**1.4. Decision Making**

Mình từng gặp một trường rất trớ trêu: *dự án đã đóng rồi, hợp đồng thì cũng đã thanh lý, nhưng mình cứ bị kẹt vô thế nửa nạc nửa mỡ.*

Số là dự án đã qua 3 tháng bảo hành và đã đóng hoàn toàn dựa trên hợp đồng. Nhưng khách hàng thì cứ ỡm ờ. Lúc thì nói muốn ký gói bảo hành một năm, lúc thì không thấy đá động phản hồi gì hết.

Mà oải cái là anh chàng Contact Point bên khách hàng cứ lâu lâu nhắn mình, nhờ support cái này, cái kia.

* Về lý, team mình không việc gì phải tiếp tục support. Nếu muốn support, khách hàng phải ký hợp đồng Maintenance, không nói nhiều.
* Về tình, team mình không thể nói không support, vì còn phải giữ mối quan hệ cho những deal sau này (rất có thể là những deal lớn). Đặc biệt là khi họ đang *nửa nạc nửa mở* nói muốn ký tiếp hợp đồng Maintenance. Nghĩa là miếng ăn đang cận kề trước mặt…, nên không nỡ phũ được.

Nếu tạm bỏ qua các quyết định về lãi lỗ *(vì có thể ký hợp đồng maintenance nhưng team mình vẫn lỗ)*, thì dưới vai trò BA, anh em sẽ ***giải quyết vấn đề*** này như thế nào?

Rõ ràng anh em phải ra quyết định đúng không nào:*Support hay không support, không support hay support nói một lời.*

Ngoài ra, anh em vẫn có thể raise lên để mấy sếp giải quyết. Quyết định nào cũng có cái lợi, cái hại. Nó tùy thuộc vào anh em. Kỹ năng ra quyết định của mình là ở chỗ này.

Dự án sau đó có êm hay không, mọi người có còn happy với nhau hay không chính là nằm ở những quyết định của mình trong dự án.

Như mình, mình không thích ỡm ờ, nhưng vì *“một lý do nào đó”,* khách hàng không rõ ràng, hoặc *“không muốn rõ ràng”*. Tuy nhiên, nếu khách hàng muốn nửa nạc nửa mỡ, thì mình cũng sẽ nửa nạc nửa mỡ. Thích ba rọi, thì có ngay ba rọi.

Những điểm nào mình có thể trả lời ngay, “low\_energy”, thì mình hoàn toàn có thể support họ. Còn những vấn đề khác phức tạp hơn, đòi hỏi “high\_energy” hơn thì mình sẽ tìm cách từ chối khéo.

Và mình cũng sẽ linh động từng case, theo khả năng có thể phát sinh thêm những issue khác. Cố gắng triệt để những vấn đề này. Vì nếu có ký maintenance thì team mình cũng sẽ là bên phải giải quyết.

Nên dù gì người được lợi nhất vẫn là cả khách hàng và team dự án mà thôi

Đây chỉ là cách để mình dung hòa mối quan hệ và lợi ích của 2 bên. Và nó có khoảng thời gian nhất định, chứ không thể kéo dài suốt được. Đặt một hạn chót, và cho khách hàng *“chỉ được ỡm ờ”* tối đa trong khoảng thời gian này. Sau thời gian này, mọi thứ cần phải rõ ràng.

…

Trên là ví dụ điển hình gần đây nhất mình gặp phải. Còn anh em gặp trúng những ca củ chuối nào, kể bên dưới còm men nhé.

Rõ ràng là xuyên suốt dự án có rất nhiều trường hợp mà anh em BA phải ra quyết định một mình.

*Kỹ năng giải quyết vấn đề* thì **luôn đi kèm** với *kỹ năng ra quyết định*. Còn việc *ra quyết định* thì luôn đi kèm với hai chữ ***“trách nhiệm***”

Đừng để [người khác phải đổ vỏ](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/nhung-luu-y-khi-kt-du-an/) cho những quyết định của mình, meo meo…

Mỗi quyết định đưa ra đều dẫn đến một cánh cửa nào đó.

Cửa *dẫn dự án đến đích* có, *dẫn xuống vực* cũng có. Một lần nữa, đi cánh cửa nào là tùy vào kinh nghiệm và khả năng chịu khó quan sát, học hỏi của chính bản thân mình.

**Nên làm để rèn luyện**

* Chịu khó **quan sát**, hỏi người khác**vì sao** họ lại làm như vậy.
* **Xông pha** nhận các dự án mới, task mới.
* **Dám làm** những cái mới >> **dễ sai** >> dám **nhận trách nhiệm** >> **học** cái sai >> **có kinh nghiệm**>> lần sau **quyết định đỡ sai** hơn.
* Nên có **mentors** cho mình.
* Tập hỏi **5 Whys** cho các vấn đề cá nhân thường ngày.
* Chịu khó **đọc sách** *(học được nhiều câu từ, cách diễn giải hay >> tăng khả năng ăn nói, diễn đạt hiệu quả hơn)*
* **Suy nghĩ kỹ** trước khi nói. Đặc biệt là những anh em hay hấp tấp như mình, và cả những anh em hay nóng tính
* Tải game *Plant vs. Zombies 2*, *Clash Royale*, *Football Manager*… về chơi, hoặc các ***game puzzle, chiến thuật*** khác >> tăng khả năng tư duy logic, dàn xếp đội hình.
* Tập vẽ **mind map.**
* Ngủ sớm, dậy sớm >> **tỉnh táo hơn** >> quyết định sáng suốt hơn >> vấn đề được giải quyết tốt hơn.
* Ăn trái cây nhiều >> tránh lão hóa, tăng đẹp chai, cu te, tăng độ **minh mẫn, suy nghĩ thấu đáo** hơn
* Chơi đá banh, nhảy dây, bắn thun các kiểu…, miễn là **thể thao lành mạnh.**

**1.5. System Thinking**

Kỹ năng cuối cùng trong nhóm Analytical Thinking đó là System Thinking

System Thinking nghĩa là **Tư duy hệ thống**.

Tư duy hệ thống là khi mình *hiểu và nhìn nhận vấn đề* trên một góc nhìn**tổng quan nhất**. Để khi có một vấn đề phát sinh, *tư duy hệ thống* sẽ giúp chúng ta hầu như tự động nhìn nhận được ***những thứ bên trong*** hoặc ***những thứ liên quan*** đến đối tượng đó, mà có thể bị tác động. Từ đó tính toán hay làm gì tiếp là tùy vào anh em.

Như mình có note ở bài [Bí kíp chân truyền của BA](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/bi-kip-chan-truyen-cua-ba/), cái quan trọng nhất là mình nhìn bất kỳ một hệ thống nào dưới góc độ các **components** và **relationship** giữa chúng với nhau.

Tư duy này giúp ích anh em BA rất nhiều trong quá trình làm dự án.

Ví dụ ngay lúc đầu, chúng ta vẽ ABCDEFGH để làm. Tầm 3 tháng sau, khách hàng thay F bằng K ==> *vấn đề bắt đầu phát sinh.*

Nếu không có*tư duy hệ thống*, chúng ta sẽ rất mịt mờ, và **thường không có khuynh hướng cân nhắc** xem thử:

* *Rút ông F ra, thế ông K vào thì nó****sẽ ảnh hưởng gì****tới những ông A, B, C, D, E, G, H còn lại.*
* *Và ảnh hưởng gì tới nguyên cụm ABCDEFGH ban đầu?*

Đây là việc anh em **phải làm rất thường xuyên** với bất kỳ change request nào, dù to hay nhỏ.

Do đó, những ai có tư duy hệ thống sẽ **có khuynh hướng phân tích điều này** một cách*tự nhiên, đầy đủ*và*rõ ràng* hơn bao giờ hết.

Sau cùng thì, những gì mình phân tích được sẽ **giúp ích cho chính chúng ta**.

Nên, *tư duy theo hướng hệ thống* là tốt, nhưng không phải là thứ bắt buộc, vì đâu ai kiểm chứng được là anh đã tư duy hệ thống hay chưa!?!?

Stakeholders chỉ quan tâm: có vấn đề mới nảy sinh đó, giờ BA nó trả lời như vầy, team nó xử lý như vầy ==> *rồi kết qua đem lại****có đáp ứng đúng kỳ vọng****các bên hay không?*

==> Người ta chỉ quan tâm kết quả sau cùng mà thôi.

Nên chuyện tư duy có tổng quát hay không không ai kiểm chứng được ngay, mà người ta **chỉ dựa vào kết quả** làm được.

Nên khi có vấn đề phát sinh, thường thì BA (đặc biệt là mình) sẽ có khuynh hướng “skip” qua bước này. Đặc biệt là lúc bị Mr. Deadline dí sát đít. Vì lo mà cắm đầu làm cho xong chứ ngồi đó tư duy với chả hệ thống@79mahf\*#mjd@@….

Do đó qua bài note này, hi vọng anh em sẽ **chú ý hơn** về khoản này để tránh phiền hà về sau

…

Có những thứ tưởng như nhỏ nhặt nhưng phiền phức vô cùng.

Như trường hợp mình gặp: *khách hàng đòi đổi một trường dữ liệu từ Option Set sang Multi Option Set.* Cấu trúc dữ liệu thay đổi, chấp nhận. Nhưng đó chưa phải ác mộng.

Cái kinh khủng nhất là những report có dính tới field đó.

Lúc mình làm thì hệ thống không query data theo dữ liệu Multi Option Set được, nên không thể visualize lên report. Buộc phải dùng một field text trung gian >> copy giá trị trên field Multi Option Set đó ra field text >> rồi mới query data dựa tên field text này.

Và team phải làm như vầy cho… toàn bộ những field Option Set liên quan tới field mà khách hàng thay đổi, đắng lòng…

Do đó, nếu BA nhìn nhận vấn đề chưa đầy đủ, chưa thấy được những khía cạnh hoặc các thành tố khác có thể bị tác động ==> anh em team nhà **sẽ rất dễ bị bóp.**

Và quan trọng trên hết, anh em phải trang bị đủ kiến thức **thì mới có**được một góc nhìn bao quát và đầy đủ nhất được.

**Nên làm để rèn luyện**

* Phải trao đổi **mọi thứ thật rõ ràng** với team nhà **trước khi confirm** bất cứ thứ gì với khách hàng.
* **Luôn phản hồi**, *nói cho người khác hiểu* anh em đang nghĩ gì trong các buổi họp >> mọi người sẽ xem xét góc nhìn đó đã bao quát hay chưa, hay còn phiến diện quá. ==> Đi họp đừng có im im, ngồi rung đùi từ đầu tới cuối buổi nhé anh em **(anh em tìm hiểu thêm về Thinking Out Loud)**
* **Đọc nhiều** về lĩnh vực, sản phẩm mình đang làm.
* **Quan sát** xem những senior thường nghĩ gì khi có vấn đề phát sinh
* Đa phần mọi người sẽ suy nghĩ rất phiến diện ==> thử **suy nghĩ ngược 180 độ** với hướng suy nghĩ của họ ==> anh em sẽ suy nghĩ bao quát hơn *(ít nhất là so với người đó).*
* Hằng ngày, đi ăn bún bò, hủ tiếu, đi uống cà phê, mua trà sữa, hoặc thấy cô lao công chùi nhà vệ sinh, hãy chú ý nhiều hơn tới **quy trình công việc** của họ.
* Tải game ăn cặp Pokemon, hoặc các game tìm điểm chung ==> tăng độ nhạy trong việc **nhận diện điểm giống** nhau ==> khả năng **phát hiện ra các pattern** trong đời sống xung quanh sẽ cao hơn
* Lâu lâu thử **tìm điểm chung** giữa *những phần mềm* có trong trong điện thoại, giữa *các loại xe máy* trên đường, hoặc *giữa mấy đứa bạn trẻ trâu* xung quanh mình, xem thử những thứ đó có đặc tính gì giống nhau hay không.

**2. Communication**

Cuối cùng cũng đến, đó là **nhóm các kỹ năng về giao tiếp**

Thường anh em sẽ chỉ chú ý đến chuyện giao tiếp qua *đường nói* thôi. Nhưng thực ra còn những khoản khác mình cũng cần chú ý như sau.

**2.1. Verbal**

Đầu tiên là đường nói.

Rõ ràng anh em BA chúng ta cần đường nói rất nhiều. Từ lúc [elicit requirement](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/moi-moc-thong-tin-doi-voi-business-analyst/), đến lúc trao đổi nội bộ, làm việc với đồng bọn ở nhà.

Nói không ai hiểu, coi như tèo.

Nói người ta hiểu sai ý, cũng tèo.

Nói một ý, nhưng phải diễn tả đi diễn tả lại 8 tỷ lần người ta mới hiểu, cũng tèo luôn.

Nói ẩn dụ nhiều quá, người ta tưởng mình đá đểu, cũng tèo luôn.

Đi cà phê với anh em, nói chuyện nhạt quá, không ai thèm chơi, thèm nói chuyện với mình ==> tèo của tèo luôn.

Đi lấy requirement, không dẫn dắt được buổi workshop, nội dung đi lệch hướng ==> tèo nguyên buổi workshop.

Gặp vấn đề, biết root cause ở đâu, thậm chí biết luôn cách giải quyết cho máu, nhưng không thể nào giải thích cho đồng bọn hiểu ==> cả đám cùng tèo.

…

Và còn hàng ngàn những ví dụ khác, mà khi anh em không giao tiếp tốt bằng đường nói, sẽ rất là ác mộng với người làm BA.

Có 2 điểm mình thấy rất quan trọng đối với đường nói, đó là: *Âm điệu* và *Âm lượng*.

* **Âm điệu** của giọng nói là tiếng trầm bổng của giọng mình nói
* **Âm lượng** của giọng nói là mình nói có nhỏ xí, lí nhí trong miệng không, hay mình nói to, rõ ràng…

Mình thấy 2 điều này là cực kỳ quan trọng. Vì nó phần nào sẽ giúp anh em **thu hút được sự chú ý** của người nghe.

Anh em thử để ý trong các buổi meeting, sẽ có những người nói mà chả có ma nào nghe. Những thanh niên này nói một hồi thì bà con mới để ý là… người đó đang nói.

Ngược lại, có những người, mà vừa mới mở miệng ra nói vài chữ, là đã thu hút được sự chú ý của đông đảo quần chúng nhân dân rồi.

Sự khác biệt do đâu?

Có thể người đó rất xịn xò mà ai cũng nể. Có thể là sếp, sếp của sếp, vợ của sếp, ghệ của sếp, vâng vâng.

Nhưng ngoài những yếu tố “nho nhỏ” trên thì theo mình quan trọng nhất vẫn nằm ở *âm điệu* và *âm lượng* của giọng nói.

Tuy nhiên, không phải cứ nói to, trầm, mạnh mẽ là sẽ thu hút được mọi người.

Mình có quen chị kia, hễ chỉ nói là đùng cái mọi người chú ý liền. Lạ lùng vậy đó. Mà được cái là chỉ nói không to, thậm chí là có phần hơi nhỏ, nhưng khi chỉ nói thì lại có sức hút lạ lùng.

Ngoài nội dung có giá trị cho người khác, thì đâu đó mình tin rằng âm điệu và âm lượng góp phần nhiều tạo nên *“hiệu ứng thu hút”* hiệu quả như vầy.

**Nên làm để rèn luyện**

* Phải ***tranh-thủ-từng-tí-cơ-hội-một*** để thuyết trình, nói chuyện trước đám đông. Đám càng đông, càng nguy hiểm >> càng tốt *(vì đám đông sẽ phản hồi lại, chém lại, ném mắm tôm sầu riêng lại những gì anh em nói ==> anh em sẽ tập dần cách đỡ, cách phản hồi, và quan trọng nhất là****cách xử lý****của mình sẽ ngày một tốt hơn)*
* Chịu khó đi **hát ka ra ô kê** với đồng bọn. Chú ý tập hát lấy hơi từ bụng, anh em sẽ hát khỏe hơn, nguy hiểm hơn, và lòe được nhiều người hơn
* Đi cà phê thì chịu khó nói chuyện, chém gió với nhau ==> tập **hình thành lối diễn giải**, và **cân bằng ngữ điệu** của mình cho phù hợp.
* Tập **phát âm rõ**, chữ nào hay ngọng thì nói chậm lại.
* Đi present cho khách hàng, có run quá thì **phải NÓI CHẬM** lại. Vì bản năng mình khi run sẽ auto bắn rất nhanh, nhưng không, cần phải chậm lại.
* Sáng dậy *chịu khó chạy bộ*, hoặc đi làm chịu khó *leo thang bộ* ==> **tập thở, điều phối cách lấy hơi** cho đều, cho khỏe.
* Và sau tất cả, một trong những điều quan trọng nhất để nói tốt là phải…

**2.2. Listening**

Listening – **lắng nghe** người khác.

Nãy là mình***nói tốt*** rồi, giờ thì mình phải ***nghe tốt***. Làm BA mà nghe ẩu là dễ dính chưởng lắm. Vì có những cái, tưởng như đơn giản, mà nếu không nghe kỹ thì là một mớ hầm bà lằng trong đó.

Chưa kể nếu làm với khách hàng nước ngoài, partner nước ngoài, chắc gì mình đã hiểu rõ những yêu cầu *(và cả những ý đồ, mong muốn đằng sau lời họ nói).*

Do đó, nguyên tắc của BA là cứ **phải xác nhận lại** những gì mình nghe, để đảm bảo rằng: **mình nghe đúng** những gì đối phương diễn giải.

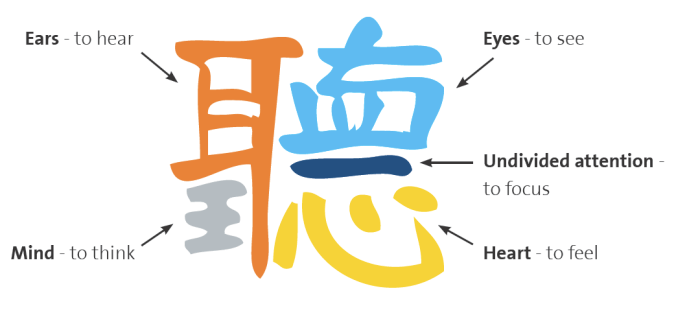
Anh em đừng lo. Nếu có thanh niên nào phàn nàn kiểu như:*ơ thằng này cùi bắp, tiếng anh, tiếng em cùi bắp, gì mà cứ hỏi tới hỏi lui, rồi xác nhận tới lui tùm lum tùm la….*Thì **cứ kệ bà nó.**

Mình cứ xác ***nhận lại cho chắc*** những gì mình nghe đi cái đã. Công việc của mình, mình cứ làm, không cần quan tâm bố con thằng nào ồn ào hết.

Vì nếu nghe không cẩn thận, hiểu sai ý, thì những gì mình phản hồi lại sẽ rất trớt quớt, khi đó thì càng tệ nữa. Khách hàng sẽ nghĩ sai về mình. Sau này làm việc còn khó hơn.

Chưa kể, nghe ẩu – hiểu sai ==> sẽ mang về một mớ thông tin đầy rẫy sự nguy hiểm cho đồng bọn đang ngóng trông ở nhà. Lúc đó vô dự án càng teooooo nữa.

Nên gì đi chăng nữa thì hãy nhớ: ***Listening một cách đàng quàng, cẩn thận, và luôn luôn phản hồi lại để đảm bảo mình hiểu đúng ý người nói.***



**Mindful Listening: Lắng nghe một cách chuyên tâm nhất – phiên bản tàu khựa (Nguồn ảnh: Pinterest/JohnDonaldson14)**

Có thể anh em sẽ quen với hình trên. Bà con đồn nhau rằng: chữ “lắng nghe” tiếng Trung rất có ý nghĩa, bởi vì nó là sự kết hợp của:

* **Lắng nghe** đơn thuần,
* Kết hợp **suy nghĩ**,
* Kèm theo **quan sát**,
* Không thể thiếu sự **tập trung**– tôn trọng người nói,
* Và **cảm nhận** bằng cả trái trym.

Sau cùng, lắng nghe tốt là **cội nguồn** của cả nhóm kỹ năng Giao tiếp này.

**Nên làm để rèn luyện:**

Những buổi workshop quan trọng, hãy**luôn ghi âm** để về nghe lại ==> tránh nghe sót, nghe sai ý *(nhưng nhớ xin phép bà con trước nhé anh em).*

**Luôn phản hồi** lại nếu mình không chắc về những gì nghe được

Mạnh dạn nói: ***“Tiếng Anh tao không được tốt lắm, vui lòng nói chậm giúp tao”****.*Khi mình làm việc với các Support Partners của Microsoft, mình toàn miss, hiểu sai ý nó. Nó hỏi A, mình đi cắm đầu trả lời B, rất nhiều và rất nhiều lần như vậy.  
Và khi mọi thứ được chậm lại, công việc sẽ dễ dàng hơn cho cả hai. Đặc biệt là khi nói chuyện với những accent mà anh em nghe không quen *(như Ấn, Mexico, hay Bồ Đào Nha chẳng hạn…)*

Nếu trao đổi qua điện thoại, hoặc online meeting, hãy luôn đảm bảo là sẽ có người **ghi Meeting Minutes** sau cuộc trao đổi. Vì nói qua điện thoại, hay online meeting sẽ khó nghe hơn rất nhiều ==> nên có biên bản để đảm bảo mọi người cùng đi chung một hướng.

.

.

**2.3. Body Language**

Body Language là ngôn ngữ hình thể.

Đây là đề tài rất chuyên sâu nên anh em cứ Google thêm nhé. Riêng với BA thì mình có những điểm cần chú ý như sau:

**Cử chỉ**

Mỗi sáng vô công ty, mình quan sát thấy có những người:

* Bước zô công ty một cái là cả một vùng trời rực rỡ, tỏa ánh hào quang chói lòa.
* Còn có những người, đi tới đâu là tối thui tới đó, nhìn nó cứ bèo nhèo sao đó.

Vì sao? Vì nó nằm ở **cách đi đứng** của mình, **tư thế lưng** có thẳng, có **tự tin** hay không. Ngồi làm việc ***cổ có gục xuống***không, ***lưng có khòm***hay không.

Nhiều lúc nhìn tư thế làm việc, cũng đủ để biết được anh em có đang *máu lửa*, *hăng say* hay không. Hoặc ngồi meeting mà tay thì cứ nhịp, đùi thì rung muốn gãy ghế thì cũng không ổn.

Cũng là trong buổi meeting, anh em nên tránh khoanh chéo tay, hoặc nói thì phải nhìn vào mắt người đối diện, tránh lãng đi chỗ khác nhiều.

Tức, những thứ nhỏ nhỏ như cử chỉ cũng ảnh hưởng nhiều đến **tinh thần làm việc** của mình. Không những thế, cái tiêu cực nó cũng rất dễ lây lan cho đồng đội xung quanh.

**Cách bắt tay**

Làm BA, anh em sẽ có nhiều cơ hội gặp khách hàng, gặp partner, nên món nghề bắt tay sẽ được dùng khá nhiều. Cái bắt tay có chắc, có tự tin hay không sẽ dễ gây ấn tượng ban đầu với khách hàng.

Khoản này mình khá cùi bắp, vì trước giờ lười thực hành nên chắc cũng không có nhiều cái hay ho để kể với anh em.

Tuy nhiên nói về cái bắt tay tệ thì mình nhiều lắm.

Đối với khách hàng là nam, mình rất hay quên bắt tay sau khi làm việc.

Còn nữ thì mình cũng chưa quen việc bắt tay cho lắm.

Hoặc có những lần bắt tay với những người lớn tuổi hơn, thì mình lại quên kê tay trái chêm dưới tay phải cho lịch sự *(bố láo thế không biếttt).*

Và cũng có lần, mình ngồi bên này, nhưng lại chồm qua bên kia để bắt tay, vâng vâng và vâng vâng.

Do đó, anh em nhớ quan sát, chú ý học hỏi kỹ những điểm nhỏ nhỏ này, đây là những điểm mà **người khác rất dễ có cái nhìn không tốt** về mình.

**Ánh mắt**

Khi nói chuyện 1 với 1, hoặc 1 với 1 đống, thì ánh mắt lúc nào cũng đóng vai trò vô cùng quan trọng.

Anh em thử để ý xem, những người nói chuyện mà dễ gây cảm hứng, dễ truyền năng lượng cho người khác thì *ánh mắt* của họ lúc nào cũng **đầy sức sống** và **truyền cảm hứng** hết.

**Nên làm để rèn luyện**

* Tập bắt tay với đồng nghiệp, bạn bè ==> **cảm nhận** nhịp cái bắt tay; **tập** bắt với nhiều người, thuộc **nhiều đối tượng** khác nhau.
* Lúc present, tập đưa mắt **nhìn hết cả phòng**, nhìn hết **mọi ánh mắt** để tạo sự liên kết với họ ==> nhìn riết rồi sẽ quen ==> dễ truyền đạt hiệu quả hơn.
* **Hạn chế rung đùi**. Mặc dù rung đùi là thể hiện anh em đang đồng tình quan điểm, nhưng rung mạnh quá thì nhìn hãm lắm.
* Tìm **đọc thêm** tài liệu về Body Language >> tìm chỗ **thực hành** theo.

**2.4. Writing**

Kỹ năng sau cùng trong nhóm kỹ năng Giao tiếp là ***Kỹ năng Viết***. Viết là một thứ hằng ngày của người làm Business Analyst.

Anh em trao đổi mail hằng ngày ==> cần phải viết

Anh em xác nhận một cái gì đó với khách hàng qua mail ==> cần phải viết

Anh em mô tả, tóm gọn task trên Jira/ Microsoft Teams ==> cũng cần phải viết sao cho gọn, cho súc tích

Anh em làm document: làm *user manual*, viết *test case*, viết *tài liệu đặc tả* ==> càng cần phải viết cho hay, cho gãy gọn, nhưng vẫn diễn đạt đúng ý. Viết A là người đọc hiểu A, chứ không còn cách hiểu B hay C nào khác.

Hoặc gửi mail yêu cầu tăng lương, xin nghỉ việc, hoặc xin nghỉ phép dài hạn… ==> viết càng hay, càng logic, càng hợp lý ==> càng dễ được chấp thuận.

Và một trong những điều quan trọng nhất là: ***khi nói, anh em sẽ không có nhiều thời gian bằng khi viết.***

Nên thời gian suy nghĩ, để nói sao cho hay, cho gọn khi nói sẽ ít hơn khi viết.

Do đó **nếu tập viết tốt**, kỹ năng nói của anh em cũng sẽ được ***hưởng sái***, tăng lên rất nhiều.

Vì thời gian trau chuốt câu từ đã được thực hiện nhiều khi viết. Viết nhiều, dần sẽ thành quen. Và khi nói, anh em sẽ tự bản năng nói ra những câu từ đã được trau chuốt trước đó

**Nên làm để rèn luyện**

* Muốn viết cho hay thì phải **tham khảo nhiều** ==> tập đọc, cố gắng hình thành thói quen đọc *(đọc báo, đọc blogs, đọc tiểu thuyết, hoặc đọc trên Medium, Quora…)*
* Khi đã tham khảo được nhiều, thì anh em **phải tự viết ra** để những gì tham khảo được nó **trở thành của mình** ==> tập viết trên Spiderum, trên Medium, trên các group, diễn đàn, hoặc viết blog, vâng vâng…
* Sử dụng các**công cụ kiểm tra chính tả**, cách hành văn, ngữ pháp như Grammarly, Microsoft Word
* **Đọc, tham khảo** nhiều cách làm document của các senior đi trước; xem *cách họ viết*, *tổ chức document* sao cho hiệu quả ==> **copy làm theo.**
* Với BA, cứ luôn nhẩm trong đầu: **viết là nghề của mình**, nên phải viết cho đàng hoàng. Viết xong đọc đi đọc lại thấy không chản thì ổn.

Vậy là chúng ta đã đi được 2 nhóm:

* **Analytical Thinking**
* **Communication**

*Nhóm kỹ năng thứ 3 sẽ là…*

**3. Business Knowledge**

Đây là nhóm kỹ năng **bắt buộc** với người làm BA, không ít thì nhiều.

Một cách ngắn gọn, Business Knowledge là nhóm kiến thức liên quan đến NGHIỆP VỤ của khách hàng, mà người làm BA *(chứ không phải Dev, QA, hay QC*) phải thật sự nắm kỹ.

Nắm kỹ để làm gì?

Để có thể trao đổi, tư vấn và tìm ra giải pháp công nghệ nào đó áp dụng cho khách hàng.

Sẽ chẳng có một CFO, hoặc một kế toán nào chịu ngồi trao đổi, thảo luận với anh em về vấn đề của họ nếu anh em không nắm rõ những khái niệm, nguyên lý căn bản trong lĩnh vực của họ cả.

Những thứ như *General Ledger, Trial Balance, Chart of Accounts, Account Payable – Receivable* là gì phải nắm rõ. Vì không thể nào, khách hàng nói đến đâu là mình lại hỏi ngược đến đó được.

Đó chỉ là yêu cầu ở mức căn bản. Hơn thế nữa, khách hàng luôn cần mình ở vai trò tư vấn cho họ.

Mà để tư vấn được, đòi hỏi anh em phải có **kinh nghiệm thực tế** làm những thứ đó. Chứ không có ba láp ba xàm, chưa làm mà chém gió là không được.

Sẽ không ít khách hàng, một cách thật tình nhất, họ sẽ hỏi rõ hồ sơ năng lực của team dự án. Xem thử anh này có kiến thức, kinh nghiệm, trong lĩnh vực đang làm hay không.

Trong ngành bán lẻ, mình là một tờ giấy trắng, vì mình chưa từng làm một dự án triển khai hệ thống bán lẻ nào; cũng như chưa từng làm trong lĩnh vực bán lẻ bao giờ.

Có lần mình gặp khách hàng, cô President cứ liên tục hỏi về độ chín của các thành viên trong team. Hỏi về mức độ am hiểu ngành Retail nói chung, và lĩnh vực thời trang của cổ nói riêng.

Nếu chưa có kinh nghiệm, anh em hãy cứ trả lời thật tình. Đừng chém, vì trước mặt mình toàn là experts. Chém bậy thì chỉ cần 1-2 câu hỏi lại là mình bị chém cho banh xác.

Trước giờ mình làm CRM, việc làm CRM cho ngành *bán lẻ thời trang* nó khác, *sản xuất* nó khác, *giáo dục*, thậm chí *y tế* càng khác nữa. Nếu chỉ làm CRM cho sản xuất, mà đi áp vô tội vạ những đặc thù CRM đó cho thời trang, giáo dục, hay y tế, mà không chịu research trước thì rất nguy hiểm.

…

Tóm gọn, trên thế giới này có cả trăm ngành nghề, trăm lĩnh vực. Cả cuộc đời 40 năm đi làm thì họa may chúng ta chỉ master được ở MỘT số lĩnh vực nhất định mà thôi.

Rèn cho chắc chuyên môn của mình, và liên tục update xu thế là cách đi mình nghĩ an toàn nhất.

BABOK định nghĩa rất nhiều kỹ năng nhỏ trong nhóm Business Knowledge, bao gồm:

* ***Business Acumen:*** độ nhạy bén trong nghiệp vụ
* ***Industry Knowledge:*** kiến thức ngành
* ***Organization Knowledge:*** kiến thức tổng quan về khách hàng *(về turnover, goals, structure…, nhìn chung là thông tin ở cấp độ high-level)*
* ***Solution Knowledge:***kiến thức về những giải pháp mang lại cho khách hàng
* ***Methodology Knowledge:*** kiến thức về các phương pháp luận triển khai dự án.

À mà khoan…

Bài viết về những kỹ năng cần thiết của BA, mà sao lại có nhóm kiến thức kiến ngủ gì ở đây?!?

Một cách dễ hiểu thì đây là những ***kỹ năng đòi hỏi*** ở một người làm công việc BA. Đó là kỹ năng **làm sao** để anh em **có được** những kiến thức này.

Nói về *“làm sao”* thì có nhiều cách:

* Đó có thể là từ **kinh nghiệm đi làm thực tế** trước đó của anh em, trước khi chuyển sang làm BA.
* Đó có thể là cách anh em **nghiên cứu** trước khi tiếp cận dự án *(qua google, qua đồng nghiệp, qua bạn bè, qua người thân…)*
* Hoặc đó có thể là những gì anh em **quan sát được trong cuộc sống** hằng ngày, và **tự đút kết** cho bản thân…

Có thể hiểu đây là nhóm *kỹ năng cứng*, nó là những thứ anh em **có thể làm** để gặt được nhóm *kiến thức chuyên môn* này, kiến thức về nghiệp vụ.

Trong phạm vi bài note này, mình chỉ muốn nhấn mạnh 2 kỹ năng cần có trong nhóm Business Knowledge đối với BA. Vì theo mình, nó là những thứ cần nhất, thiết thực nhất. Và cũng là khó để rèn luyện, học hỏi nhất.

Đó là…

**3.1. Industry Knowledge**

Industry Knowledge, hay còn gọi la Domain Knowledge là ***kiến thức ngành***. Kiến thức ngành giúp cho anh em BA chúng ta hiểu được:

* Các best practice mà người ta hay làm trong ngành này
* Những thứ khó khăn, paint point nhất của ngành này
* Những quy định trong ngành
* Và những quy trình nghiệp vụ cơ bản phải có trong ngành.
* Hay thậm chí, là những thủ thuật chui rút, đường tắt (hợp lệ hay không thì chưa biết) mà thị trường hay làm.

Những câu hỏi anh em có thể đặt ra để hiểu hơn về Industry Knowledge của khách hàng như:

1. Trong ngành này, ai đang là người **dẫn đầu**?
2. Ai là người **thúc đẩy**, **thay đổi** cuộc chơi trong ngành?
3. Sản phẩm/ dịch vụ của các**đối thủ** trong ngành khác nhau – giống nhau như thế nào?
4. Lấy **một vài tên tuổi** trong ngành ra, và xem xét những thông tin sau:
   * *Supplier của họ là ai?*
   * *Các best practice mà họ đang áp dụng?*
   * *Hạ tầng IT của họ ra sao?*
   * *Business Application của họ có những gì?*
   * *BOD gồm những người nào, thông tin cá nhân, mindet của họ ra sao?*
5. Xem xét những **khía cạnh khác** có thể ảnh hưởng tới như: *chính trị, thiên tai, chuyện nội bộ của khách hàng…?*
6. **Đối tượng khách hàng** của khách hàng mà mình đang làm là ai?
7. Hiểu tổng quan về **chu trình**: *production >> marketing >> sales* của họ (vì đây là thứ **khác biệt rõ nhất** giữa các ngành nghề).

Như đợt rồi team mình đang tìm hiểu một khách hàng thuộc ngành giáo dục thì buộc phải dừng lại. Do tìm hiểu một hồi thì mới biết rằng: *khách hàng này có dính dáng đến một số rủi ro về nguồn vốn tài trợ cho dự án (từ World Bank).*

Hoặc có lần mình gặp khách hàng làm F&B tại Việt Nam, thì mới rõ được paint point của họ là: *cần tính được COGS cho từng món ăn có trong từng set menu*. Dựa trên việc phân rã các thành phần nguyên vật liệu có trong món ăn >> set menu đó.

Từ đó, họ có thể định giá bán phù hợp hơn ***theo từng thời điểm*** trong năm.

Hoặc nói về chuyện nội bộ của khách hàng.

Lần đó team mình đang câu một dự án, và đã bỏ ra rất nhiều effort cho dự án này. Tưởng như đã dính deal, nhưng ai dè đến phút cuối khách hàng lại rục rịch đổi CFO, và mọi thứ phải deal lại từ đầu.

Do đó, có rất nhiều thông tin thuộc về *Industry Knowledge* mà anh em phải để ý khi làm dự án.

Tham khảo từ [Global Industry Classification Standard (GICS)](https://en.wikipedia.org/wiki/Global_Industry_Classification_Standard), mình sẽ sơ lược một số ngành mà anh em BA chúng ta có thể gặp trong tương lai như sau.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Industry** | **Sub-Industry** | **Sample Customers** |
| Fast-Moving Consumer Goods | Food, Beverage, Tobacco, Personal Products, Household Products | Unilever, P&G, Vinamilk, Vinacafe,… |
| Transportation | Airlines, Marine, Trail, Road, Infrastructure | Vietjet, VietnamAirlines, VIAGS,… |
| Health Care | Equipment & Services, Pharmaceuticals (/ˌfɑː.məˈsuː.tɪ.kəl/ ), Biotechnology | Careplus, Vinmec, FV Hospital,… |
| Retail |  | AEON, Thế Giới Di Động, PNJ, Fahasa,… |
| Manufacturing |  | Minh Long, Betrimex, Masan, INSEE,… |
| Financial | Banking, Financial Services, Securities, Insurance | Momo, TPBank, ZaloPay, VNDirect, Prudential,… |
| Education | Preschool, K12, Undergraduate, Postgraduate | Fullbright Vietnam, Hoa Sen, AIS,… |
| Hospitality | Accommodation, Restaurants & Bars, Travel & Tourism | VietTravel, Capella Holdings, Condotel,… |
| Energy | Equipment & Services, Oil, Gas, Electricity, Consumable Fuels. | EVN, PetroVietnam, Vietnam Japan Gas,… |
| Construction |  | Rinkai Nissan, Coteccons, Hòa Bình, FDC,… |
| Real Estate |  | Đất Xanh, FLC, VinGroup, Novaland, Nam Long,… |
| Entertainment | Film, Music, Art, Dance, Television, Games… | Cát Tiên Sa, WePro, Hồng Ân, Điền Quân,… |

Đọc JD tuyển BA, anh em sẽ không khó để thấy các yêu cầu như: *tối thiểu X năm kinh nghiệm đối với ngành này, ngành kia*. Hoặc *đã từng làm dự án thuộc domain knowledge thế này, thế kia…*

Tuy vậy nhưng anh em đừng lo lắng, hoang mang hồ quỳnh hương quá. **Vì chưa chắc, có kinh nghiệm trong industry đó lại tốt, còn chưa có kinh nghiệm thì là không tốt**, à há.

Vì nhiều lúc fresh hoàn toàn trong ngành đó, thì anh em lại có những *góc nhìn đơn giản* nhất, nhưng lại là bản chất của vấn đề.

Những câu hỏi đặt ra sẽ hơi mía, và có phần “ngây thơ”. Nhưng nó có thể giúp khách hàng hệ thống lại bức tranh của họ một cách rõ ràng, có nghĩa và chân thật hơn bao giờ hết

Nội dung ở tập 3 khá ngắn, nhưng mình muốn nhấn mạnh đến tầm quan trọng của *Industry Knowledge* đối với bất kỳ một người BA nào.

Tuy nhiên, yêu cầu về Industry Knowledge giữa [BA ở các loại hình công ty](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/muon-neo-duong-ba-p1/) là khác nhau. Anh em cân nhắc theo nhu cầu thực tế nhé.

**3.2. Learn something new**

BA sẽ tiếp cận với rất nhiều khách hàng, thuộc nhiều ngành nghề khác nhau trong suốt sự nghiệp. Do đó, anh em đừng bao giờ kỳ vọng mình sẽ biết hết, và biết *tuốt tuồn tuột* mọi thứ, của mọi ngành nghề.

Kỹ năng***“learn something new”*** là một thứ vô cùng quan trọng với BA.

Thay vì cứ cong đít lên luống cuống:*“Chết bà rồi, mình không biết ngành này, giờ sao taaa, sao taaaaa… Síp sẽ không cho mình làm dự án này mất, hu hu hu….”*, thì hãy luyện cho mình kỹ năng tìm hiểu một thứ gì đó thật nhanh và hiệu quả.

Nhu cầu tìm đến đúng chuyên gia là bức tranh màu hồng, mà ít khi xảy ra ngoài đời thực.

Thực tế thì khách hàng không rảnh để chờ mình *master* một thứ gì đó rồi đi tiếp. Và mình cũng không thể chuẩn bị đủ, để master hết mọi thứ khi khách hàng tìm tới.

Do đó, kỹ năng **tìm hiểu, học hỏi nhanh** là một kỹ năng vô cùng quan trọng với những người làm Business Analyst.

Và tin mình đi, nó sẽ giúp anh em thuyết phục được nhà tuyển dụng rất hiệu quả

Và sau này, khi đã tiếp cận đủ nhiều ở một số lĩnh vực, ngành nghề nhất định, thì việc dừng lại, ***tập trung chuyên môn sâu*** ở ngành nghề nào là nằm ở quyết định của anh em.

**3.3. Solution Knowledge**

Kỹ năng cứng thứ 3 trong nhóm Business Knowledge chính là **kiến thức về giải pháp** mà mình đem lại cho khách hàng.

Theo BABOK v3, chúng ta có thể hiểu từ *“giải pháp”* nghĩa như sau:

\*\*\*\*\*\*

*A specific way of satisfying one or more needs in a context.*

\*\*\*\*\*\*

Giải pháp là **cách** mà chúng ta làm**thỏa mãn nhu cầu** của khách hàng trong một bối cảnh nhất định.

Cách gì là do team giải pháp quyết định. Miễn nó gãi ngứa được cho khách hàng là được. Mà không chỉ gãi không, mà phải gãi ***đúng chỗ***người ta ngứa mới được.

Khách hàng đang rối nùi trong việc quản lý bán hàng, khách hàng, chi phí marketing…các kiểu. Chúng ta mang lại giải pháp CRM.

*À anh ngồi đó đi, sau 4 tháng abc xyz CRM cho anh, anh sẽ quản lý bán hàng, marketing ngon lành được ngay.*

Khách hàng quản lý tờ trình, công văn tùm lum tùm la, lúc cần thì lục lại không được. Đã vậy còn quy trình duyệt tới duyệt lui búa lua xua. Ông trong nam chờ ông ngoài bắc cả tháng trời mới duyệt xong bộ hồ sơ.

À, giải pháp e-Office có vẻ phù hợp.

*Anh ngồi yên đi, tui sẽ làm e-Office cho anh. Sau 3 tháng, quy trình bên anh sẽ duyệt tự động hết, duyệt trên điện thoại luôn mới máu. À mà anh cần lưu trữ luôn các chứng từ đúng không, ô kê, có luôn OCR cho anh quét…*

Và hàng ngàn những giải pháp nữa, giải quyết cho hàng triệu vấn đề của khách hàng, mà BA chúng ta phải có kiến thức về nó.

Giải pháp có thể là *CRM, ERP, DMS, HRM, IT Help Desk, e-Office, e-Commerce, Loyalty Management, Smart Living, Smart Transportation…*, vâng vâng và mây mây.

…

Tuy nhiên, chỉ biết thôi chưa bao giờ là đủ. BA được yêu cầu cao hơn thế.

Đó không chỉ là biết, mà còn phải **tận dụng được kinh nghiệm** đã từng làm giải pháp này, ở một dự án nào khác trước đó. Để áp dụng vào dự án mới một cách tốt hơn.

Biết được đâu thường là điểm tắt nghẽn, đâu là rủi ro làm cho giải pháp không được áp dụng thành công.

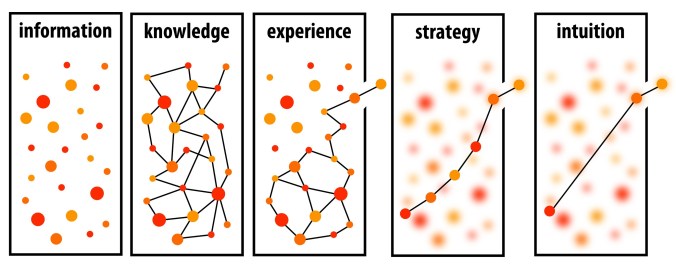
Biết được đâu là những yếu tố sống còn của giải pháp. Hoặc những yếu tố có thể nâng cấp giải pháp, làm giải pháp ngày một khủng hơn, nguy hiểm hơn, và hợp với thời đại hơn.

Một lần nữa, yếu tố kinh nghiệm lên ngôi.

Điều này nói rõ: ***Qua mỗi năm, làm cho kinh nghiệm của mình tăng lên mới là quan trọng, chứ thâm niên 5 năm hay 10 năm cũng chỉ là con số.***

* *Kinh nghiệm là qua ngần ấy thời gian, chúng ta rút được gì, tích lũy được gì.*
* *Còn thâm niên chỉ là số năm hành nghề, chỉ là những con số vô hồn mà kinh nghiệm thì vẫn dậm chân tại chỗ.*

Làm 5 dự án, với 5 giải pháp y chang nhau, mà không rút được miếng kinh nghiệm nào, giải pháp không hiệu quả hơn được miếng nào, thì rõ ràng chúng ta đang không có ***Solution Knowledge*** đúng không anh em



**Knowledge thôi chưa bao giờ là đủ (Nguồn ảnh: Fluidmagazine)**

**Nên làm để rèn luyện**

* Chăm đọc **tin kinh tế, xã hội** xung quanh mình.
* Nghâm cứu các ***Google Search Tips****.*
* Hãy chú ý hơn tới những*cây đại thụ* chung team với mình, đó là những người rất rành về một ngành nào đó: Retail, Education, Construction… Đi cà phê với họ, chịu khó **hỏi thêm, trao đổi thêm** về những thứ mà**anh-em-đã-tìm-hiểu-nhưng-không-hiểu** *(chứ đừng bắt ai auto chia sẻ từ đầu chí cuối hết, chắc có dế mới chơi zậy)*
* **Đọc sách**. Sẽ có một số cuốn chuyên biệt cho một số ngành, anh em tự tìm đọc thêm nhé.
* Tham gia các**Khóa học, Workshop**, hoặc các buổi **Offline** chia sẻ kinh nghiệm cho một số lĩnh vực, ngành nghề đặc thù.
* **Tìm hiểu, trải nghiệm thử sản phẩm** của công ty khách hàng, đối thủ của khách hàng.
* Lân la, **dò hỏi thêm thông tin** về khách hàng, về ngành nghề của khách hàng.

**4. Behavioral Characteristics**

Sang nhóm kỹ năng thứ 4: Behavioral Characteristics – các ***đặc điểm về hành vi*** mà một người làm công việc Business Analyst cần phải có.

*Mà hành vi là gì?* Hành vi là cách mà mình *phản ứng*, cách mình *cư xử* và *biểu hiện* ra bên ngoài, trong một hoàn cảnh cụ thể nhất định.

Trong cùng một hoàn cảnh, những người khác nhau có thể có cùng hành vi, hoặc có hành vi khác nhau. Hành vi của mình quyết định phần nào đó góc nhìn, sự tín nhiệm, và cảm xúc của người khác về mình.

Và điều này là vô cùng quan trọng với những người làm BA như mình. Cụ thể nó sẽ thể hiện ở 3 ý sau.

**4.1. Trustworthiness**

Đầu tiên là yêu cầu về lòng tin: một người làm công việc Business Analyst phải thật sự là một **người đáng tin** trong mắt các Stakeholders.

Đây là khái niệm liên quan nhiều tới đạo đức và tính công bằng trong công việc.

Khi làm việc với nhiều nhóm Stakeholders khác nhau, anh em có thoải mái với nhau, có công bằng với tất cả mọi người hay chưa.

Nói về chuyện nội bộ, dự án lần đó mình làm có 2 anh dev. Xét về cá nhân thì mình có cảm tình và thích làm việc với anh B hơn anh A.

Vì anh B hiểu chuyện hơn, điềm tĩnh và góp ý mang tính xây dựng hơn là chỉ nói cho thỏa bản thân.

Khi đó vì mình đã refer ông B hơn, nên bản năng mình *chỉ muốn trao đổi, nói chuyện* với ông B hơn rồi. Cha kia thì khi nào cần gấp lắm mới đụng tới, còn lại qua email hết.

Theo anh em, hành vi của mình như vậy trông có đáng tin không? Nếu PM, QA, hay QC nhìn vô thì có chắc là mình đang không có vấn đề trong team?

Chưa kể, nếu cứ như vậy thì chắc chắn sẽ có sự **lệch thông tin truyền đạt** giữa mình với 2 anh dev với nhau. Chắc chắn sẽ có *missunderstanding* ở đây >> công việc phân chia *không rõ ràng* >> merge code bị lỗi từa lưa >> hệ thống banh >> team banh luôn.

Do đó, anh em phải mang theo người 2 chữ ***CHUYÊN NGHỆP***nữa. Dẹp hết bà nó cảm xúc cá nhân qua một bên. Mình đã từng chứng kiến một dự án mà 2 BA ghét nhau nó kéo dự án đi xuống đến cỡ nào.

Còn nói về khách hàng, anh em phải tạo được lòng tin với họ. Và mức độ tin tưởng phải **thật sự đồng đều** giữa các nhóm stakeholder khác nhau.

*Mình làm với nhóm sales, vì ưng anh Sales Manager quá nên việc gì cũng ưu tiên làm trước cho team ảnh, support hết xái.*

*Còn bà chị bên Marketing, vừa già vừa khó tính, làm gì mình cũng lấy lý do, cứ từ từ, trì hoãn từng chút một; thì như zậy cũng không được tẹo nào.*

Ngoài ra, lòng tin của khách hàng còn nằm ở **năng lực** và**sự chân thành** của anh em.

Họ tìm đến BA vì họ mong BA hiểu được vấn đề nằm ở đâu, và giúp họ giải quyết vấn đề đó. Vậy thì không lý gì họ có thể tin tưởng anh em, nếu anh em chả hiểu gì, hoặc không có tí kiến thức gì về vấn đề họ đang gặp cả.

Chưa kể, BA phải thật sự chân thành và chân thật với khách hàng.

Cái gì làm được, thì nói được. Cái gì không làm được, hoặc tốn thêm effort, thêm xèng, thì nên chia sẻ thật tình với khách hàng.

Hoặc cái gì bản thân mình không quyết định được, thì hãy mang về nhà mà trao đổi với team. Tuyệt đối **không bao giờ chém bừa, chém bậy** trước mặt khách hàng được.

Nếu không biết, cứ mạnh dạn nói: *“Em cần check lại với team”*. Bản thân khách hàng nghe câu đó cũng yên tâm hơn nữa, vì thông tin đã được check kỹ lại với nhiều người.

Ngoài những yếu tố trên, còn một yếu tố nữa có thể liên quan đến hành vi đáng tin cậy của anh em, đó là **mức độ nhảy cảm** của thông tin trong suốt quá trình làm dự án.

[Data là vàng](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/ba-co-that-su-can-biet-sql/) của doanh nghiệp. Trong đó, ắc hẳn sẽ có những thông tin rất nhạy cảm, đặc biệt đối với những anh em làm ERP.

Từ *đơn hàng*, đến *doanh thu*, *lương lậu*, thậm chí là *giá vốn* của sản phẩm bán ra. Và đặc biệt là *thông tin Khách hàng*, BA chúng ta sẽ được thấy tường tận tất cả mọi thứ.

Ông bà nói câu nào chí phải câu đó: nhiều lúc biết nhiều quá cũng hổng tốt.

Đặc biệt mấy thằng mà có bản tính hay tò mò như mình nữa. Nhưng thôi, khựng lại. Phải lôi chữ *“chiên-nghiệp”* bên trên, lẩm bẩm vài lần trong đầu thì mới thấm được.

**Nên làm để rèn luyện**

* **Giữ lời** hứa, không làm được cũng phải báo lại, kèm lý do và cách giải quyết khác.
* Khen hay chê ai đó thì chú ý tế nhị 1 xíu, chịu khó ***khen trước rồi chê***, và nhớ *chọn thời điểm* tốt tốt xí.
* Dự án có tin tốt hoặc có gì đó không hay thì cũng nên *cởi mở chia sẻ cho anh em trong team* được rõ.
* **Đồng cảm** với khó khăn của khách hàng, của anh em trong team nhiều hơn *(thử đặt mình vào vị trí của họ, rồi mới suy nghĩ tiếp)*
* Và sau cùng, quan trọng nhất vẫn là…

**4.2. Responsibility**

Biết chịu **TRÁCH NHIỆM**.

Đây là từ khóa sẽ luôn-luôn-không-bao-giờ thiếu với BA*(mà thật ra ngành nghề nào cũng zậy).*

Trách nhiệm là một phạm trù có thể mong manh ở một số hoàn cảnh. Nhưng nó cũng rất rõ ràng ở một số hoàn cảnh khác.

Nếu đã hứa, đã cam kết gì đó với team, với khách hàng rồi thì chắc chắn hãy deliver đúng hạn. Việc anh em lên level nhanh hay chậm phụ thuộc vào chỗ này.

Nhưng để có lời hứa, anh em cũng cần phải thật chín và đủ tỉnh táo để nhận biết được đâu là thứ nên làm, làm trong bao lâu và làm với chất lượng như thế nào.

[Senior hay Junior](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/ba-va-lo-trinh-nghe-nghiep/) khác nhau là ở chỗ này.

Kinh khủng thay, hiếm khi anh em **tự nhận thức được** là mình đang làm việc rất vô trách nhiệm. Nhưng thường thì ***những lời nhận xét xung quanh*** về mình luôn là đúng nhất.

Nên để đảm bảo mình không phải là người vô trách nhiệm thì anh em hãy chịu khó lắng nghe ý kiến của bà con xung quanh mình. *Cái nào cần tiếp thu, sửa đổi thì nên xem xét. Cái nào không phù hợp, không cần thiết, rùi bu kiến đậu thì thôi, đá qua một bên, hehe.*

Ngoài ra, có trách nhiệm không chỉ là việc đảm bảo deliver đúng hạn, mà còn nằm ở**thế chủ động** của mình nữa.

Nhận thức rõ vai trò của mình: mình có nhiệm vụ gì trong team, trong dự án. Nếu dự án có bất trắc, hay có vấn đề gì liên quan tới trách nhiệm của mình, anh em có *tự giác đầu thú trước bình minh* hay không; hay đợi chỉ điểm.

Vô dự án, làm với những người có trách nhiệm, và những người *“có trách nhiệm chút xíu”* khác nhau rất nhiều ở điểm này.

**Nên làm để rèn luyện**

*“Có-trách-nhiệm”* là một đặc tính tốt đẹp. Người ta thường nói: *“Thằng này có tinh thần trách nhiệm cao…”* là vậy.

Nhưng không phải ai sinh ra là đùng một phát có sẵn hai từ trách nhiệm. Mà nó phụ thuộc vào **quá trình làm việc**,**rèn luyện, tiếp thu, chịu ảnh hưởng** từ môi trường, abc, xyz hằng ngày.

Tuy nhiên, để gia tăng tinh thần trách nhiệm cho bản thân, mình mạnh dạn đề xuất với anh em những cách sau:

* **Tránh đổ lỗi**, hay complain người khác *(cái này khó)*
* Quan sát, xem thử [**môi trường xung quanh**](https://thinhnotes.com/chuyen-cua-tui/the-nao-la-mot-cong-ty-tot/) mình có tốt hay không, mọi người có hay nói xấu sau lưng, có hay thế này thế kia, thế lọ thế chai hay không. Nếu có ==> tìm cách tách ra dần.
* Chú ý **quan sát** cách làm việc của các bậc tiền bối: *cách họ phản hồi, giải quyết xung đột cá nhân, cách họ xử lý khi chậm deadline…*

**4.3. Adaptability**

Và cuối cùng, thứ mà BA được yêu cầu phải có trong nhóm các đặc điểm hành vi, đó là: **khả năng thích ứng** với những cái mới – *Adaptability*.

Nói trắng ra là: BA phải có khả năng, hoặc chí ít là phải willing thay đổi – thay đổi bản thân mình, cũng như những thứ xung quanh. Tất cả nhằm phục vụ một mục đích sau cùng là **để phù hợp với từng điều kiện hoàn cảnh khác nhau.**

Vì thực tế trong suốt quá trình làm dự án, hiếm khi mọi thứ sẽ được giữ nguyên từ đầu đến cuối. Từ con người, giải pháp, thậm chí đến những stakeholder quan trọng như sponsors, PM*(cả mình lẫn khách hàng…).*

Team mình có những dự án chạy xuyên suốt gần 2 năm trời, mà đổi tới hơn 3 ông Manager. Mà mỗi ông lên là mỗi ý khác nhau. Ông thì muốn A, ông thì muốn Á, ông thì muốn Bờ, muốn Cờ, tùm lum tùm la hết…

Chưa kể chẳng may dự án đang chạy ngon trớn, đùng cái anh Dev nhà mình nghỉ.

Thế ảnh là một thanh niên nào đấy mà mình chưa từng gặp, chưa từng nói chuyện, và chưa từng làm việc chung.

Rõ ràng là hai bên sẽ mất một khoảng thời gian để có thể ăn rơ với nhau.

Hoặc đợt rồi dự án mình làm có đổi PM. Anh PM mới yêu cầu mọi người daily meeting vào lúc 8g30 sáng, thay vì 9g00 như trước đây.

30 phút, chỉ sớm hơn có 30 phút thôi nhưng nó làm thay đổi cả một thói quen sinh hoạt trước đó của anh em.

Và nó đã thay đổi rất rất nhiều thứ để mọi người có thể tới sớm hơn 30 phút để kịp meeting hằng ngày.

Do đó, BA mà không dễ thích nghi, không dễ quen với sự thay đổi, với “nghịch cảnh” thì rất khó cho dự án, cho chính mình, và cho các anh em còn lại.

Mà không chỉ có BA, các role khác trong dự án cũng nên có đặc tính này. Cả team cùng**dễ quen, dễ thích nghi** được thay đổi, style làm việc khác nhau thì **team sẽ dễ chịu, dễ đi hơn nhiều.**

**Nên làm để rèn luyện**

* Xem thử cuộc sống hằng ngày mình có đang bị bó buộc trong comfort zone quá hay không. Nếu thường ngày mình đã hay **trải nghiệm những cái mới**, thì khi có gì đó thay đổi, đặc biệt trong công việc, thì mình sẽ có xu hướng dần thích nghi theo.
* Cố gắng tăng **khả năng bắt chước**. Học hỏi khả năng bắt chước của người khác, copy cách người khác làm. Vì bản năng chúng ta rất lười. Mình thường tìm những cách làm dễ dàng nhất cho mình. Và nó đem lại cho chúng ta cảm giác rất thoải mái.  
  Nếu có gì đó thay đổi, mới lạ, nằm ngoài confort zone của mình; thì anh em hãy **học hỏi cách thằng khác làm**, để **tiết kiệm thời gian** tìm ra cách làm phù hợp hợp, thoải mái nhất cho mình *(mặc dù cách nó làm khiến nó thoải mái nhưng chưa chắc gì khiến mình thoải mái).*
* **Bình tĩnh, cố gắng nhìn nhận vấn đề** trực diện và **hạn chế bán than.**  
  *Nếu có vấn đề xảy ra, đừng quá rên rỉ hay bấn loạn. Mà anh em hãy cố gắng nhìn thẳng vào vấn đề, tìm ra bản chất của nó; rồi tập làm quen dần với những sự thay đổi.*

.

.

.

**5. Interaction Skills**

Nhóm kỹ năng thứ 5 được yêu cầu ở một người làm Business Analys đó là **nhóm kỹ năng về tương tác** – Interaction Skills.

Nhóm này mô tả các kỹ năng cần có để có thể: *nói chuyện, chém gió, làm việc, hỗ trợ, thương thảo* giữa BA và các Stakeholders khác nhau. Từ team nội bộ như: *PM, Dev, QA, QC*…; đến các stakeholder bên ngoài như: *End-Users, Key-Users, Sponsors, SMEs, 3rd Vendors*…

Đừng nhầm với nhóm Communication phía trên nhé anh em. Tương tác ở đây mang **nghĩa rộng hơn** thế.

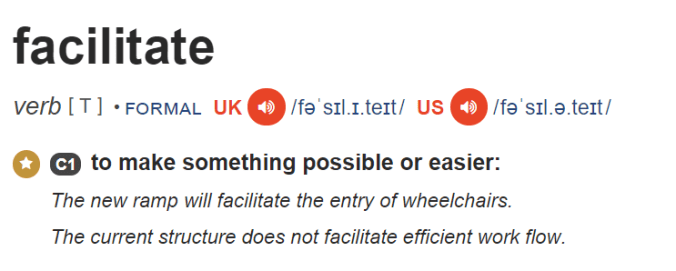
Nó có thể là cách chúng ta đặt vấn đề, giải quyết mâu thuẫn. Hoặc đơn thuần là kể một câu chuyện, hoặc hướng dẫn, chỉ cho người khác làm một cái gì đó.

Giao tếp tốt thì anh em sẽ dễ dàng tương tác một cách hiệu quả hơn.

Và nếu những kỹ năng sau được rèn luyện tốt, thì chắc chắn kỹ năng giao tiếp bên trên anh em sẽ khá hơn rất nhiều. Ô kê lặn vô nhóm kỹ năng tương tác nhé anh em

**5.1. Facilitation**

Facilitation – như mình có nói thì đây là một từ khóa vô cùng quan trọng với BA. Nó có nghĩa là:***làm cho mọi thứ đơn giản, dễ dàng hơn.***



**Nguồn ảnh: Cambridge Dictionary**

Vì đơn thuần, người làm BA sẽ phải deal với rất nhiều thứ.

Team xịn, team đểu, vấn đề lớn, vấn đề nhỏ, khách hàng thế này, thế kia… và cả nghìn thứ hầm bà lằng, sẽ đổ dồn vào anh em, ngay cả những lúc mình uể oải, mệt mỏi nhất.

Anh em mình cần phải đủ tỉnh táo, để làm rõ hết mọi thứ còn mập mờ, rối rắm.

Một số dấu hiệu để anh em nhận biết mình có sương sương là một Facilitator hay không:

* *Trong các buổi meetings, thường có mặt mình thì****mọi thứ****được****trong sáng, rõ ràng,****đâu vào đấy.*
* *Mọi người thường có****khuynh hướng tìm tới mình****khi họ cần catch up lại một vấn đề gì đó. Vì với những vấn đề phức tạp, Facilitator sẽ****có góc nhìn rõ ràng và đơn giản nhất****, để có thể truyền đạt lại hiệu quả cho người khác. Người ta khoái nên mới tìm tới mình hỏi là ở chỗ đó.*
* *Thường là người****định hình rõ kết quả sau cùng****cần đạt được (output là gì) và chúng ta hiện đang có những gì (input hiện tại).*
* *Có khuynh hướng****tìm hiểu cặn kẽ bản chất****vấn đề.*
* *Thường hay****đặt câu hỏi tại sao****với những thứ xung quanh.*
* *Thường có****khuynh hướng mở đầu****, nói cho người khác hiểu mục đích, cách mình sẽ làm, kèm giải thích tại sao nên như vậy.*
* *Hay****thúc đẩy anh em****trong team****phát biểu****. Và luôn muốn đảm bảo mọi người trong team đều cùng hiểu về một hướng >> nên người Facilitator thường hay tóm gọn nhanh về những vấn đề nhỏ vừa trao đổi.*

**Nên làm để rèn luyện**

* Tập **viết Meeting Minutes** (biên bản họp). Thử viết xong >> gửi người khác xem họ *đọc có hiểu hay không >> hiểu đủ ý hay chưa >> và có hiểu nhầm ý nào không.*
* Tập **đặt câu hỏi Tại Sao** trước những thứ mà mình không rõ bản chất vì sao nó lại như vậy.
* Luôn **chuẩn bị nội dung họp RÕ RÀNG**, trước khi zô meeting.
* Tận dụng kỹ năng vẽ, phác thảo bằng hình ảnh để làm rõ mọi thứ phức tạp ***(Visualize Thinking).***

**5.2. Leadership & Influencing**

Nói không ngoa thì đôi khi…, à thực ra là nhiều khi, vai trò của người làm BA trong team không khác nào một người Leader.

Leader nghĩa là: *người dẫn dắt anh em đi; giúp đỡ, giải quyết khó khăn của anh em.* Xuống cùng xuống, lên cùng lên với anh em.

BA đóng vai trò như một người Leader vô hình trong team.

Chúng ta sẽ **nắm rất nhiều thông tin** và vô hình dung, điều này làm cho anh em mình trở nên quan trọng, và nguy hiểm không kém trong team

BA có thể giải đáp và tháo gỡ bất kỳ thắc mắc nào của các thành viên trong team. Do đó, tầm ảnh hưởng của BA trong team đến các thành viên khác là rất có trọng lượng.

Dựa vào một đống yêu cầu kỹ năng trên, nếu làm tốt, anh em sẽ là người xây dựng nên sự đồng thuận của cả team. Vậy thì còn gì quan trọng bằng cơ chứ.

Khi anh em hoang mang, BA phải **là người mang thông tin cần thiết** đến cho anh em. Là người làm rõ ràng – đơn giản hóa mọi vấn đề. Và khi cần sẽ phải**thuyết phục cả team** đi theo hướng mà mình nghĩ là tốt, cho cả khách hàng và team dự án.

Nếu không có kỹ năng gây ảnh hưởng đến người khác thì quả thật rất khó để làm những thứ này.

**Nên làm để rèn luyện**

Làm tốt những thứ trên, từ 1.1 đến 5.1 là ô kê xam bu chê

**5.3. Teamwork**

Nói về teamwork thì khá là hiển nhiên. Không chỉ BA cần, mà là ai cũng cần. Tất cả mọi ngành nghề, từ freelancer đến nhân viên, kỹ sư, thiết kế, vâng vâng.

Tuy nhiên teamwork thường bị hiểu sót đi một nửa bức tranh.

Anh em sẽ thường nghĩ: teamwork tốt là khi ta làm việc nhóm hiệu quả, tức mình phối hợp với người khác tốt, deliver đúng hạn, người khác nói mình hiểu, mình diễn tả người khác hiểu…, đại loại như vậy.

Nhưng thực sự teamwork cần được hiểu toàn diện hơn thế nữa, đặc biệt là với BA.

Cá nhân người làm Business Analyst không chỉ cần hoạt động teamwork thật tốt, mà hơn thế, phải làm cho cả team, các thành viên còn lại **CÙNG TEAMWORK tốt** thì mới ngon lành được.

Vì chữ TEAM là viết tắt của: ***Together Everyone Achieve More*** mà

Một số dấu hiệu teamwork hiệu quả mà anh em có thể nhận diện như sau:

* Anh em cùng **nhận diện được chung một mục đích.**  
  *Hỏi ông A cuối tuần này deliver được gì, ổng trả lời 123.*  
  *Hỏi ông B cuối tuần này deliver được gì, ổng trả lời 456.*  
  *Tương tự ông C, cuối tuần này deliver được gì, ổng trả lời 789, là tèo rồi.*Đó chỉ là những chặng nhỏ, gom lại sẽ đạt được mục đích lớn. Những cái nhỏ mọi người phải nắm được trong đầu, thì mới mong hoàn thành cái lớn được.
* Nếu có vấn đề xấu, mọi thành viên trong **team đều biết**, và đều **tự giác nghĩ hướng giải quyết.**
* Thường sẽ **có lịch đi nhậu định kỳ** hàng ngày, à nhầm hàng tháng cho team.
* Nếu có vấn đề, mọi người sẽ **đều nói ra**, và không một ai giữ trong lòng, bất kể nói cho cả team hay chỉ chia sẻ cho PM.
* Ai cũng **xác định được rõ vai trò của mình** trong dự án.
* Thường khi trao đổi, sẽ **có nhiều ý kiến trái ngược** nhau.  
  *Team tốt là cùng nhau brainstorm trên nhiều ý kiến và họ tôn trọng ý kiến của nhau.*  
  *Team bèo nhèo cức mèo là khoanh chéo tay, không mở lòng để thảo luận, không góp ý để xây dựng, mà thậm chí còn ngụy biện, hoặc tấn công cá nhân.*
* Nếu một thành viên nào trễ deadline, họ sẽ tự áy náy vô cùng và **chủ động tìm cách khắc phục.** Không để hệ lụy đến cả đám trong tương lai. Vì họ ý thức được vai trò của mình, và tự họ muốn cả team cùng đạt được mục đích đề ra*(…để còn đi nhậu).*

**Nên làm để rèn luyện**

* Khi có vấn đề, dành phần năng lực có hạn của mình để **tập trung tìm giải pháp**. Đừng tốn thời gian truy lùng kẻ phạm tội làm gì.
* Tự đặt câu hỏi: ***“Mình đã thật sự hiểu ý nó nói chưa?!?”***, trước khi phản biện, gào rú, đập bàn, đập ghế, hay bất cứ các thể loại nguy hiểm nào >> quay lại *kỹ năng* *Listening* ở những tập trước.
* Nhớ **ghi nhận ý kiến của anh em**, ghi lên bảng, hoặc lưu ý cho mọi người; đừng chỉ chăm chăm vào ý kiến của mình.
* Chú ý đến việc **duy trì mối quan hệ** ngoài công việc với các anh em trong team: *cà phê chém gió, ăn trưa, ăn chiều, ăn tối, đi bơi, đá banh, đi team building, chơi bơi hút chích* các kiểu tích cực vào, để hiểu nhau rõ hơn.Bạn >> bàn >> bán mà. Cái gì thì cái, đầu tiên phải là bạn cái đã. Mà đã là bạn thì nên dành chút quan tâm cho nhau chứ :3
* Dám **nhận trách nhiệm** trước toàn thể anh em
* **Hạn chế complain** *(mặc dù rất rất khó, tu lắm may ra được)*
* Thiết lập một vài **rules** để team đi đúng hướng ban đầu.
* Số lượng đẹp của một team dự án là đừng nên quá **8 người.**
* Team nên **dùng tools để quản lý các tasks**. Đừng tin quá vào bộ nhớ của từng cá nhân, sau này sẽ dễ gây xung đột. Nên quẳng vô máy, để phần mềm làm việc ghi nhớ giúp anh em.
* Và quan trọng nhất là **phải làm thực tế**, và chịu khó thực hành. Từ teamwork trong nhóm nhỏ, bạn bè, gia đình, đến team dự án, vâng vâng…, có là quất.

**5.4. Negotiation**

Negotiation là **đàm phán – thương lượng**. Là các hoạt động mà trong đó, các bên ***tìm cách đáp ứng nhu cầu***của nhau.

Vậy kỹ năng đàm phán là các best practice, các kỹ thuật để chúng ta *tìm cách đáp ứng nhu cầu của nhau* một cách *hiệu quả* nhất.

Mình tin với nhiều người, đây làm một kỹ năng khó. Khó để học, khó để rèn luyện, và càng khó hơn nữa để thành thạo, làm chủ được kỹ năng này.

Thương lượng thì có nhiều cấp độ, từ những thứ nhỏ nhất đến những thứ lớn lao.

*“Sếp ơi, ngày 5 tới em xin nghỉ 4 tháng, à nhầm 4 ngày đi MỸ tho chơi, có gì sáng thứ Sáu vô. Có gì sáng đó em vô trễ xíu xiu nhé, tầm… 4 tiếng, do em sợ máy bay delay quớ, với lại giờ em cũng xong ABC, rồi bàn giao XYZ cho anh G rồi ạ…”*

Đó là thương thảo, là deal với Mít tờ Síp sao cho mình có nhiều thời gian nghỉ ngơi nhất, nhưng vẫn đảm bảo được tiến độ công việc.

Hoặc khi vô dự án, thường nó sẽ có kịch bản như thế này.

BA xuất hiện để mang [kiến thức của mình](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/nghe-cua-business-analyst/), phân tích bài toán của khách hàng, tư vấn giải pháp, và rồi hiện thực hóa giải pháp đó cho họ. Nhưng không phải lúc nào chúng ta nói A, khách hàng cũng sẽ hiểu và đồng ý ngay là A cả.

Giả sử chúng ta nói không sai và diễn đạt đúng ý đồ nhé anh em *(communication skill).*

Chúng ta biết cách làm đó sẽ lại nhiều value hơn cho họ, an toàn hơn cho họ, và tránh cả được rủi ro cho phía team mình. Mấu chốt **chúng ta phải thuyết phục** khách hàng tin vào điều đó.

Và anh em cũng đừng nghĩ neogtiation chỉ là skills dành cho PM. **Cả BA, Dev, QA hay QC đều cần có kỹ năng này**. Nội chyện*phân chia công việc, họp team, tranh luận* các kiểu cũng đã rất cần negotiation rồi.

Mình tin đó là hướng đi tốt cho cả team. *Làm sao để thuyết phục cả team đi theo cách làm của mình? Làm sao để mọi người cùng đồng thuận mặc dù cách làm này vẫn còn nhiều rủi ro…?*

Nguyên tắc của negotiation mà cũng biết đó là **phải Win-Win**. Nhưng thực tế như thế nào thì tùy mỗi người trải nghiệm. Với mình, win-win luôn là cách đi bền nhất cho đa bên.

Có hai ý mình thường hiểu sai về kỹ năng đàm phán như sau:

**1. “Mày win thì tao lose, mà tao win thì mày lose”**

Thật sự trong một số trường hợp thì là như vậy. Của cải tài sản trên thế giới đều là *hằng số*. Người kia được thì người này sẽ mất. Tiền không tự sinh ra, hay tự mất đi, mà chỉ chảy từ túi người này sang túi người khác mà thôi.

Tuy thực tế là như vậy, nhưng trong bối cảnh negotiation của việc triển khai các dự án phần mềm, không phải lúc nào, cái *“needs”* của hai bên cũng ở thế đối ngược nhau: *anh được thì tui mất, mà tui được thì anh mất*. Không phải lúc nào cũng vậy.

**2. Mọi thứ đều có hai mặt của nó**

Cái gì mà thấy ngon quá, lời quá, mà nhìn quài không thấy khuyết điểm chỗ nào, rủi ro ra sao là dễ đâm đầu vào sọt lắm. Bản chất cái gì cũng có hai mặt hết.

Khi chọn giải pháp phù hợp, anh em **nên lôi đủ mặt ưu và khuyết** của từng giải pháp ra. Rồi ngồi kỹ lưỡng cân đo đong đếm từng thứ một.

Cái nào mà không có khuyết điểm thì là do mình chưa tìm hiểu kỹ, chứ không phải nó không có khuyết điểm. Dẹp cái đó qua một bên đi, vì nó chưa đủ thông tin để ra quyết định. Đâm đầu vào là dễ dính chưởng lắm.

Ngoài ra, hai mặt của một vấn đề còn phụ thuộc vào từng bối cảnh, hoàn cảnh cụ thể.

Có hai đứa:

* *Đứa thì nhà cách công ty 20 cây. Hằng ngày lặn lội bắt bus từ 6g00 sáng để đi làm, chiều 9g00 mới về tới nhà. Hẹn hò, bạn bè, chạy chỗ này chỗ kia các kiểu quá bất tiện, mà đùng cái được tặng con con AB, thì phải nói là khoái thôi rồi.*
* *Còn đứa thì nhà sát gần công ty. Hằng ngày đi bộ đi làm khỏe re, đỡ tốn xăng xe, mà đúng cái được tặng cho con AB, thì chưa chắc nó đã thích. Vì phải tốn thêm một mớ chi phí xe cộ, chạy xe ngoài đường rủi ro giao thông các thứ, abc, xyz…*

Hai đứa, hai tình huống, hai bối cảnh khác nhau, với cùng một sự việc được tặng xe thì chưa chắc đã có ưu – khuyết điểm như nhau.

Do đó nghệ thuật nằm ở chỗ: anh em phải **cân đo đong đếm** từng *ưu – khuyết điểm* của giải pháp. Rồi sau đó mới **mapping nó vào nhu cầu** của các stakeholders sao cho phù hợp nhất có thể.

**Nên làm để rèn luyện**

* Phải **hiểu được needs của mình**, và **needs của các stakeholder** ==> cần có kỹ năng Listening tốt, Business Knowledge tốt ==> thì mới hiểu chuyện và deal được với người khác.
* Chân thành. Nói rõ cái lợi, cái hại, cái nào tốt, cái nào không (dĩ nhiên là theo ý kiến chủ quan của mình).
* **Chuẩn bị kỹ**nội dung trước **khi vô họp** >> nắm nhiều thông tin trong tay thì mới **tìm được nhiều cách đáp ứng needs** của mình và mọi người được.
* Luôn xác định rõ trong đầu: ***họ muốn gì và mình muốn gì***. Nếu không phát biểu ra *(trong đầu)*, thì bản thân mình chưa chắc đã hiểu needs một các rõ ràng được.
* Tìm một **mentor**, theo đuôi học hỏi.

**5.5. Teaching**

Kỹ năng cuối cùng trong nhóm Interaction Skills đó là **kỹ năng sư phạm**

Có thể nghe khá lạ lẫm nhưng đúng thật là người làm **BA rất rất cần kỹ năng sư phạm**. Để làm gì?

Nếu có dự án mới, thuộc một Domain Knowledge mới, đẹp là đúng người – đúng việc. Ai chuyên môn lĩnh vực, ngành nghề gì sẽ join vào dự án thuộc lĩnh vực, ngành nghề ấy. Tuy nhiên chuyện đó khá hiếm.

Với những dự án có Domain Knowledge mới, mà team không một ai rành về lĩnh vực này, BA sẽ là người tiên phong đi nghiên cứu nghiệp vụ, và những khái niệm liên quan đến lĩnh vực, ngành nghề này.

Trong giai đoạn sales, chuẩn bị giải pháp, BA phải nghiên cứu rất kỹ cả về khách hàng, lẫn ngành nghề của khách hàng.

Và một khi đã win dự án, BA phải là **người truyền thụ lại toàn bộ knowledge** *(có được, học được từ giai đoạn sales)* cho team để anh em cùng làm.

BA có kỹ năng sư phạm, **ăn nói thu hút, trình bày rõ ràng**, mạch lạc; và quan trọng nhất là **truyền được cảm hứng** cho anh em trong dự án là một điều hết sức quan trọng.

Ngoài ra trong dự án, đôi lúc anh em phải giải thích cho khách hàng một vài khái niệm kỹ thuật phức tạp. Kỹ năng sư phạm tốt sẽ giúp anh em tiết kiệm rất nhiều thời gian những lúc thế này.

Chưa hết, khi dự án đến giai đoạn deliver cho khách hàng, anh em BA sẽ phải đứng ra làm các buổi workshop: training cho key-users cách sử dụng hệ thống.

*Thử hỏi có ai muốn nghe một thằng gà mờ, nói chuyện thì nhàm chán, ngáp lên ngáp xuống, miệng cứ bô bô mấy cái thứ trên trời dưới đất, chả liên quan bà gì tới mình hết?!?!*

Nếu vậy thì thật là thảm họa, users họ sẽ không get được gì từ những buổi training >> users không biết cách sử dụng hệ thống >> users không làm >> dự án pending >> khách hàng complain >> PM complain >> BA áp lực >> BA die, ặc.

**Nên làm để rèn luyện**

* **Copy cách làm** của những người nói chuyện dễ hiểu, trình bày mạch lạc, rõ ràng.  
  Nắm rõ hot keys và các chế độ present của **Power Point** hoặc **Prezi.**
* Hoặc tập cách thể hiện,**trình bày vấn đề bằng hình ảnh** (qua bảng vẽ, trên slide, hoặc excel…) >> Visualize Thinking
* Chú trọng **âm vực** và **ánh mắt** trong quá trình “giảng đạo” (tham khảo Communication Skills)
* Tích cực **thu thập ý kiến phản hồi** của bà con sau quá trình training >> đọc >> rút kinh nghiệm >> cứ lặp đi lặp lại đến khi thành thục thì thôi.
* Cân nhắc thời gian, và **có break-time** nếu lâu quá, đừng để bà con ngồi quá lâu, bà con mệt mỏi là dễ tèo lắm
* *Luôn-luôn-luôn* **nói về cái người khác cần**, *không-không-không* bao giờ nói về cái mình có
* **Tập luyện, tập luyện và tập luyện**.

**6. Tools**

Ô kê chúng ta đã đi tới nhóm kỹ năng cuối cùng của người làm Business Analyst. Đó là nhóm kỹ năng sử dụng các công cụ/ phần mềm phục vụ cho công việc BA.

BABOK v3 thì chia làm ba nhóm, anh em đọc thêm tham khảo nhé. Nhưng mình sẽ gom nhóm 1 và nhóm 3 của BABOK lại thành 1 nhóm cho dễ hình dung.

Cụ thể các công cụ/ phần mềm cần thiết cho người làm BA sẽ nằm gói gọn trong 2 nhóm sau:

* *Office Productivity*
* *Business Analysis*

Hiểu được những tools cần thiết cho công việc BA, chúng ta sẽ tìm cách sử dụng nó **hiệu quả hơn, nhanh hơn, nguy hiểm hơn** >> công việc sẽ **trôi chảy hơn**.

Và đúng nghĩa mình làm cho tools đi phục vụ mình, chứ mình không chạy theo nó.

Ô kê cùng tìm hiểu cụ thể 2 nhóm nhé anh em.

**6.1. Office Productivity**

Đây là nhóm các công cụ giúp anh em giải quyết tốt các việc hành chính và các việc cần phải làm chung với người khác.

Cụ thể bao gồm các loại sau:

* ***Soạn thảo văn bản***, như: Microsoft Word, LibreOffice, Scribus, hay Google Docs…
* ***Trình chiếu***, như: Microsoft PowerPoint, Prezi, Visme, Keynotes…
* ***Spreadsheets***, tiêu biểu nhất là: Microsoft Excel, hoặc có thể là Google Sheets, LibreCalc…
* ***Communication***, như: Outlook, Gmail, Microsoft Teams, GotoMeetings, Skype, Zoom…
* ***Collaboration & Knowledge Management***, ví dụ: Sharepoint, OneNote, Slack, Flock…
* ***Hardware***, là các thứ kiểu như: biết cách dùng máy in, máy chiếu, scanner…

Trên là 6 nhóm công cụ cơ bản trong nhóm lớn Office Productivity. Trong mỗi nhóm thì mình chỉ nên dùng duy nhất tool cho đơn giản.

Ở trên mình liệt kê ra nhiều là để anh em có cái nhìn tổng quan hơn về các tools có trên thị trường thôi.

Còn chuyện dùng tool nào thì tùy thuộc vào anh em, vào license mà công ty mua, và tùy vào dự án nữa.

Có những dự án khách hàng đòi hỏi rất khắt khe những tools phục vụ công việc như này. Đặc biệt là các tool dùng để collaboration và quản lý document vì những vấn đề bảo mật liên quan.

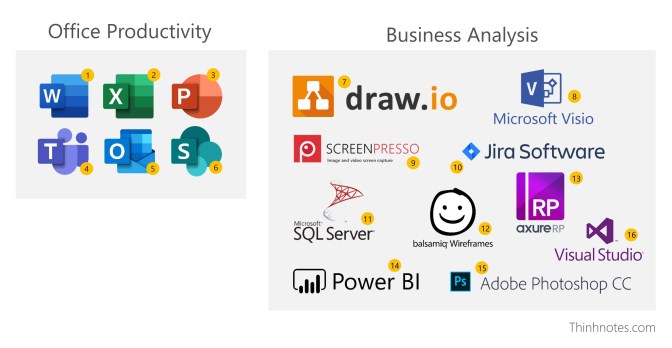
**6.2. Business Analysis**

Ở trên là nhóm tools dành cho mình và team *cùng sử dụng, cộng tác và làm việc với nhau* trên đó. Còn đây là nhóm tools thiên về việc giúp anh em tự làm việc độc lập, tự suy nghĩ, phân tích vấn đề và công cụ hỗ trợ đắc lực để làm document.

Đó là các tools liên quan đến:

* ***Modeling****,*như: Draw.IO, Microsoft Visio, Visual Paradigm, Lucidchart…
* ***Requirement tracking***, bao gồm những tools như: Jira, Microsoft Teams/ VSTS, Trello, Slack…
* ***Designing***, bao gồm những tools thuộc nhiều cấp độ khác nhau như: Balsamiq, AxureRP, Photoshop, hoặc thậm chí là PowerPoint.
* ***Data Query/ Repoting***, như: SQL Server, Visual Studio, PowerBi, Crystal…
* ***Other****,* những tools bổ trợ khác như: Screenpresso (chụp màn hình, quay clip >> làm doc), bộ SDK phục vụ một số task nhất định…

Dưới đây là những tools mình hay dùng.

[](https://thinhnotes.com/chuyen-nghe-ba/ky-nang-can-co-cua-nguoi-lam-ba-tap-cuoi/attachment/business_analyst_tools_thinhnotes/)

1. **Word**
2. **Excel**
3. **PowerPoint**
4. **Microsoft Teams:** để teamwork, communicate các kiểu.
5. **Outlook**
6. **Sharepoint:** lưu trữ doc.
7. **Draw.IO:** tool chính để mình vẽ diagram
8. **Visio:** có một số diagram có sẵn template như Sequence Diagram mình sẽ vẽ trên này. Mình cũng ít khi dùng Visio, thi thoảng mới dùng vì từ lâu mình đã chuyển sang Draw.IO
9. **Screenpresso:** tool để chụp màn hình, kéo thả ký hiệu các kiểu để làm User Manual. Ngoài ra nó còn quay phim HD cũng rất lợi hại *(bản có phí hay không có phí cũng đều xài ngon, tùy vào nhu cầu anh em)*
10. **Jira**
11. **SQL Server**
12. **Balsamiq Mockup:** để mockup sơ bộ các component có trong màn hình
13. **AxureRP:** làm chi tiết prototype; có hỗ trợ thao tác động, kèm lưu prototype dưới dạng html rất lợi hại.
14. **PowerBI:**report maker*(“Đem tiếng nói và màu sắc cho những số liệu rối rắm và buồn tẻ” – datamaker.vn)*
15. **Adobe Photoshop:** dùng làm mockup, hoặc để “bùa” một số màn hình cần thiết. Ngoài ra, mình còn dùng pts để design nhẹ một số slide giới thiệu giải pháp.
16. **Visual Studio:** làm SSRS (reporting service)

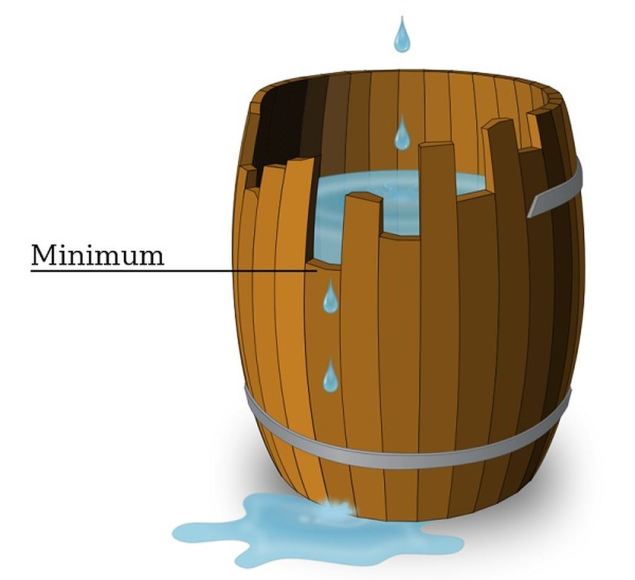
Trên là một số tool mình thường dùng cho công việc BA hằng ngày. Cá nhân mình thấy khó nhất, và hiệu quả nhất vẫn là bộ ba **Word – Excel – và PowerPoint.**

Không cần múa may gì nhiều, mình tin rằng chỉ cần nắm thật kỹ 3 tool này, và sử dụng nó thành thạo như đúng nghĩa *“công cụ”* sẽ giúp tiết kiệm thời gian quý báu của anh em rất nhiều

**Tạm kết**

Chuỗi bài về nhóm các kỹ năng cần thiết của BA khá dài, nhưng tổng quan chỉ gồm 6 nhóm chính sau:

* ***Analytical Thinking:*** Tư duy phân tích
* ***Communication Skills:*** Kỹ năng giao tiếp
* ***Business Knowledge:*** Kiến thức nghiệp vụ
* ***Behavioral Characteristics:*** Các đặc điểm về hành vi
* ***Interaction Skills:*** Kỹ năng về tương tác
* ***Tools:*** Kỹ năng sử dụng các công cụ



**Nguyên lý cái thùng gỗ (Nguồn ảnh: Giaoduc.net.vn)**

Một đống các yêu cầu về kỹ năng trên, nếu hoang mang rối bời quá, không biết nên tập trung phát triển cái nào; thì anh em cứ áp dụng ***Nguyên lý cái thùng gỗ***là được.

Tức anh em sẽ xem thanh nào ngắn nhất, thì lo kéo cho thanh đó nó dài ra, không để nước chảy ra ngoài. Từ đó nâng dần đều các thanh còn lại của cái thùng.

Hi vọng qua chuỗi 5 bài note này, anh em sẽ chịu khó tìm hiểu thêm, quan sát thêm và học hỏi thêm về các kỹ năng cụ thể mà mình đang yếu.

Chuỗi bài này chỉ như guideline để anh em không bị đi lệch mà thôi. Nó hoàn toàn dựa trên ý kiến chủ quan và kinh nghiệm ít ỏi mình có được.

**Đào sâu học hỏi mới tạo ra sự khác biệt.**