn vẫn đang loay hoay nửa muốn nghỉ nửa không với công việc hiện tại. Lý do là tuy bạn rất mệt và chán công việc hiện tại nhưng chưa dám nghỉ vì sợ không tìm được việc nơi khác, sợ gia đình nói là đang làm ổn định lại nghỉ, sợ này sợ kia. Thật là tiếc. Nếu một năm qua bạn chăm chỉ viết lách một xíu, giờ có thể chưa nổi tiếng nhưng ít ra cũng có người biết đến đam mê của bạn rồi.

Một câu chuyện khác ngược lại. Lúc tôi lập ra 8morning.com, có một em sinh viên năm nhất đại học, chưa có kinh nghiệm làm việc, xin tham gia đội ngũ viết bài. Em chưa viết bao giờ nên ban đầu viết cũng kém. Tôi bảo em là nếu thích thì cứ viết, mỗi ngày viết một bài, ban đầu có thể không hay nhưng dần sẽ khắc phục được, có viết ra thì mới biết chỗ nào không hay để sửa. Nhờ chăm chỉ viết mà bây giờ em cũng có kha khá bài viết trên 8morning.com. Tôi còn biết tin em được một công ty mời viết bài PR với giá 200 nghìn/bài, một tháng viết khoảng 10 bài. Thu nhập có thể không cao nhưng em chia sẻ với tôi em chưa bao giờ nghĩ mình có thể kiếm tiền được từ việc viết. Vậy cũng tốt đấy chứ nhỉ?

Thế nên, nếu bạn đang rất chán công việc hiện tại, nhưng vì lý do tài chính mà chưa nghỉ được, hãy cứ tiếp tục làm, nhưng đừng chỉ làm ngày này qua ngày khác mà không có sự thay đổi gì. Hãy bắt đầu học thêm một thứ mới, bắt đầu tạo một blog cá nhân hoặc quay một vài video chia sẻ về những chủ đề bạn thích vào lúc rảnh rỗi. Đừng vội quan tâm đến kết quả, đừng vội băn khoăn bạn sẽ kiếm tiền từ việc viết hay quay video như thế nào, cũng đừng vội lo lắng sẽ có bao nhiêu người đọc blog của bạn, bao nhiêu người xem video của bạn. Hãy cứ làm đi đã. Chỉ cần mỗi ngày bạn tạo thêm một giá trị mới, bạn đã đắp thêm được một viên gạch để xây dựng cơ hội cho tương lai của bạn rồi.

SNEAKER – SÂN CHƠI CÒN BỎ NGỎ

Việc kiếm tiền rất quan trọng, nhưng nếu thật sự bạn thích sneaker, biết rất rõ về các loại giày khác nhau và tin rằng mình hiểu về giày

dép hơn tất cả những người xung quanh, bạn hoàn toàn có thể kiếm tiền từ đam mê đó.

Tôi có tìm đồ mắt trên Google và chưa thấy có thương hiệu cá nhân nào viết về giày cả. Vậy nếu bạn đam mê giày, thử làm thương hiệu cá nhân về giày xem.

Ngày ngày bạn review các loại giày và tính năng của nó. Nếu chưa có tiền mua giày về trải nghiệm, bạn có thể liên hệ với các cửa hàng giày, xin chụp ảnh, PR miễn phí cho họ. Ngày nào bạn cũng viết 1 – 3 status hoặc quay một video review giày, đảm bảo sau 2 – 3 tháng, bạn sẽ được chúng bạn biết đến như một đứa biết rất nhiều về giày. Từ đó, bạn bè và người quen ai cần mua giày chắc chắn sẽ liên hệ hỏi ý kiến bạn.

Nếu từ số 0 để thành một blogger thời trang thì hơi khó, vì độ cạnh tranh khá cao. Vậy tại sao không chọn một nhánh nhỏ chưa ai làm như “giày” để bắt đầu nhỉ? Khi đã có một chút tiếng tăm, bạn có thể lấn sang các mảng khác như quần áo, mũ nón... miễn là bạn có kiến thức về nó.

Khi lượng follower bắt đầu tăng lên đáng kể, biết đâu bạn sẽ nhận được lời mời hợp tác viết bài PR từ các hãng giày như Bitis, Nike, Adidas... chẳng hạn. Biết đâu đấy!

Thương hiệu cá nhân không nhất thiết là cứ phải có cả triệu fan hâm mộ, mà có thể đơn giản là có một cộng đồng nhỏ công nhận và biết đến những gì mình đang làm.

3 Thương hiệu cá nhân là gì?

Những ước mơ không chết chừng nào bạn còn nuôi dưỡng nó bằng niềm đam mê.

– Nick Vujicic

Tôi bắt đầu được dùng máy tính vào năm lớp 6. Hồi đó Facebook chưa thông dụng, mọi người vẫn còn dùng Yahoo!360 để viết blog và vào Zing để chơi game. Tôi lúc ấy còn bé, nên cũng chỉ dùng máy tính như biết bao chúng bạn, chơi game online, đọc tin nhảm nhí và xem những thứ không nên xem. Đến tận thời điểm vào đại học, tôi vẫn chưa từng nghĩ mình sẽ làm một công việc gì đó liên quan đến Internet và có thu nhập từ đó cả. Nhưng cuối cùng, một phần công việc của tôi bây giờ lại là viết lách và kiếm tiền từ việc viết trên mạng xã hội.

Công việc hiện tại tôi đang làm (tư vấn hướng nghiệp, phát triển bản thân và phát triển thương hiệu cá nhân) nghe có vẻ mới, nhưng thực tế ở các nước phương Tây, đã có rất nhiều người bắt đầu biết phát triển thương hiệu cá nhân và kiếm tiền từ đó. Bạn có thể lướt qua các trang như Medium (một trang dành cho những người thích viết lách), Quora (trang hỏi đáp mọi chủ đề), The Muse (trang thông tin về nghề nghiệp) để thấy có rất nhiều người đang làm thương hiệu cá nhân rất mạnh.

Ở Việt Nam ngoài showbiz, cũng có nhiều doanh nhân, các bạn trẻ đã dần biết đến tầm quan trọng của thương hiệu cá nhân và bắt đầu trau chuốt cho nó. Vậy nên việc làm thương hiệu cá nhân hoàn toàn không khó hay xa vời, nếu bạn thực sự muốn một chút thành công và một chút thương hiệu cho bản thân mình, bạn hoàn toàn có thể làm được.

Khi xây dựng thương hiệu cá nhân, bạn không nhất thiết phải có cả triệu fan hâm mộ, mà có thể đơn giản là được một cộng đồng nhỏ công nhận và biết đến những gì bạn đang làm.

Website của tôi có gần 1 triệu lượt truy cập sau hơn một năm. Nó mang lại cho tôi một nguồn thu nhập không quá lớn nhưng cũng tương đương với những người đang đi làm tám tiếng một ngày. Tuy chưa thành tỷ phú triệu đô, nhưng tôi vẫn rất tự hào với những gì mình đã làm được. Ngoài website cá nhân, tôi còn phát triển cộng đồng 8morning.com, nơi chia sẻ kinh nghiệm tìm việc và làm việc dành cho các bạn trẻ tại Việt Nam. Cộng đồng thu hút hơn 1 triệu lượt xem sau tám tháng hoạt động và được nhiều đầu báo lớn giới thiệu. Điều đặc biệt là tôi chẳng cần phải có vốn cả tỷ đồng hay trăm triệu đồng để làm được hai website này, mà chỉ cần vài triệu để khởi đầu. Nghe có vẻ tuyệt và khả thi phải không? Thương hiệu cá nhân của tôi là hướng nghiệp.

Tôi có một cô bạn rất thích viết tản văn, chắc cũng giống nhiều bạn nữ khi đọc đến dòng này? Tôi giúp bạn lập một trang cộng đồng trên Facebook tên là Chuyện Qua Phố, nơi bạn có thể chia sẻ hàng tuần về cảm xúc, suy nghĩ của mình về một câu chuyện tình yêu nào đó. Bạn chẳng cần phải cố gắng nhiều, chỉ cần viết ra những gì bạn nghĩ, đúng giọng văn của bạn. Dần dần, có rất nhiều bạn đọc tìm đến trang Chuyện Qua Phố hơn. Hiện tại, Chuyện Qua Phố đã có hơn 100 nghìn bạn đọc. Chưa đầy một năm sau, bạn tôi cũng đã xuất bản một cuốn sách tên là Chỉ cần mình thương nhau. Tôi tin rằng, nếu đủ đam mê, bạn cũng sẽ làm được điều tương tự. Thương hiệu cá nhân của bạn tôi là viết về tình yêu.

Tôi có một cô bạn khác rất thích đi du lịch. Sở thích của bạn ấy là đi phượt mỗi tháng một lần, chụp ảnh và quay phim lại các cung đường phượt. Bạn ấy còn có một kênh radio riêng kể chuyện phượt nữa. Vì sao bạn ấy làm vậy? Đơn giản là bạn ấy thích và đam mê. Bạn ấy đã có thương hiệu cá nhân chưa? Có rồi! Trong cộng đồng phượt hiện đã có rất nhiều người biết đến bạn ấy. Như vậy đã là một thành công. Thương hiệu cá nhân của bạn ấy là du lịch.

Có thể bạn chưa có nhiều mối quan hệ với những người nổi tiếng, bạn chưa có bằng thạc sĩ tiến sĩ hoặc... bạn chưa giàu, nhưng nếu bạn thật sự có đam mê ở một lĩnh vực gì đó và đang đọc cuốn sách

này, bạn hoàn toàn có thể làm được một điều gì đó cho riêng mình, giống như tôi và các bạn mình đã làm được vậy.

BÍ KÍP THÀNH CÔNG

Chúng ta sẽ tạm đồng ý với nhau rằng, xây dựng được một thương hiệu cá nhân tốt đồng nghĩa với việc bạn đã thành công phần nào trong cuộc sống. Vậy những bí kíp nào sẽ có thể giúp bạn đạt được tới thành công bước đầu đó?

Các bạn trẻ bây giờ nhiều bạn rất chăm đọc sách hoặc các bài viết về người nổi tiếng, tò mò muốn biết xem họ có bí quyết hay bí mật gì dẫn tới thành công. Jack Ma có bí kíp gì để xây dựng đế chế Alibaba? Steve Jobs sống như thế nào mỗi ngày để làm nên một Apple cực kỳ nổi tiếng? Hay Elon Musk quản lý thời gian mỗi ngày như thế nào? Vậy nếu bạn cũng đang thắc mắc là tôi có bí kíp gì để làm được những thứ tôi đã làm (tôi gọi là “những thứ tôi đã làm” chứ không gọi là thành công vì có thể định nghĩa thành công của chúng ta khác nhau), thì tôi có ba bí kíp nhỏ như sau.

Mỗi ngày đều phải học.

Làm việc chăm chỉ.

Theo đuổi đam mê.

Nghe thật là hiển nhiên nhỉ? Nếu bạn đang hy vọng biết được bí kíp gì cao siêu hơn thì rất xin lỗi là tôi không có. Tôi chỉ sống mỗi ngày với ba bí kíp nhỏ như vậy thôi.

Nhiều người quan niệm thành công là phải kiếm được nhiều tiền, phải có nhà thật to, xe thật đẹp, đi ăn những chỗ sang chảnh, đi chơi châu Âu... Với tôi, thước đo thành công là việc mình có vui, có hạnh phúc với những gì mình đang làm hay không. Và với ba bí kíp mà tôi đang viết ở trên, mỗi ngày trôi qua (kể cả khi đang viết những dòng này), tôi đều thấy rất vui và hạnh phúc với những gì tôi đang có.

Bí kíp đầu tiên, hãy học mỗi ngày. Nếu hôm nay bạn chưa học được gì mới, hãy gấp tạm trang sách này lại và đi học ngay một thứ mới, dù nhỏ thôi cũng được. Nếu bạn không học thêm những điều mới mỗi ngày, những gì tôi chia sẻ trong các phần tiếp theo của cuốn sách sẽ trở nên vô nghĩa. Nếu hay đọc về những người thành công, bạn sẽ biết rằng dù đã có cả tỷ đô-la trong ngân hàng, họ vẫn không ngừng học. Tôi cũng vậy thôi, kể cả khi đã tốt nghiệp đại học, tôi vẫn cố gắng học thêm một cái gì đó mỗi ngày. Ví dụ như dành ra 30 phút để học thêm một ngoại ngữ, một giờ để học một khóa học bất kỳ trên Coursera, Udemy (những trang học trực tuyến về mọi chủ đề) hay mỗi ngày đọc ít nhất 10 bài trên các trang bổ ích như Medium, Quora chẳng hạn. Việc học thêm, đọc thêm, xem thêm các kiến thức mới mỗi ngày sẽ giúp bạn có nhiều ý tưởng hơn để áp dụng và phát triển thương hiệu cá nhân cho bản thân.

Bí kíp số hai, làm việc chăm chỉ. Nếu bạn chưa có thân hình đẹp như mong muốn, điểm tiếng Anh chưa cao, chuyện tìm việc mãi vẫn chưa có kết quả gì..., hãy tự kiểm tra lại xem mình đã đủ chăm chỉ và đầu tư đủ thời gian công sức để đạt được những gì mình muốn hay chưa? Bạn muốn một thân hình đẹp, bạn đã dành ra ít nhất hai giờ mỗi ngày tập thể dục chưa? Bạn muốn điểm tiếng Anh cao, bạn đã dành ra mỗi ngày ba đến bốn tiếng cho việc học tiếng Anh? Bạn muốn tìm việc, bạn đã rải đủ hồ sơ hay tham gia các ngày hội nghề nghiệp để tìm kiếm cơ hội phù hợp?

Bí kíp số ba, theo đuổi đam mê. Thế nào là theo đuổi và sống với đam mê? Là mỗi ngày vào lúc 6 giờ sáng khi có chuông báo thức, bạn sẽ bật dậy ngay để bắt đầu một ngày mới tràn đầy năng lượng, thật nhiều ý tưởng và sẵn sàng làm việc. Là khi bạn tập trung làm việc đến nỗi khi chợt giật mình nhìn lên đồng hồ đã là 7 giờ tối. Là khi bạn có thể vừa làm công ăn lương, vừa sẵn sàng làm thêm một công việc bạn thực sự thích dù có phải làm miễn phí. Ví dụ ngoài công việc truyền thông để kiếm tiền, tôi sẵn sàng làm miễn phí các dự án cộng đồng về tư vấn hướng nghiệp cho các bạn sinh viên, học sinh cấp ba vì tôi thực sự thích các dự án đó.

Còn bạn thì sao? Bạn có đang làm một công việc mình không thích, nhưng lại không dám nghỉ chỉ vì vấn đề tài chính? Bạn vẫn đang loay hoay xem mình thích gì, mình đam mê gì, mình nên làm gì để “theo đuổi đam mê” và thành công giống như những người mà bạn hâm mộ? Đừng ngần lắ, đừng nghĩ nhiều, làm đi thôi. Tất cả những gì bạn cần là một chiếc máy tính có Internet và sử dụng một số công cụ mà tôi sẽ hướng dẫn bạn ở các phần tiếp theo.

NHƯNG TÔI THẤY MÌNH CHẲNG GIỎI CÁI GÌ CẢ

Đọc đến đây chắc chắn sẽ có bạn tự hỏi: “Nhưng những cái em thích nó chẳng dễ kiếm ra tiền. Ví dụ anh làm về hướng dẫn CV, hướng nghiệp thì còn có ích cho các bạn, chứ sở thích của em có ích gì đâu ạ? Em thích mặc quần áo đẹp. Em thích đi ăn uống”. Hay rất nhiều lý do khác như là: “Bố mẹ em khó tính lắm, không cho em làm việc tự do đâu”, rồi “Em còn đang đi học, làm gì có thời gian để làm mấy cái này ạ?”.

Vậy để tôi sẽ giới thiệu cho bạn một số người mà tôi biết nhé.

1/ Anh Minh Bùi thích thời trang và mua sắm (một sở thích giống rất nhiều bạn nữ), và anh ấy đã biến sở thích đó thành một blog rất nổi tiếng ở cả Việt Nam và quốc tế (iminhtouch.com).

2/ Chị Hương Chóe rất thích ăn, và từ niềm đam mê ăn uống của mình, chị ấy đã trở thành một blogger ẩm thực được nhiều kênh báo chí, truyền hình săn đón. Bạn hoàn toàn có thể Google được tên chị ấy và tìm thấy những thực đơn hướng dẫn ăn sạch chị chia sẻ.

Có bạn lại lo lắng hay hỏi tôi là “Nhưng mà anh ơi, để phát triển thương hiệu cá nhân thì phải lên kế hoạch đầy đủ rõ ràng, chứ đừng một cái làm lờ mình viết không hay thì sao, lờ mọi người ném đá thì sao, lờ thế này, lờ thế nọ, lờ thế kia”, rồi thì “Chủ đề em viết không nhiều người quan tâm lắm, vậy làm sao để có nhiều lượt xem, nhiều người thích được hả anh?”.

Lý do tôi thấy mọi người chưa bắt đầu làm là vì đang mãi nghĩ và lên kế hoạch quá nhiều. Việc nghĩ nhiều sẽ khiến bạn cứ chần chừ, lẩn lữa mãi không chịu bắt tay vào làm. Càng cố gắng lên kế hoạch hoàn hảo, đến khi gặp thất bại bất ngờ, bạn sẽ càng nhanh nản chí.

Vấn đề tiếp theo là chủ đề mà bạn thích thì không có nhiều người thích. Thật ra đó là một cơ hội rất tốt cho bạn. Vì không nhiều người quan tâm nên bạn sẽ có ít đối thủ cạnh tranh, những gì bạn viết ra sẽ dễ thu hút được những người quan tâm đến chủ đề này. Ví dụ bây giờ bạn mở một blog về việc kiếm tiền trên Internet thì chắc chắn sẽ gặp phải sự cạnh tranh dữ dội từ hàng trăm website khác có cùng chủ đề. Tuy nhiên nếu bạn mở một blog hướng dẫn việc dạy chó mèo cưng như thế nào, tôi đảm bảo nếu làm đúng quy trình thì bạn sẽ nhanh chóng có tiếng tăm trong cộng đồng nuôi chó mèo ngay.

Bất cứ chủ đề hay lĩnh vực nào cũng có một lượng người nhất định quan tâm và muốn tìm hiểu. Chủ đề càng ít người quan tâm, bạn càng có cơ hội trở thành người dẫn đầu trong lĩnh vực đó. Thế nên nếu bạn thực sự có đam mê và muốn phát triển một thương hiệu cá nhân với đam mê đó, đừng vội quan tâm đến việc điều mình đam mê có nhiều người biết hay không, hãy cứ làm đi đã. Chỉ cần bạn bớt nghĩ đi một chút và bắt tay vào làm theo các phương pháp tôi chia sẻ trong cuốn sách này, chắc chắn bạn sẽ đạt được thành công.

Cô bạn tôi đã từng có cơ hội trải nghiệm ở nhiều công ty khác nhau, từ công ty vừa và nhỏ đến các tập đoàn đa quốc gia, và hiện giờ đang làm ở một công ty tổ chức sự kiện. Sau sáu tháng làm công việc mới, bạn tôi bắt đầu than thở công việc nhiều và áp lực, cảm thấy không hợp với môi trường, đồng nghiệp soi mói..., nói chung là rất muốn nghỉ. Tôi hỏi: “Thế sao chưa nghỉ đi?”. Và thế là vô vàn lý do được nêu ra. Nghỉ thì biết đi đâu, làm gì? Sắp Tết rồi nghỉ không tiện lắm. Nghỉ xong ở nhà bố mẹ lại hỏi thế này thế kia. Công việc đang ổn định cũng chưa dám nghỉ... Luôn có lý do mà.

Chung quy lại là sợ, nếu nghỉ công việc này, có thể sẽ không tìm được công việc mới, bạn bè thấy thất nghiệp lại hỏi thăm, soi mói... Tôi nghĩ đây cũng là vấn đề chung của các bạn đi làm hiện nay. Nhiều bạn nhìn bề ngoài có vẻ có công việc ổn định, sáng xách xe đi, tối xách xe về, cuối tháng nhận lương, nhưng liệu bạn ấy có thực sự thích công việc đang làm hay không thì chẳng ai biết và có khi đến chính bạn ấy cũng không nhận ra, chỉ biết rằng ngày nào đi làm cũng thật mệt mỏi, cực hình. Vậy tại sao chúng ta không chủ động thay đổi điều này?

Tôi nói với bạn mình: “Nếu đã chán rồi thì nghỉ đi, cứ nghỉ rồi tính tiếp”. Nghỉ để dành thời gian refresh lại bản thân, đặt mục tiêu lớn hơn, tập trung hơn và những cái mình thích. Nếu ở nhà ngại bố mẹ thì mỗi ngày đến một quán cà phê nào đó, mang theo một cuốn sách để đọc, đọc chán thì chuẩn bị CV nộp đơn cho các công ty bạn thích, nộp đơn chán thì lên Udemy, TED xem một video hay ho truyền cảm hứng. Nếu bạn nghỉ việc nhưng mỗi ngày vẫn có một kế hoạch phát triển bản thân đầy đủ, thì tôi cam đoan cùng lắm hai tháng bạn sẽ có một công việc mới. Nếu bạn nghỉ việc mà cả ngày chỉ nằm xem Games of Throne, How I Met Your Mother hay lang thang quán xá với bạn bè thì không nên. Hoặc bạn có thể nghỉ việc, dành thời gian ngâm cứu cuốn sách này, tìm xem đam mê của mình là gì, xây dựng một website, xây dựng một thương hiệu cá nhân và biết đâu bạn sẽ thành công đến mức chẳng cần phải đi làm ở công ty nào nữa, bạn đi làm cho chính bạn mà thôi.

Đó là đối với các bạn đang chán ghét công việc hiện tại hoặc chưa tìm được cho bản thân một công việc ưng ý. Còn nếu như bạn đang có một công việc ổn định và đã tìm ra đam mê rồi thì sao? Hãy bắt đầu dành thời gian xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân. Dù cho bạn đang học hay đang làm trong lĩnh vực gì, một thương hiệu cá nhân sẽ giúp bạn vừa có được sự nghiệp bền vững, vừa phát triển được đam mê của mình, và biết đâu lại có thêm một nguồn thu nhập nhỏ bên cạnh công việc chính đang làm hiện tại.

Mỗi người sẽ có một giá trị (value) và sứ mệnh (mission) khác nhau trong cuộc sống. Có những người sinh ra đã có tư chất doanh nhân,

nhìn chỗ nào cũng thấy cơ hội kiếm tiền – và họ thực sự giỏi trong việc đó. Còn với tôi, tôi đặt giá trị của mình là gia đình, tiền kiếm nhiều mấy nhưng vẫn phải sắp xếp thời gian dành cho gia đình. Có thể bạn có tư chất doanh nhân, có thể bạn cũng giống tôi, sống một cuộc đời bình bình cũng chẳng ai phê phán. Quan trọng là bạn xác định được giá trị của bản thân, nhận ra được đam mê của mình và nỗ lực không ngừng cho đam mê đó.

Trong cuốn sách này, tôi sẽ đưa ra cho bạn các tip thực tế mà tôi đã ứng dụng và tạo ra thu nhập cho bản thân. Hy vọng bạn có thể tham khảo và ứng dụng cho chính mình. Vừa được làm công việc mà mình thích, vừa có tiền tiêu, còn gì sung sướng hơn, phải không nào?

VIỆC Ở NGOÀI KIA KHÔNG THIẾU

Đơn giản thế này, nếu bạn thật sự muốn thì tiền ở ngoài kia, thành công ở ngoài kia, công việc ở ngoài kia không hề thiếu. Điều bạn cần làm là sẵn sàng nắm lấy nó. Vậy nên, đừng lý do lý trấu, đừng ngại biện rằng bạn phải làm việc một ngày tám tiếng nên không có thời gian làm cái khác ngoài lề? Bạn hoàn toàn có thể làm thêm trong khoảng từ 7 giờ tối đến 2 giờ sáng mà, tại sao không? Nếu thật sự đam mê và yêu thích công việc mình làm, tôi đảm bảo việc làm cả buổi tối như thế sẽ không khiến bạn ngại chút nào. Không quan trọng bạn thích gì hay đam mê gì, nếu biết tận dụng công nghệ và các trang mạng xã hội, bạn hoàn toàn có thể biến đam mê đó thành một công việc thực thụ, thành một thứ của riêng mình.

MỖI NGƯỜI CÓ MỘT KIỂU THƯƠNG HIỆU RIÊNG

Sẽ có bạn hỏi: “Em không thích kinh doanh lắm, và em cũng chẳng thấy mình có năng khiếu kinh doanh, vậy em có nên làm thương hiệu cá nhân không?”. Đừng lo, đam mê khó tìm chứ kỹ năng thì dễ học. Nếu bạn thực sự thích và hiểu những gì bạn viết ra, cho dù ở bất kỳ chủ đề nào, bạn hoàn toàn có thể kiếm tiền từ nó.

Lấy ví dụ thế này, bạn là một người rất thích ăn vặt ở ngoài đường và ngày nào bạn cũng ăn vặt ít nhất một món ngoài đường. Với suy

nghĩa thông thường, đi ăn suốt ngày chỉ tổ tốn tiền chứ làm sao mà “làm tiền” được từ nó. Nhầm. Chỉ là bạn chưa biết cách tận dụng tài năng “ăn uống thiên bẩm” của mình mà thôi. Nếu thật sự đam mê ăn uống (thật sự đam mê nhé, chứ không phải ăn cũng được không ăn cũng không sao), bạn có thể lên Wordpress hoặc Weebly lập một blog cá nhân, bắt đầu viết hoặc nói về niềm đam mê đồ ăn đường phố bất tận của mình.

Bạn có thể lập blog toithichan.wordpress.com, bắt đầu viết về các món bạn đã ăn, kết hợp chia sẻ trên các trang mạng xã hội. Blog của bạn dần sẽ thu hút được những người cũng thích ăn vào xem. Hoặc có thể một cửa hàng nào đó thấy bạn viết về đồ ăn hay sẽ liên hệ để xin viết review quảng cáo.

Bạn cũng có thể lập một trang fanpage riêng review đồ ăn thức uống, một kênh YouTube chỉ quay lại cảnh bạn đi ăn hàng ngày, rất có thể bạn sẽ có cơ hội được mời đến các hội chợ ẩm thực tham gia ăn uống và review món ăn.

Nói chung là bạn chỉ cần đam mê thật sự, tận dụng sự miễn phí của các trang mạng xã hội để quảng bá đam mê của mình đến với mọi người. Mạng xã hội rất to, nên đừng lo hết chỗ. Dù bạn đam mê hay thích một thứ khác thường, bạn vẫn hoàn toàn có thể làm được thương hiệu với nó. Ví dụ bạn thích sưu tầm nắp chai bia chẳng hạn, cũng là một sở thích hay ho đấy chứ!

Ở trên tôi đang nói riêng về việc làm thương hiệu cá nhân online trên mạng xã hội. Tuy nhiên, nếu bạn có những khả năng thiên bẩm khác, bạn hoàn toàn có thể xây dựng thương hiệu cá nhân mà không cần dùng đến mạng xã hội. Ví dụ, bạn rất đam mê nông nghiệp, bạn có thể xây dựng thương hiệu cá nhân trong giới nông nghiệp. Bạn đam mê đồ gỗ và xây dựng thương hiệu cá nhân trong lĩnh vực này, dù không nổi tiếng trên mạng xã hội nhưng những ai quan tâm đến gỗ có thể sẽ biết đến bạn.

Tóm lại ai cũng có sở thích và mối quan tâm riêng. Bạn hoàn toàn có thể biến sở thích và mối quan tâm của mình thành một thương

hiệu. Đừng bị bó buộc bởi bất kỳ giới hạn nào. Nhắc đến Anh Tuan Le mọi người sẽ nghĩ đến các tip viết CV, cách tìm việc hiệu quả. Nhắc đến Dưa Leo chúng ta nghĩ ngay đến hài độc thoại. Nhắc đến JVeevermind, HuyMe bạn nghĩ đến những vlogger hay ho. Vậy nhắc đến bạn, người khác nghĩ đến cái gì?

Ỉ Ó

Ờ Ủ Í Ì

CHỈ CÓ BẠN QUYẾT ĐỊNH ĐƯỢC CUỘC ĐỜI CỦA CHÍNH MÌNH

Điều tôi muốn nói ở đây là hãy làm những gì bạn thích, nghĩ thật đơn giản và bắt tay vào làm ngay một cách chăm chỉ, nghiên cứu kỹ lĩnh vực mình đã chọn và luôn nhìn về phía trước.

Khi mới đọc cuốn Crush It! (một cuốn sách rất hay về thương hiệu cá nhân của tác giả Gary Vaynerchuk) và quyết định xây dựng thương hiệu cá nhân cho bản thân, tôi chẳng nghĩ gì nhiều đến việc sau này sẽ thành công như thế nào. Tôi nghĩ đơn giản mình là người hướng nội, ngại nói chuyện trực tiếp, thích viết trên mạng hơn nên lập blog chắc sẽ phù hợp. Hồi ấy tôi mới dùng Facebook, tài khoản Twitter chưa có, LinkedIn chưa biết là cái gì, Wordpress thì mới bắt đầu mày mò. Dần mọi thứ cũng thay đổi. Facebook của tôi đến cuối năm 2017 đã có 33 nghìn người theo dõi, LinkedIn cũng có 10 nghìn lượt người tiếp cận, Wordpress thì đã chuẩn bị đạt con số 1 triệu lượt xem. Các công cụ online đã giúp ích cho tôi rất nhiều trong việc xây dựng một thương hiệu cá nhân tốt. Tuy nhiên, nó chỉ giúp ích thôi chứ không tạo ra thành công nhé. Thành công hay không phụ thuộc vào chính bản thân mỗi người, chứ không chỉ phụ thuộc vào công cụ. Các công cụ mà tôi sẽ chia sẻ trong những phần sau sẽ giúp bạn phát triển thương hiệu cá nhân nhanh hơn, đỡ tốn kém hơn và tiếp cận được với nhiều người hơn. Tuy nhiên, một lần nữa tôi muốn nói là, việc hiệu quả hay không tùy thuộc vào đam mê và quyết tâm của chính bạn.

Một số bạn muốn phát triển thương hiệu cá nhân để trở thành một người nổi tiếng, một diễn giả được nhiều người hâm mộ. Một số bạn có thể chỉ muốn có chút thương hiệu để tìm việc dễ dàng hơn, hay đơn giản là có một chỗ giải trí và thỏa mãn niềm đam mê của

mình. Không sao cả, dù cho mục tiêu của bạn là gì, chỉ cần kiên trì học và đọc một cách có chọn lọc, luôn nhìn lại và điều chỉnh những kiến thức tiếp nhận được cho phù hợp với bản thân, không máy móc áp dụng theo như robot, thành công sẽ tới với bạn. Nếu chỉ đọc xong cuốn sách này rồi ngừng học hỏi thêm, rèn luyện thêm, nội dung trong sách có hay đến đâu cũng sẽ chẳng giúp ích được gì

cho bạn. Hãy luôn nhớ rằng thành công có đạt được hay không, phụ thuộc rất nhiều vào sự kiên trì của bạn.

Tôi chẳng có bí kíp gì đặc biệt cho thành công. Tôi chỉ là một người thích bắt tay vào làm nhiều hơn là lập kế hoạch, và làm theo kiểu của riêng mình.

BÀI TẬP SỐ 2: VÌ SAO BẠN CHƯA THÀNH CÔNG?

Bây giờ, hãy thử làm thêm một bài tập để bạn hiểu hơn về cuộc sống của mình và vì sao đến giờ bạn vẫn chưa thành công như mong muốn.

Bạn có học mỗi ngày?

- Lấy một tờ giấy và một cây bút. Chia tờ giấy làm hai cột. Cột bên trái liệt kê những gì bạn đã học từ hồi cấp ba đến giờ. Cột bên phải liệt kê ít nhất 20 kỹ năng bạn muốn học trong 20 năm tới.
- Chọn một kỹ năng bất kỳ ở cột bên phải, lên Udemy tìm từ khóa đó và học một khóa học online trong một tuần tới.

Bạn đã làm việc chăm chỉ?

Dùng giấy bút hoặc Google Calendar, ghi lại thời gian biểu một tuần vừa qua bạn đã làm những gì, từ mấy giờ đến mấy giờ, càng chi tiết càng tốt. Sau đó, trong vòng một tuần, cứ cuối mỗi ngày, dành thời gian ghi chép lại xem mình đã làm những gì. Cuối tuần, dành thời gian tổng kết xem mình đã dành bao nhiêu tiếng cho việc ăn, đi lại, làm việc, ngủ, học tập, giải trí và các việc khác.

Sở thích của bạn là gì?

Liệt kê 10 sở thích bất kỳ của bản thân. Sau đó lên Google tìm kiếm xem có ai đang là người giỏi ở những lĩnh vực đó. Ví dụ bạn thích hát, ai đang là ca sĩ nổi tiếng? Bạn thích đi du lịch, ai đang là phượt thủ nổi tiếng?

Bạn đang dùng mạng xã hội nào?

- Liệt kê các trang mạng xã hội bạn đang sử dụng? Bạn có bao nhiêu bạn hay follower trên các trang đó?
 - Liệt kê một vài nhân vật bạn thích về giọng văn và cách trình bày của họ trên mạng xã hội? Vì sao bạn thích những người đó? Bạn nghĩ đối tượng mà những người đó hướng đến là ai?
-

Cách nhanh nhất để thất bại là cố gắng làm hài lòng tất cả mọi người.

4Xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội

Xây dựng thương hiệu cá nhân chính là việc quản lý cái tên của bạn – ngay cả khi bạn không sở hữu một doanh nghiệp – trong một thế giới đầy những luồng thông tin sai lệch và khó kiểm soát.

Người mà bạn đang hẹn hò có thể đã “Google” tên của bạn trước buổi hẹn đầu tiên của hai người. Người chủ doanh nghiệp mà bạn chuẩn bị có buổi phỏng vấn xin việc cũng vậy.

– Tim Ferriss KỶ NGUYÊN WORD-OF-MOUTH

Word-of-mouth (có nghĩa là truyền miệng) là một phương pháp marketing rẻ và được nhiều người sử dụng. Định nghĩa đơn giản, đó là phương thức bạn khiến cho sản phẩm của mình được mọi người truyền tai nhau mà không cần đến các phương pháp marketing tốn kém. Việc xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội thực chất cũng là việc làm thế nào để mọi người có thể “word-of-mouth” về bạn nhiều nhất có thể. Không cần nói đâu xa, trước khi quyết định đến một quán ăn, bạn sẽ làm gì? Chắc chắn bạn sẽ lên Google, Foody hoặc Lozi xem review hoặc hỏi bạn bè trước đúng không? Ý kiến của người đi trước luôn dễ tin hơn xem quảng cáo trên ti vi hoặc website của nhà hàng. Vậy nên, làm thế nào để người dùng nói tốt về sản phẩm của bạn là vô cùng quan trọng. Tương tự như vậy khi làm thương hiệu cá nhân, làm thế nào để mọi người truyền miệng nhau, giới thiệu nhau về thương hiệu cá nhân của bạn là mục đích cuối cùng. Ví dụ ai đó có bạn bè đang tìm việc, có thể giới thiệu về tôi như “Tao có biết blog của anh Anh Tuan Le, có nhiều bài viết hay ho về tìm việc lắm, mày vào đọc thử xem”. Thế là tôi đã thành công rồi.

Cùng với sự phát triển của Internet hiện nay, người người nhà nhà ai cũng dùng Facebook, việc truyền miệng lại càng phát triển nhanh chóng. Ví dụ, trên Facebook có rất nhiều các group cộng đồng. Những người thích nuôi chó thì có group Hội những người thích

nuôi chó, người thích chơi ô tô thì có Otofun, các chị em thì có Tâm sự Eva, v.v.. Mỗi group có khoảng chục ngàn, thậm chí trăm ngàn người thảo luận mỗi ngày. Người tiêu dùng không bị bó hẹp việc chia sẻ kinh nghiệm sử dụng một sản phẩm nào đó của họ trong phạm vi những mối quan hệ người quen nữa. Nếu sản phẩm của bạn được một người nổi tiếng, có vài trăm nghìn follower viết một status cảm nhận, đảm bảo lượng người biết đến sản phẩm của bạn sẽ tăng rất nhanh. Tương tự, nếu thương hiệu cá nhân của bạn được một người đánh giá tốt, họ sẽ giới thiệu lại cho bạn bè, những người bạn ấy lại giới thiệu cho bạn bè của họ, dần dần bạn sẽ có một lượng follower nhất định. Trước đây, khi Internet chưa phát triển, thật khó để ai đó có cơ hội tiếp cận hàng nghìn người đọc hoặc người xem. Bây giờ, chỉ cần viết một status ngắn, chia sẻ lên mạng xã hội, chưa đầy mười phút sau, bạn đã có thể tiếp cận được con số đó rồi.

AI CŨNG ĐANG LÀM THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN

Có thể bạn chưa mở công ty, cũng chưa bắt đầu kinh doanh, nhưng rất có thể bạn đã tự tạo một thương hiệu cá nhân cho bản thân mình. Khi lập tài khoản Facebook, LinkedIn hoặc Twitter, thực chất bạn đã đặt bước chân đầu tiên cho việc xây dựng thương hiệu cá nhân của mình. Bởi lúc ấy, dù ít hay nhiều, hình ảnh của bạn cũng bắt đầu xuất hiện trong cộng đồng. Ví dụ, bạn rất thích chụp ảnh phong cảnh và đi du lịch. Bạn dùng tài khoản Facebook và Instagram để đăng tải những bức ảnh du lịch bạn chụp và ửng ý. Một ngày đẹp trời, có người nhìn thấy những bức ảnh của bạn và nảy ra ý tưởng kinh doanh với chúng. Thế là, rất có thể hôm sau, bạn sẽ nhận được một lời mời hợp tác. Chúng ta đang sống trong thời đại mà thông tin được truyền cho nhau nhanh như (hoặc có khi hơn cả) tốc độ ánh sáng. Vậy nên nếu bạn đã và đang sử dụng mạng xã hội, hãy bắt đầu nắm lấy cơ hội để xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân.

Có một số bạn nói với tôi: “Hiện tại em đang có một công việc ổn định, ở một công ty lớn, lương tháng đủ ăn đủ tiêu rồi, cần gì phải mất thời gian xây dựng thương hiệu cá nhân làm gì nữa?”. Đúng

vậy, điều đó sẽ ổn nếu bạn có thể giữ được công việc ấy suốt đời. Cứ cho bạn là một nhân viên cực kỳ trung thành và sẽ cam kết gắn bó với công ty cả đời, liệu bạn có chắc chắn rằng mình sẽ làm được mãi công việc đó từ giờ cho đến già? Liệu bạn có chắc chắn rằng sẽ không có vấn đề gì xảy ra với công việc của bạn? Có những yếu tố khách quan từ bên ngoài mà chúng ta không kiểm soát được, ví dụ như công ty phá sản, thời tiết thiên tai, lạm phát, khủng hoảng kinh tế... bạn hoàn toàn có thể mất việc bất kỳ lúc nào. Thế nên để chuẩn bị cho bản thân luôn ở tâm thế sẵn sàng và không lo thất nghiệp, việc có một thương hiệu cá nhân ngay từ bây giờ khá quan trọng.

Để bắt đầu ứng tuyển một công việc vào thời điểm này bạn cần phải làm gì? Chuẩn bị một bản CV và Cover Letter đầy đủ sau đó gửi cho nhà tuyển dụng đúng không nào? Với những công việc ít người ứng tuyển và không có nhiều cạnh tranh thì như vậy là đủ. Tuy nhiên với những công việc có hàng nghìn người cùng ứng tuyển và chỉ chọn ra một vài người, làm thế nào để hồ sơ của bạn có thể nổi bật hơn so với ứng viên khác? Liệu CV và Cover Letter không có đủ? CV chỉ nên viết trong khoảng hai trang, Cover Letter không nên viết quá một trang, liệu bạn nghĩ ba trang giấy có đủ để thể hiện mọi thứ về bạn, tính cách, kinh nghiệm, kỹ năng, những gì bạn biết, những gì bạn đã trải nghiệm với nhà tuyển dụng? Nếu bạn nghĩ là không, và bạn muốn mình nổi bật hơn so với ứng viên khác, gây được ấn tượng thêm với nhà tuyển dụng, đây là lúc bạn nên bắt đầu dành chút thời gian xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân nho nhỏ.

Việc xây dựng một thương hiệu cá nhân cho bản thân cũng giống như bạn đang có một bản CV “sống” vậy. Nếu như CV bình thường của bạn chỉ nên gói gọn trong hai trang, chắt lọc những gì tốt nhất để viết vào thì với một thương hiệu cá nhân, bạn có thể làm được nhiều hơn thế. Thay vì gửi cho nhà tuyển dụng một file PDF hoặc file Word thông thường như nhiều bạn vẫn làm, bạn có thể gửi kèm cho nhà tuyển dụng link Facebook hoặc link trang blog của bạn chẳng hạn. Trong đó bạn có thể viết một status hoặc viết một bài viết chia sẻ cảm nghĩ của bạn về một dự án trong công ty, phân tích

tình hình hoạt động của công ty hoặc đưa ra giải pháp nào đó. Ví dụ nếu bạn ứng tuyển vào vị trí làm digital marketing cho một công ty, thay vì gửi bản CV trắng đen bình thường, bạn có thể viết một bài trên Wordpress về 10 ý tưởng bạn có thể thực hiện để giúp quảng bá cho hình ảnh công ty tốt hơn nếu được nhận. Chưa cần biết những ý tưởng đó có tốt hay không, chỉ cần thấy bạn bỏ công bỏ sức nghĩ những thứ hay ho như vậy, lại biết dùng Wordpress, đảm bảo bạn sẽ được ưu tiên gọi vào vòng phỏng vấn.

Ngoài ra, nếu bạn có thể xây dựng được một thương hiệu cá nhân bền vững và tập trung vào một chủ đề nhất định, cơ hội để bạn nhận được lời mời phỏng vấn từ các công ty là rất cao, chẳng cần phải lo đi viết CV và rải đơn nữa.

Lấy ví dụ tôi rất thích viết về chủ đề giáo dục và phát triển bản thân. Chủ yếu tôi viết trên blog cá nhân là anhtuanle.com, sau đó chia sẻ lại trên các trang mạng xã hội như Facebook và LinkedIn. Nhờ chăm chỉ viết khoảng một năm mà tôi cũng được mọi người nhìn thấy giống như một “expert” – chuyên gia trong lĩnh vực tìm việc và phát triển con người, cũng như biết chút ít về lĩnh vực marketing, truyền thông (vì tôi học ngành này). Thế nên không có gì ngạc nhiên khi cứ trung bình một tháng một lần, tôi lại nhận được một lời mời làm việc (hoặc hợp tác) qua email hoặc message trên LinkedIn. Hợp tác thì có đủ các dạng, ví dụ như mời tôi tham gia viết bài cho website, giúp xây dựng website, làm head-hunter (người tìm ứng viên giỏi về cho các công ty có nhu cầu), làm nhân viên marketing, v.v.. Nói chung là cơ hội ngoài kia rất nhiều. Thị trường việc làm hiện nay có vô vàn công việc đang chờ tìm được ứng viên phù hợp, chứ không hề khan hiếm như báo chí hay nói. Các công ty cũng phải đổ mắt đi lùng sục khắp nơi để tìm người giỏi, chứ không ngồi không và chờ ứng viên lao đến. Vậy nên để giúp cho các công ty, các nhà tuyển dụng tìm thấy bạn nhanh hơn (và nhiều hơn), cách hiệu quả và thiết thực nhất chính là xây dựng thương hiệu cá nhân.

Chia sẻ cho các bạn một sự thật thú vị là thường các công ty hoặc phòng nhân sự sẽ ưu tiên tìm người quen trong mạng lưới quan hệ hoặc tìm người được giới thiệu cho các vị trí mà họ đang cần nhiều

hơn thay vì đăng tuyển online. Các tin tuyển dụng bạn thấy trên Facebook, Vietnamwork... chỉ chiếm khoảng 20% tổng số lượng công việc thực có trên thị trường lao động. Và thường các tin đó, hoặc sẽ là các vị trí rất bình thường (lương khoảng 3 – 4 triệu, chủ yếu là hình thức cộng tác viên, part-time), hoặc sẽ là các công việc đòi hỏi rất nhiều kinh nghiệm, như các vị trí quản lý hay tuyển trên Vietnamwork.

Vậy 80% các công việc tốt đang nằm ở đâu? Đó chính là nằm ở việc giới thiệu. Ví dụ bây giờ công ty tôi cần tuyển một bạn sinh viên viết tốt để làm nội dung cho website, thay vì đăng tin tuyển dụng rồi chờ ứng viên ứng tuyển, lọc hồ sơ, gọi phỏng vấn khá mất thời gian, tôi sẽ nói với các nhân viên và bạn bè quen biết trong mối quan hệ của mình đại ý như: “Em/anh/chị có biết bé nào viết lách ổn ổn không, công ty tôi đang cần tuyển một vị trí như vậy. Công việc chủ yếu là... Lương khoảng xx triệu/tháng. Nếu biết bé nào như vậy thì giới thiệu cho tôi nhé!”. Vậy là xong. Thường thì những người tôi nhờ sẽ xem trong mạng lưới quan hệ của họ có ai như vậy không rồi giới thiệu cho tôi. Bạn hoặc em đó sẽ gửi CV cho tôi và chắc chắn là được phỏng vấn luôn, vì qua giới thiệu. Vậy là đỡ hẳn một vòng cạnh tranh CV.

Tương tự mỗi ngày tôi cũng nhận được rất nhiều lời nhờ giới thiệu “Bạn nào viết tốt tốt chút” hay “Bạn nào có kinh nghiệm làm sale”... cho các công ty. Và tôi cũng rất sẵn lòng nhìn xem trong các mối thân quen của mình có ai giỏi và đang có nhu cầu tìm việc không để giới thiệu. Vấn đề ở đây là, bạn phải định hình bản thân như thế nào để khi người khác nghĩ đến bạn, họ sẽ nghĩ ngay ra bạn giỏi một cái gì đó. Ví dụ khi nhắc đến tôi, Tuấn Anh, có người có thể nghĩ đến tìm việc, có người nghĩ đến viết CV, có người nghĩ đến marketing. Thế là đủ. Với những người đó khi cần hỗ trợ ở những chủ đề như vậy, họ sẽ tìm đến tôi. Bạn cũng nên như thế. Ví dụ bạn muốn tìm việc kế toán, hãy cho mọi người thấy là bạn rất đam mê trong lĩnh vực đó. Bạn viết các bài blog về lĩnh vực kế toán, bạn chia sẻ các thông tin về lĩnh vực kế toán lên Facebook mỗi ngày. Đảm bảo sau một tháng mọi người sẽ nhìn bạn khác ngay, cứ nhắc đến bạn là

nhắc đến kế toán. Và nếu có công ty nào tuyển kế toán, người họ nhớ tới đầu tiên sẽ là bạn.

Với mỗi người, việc xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ mang đến một lợi ích khác nhau. Không quan trọng bạn chọn phương pháp nào, làm Vlog giống JVeevermind, làm Podcast giống Quick & Snow Show hay viết blog giống tôi, quan trọng nhất bạn phải là chính bạn. Nói như mấy chị bán hàng online, bạn phải là “đồ authentic” (hàng thật) chứ đừng là “đồ fake” (hàng giả). Việc bạn là chính mình, không bắt chước bắt kỳ ai, sẽ giúp bạn khác biệt với người khác, điều tối quan trọng khi xây dựng thương hiệu cá nhân.

Nếu để ý, bạn sẽ thấy ngày càng nhiều doanh nghiệp ở Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp do người trẻ mở ra, đều phát triển dựa trên nền tảng của một thương hiệu cá nhân có sẵn. Ví dụ như bánh mì Minh Nhật của Minh Nhật Masterchef, anh Phạm Đình Nguyên của cà phê PhinDeli... Rất nhiều người nổi tiếng trên thế giới cũng tận dụng thương hiệu cá nhân của họ và kiếm được rất nhiều tiền từ đó. Ví dụ như Oprah Winfrey, tân tổng thống Mỹ Donald Trumps hay Tony Robbins, họ đều là những người giỏi, có một thương hiệu cá nhân tốt, có hàng triệu người hâm mộ và rất giàu.

Tuy nhiên, không có nghĩa là cứ phải ông nọ bà kia, làm trong giới kinh doanh hay nghệ thuật mới nên có thương hiệu cá nhân. Thực tế, ai cũng có thể làm thương hiệu cá nhân được. Ví dụ ở Việt Nam, cực kỳ nổi tiếng ai cũng biết có thể nói đến Mỹ Tâm, Sơn Tùng MTP, Trấn Thành, v.v. – chủ yếu là những người trong giới nghệ thuật. Cấp thấp hơn một chút về thương hiệu cá nhân (tôi tạm đo lường bằng lượng follower) là Gà, Nguyễn Ngọc Thạch, Chi Pu, v.v.. Những người kể trên đều có lượng follower rất lớn trên mạng xã hội, cụ thể hơn là trên Facebook. Người nhiều thì có vài triệu người quan tâm, người ít hơn thì có vài trăm ngàn người theo dõi. Theo Gary Vaynerchuk trong cuốn Crush It, số lượng người theo dõi không quan trọng bằng chất lượng tương tác trong cộng đồng những người quan tâm tới bạn. Tuy nhiên, giữa thời buổi cơm áo gạo tiền như hiện nay, có lẽ chúng ta sẽ cần để tâm tới cả hai tiêu chí này, đặc biệt khi bạn muốn xây dựng thương hiệu cá nhân. Một

người có nhiều follower đồng nghĩa với việc các quảng cáo của họ sẽ kiếm được nhiều tiền hơn. Ví dụ như công ty bạn cần thuê một cô A có 100 nghìn follower viết một bài PR có thể chỉ phải trả 3 triệu một bài, nhưng nếu thuê anh B có 1 triệu follower thì con số đó khả năng cao sẽ phải tăng lên đến 30 triệu.

Trong cuốn sách này, tôi sẽ hướng dẫn các bạn xây dựng thương hiệu cá nhân, bắt đầu từ số 0, từ xuất phát điểm không có gì cho đến khi có được một lượng follower nho nhỏ, một lượng người quan tâm nhất định. Sau đó, các bước tiếp theo ta sẽ tìm hiểu sau.

THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN CỦA TÔI – ANH TUAN LE

Nếu bạn đã theo dõi Facebook cá nhân (Anh Tuan Le) hoặc blog của tôi (anhtuanle.com) thì sẽ rất dễ nhận ra thương hiệu cá nhân mà tôi đang xây dựng. Tôi là một blogger viết về chuyện tìm việc và làm việc, bằng một giọng văn đời thường. Đây là hình ảnh mà tôi đã tự chọn và xây dựng cho bản thân từ khi mới bắt đầu từ hơn một năm trước.

Hiện nay trên thị trường có rất nhiều các trang tìm việc như Vietnamwork, CareerLink, CareerBuilder... và vô vàn các group Facebook hoặc fanpage liên quan đến tuyển dụng việc làm. Các kênh này có rất nhiều bài viết hướng dẫn về việc viết CV, đi phỏng vấn, làm thế nào để hài hòa với đồng nghiệp, cách thương thảo lương, v.v.. Tuy nhiên, vấn đề nằm ở chỗ các trang này có rất nhiều bài viết, nhưng lượng người đọc rất ít, hoặc thường đọc xong rồi thôi, không động lại được gì. Trong khi đó, có rất nhiều bạn vô tình biết đến blog của tôi trên Google, đọc xong thấy thích và quyết định thường xuyên theo dõi các bài viết tiếp theo.

Với các trang như tôi kể trên, thường mục đích của các bài viết là để làm SEO¹, tức là làm thế nào cho trang web của họ lên được top Google. Vì vậy nội dung thường không thân thiện với người đọc, xào nấu lại từ các bài khác nhau hoặc dịch từ các nguồn bài viết của nước ngoài. Báo ở nước nào thường sẽ viết cho người ở nước đó, chỉ phù hợp nếu đặt vào hoàn cảnh ở nơi đó. Nếu cứ máy móc

bê nguyên xi những kiến thức ấy về Việt Nam thì thực sự không phù hợp chút nào. Ngoài ra có thể là trang của doanh nghiệp lớn nên quy định về cách viết bài, cách dùng từ cũng khá khắt khe và đòi hỏi sự chuyên nghiệp, nên đôi khi bị cứng nhắc, bạn đọc đọc xong cứ thấy nhàn nhạt mà không đọng lại được gì.

¹ Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO – Search Engine Optimization) là một quá trình tối ưu nội dung văn bản và cấu trúc website để các công cụ tìm kiếm chọn lựa trang web phù hợp nhất phục vụ người tìm kiếm trên Internet. Có thể hiểu đơn giản SEO là một tập hợp các phương pháp nhằm đưa website lên vị trí TOP 10 (trang đầu) trong các trang kết quả của các Search Engine.

Đó là lý do tôi chọn một hướng đi hoàn toàn riêng biệt cho bản thân khi phát triển thương hiệu cá nhân trong lĩnh vực tìm việc và phát triển cá nhân. Vẫn là những câu chuyện về viết CV, đi phỏng vấn, nhưng tôi chọn cách viết theo lối kể chuyện. Tôi không tự nhận mình là chuyên gia. Trong bất kỳ bài viết nào tôi cũng nói mình chỉ là một người đi trước, may mắn được trải nghiệm và học hỏi từ các nguồn khác nhau, nên nội dung bài viết của tôi là tổng hợp từ kinh nghiệm cá nhân cũng như những gì mà tôi học được. Ngoài ra vì viết theo phương diện cá nhân, nên tôi thoải mái dùng lối văn nói (giống giọng văn bạn đọc được từ đầu cuốn sách đến giờ), nên có lẽ như vậy cũng là cái hay, có thể lôi cuốn bạn đọc hơn, khiến bạn đọc có cảm giác dễ gần hơn. Một số người chắc sẽ phản đối hoặc không thích kiểu viết của tôi. Một số người khó tính sẽ cho rằng đã viết thì phải nghiêm túc, đã là “nhà văn” có nhiều người đọc thì phải viết sao cho hoa mỹ, cho hay để bạn đọc còn học thêm. Tuy nhiên, tôi biết đâu là thế mạnh của mình, đâu là cách viết phù hợp với mình và tôi tin có một bộ phận người đọc thích lối viết như vậy.

Tôi từng luôn luôn cố gắng làm hài lòng tất cả mọi người. Nhưng càng làm nhiều công việc càng tiếp xúc với nhiều người, tôi mới biết được “cách nhanh nhất để thất bại là cố gắng làm hài lòng tất cả mọi người”. Nếu chia thế giới làm ba phần, sẽ có $\frac{1}{3}$ người biết và thích mình, $\frac{1}{3}$ người rất ghét mình và $\frac{1}{3}$ người chẳng biết mình là ai.

Một ngày, tôi và bạn cũng chỉ có 24 giờ như nhau, tại sao phải cố gắng làm hài lòng những người không thích mình? Thay vào đó, chúng ta hoàn toàn có thể dành thời gian để mang thêm nhiều điều bổ ích hơn tới những người đã và đang ủng hộ mình.

Sau này khi bắt đầu tiếp xúc và làm việc với người lớn và các doanh nghiệp, tôi cũng có cố gắng thay đổi hình ảnh một chút cho phù hợp. Tôi bớt nhắng nhít đi, cách ăn mặc và cách nói chuyện tỏ ra “professional” (chuyên nghiệp) hơn để phục vụ mục đích công việc. Tuy nhiên dù có nói chuyện với đối tượng nào, về chủ đề gì, tôi vẫn giữ hai nguyên tắc trong nội dung bài nói (cũng như tất cả các bài viết của tôi), đó là: 1) nội dung có thể làm được (tức là nghe xong áp dụng được chứ không nghe suông) và 2) nội dung là câu chuyện thực tế của chính bản thân. Tôi không phải chuyên gia, nên mọi câu chuyện tôi chia sẻ nên xuất phát từ chính trải nghiệm của mình, có thật lòng thì bạn đọc mới muốn đọc, muốn xem và muốn nghe.

CHẤT LƯỢNG ĐI ĐẦU

Chất lượng quan trọng hơn số lượng. Nên bạn hãy cứ lo phần nội dung của bạn thật tốt, fan hâm mộ sẽ tự khắc tìm đến ngay. Đừng mới bắt đầu viết mà đã lo nghĩ xem làm cách nào để có nhiều người đọc, nhiều người theo dõi.

“HÀNG” THẬT THÌ MỚI NHIỀU NGƯỜI THÍCH

Bây giờ người tiêu dùng thông minh hơn rất nhiều. Trước khi mua một món đồ gì đó, người ta cân đo đong đếm, suy nghĩ kĩ hơn chứ không tin hoàn toàn vào quảng cáo như trước đây. Ví dụ trước khi mua một quyển sách trên Tiki, tôi phải đọc review hoặc chụp ảnh đưa lên Facebook hỏi xem bạn bè có ai đọc chưa và phản hồi ra sao. Tương tự giống như khi mua một bộ quần áo qua Facebook hay mua đồ điện tử qua Lazada, mọi người thường sẽ lướt xem phần comment và review trước, coi đó là một nguồn tham khảo trước khi quyết định có mua hay không. Vì sao lại thế? Vì chúng ta tin những review đó là người thật, việc thật, trải nghiệm thật nên

đáng tin hơn là những thông tin quảng cáo của nhà sản xuất. Đó cũng là lý do vì sao các đơn vị bán hàng gần đây cũng bắt đầu tự dùng các tài khoản ảo và tự viết review cho sản phẩm của mình, nhằm tăng độ tin cậy với khách hàng.

Người tiêu dùng bây giờ tin vào những giá trị thật. Nếu bạn bán một sản phẩm giả mạo hoặc có hành vi lừa đảo, chỉ vài phút sau bạn sẽ có cơ hội nổi như cồn trên mạng xã hội. Vậy nên, dù bạn đang muốn xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân như thế nào, hãy bắt đầu bằng sự thật trước.

Mỗi ngày tôi đều viết và chia sẻ một thứ gì đó. Có hôm tôi viết một bài blog thật dài chia sẻ về việc viết CV như thế nào, đi phỏng vấn thì cần chuẩn bị những gì. Có hôm khác tôi sẽ viết một status về những cuốn sách hay nên đọc, các tips làm sao để mỗi ngày làm việc hiệu quả hơn. Vậy có phải lời khuyên nào tôi đưa ra, tips nào tôi chia sẻ cũng có thể đúng và áp dụng cho tất cả mọi người không? Đương nhiên là không. Thi thoảng tôi còn bị bạn đọc email, nhắn tin xỉ vả bảo là tí tuổi mà đã lên mặt dạy đời. Tôi có quan tâm không? Không. Tất cả những gì tôi đang làm trên trang blog anhtuanle.com của mình cũng như trên Facebook cá nhân là tôi ra các ý kiến phân tích, các trải nghiệm của bản thân. Lúc nào trong bài viết hoặc trong các status tôi cũng ghi rõ là đây là ý kiến cá nhân, trải nghiệm cá nhân, không đúng hoàn toàn với tất cả mọi người, nên cần cân nhắc trước khi áp dụng theo. Tất cả những gì tôi viết, tôi nói đều là thật, là những trải nghiệm của bản thân tôi, không có gì giả tạo. Nếu bạn đang muốn xây dựng một thương hiệu cá nhân cho mình, dù là qua video, blog hay podcast, bạn cũng nên làm như vậy. Nếu bạn nói dối về những thứ thực sự mình không có hoặc không giỏi, tôi cam đoan là bạn sẽ bị phát hiện sớm thôi.

Ví dụ các bạn nữ bán mỹ phẩm trên Facebook bây giờ luôn cố gắng quảng cáo những cái hay cái tốt của loại mỹ phẩm đó. Chụp một bức ảnh thật lung linh trước và sau khi sử dụng sản phẩm hoặc nói về các tính năng hay ho của sản phẩm đó. Nói chung là cái gì hay ho thì khoe ra, cái gì xấu xa thì giấu lại. Vậy nếu bây giờ bạn thử một cách khác thì sao? Bạn tự quay một series vlog chia sẻ với người

xem những cảm nghĩ thực sự của bạn về sản phẩm mà bạn đang bán. Ví dụ như, “Mình đang có một thỏi son rất xấu và hiện nay nó đang ế chưa bán được cho ai cả, nếu phải chọn giữa thỏi son này và một thỏi Dolce & Gabbana Monica Voluptuous hoặc một thỏi Rouge Louboutin Velvet Matte thì chắc chắn là phải chọn D&G hoặc Louboutin rồi. Thỏi này tuy kết cấu hơi xấu, nhưng bù lại thì chất lượng lại rất ổn, vừa lì lại vừa lâu trôi. Mình nhập vào định bán với giá 900K tuy nhiên do nó đang ế vì xấu quá nên mình quyết định bán rẻ còn 700K thôi, đi kèm một số quà tặng khác nữa. Vậy nên bạn nào hứng thú thì inbox mình luôn nhé.”

Ở trên tôi chỉ lấy một ví dụ rất nhỏ về việc xây dựng thương hiệu cá nhân dựa trên những điều chân thật. Viết thì dễ chứ chắc làm thật sẽ khó hơn nhiều. Tuy nhiên tôi nghĩ đó cũng là một ý tưởng hay mà các bạn đang bán mỹ phẩm hoặc thời trang online có thể thử. Nói về “mặt trái” của sản phẩm thay vì lúc nào cũng nói về cái hay cái đẹp có thể là một chiến lược giúp bạn khác biệt với các cửa hàng khác. Có thể thời gian đầu sẽ hơi khó khăn, không có khách vì cách quảng cáo của bạn hơi lạ lùng. Nhưng thử tưởng tượng bạn cứ chăm chỉ quảng cáo, làm một series các bài review như vậy trong khoảng vài tháng, chắc chắn bạn sẽ bắt đầu có chút tiếng tăm, được mọi người biết đến là người review có tâm và chân thực nhất. Dần dần bạn có thể bán được các sản phẩm của mình vì người mua sẽ tin rằng sản phẩm của bạn luôn là sản phẩm tốt, đúng chất lượng như bạn nói. Quan trọng nhất là tôi nghĩ bạn sẽ vui khi vừa được nói thật, lại vừa bán được hàng. Chẳng cần câu từ hoa mỹ để quảng cáo. Và quan trọng hơn nữa, bạn sẽ có một thương hiệu cá nhân vững chắc cho mình, rồi biết đâu thương hiệu đấy lại mang tới cho bạn nhiều cơ hội khác như viết sách, xuất hiện trên ti vi hoặc hợp tác với các hãng thời trang...

Thế nên bạn nào đọc đến đây mà thấy hay thì hãy bắt tay làm luôn đi nhé. Đừng chần chừ.

CÁC BLOGGER MỸ PHẨM

Có một số blogger khá thành công trong việc review các sản phẩm mỹ phẩm, tôi liệt kê ở đây để các chị em (cả các anh em) tìm và tham khảo cách các bạn ấy làm thương hiệu cá nhân:

- Love at first shine - <http://www.loveat1stshine.com/>
 - Mailovesbeauty - <http://www.mailovesbeauty.vn/>
 - Khanh Ngoc Nguyen (Nàng Thơ) - <fb.com/nang.tho.9>
 - Changmakeup - changmakeup.com/blog
 - The Skincare Junkie - theskincarejunkie.wordpress.com
-

MỖI NGƯỜI ĐỀU CÓ MỘT KHẨU VỊ KHÁC NHAU

Khi xây dựng thương hiệu cá nhân cho bản thân, đừng nghĩ xem bạn phải bắt chước hay làm thế nào cho giống tôi hay những người đi trước. Bạn nên cho bản thân một “khẩu vị” mà bạn thấy thích nhất. Vì “khẩu vị” của tôi cũng hơi khác người và biết đâu bạn không thích. Ví dụ đa số mọi người khi viết thường chọn câu từ rất cẩn thận, văn phong phải đi vào lòng người đọc. Tôi thì khác. Tôi thích kiểu nghĩ gì viết nấy, không câu nệ câu chữ. Tuy nhiên đó là lựa chọn của tôi. Tôi muốn các bạn đọc những gì mình viết một cách dễ hiểu nhất. Thương hiệu cá nhân của bạn cũng vậy. Nó nên đặc biệt và duy nhất, vì bạn cũng đặc biệt và duy nhất mà, có giống ai đâu! Bạn chẳng cần bắt chước để giống tôi, hay giống bất kỳ một anh chị nổi tiếng nào bạn hâm mộ. Khi bắt chước một ai đó, bạn có thể sẽ nổi tiếng nhanh, nhưng dần thương hiệu cá nhân của bạn sẽ trở nên nhạt nhòa và sớm bị lãng quên mà thôi.

Để trở thành blogger có hơn một triệu lượt view và có vài chục ngàn follower trên Facebook như bây giờ, tôi cũng phải mất thời gian để có một chiến lược phù hợp cho bản thân. Ví dụ, tôi không làm vlog mà chọn viết lách vì tôi thấy mình lên hình không ăn ảnh, cũng không được tự tin trước máy quay, nhưng lại rất tự tin khi viết. Tương tự, tôi chọn lập một trang blog riêng chứ không tập trung viết mọi thứ trên Facebook. Vì sau khi nghiên cứu, tôi thấy Facebook rất phù hợp để xây dựng cộng đồng cũng như chia sẻ cho nhiều người

biết đến. Tuy nhiên, nếu bạn muốn mọi thứ được lưu trữ lại thì nên có một website riêng. Ngoài ra, lập website cũng sẽ có nhiều cơ hội thu hút quảng cáo về sau và kiếm tiền từ đó. Tôi có một trang fanpage tên là Career Blog – Anh Tuan Le hiện tại có khoảng hơn 35 nghìn lượt người thích. Mỗi ngày tôi đều có gắng viết từ một đến ba status chia sẻ trên fanpage này. Mọi status ở đây đều do tôi tự viết, mọi comment do tôi tự trả lời, mọi inbox cũng vậy. Tuy có hơi bận bịu và tốn thêm thời gian nhưng tôi thích làm như vậy để cảm thấy gần gũi hơn với bạn đọc, có cảm giác kết nối hơn với những người quan tâm hoặc cần mình giúp đỡ.

Có thể những người nổi tiếng hơn tôi rất nhiều sẽ chọn cách khác. Ví dụ như trên Instagram hoặc Twitter của các ca sĩ diễn viên nổi tiếng hoặc các thầy cô giáo giỏi ở các trung tâm tiếng Anh, trong 10 status đăng trên Facebook cá nhân thì thường chỉ có một – hai status là do chính họ đăng, còn lại đăng sau là có một đội ngũ marketing quyết định xem hôm nay đăng gì, viết như thế nào, làm thế nào để câu like. Tôi không phán xét vấn đề đó là đúng hay sai, vì mỗi người có một cách lựa chọn riêng. Cách của tôi tương tác tốt hơn với người đọc, nhưng nhược điểm là mất thời gian. Khi có đội ngũ riêng, bạn có cơ hội xây dựng thương hiệu cá nhân tới nhiều người hơn, cả trăm nghìn follower chứ không phải là chỉ vài chục nghìn nữa. Tuy nhiên, chi phí khá tốn kém, bạn cũng khó nắm bắt được sát sao tâm tư nguyện vọng của người đọc.

Trong khuôn khổ cuốn sách này, tôi sẽ tập trung chia sẻ câu chuyện cá nhân của mình, đi từ con số 0 đến một blogger nhỏ, có một lượng follower nhất định, chưa cần dựa vào bất kỳ đội ngũ marketing hùng hậu nào.

BÀI TẬP SỐ 3: SỞ THÍCH CỦA BẠN LÀ GÌ?

Một số bạn không biết mình có sở thích gì đặc biệt, vậy tôi sẽ hướng dẫn ở đây một số phương pháp để tìm ra sở thích.

1. Hỏi bé bạn thích làm gì?

Ngày bé, bạn từng thích viết, thích làm nghiên cứu khoa học hay thích chăm sóc cho người khác? Thử dành ra 5 – 10 phút, chọn một nơi thật yên tĩnh, nghĩ và viết một số điều mình thích làm hồi bé ra giấy xem sao nhé!

2. Nếu không phải lo về tài chính, bạn sẽ làm gì?

Nếu có rất nhiều tiền, bạn sẽ làm gì? Đi du lịch? Dành thời gian với người yêu? Lập một tổ chức từ thiện? Đầu tư chứng khoán hay làm gì khác? Dĩ nhiên, tiền rất quan trọng, nhưng đừng để vấn đề tài chính làm hẹp đi các lựa chọn của bạn. Hãy thử hình dung và viết ra những gì bạn sẽ làm, rất có thể bạn sẽ nhận ra sở thích đặc biệt của mình.

3. Bạn bè đánh giá như thế nào về bạn?

Như đã hướng dẫn trong Bài tập số 1: Bạn là ai?, bạn có thể quay lại và thử làm theo các bước ở phần 2 nhỏ. Hoặc đơn giản hơn, hãy inbox cho bạn bè và hỏi trực tiếp “Theo mày thì tao hợp làm công việc gì?”, câu trả lời có thể sẽ khiến bạn vô cùng ngạc nhiên.

4. Đọc nội dung các khóa học ở trường đại học.

Bạn có thể vào website của một trường đại học bất kỳ và tìm đọc về các khóa học đang được giảng dạy. Khóa nào bạn thích? Khóa nào bạn nghĩ mình sẽ học giỏi? Khóa học nào bạn thấy chán ngắt?

Ví dụ bạn có thể bắt đầu từ trang này:

<https://www.undergraduate.study.cam.ac.uk/courses>

5. Tìm hiểu về “idol” của mình.

Nếu bạn có hâm mộ ai đó và thường xuyên theo dõi họ trên Facebook, hãy thử Google tên người đó, tìm mọi thông tin về cuộc sống, đời tư của họ. Từ bé họ học gì, lớn lên họ làm gì, và mình có thích những điều đó không?

6. Nghĩ về thứ bạn vừa thích và vừa giỏi.

Sau khi hoàn thành các bài tập trên, hãy nghĩ về những gì bạn đã được học (trên mạng hoặc ở trường). Viết ra những thứ mà bạn thấy mình có khả năng làm được – ví dụ như thiết kế, nấu ăn, gấp giấy origami... Sau đó, thu hẹp danh sách này còn khoảng 3 – 4 thứ, và mình sẽ dùng ở các chương sau.

Phần 2“Lên đồ”



Thay vì hỏi bản thân ‘Mình đam mê công việc gì?’, hãy hỏi ‘Mình thích một công việc và lối sống như thế nào?’.

1Giỏi cần phải đi trước đam mê

Tôi có đọc được một bài viết rất hay của tác giả [Cal Newport](#) có tên là Cultivating Your Craft Before Your Passion, tôi tạm dịch sang tiếng Việt có nghĩa là Giỏi cần phải đi trước đam mê.

Bây giờ lên mạng có rất nhiều bài viết nói về việc phải theo đuổi đam mê thì thành công mới theo đuổi bạn giống Bill Gates, Mark, Steve Jobs, v.v.. Ở hiệu sách và các khu sách kỹ năng cũng có một loạt các đầu sách như vậy. Vậy liệu có đúng là từ khi 20 – 21 tuổi đã phải tìm ra đam mê của mình và theo đuổi nó không? Nếu đang học đại học mà không tìm được đam mê của bản thân thì sẽ thất bại? Câu trả lời đương nhiên là không. Những người nghiên cứu về chủ đề đam mê đã tự đặt ra một câu hỏi là:

“Điều gì sẽ làm cho một người thích và yêu công việc mà họ đang làm?”

Và câu trả lời mà họ tìm được KHÔNG phải là đam mê, mà là hai vấn đề khác, đó là:

- (1) Rất ít người có công việc hiện tại giống với đam mê hồi còn trẻ;
- (2) Dễ hài lòng với công việc, bạn cần nhiều thứ hơn chứ không phải chỉ cần mỗi đam mê.

Trong bài viết tôi đọc, tác giả có kể về câu chuyện của một nhân vật tên là Bill McKibben và cách anh ta đã theo đuổi đam mê, sống với đam mê như thế nào để trở thành một nhà báo môi trường nổi tiếng như bây giờ. Tuy nhiên cá nhân tôi không thích việc đưa các dẫn chứng người nước ngoài lắm, vì đọc cũng hay nhưng không thân thuộc với hoàn cảnh ở Việt Nam. Tôi cũng chưa có điều kiện nghiên cứu sâu về những anh chị đi trước và cực kỳ thành công ở nước ta, nên tôi đưa ra câu chuyện thành công nho nhỏ của bản thân vậy.

Câu chuyện như thế này.

Anh Tuan Le hay còn gọi là Tuấn Anh (không phải Anh Tuấn như bà con hay nhầm) là một blogger và là một trong số vô vàn người đang hoạt động trong lĩnh vực hướng nghiệp/giáo dục. Tuấn Anh có một trang blog riêng tên là anhtuanle.com, viết về cách viết CV, cách đi phỏng vấn, định hướng nghề nghiệp. Ngoài ra Tuấn Anh còn được mọi người biết đến qua website 8morning.com, là một website phi lợi nhuận về học hành và làm việc hiệu quả. Nếu ai có dịp làm việc và nói chuyện với Tuấn Anh thì sẽ thấy anh là một người rất đam mê với công việc hiện tại. Nhờ đâu mà anh có được đam mê mãnh liệt như vậy?

Câu chuyện bắt đầu từ khi Tuấn Anh còn là một sinh viên ngành Truyền thông của đại học RMIT. Trong thời gian học ở đây Tuấn Anh rất chăm chỉ tham gia các hoạt động ngoại khóa và có đi làm ở một số công ty và agency với các vị trí khác nhau như marketing, sales, v.v.. Nhờ làm ở nhiều nơi và nhiều vị trí khác nhau, Tuấn Anh nhận thấy là mình chẳng hợp với lĩnh vực truyền thông hào nhoáng cho lắm mà thích chia sẻ và giúp đỡ mọi người hơn. Thế nên, khi đến kì thực tập cuối khóa, thay vì chọn một công ty quảng cáo như các bạn khác cùng ngành, Tuấn Anh quyết định thử vào làm ở phòng Tư vấn hướng nghiệp của trường.

Tháng 5/2015, sau khi đọc được một cuốn sách rất hay tên là Crush It! của Gary Vaynerchuk, Tuấn Anh quyết định thử theo đuổi đam mê của bản thân là viết lách và giúp đỡ người khác, công cụ được chọn là một trang blog riêng. Và đến giờ, sau hơn một năm rưỡi trôi qua, Tuấn Anh vẫn chưa trở thành tác giả best-seller hay diễn giả thay đổi cuộc đời mấy triệu người, nhưng Tuấn Anh vẫn rất tự hào vì đã giúp đỡ và tác động đến một phần nhỏ các bạn trẻ trong lựa chọn công việc của họ. Quan trọng nhất là mọi người biết đến Tuấn Anh như một người làm về hướng nghiệp, giáo dục và sẵn sàng tìm đến Tuấn Anh khi gặp vấn đề ở các lĩnh vực trên.

Đây là tóm gọn cách tôi đã bắt đầu đam mê như thế nào, cũng giống như câu chuyện của nhà báo môi trường Bill McKibben được Cal Newport nhắc đến.

Từ câu chuyện này, Cal Newport đã rút ra hai bài học dành cho các bạn muốn bắt đầu xây dựng và tìm kiếm đam mê cho bản thân.

1) CÁI MÌNH NGHĨ QUAN TRỌNG HƠN VIỆC MÌNH LÀM

Tôi đã và đang theo đuổi đam mê với nghề viết. Tuy nhiên nếu không làm nghề viết nữa, tôi vẫn có vô số lựa chọn công việc khác phù hợp với đam mê của bản thân. Hai yếu tố để tôi lựa chọn một công việc là 1) Tôi có được tự do khi làm việc đó không? (tự do thời gian, tự do nơi làm việc, tự do quản lý dự án...) và 2) Tôi có đang giúp đỡ được ai khi làm việc đó không? Từ hai yếu tố này có thể thấy rằng, cứ công việc nào khiến tôi thấy tự do và khiến tôi cảm thấy đang giúp đỡ được cộng đồng, thì công việc đó sẽ khiến tôi đam mê, không nhất thiết phải là công việc như hiện tại. Thế nên, nếu trong vài năm tới bỗng nhiên tôi chán viết, tôi vẫn có thể theo đuổi một số công việc khác như giảng dạy hoặc hoạt động trong tổ chức phi chính phủ.

Đây cũng là điểm chung ở những người đang yêu quý công việc họ làm. Việc hài lòng và yêu quý công việc thực chất không đến từ việc bạn làm gì, mà đến từ yếu tố công việc đó có phù hợp với lối sống bạn lựa chọn hay không. Ví dụ có người thích được nổi tiếng, được nhiều người biết đến, có người lại thích được thoải mái và cống hiến là được. Vậy nên để kết luận lại, tác giả Cal Newport có nói: để xây dựng một lộ trình nghề nghiệp bền vững, thay vì hỏi bản thân “Mình đam mê công việc gì?” thì hãy hỏi “Mình thích một công việc và lối sống như thế nào?”.

2) KỸ NĂNG ĐI TRƯỚC ĐAM MÊ

Sự tự do trong công việc như hiện tại (tôi tự quyết định được thời gian và nơi làm việc cho bản thân) và việc có thể giúp ích cho cộng đồng qua công việc của mình, hai cái này tôi chỉ đạt được sau khi đã thực sự giỏi và được mọi người công nhận là giỏi ở một số lĩnh vực nhất định.

Đầu tiên là về việc viết. Tôi thích viết từ hồi cấp ba. Hồi đó tôi đã chăm chỉ hợp tác với một số báo thể thao như báo Bóng đá để viết

các bài review, bình luận, phân tích trận đấu. Tôi không được đánh giá là viết hay, nhưng mọi người lúc nào cũng nhìn nhận tôi là đứa “viết rất khỏe” và có cách viết chân thực. Bên cạnh việc viết tôi cũng có hay vọc vạch về các nền tảng để làm website như forum, HTML, WordPress nên cũng có biết một chút về công nghệ. Tôi kết hợp việc viết và việc biết sử dụng, phát triển website và cho ra đời website anhtuanle.com của tôi như bây giờ. Việc viết và làm website, cũng giống như một số kỹ năng khác như sử dụng photoshop, lập trình... sẽ mang đến cho bạn cơ hội làm việc tự do tại nhà, kiểu như freelancer vậy.

Thứ hai là việc giúp đỡ cộng đồng. Ban đầu tôi cũng chỉ là một sinh viên mới ra trường, kiến thức không có nhiều để hướng dẫn người khác viết CV, đi phỏng vấn hay hướng nghiệp. Điểm duy nhất tôi trội hơn so với số đông các bạn sinh viên khác là tôi chịu khó đi làm nhiều chỗ, nên kinh nghiệm dàu và rớt cũng nhiều. Thế nên khoảng sáu tháng đầu tiên sau khi có blog, tôi chỉ dám nói đây là kinh nghiệm cá nhân của bản thân, chứ chưa dám dạy dỗ ai. Dần dần, để bổ sung kỹ năng và kiến thức, tôi chịu khó đăng ký một vài lớp học về CV và hướng nghiệp trên Udemy, tham gia nhiều các buổi talkshow về nghề nghiệp để nghe thêm biết thêm, từ đấy bắt đầu có nền tảng để giúp mọi người.

Nếu tôi chưa viết bao giờ, chưa làm CV bao giờ mà tự nhiên bảo mở một blog về chủ đề này thì chắc chắn là tôi sẽ không thành công.

Quay lại với đúc kết số 1. Đam mê công việc chỉ đến khi nó phù hợp với lối sống mà bạn mong muốn. Nhưng đời mà, đâu phải cứ muốn là được. Đâu phải tôi cứ muốn làm việc tự do thì công ty sẽ cho làm việc tự do. Không, không bao giờ có! Nếu bạn muốn có cái gì đó cho riêng mình, bạn phải mang lại một thứ tương tự cho người ta. Và cái mà bạn cần mang lại chính là kỹ năng. Tôi đôi lúc vẫn đi làm ở công ty, nhưng không bị bó buộc lắm về thời gian, vì tôi mang lại cho công ty những kỹ năng tôi có (viết lách, truyền thông, quản lý sự kiện, v.v.).

Tóm lại, đừng chạy lung tung hỏi người này người kia với mục đích tìm ra đam mê công việc cho bản thân. Hãy bắt đầu tự xây dựng đam mê cho bản thân mình bằng hai bước:

1. Tự hỏi xem “Mình chọn cách sống như thế nào?”.
2. Dành thời gian trau chuốt để trở nên thật giỏi một kỹ năng nhất định.

Nếu bạn quyết định đọc cuốn sách này và muốn làm thương hiệu cá nhân giống như tôi, lời khuyên duy nhất tôi có là luôn thành thật và luôn là chính mình.

2 Tổ chất và kỹ năng

Có ba điều chẳng thể che giấu: mặt trời, mặt trăng và sự thật.

– Buddha LUÔN THÀNH THẬT

Mạng xã hội ở Việt Nam bây giờ khá tạp nham nên người dùng cũng kén chọn hơn trước khi quyết định đọc một nội dung nào đó. Lấy ví dụ về hai chủ đề tôi thích bây giờ là viết CV và marketing. Mỗi lần lên Facebook hoặc Google, tôi lại thấy hàng loạt trang báo hoặc các anh “chuyên gia” hướng dẫn cho các bạn trẻ cách viết CV như thế nào để gây ấn tượng hay cách làm marketing “0 đồng” mà vẫn thu về một tỷ chẳng hạn. Tôi không nói những hướng dẫn đó là sai. Tuy nhiên, vấn đề ở đây là có rất nhiều người không có đủ chuyên môn nhưng vẫn tự gọi mình là “chuyên gia” và đi hướng dẫn người khác. Có thể họ là giám đốc của một công ty, vì họ thành lập ra công ty đó, nhưng họ không hề có chuyên môn về HR (nguồn nhân lực), chưa được đào tạo về cách đọc CV, cách tuyển người, vậy làm sao tự nhận mình là chuyên gia tuyển dụng và đi khuyên nhủ lại người khác được? Hay có những bạn sau khi học một số khóa học marketing xong, không hề có kinh nghiệm thực tế, chưa vấp ngã bao giờ nhưng cũng tự nhận mình là “chuyên gia” để chia sẻ lại kiến thức marketing cho các bạn trẻ khác.

Ngoài những trường hợp trên, rất nhiều bài viết bây giờ chủ yếu là bài SEO, tức là bài được viết bởi những người không có chuyên môn, thậm chí chẳng biết gì về lĩnh vực họ đang viết, chỉ xào lại các bài có sẵn trên báo hoặc dịch lại từ nguồn nước ngoài. Mục đích của những bài viết này là để thêm các từ khóa liên quan đến công ty vào đó và giúp cho website của công ty lên top Google cao hơn, từ đó bán hàng tốt hơn. Ví dụ, nếu thử lên Google và tìm từ khóa “chống xuất tinh sớm”, bạn sẽ thấy rất nhiều website xuất hiện ngay đầu với nhiều bài viết hướng dẫn phương pháp này, phương pháp kia. Liệu đó có phải là những chia sẻ từ một giáo sư trong ngành? Không hề. Đó có thể chỉ là bài viết của một bạn sinh viên ngồi sau màn hình máy tính, lượm lặt các tip trên mạng và viết thành một bài

như thế. Chưa kể tính đúng sai ra sao, nhưng chắc chắn là không tin tưởng được 100% rồi.

Vậy nên nếu quyết định đọc cuốn sách này và muốn làm thương hiệu cá nhân giống như tôi, lời khuyên duy nhất tôi có đó là luôn thành thật và luôn là chính mình.

Ví dụ khi các bạn đọc bài của tôi trên blog anhtuanle.com sẽ thấy, ở mỗi bài viết tôi luôn nói về việc tôi không phải chuyên gia hướng nghiệp hay chuyên gia HR, tôi chỉ là một người từng thất bại nhiều, có cơ hội được học những kiến thức về hướng nghiệp, CV và mang đến chia sẻ lại với các bạn đọc. Việc thành thật như thế có thể làm tôi mất đi cơ hội tiếp cận những người ở độ tuổi 25 – 29, những người cần lời khuyên từ các chuyên gia được chứng nhận hơn là một người đi chia sẻ như tôi. Nhưng không sao cả. Tôi vẫn còn những bạn trẻ cấp ba, các bạn đang học đại học, các bạn từ 18 – 24 tuổi. Đó là những bạn vẫn còn trẻ, ít kinh nghiệm, các bạn vẫn muốn nghe kinh nghiệm từ những người đi trước như tôi. Và tôi cũng chọn cách chia sẻ lại với các bạn những kinh nghiệm vấp ngã của bản thân để các bạn không lặp lại những sai lầm đó.

ĐẦU TƯ VÀO NHỮNG THỨ CẦN THIẾT

Với cách làm thương hiệu cá nhân của tôi, tôi đã đầu tư vào một số thứ như thế này:

- Tên miền: tôi bỏ khoảng 100\$/năm để mua tên miền anhtuanle.com và dùng gói Premium trên Wordpress.
- Sách: tôi dành ra 500 nghìn đồng một tháng để mua những cuốn sách liên quan, đọc và bổ sung thêm kiến thức cũng như lấy ý tưởng.
- Các công cụ: tôi dành khoảng 50\$/năm để trả tiền cho các công cụ hẹn giờ mạng xã hội và một vài công cụ khác.
- Tiền quảng cáo Facebook: đôi khi tôi bỏ ra một chút tiền quảng cáo Facebook để bài của tôi được nhiều người biết hơn.

Khi tôi nói về những thứ này, có nhiều bạn sẽ ái ngại ngay, vì biết lấy đâu ra tiền mà đầu tư nhiều như thế? Không sao, các bạn ạ, tôi cũng chỉ bắt đầu đầu tư những thứ như trên khi thương hiệu cá

nhân đã tương đối ổn. Còn bạn, bạn vẫn có thể bắt đầu ngay từ số 0 như thế này:

- Tên miền: lên Wordpress, Tumblr, Wix hoặc Weebly mua một tên miền miễn phí và bắt đầu viết bài trên đó. Tên miền miễn phí sẽ có đuôi ví dụ như là anhtuanle.wordpress.com hay anhtuanle.wix.com.
- Sách: nếu chưa có tiền mua sách, bạn có thể đọc ở thư viện hoặc các trang miễn phí trên mạng. Một số trang hay ho bạn nên đọc là Quora, Medium và StumbleUpon. Hầu hết mọi chủ đề các bạn thích đều có trên các trang đó.
- Các công cụ: nếu chưa cần lắm thì bạn chưa cần bỏ tiền ra mua công cụ. Hãy cứ làm nội dung thật tốt, chịu khó tự tay chia sẻ lại, tốn chút thời gian là xong. Ngoài ra các công cụ như MailChimp, Hootsuite hay Buffer hoàn toàn miễn phí nếu bạn dùng với số lượng ít.

MỌI NỖ LỰC ĐỀU SẼ CÓ THÀNH TỰU

Nếu bạn làm công việc mình thực sự thích và đam mê, cộng với việc học cách sử dụng các công cụ mạng xã hội sao cho tốt, đừng lo sẽ không kiếm được ra tiền – tôi cam đoan kiểu gì cũng có.

Nếu có tham vọng vừa vừa (ví dụ như tôi), bạn không nhất thiết phải ép bản thân trở thành số một trong lĩnh vực mình theo đuổi. Với tôi, phần đầu để đứng trong top 10 người giỏi nhất ở một lĩnh vực đã là tốt rồi. Tuy nhiên, nếu bạn có tham vọng cao hơn, muốn trở thành “the best”, người giỏi nhất trong lĩnh vực bạn theo đuổi, bạn vẫn có thể nỗ lực cố gắng trở thành “the best”.

Vậy có phải là cứ có đam mê, theo đuổi đam mê và biết tận dụng mạng xã hội thì sẽ trở thành người giỏi nhất? Chắc chắn là không rồi. Vậy yếu tố gì còn thiếu ở đây? Đó là sự chăm chỉ – tiếng Anh là “hard-working” đó. Nếu bạn có giỏi đến mấy, đam mê có hay ho đến đâu mà không làm việc chăm chỉ thì cũng trở thành công cốc.

Một số bạn thấy tôi làm việc tự do cứ nghĩ là tôi sướng lắm. Nhiều bạn có quan niệm sai lầm là làm việc tự do thì được thoải mái về

thời gian, sáng muốn ngủ dậy mấy giờ thì dậy, chiều muốn đi về mấy giờ thì đi. Ngồi làm mệt thì ngủ hoặc rủ bạn bè đi café... Đúng là làm freelancer hoặc blogger như tôi thì bạn hoàn toàn có thể có cơ hội làm được những điều trên. Nhưng nếu bạn muốn trở thành một người giỏi, kiếm được ra tiền thì việc đầu tiên cần làm là phải biết kỉ luật bản thân trước. Tuy rằng bây giờ tôi đang làm việc cá nhân, nhưng cũng phải học cách tự quản lý bản thân. Hồi xưa đi làm cho các công ty thì có sếp để đốc thúc, giờ không có sếp nữa thì chính bản thân phải tự đốc thúc. Ví dụ sáng 6 giờ phải tự bắt mình dậy vệ sinh cá nhân, tập thể dục, ăn sáng; 8 giờ ngồi vào bàn làm việc (hoặc ra quán café làm việc). Mỗi ngày cũng phải cố gắng lên lịch đều đặn để làm việc ít nhất 8 tiếng/ngày.

Nếu bạn hay đọc các bài báo về những người nổi tiếng như Elon Musk, Mark Zuckerberg hay Evan Spiegel, bạn sẽ nhận thấy một điểm chung là những người giỏi đều làm việc rất chăm chỉ. Càng có nhiều thành tích, công ty càng lớn, họ càng làm việc chăm chỉ hơn chứ không phải hể hờn đi. Đương nhiên làm việc chăm chỉ không có nghĩa là cày thuê đêm suốt sáng với công việc, họ vẫn có thời gian cho bản thân, cho gia đình. Làm việc chăm chỉ là phải biết cách để thúc đẩy bản thân mỗi ngày, biết phân bổ thời gian hợp lý để giải quyết công việc một cách hiệu quả nhất.

Tôi thấy nhiều bạn khi bắt đầu làm thương hiệu cá nhân có một nỗi lo chung là mình không đủ giỏi để cạnh tranh với những người đi trước. Bạn hiền à, có thể ở thời điểm hiện tại danh tiếng của bạn chưa bằng anh A, lượng follower của bạn chưa nhiều bằng chị B, nhưng có hai thứ mà nếu bạn thực sự đầu tư thì cũng chẳng thua kém ai cả, đó là: đam mê và sự chăm chỉ. Ví dụ hai năm trước khi bắt đầu phát triển bản thân ở lĩnh vực tư vấn hướng nghiệp, tôi là con số 0. Không bằng cấp, không follower, không ai biết đến. Ở thời điểm đó đã có một vài người đi trước trong lĩnh vực này, có công ty riêng, nhiều người biết đến. Nhưng tôi kệ, so sánh với người ta làm gì, phải phấn đấu để vượt qua bản thân mình trước. Vì tôi thích lĩnh vực hướng nghiệp nên tôi chăm chỉ viết bài, chia sẻ các bài viết của tôi trên các trang blog cá nhân, Facebook, ngoài ra tôi còn tham gia hướng dẫn cho các em học sinh ở các trường. Tôi thích những việc

đó nên làm không thấy mệt. Và bây giờ, sau hai năm làm việc chăm chỉ, tôi cũng đã có một chỗ đứng riêng cho bản thân. Nhiều người tìm đến tôi khi có vấn đề về CV, các trường đại học tìm đến tôi khi cần người hướng dẫn kỹ năng cho các em sinh viên. Vậy nên, đừng lo lắng, ngần ngại hay so sánh mình với người khác; hãy dành thời gian và sức lực đó phấn đấu để bản thân mình tốt hơn mỗi ngày.

Nếu bạn nghiêm túc muốn xây dựng thương hiệu cá nhân cho bản thân, hãy chấp nhận việc cắt bớt thời gian cho những thú vui như chơi game, đi bar hay những cuộc gặp bạn bè không cần thiết. Thay vào đó, dành thời gian cho những việc có ích hơn như đọc sách chuyên ngành để có thêm kiến thức, quan tâm chăm sóc những người mình yêu thương, gặp gỡ những người có thể hỗ trợ cho sự nghiệp của mình và làm việc. Nếu bạn đang có một công việc fulltime và làm thêm thương hiệu cá nhân ngoài giờ chắc sẽ đỡ áp lực hơn. Còn nếu bạn giống tôi, quyết định nghỉ việc hoàn toàn để xây dựng thương hiệu cá nhân thì bạn càng phải làm việc chăm chỉ. Để làm gì, đơn giản thôi, chăm mới có tiền mà ăn.

Một số bạn khi được tôi tư vấn làm thương hiệu cá nhân luôn muốn phải có kết quả ngay, giống như mì ăn liền. Ví dụ tôi bảo bạn viết blog, viết được vài ba bữa, bạn kêu chán và muốn bỏ. Lý do là viết mãi mà không có ai like, không có ai đọc, không có nhiều người quan tâm. Đây là điều hết sức bình thường. Làm thương hiệu cá nhân cần thời gian, không nóng vội được. Ban đầu khi tôi viết blog cũng đâu có người đọc ngay. Mất một thời gian mới có một vài người đọc rồi tôi mới biết cần phải viết chủ đề gì, cần phải đăng vào giờ nào để có nhiều người đọc hơn. Tôi cũng làm sai rất nhiều lần mới có thể làm được những thứ đúng như hôm nay. Đây cũng là lý do và động lực giúp tôi viết cuốn sách này, vừa để truyền cảm hứng cho các bạn có động lực làm việc, vừa kể lại những cái gì tôi đã làm sai để các bạn tránh đi vào vết xe đổ đó.

KIÊN NHẪN

Dường như ai trong chúng ta cũng có tính “phản nản” trong máu. Ví dụ như “Tại sao mình cũng làm việc chăm chỉ mà không thành công

được như người ta? Số trời đã định rồi”. Khi nghe thấy vậy, tôi thường hỏi lại xem người đó đã làm-việc-chăm-chỉ được bao lâu, và câu trả lời thường kiểu như là “Em viết một tuần được ba bài blog rồi mà chưa thấy phản hồi nhiều lắm?”. Trời ơi! Một tuần ấy hả? Nếu bạn bảo tôi là bạn đã chăm chỉ viết blog một năm rồi mà chưa có phản ứng tích cực lắm thì có thể xem xét. Chứ làm gì có ai nổi tiếng được trong một tuần? Dĩ nhiên là trừ các ca nổi tiếng hoặc tai tiếng hiếm hoi bất chợt xuất hiện trong showbiz và cộng đồng mạng (mà chắc chắn là sẽ không bền vững).

Trong cuốn sách này, tôi sẽ chỉ chia sẻ về việc theo đuổi một công việc yêu thích để kiếm ra tiền, chứ không hướng dẫn cách làm giàu chỉ sau một đêm.

Lấy ví dụ ở lĩnh vực của tôi, có rất nhiều người viết hay. Mỗi khi có cảm hứng có thể viết được một bài cực kỳ xuất thần, truyền lửa được cho nhiều bạn đọc. Nhưng kiên nhẫn mới là điều tạo ra sự khác biệt. Kiên nhẫn là cái giúp tôi được nhiều người biết đến, giúp tôi xây dựng một thương hiệu cá nhân như thời điểm bây giờ. Có thể bạn viết rất hay nhưng nếu bạn không kiên nhẫn viết mỗi ngày, chia sẻ với mọi người mỗi ngày thì cũng không ai biết và nhớ đến bạn lâu dài cả.

Tôi nhớ thời điểm tháng 5/2015 khi quyết định lập trang blog anhtuanle.com để chia sẻ các kinh nghiệm tìm việc và các tip làm việc hiệu quả của bản thân, trang blog của tôi lúc đó rất đìu hiu. Khoảng chục bài viết đầu tiên, mỗi bài chỉ được tầm 30 – 50 người vào xem, chủ yếu toàn là bạn bè trên Facebook. Nếu là người nhanh nản, tôi có thể quyết định dừng việc viết blog ngay lúc đó. Viết làm gì cho mệt khi mà dành ra cả mấy tiếng viết xong rồi chỉ có vài người vào xem? Đó là điều tôi rất hay gặp ở các bạn tập tành viết blog nửa chừng rồi quyết định bỏ ngang. Khác biệt ở đây là tôi không nản. Tôi cứ tiếp tục viết, tiếp tục chia sẻ các bài viết của tôi trên mạng xã hội. Đương nhiên không phải cứ cầm cúi viết và chia sẻ mà không có chiến lược cụ thể. Thông qua các bài đã viết, tôi bắt đầu phân tích xem người đọc thích đọc về chủ đề gì, thích góc nhìn như thế nào, từ đó tập trung viết nhiều bài hơn về chủ đề đó. Qua

các lần chia sẻ lại bài viết trên mạng xã hội, tôi cũng rút được kinh nghiệm là nên chia sẻ vào giờ nào thì sẽ có nhiều người xem, với chủ đề bài viết như vậy thì nên đưa lên Group nào trên Facebook sẽ được mọi người quan tâm nhiều hơn. Làm thế nào tôi có thể rút được kinh nghiệm như vậy? Đơn giản là cứ kiên nhẫn thử và thất bại. Tôi kiên nhẫn viết một bài mỗi ngày, dù hay hay không hay, cũng để xem bạn đọc thích đọc cái gì hơn. Tôi kiên nhẫn chia sẻ lên các trang, dù có thể không nhận được phản hồi tích cực, nhưng như vậy giúp tôi biết được cách để cải thiện. Nói chung, sau hơn hai năm làm blog, tôi thấy blog của mình nổi bật lên không phải 100% vì nội dung quá hay hay cao siêu gì, mà phần nhiều là nhờ việc tôi kiên nhẫn viết bài đều đặn.

Nhiều bạn bè hoặc các học viên của tôi cũng muốn làm thương hiệu cá nhân online. Nhưng đa phần đều nóng vội quá, nên cuối cùng chẳng đâu vào đâu. Một bạn giỏi viết văn nghĩ rằng mình cứ viết hay là đủ. Một bạn khác rất giỏi tiếng Anh giao tiếp cũng nghĩ rằng khả năng tiếng Anh tốt là được rồi. Chuyên môn tốt là một chuyện, nhưng nếu có chuyên môn mà thiếu đam mê, thì bạn mãi chỉ là một người giỏi trong mắt bạn bè thôi. Muốn được nhiều người công nhận, hay nói cách khác là muốn xây dựng một thương hiệu cá nhân hướng đến nhiều người, bạn cần có đam mê và sự kiên nhẫn.

Kiên nhẫn không chỉ cần thiết trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân mà còn là một đức tính rất quan trọng, đặc biệt với người trẻ chúng mình. Nói thật bây giờ khi online mà thấy một bạn nào đó 9x quảng cáo rằng mình là “chuyên gia marketing”, “chuyên gia HR”, “chuyên gia bán hàng” là tôi hơi có ác cảm. Tính đến nay tôi đã làm trong lĩnh vực hướng nghiệp được gần hai năm, kiến thức về kỹ năng viết CV tôi tự tin là không thua kém ai ở Việt Nam, nhưng chưa bao giờ tôi dám tự nhận mình là chuyên gia khi đi dạy hay làm quảng cáo cả. Tôi chỉ luôn nói rằng tôi là một người đi trước, may mắn được học hỏi những kiến thức này và bây giờ muốn chia sẻ lại cho các bạn bằng kinh nghiệm cá nhân, khi các bạn đọc và học từ tôi, hãy biết chắt lọc và chọn ra những gì phù hợp nhất cho mình.

Nói đến chuyện học hỏi kiến thức để làm thương hiệu cá nhân, để tôi kể cho các bạn nghe một câu chuyện về bản thân mình. Khoảng tháng 5/2015, khi chuẩn bị kết thúc chương trình thực tập tại phòng Tư vấn hướng nghiệp, Đại học RMIT, tôi quyết định thử xây dựng thương hiệu cá nhân trong việc hướng nghiệp. Việc đầu tiên tôi thấy mình có thể làm đó là tư vấn và hướng dẫn cho các bạn trẻ cách viết CV như thế nào để đi tìm việc cho hiệu quả. Có hai vấn đề nảy ra khi tôi có ý tưởng này:

- 1) Kiến thức và kinh nghiệm của bản thân còn hạn hẹp, tôi sợ khi nói hoặc khi chia sẻ các bạn đọc sẽ không tin tưởng.
- 2) Việc chia sẻ về cách viết CV, hướng nghiệp lúc đó là sở thích tạm thời, tôi chưa biết rõ có phải là đam mê của mình không.

Để giải quyết hai vấn đề trên tôi quyết định đi học. Tôi dành thời gian tìm hiểu tất tần tật về CV tại Việt Nam; lên Google, tìm các từ khóa như “write resumé”, “cách viết CV” và đọc tất cả các bài từ trang 1 đến trang 10 về chủ đề này; lên Udemy, FutureLearn mua các lớp dạy viết CV do các chuyên gia từ các trường đại học nước ngoài để có được kiến thức chính xác nhất; dành thời gian tham gia tất cả các buổi hội thảo có thể, nơi có sự xuất hiện của các anh chị làm tuyển dụng, HR để hỏi về kinh nghiệm đọc CV của họ... Nhờ kiên nhẫn tìm tòi và học hỏi, tôi rất tự tin vào kiến thức hiện tại của bản thân. Tôi có một kiến thức nền tảng rất tốt nhờ học từ các nguồn nước ngoài, bên cạnh đó tôi vẫn có kiến thức thực tế về thị trường lao động tại Việt Nam.

Giờ đã là hơn hai năm kể từ ngày tôi quyết định theo đuổi lĩnh vực hướng nghiệp. Thời điểm đó, cũng có một vài bạn giống tôi theo đuổi mớ này, nhưng rồi cũng bỏ cuộc hết. Vậy sao tôi vẫn còn ở đây? Đơn giản là với công việc này, tôi luôn có 100% đam mê bất tận dành cho nó. Tôi luôn yêu công việc của bản thân. Từ trong sâu thẳm thâm tâm, lúc nào tôi cũng tin tưởng mình sẽ thành công với công việc mà tôi đang làm. Kể cả có thể vì một lý do nào đó công việc của tôi thất bại, tôi cũng không hối tiếc vì mình đã bỏ ra 100% công sức tập trung cho nó.

Bây giờ bạn đã hiểu vì sao khi làm thương hiệu cá nhân, để thành công, đam mê phải là cái đi đầu rồi chứ? Nếu bạn làm thương hiệu cá nhân mà lúc nào cũng chỉ nghĩ đến tiền, chẳng mấy chốc bạn sẽ bỏ cuộc. Ví dụ như giáo dục là một lĩnh vực rất tiềm năng vì có nhiều khách hàng quan tâm. Tuy nhiên, để làm gì đó kiếm được tiền từ các bạn học sinh, sinh viên là rất khó. Vậy nên, nhiều người hăm hở làm start-up, mở doanh nghiệp về giáo dục, nhưng vì mục tiêu là kiếm tiền chứ không phải đam mê, nên sau thời gian vài tháng chật vật, họ đành bỏ cuộc. Nếu bạn không có đam mê trong việc mình làm, chẳng mấy mà bạn sẽ mệt, sẽ chán, sẽ tự nghĩ ra rất nhiều lý do để bỏ cuộc. Khi bắt tay làm thương hiệu cá nhân dựa trên đam mê của bản thân, hãy xem đó như một cuộc chạy marathon đường dài, cần rất nhiều sự kiên trì và sức bền, đừng mong chạy nhanh như cuộc thi 100 mét. Trên đường marathon đó, có lúc bạn sẽ mệt, có lúc bạn sẽ nản, nhưng vì bạn có đam mê, chắc chắn bạn sẽ vẫn tiếp tục chạy đến đích mà thôi.

Sau khi đã có trong tay chủ đề muốn phát triển, việc tiếp theo bạn cần làm là chọn một công cụ, hình thức, nền tảng (platform) phù hợp để truyền tải đam mê của mình tới người quan tâm.

3 Chọn mạng xã hội nào thì phù hợp?

*Hãy để mọi người xung quanh quý mến bạn, họ sẽ lắng nghe bạn.
Để mọi người tin tưởng bạn, họ sẽ giao dịch với bạn.*

– Zig Ziglar

Hy vọng bạn đã đọc và hiểu được phần nào các chương trước. Đến chương này, tôi mong bạn đã chọn được cho bản thân một sở thích, một đam mê hoặc một chủ đề mà bạn muốn xây dựng thương hiệu cá nhân quanh đó. Giống như tôi xây dựng thương hiệu cá nhân của mình với chủ đề xin việc vậy. Cứ nhắc đến tìm việc là nhớ đến ông Tuấn Anh hoặc nhớ đến blog anhtuanle.com.

Vậy chủ đề bạn muốn phát triển thương hiệu cá nhân là gì, ghi ra ô dưới đây nhé!



VÌ SAO NÊN CHỌN MẠNG XÃ HỘI ĐỂ LÀM THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN?

Việt Nam tuy là một nước đang phát triển, nhưng rất may mắn chúng ta vẫn có cơ hội được tiếp cận đầy đủ với nguồn tri thức bao la của nhân loại. Bạn vẫn vào được Facebook, YouTube và nhiều website bạn muốn. Mỗi ngày, có hàng triệu người truy cập Facebook, một phần nhỏ hơn vào các trang như LinkedIn hoặc viết các câu chuyện tình yêu trên Tumblr, tìm ảnh trên Pinterest, theo dõi người nổi tiếng trên Twitter. Chưa kể, Việt Nam còn có cộng đồng Zalo rất đông thành viên nữa. Chính mỗi người chúng ta cũng đang mua hàng trên mạng nhiều hơn. Bạn có thể mua hàng ở một shop trực tuyến trên Facebook, đặt mua một cuốn sách từ Amazon hoặc Tiki hoặc mua các đồ khác từ những trang thương mại điện tử như Adayroi, Lazada. Ngày xưa các doanh nghiệp quảng cáo tập trung chủ yếu vào báo, tạp chí, bảng biển ngoài đường, tivi,... Bây giờ,

ngày càng nhiều quảng cáo trên Facebook, Google, thông qua các viral video (video có tính lan tỏa cao) trên YouTube hay các status của những người nổi tiếng.

Các công ty quảng cáo và các công ty cần chi tiền quảng cáo để sản phẩm của họ bán được nhiều hơn. Vậy tại sao không khiến họ chi khoản tiền đó cho bạn nhỉ? Bằng việc tự mình xây dựng một thương hiệu cá nhân, bạn vừa giúp ích cho bản thân, vừa có thể sẽ giúp ích cho công ty bạn đang làm. Thay vì phải tự phát triển một trang blog và thuê người viết hàng trăm bài, phải tốn vài tháng hoặc lâu hơn để trang đó có nhiều người quan tâm, họ có thể đơn giản bỏ tiền ra và thuê luôn blog của bạn làm đại diện cho nhãn hàng của mình hoặc thuê bạn viết một bài quảng cáo cho họ trên blog của bạn. Hợp lý không?

Sau khi đã có trong tay một chủ đề mà bạn muốn phát triển, việc tiếp theo bạn cần làm là chọn cho bản thân một công cụ, hình thức, platform phù hợp để truyền tải đam mê của bạn tới người quan tâm. Để làm thương hiệu cá nhân online (chủ đề chính của quyển sách này), hiện tại có ba hình thức bạn có thể chọn (hoặc làm cả ba luôn nếu muốn): video, audio hoặc viết.

Hiện nay nếu tìm trên Google từ khóa “hướng dẫn dùng...” (có thể là YouTube hoặc Wordpress hoặc bất kỳ nền tảng nào bạn thích), bạn có thể tìm thấy rất nhiều bài hướng dẫn rất chi tiết và đầy đủ bằng cả tiếng Anh lẫn tiếng Việt. Vậy nên để không tốn thời gian cũng như dung lượng của cuốn sách, trong chương này tôi sẽ không đề cập hay hướng dẫn nhiều đến việc sử dụng các công cụ. Thay vào đó tôi sẽ giới thiệu với các bạn một số công cụ phù hợp nhất để sử dụng ở thời điểm hiện tại tại Việt Nam. Tôi muốn các bạn hiểu rõ về bản chất để có thể chọn ra công cụ phù hợp nhất và đầu tư thời gian, công sức phát triển thương hiệu cá nhân từ đó.

Việc chọn công cụ nào để truyền tải thông điệp, đam mê tới người khác phụ thuộc vào tính cách của mỗi người. Ví dụ với tôi, tôi thích nhất là dùng blog và viết lách. Việc viết lách khiến tôi thấy tự tin hơn việc xuất hiện trực tiếp hoặc trên video. Việc ẩn mình sau con chữ

cũng khiến tôi thấy tự tin diễn giải những thứ tôi muốn truyền đạt hơn là thu hình. Ngoài ra, tôi cũng rất hay đọc nên từ việc đọc truyền tải sang việc viết tôi thấy dễ dàng hơn. Viết là hình thức tôi thấy dễ làm nhất, có thể áp dụng cho bất kỳ đam mê, sở thích hay chủ đề nào. Ví dụ bạn thích làm sale, bạn có thể viết một loạt bài về các kỹ thuật sale hiệu quả, các câu chuyện đi sale của cá nhân. Nếu bạn thích kế toán, bạn có thể viết về cuộc sống của một kế toán như thế nào, những câu chuyện bi hài mà kế toán thường gặp, làm thế nào để trở thành kế toán giỏi, làm thế nào để tìm được việc kế toán hay, trên thị trường việc làm hiện nay có những loại công việc gì liên quan đến kế toán...

Bạn nhớ ở chương trước tôi nói gì chứ? Cứ viết về cái gì bạn thực sự thích, thực sự hiểu về nó, kể một câu chuyện về chủ đề đó, đảm bảo các bài viết của bạn sẽ dần có khán giả đón đọc ngay.

Để lấy một ví dụ hay ho về việc viết, các bạn có thể thử tìm cuốn *Lên xuống dòng đời (Diary Of A Taxi Driver: True Stories From Singapore's Most Educated Cabdriver)*. Cuốn sách kể về câu chuyện của tác giả Cai Mingjie, một tiến sĩ ở Singapore vì cắt giảm biên chế mà mất việc, đành phải đi lái taxi kiếm sống. Thay vì chỉ giống người lái taxi thông thường, tác giả mở một blog cá nhân và chia sẻ về câu chuyện lái taxi mỗi ngày. Hôm nay gặp khách như thế này, gặp trường hợp khó tính ra sao, bị quỵt tiền như thế nào,... Blog được các bạn trẻ Singapore đón nhận rất nhiệt tình và đã đạt được hơn một triệu lượt xem chỉ sau vài tháng.

Tuy nhiên, như tôi đã nhắc đi nhắc lại trong cuốn sách, những gì tôi chia sẻ, viết ra chỉ mang tính chất tham khảo. Với bạn, hãy chọn lựa một công cụ phù hợp nhất, công cụ nào mà bạn cảm thấy thoải mái nhất để thực hiện.

Ví dụ, Giang – co-founder 8morning.com và là bạn thân của tôi – là một đứa “mặt rất dày”. Nó rất lười viết nhưng có thể chém gió cả ngày không chán và không ngại đứng trước camera. Thế nên nếu nó muốn phát triển thương hiệu cá nhân thì vlog có lẽ là hình thức phù hợp hơn (có thể bạn cũng vậy).

Hoặc nếu bạn bè người thân thường khen bạn có một giọng nói rất hay, bạn cũng chỉ thích giọng nói của mình thôi chứ không thích trưng mặt mình ra với thiên hạ thì có thể bạn sẽ thích hình thức phát triển thương hiệu cá nhân bằng podcast hoặc qua các kênh audio. Ví dụ một đồng nghiệp cũ của tôi là bạn Hạnh My, rất thích đi phượt và có giọng đọc rất hay. Thế là bạn tự lập ra một kênh tên là Phượt Radio ([fb.com/phuotradio](https://www.facebook.com/phuotradio)) kể lại những câu chuyện trên cung đường phượt của mình. Phượt Radio giờ đã có hơn 14 nghìn like trên Facebook và Hạnh My nhờ phát triển thương hiệu rất chăm chỉ và bài bản mà ngoài kênh radio đó cũng đã viết thêm được hai cuốn sách về chủ đề du lịch. Quá giỏi. Tuy đi làm ngày nào cũng gặp nhau nghe giọng nhau suốt mà lúc nghe radio phượt của My tôi vẫn phải bất ngờ vì giọng khác và hay thế. Mê mẩn luôn.

Vậy đó, nếu bạn cũng chỉ thích nói thôi chứ không thích viết hay lên hình, bạn có làm một cái radio về chủ đề bạn thích, ví dụ như chụp ảnh, cà phê hay trượt patin, đọc truyện tranh Nhật Bản... Còn nếu bạn giống tôi, lên hình mặt cứng đờ, giọng cũng chẳng hay ho gì cho lắm nhưng lại viết tạm ổn, thì blog là hình thức tuyệt vời nhất rồi. Hiện giờ có rất nhiều người kiếm tiền từ việc viết blog mỗi ngày, bạn cũng có thể gia nhập đội ngũ này.

Viết blog có một số lợi thế rất hay. Ví dụ đầu tiên là bạn có thể tăng khả năng nhận diện và được tìm thấy trên Google nhanh hơn. Ví dụ bây giờ bạn thử gõ Anh Tuan Le thì sẽ thấy tôi xuất hiện ở ngay top đầu trên Google. Các bạn cũng cần phân biệt một blog và một website nhé. Website thì phức tạp hơn blog vì liên quan đến máy chủ (hosting) rồi tên miền (domain), đôi khi phải biết chút lập trình (coding). Còn blog thì dễ lắm, ai cũng có thể làm được. Chỉ cần lên các trang có nền tảng sẵn như Wordpress, Wix, Weebly và làm theo hướng dẫn, năm phút sau là bạn sẽ có ngay cho bản thân một trang blog đẹp và dễ nhìn. Ví dụ như trang của bạn Thảo Tiên này làm trong vòng năm phút: thaotienphan.wordpress.com.

Còn ví dụ bây giờ bạn đang bán hàng online hoặc đã có một website bán hàng hoặc website sản phẩm riêng, bạn có thể làm thêm một mục blog trên website đó. Nếu để ý website của các công

ty lớn, đặc biệt là các công ty về tuyển dụng, kiểu gì cũng có mục blog trong đó. Có thêm mục blog trong website của bạn sẽ có rất nhiều lợi ích. Nếu như mặt tiền website là để trưng sản phẩm, nói về tính năng, giá cả của sản phẩm, thì blog sẽ dành để nói về các câu chuyện đằng sau, về thị trường, về cách làm ra sản phẩm đó, về đam mê của bạn với sản phẩm đó.

Lấy ví dụ về mỹ phẩm cho các bạn nữ dễ hiểu (bạn nam cũng cố gắng hiểu nhé). Các website bán mỹ phẩm hiện nay, đa số chỉ thấy hình ảnh son, kẻ mắt, phấn trang điểm đi kèm với tính năng, giá cả, chưa thấy có phần blog nhiều lắm. Bây giờ, nếu bạn vừa muốn bán hàng, vừa muốn phát triển thương hiệu cá nhân là một người rất đam mê mỹ phẩm, bạn có thể làm thêm một mục blog trên website bán hàng của mình. Mỗi ngày bạn có thể viết một bài hoặc quay một video up lên website review một loại mỹ phẩm hoặc nói bất kỳ cái gì về mỹ phẩm cũng được. Bên cạnh việc nói về cái hay cái tốt, giá thành sản phẩm, bạn có thể kể thêm những câu chuyện bên lề để thu hút người đọc, người xem hơn, từ đó khiến họ quan tâm hơn đến sản phẩm, giúp bạn bán được nhiều hàng hơn.

Theo kinh nghiệm làm quảng cáo trên Facebook, tôi thấy là nếu cứ share cái gì đó liên quan đến câu chuyện thì rất có nhiều người quan tâm, like và share lại; còn cứ nói trực tiếp về sản phẩm là ít người quan tâm hơn hẳn. Thế nên, nếu mỗi ngày bạn viết một bài review mỹ phẩm hoặc kể về những điều hay ho của mỹ phẩm miễn phí, up lên trên website, sau đó share lại link website lên Facebook, đảm bảo dần sẽ có người xem vì vừa miễn phí lại nhiều thông tin hay. Khi website bắt đầu có người đọc, bạn đã thành công phần nào. Tiếp đó, bạn kết hợp các kỹ năng sale và trình bày website để người đọc sau khi đọc xong sẽ ở lại website lâu hơn, lướt vòng vòng website của bạn và biết đâu họ sẽ thích và chọn mua một món hàng nào đó.

VÌ SAO LẠI CHỌN SOCIAL MEDIA?

Một trong những công việc tôi đã làm để kiếm ra tiền là tổ chức các lớp dạy học như lớp tiếng Anh hoặc lớp hướng dẫn các kỹ năng tìm việc. Tháng 7/2016, tôi bỏ ra 10 triệu để thực hiện một vài chiến

dịch marketing quảng cáo cho lớp học tháng 8 của mình. 10 triệu đó được tôi chia đều cho ba hình thức marketing: tham gia các buổi chia sẻ ở trường đại học, in ấn poster, banner và tài trợ cho các chương trình ngày hội nghề nghiệp. Trong một tháng, chúng tôi tham gia bốn buổi chia sẻ ở các trường đại học, khoảng 100 bạn tham dự, đổi được lại hai bạn đăng ký đi học. Poster và banner thì mang về được một bạn đăng ký. Tài trợ cho các ngày hội nghề nghiệp thì được bốn bạn đăng ký. Ngoài 10 triệu đổ vào ba kênh trên, tôi quyết định làm thêm một kênh miễn phí. Tôi chia sẻ một tài liệu tiếng Anh và hướng dẫn viết CV miễn phí trên Facebook, qua fanpage cá nhân của 8morning.com và Career Blog. Kết quả sau 48 tiếng, bài chia sẻ tài liệu đấy có hơn 2000 lượt share, tiếp cận được gần 200 nghìn đối tượng trên Facebook và mang lại được 10 bạn đăng ký lớp học. Quá đã. Kể ra chuyện này tôi muốn nói là, với những công ty vừa và nhỏ và với những người làm thương hiệu cá nhân mà ít vốn như chúng ta, việc chọn hình thức truyền tải thông tin phù hợp rất quan trọng. Những phương tiện quảng cáo truyền thông hiện nay như báo giấy, tạp chí, quảng cáo ti vi, billboard ngoài đường không phải đã lỗi thời, chỉ là để quảng cáo hiệu quả trên các kênh đó thì phải có vốn lớn. Thế nên bạn mới thấy quảng cáo trên ti vi chỉ toàn xuất hiện các công ty lớn. Các công ty nhỏ thường sẽ chọn tận dụng sức mạnh của mạng xã hội, hay cụ thể hơn là Facebook với chi phí rẻ hơn nhiều.

Mạng xã hội trên thế giới tính đến thời điểm này đã có khoảng 60 – 70 kênh. Tuy nhiên ở Việt Nam, chỉ có một số trang được nhiều người dùng và phù hợp để phát triển thương hiệu cá nhân. Trong các phần tiếp theo tôi sẽ nói kỹ hơn về các trang thông dụng ở Việt Nam và cách thức tiếp cận phù hợp trên các trang đó để giúp bạn xây dựng thương hiệu cá nhân tốt.

WORDPRESS VÀ BLOGGER

Tất cả các trang khác của bạn nên dẫn về một trang duy nhất, và cá nhân tôi khuyên trang duy nhất đó nên là Wordpress hoặc Blogger. Wordpress và Blogger hiện đang là hai nền tảng blog đang được dùng nhiều nhất ở Việt Nam. Ngoài ra còn có Tumblr cũng tốt và được nhiều người dùng, tuy nhiên Tumblr tôi thấy hay dùng để up chuyện yêu đương “đíp đíp” và 18+ nhiều hơn, còn viết blog thì thấy thông dụng nhất vẫn là Wordpress và Blogger.

Wordpress dù khó dùng hơn một số trang như Weebly hay Wix, tuy nhiên cũng không phải quá khó để học. Nếu không quá cầu kỳ, bạn chỉ cần chọn một template đơn giản trên Wordpress, khoảng 10 phút sau sẽ có ngay một trang blog tạm ổn. Còn nếu bạn thích mày mò vọc vạch thì hoàn toàn có thể từ Wordpress làm ra một website rất xịn (biết đâu mang đi bán được). Một trong những tính năng tuyệt vời nhất của Wordpress là hệ thống tìm kiếm rất mạnh, người xem có thể tìm lại được những bài viết cũ bạn đã từng viết trên thanh “search”. Đây cũng là cái lợi của việc vì sao bạn nên viết trên Wordpress thay vì Facebook. Ngoài ra các trang như Wix hay Weebly chỉ có các theme (giao diện) có sẵn, còn với Wordpress nếu bạn chịu khó mày mò có thể tự làm theme theo phong cách cá nhân.

Bên cạnh đó, Blogspot (hay còn gọi là Blogger) cũng sẽ giúp bạn tạo ra một blog hay website hoàn chỉnh chỉ trong thời gian ngắn. Bạn không cần phải biết hay am hiểu về lập trình web, code cũng có thể làm được, với giao diện vô cùng thân thiện. Blogger là một nền tảng miễn phí của Google, không giới hạn băng thông cũng như dung lượng. Tức là với Blogger, bạn có thể up ảnh và video nặng nhiều hơn so với Wordpress (Wordpress muốn up được thì phải mua thêm gói Premium). Bạn không phải mua máy chủ (host) cũng như tên miền (domain). Tất cả, như đã nói ở trên, là “hoàn toàn miễn phí”. Tên miền mặc định sau khi tạo ra của bạn sẽ là: “tên miền của bạn”.blogspot.com (Ví dụ blog của tôi: anhtuanlejob.blogspot.com). Cộng đồng Blogger/Blogspot vô cùng lớn mạnh và đông đảo. Blog của bạn sẽ sớm có được lượng truy cập, và ghé thăm của nhiều

bạn đọc. Cha đẻ của Blogspot là Google. Đây chính là một lợi thế cực kỳ lớn cho các bạn sau này, đặc biệt là về SEO (tức là để giúp bạn lên top đầu tiên của Google).

Nói chung khi bạn chọn blog nào để dùng, hãy chú ý đến giao diện của nó. Quan trọng nhất là trang blog của mình sau khi tạo ra phải có nút “following” hoặc “để lại email” vì đó là yếu tố then chốt để bạn có thể câu khách, níu kéo người đọc quay lại những lần sau.

CALL-TO-ACTION BUTTONS

Như tôi đã nói ở trên, khi làm blog, những nút “call-to-action” rất quan trọng. “Call-to-action” có rất nhiều tên gọi khác như “Subscribe to Email”, “Follow Me” hoặc “Become a Fan” – mục đích cuối cùng là để người đọc đăng ký để lại email. Thường đây sẽ là một nút rất nhỏ trên website. Mục tiêu là làm sao cho người đọc vào blog, sau khi đọc xong những thứ miễn phí, họ sẽ đăng ký mua hàng, tham gia khóa học... Nếu ngày nào chúng ta cũng quảng cáo “mua cái này đi”, “đăng ký tham gia cái kia đi” ở trên Facebook thì dần dần người đọc sẽ thấy khó chịu và không thích nữa. Nhưng nếu bạn chăm chỉ chia sẻ các bài miễn phí với mục đích kéo người đọc vào blog và để họ tự nguyện ấn và nút “call-to-action” thì sẽ hiệu quả hơn nhiều.

FACEBOOK

Facebook là kênh mạng xã hội tôi đang tận dụng nhiều nhất để làm thương hiệu cá nhân. Facebook ở Việt Nam bây giờ đang rất phát triển. Theo số liệu Facebook công bố vào năm 2016, ở Việt Nam hiện đang có gần 35 triệu người dùng Facebook (chiếm $\frac{1}{3}$ dân số). Việt Nam là quốc gia có lượng người dùng Facebook lớn thứ ba tại khu vực Đông Nam Á, sau Indonesia (82 triệu người) và Thái Lan (37 triệu người). Facebook bây giờ phổ biến từ các em học sinh lớp tám, lớp chín cho đến các bạn học sinh cấp ba, rồi các anh chị học đại học, đã ra trường. Như bố mẹ tôi ngày xưa có biết cái “Phây Búc” là cái gì đâu, thế mà bây giờ ngày nào cũng thấy online, đi ăn đi chơi đâu là cũng phải chụp ảnh “báo cáo” lên Facebook cho thiên hạ biết.

Các tính năng trên Facebook rất đa dạng. Bạn có thể viết status dài không giới hạn chữ, nếu muốn trình bày đẹp hơn thì dùng “note”. Bạn nào không thích viết mà thích nói hơn thì có thể tận dụng tính năng Livestream hoặc Upload video trực tiếp. Ngoài ra, Facebook còn hỗ trợ lập event, lập survey khảo sát người dùng, v.v.. Vì có nhiều tính năng như vậy, nên mảng quảng cáo Facebook bây giờ ở Việt Nam cũng đang là một mảng rất hot.

Để làm thương hiệu cá nhân trên Facebook có 2 cách, đây là 1) dùng trang cá nhân của bản thân hoặc 2) tạo ra một fanpage mang tên bạn. Lời khuyên của tôi (cũng như nhiều chuyên gia về Facebook mà tôi đã tham khảo), nếu muốn làm thương hiệu cá nhân một cách hoàn chỉnh và muốn kinh doanh trên Facebook, bạn nên tạo ra một page cho bản thân chứ không nên chỉ dùng trang cá nhân.

Vì sao lại như vậy? Vì nếu dùng trang cá nhân, bạn chỉ có thể thêm tối đa được 5000 bạn, không lẽ bây giờ cứ mỗi lần có ai muốn kết bạn, bạn lại phải hủy kết bạn với ai đó? Trong khi đó, với page, mọi người chỉ cần like page của bạn là được, và số like thì không có giới hạn. Bạn có thể thấy những người nổi tiếng ở Việt Nam đều có số lượng like rất khủng. Chi Pu có hơn 8 triệu like, Sơn Tùng MTP có hơn 9 triệu like, Gào có gần 3 triệu like, v.v..

Điểm thứ hai là khi bạn đưa một tin tức hoặc một quan điểm gì đó trên page, người đọc sẽ có cảm giác “chuyên nghiệp” hơn là trang cá nhân.

Điểm cộng thứ ba của việc dùng page thay cho trang cá nhân đó là bạn có thể xem được thông tin chi tiết (insight) những người thích hay tương tác với bạn. Ví dụ bạn có thể xem được tuần này page mình tăng bao nhiêu like, trong số like hiện tại có bao nhiêu bạn là nữ, bao nhiêu bạn là nam, bao nhiêu người trẻ, bao nhiêu người lớn tuổi, v.v.. Nhờ việc đọc insight trên page, bạn có thể có chiến lược quảng cáo và marketing hiệu quả hơn, từ đó giúp làm thương hiệu cá nhân tốt hơn. Riêng điểm này thì trang cá nhân không làm được.

Cuối cùng, với page, bạn có thể lên lịch post bài. Trong giới marketing Facebook, có quy luật giờ vàng ở Việt Nam là 12 giờ trưa và 8 giờ tối. Tức là bạn nên viết status hoặc chia sẻ gì đó vào khung giờ này thì sẽ có cơ hội được tương tác và like nhiều hơn. Vấn đề là nếu vào giờ đó chúng ta đang bận gì đó thì sao? Facebook page hay hơn trang cá nhân ở chỗ đó. Khi đăng một bài lên, bạn có thể đặt lịch cho bài đăng đó xuất hiện vào bất kỳ lúc nào bạn muốn. Với trang cá nhân, bạn không làm được như vậy, hoặc nếu muốn làm, bạn phải nhờ sự trợ giúp của một số website thứ ba như Hootsuite chẳng hạn.

TẶNG TƯƠNG TÁC TRÊN FACEBOOK

Một ví dụ đơn giản về cách tặng tương tác trên Facebook.

Đầu tiên tôi tổ chức một chương trình tặng quà. Để nhận được quà, bạn đọc phải share lại bài post của tôi. Nhờ việc được share nhiều như vậy, sẽ có nhiều người vào trang Facebook của tôi để xem hơn. Nếu thấy các bài viết của tôi hay và hợp với chủ đề họ quan tâm, họ sẽ ấn vào website. Sau đó, trên website, bạn đọc có thể tiếp tục đọc bài viết, đăng ký chương trình tư vấn cá nhân với tôi hoặc đăng ký tham gia khóa học của tôi.

Bên cạnh đó, giả sử có một công ty tuyển dụng vào Facebook của tôi và thấy có nhiều bạn trẻ follow, họ có thể sẽ liên hệ nhờ tôi quảng cáo cho chương trình tuyển dụng của họ. Và đó cũng là cách để tôi có thêm thu nhập.

Nhìn chung, nếu muốn làm thương hiệu cá nhân, bạn nên có một Facebook page, kết hợp với trang cá nhân để truy cập các group, kết bạn với những người khác, đẩy mạnh các tương tác mang tính cá nhân hóa cần thiết. Như vậy, việc xây dựng thương hiệu cá nhân của bạn mới được tiến hành tốt nhất.

Dưới đây là một số chiến lược tôi hay áp dụng cho trang Career Blog – Anh Tuan Le của tôi để tăng độ nhận diện:

- Có chiến lược cụ thể: Trước khi tạo ra một trang Facebook page, tôi phải có một mục tiêu cụ thể và rõ ràng. Ví dụ mục tiêu của tôi là xây dựng độ nhận diện trên page này, vậy thì cụ thể trong một năm tôi muốn đạt được bao nhiêu like. Hay mục tiêu của tôi là để bán hàng trên page, thì phải phấn đấu xem một tháng bán được bao nhiêu, một năm đạt chỉ tiêu bao nhiêu để còn có cái mà đối chiếu.
- Cung cấp đầy đủ thông tin: Ở phần About của page lúc nào tôi cũng có đi kèm hình ảnh, thông tin và link website đầy đủ. Dù sao mục đích của Facebook cũng là để dẫn dắt người đọc vào website của mình.
- Duy trì tương tác: Tôi luôn cố gắng trả lời lại tất cả các comment trên page. Việc dành thời gian trả lời từng comment sẽ giúp page của bạn đáng tin tưởng hơn việc dùng phần mềm trả lời tự động.
- Có lịch trình post bài đều đặn: Sau khi đọc insight của fan trên Facebook, tôi lên một lịch trình post bài đều đặn. Thứ hai chủ đề gì, post vào khung giờ nào, thứ ba chủ đề gì, post vào mấy giờ. Sau đó chuẩn bị nội dung và nhập hết lên Hootsuite để hẹn giờ tự động cho các bài viết.

TWITTER

Twitter ở nước ngoài là một trong những trang mạng xã hội hot và có nhiều người dùng, nhưng ở Việt Nam thì có vẻ không được hưởng ứng lắm. Cá nhân tôi thấy đa phần tài khoản Twitter ở Việt Nam được tạo là do cần phải tạo để có thể đăng nhập được một phần mềm hay trò chơi nào đó. Có một bộ phận người dùng Twitter để follow người nổi tiếng, các cầu thủ bóng đá vì những người này dùng Twitter nhiều hơn Facebook. Tôi cũng có dùng Twitter nhưng không nhiều và tôi thấy có một số thứ hay ho như thế này:

- Tính năng Re-tweet: Tính năng này tương tự tính năng chia sẻ (share) trên Facebook, tức là nếu người đọc thấy bài đăng của bạn hay thì có thể Re-tweet lại về trang của họ để nhiều người khác cùng đọc.

- Tính năng tìm theo hashtag: Cá nhân tôi thấy tính năng tìm kiếm của Twitter mạnh và ổn định hơn Facebook. Ví dụ tôi làm về mảng hướng nghiệp nên rất hay nghiên cứu về các từ khóa như “CV”, “Resumé”, “Job Interview”. Vậy tôi có thể lên Twitter và gõ các từ khóa này vào ô tìm kiếm, tôi sẽ thấy các chuyên

gia nước ngoài nói về chủ đề này để học và đọc thêm, lấy thêm kiến thức để chia sẻ lại với các bạn.

- Khả năng tương tác với người nước ngoài nổi tiếng: Người nổi tiếng ở nước ngoài thường dùng Twitter nhiều hơn Facebook. Nếu theo dõi, bạn sẽ thấy các status cá nhân của người nổi tiếng ở nước ngoài được chia sẻ chủ yếu trên Twitter. Trên Facebook hiếm hoi lắm mới có một status do họ tự viết, chủ yếu là quảng cáo, vì đằng sau tài khoản Facebook của họ, có cả một đội ngũ marketing hỗ trợ.

Mặc dù Twitter không có phổ biến như Facebook, nhưng theo số liệu của trang Statista, lượng người dùng dự kiến của Twitter tại Việt Nam trong năm 2017 có thể đạt con số 6,1 triệu người. Tức là cũng có một lượng kha khá đấy chứ.

Bây giờ ví dụ bạn chỉ cần dùng Twitter để tiếp cận 1% số người dùng Việt Nam trên đó thôi, bạn cũng đã có cơ hội tiếp cận 61 nghìn người rồi. Vậy tội gì mà không tận dụng, nhỉ? Phương châm của tôi là nếu đã làm thương hiệu cá nhân, hãy tận dụng mọi nguồn lực có thể. Để biết thêm số liệu về Twitter và xem ai đang là nhân vật nổi bật, có nhiều follower trên Twitter bạn có thể tham khảo tại trang Socialbakers

(<https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/vietnam/>).

Theo như số liệu trên đó, hiện tại, Twitter của JVeevermind đang có số lượng follower nhiều nhất.

Twitter có nền tảng hơi khác so với Facebook. Vậy nên để xây dựng thương hiệu cá nhân trên đó, cách tôi thực hiện cũng sẽ hơi khác. Đây là một số phương pháp tôi tham khảo được và đang áp dụng, thấy phù hợp để thực hiện ở Việt Nam, các bạn có thể thử nếu muốn làm thương hiệu cá nhân trên Twitter.

- Follow những người giỏi.

Khi đang viết đến đoạn này, tôi có lên Twitter của Viet Tran (JVeevermind). Bạn này hiện đang có 1,11 triệu người follow, trong khi bạn ấy chỉ follow lại 6 người. Những người JV follow cũng là những người giỏi trong lĩnh vực Vlog và thương hiệu cá nhân như Thanh Pham (HuyMe) hay Huy Nguyen (huysworldview.blogspot.com).

Việc follow những người giỏi vừa là cách để bạn có cơ hội kết nối, trò chuyện với họ, vừa là cách giúp bạn quan sát xem họ đang sử dụng những chiến thuật gì, một ngày viết bao nhiêu status, post vào khung giờ nào, từ đó điều chỉnh và chọn ra cách thức phù hợp cho bản thân mình.

Ví dụ như tôi làm thương hiệu trong lĩnh vực Career, trong đó có các lĩnh vực nhỏ hơn như Writing Resumé hay Job Interview. Vậy nếu các bạn vào Twitter của tôi (@anhtuanle234) thì sẽ thấy những người tôi follow là: Karen Siwak, Rosa E. Vargas, Susan P. Joyce hay Jenny Foss – đều là những người cũng đang làm thương hiệu cá nhân ở cùng lĩnh vực này tại nước ngoài.

- Follow các trang liên quan tới lĩnh vực bạn muốn phát triển thương hiệu cá nhân.

Ngoài các cá nhân, tôi cũng follow các trang có liên quan tới lĩnh vực Career như Resumé Genius, Work It Daily, Work Coach Cafe để cập nhật thêm các kiến thức chuyên ngành.

Ở nước ngoài, mọi người thường tiếp cận với người nổi tiếng bằng cách follow tài khoản Twitter của họ, sau đó tương tác và trò chuyện với họ. Tuy nhiên, ở Việt Nam, do chưa nhiều người dùng Twitter nên tôi chọn cách dùng Twitter như một nguồn để đọc thông tin. Đặc biệt với những ngành nghề ở Việt Nam chưa phát triển, nhưng nước ngoài đã phát triển rồi, việc chọn follow những người giỏi ở nước ngoài là một cách rất tuyệt vời để bạn bổ sung thêm kiến thức cho bản thân.

INSTAGRAM

Hiện tại, tôi đang sử dụng Facebook để làm việc là chính. Instagram tôi chỉ dùng để up ảnh cá nhân – ảnh đi chơi, ảnh chó mèo, ảnh người yêu... Tuy nhiên, tôi thấy Instagram cũng khá phát triển và là một kênh tốt cho các bạn làm trong lĩnh vực nghệ thuật hoặc buôn bán online phát triển nên tôi vẫn sẽ nói một chút về Instagram trong cuốn sách này.

Theo số liệu thống kê tôi tìm được trên Vinalink, lượng người dùng trên Instagram hiện nay chiếm khoảng 9% tổng lượng người dùng Internet, tức là ngang bằng với Twitter. Cá nhân tôi thấy mình và bạn bè xung quanh đang dùng Instagram với 3 mục đích chính, đó là 1) Post những thứ riêng tư sống ảo mà ngại post lên Facebook; 2) Follow những người nổi tiếng để ngắm ảnh; 3) Mua hàng từ các shop online (chủ yếu là thời trang).

Nội dung đặc thù của Instagram là ảnh nên muốn làm thương hiệu trên này thì ảnh của bạn phải đẹp (hoặc gây ấn tượng). Đẹp là một phần, bên cạnh đó, ảnh bạn post lên hàng ngày cũng cần đồng bộ. Như vậy, khi người khác vào xem sẽ thấy sự xuất hiện liên tục của một loại ảnh nào đó, họ sẽ dễ nhớ hơn. Để lấy ví dụ, các bạn có thể tham khảo một số tài khoản Instagram bên dưới:

- Kha Minh (thekmarket): Ảnh đồ ăn được chụp rất xuất sắc. Instagram bạn này đã có hơn 13 nghìn follower.
- Dy Duyên (dyduyen): Nội dung trên Instagram là ảnh của bạn, nhưng thay vì ảnh selfie đơn thuần, bạn chụp ảnh siêu đẹp với các góc máy rất lạ và màu cực đã. Instagram của bạn giờ có 33 nghìn follower.
- Helena Hoang (helena.hg): Instagram bạn này chuyên đăng hình về khung cảnh du lịch, toàn ảnh rất đẹp. Hiện tại bạn cũng có gần 36 nghìn follower.
- Bạn Khánh (bankhanh): Ảnh đẹp và cũ kĩ về Hà Nội.

Như các bạn đã thấy, cùng là dùng Instagram, cùng là sở thích chụp ảnh và có khả năng chụp ảnh đẹp nhưng mỗi người lại có một cách

làm thương hiệu cá nhân khác nhau. Có bạn thì chụp ảnh về đồ ăn, có bạn chụp ảnh mẫu, có bạn chụp ảnh du lịch... Khi bắt đầu làm thương hiệu cá nhân, nên cố gắng chọn cho bản thân một chủ đề nhỏ nhất có thể và bắt đầu vào đó. Ví dụ cùng là chủ đề đồ ăn, bạn có thể chọn ra nhiều chủ đề ngách như đồ ăn đường phố, đồ ăn nhà hàng, đồ ăn buffet... Hoặc thậm chí cụ thể hơn bạn có thể tập trung vào đồ ăn đường phố tại Sài Gòn hay đồ ăn đường phố tại quận 1 chẳng hạn. Khi tập trung vào một chủ đề nhỏ với nội dung phong phú, bạn sẽ dễ dàng tạo ấn tượng với người khác hơn. Khi mọi người đã biết phần nào về thương hiệu cá nhân của bạn trong lĩnh vực nhỏ đó, bạn có thể bắt đầu mở rộng ra với lĩnh vực lớn hơn.

YOUTUBE

Cách đây khoảng một – hai năm, phong trào làm vlog ở Việt Nam rất mạnh. Bắt nguồn từ vlogger có nick name là duhocsinhmy, sau đó là JVeveermind và tiếp theo là hàng loạt các vlogger khác như HuyMe, Toan Shinoda, An Nguy...

Khi tôi đang viết những dòng này (tháng 3/2017), phong trào vlog cũng bắt đầu giảm sút. Nguyên nhân là bởi những vlogger gạo cội ở trên, người thì đã nghỉ để tập trung công việc, người thì bắt đầu lấn sân sang các lĩnh vực khác như diễn viên, người mẫu nên có ít thời gian làm vlog hơn. Tuy nhiên như thế không có nghĩa là YouTube đã hết hot. Ngược lại, YouTube vẫn là một kênh bạn hoàn toàn có thể chọn để làm thương hiệu cá nhân.

Tương tự như các kênh khác, để làm thương hiệu cá nhân trên YouTube bạn cũng cần có một chủ đề riêng để tập trung vào đó. Nếu như những ai làm blog giống tôi có nhiều khả năng viết lách và có thể dành thời gian viết mỗi ngày, hay những ai làm thương hiệu trên Instagram thích chụp ảnh và chỉnh sửa ảnh, thì YouTube sẽ dành cho những ai tự tin ngồi nói không chán trước camera và có đam mê trong việc dựng phim cũng như có nhiều ý tưởng sáng tạo. Vì sao phải cần có cả ý tưởng sáng tạo? Vì nếu làm YouTube mà chỉ đơn giản ngồi trước màn hình nói rồi upload lên thì ai cũng có

thể làm được. Như vậy người xem sẽ cảm thấy rất nhàm chán và không muốn theo dõi kênh của bạn nữa (trừ khi bạn nói cực hay).

Các vlog muốn hút được người xem, bạn có thể áp dụng một số phương pháp sau:

- chọn ra các chủ đề gây tranh cãi hoặc đang hot trên mạng và bàn luận về nó;
- đóng nhiều vai trong vlog; thêm các
- hiệu ứng âm thanh gây cười;
- v.v..

Để hiểu hơn về thương hiệu cá nhân trên YouTube, các bạn có thể theo dõi một số kênh dưới đây. Đây là những kênh mà tôi thấy bổ ích và có thể cập nhật kiến thức mỗi ngày.

- Phượt Radio – Một kênh trò chuyện rất hay về chủ đề đi Phượt.
- Vinh Vật Vờ – Bạn Vinh chia sẻ rất nhiều thông tin hữu ích về công nghệ.
- Itzmes.byQuan – Phỏng vấn những chủ đề vui vui trong cuộc sống hằng ngày.
- FitnGrit Fitness – Chia sẻ các bài tập tốt cho sức khỏe tại nhà.
- Truong Hoang Long – Các phương pháp tập gym và ăn uống tốt cho sức khỏe.

Các kênh tôi chia sẻ trên đây có thể không có nhiều người theo dõi lắm, nhưng tôi thấy là họ cũng đã có được một thương hiệu cá nhân nho nhỏ trên mạng xã hội, tức là cũng có một lượng người theo dõi nhất định. Ngoài những cá nhân này, đương nhiên bạn cũng có thể biết đến những cái tên rất nổi tiếng khác như Dưa Leo, Trắng TV, JVeveerind, BB&BG hay Ghiền Mỳ Gõ đều là các kênh rất nổi tiếng.

Tuy YouTube hiện nay đã có rất nhiều người làm, nhưng như thế không có nghĩa bạn không thể làm thương hiệu cá nhân của bản thân trên kênh này được. Lời khuyên của tôi là hãy tham khảo các kênh YouTube hot của nước ngoài và xem mình có thể bắt chước gì được không.

Ví dụ đây là các kênh hay tôi theo dõi ở nước ngoài mà Việt Nam chưa có nhiều người làm, các bạn có thể tham khảo làm theo:

- The Financial Diet – Chuyên chia sẻ về các bí quyết tiết kiệm tiền.
- DaveHax – Tổng hợp các mẹo vặt trong cuộc sống
- Jen Campbell – Review rất nhiều cuốn sách hay.
- FightMediocrity – Review và tóm tắt nội dung các sách cho các bạn.

Để bắt đầu làm một thương hiệu cá nhân không đồng nghĩa với việc phải sáng tạo ra một cái gì đó mới. Bạn hoàn toàn có thể xem ở nước ngoài đang làm gì, cái gì có thể mang về áp dụng tại Việt Nam, sau đó vận dụng khả năng sáng tạo để làm theo. Sau một quá trình làm, bạn sẽ biết chủ đề đó có hợp với mình không hay người đọc muốn bạn nói thêm, chia sẻ thêm về chủ đề gì, từ đó có thể mở rộng các chủ đề để xây dựng thương hiệu cá nhân cho bản thân.

ĐỂ THÔNGIỆP TRUYỀN ĐI XA HƠN

Bây giờ là thời đại số, muốn làm gì cũng cần phải tận dụng sức mạnh công nghệ. Khi xây dựng thương hiệu cá nhân, bạn cũng cần một vài công cụ có thể giúp bạn truyền thông điệp cũng như chia sẻ thương hiệu cá nhân đi xa hơn.

Vì sao phải cần những công cụ như thế? Vì nếu không, sẽ rất tốn công sức và thời gian. Lấy ví dụ như thế này: Tôi viết một bài blog trên trang cá nhân anhtuanle.com. Sau đó muốn người đọc xem nhiều, tôi phải chia sẻ lên Facebook cá nhân, một số page tôi quản lý và một số group liên quan. Tùy theo tính chất của mỗi trang mà tôi phải chia sẻ vào những khung giờ nhất định. Ví dụ có group nên chia sẻ lúc 9 giờ sáng, có group nên chọn khung 9 giờ tối. Nếu cứ canh đến giờ đó để online rồi chia sẻ, tôi sẽ không còn thời gian làm các công việc khác. Rất may là có những website giúp ta làm được việc đó.

Website tôi chọn dùng có tên là Hootsuite.com. Trang này giúp chúng ta liên kết được nhiều mạng xã hội khác như Facebook, LinkedIn, Twitter, v.v.. Như vậy mỗi khi cần chia sẻ gì đó, tôi chỉ cần cho nội dung lên trang này, hẹn một giờ lên sóng và đúng giờ đó nội dung của tôi sẽ xuất hiện ở tất cả các trang.

Ngoài Hootsuite còn có một công cụ cũng khá tốt mà tôi thấy nhiều anh chị trong lĩnh vực digital marketing sử dụng đó là Buffer. Tương tự Hootsuite, Buffer cũng có liên kết với nhiều trang mạng xã hội, giúp bạn hẹn giờ và chia sẻ lại trên nhiều trang cùng một lúc mà không tốn thời gian.

SỐ LIỆU THỐNG KÊ

Có nhiều bạn khi được hướng dẫn làm thương hiệu cá nhân thường để ý quá đà đến số liệu. Canh cả ngày xem post Facebook được bao nhiêu like, có bao nhiêu người xem bài viết trên website, bao nhiêu người xem video trên YouTube... Việc xem số liệu thống kê cũng tốt, là phép đo giúp bạn biết được xem thương hiệu của bản thân mình đã đạt đến tầm nào. Tuy nhiên nếu bạn mới bắt đầu thì đừng quá quan trọng về số liệu. Nội dung cứ tốt, tự nhiên sẽ có người quan tâm. Tôi luôn nói với các bạn muốn tập viết blog là, nếu bạn viết một bài mà chỉ có 10 người xem, không sao cả, biết đâu trong 10 người đó lại có một giám đốc công ty nào đó thấy bạn viết hay và mời bạn về công ty họ làm việc.

Việc quá chú ý vào số liệu thống kê cũng dễ khiến những ai mới bắt đầu làm thương hiệu cá nhân nhanh nản. Bạn mất 2 – 3 tiếng để viết xong một bài viết hoặc quay xong một video nhưng cuối cùng chỉ có 20 – 30 view, bạn sẽ cảm thấy nản và không muốn làm nữa. Như vậy, thật là đáng tiếc. Như tôi đã nói ở trên, bạn cứ làm nội dung thật tốt, chọn một nhóm đối tượng phù hợp để truyền tải thông tin, chắc chắn sẽ có người tìm đến những gì bạn viết, bạn nói.

Nếu bạn dùng video làm công cụ thương hiệu cá nhân thì tác giả Gary Vaynerchuk trong cuốn *Crush It* có gợi ý dùng một ứng dụng

tên là TubeMogul. Website này sẽ giúp bạn upload video một lần, sau đó tự động chia sẻ lên các trang video khác. Ngoài ra nó còn có khả năng theo dõi (tracking) và phân tích (analytic), thu thập thông tin dữ liệu cho bạn biết ai đang xem video, xem vào khi nào, biết đến video của bạn từ nguồn nào và đã xem video của bạn bao nhiêu lần.

Ngoài những công cụ trên, có rất nhiều công cụ khác có thể hỗ trợ bạn trong việc làm thương hiệu cá nhân online, tôi liệt kê ở đây một số công cụ nổi bật mà tôi đang sử dụng:

- Google Alerts – Bạn vào trang này, điền những từ khóa liên quan đến bạn. Ví dụ tôi điền Anh Tuan Le và anhtuanle.com. Vậy là mỗi khi có bất kỳ một bài viết nào của một trang nào đó có những từ khóa này, nó sẽ báo về cho tôi biết.
- Canva – Trang này chắc bạn nào hay sống ảo cũng biết. Trang này giúp bạn thiết kế được những tấm ảnh đủ đẹp để phục vụ cho các bài viết mà không cần dùng Photoshop.
- BrandYourself – Trang này giúp bạn biết được tỉ lệ người dùng tìm kiếm về bạn trên Google như thế nào. Ngoài ra nó còn chia sẻ với bạn các tip làm sao để làm SEO tốt hơn, giúp blog của bạn lên top Google nhanh hơn.
- Google Analytics – Trang này dùng để đo mọi thứ trong website của bạn. Từ việc có bao nhiêu người xem, họ là những ai, xem vào giờ nào, xem những gì trong trang của bạn,...

Ngoài các trang trên nếu bạn muốn tìm hiểu thêm về các công cụ thì có thể vào một trong các trang dưới đây:

- TechCrunch
- ReadWriteWeb
- GigaOm
- SocialTimes
- Endgaget

BÀI TẬP SỐ 4: THIẾT LẬP MẠNG XÃ HỘI CHO THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN CỦA BẠN.

Kết thúc chương này, tôi muốn bạn đọc, những ai thực sự muốn làm thương hiệu cá nhân, bắt đầu tạo các tài khoản mạng xã hội cho riêng mình và sử dụng chúng một cách có hiệu quả. Các bước như sau:

1/ Chọn ra một chủ đề bạn sẽ phát triển thương hiệu cá nhân:

Nếu bạn chưa biết mình nên chọn cái nào thì hãy quay lại đọc các chương trên.

2/ Chọn cho mình một cái tên để phát triển:

Ví dụ thương hiệu cá nhân của tôi là Anh Tuan Le. Vậy bạn muốn sử dụng tên gì? Tôi khuyến khích bạn sử dụng tên thật, nhưng bạn hoàn toàn có thể chọn bất kỳ tên gì tùy ý.

3/ Dùng tên bạn đã chọn ở trên và đi lập tài khoản ở tất cả các trang mạng xã hội có thể, sau đó ghi tên các tài khoản xuống dưới đây.

Ví dụ tên thương hiệu của tôi là Anh Tuan Le, tôi sẽ dùng cái tên đó để lập tài khoản cho rất nhiều kênh của mình như Facebook, Gmail, YouTube, v.v. với cùng một tên.

- Địa chỉ Gmail:
- Facebook Page:
- Website (dùng Wix hoặc Wordpress hoặc Weebly):
- LinkedIn:
- Instagram:
- Twitter:
- YouTube:
- ...

4/ Chọn một kênh phát triển chính, bắt đầu đăng tải nội dung trên đó, chia sẻ chéo về các kênh còn lại bằng những công cụ tôi đã đề cập ở trên.

Sở thích đơn thuần và Sở thích đi kèm khả năng là hai vấn đề hoàn toàn khác nhau.

4Làm nội dung thế nào cho hay

(và có người thích)

Làm nội dung cũng như buổi hẹn đầu tiên. Nếu lúc nào cũng nói về mình, sẽ chẳng còn cơ hội có buổi hẹn thứ hai.

– David Beebe

Để biến đam mê thành tiền từ mạng xã hội, bạn cần hai yếu tố then chốt là: sản phẩm và nội dung.

Những phần trước tôi đã viết về việc bạn nên chọn sản phẩm như thế nào. Tóm lại, sản phẩm nào cũng được, miễn là thứ bạn thật sự thích và đam mê. Phải chắc chắn là bạn đam mê nhé, vì có như vậy bạn mới có động lực để tìm hiểu nhiều thông tin về nó, biết nhiều hơn về nó, từ đó có thể làm ra nội dung hay ho, khiến người khác muốn đọc. Có rất nhiều phương pháp, công cụ để quảng bá, marketing sản phẩm của bạn, tuy nhiên nếu sản phẩm của bạn không hay, không tốt thì cũng chẳng có ai ngó ngàng đến lần thứ hai (họ có thể ngó đến lần đầu tiên vì tò mò).

Hãy thử liệt kê ra 10 sở thích mà bạn muốn chọn để làm thương hiệu cá nhân nhé! Nếu chưa biết mình thích cái gì thì quay lại làm hai bài tập ở hai chương đầu tiên.

HIỂU RÕ CÁI BẠN THÍCH

Sở thích đơn thuần và Sở thích đi kèm khả năng là hai vấn đề hoàn toàn khác nhau. Bạn có thể rất thích đá bóng, tennis nhưng có chắc bạn đã hiểu rất rõ mọi thứ, biết rõ mọi luật, biết hết mọi thông tin về các cầu thủ, vận động viên? Như tôi đã nói ở trên, việc hiểu rõ thứ bạn thích sẽ giúp bạn làm ra được nội dung hay hơn, từ đó mới có thể thu hút người đọc hoặc người xem vào xem blog hoặc vlog của bạn. Đam mê nếu đứng một mình thì vẫn chỉ là đam mê. Đam mê đi kèm với kiến thức, kỹ năng tốt sẽ giúp bạn xây dựng được một thương hiệu cá nhân tốt.

Bạn có chắc là mình hiểu rõ, biết rõ tất cả mọi thứ liên quan đến đam mê của mình? Nếu đam mê của bạn là sơn, bạn có tự tin nói rằng mình hiểu rõ, biết hết tất cả các loại sơn, các thành phần bên trong, hơn đa số bạn bè của mình?

Để biết tuốt về đam mê của mình, bạn phải chăm chỉ đọc và ngâm cứu tất cả mọi thứ có thể về chủ đề mà bạn thích. Đọc sách, đọc trên Internet, đọc email newsletter, đọc trên các website sản phẩm, tham gia các khóa học online, các hội thảo về chủ đề đó, tham khảo ở các blog có cùng chủ đề, nói chung là có chỗ nào có thể đọc, học và tìm hiểu thông tin được thì bạn cũng chịu khó khai thác cho bằng hết.

Ví dụ cách đây hơn một năm tôi thấy mình rất đam mê về chủ đề viết CV (một chủ đề nhỏ trong vấn đề xin việc). Lúc đó tôi cũng có chút kinh nghiệm cá nhân trong việc viết CV, nhưng chỉ kinh nghiệm cá nhân, vẫn cần bổ sung thêm kiến thức. Thế là tôi lên Google search từ khóa “viết CV” và cố gắng đọc hết tất cả các bài hiện ở 10 trang đầu tiên của Google Việt Nam. Khi bắt đầu nắm rõ CV là gì, thực trạng CV hiện nay ở Việt Nam, tôi chuyển sang tìm từ khóa “writing resumé” và đọc các bài viết ở nước ngoài. Nói chung, tôi thấy đa số lĩnh vực, phương Tây đều đi trước ta một bước. Ở các nước phương Tây, người ta đã bắt đầu chuyển hướng sang social media resumé, video resumé và nhiều kiểu CV sáng tạo khác. Tôi cũng tự chi vài chục đô để lên Udemy học một – hai khóa về cách viết CV của giảng viên các trường đại học để xem họ hướng dẫn viết như nào. Cuối cùng tôi vào thư viện của trường tìm đọc các sách về viết CV để biết được rõ nguồn cội CV như thế nào, vì sao người ta lại cần CV. Nhờ có sách mà tôi mới biết được Curriculum Vitae là con đường sự nghiệp. Có mấy bạn biết đâu, đúng không nào? Sau nhiều thời gian nghiền ngẫm và trau dồi, tôi có thể tự tin nói rằng tôi là một người hiểu rất rõ về bản chất và cách viết CV. Có thể có những người đang làm HR nhưng cũng chưa thể hiểu rõ bằng tôi, hoặc có nhiều người dạy về việc đi xin việc, ứng tuyển nhưng thực chất cũng chưa hiểu rõ bản chất CV là như thế nào.

ĐAM MÊ ĐÍCH THỰC

Làm sao để tìm được đam mê đích thực?

Có một bài test nhỏ cho bạn đây.

Đầu tiên hãy nghĩ về một chủ đề bạn thích.

Sau đó, nghĩ ra ít nhất 50 tiêu đề blog bạn có thể viết về chủ đề đó. 50 là con số bài viết tối thiểu bạn cần đạt được để bắt đầu khiến người khác chú ý đến bạn.

Nếu sở thích đó thực sự là đam mê, việc nghĩ ra 50 tiêu đề hay thậm chí 500 tiêu đề cũng chẳng có gì khó lắm. Nếu nghĩ mãi mới ra 10 cái thì bạn nên xem lại xem đó có đúng là đam mê của mình không.

HÃY KỂ MỘT CÂU CHUYỆN

Mọi người thích nghe kể chuyện hơn là đọc thông tin giáo điều. Đó là lý do tại sao bạn có thể đọc Harry Potter một lều không biết chán, còn mấy cuốn self-help cứ đọc được vài ba trang đã ngáp lên ngáp xuống. Thế nên để nội dung viết ra thu hút được người đọc, bạn nên cố gắng kể một câu chuyện trong đó.

Ví dụ, nếu bạn kinh doanh bất động sản ở Quận 1, TP. Hồ Chí Minh, thay vì chỉ nói về nhà đẹp thế nào, giá rẻ ra sao, có những tính năng gì hay ho, hãy thử viết một vài câu chuyện về những địa danh quanh đó, thành phố đã phát triển như thế nào, vùng đất nơi đó đã trải qua những sự kiện gì..., sau đó mới đưa thêm thông tin về nhà cần bán vào.

Nếu bạn làm sale, thay vì nói về các phương pháp sale khô khan, hãy dẫn chứng ra những ví dụ cụ thể bạn đã sale như thế nào, thành công hay thất bại ra sao, từ đó phân tích tiếp sẽ hay hơn rất nhiều.

Hoặc với chủ đề hiện nay được rất nhiều người quan tâm như marketing, thay vì viết về phương pháp 4Ps trong marketing là gì,

ứng dụng như thế nào, bạn có thể thu hút người đọc bằng cách kể chuyện bạn hay ai đó đã sử dụng phương pháp 4Ps cụ thể ra sao, đạt được kết quả như thế nào, đảm bảo sẽ có nhiều người đọc hơn hẳn.

Nói chung là hãy kể chuyện, đừng chỉ liệt kê những thứ khô khan.

Để thực hành nhanh ngay bây giờ, bạn có thể chọn một sở thích bất kỳ và kể một câu chuyện trong khoảng 300 từ. Hãy đảm bảo câu chuyện của bạn có đủ các yếu tố: What? (sở thích gì), Where? (sở thích đó bắt nguồn ở đâu), When? (sở thích đó có từ khi nào), How? (sở thích đó ứng dụng vào đời sống như thế nào), Why? (tại sao thích cái đó)...

CHỌN CÁCH TRUYỀN ĐẠT THÍCH HỢP

Tôi quen những người khi nói chuyện thì rất chán, nói vài ba câu là chẳng biết nói gì nữa. Nhưng vẫn là những người đó khi viết bài gửi cho tôi thì bài viết của họ lại cực kỳ hay. Ngược lại, có những người khi nói chuyện với tôi rất hay, họ có thể nói về nhiều thứ, nhiều chủ đề nhưng khi viết thì lại không được hay như họ nói.

Lấy ví dụ có một anh chàng chuyên về công nghệ thông tin nhưng nói chuyện về đề tài này lại rất chán, có thể vì một trong ba lý do sau: 1) anh đang nói về chủ đề không phù hợp; 2) anh đang sử dụng sai công cụ truyền đạt hoặc 3) cả hai cái trên. Tuy nhiên, anh vốn giỏi viết hơn nói và rất thích bóng đá. Vậy nếu bây giờ anh viết về bóng đá, chắc chắn nội dung sẽ rất hay và có nhiều người thích xem hơn hẳn việc anh nói chuyện về IT.

Ý tôi muốn nói ở đây là, không có chủ đề nào hay hoàn toàn, cũng không có chủ đề nào chán hoàn toàn. Quan trọng là bạn chọn đúng chủ đề bạn cảm thấy hiểu biết nhất và chọn cách thức truyền đạt phù hợp nhất với bạn. Như vậy thì người đọc hoặc người xem mới cảm được cái mà bạn muốn truyền đạt.

Có nhiều người rất ăn hình, đứng trước camera diễn xuất rất tự nhiên và thoải mái. Có những người khác (như tôi chẳng hạn) tự tin

hơn trong việc viết. Hoặc có người chỉ thích nói thôi chứ không thích lên hình (kiểu podcast, radio). Có những người cực kỳ xuất sắc thì có thể giỏi tất cả. Dĩ nhiên, đó là số ít những người xuất chúng và có thể kiếm được trăm ngàn đô, hoặc cả triệu đô nhờ khả năng của họ. Phần còn lại chỉ giỏi vừa vừa và kiếm được ít hơn. Nhưng kiếm ít hơn cũng là kiếm, phải không? Ít ra bạn vẫn đang nói hoặc viết về vấn đề bạn thích và tạo ra thu nhập, còn hơn là cứ tiếp tục với công việc mà bạn không yêu thích và cảm thấy mệt mỏi cả ngày, nhỉ?

Trong các kênh dưới đây, hãy sắp xếp mức độ tự tin nhất của bản thân bạn, và chọn một kênh truyền đạt phù hợp cho mình nhé:

- Viết blog
- Quay vlog
- Làm Podcast – Radio
- Thiết kế, vẽ

PHÁT TRIỂN NỘI DUNG NHƯ THẾ NÀO

Để người khác biết đến bạn, bạn cần phải cung cấp cho họ một cái gì đó để “tiêu thụ”. Ví dụ bạn viết giống tôi cho họ đọc, bạn nói cho họ nghe hay bạn vẽ vời cho họ ngắm... Tất cả những việc trên đều có thể coi là phát triển nội dung.

Bạn sẽ phát triển nội dung của mình bằng hai cách. Việc đầu tiên bạn cần làm là tạo ra nội dung (viết, quay phim, ghi âm) và sau đó đăng lên các trang mạng xã hội (lý tưởng nhất là Facebook) để mọi người biết đến nó. Việc thứ hai là sử dụng nội dung bạn đã tạo ra để đi bình luận trên các bài đăng của người khác có chủ đề liên quan đến nội dung bạn viết.

Như vậy, nội dung của bạn sẽ được nhiều người biết đến hơn, thu hút được nhiều sự chú ý và quan tâm hơn.

À Ê Û

BẠN LÀM NHỮNG ĐIỀU TRÊN ĐÃ ĐỦ CHƯA?

Để có được một thương hiệu cá nhân bền vững, bạn cần có những yếu tố như: đam mê, hiểu về bản thân, hiểu về phương pháp làm thương hiệu cá nhân và biết cách để lan tỏa thông tin. Từ trước đến nay, bất kỳ doanh nghiệp hay cá nhân nào muốn làm thương hiệu tốt đều cần nắm vững những yếu tố trên. Mạng xã hội chỉ là một công cụ vào thời điểm hiện tại giúp ta có thể truyền tải thông tin nhanh hơn cũng như làm thương hiệu dễ dàng hơn mà thôi.

Vấn đề ở đây là, các công cụ thì ai cũng có thể học được. Facebook, Twitter hay YouTube, chỉ cần đầu tư thời gian để học thì hoàn toàn có thể nắm vững cách sử dụng nhanh chóng. Vậy phải làm thế nào để bạn có thể khác biệt so với những người khác?

Vitamin rất tốt cho sức khỏe, nhưng nếu chỉ uống vitamin mà không ăn uống đầy đủ, không tập thể dục, không tiêm phòng thì có vitamin trời bạn cũng chẳng khỏe được. Đúng không nào? Tương tự như vậy với mạng xã hội. Mỗi nền tảng website, Facebook hay YouTube sẽ giúp bạn với một tính năng khác nhau, tuy nhiên nếu bạn biết cách kết hợp nhiều trang mạng xã hội lại với nhau cùng lúc, thương hiệu của bạn sẽ mạnh và đi xa hơn rất nhiều.

Điều cuối cùng tôi muốn nói là, không phải cứ nội dung tốt và biết sử dụng mạng xã hội thì đồng nghĩa bạn sẽ trở thành người có thương hiệu cá nhân giỏi nhất. Ngoài kia cũng có rất nhiều người viết hay, nhiều người có khả năng dùng mạng xã hội tốt giống như bạn. Vậy có điều gì mà bạn có mà những người ngoài kia không có? Chúng ta sẽ bàn luận tiếp ở chương sau.

BÀI TẬP SỐ 5: TẬP VIẾT NỘI DUNG.

Ở chương trước, bạn đã chọn được chủ đề và lập các trang mạng xã hội để bắt đầu xây dựng thương hiệu cá nhân cho mình chưa? Nếu chưa thì quay lại để chọn và lập nhé. Sau khi đã hoàn thành, hãy bắt đầu thử tập làm nội dung.

Nếu chọn việc viết, hãy viết thử một bài trên blog và chia sẻ link blog đó lên Facebook. Đừng quan tâm đến việc like hay share, cứ viết thôi.

Bài viết đầu tiên của bạn sẽ là:

.....

Nếu bạn thích nói hơn, hãy lấy điện thoại quay thử về chủ đề bạn hứng thú sau đó upload lên YouTube và chia sẻ lên Facebook.

Chọn một khung giờ trong ngày (các khung giờ đẹp sẽ là 12 giờ trưa và 8 giờ tối), chia sẻ một nội dung (do bạn làm ra hoặc sưu tầm) có liên quan đến chủ đề mà bạn định làm thương hiệu cá nhân lên Facebook.

Các nội dung bạn định chia sẻ trong 1 tuần tới là:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.

Mới bắt đầu làm thương hiệu cá nhân, đừng quá quan trọng về số liệu, bao nhiêu người like bài viết hay bao nhiêu người vào blog của bạn. Quan trọng là xem người đọc tương tác như thế nào với nội dung của bạn. Tương tác càng nhiều, bạn càng được mọi người tin tưởng hơn. Nếu nội dung của bạn hay, có thể khiến nhiều người bàn tán về nó, tôi cam đoan blog của bạn sẽ dần đông lên. Như tôi khi viết bài đầu tiên có 7 người xem, bây giờ mỗi bài viết lên sóng tối thiểu đã có 2000 người xem.

Xây dựng một cộng đồng tốt, bạn sẽ có cơ hội chia sẻ giá trị của bạn đến nhiều người hơn.

5 Xây dựng cộng đồng: làm sao để biết mọi người đang quan tâm gì?

Điều quan trọng nhất cần nhớ là bạn phải hiểu được đối tượng mà mình đang nhắm đến.

– Lewis Howes

Nhiều bạn khi nghĩ về việc làm thương hiệu cá nhân thường lầm tưởng là cứ viết nội dung thật hay, quay video thật ngẫu thì chắc chắn sẽ nổi tiếng. Thật ra, việc viết một bài hay quay một vlog mới chỉ là phần dễ. Đương nhiên nội dung hay là yếu tố rất quan trọng, nhưng cái quan trọng hơn là việc bạn làm gì tiếp theo sau khi đã có một bài viết hay một video hay như vậy. Xây dựng một cộng đồng tốt, bạn sẽ có cơ hội chia sẻ giá trị của mình đến nhiều người hơn, được mọi người biết đến nhiều hơn, từ đó có một thương hiệu cá nhân tốt hơn.

Xây dựng cộng đồng đơn giản là bạn cần tìm cách để tạo ra các cuộc trò chuyện. Ví dụ khi tham gia một lớp học tiếng Anh mới, trong buổi đầu tiên bạn có thể dành thời gian để làm quen với mọi người trong lớp học, hỏi tên, tuổi, trường họ đang học, có thể hỏi thêm về sở thích và các thứ khác. Hay khi tham gia một chương trình hội thảo nghề nghiệp, nơi bạn có cơ hội gặp gỡ đại diện các doanh nghiệp, những anh chị đến từ các công ty, việc bạn cần làm là cố gắng bắt chuyện với họ, bắt tay, trò chuyện về công ty, về công việc và cuối cùng là cố gắng xin danh thiếp (business card) của họ để mang về.

Việc xây dựng cộng đồng online để làm thương hiệu cá nhân cũng sẽ tương tự như hai ví dụ trên. Để tạo ra được một cộng đồng những người quan tâm đến thương hiệu của bạn, bạn cần phải “xuất hiện” thật nhiều trên các trang mạng xã hội bằng cách like,

comment và tương tác càng nhiều càng tốt trên các bài viết, status liên quan đến chủ đề bạn quan tâm. Càng nhiều càng tốt nhé!

Khi xây dựng một cộng đồng quan tâm đến chủ đề bạn muốn phát triển thương hiệu cá nhân, ban đầu lượng người quan tâm có thể rất ít. Nhưng nếu bạn tập trung làm đúng và kiên trì, lượng người quan tâm đến cộng đồng của bạn dần sẽ tăng lên. Thời gian đầu khi mới xây dựng cộng đồng, bạn cần dành thời gian liên hệ với những người trong ngành, nói chuyện và học hỏi từ họ. Khi đã có một cộng đồng nhỏ nhất định, bạn sẽ cần dành thêm thời gian để trả lời tin nhắn của những người quan tâm đến bạn nữa.

GOOGLE - KỸ NĂNG THIẾT YẾU

Mọi chủ đề, dù lớn hay nhỏ, đều có thể tìm kiếm được trên Internet. Vậy nên, một trong những kỹ năng bạn cần có khi bắt đầu làm thương hiệu cá nhân là kỹ năng Google. Nghe thì thấy có vẻ đơn giản và ai cũng có thể làm được, nhưng để biết dùng Google đúng cách thì cần phải qua luyện tập. Mỗi ngày tôi đều dành ít nhất một đến hai tiếng vào Google, tìm các từ khóa “resumé”, “career” hoặc “hướng nghiệp” để xem mọi người đang bàn luận gì về CV, về hướng nghiệp, có tin tức nào mới trên các trang báo mạng về chủ đề này không. Từ những tin tức đọc được, tôi tổng hợp lại rồi đưa vào các bài viết trên blog hoặc Facebook.

Khi mới bắt đầu xây dựng thương hiệu cá nhân về lĩnh vực “viết CV”, tôi dành thời gian để tìm ra tất cả các page Facebook, các status liên quan đến việc viết CV này. Sau đó tôi dành thời gian comment, phản hồi lại những status đó. Bạn cũng có thể làm tương tự như vậy với các bước sau:

- Bước 1: Viết một bài blog (hoặc quay một vlog), sau đó chia sẻ lại trên các trang mạng xã hội như Facebook, LinkedIn, Instagram, Google+, càng nhiều càng tốt. Đặc biệt trên Facebook, bên cạnh trang cá nhân, bạn cũng nên nhờ bạn bè

chia sẻ lại hoặc vào các group có cùng chủ đề với bài viết của bạn để chia sẻ.

- **Bước 2:** Dành thời gian nghiên cứu các nội dung có cùng đề tài của mọi người xung quanh. Like, tương tác, comment trên tất cả các bài viết, chia sẻ đó. Đương nhiên là không comment cho có nhé! Vì bạn đang định vị bản thân là chuyên gia trong lĩnh vực đó, và bạn đã có nghiên cứu rất kĩ về chủ đề đó, hãy để lại một comment dài, chuyên sâu, đi kèm với tên của bạn và link về bài mà bạn viết. Ở chương sau, tôi sẽ hướng dẫn các bạn dùng một số công cụ như Twitter Search hoặc Google Mention để tìm hiểu xem có những ai đang bàn luận về bài viết của bạn trên mạng, có ai đã share lại bài viết của bạn.
- **Bước 3:** Giữ chân những người quan tâm đến mình. Đây là lúc bạn cần có những hành động để “tóm” được những người quan tâm đến bạn. Nếu bạn thật sự đam mê và thật sự giỏi về chủ đề mà bạn đang làm thương hiệu cá nhân, dần sẽ có những người quan tâm đến những điều bạn viết hoặc nói. Có thể thời gian đầu họ sẽ chưa theo dõi bạn ngay trên Facebook, nhưng khi các bài viết trên blog của bạn xuất hiện nhiều hơn trên timeline Facebook của họ, khiến họ tò mò, một ngày nào đó họ sẽ ấn vào để xem. Lúc này, bạn sẽ cần một số công cụ để giữ chân họ lại lâu hơn.

•

DANH SÁCH DỮ LIỆU

Việc xây dựng danh sách dữ liệu (database) những người quan tâm đến chủ đề của bạn rất quan trọng, nhưng làm thế nào để chăm sóc được database đó còn quan trọng hơn. Ví dụ với mỗi bài viết của mình, tôi đều lồng vào đó một câu đùa vui hoặc đưa cho người đọc một công cụ gì đó để download về, từ đó khiến bạn đọc có hứng thú hơn. Hoặc đơn giản mỗi ngày tôi đều bớt chút thời gian để chúc mừng những ai có sinh nhật ngày hôm đó theo phần nhắc nhở trên Facebook. Tôi dành thời gian Inbox trực tiếp chứ không comment “cmsn” đơn thuần. Khi làm như vậy, có rất nhiều bạn bất ngờ, và tôi tin mình đã gây ấn tượng với họ, khiến họ nhớ nhiều hơn về mình.

Â

Ờ

Â

Ì

GIỮ CHÂN NHỮNG NGƯỜI QUAN TÂM ĐẾN MÌNH

Bạn viết một bài viết rất hay và chia sẻ lên một số group trên Facebook. Một vài bạn đọc sau khi đọc thấy rất hay nên quyết định vào blog của bạn để đọc tiếp. Điều quan trọng bạn cần làm bây giờ là giữ chân họ ở lại blog của bạn lâu hơn. Cứ tưởng tượng khi bạn mở một cửa hàng ăn uống, vì được giới thiệu nên có nhiều khách hàng đến ăn thử ở cửa hàng của bạn. Sau đó bạn phải cố gắng làm các món ăn thật ngon, đi kèm với các đãi ngộ giảm giá, marketing, dịch vụ tốt để giữ chân khách lại lâu hơn và hy vọng họ sẽ quay lại vào lần tiếp theo. Tương tự với một blog cũng vậy, từ các nội dung bài viết của bạn, đến cách bạn sắp xếp trang trí blog, tất cả sẽ góp phần để người đọc quyết định có ở lại website của bạn lâu hơn không và có quay lại để đọc tiếp các bài khác hay không.

Một trong những cách để giữ chân những người quan tâm đó là tạo ra các nút “call-to-action” trên blog cá nhân của bạn, bao gồm:

- **Subscribe:** người đọc sau khi đọc bài viết của bạn và thấy hay có thể “subscribe”, để lại email và thông tin cá nhân để nhận các bài viết tiếp theo.
- **Like My Fanpage:** mời người đọc trên blog like Fanpage Facebook của bạn.
- **Share:** người đọc nếu thấy nội dung bài viết của bạn hay có thể ấn nút “share” để chia sẻ lại bài viết đó trên Facebook.

Mục tiêu lâu dài của chúng ta là xây dựng một mạng lưới những người quan tâm và có được thông tin liên lạc của họ, càng nhiều càng tốt. Khi bạn đọc like Fanpage của bạn, comment trên các bài viết của bạn, share lại bài viết của bạn, bạn bè của họ cũng sẽ biết đến blog của bạn, từ đó giúp bạn có một cộng đồng ngày càng lớn hơn.

SỨC MẠNH CỦA SỐ 1

Làm thế nào để biết được là chúng ta đang xây dựng một cộng đồng tốt? Đó là khi có 1 người đầu tiên quan tâm đến nội dung của bạn. Bài viết đầu tiên của tôi trên blog có được 7 người xem.

Sau khi viết một bài viết hoặc quay một vlog, nếu có 1 bạn đọc hoặc 1 khán giả quan tâm, xin chúc mừng, bạn đã hoàn thành bước đầu tiên. Bình thường, bạn chỉ viết nhật ký cho riêng mình xem. Bây giờ có thêm 1 người nữa quan tâm, thế là dấu hiệu tốt rồi. Đừng nghĩ về những chiêu trò làm thế nào để có thêm nhiều view hay nhiều like ảo, cứ tập trung làm nội dung thật tốt, đảm bảo người quan tâm sẽ ngày càng nhiều thôi.

BƯỚC TIẾP THEO

Sau chương này tôi hy vọng bạn đã có khái niệm cơ bản về việc tạo một cộng đồng sẽ như thế nào. Chương tiếp theo tôi sẽ nói về một số phương pháp marketing mà tôi áp dụng để mở rộng cộng đồng ngày càng lớn hơn.

Cứ theo đuổi đam mê, tiền sẽ đến.

6Kiếm tiền từ thương hiệu cá nhân bằng cách nào?

Thật ra không phải mục đích duy nhất của việc xây dựng thương hiệu cá nhân là kiếm tiền. Chúng ta đều thừa nhận rằng xây dựng thương hiệu cá nhân có nhiều mục đích khác nhau: giúp khẳng định mình trong cộng đồng, giúp tăng sự tự tin, giúp tìm việc tốt hơn, giúp thỏa mãn đam mê và nhiều lợi ích khác. Nhưng có một lợi ích mà tôi nghĩ rằng bạn đọc sẽ rất thích và quan tâm, đó là có kiếm được thêm thu nhập từ việc xây dựng thương hiệu cá nhân.

Từ đầu sách đến giờ, tôi đều nói đến việc xây dựng thương hiệu cá nhân tập trung vào việc làm nội dung thật hay, thu thập email từ độc giả thật nhiều cũng như dành thời gian để trả lời comment, inbox và email của những người quan tâm đến chủ đề mà bạn viết. Khi bắt đầu cảm thấy thương hiệu cá nhân của bản thân tương đối ổn, dễ nhìn thấy nhất là mỗi ngày có một lượng người nhất định vào đọc nội dung bạn viết (như của tôi là khoảng 2000 người), coi việc đọc bài viết hay xem video của bạn như một thói quen hằng ngày, đó là lúc bạn có thể bắt đầu nghĩ đến chuyện kiếm tiền. Có nhiều cách bạn có thể tạo ra thu nhập từ thương hiệu cá nhân, ở đây tôi sẽ liệt kê ra một số cách mà tôi đã và đang làm.

QUẢNG CÁO

Đó bạn biết, các tờ báo giấy, các cuốn tạp chí đang bán ngoài đường hằng ngày có doanh thu từ đâu? Mỗi tờ báo bán có vài ngàn, tạp chí thì vài chục ngàn, chắc chắn không đủ mang lại doanh thu để nuôi những người làm ra nó. Câu trả lời là từ các nội dung quảng cáo bên trong. Nếu có thời gian (hoặc thích làm về lĩnh vực marketing), bạn có thể lên Google tìm kiếm từ khóa “rate card + tên một tờ báo” để biết được một tờ báo bán quảng cáo với giá bao nhiêu. Rẻ thì vài triệu, lớn hơn có thể đến vài chục triệu cho một trang quảng cáo. Đắt là như vậy, nhưng số báo nào cũng rất nhiều quảng cáo. Điều đó có nghĩa là các công ty rất chịu chi để hình ảnh của họ được xuất hiện.

Điều khác biệt giữa quảng cáo bây giờ và quảng cáo cách đây 5 – 10 năm đó là các công ty đã bắt đầu đầu tư nhiều hơn vào quảng cáo digital và quảng cáo trên mạng xã hội. Mỗi một status của những idol nổi tiếng như Sơn Tùng, Mỹ Linh, Noo Phước Thịnh, hay Chi Pu bây giờ có giá từ vài triệu lên đến vài chục triệu. Những người này có một lượng fan nhất định và kiếm tiền từ việc quảng cáo tới lượng fan đó. Vậy nếu bạn cũng có một thương hiệu cá nhân tốt, tại sao lại không tận dụng để quảng cáo, nhỉ?

Ví dụ tôi làm thương hiệu cá nhân về phát triển hướng nghiệp và làm việc hiệu quả. Một tổ chức tư vấn du học muốn hợp tác với tôi để quảng bá cho một vài chương trình của họ. Như vậy tôi có thể làm một vlog hoặc viết một bài về lợi ích của việc đi du học, đi du học cần chuẩn bị những gì, một số tổ chức tốt để tham khảo sau đó lồng thông tin của bên này vào. Như vậy là tôi đã có một hợp đồng quảng cáo.

Ngoài việc quảng cáo như đã nói ở trên, bạn có thể quảng cáo dựa trên Google AdSense, tức là bán cho Google một vài chỗ trống trên trang blog của bạn. Cách này có rất nhiều bên tại Việt Nam đang làm, cá nhân tôi thì không thích lắm, vì việc quảng cáo này làm rối mắt các bạn đọc của mình.

Vậy nên nếu bạn muốn dùng blog của bản thân để quảng cáo, đây là một số ý tưởng của tôi:

- Đặt banner ở đầu blog hoặc cover timeline Facebook trong một thời gian nhất định. Bán lại cho các bên có nhu cầu.
- Viết bài PR có liên quan đến sản phẩm.
- Liên hệ mời chào các công ty hoặc tổ chức có sản phẩm liên quan đến chủ đề mà bạn đang làm thương hiệu cá nhân, gửi báo giá cho họ và mời họ quảng cáo.

THAM GIA TALKSHOW VÀ CÁC BUỔI CHIA SẺ

Các buổi talkshow chia sẻ hiện tại đang rất phổ biến ở cộng đồng các bạn trẻ Việt Nam. Nếu bạn lên Facebook và vào mục event, bạn sẽ thấy tuần nào cũng có rất nhiều các chương trình sự kiện. Nếu

muốn xây dựng thương hiệu cá nhân tốt, hãy thử bắt đầu bằng việc tham gia một buổi talkshow. Bạn có thể liên hệ với chủ tịch hoặc thành viên các câu lạc bộ của một trường đại học hoặc tự tổ chức một buổi talkshow miễn phí. Thời gian đầu thương hiệu cá nhân chưa vững, đừng vội thu phí, hãy chia sẻ miễn phí trước. Việc tham gia hay tổ chức những buổi như vậy có thể mang tới bạn rất nhiều lợi ích như:

- được nói về những gì bạn thích,
- có thêm nhiều người biết đến bạn,
- có thể trong những người nghe bạn nói sẽ có người quan tâm và muốn hợp tác cùng bạn ở các dự án khác.

Như tôi đã nói ở trên, thời gian đầu bạn có thể tham gia, tổ chức các buổi nói miễn phí. Ví dụ như cá nhân tôi nếu hỗ trợ cho các câu lạc bộ ở các trường đại học hoặc các em sinh viên, tôi luôn làm miễn phí. Khi nào đào tạo hoặc hướng dẫn cho các trung tâm tiếng Anh, các doanh nghiệp, tôi mới tính đến chuyện thu phí.

AFFILIATE PROGRAM

Affiliate program là một dạng quảng cáo liên kết. Bạn chèn link quảng cáo vào website và bài viết của bạn, nếu có người ấn vào link đó, bạn sẽ được hưởng một lượng % nhất định. Ở Việt Nam, bạn có thể liên kết với các trang bán hàng điện tử như Lazada, Tiki... hoặc các bên kinh doanh khóa học online như Topica, Kyna... Nếu có một lượng fan nhất định, bạn cũng kiếm được một khoản kha khá đủ để xăng và đưa “gấu” đi xem phim mỗi tuần.

Một số chương trình affiliate hiệu quả tại Việt Nam:

- Chương trình affiliate của Lazada: www.lazada.vn/affiliate
- Nền tảng tiếp thị liên kết MasOffer, thuộc công ty Eway: www.masoffer.com
- Chương trình affiliate của Zalora: www.zalora.vn/partner
- Chương trình Affiliate của Zanado: www.zanado.com/affiliate

Ngoài ra bạn có thể lên mạng tìm theo từ khóa “Affiliate Việt Nam” để tìm ra các trang khác.

BÁN LẺ

Cái này tôi không làm, nhưng trên mạng thì khá nhiều bạn đang làm. Một số ví dụ như sau:

- Các hot girl trên mạng sau khi có một lượng follower khoảng vài trăm ngàn bắt đầu bán các sản phẩm như kem trộn, đồ ăn, quần áo... Cái này thấy cực kỳ nhiều trên Facebook.
- Một số page minh họa sau khi xuất bản sách thành công và có nhiều fan có thể bán các mẫu áo hoặc ốp điện thoại có hình nhân vật đó. Một ví dụ dễ nhìn nhất bạn có thể tham khảo là trang Đậu Đỏ Tung Tăng.

Nói chung, cái này sẽ phù hợp với một số lĩnh vực nhất định. Vậy nên, nếu bạn định làm thì có thể cân nhắc.

VIẾT BÀI CHO CÁC BÁO

Nếu bạn làm thương hiệu cá nhân kiểu viết lách giống tôi thì đây là một hình thức mà bạn có thể chọn. Bạn có thể tìm các trang báo lớn như VnExpress, Dân Trí, Kênh14 để viết bài ở các chuyên mục cho họ và lấy tiền hoa hồng. Hoặc bạn có thể tham khảo các doanh nghiệp có cùng chủ đề mà bạn đang làm thương hiệu cá nhân, mời họ để bạn đảm nhiệm chuyên mục blog hoặc viết bài PR cho họ.

DẠY HỌC

Nếu bạn thực sự giỏi về chủ đề mà bạn đang làm thương hiệu và có nhiều người quan tâm đến chủ đề đó, bạn có thể mở một lớp dạy học về chủ đề đó. Lấy ví dụ cô bạn tôi làm thương hiệu cá nhân về thời trang, bạn ấy có thể mở một lớp hướng dẫn phối đồ cơ bản dành cho các bạn sinh viên khi đi phỏng vấn và đi làm. Trong buổi hôm đó bạn có thể dạy về việc phối đồ như thế nào, chọn màu sắc ra sao, những điều cần tránh và có thực hành cụ thể luôn. Tương tự, khi kiến thức của bạn đủ vững, bạn có thể đem kiến thức đó dạy

lại mọi người. Vậy nên, khi làm thương hiệu cá nhân, bạn cũng nên chăm chỉ học để cập nhật kiến thức liên tục cho chính mình.

VIẾT SÁCH

Khi bạn viết hay và có nhiều người thích đọc những gì bạn đam mê, bạn sẽ có cơ hội được một số nhà xuất bản liên hệ để xuất bản sách (ví dụ như tôi đang viết cuốn này chẳng hạn). Nội dung trong sách có thể là các bài viết trên blog của bạn, kết hợp với các bài viết mới mà bạn dành riêng cho độc giả của sách. Tương tự, nếu bạn không viết sách mà quay vlog, biết đâu bạn sẽ được mời tham gia đóng phim giống các vlogger nổi tiếng đã thành công như JVeevermind, HuyMe...

TƯ VẤN CÁ NHÂN

Khác với việc dạy học, tư vấn cá nhân là hỗ trợ cho một người, một nhóm nhỏ hoặc một doanh nghiệp. Ví dụ tôi có chuyên môn tốt về CV và phỏng vấn, tôi sẽ có các gói tư vấn cá nhân để giúp các bạn sinh viên và người tìm việc có thể viết CV tốt hơn, đi trả lời phỏng vấn sao cho xịn hơn, từ đó giúp họ có một công việc tốt.

Trong thời gian đầu, khi thương hiệu cá nhân chưa được nhiều người biết đến, bạn có thể tư vấn cá nhân miễn phí cho mọi người. Ví dụ cách đây hai năm khi mới làm thương hiệu cá nhân, tôi thường xuyên tổ chức các chương trình feedback CV miễn phí cho các bạn. Khi có nhiều người quan tâm hơn, chuyên môn của mình tốt hơn, tôi mới bắt đầu thu phí.

MÊ GAME THÌ LÀM GÌ?

Ví dụ bạn đam mê chơi board game, bạn hoàn toàn có thể xây dựng thương hiệu cá nhân và kiếm tiền từ đó theo các bước gợi ý sau:

- Bắt đầu một vlog hoặc một trang blog có tên ví dụ như “Chơi Game Vui”.

- Liên hệ mượn hết board game của bạn bè (Uno, Ma sói, Catan, Cờ tỷ phú...)
 - Dành thời gian viết bài hoặc quay vlog review các trò chơi đó: bao bì, giá cả, cách chơi, có gì vui, bạn thích cái gì, không thích cái gì...
 - Đặt affiliate link trò chơi đó, quảng cáo cho các trang bán hàng như Tiki, Lazada hoặc Boardgame.vn để nhận hoa hồng mỗi khi có người order game qua bạn.
 - Làm các bước trên liên tục trong khoảng vài tháng để có một lượng người theo dõi nhất định.
 - Viết hoặc quay một serie như “Chơi Gì Tối Thứ 6” để review các trò chơi mới hoặc trò chơi độc đáo, ít người biết.
 - Tiếp tục chăm chỉ viết bài và follow những người có cùng mối quan tâm đến board game giống bạn.
 - Một ngày đẹp trời, có thể, một công ty board game ở Việt Nam sẽ liên hệ với bạn để mời viết quảng cáo hoặc mời bạn đến tham gia một buổi khai trương cho sản phẩm mới ở công ty họ.
-

CÁCH CUỐI CÙNG: LIỀU ĂN NHIỀU

Đây là một cách khác bạn có thể làm, tuy nhiên cũng còn tùy vào độ liều của bạn. Cách này đơn giản là bán quảng cáo trên website của bạn cho các công ty lớn. Đầu tiên, lập ra một website với chủ đề nhất định mà bạn thích, sau đấy viết vài bài thật hay trên đó.

Bước tiếp theo là liều. Tùy vào chủ đề bạn thích, gọi cho một vài công ty lớn trong lĩnh vực đó và mời quảng cáo trên blog của bạn. Bạn có thể nói về việc mình đam mê chủ đề đó như thế nào, bạn có kỹ năng gì và blog của bạn sẽ phát triển ra sao trong một – hai năm tới. Bạn có thể nói về việc khi blog của bạn phát triển, bạn sẽ bán được nhiều quảng cáo như thế nào. Tuy nhiên hiện tại blog của bạn mới bắt đầu, công ty có thể đầu tư trước một số tiền và bạn sẽ là người PR miễn phí cho họ trọn đời chẳng hạn.

Cứ liều mà thử, biết đâu lại thành công.

Trên đây tôi đã liệt kê một số phương pháp để bạn có thể kiếm tiền từ thương hiệu cá nhân. Một số cách sẽ dễ thực hiện, một số cách thì khó hơn. Bạn có thể cân nhắc tùy thuộc vào lĩnh vực cũng như thương hiệu bạn làm để chọn ra cách phù hợp hơn. Ví dụ như blog của tôi đã chạy được hơn hai năm, có hơn 1 triệu lượt truy cập mà tiền kiếm được từ đó mới được có hơn 3 đô la một tháng. Nhưng bù lại tôi có thu nhập từ các lớp học về viết CV, phỏng vấn, các chương trình tư vấn cá nhân, những việc mà tôi tận dụng được nguồn bạn đọc từ blog của mình để quảng cáo.

Cứ theo đuổi đam mê, tiền sẽ đến. Phương châm của tôi đơn giản là vậy.

Phần 3Hành động, thực thi

Mọi chủ đề nếu biết cách làm đều có thể biến thành một ý tưởng kinh doanh.

1Phát triển thương hiệu cá nhân

Mọi chủ đề nếu biết cách làm đều có thể biến thành một ý tưởng kinh doanh. Trong phần tiếp theo, tôi sẽ thử đưa ra ví dụ về một ý tưởng và cách áp dụng các phương pháp, công cụ mà tôi đã trao đổi ở các chương trước để biến ý tưởng đó thành một công việc kinh doanh.

Tôi có một cô bạn tên là Nguyễn Hoàng Anh rất đam mê thời trang. Lấy ví dụ bạn tôi đang rất rảnh rỗi và quyết tâm. Hôm nay là thứ hai, bạn quyết định sẽ xây dựng cho bản thân một thương hiệu cá nhân về lĩnh vực thời trang. Các bước bạn sẽ làm như sau:

1. Vào trang GoDaddy.com hoặc PAVietnam.com để mua một tên miền với tên cô ấy, ví dụ như là nguyenhoanganh.com. Nếu tên này bị mua rồi thì có hai cách có thể làm 1) Chọn một cái tên khác đặc biệt hơn, ví dụ như hoanganhgarnet.com; hoặc 2) Mua một tên miền đuôi khác như nguyenhoanganh.vn. Tùy theo tên miền nào còn để mua cho phù hợp. Ở bước này mới thấy là tên càng độc thì càng dễ mua. Ví dụ tôi có một cô bạn tên là Khuất Lan Anh, lên PAVietnam tìm thì thấy tên khuatlananh.com chưa bị ai mua cả. Bước chọn tên rất quan trọng, vì nó sẽ đi theo chúng ta cả đời, vậy nên hãy chọn thật cẩn thận. Vì tên tôi Lê Tuấn Anh thông dụng quá nên tôi mới phải dùng tên anhtuanle.com đó.

Cố gắng nên dùng tên miền .com vì đây là tên miền thông dụng nhất, nó cũng phù hợp nếu sau này bạn muốn đưa nội dung của bạn ra khỏi phạm vi Việt Nam. Sau khi đã mua tên miền xong, bạn nên dùng cái tên đó để đăng ký một địa chỉ email, một tài khoản Facebook và một tài khoản Twitter.

BÍ KÍP TÊN MIỀN

Có một số tên miền nghe rất hay như kiểu .me, .blog, .xyz và có những tên miền khác như .org, tôi khuyên các bạn không nên dùng. Thứ nhất, tên miền .org thường không được tin tưởng cho lắm, vì có nhiều trang web hack tài khoản dùng tên miền này. Các tên miền như .me, .blog, .xyz khá ngộ nhưng cũng có thể gây ra sự không tin tưởng cho người thấy nó, vì thấy lạ quá sợ là virus nên sẽ không dám ấn vào.

- 2. Tạo một tài khoản Wordpress, Wix hoặc Weebly.** Đây là nơi bạn sẽ viết blog và liên kết với tên miền mà bạn đã mua ở trên. Tốt nhất nên dùng Wordpress vì tôi thấy cái này ổn định nhất.
- 3. Thiết kế website.** Ở bước này nếu bạn là một người “low-tech”, tốt nhất là thuê một ai đó giỏi IT hoặc giỏi thiết kế làm hộ. Vì bạn làm cá nhân nên sẽ không quá tốn kém. Với chi phí khoảng 2 – 3 triệu đầu tư để thuê một người thiết kế hộ, bạn đã có thể có một website đẹp lung linh rồi. Cũng giống như việc đi ăn, nếu bạn vào một nhà hàng có đồ ăn rất ngon nhưng không gian bức bối, thiết kế xấu thì nó cũng phần nào ảnh hưởng đến việc thưởng thức món ăn. Nên là nhất quyết phải dành chút thời gian đầu tư vào mặt thiết kế cho website.

Nếu tạm thời chưa có tiền đầu tư, bạn có thể dùng tạm một mẫu (template) miễn phí trên Wordpress, có nhiều mẫu (template) miễn phí dùng vẫn rất đẹp. Hoặc bạn có thể bỏ tiền ra mua gói Premium của Wordpress, có bao gồm tên miền và rất nhiều chủ đề (theme) đẹp, giá khoảng 99 USD.

- 4. Tạo một trang Facebook Fanpage** có cùng tên với tên miền.
- 5. Tạo một tài khoản Twitter** cùng tên với tên miền.
- 6. Dùng Gmail** bạn đã tạo ở trên để set-up một kênh YouTube và tạo tài khoản Google+.

- 7. Bắt đầu triển khai nội dung.** Lấy ví dụ bạn tôi là một người có giọng văn rất “đíp” (các bạn có thể tham khảo trên Facebook page Chuyện qua phố). Vậy thì bạn tôi có thể thử viết một series các bài viết về thời trang cho các bạn nữ và sự quan trọng của vấn đề ăn mặc trong việc đi “thả thính”. Mỗi buổi tối bạn sẽ viết một bài viết hoặc viết một status ngắn để chia sẻ về các tip ăn mặc, quần nào thì phối với áo gì, ngày mai trời như thế nào không nên mặc màu gì, v.v.. Nói chung viết cái gì cũng được, miễn không ảnh hưởng đến bản quyền của người khác và tập trung vào một chủ đề.

Một lưu ý nhỏ nếu bạn chọn phương án viết, đó là đừng đưa ra lời khuyên hay thông tin không, hãy kết hợp trong đó cả các câu chuyện của bản thân. Người đọc lúc nào cũng thích những thứ được cá nhân hóa, nó sẽ gần gũi và dễ hiểu hơn rất nhiều.

- 8. Chia sẻ lại bài viết** trên các trang mạng xã hội như Facebook, Group, LinkedIn, Instagram qua một trong hai phần mềm là Hootsuite và Buffer.
- 9. Vào thanh tìm kiếm của Twitter và Facebook**, gõ vào các từ khóa liên quan đến chủ đề mà bạn đang hứng thú. Ví dụ tôi thường gõ các từ như “phỏng vấn xin việc”, “viết CV”, “tìm việc” để xem mọi người đang trao đổi gì về chủ đề này cũng như các trang khác đang viết gì về chủ đề này, từ đấy tôi có nhiều ý tưởng hơn cho công việc của mình. Nếu bạn đọc được một nội dung hay, hãy follow, thả tim người viết ra nội dung đó trên mạng xã hội. Đây là một cách để bạn xây dựng mạng lưới quan hệ (network) với những người có cùng mối quan tâm.
- 10. Vào wordpress.com**, trên thanh công cụ chọn phần Reader. Trong Reader, gõ các từ khóa tương tự vào thanh Search. Ở đó, bạn sẽ tìm thấy các trang blog đang viết về chủ đề giống mình. Bạn có thể đọc để lấy ý tưởng hoặc chăm chỉ follow, comment vào các blog đó để xây dựng quan hệ.
- 11. Lặp lại** các bước trên.

Các bước từ số 5 đến 11 bạn cần phải làm đi làm lại liên tục cho đến khi bạn có một thương hiệu nhất định. Nếu bạn thấy bản thân đã có một chút thương hiệu cá nhân nhất định, bạn có thể gấp cuốn sách này lại và đi làm việc tiếp đi thôi. Nếu bạn đã bước đầu chuẩn bị xong mọi thứ và muốn có một số tip để phát triển hơn thương hiệu cá nhân của bản thân, các phần tiếp theo sẽ dành cho bạn.

MỘT SỐ BƯỚC TIẾP THEO

Đừng quên liệt kê tất cả các trang mạng xã hội mà bạn có (ví dụ như là facebook.com/tiay23 hay twitter.com/anhtuanle234) vào chữ ký email, đầu thư mỗi khi bạn gửi và trong danh thiếp (business card) của bạn. Làm sao để làm được thì bạn search Google hoặc email cho tôi tới anhtuanle234@gmail.com để tôi chỉ cho nhé.

Trong website của bạn, nhớ có thêm một dòng hoặc một ô hoặc một ảnh to và nổi bật với dòng chữ là “Bạn có muốn hợp tác với mình không?”, đại loại như vậy. Để khi có người đọc hoặc xem những thứ bạn viết thấy hay và muốn hợp tác với bạn thì sẽ biết liên lạc qua kênh nào.

Ngày xưa lúc còn đi học, tôi rất thích blogger truyền thông xã hội là anh Nguyễn Ngọc Long. Tôi thích việc anh kiếm tiền từ công việc dạy học, thích anh được mọi người tặng đồ để dùng thử sau đây review. Hồi đó tôi ước ao được như vậy. Bây giờ thì cũng thành hiện thực rồi. Khi bạn làm thương hiệu cá nhân tốt và có được một lượng fan nhất định, bạn có thể được một số thứ như là:

- Nhiều người theo dõi, quan tâm và tâm sự. (Sinh nhật có nhiều lời chúc hơn).
- Các sản phẩm miễn phí từ các công ty có đối tượng khách hàng giống người theo dõi bạn. (Ví dụ tôi có hơn 50 nghìn người theo dõi là các bạn trẻ, vậy nên tôi rất hay được tặng sách để review cho các bạn đọc).
- Được các công ty mời về làm việc (ví dụ có rất nhiều nơi mời tôi hợp tác viết bài hoặc làm truyền thông cho họ).

Khi đã có một lượng fan nhất định, bạn sẽ nhận được rất nhiều lời mời quảng cáo. Cái này tùy vào tình hình tài chính của mỗi người sẽ có cách nhìn nhận khác nhau về vấn đề quảng cáo. Ví dụ như bản thân tôi thì không thích để quá nhiều quảng cáo trên trang blog (anhtuanle.com) vì tôi không muốn bạn đọc bị phân tâm. Khi bạn làm thương hiệu cá nhân, hãy cân nhắc trước khi chọn bất kỳ loại quảng cáo nào. Vì khi quá chú trọng vào việc kiếm tiền, tự nhiên chất lượng nội dung của bạn sẽ kém hẳn đi.

Không riêng gì chuyện làm thương hiệu cá nhân mà bất kỳ chuyện gì cũng vậy, trong quá trình làm bạn sẽ gặp những khó khăn trở ngại, những vấp ngã nhất định. Tôi tin rằng cách tốt nhất và nhanh nhất để giảm bớt những trở ngại này (giảm bớt chứ không thể làm mất hẳn được), đó là học hỏi từ những người đi trước – đó là lí do tôi chia sẻ thêm với bạn đọc một vài bài học tiếp theo đây.

Nếu là một người hướng nội, hãy phát huy những điểm mạnh về việc lắng nghe, viết lách, làm việc độc lập của bản thân, đừng cố gắng chứng minh, phấn đấu trở thành người hướng ngoại.

2 Tự tin là điều tiên quyết

Nhiều bạn thấy tôi “chém gió” tung bừa trên Facebook, đứng lớp giảng dạy, tham gia event... cứ nghĩ tôi phải là một thanh niên hướng ngoại, không gặp người là không chịu được. Nhưng sự thật không phải vậy. Tôi là một người hướng nội thực thụ. Tôi tự cảm nhận được điều đó qua cách làm việc và giao tiếp của mình. Một số bài trắc nghiệm tính cách cá nhân cũng cho tôi kết quả y như vậy.

Trước đây, đã từng có lúc tôi rất kém tự tin – đặc điểm chung của đa phần các bạn hướng nội, kiểu như thế này:

- Nói chuyện với bạn bè thân thiết thì rất nhiệt tình, nhưng khi phải thuyết minh, trình bày ý tưởng với một người hoặc một nhóm người lạ thì lại run như gặp cọp, mặt đỏ bừng, tay bủn rủn, nói không ra hơi, quên hết những gì cần nói. Chán chưa?
- Tôi rất sợ những gì người khác nghĩ về mình. Vào cửa hàng mua quần áo thì ngại vì sợ nhân viên đánh giá tôi cùi bắp không biết gì về quần áo. Vào phòng tập gym thì ngại vì sợ các anh sáu múi và các em thân hình nở nang cười vào mặt. Nói chung gặp ai lạ là ngại, cứ lo không biết họ nghĩ gì về mình, đánh giá mình như thế nào. Thế nên tôi rất mất tự tin.

Tôi bắt đầu có chút tự tin hơn từ khi bắt đầu vào học tại RMIT. Do tính chất của việc học đòi hỏi tôi phải đứng trước lớp thuyết trình và phát biểu nhiều, ngày nào cũng thế nên dần tôi cũng dạn dĩ hơn. Ngày xưa lúc thuyết trình còn sợ không biết người ngồi dưới có đang cười mình không. Sau này mới biết thật ra chẳng ai quan tâm, vì ai cũng đang run run lo đến lượt mình. Và để giải quyết dứt điểm cái tính hay ngại của bản thân, sau khi học xong khóa tiếng Anh dự bị, tôi quyết định đăng ký học ngành Truyền thông Chuyên nghiệp, một ngành đòi hỏi phải nói, phải giao tiếp rất nhiều. Tôi hy vọng lấy độc trị độc. Và đúng là như thế thật.

Tiếp theo đây, tôi sẽ chia sẻ lại hai tip tôi vẫn đang áp dụng mỗi ngày để tự tin hơn hay nói cách khác, để người khác thấy tôi đang rất tự tin.

BODY LANGUAGE RẤT QUAN TRỌNG

Body language (ngôn ngữ cơ thể) rất quan trọng trong việc giao tiếp, cũng là một công cụ hữu hiệu để thể hiện sự tự tin của mỗi người. Việc giao tiếp không chỉ đơn thuần thể hiện ở lời nói, mà còn ở cả điệu bộ khuôn mặt, tác phong đi đứng... Thử tưởng tượng bạn bắt đầu hẹn hò giấu mặt (blind-date) với một anh chàng hay cô nàng nào đó, khi cô ấy hoặc anh ấy bước vào gặp bạn, khi hai người chưa nói câu gì thì bạn sẽ nhìn vào đâu để đánh giá? Bên cạnh việc đầu tóc, quần áo, đương nhiên bạn sẽ đánh giá đến cách đi đứng, cách thể hiện ngôn ngữ cơ thể đúng không nào?

Để làm chủ được ngôn ngữ cơ thể là cả một nghệ thuật, không thể một sớm một chiều muốn học là học được. Vậy nên tôi chỉ chia sẻ ở đây một số tip bạn có thể thực hiện được ngay ở lần giao tiếp tiếp theo, chắc chắn sẽ thấy hiệu quả:

- Cười khi gặp người khác. Dân gian có câu: “Một nụ cười bằng mười thang thuốc bổ”. Chẳng có ai để lại ấn tượng tốt khi gặp một người lạ với khuôn mặt đờng đờng sát khí cả. Vậy nên, tip đầu tiên tôi hay áp dụng khi gặp một người mới quen là cười một cái thật tươi. Phản xạ của người khác khi nhìn thấy bạn cười là sẽ cười lại, và khi bạn thấy một người cười với bạn, chắc chắn bạn cũng dễ dàng và thoải mái hơn để bắt đầu một cuộc trò chuyện.
- Giao tiếp bằng ánh mắt khi nói chuyện. Cái này cũng rất quan trọng, nó thể hiện rằng tôi đang tập trung vào cuộc trò chuyện và tôi thực sự lắng nghe người khác nói. Đương nhiên không phải lúc nào cũng nhìn chăm chăm vào mắt người ta, nhưng tôi ghét nhất ai đó ngồi nói chuyện với tôi mà bấm điện thoại. Thà gặp nhau 30 phút nói chuyện tập trung còn hơn gặp nhau ba tiếng mà mỗi người ôm một cái điện thoại hết lượt Instagram rồi lại lên Facebook.
- Bắt tay. Tip này tôi dành riêng cho việc xây dựng các mối quan hệ làm ăn và khi đi phỏng vấn. Tôi thấy điều này nhiều bạn sinh viên còn thiếu. Thực chất không cần phải tập một cái bắt tay

xịn, đỡ tay như thế nào, đặt tay ở đâu, làm cái gì... Bạn chỉ cần tập một cái bắt tay cơ bản, đừng lỏng lẻo quá, đừng bóp tay người ta chặt quá, đừng bắt tay khi tay đầy mồ hôi... như vậy là được. Khi nghĩ về việc bắt tay như một cử chỉ thông thường, bạn sẽ bắt tay rất tự nhiên, giống như việc lái xe máy, bạn không cần nghĩ đến việc phải đạp phanh như nào, ấn còi ra sao, mà vẫn cứ lái vi vu.

- **Để lộ lòng bàn tay.** Đây là một thủ thuật về tâm lý đã được nghiên cứu trong cuốn Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thể (Body Language) của tác giả Allan & Barbara Pease. Việc để lộ lòng bàn tay khi nói chuyện sẽ giúp cho người đối diện tin tưởng mình hơn, thấy mình tự tin hơn. Cái này phải tập. Trước khi tập để lộ lòng bàn tay như thế nào, hãy tập bỏ các động tác xấu mà chúng ta hay làm khi lo lắng đã. Đó là KHOANH TAY trước ngực, GIẤU TAY dưới gầm bàn khi phỏng vấn, ĐÚT TAY túi quần hoặc GIẤU TAY ra sau khi nói chuyện với người khác. Bỏ ngay đi nhé! Bạn nào muốn tìm hiểu thêm về các tip hay ho kiểu như này thì có thể đọc thêm cuốn sách ở trên.
- **Đứng thẳng.** Cuối cùng là tư thế, cái này tôi cũng đang tập dần. Khi đứng thẳng, đầu ngẩng cao, ngực ưỡn ra phía trước, tự nhiên bạn sẽ thấy bản thân cao lớn hơn, tự tin hơn. Trước đây, dáng tôi đi hay bị chê là gù gù, cổ rút rút như kiểu đang sợ sệt gì đó. Cái này cũng phải tập, tập ngồi thẳng lưng khi làm việc, tập đến phòng gym để tư thế chuẩn hơn.

CHẾ NGỰ NỖI LO LẮNG TINH THẦN

Ở trên tôi đã nói về việc thay đổi tư thế như thế nào để tự tin hơn. Đoạn này tôi sẽ chia sẻ một xíu về việc thay đổi tinh thần, suy nghĩ bên trong như thế nào để tự tin hơn.

Hồi xưa tôi rất sợ nói trước đám đông, sợ gặp người lạ vì không biết người ta sẽ nghĩ gì, sẽ đánh giá gì về mình, lỡ mình nói cái gì sai người ta cười mình thì sao... Sau này được làm tư tưởng rồi, tôi cũng bớt sợ hơn. Tôi hay làm tư tưởng như thế này:

• Luôn tâm niệm trong đầu mỗi khi gặp người lạ là “Không sợ bố con thằng nào!”. Dù gì thì thế giới có những 7 tỉ người (hình như bây giờ hơn rồi), lỡ tôi có nói gì đấy sai thì thôi, kiếm người khác nói chuyện. Người ta không hợp tác, làm việc với mình thì có người khác, thiếu gì. Người ta không mua hàng của tôi thì có người khác, sợ gì. Tôi tiếp cận với tư tưởng như vậy đấy. • Ai cũng có điểm khiến họ không tự tin. Các em hot girl thì có thể xinh xắn hơn nhưng chắc gì đã thông minh, làm việc tốt. Tương tự các anh hot boy phòng gym sáu múi thể thôi nhưng chắc gì họ đã có công việc tốt. Vậy nên tôi ngừng việc so sánh bản thân với người khác, mà so sánh bản thân với chính mình. Xem mỗi ngày tôi học thêm được cái gì, tiến bộ được gì, có gì mới không?

Nói chung nếu là một người hướng nội (introvert), chúng ta cần biết phát huy những điểm mạnh về việc lắng nghe, viết lách, làm việc độc lập của bản thân, chứ không cần phải cố gắng chứng minh, phấn đấu để trở thành người hướng ngoại (extrovert). Bằng các tip ở trên, tôi hy vọng các bạn sẽ tự tin hơn, từ đó giúp ích nhiều hơn cho việc mở rộng network và đi tìm việc cho chính mình.

Trong quá trình phát triển bản thân, xây dựng lộ trình nghề nghiệp, sẽ có nhiều chuyện bên ngoài xảy ra chẳng thể nào kiểm soát, quan trọng là cách chúng ta phản ứng như thế nào với các sự kiện đó.

3Thích nghi với hoàn cảnh

Thành thật chia sẻ với các bạn, tôi không dám tự nhận mình là người quá giỏi ở lĩnh vực gì cả. Tôi chỉ thấy bản thân là người đa năng, mỗi thứ biết một tí, có khả năng thích ứng tốt, thích chia sẻ với mọi người những gì mình biết, nghĩ gì nói đấy. Trong phần này tôi sẽ tiếp tục “nghĩ gì nói đấy” về một số vấn đề cá nhân mà tôi gặp phải cũng như quan sát được khi làm thương hiệu cá nhân cho bản thân.

Như đã chia sẻ nhiều lần ở các phần trước, yếu tố then chốt nhất để có thể xây dựng được một thương hiệu cá nhân vững chính là bạn phải thực sự đam mê chủ đề đó. Nhưng đam mê không thì chưa đủ, nếu bạn không có kế hoạch cụ thể, không vạch ra lộ trình rõ ràng, thì kết quả là việc xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ chẳng đi đến đâu cả. Tuy vậy, kể cả khi đã lên một kế hoạch rõ ràng từng đường đi nước bước từ A đến Z, bạn vẫn cần phải học cách thích nghi và sẵn sàng với mọi sự thay đổi bất ngờ. Trong quá trình phát triển bản thân cũng như xây dựng lộ trình nghề nghiệp, sẽ có nhiều chuyện bên ngoài xảy ra mà bạn chẳng thể nào kiểm soát, quan trọng là cách bạn phản ứng như thế nào với các sự kiện đó và tiếp tục tiến lên.

Bản thân tôi rất đam mê với công việc tư vấn hiện nay. Công việc của tôi bây giờ rất tuyệt: viết về những gì mình thích, tư vấn cá nhân và tổ chức các lớp học giảng dạy kỹ năng cho các bạn trẻ. Tuy nhiên trong khoảng hai năm từ lúc bắt đầu xây dựng thương hiệu cá nhân cho đến thời điểm bây giờ, khi đã phần nào ổn định, tôi cũng phải tập thích nghi với hoàn cảnh nhiều lần.

Việc đơn giản và dễ thấy nhất là tôi hết tiền. Không thể nào theo đuổi đam mê mãi mà không có thu nhập. Vậy nên, tôi quyết định phải đi làm full-time ở một vài tổ chức. Có thời điểm tôi làm cho một hãng phim, cả ngày ở rạp chiếu. Có thời điểm tôi làm digital marketing cho một trung tâm tiếng Anh, công việc hằng ngày là quản lý website, làm việc với báo chí và các đơn vị truyền thông. Cũng có thời điểm tôi làm cho một tổ chức phi chính phủ, tổ chức

trại hè cho các bé từ 5 – 16 tuổi. Gần đây, tôi làm cho trường đại học RMIT, phụ trách công việc truyền thông cho một phòng ban trong trường. Câu hỏi đặt ra là, bận bịu với công việc full-time như vậy, tôi có mệt, chán, nản và tạm gác việc theo đuổi đam mê lại không? Câu trả lời là không. Dù công việc full-time có mệt đến đâu, tôi cũng vẫn cố gắng dành thời gian theo đuổi đam mê viết lách của bản thân. Nếu 8 tiếng đi làm full-time không viết được thì sao? Hãy dậy sớm từ 5 giờ để viết, tối về bớt xem phim chơi game để làm các dự án của riêng mình. Cuối tuần bớt chút thời gian nghỉ ngơi để tổ chức các khóa học. Nhiều bạn sẽ nghĩ làm việc cả ngày như vậy là tham công tiếc việc, nhưng để theo đuổi một cái gì đó, đôi khi bạn sẽ phải hy sinh một chút những việc khác. Tôi rất thích một câu trong sách Đường đến Stanford của Huyền Chip: “Giả sử đời người có bốn chiếc bếp: Gia đình, sự nghiệp, bạn bè, sức khỏe, để thành công xuất chúng trong hai lĩnh vực nào đó, bạn bắt buộc phải tắt đi hai bếp còn lại. Bạn sẽ chọn tắt bếp nào đây?”.

Càng nổi tiếng bao nhiêu, càng nhiều “anti-fan” bấy nhiêu.

4 Bị chỉ trích thì làm sao?

Khi quyết định làm thương hiệu cá nhân, hãy sẵn sàng đón nhận những người không thích hoặc thậm chí sẽ chỉ trích bạn. Bạn nào may mắn thì lượng người không thích sẽ ít, bạn nào không may thì sẽ có nhiều hơn. Càng nổi tiếng bao nhiêu, càng nhiều “anti-fan” bấy nhiêu. Điều này là không thể tránh khỏi, đặc biệt trong môi trường mạng xã hội tại Việt Nam hiện nay – nơi còn khá nhiều “trẻ trâu” và dễ dàng bị dắt mũi. Khi bắt đầu chia sẻ những gì mình biết trên mạng xã hội, bạn có thể bắt đầu gặp những người nói bạn là “thích thể hiện”, “không biết gì thì im mồm đi”, “trình độ chẳng bằng ai mà cứ hay nói”, “lừa đảo”, v.v..

Những ngày đầu khi mới thấy những dòng comment như thế này trên Facebook hay trên blog cá nhân, tôi cũng sốc lắm. Tính tôi hồi đó dễ bị ảnh hưởng bởi mọi người, nên đọc xong thấy buồn buồn, sợ sợ, chả có cảm hứng làm gì thêm nữa. Sau này, tôi học được cách “bơ đi mà sống”. Tôi học được rằng việc người khác suy nghĩ gì, nói gì về mình, tôi chẳng thể kiểm soát được. Cái tôi có thể kiểm soát là cách phản ứng của bản thân trước những điều tiêu cực đó. Nếu bạn chọn phản ứng “chán nản, buồn” thì bỗng nhiên mọi thứ xung quanh bạn cũng sẽ như vậy. Nếu bạn chọn phản ứng “mặc kệ, không quan tâm” thì bạn cũng sẽ dễ dàng quên những thứ chỉ trích đó thôi.

Cuối cùng tôi học được là, hãy chia thế giới làm ba phần. Một phần là những người yêu quý bạn, một phần là những người không biết bạn là ai và phần cuối cùng là những người ghét bạn. Có ba phần như vậy, tại sao lại cứ phải tốn thời gian giải thích cho những người ghét mình, tại sao không dành thời gian cho những người yêu quý mình, và dành thời gian để những ai chưa biết đến mình biết thêm về mình, phải không nào?

Mọi người càng bàn luận nhiều về sản phẩm của bạn, bạn càng có cơ hội để hoàn thiện sản phẩm tốt hơn.

5 Không bỏ quên những điều nhỏ nhất

Nhờ có mạng xã hội, những câu chuyện, bài viết, status, video của bạn làm ra đến được với nhiều người đọc hơn. Nhưng mặt trái là bạn sẽ không thể kiểm soát được việc mọi người nghĩ gì, nhận xét gì, comment gì, thích hay không thích gì ở bạn, ở sản phẩm bạn bán hay nội dung bạn viết. Vậy liệu chúng ta có nên cứ bơ đi không? Câu trả lời là không. Mọi người càng bàn luận nhiều về sản phẩm của bạn, bạn càng có cơ hội để hoàn thiện sản phẩm tốt hơn.

Ví dụ trước đây tôi có hai thương hiệu chính là anhtuanle.com và 8morning.com, là hai website chia sẻ lại các bài viết về hướng nghiệp cho các bạn trẻ. Cứ một tuần một lần, tôi sẽ lên Google và vào Facebook gõ vào thanh tìm kiếm hai cái tên này, đọc từng status, từng dòng comment của các bạn xem các bạn ấy có nói gì liên quan đến hai cái tên này không. Nếu tôi thấy bạn đọc hiểu nhầm chỗ nào đó, tôi sẽ vào giải thích. Nếu tôi thấy bạn đọc khen, tôi sẽ vào thả tim. Nếu bạn đọc cần thêm thông tin, tôi sẽ kiểm tra thông tin để gửi cho họ. Chính những việc làm rất nhỏ này đã giúp tôi tương tác được nhiều hơn với các bạn, tạo ấn tượng tốt hơn với các bạn ấy (và sau đấy được các bạn ấy giới thiệu cho bạn bè). Cũng chính những việc này giúp tôi bớt “kẻ thù” hơn, thi thoảng mới nhận được vài câu chửi bới nhảm nhí của cư-dân-mạng.

Một việc nhỏ bạn có thể làm là chúc mừng sinh nhật mọi người trên Facebook. Thay vì vào timeline của họ để lại vài chữ “cmsn”, hãy dành thời gian inbox từng người, chúc một lời chúc chân thành, chắc chắn người ta sẽ nhớ lâu.

Thất bại cho bạn thêm kinh nghiệm. Thất bại chẳng khiến bạn mất gì ngoài chút thời gian. Thất bại để tránh thất bại tương tự trong tương lai.

6Không bỏ cuộc!

Không bỏ cuộc là nói có với cơ hội được thất bại. Tôi luôn cho rằng, khi còn ngồi trên ghế nhà trường, bạn nên tìm cơ hội để được thất bại càng nhiều càng tốt. Thất bại cho bạn thêm kinh nghiệm. Thất bại chẳng khiến bạn mất gì ngoài chút thời gian. Thất bại để tránh thất bại tương tự trong tương lai.

Tôi không thích viết kiểu triết lý dài dòng, nên sẽ kể một vài câu chuyện nhỏ như thế này, biết đâu bạn sẽ rút ra được mấy điều từ câu chuyện của tôi.

Hồi mới qua Úc, thấy bạn bè ai cũng có việc làm, tôi thèm lắm, phải quyết tâm kiếm bằng được việc cho bằng anh bằng em. Thế là cũng ngồi làm CV, viết cover letter (thư xin việc), tìm mấy trang tìm việc online của Úc. Hồi đó, tôi biết được hai trang là Seek và Gumtree, là hai trang tìm việc nổi tiếng của Úc, giống kiểuVietnamwork hay vLance của Việt Nam. Tôi dành hẳn một ngày, ngồi tìm đủ thứ việc, cứ thấy việc nào làm được là nộp đơn. Nào là bồi bàn, rồi mở cửa khách sạn, lau chùi, bê đồ, marketing, thu tiền điện, v.v.. Ngoài việc nộp CV, tôi cũng viết riêng cho mỗi công việc một cover letter mùi mẫn, kiểu có kỹ năng này kỹ năng kia, ham học hỏi, sẵn sàng làm mọi thứ được giao... Chính vì viết cover letter riêng cho từng việc nên cũng khá tốn thời gian. Tôi quan điểm là cứ nộp 100 chỗ thì may ra 10 chỗ họ đọc hồ sơ của mình, 10 chỗ đó thì có khi được hai chỗ gọi phỏng vấn và chưa chắc đã có chỗ nhận. Nhưng ít nhất cũng có tí % mà, phải không? Xin việc bên Úc có một cái hay nữa là các nhà hàng bên đó hay dán biển tuyển người bên ngoài. Thế là tôi dành hẳn một hôm, lượn khắp Footscray, phố Swanston, Chinatown, cầm theo 20 cái CV, cứ thấy chỗ nào tuyển người mà áng chừng làm được là lao vào ứng tuyển. Còn trẻ, còn thời gian rảnh rỗi mà, có bận bịu lắm đâu, nếu đang cần việc sao không dành thời gian tìm việc chứ?

Kết quả của việc chai lì đó là có khoảng sáu chỗ gọi phỏng vấn và tôi đã làm việc ở bốn chỗ trong số đó, tuy thời gian ngắn nhưng cũng là trải nghiệm thú vị. Đặc biệt rất bất ngờ là CV của tôi khi đó

được hẳn một nhà hàng Ý bốn sao trên biển gọi đến phỏng vấn và thử việc, chứng tỏ tôi viết cover letter cũng không tệ. Vì vậy, tôi muốn nói là nếu các bạn đang xin việc mà không nhận được hồi âm hay chưa có hiệu quả thì cũng đừng nản. Tuy nhiên, không có nghĩa là bạn vẫn cứ tiếp tục nộp đơn theo cách cũ. Hãy dành thời gian tự xem lại hoặc hỏi tư vấn xem CV của mình vì sao chưa tốt để biết đường cải thiện tình hình.

Có một câu chuyện nữa như thế này. Hồi đó tôi tự nhiên hứng thú muốn làm một nhà báo, viết báo về thể thao. Tôi thích thể thao, lại thấy mấy anh nhà báo mỗi dịp SEA Games, World Cup được đi đây đi đó, nên mới nảy sinh ý tưởng như thế. Vậy là tôi bắt đầu lục lọi mấy trang web thể thao và mấy tờ báo giấy, tìm contact để gửi CV cho họ. Đương nhiên với một đứa chả có tí kinh nghiệm nào như tôi, chẳng ai thèm gọi. Thế là tôi đổi phương án, nhờ một lần làm sự kiện với một anh giám đốc của một tờ báo nọ, cũng có chuyên mục thể thao, tôi quyết định liên hệ trực tiếp, nhắn tin Facebook lân la hỏi, xin xỏ cho em làm không công tích lũy kinh nghiệm... Kết quả là cũng được hồi âm, yêu cầu viết thử một bài xem sao. Tôi viết thử một bài và lại thất bại. Lúc này thì chán lắm rồi, nhưng tôi chợt phát hiện ra bên báo đó có một mục khá hay là viết bài với tư cách độc giả, tức là không cần phải là người viết chuyên nghiệp, vẫn có thể đóng góp được.

Vậy là tôi cặm cụi viết bài, mỗi tuần gửi một vài bài qua email cho bên đó, có bài được đăng, có bài không, nhưng ít nhất sau một thời gian thì các anh chị bên đó đã bắt đầu quen mặt. Vậy nên đến kì tuyển dụng người viết sau đó, nghiêm nhiên tôi có lợi thế hơn hẳn. Bây giờ, tôi vẫn đang làm freelance cho bên đó. Tôi muốn nói là, có rất rất nhiều cách để bạn có thể kiếm việc làm cho mình, không chỉ có mỗi việc ngồi xem có công ty nào đang tuyển người hay không. Vậy nên, hãy tự trau dồi kỹ năng, coi mình như một món hàng (nghe hơi kinh nhỉ), đóng gói lại đem trực tiếp đến rao bán cho nhà tuyển dụng.

Gần đây tôi có tham dự một buổi đào tạo. Ở buổi đào tạo đó có 20 người, ai giỏi nhất hôm đó thì được làm chính thức cho công ty. Đương nhiên tôi không phải người đó. Nhưng điều khác biệt tôi làm là, trước khi về, tôi xin contact của tất cả diễn giả ở đó, và sau khi về nhà, tôi gửi mail cho từng người để cảm ơn về buổi nói chuyện. Và khi nhận được mail hồi âm, đó là lúc lái câu chuyện sang một hướng khác, sao cho có lợi nhất với mình. Vậy nên tuy sau buổi đào tạo, tôi không phải là người xuất sắc nhất, nhưng CV của tôi vẫn được biết đến bởi ít nhất hai diễn giả của buổi hôm đó, đều là CEO và tôi đã có cơ hội phỏng vấn trực tiếp với họ (tuy rằng họ không có đợt tuyển dụng nào). Đó là lý do vì sao những buổi hội thảo, tọa đàm, rất có ích và bạn nên tìm cách tận dụng nó.

Khi chết, ta chỉ tiếc những việc ta chưa thử chứ chẳng ai tiếc những việc đã làm và thất bại.

Lời kết

Bây giờ là thời điểm bùng nổ của mạng xã hội, đặc biệt là ở Việt Nam. Người người dùng mạng xã hội, nhà nhà dùng mạng xã hội. Các doanh nghiệp cũng phải vội vàng dùng mạng xã hội để kinh doanh. Một vài phòng ban chính phủ cũng đã phải dùng Facebook để trao đổi thông tin với người dân. Chắc chắn trong tương lai vài năm nữa, mạng xã hội sẽ còn phát triển hơn nữa. Và nếu bạn là một người trẻ, hãy sẵn sàng để học ngay những kỹ năng để tận dụng được sự phát triển này.

Dù bạn làm công việc gì, đừng chỉ đọc những thứ tôi viết trong cuốn sách này và máy móc làm theo. Trong sách tôi có chỉ dẫn cho các bạn từng bước để tận dụng Internet làm thương hiệu cá nhân, các bước này là các bước tôi đã từng làm và có hiệu quả. Tuy nhiên, mạng xã hội và Internet sẽ thay đổi rất nhanh. Vào thời điểm tôi đang viết đây, Facebook đã có livestream, Instagram có instastory, ai biết là trong vài tháng nữa sẽ có thêm tính năng gì hay ho nữa. Vậy nên, bên cạnh những gì cơ bản bạn đã biết trong cuốn sách này, nếu bạn bắt gặp một tính năng nào đó hay ho, một cái gì đó mới, đừng ngần ngại học, thử và áp dụng ngay. Đừng sợ thất bại. Khi chết, ta chỉ tiếc những việc ta chưa thử chứ chẳng ai tiếc những việc đã làm và thất bại.

Mỗi người sẽ có một hướng đi khác nhau trong sự nghiệp. Dù bạn chọn con đường nào, tôi mong bạn sẽ luôn vui và hạnh phúc với quyết định đó.

Phụ lục

Phụ lục 1 Các bước để xây dựng thương hiệu cá nhân

Cuốn sách này chủ đề chính là xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội. Nên phần phụ lục này tôi sẽ tóm tắt lại các bước để làm điều đó:

1. Tìm xem đam mê của mình là gì.
2. Để chắc chắn đây là đam mê của mình, hãy thử nghĩ về 50 bài viết bạn có thể viết về đam mê đấy.
3. Trả lời hai câu hỏi sau:
 - Đây có đúng là đam mê của mình không?
 - Mình có giỏi về cái “đam mê” này so với người khác không?
4. Đặt tên cho thương hiệu cá nhân của bạn. Tên gì cũng được, càng đặc biệt càng dễ nhớ. Ví dụ như “siêu-nhân-thả-thính” để nói về chuyện yêu đương.
5. Lên PAVietnam.com để mua một tên miền .com hoặc .vn.
6. Chọn hình thức bạn muốn quảng bá thương hiệu cá nhân: quay vlog, viết blog hay làm audio.
7. Mở một tài khoản Wordpress, Wix hoặc Weebly.
8. Nhờ ai đấy thiết kế lại website cho bạn.
9. Thêm các nút chia sẻ và liên kết với mạng xã hội trên blog của bạn.
10. Lập một Fanpage cá nhân.
11. Đăng ký tài khoản Hootsuite hoặc Buffer để có thể chia sẻ một thứ lên nhiều trang mạng xã hội cùng lúc đỡ tốn thời gian.

12. Bắt đầu viết bài.
13. Bắt đầu tạo cộng đồng bằng cách comment ở bài viết có cùng chủ đề của người khác hoặc trả lời comment trên các bài viết của chính mình.
14. Dùng Twitter search, Facebook search, Wordpress để tìm và đọc xem những người khác đang viết gì về cùng chủ đề bạn chọn.
15. Dùng Google để xem các “đại ca” nước ngoài đang viết gì.
16. Tham gia càng nhiều các group, like càng nhiều các page liên quan nhất có thể.
17. Làm lại các bước từ 12 đến 16.
18. Làm lại lần nữa.
19. Làm lại tiếp.
20. Khi bạn thấy thương hiệu cá nhân khá ổn định rồi, bạn có thể bắt đầu quảng cáo và kiếm tiền.
21. Xong.

Phụ lục 2 Một vài ý tưởng kinh doanh

Tôi có áp dụng một phương pháp của James Altucher trong sách Choose Yourself!, đó là mỗi ngày tôi sẽ nghĩ ra 10 ý tưởng, bất kỳ đó là ý tưởng gì. Mục đích của việc này là để luyện cho bản thân suy nghĩ tốt hơn và sáng tạo hơn. Trong quá trình nghĩ, tôi thấy có một vài ý tưởng kinh doanh khá hay, mà tôi không có thời gian làm, bạn nào hứng thú có thể làm thử xem sao.

THỜI TRANG DÀNH CHO NGƯỜI BÌNH THƯỜNG

Tôi thấy các trang web thời trang cũng như các trang báo nói về cách phối đồ rất nhiều. Tuy nhiên trên đó toàn là hình ảnh hot girl body đẹp, hot boy đẹp trai sáu múi mặc gì cũng đẹp. Tôi thấy bản thân mình (và nhiều người khác) đôi lúc cũng muốn mặc đẹp lên một tí mà chẳng biết bắt đầu từ đâu. Stylist cho người nổi tiếng thì có chứ chưa thấy stylist cho người bình thường mặc đi dự tiệc, đi phỏng vấn, đi làm đâu cả.

Vậy tại sao bạn không phát triển thương hiệu cá nhân thành một stylist cho người bình thường nhỉ? Bạn có thể tư vấn cho những người mới đi làm, hoặc các sếp cách ăn mặc, cách thay đổi tủ đồ sao cho hợp lý chẳng hạn.

BLOG DẠY CHÓ

Tôi thấy ở Việt Nam bây giờ nuôi chó cảnh nhiều vô kể, có rất nhiều website hay bài viết về việc dạy chó nhưng đôi lúc đọc thấy hơi hàn lâm (có lẽ do dịch lại) và không thực tế lắm. Vậy nếu là một người am hiểu về chó, bạn có thể mở một blog viết về cách dạy chó, cách chọn chó, chụp ảnh chó, nói chung tất tần tật về chó.

TẬP GYM CHO NHỮNG NGƯỜI BẠN RỘN

Tôi thấy có nhiều bạn cũng muốn thay đổi bản thân nhưng lại bận và ngại đến phòng gym vì tự ti về body. Vậy tại sao bạn không có một dịch vụ tư vấn tại nhà, hướng dẫn tập tại nhà, tạo ra menu ăn uống cho các bạn đó?

Phụ lục 3 Một số người hay ho để theo dõi trên mạng xã hội

Danh sách này có thể sẽ gặp phải phản ứng trái chiều của một vài bạn đọc. Tuy nhiên, tôi nghĩ rằng, mỗi người đều có cái hay riêng, bạn hãy tự chọn lọc cho mình nhé!

- Trung tá Gấu: fb.com/gaupvn
- Tiến sĩ Nguyễn Phương Mai: fb.com/dr.nguyenphuongmai
- Cu Trí: fb.com/tritroc
- Nguyễn Ngọc Long Blackmoon: fb.com/nguyenngoclong1983
- Phan Hải Magazine: fb.com/haithanhhcmt
- Giang Le: fb.com/giang.le.169
- Mượt: fb.com/muot.ma.3
- Tuấn Hà Vinalink: fb.com/tuanvinalink
- Đại K Linh: fb.com/brolinh
- Chris Le: fb.com/chris.le.98
- Trang Hạ: fb.com/khoancatbetong1975
- Nomad Nguyễn Thiên Ngân: fb.com/nguyenthienngan.writer
- Mai Xuân Đạt SEONGON: fb.com/MaiXuanDat
- Nguyễn Đình Thành Elite PR School: fb.com/ThanhMetropole
- Đại Du: fb.com/iloveney.1102
- TS Đặng Hoàng Giang: fb.com/giang.dang.9469

- Đinh Trần Tuấn Linh (Lê Bích): fb.com/tuanlinh
- Mai Anh D: fb.com/maianh.d.5
- Rosie Nguyen: fb.com/rosienguyenvn
- Nguyễn Ngọc Thạch: fb.com/thach.author
- Hiếu Orion: fb.com/HieuOrion
- The Present Writer: fb.com/PresentWriter
- Ngụy Biện – Fallacy: fb.com/nguybienVN
- Sun Huyn: fb.com/bulletjournalvn

Ở Việt Nam bây giờ, ngoài chủ đề văn học và giải trí, tôi chưa thấy có nhiều thương hiệu cá nhân ở các lĩnh vực khác. Tìm đở mắt trên Google thì tôi thấy có một số cái tên như thế này:

- Anh Nguyễn Đức Sơn – nguyenducson.vn: Một trong những người tôi rất hâm mộ trong cách sống và cách viết. Blog của anh tập trung vào chủ đề thương hiệu (branding) là chính. Bạn nào quan tâm đến lĩnh vực thương hiệu thì nên đọc.
- Anh Nguyễn Thành Long – thanhlongnguyen.com: Thời điểm tôi viết dòng này thì anh đang là giám đốc Học viện marketing Cốc Cốc. Blog của anh cũng không nhiều bài lắm nhưng khá là chất về chủ đề digital marketing.
- The Present Writer – thepresentwriter.com: Tác giả là chị Chi, đang học tiến sĩ giáo dục tại Mỹ. Chị hay viết về chủ nghĩa tối giản, các tip học hành của cá nhân, các bài viết rất sâu và hay.
- Rosie Nguyen – rosienguyen.net: Trong năm 2016 chị mới có cuốn sách Tuổi trẻ đáng giá bao nhiêu vô cùng hot. Blog của chị có nhiều chủ đề, nào là sách, nào là du lịch, nào là về người trẻ, cũng rất hay.

- Mai Anh D. – danghuynhmaianh.blogspot.com: Mai Anh là một tay viết trẻ, mới ra cuốn sách Mùa hè năm ấy năm 2016 tôi cũng rất thích. Blog của Mai Anh viết về nhiều chủ đề, giọng văn cũng rất hay, đáng đọc.
- Phoenix Ho – fb.com/phoenix.ho.925: Cô là một trong những chuyên gia về tư vấn hướng nghiệp cực kỳ xuất sắc hiện nay ở Việt Nam. Cô chưa có website riêng nhưng có viết rất nhiều note hay trên Facebook và bắt đầu có một số dự án video hướng nghiệp cũng khá hay.
- Sun Huyn – fb.com/bulletjournalvn: Một bạn trẻ viết rất nhiều cái hay về cách viết sổ Bullet Journal.

Trên đây là một số blog tôi tổng hợp lại từ ý kiến cá nhân. Tôi đánh giá trên đây đều là những blog cá nhân rất hay và các tác giả có thương hiệu cá nhân rất tốt. Nhìn chung như tôi đã nói ở trên, ngoài các tác giả sách và lĩnh vực giải trí, showbiz thì chưa có nhiều người phát triển thương hiệu cá nhân rõ ràng ở các mảng khác. Đây là cơ hội để bạn chọn cho bản thân một mảng và phát triển nó, đi trước đón đầu.