

KAWASHITA KAZUHIKO

Độc lập dịch

CÁCH
NGƯỜI NHẬT
XÂY DỰNG
MỐI QUAN HỆ

1988
BOOKS®
TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HỌC



NHÀ XUẤT BẢN
THẾ GIỚI

Discover

Lời mở đầu

Nếu có thời gian để ghen tị thì sao không tự tạo “mối quan hệ” cho bản thân mình

Người quen xin được vào làm trong một công ty danh tiếng nhờ có bạn thời đại học làm ở phòng nhân sự của công ty đó. “Chơi xấu! Nhờ người quen mới vào được!”

Một người bạn chỉ cần một cú điện thoại “Bố mẹ tôi thường đến lắm”, là có thể đặt được bàn ở nhà hàng nổi tiếng mà không phải ai cũng đặt được bàn. “Chơi xấu! Nhờ vào bố mẹ cả thôi!”

Công ty đối thủ thắng được dự án mà lý do là bởi hai bên trưởng phòng là bạn cũ của nhau. “Chơi xấu! Cứ tranh thắng thua một cách đường đường chính chính đi chứ!”

Các bạn chắc đều đã trải qua những tình huống như thế này rồi.

Mọi người thường cho rằng những trường hợp kể trên là những chuyện bất công. Thế nhưng sự thật là từ xưa đến nay những người có được “nhiều mối quan hệ” thì sẽ có cuộc sống dễ dàng hơn.

Mỗi người sinh ra và lớn lên trong những hoàn cảnh khác nhau. Điều đó có nghĩa là ngay từ đầu cuộc đời đã không công bằng. Mặc dù vậy, dù có ghen tị hay phê phán những người có “mối quan hệ” cũng không tạo ra được “mối quan hệ” cho bản thân mình và mình cũng chẳng được hạnh phúc hơn.

Vì vậy, tốt hơn hết là đừng tiếp tục cho rằng “mối quan hệ” đồng nghĩa với không công bằng, mà hãy tự tạo ra “mối quan hệ” cho chính mình.

Có được “mối quan hệ” thì có thể bạn sẽ có được công việc như mong muốn, có thể đến được những nhà hàng nổi tiếng.

Và có thể thắng được dự án!

Bạn có nghĩ như vậy không?

Tôi không sinh ra trong một gia đình giàu có và cũng chẳng lớn lên trong giới thượng lưu. Thế nhưng, cuộc đời đã rất nhiều lần dạy tôi rằng trong cuộc sống, mà nhất là trong công việc, những “mối quan hệ” là thứ vũ khí lợi hại nhất, và dần dần, một cách tích cực, tôi nhận ra rằng mình cần phải tự tạo “mối quan hệ” cho chính mình.

Thông qua cuốn sách này, tôi muốn giới thiệu đến các bạn cách để tạo những mối quan hệ có lợi cho công việc, dựa trên những trải nghiệm của chính bản thân tôi.

“Những mối quan hệ sẵn có” và “những mối quan hệ phát sinh sau”

Ở Nhật, khi nói đến “kone” (mối quan hệ), đại đa số mọi người sẽ nghĩ đến những hành động không công bằng, như được thể hiện trong các cách nói “mối quan hệ của cha mẹ”, “vào công ty bằng quan hệ”.

Tuy nhiên, “kone” là chữ viết tắt của “connection” với ý nghĩa rộng hơn là mối quan hệ, mối

liên kết.

Thực tế là, ở các nước khác mà trước tiên là Mỹ, “mối quan hệ” cũng được xem là thực lực, thậm chí việc tạo mối quan hệ rất được tán dương.

Cho dù là bạn dị ứng với “con ông cháu cha”, nhưng ai cũng phải thừa nhận rằng chúng ta nên có những mối quan hệ, mối liên kết với mọi người và các tổ chức.

Vì vậy, lập trường của quyển sách này là chúng ta không cần thiết phải phủ định hoàn toàn về “mối quan hệ”.

Tôi cho rằng có hai loại mối quan hệ là “những mối quan hệ sẵn có” và “những mối quan hệ phát sinh sau”. “Những mối quan hệ sẵn có” dĩ nhiên là những mối quan hệ tồn tại sẵn từ khi ta sinh ra, và “những mối quan hệ phát sinh sau” là những mối quan hệ ta có được trải qua quá trình sống.

Không phải là vì mối quan hệ (kone) và tiền (kane) có phát âm tương tự nhau, nhưng hãy thử thay mối quan hệ (kone) bằng tiền (kane) và thử suy nghĩ xem sao nhé.

Ví dụ, một người sinh ra và lớn lên trong một gia đình giàu có, người đó sẽ có rất nhiều “tiền sẵn có”. Tuy nhiên, mọi người ai cũng hiểu rằng, dù có ghen tị với người đó thì bản thân mình cũng không có thêm nhiều tiền được. Vì vậy, hầu hết mọi người đều cố gắng làm việc để có được “tiền phát sinh sau”.

Cũng tương tự như thế, bởi vì dù có buồn bã vì bản thân không có “những mối quan hệ sẵn có” thì ta cũng không có thêm được mối quan hệ nào, cho nên ta phải tự tạo ra “những mối quan hệ phát sinh sau” cho bản thân.

Mặc dù vậy, dù cho có sinh ra trong gia đình cực kỳ giàu có, nếu chỉ biết ỷ lại vào “tiền bạc sẵn có” thì sớm muộn gì ta cũng tiêu xài hết cả gia sản của bố mẹ. Cũng giống như vậy, dù ta có sinh ra trong giới thượng lưu, nếu ta cứ mãi chỉ là những kẻ ăn bám thì sớm muộn gì ta cũng đánh mất ánh hào quang của bố mẹ.

Không chỉ là ghen tị một cách đáng xấu hổ với những người có mối quan hệ, mà điều quan trọng là chúng ta cần sớm nhận ra rằng chúng ta có thể tự tạo ra mối quan hệ cũng giống như tiền bạc và tiến tới để đạt được điều đó.

Có mối quan hệ là có tất cả

Chuyển sang câu chuyện khác, các bạn có biết tác phẩm tiêu biểu của nhà văn Akutagawa Ryūnosuke mang tên “Mạng nhện”?

Tóm tắt tác phẩm “Mạng nhện”

Một ngày nọ, Phật Thích ca xuyên qua hồ sen ở miền cực lạc nhìn xuống dưới địa ngục. Lúc đó, trong số nhiều người phạm nhân, có một người đàn ông tên Kandata.

Kandata kiếp trước là một kẻ cướp đã gây ra nhiều tội ác nhưng hắn đã có lần từ bỏ ý định đập chết một con nhện nhỏ bé.

Phật Thích ca nhớ về điều đó nên đã ném cho Kandata một sợi dây mạng nhện để dẫn Kandata từ địa ngục về với miền cực lạc.

Kandata nắm lấy sợi dây mạng nhện và bắt đầu leo về phía miền cực lạc.

Thế nhưng, leo được một lúc thì Kandata nhận ra rằng có vô số phạm nhân khác đang leo theo phía sau mình. Lo sợ sợi dây mạng nhện sẽ đứt, Kandata gào lên “Xuống đi! Xuống đi!”

Hắn vừa dứt lời thì sợi dây mạng nhện đứt, Kandata rơi trở lại xuống địa ngục.

Mỗi khi nghĩ về mối quan hệ, tôi thường nghĩ đến cảnh tượng Kandata đang leo trên sợi dây mạng nhện mà Phật Thích ca đã thả xuống.

Có thể nói rằng sợi dây mạng nhện là mối liên kết đến miền cực lạc. Không hẳn là phân chia một cách cực đoan thành miền cực lạc và địa ngục giống như trong truyện cổ, nhưng tôi nghĩ rằng ta có thể phân chia thế giới hiện thực thành hai thế giới, đó là “thế giới có mối quan hệ” và “thế giới không có mối quan hệ”.

Tạm thời gác các tình tiết của câu chuyện sang một bên, trong thế giới của “Mạng nhện”, nếu cứ nghĩ rằng “Kandata có được sợi dây để đến miền cực lạc thật là tốt quá” thì sẽ không thể nào đi đến cõi cực lạc được.



Giống như trong câu chuyện, Kandata đã được Phật Thích ca quan tâm và thả dây mạng nhện xuống cho, mặc dù là bị đứt giữa chừng, trong thực tế, ta sẽ đạt được hạnh phúc nếu biết nỗ lực để có được các mối quan hệ.

Mối quan hệ là một khóa học bắt buộc trong kinh doanh

Không cần mối quan hệ! Thắng thua bằng chính thực lực!

Có những người sẽ suy nghĩ như vậy. Tôi không có ý định phủ định điều đó, và tôi cũng nghĩ rằng cũng có cách sống mà không cần dựa vào các mối quan hệ.

Tuy nhiên, tôi cho rằng, tùy vào từng ngành và tùy vào công việc, nhưng đa số các trường hợp, khi bắt đầu kinh doanh là lúc lợi ích của các mối quan hệ tăng lên.

Chẳng hạn, khi còn là học sinh thì việc làm các bài kiểm tra bằng thực lực (học lực) sẽ được tán dương.

Thông thường sẽ không có chỗ cho các mối quan hệ. Đa số chúng ta lớn lên trong môi trường của chủ nghĩa điểm số đơn thuần.

Ngay cả sau khi tham gia vào các tổ chức, thường là các doanh nghiệp, ban đầu có thể xem là giai đoạn nối dài của thời đại học, bạn sẽ được đánh giá dựa trên mức độ bạn có thể thực hiện được chỉ thị của cấp trên tốt đến mức nào.

Ở giai đoạn mà sự đánh giá dựa trên kết quả thực hiện những việc được yêu cầu thì việc tạo ra và sử dụng các mối quan hệ vẫn chưa cần thiết.

Tuy nhiên, sau khi kết thúc giai đoạn chỉ làm những việc được giao, chuyển sang giai đoạn tự bản thân nắm bắt công việc và tạo ra công việc thì bạn sẽ dần nhận thức được tầm quan trọng của các mối quan hệ.

Một khi có được các mối quan hệ, bạn có thể có được sự trợ giúp khi cần làm những việc mà bản thân chưa có kinh nghiệm. Một khi có được các mối quan hệ, bạn có thể có được sự trợ giúp khi thử sức làm những việc mà lẽ ra một mình bạn thì không làm được.

Những người thành công trong kinh doanh mà tôi biết đều có chung một ý kiến rằng: “Thành công hay không là tùy thuộc vào bạn có mối quan hệ hay không.”

Vì vậy, không quá một chút nào nếu nói rằng muốn thành công trong công việc thì mối quan hệ là vũ khí lợi hại nhất, là môn học không thể thiếu được.

Tôi lúc chưa có mối quan hệ

Bây giờ mới cảm ơn thì hơi trễ. Xin cảm ơn vì đã chọn quyển sách này. Tôi là tác giả của quyển sách này, Kazu Kawashita, PR Director.

Tôi được bạn bè gọi là “có quan hệ rộng”. Ít ra là bởi vì đã được gọi như vậy nên tôi muốn tóm lại trong một quyển sách về những triết lý mà tôi học được trong quá trình từ không có mối quan hệ thành có quan hệ rộng để giới thiệu đến các bạn.

Bên cạnh công việc về PR, tôi đang nghiên cứu cách tạo lập các mối quan hệ và cách duy trì các mối quan hệ.

Công việc chính của nghề PR là giới thiệu đến đông đảo mọi người sự hấp dẫn của các sản phẩm hay dịch vụ của khách hàng mà trước hết là các doanh nghiệp. Vì vậy, tiền đề trước tiên là

cần phải tạo dựng được mối quan hệ tốt với giới truyền thông để phổ cập thông tin (Web, truyền hình, đài, báo, tạp chí, vv...)

Thử nghĩ xem, bản thân từ PR là viết tắt của cụm từ Public Relation, dịch ra có nghĩa là quan hệ công chúng. Thật không ngoa khi nói PR là công việc tạo mối quan hệ.

Dù đã 15 năm trôi qua kể từ khi tôi bắt đầu làm công việc PR, ngày ngày trong quá trình thử nghiệm những cách khác nhau, cố gắng để tạo lập những mối quan hệ tốt hơn và nếm trải thất bại, bản thân tôi vẫn đang học cách để tạo lập các mối quan hệ. Tuy nhiên, không phải ngay từ đầu tôi đã có được nhiều mối quan hệ. Tôi đã bắt đầu gần như từ con số 0.

Tôi bắt đầu quan tâm về các mối quan hệ là khoảng hơn 20 năm trở về trước.

Thời trung học nông nổi ấy, dù vẫn chưa biết đến cụm từ “mối quan hệ”, tôi vẫn có một niềm tin mạnh mẽ rằng các mối quan hệ sẽ giúp ích cho mình, tôi đặt mục tiêu có được một mạng lưới rộng khắp gồm các sinh viên và sẽ đầu vào một trường đại học danh tiếng.

Tuy nhiên, tôi đã trượt trong lần thi đầu tiên. Tôi không bỏ cuộc và kết quả là tôi đã đầu vào trường mà tôi mong muốn ở lần thi thứ hai.

Đến bây giờ trong tôi vẫn còn vẹn nguyên cảm giác háo hức “Ừ, ta sẽ tạo lập mạng lưới ở Tokyo” vào cái ngày tôi rời vùng Denen của tỉnh Hyogo đến với Tokyo.

Từ năm nhất đến năm hai đại học, ngày này qua ngày khác tôi tụ tập cùng các anh trong trường. Nhưng đến năm ba, may mắn là thầy hướng dẫn cho lớp thực tập của tôi lúc đó là một doanh nhân, tôi đã bắt đầu học kinh doanh từ thầy và tôi đã trải qua những ngày tháng có thể tiếp xúc với những người đi làm cho đến khi tôi kết thúc năm thứ tư đại học.

Sau đó, tôi vẫn tiếp tục chỉ hướng mở rộng các mối quan hệ. Ngay cả khi tìm việc, tôi cũng chọn những công ty thương mại quảng cáo, nơi mà tôi có thể tiếp xúc với những người khác nhau từ nhiều ngành nghề khác nhau.

Hai năm đầu sau khi vào công ty, tôi chủ yếu làm công việc bàn giấy ở bộ phận Marketing. Nhưng tôi vẫn muốn giao lưu với nhiều người nên đến năm thứ tư tôi xin chuyển sang bộ phận PR, nơi có nhiều cơ hội để tiếp xúc với nhiều người hơn. Từ đó trở đi, tôi nhiệt tình thiết lập các mối quan hệ kể cả trong công việc và riêng tư. Tôi tham gia nhiều bữa tiệc và nhận được rất nhiều danh thiếp, đến lúc nhận ra thì tôi đã có hàng ngàn tấm danh thiếp.

Thế nhưng, tôi đã nhận ra điều này khi tôi nhìn vào núi danh thiếp sắp tràn ra khỏi cái hộp giấy khi tôi hơn ba mươi tuổi.

Một lúc nào đó, liệu có bao nhiêu người trong số những danh thiếp này sẵn sàng giúp đỡ tôi?

Kể từ lúc đó, tôi đã thay đổi một cách căn bản trong suy nghĩ và hành động về các mối quan hệ.

Điều đó có nghĩa là những nỗ lực từ trước đến nay là vô ích. Tôi nhanh chóng có được nhiều mối quan hệ với những người cùng chí hướng, và bắt đầu được giới thiệu với những người mà tôi thầm ngưỡng mộ.

Những cuộc gặp gỡ mới sẽ gắn với những cơ hội mới. Khi tôi biết quý trọng những mối lương duyên mà người khác mang lại, tôi viết cuốn sách này và đến với các buổi họp báo, hội thảo.

Tuy nhiên, tôi đã mất hàng chục năm để nhận thức được điều này và điều đó đã tiêu tốn của tôi rất nhiều thời gian, tiền bạc và nỗ lực. Dù có hối tiếc thì kim đồng hồ vẫn cứ quay, cho nên trong quãng thời gian còn lại tôi muốn điều chỉnh lại quỹ đạo của cuộc đời mình, sắp xếp và hệ thống hóa lại phương pháp để tạo ra những mối quan hệ phong phú.

Như tựa đề của cuốn sách này, “Người cha có quen biết rộng” và “Người cha không có quen biết rộng”, với ý nghĩa là hình mẫu tốt và không tốt để trở thành người có nhiều mối quan hệ, sẽ xuất hiện. “Người cha có quen biết rộng” là người mà nếu ngày xưa tôi được gặp thì tôi sẽ không phải tốn nhiều công sức đến như vậy để có được những mối quan hệ như bây giờ, và ông ấy sẽ dẫn chúng ta đến con đường để trở thành một người có nhiều mối quan hệ.

Ngược lại, người cha không có quen biết rộng là người đã lặp đi lặp lại những sai lầm giống như tôi ngày xưa.

Đồng thời, thông qua việc giới thiệu những hành động và suy nghĩ của “người cha có quen biết rộng” và “Người cha không có quen biết rộng”, để giúp các bạn có thể hình dung một cách cụ thể, tôi sẽ đưa vào thật nhiều những trải nghiệm thực tế của bản thân tôi.

Cuốn sách này gồm 3 phần chính: phần chỉ dẫn, phần chuẩn bị và phần thực tiễn. Phần thực tiễn lại được chia thành 3 chương nên tổng cộng quyển sách gồm 5 chương.

Trong phần đầu tiên, phần chỉ dẫn, người cha có quen biết rộng sẽ giải thích về “bảy chỉ dẫn” làm nên hành vi quy phạm.

Tiếp theo, phần chuẩn bị sẽ nói về những điều cần chuẩn bị để trở thành một người có quan hệ rộng.

Cuối cùng, ở phần thực tiễn, trong khi làm theo các phương pháp để trở thành người có quan hệ rộng, tôi sẽ giới thiệu đến các bạn 3 bước để trở thành người có quan hệ rộng (mỗi bước là một chương).

Các bạn cứ lặp đi lặp lại quá trình làm và rút kinh nghiệm, rồi đến một lúc nào đó cũng sẽ rút ra được kết luận giống như tôi.

Tuy nhiên, sẽ phải mất hơn mười năm. Nếu bạn đọc quyển sách này, thì thời gian sẽ được rút ngắn và bạn sẽ có thể tạo lập được những mối quan hệ lý tưởng cho bản thân mình mà không cần phải đi đường vòng.

Mục tiêu của tôi khi viết quyển sách này là đưa ra những chỉ dẫn để các bạn có thể thiết lập được những mối quan hệ thực sự có ý nghĩa cho bản thân bạn. Tôi tin rằng, khi bạn kết hợp những chỉ dẫn này cùng với kinh nghiệm và sự đào sâu của riêng bạn, bạn sẽ có một cuộc đời hạnh phúc hơn hiện tại.

Từ bỏ việc tạo ra những mối quan hệ một cách tùy tiện ngẫu nhiên, bằng việc xây dựng cho mình một lý luận về mối quan hệ và thực hành nó, tôi không muốn giữ những điều tốt đẹp cho riêng bản thân mình. Tôi mong rằng, dựa trên những trải nghiệm của tôi, các bạn sẽ trở nên hạnh

phức hơn.

- PHẦN GIẢNG GIẢI -

Bảy chỉ dẫn của người cha có quan hệ rộng

1. Nếu muốn trở thành người có quan hệ rộng thì hãy học từ những người giàu có

Trong kho tàng truyện cổ có một truyền thuyết về cậu bé nghèo khổ trở nên giàu có.

Đó là câu chuyện “Warashibe chouja”. Đây là câu chuyện rất nổi tiếng. Có thể có bạn đọc vẫn còn nhớ nhưng cũng có thể có bạn đọc chưa biết đến câu chuyện này. Vì vậy, tôi xin trích dẫn ý chính của câu chuyện dựa trên “dữ liệu manga truyện cổ Nhật Bản”.

Tóm tắt truyện “Warashibe chouja”

Một chàng trai nghèo khổ làm việc gì cũng thất bại cầu xin Phật Bà Quan Âm ban cho may mắn. Phật Bà Quan Âm xuất hiện và nói với chàng trai rằng hãy trân trọng bất cứ vật gì chàng có được khi chàng ra khỏi chùa và đi về phía tây.

Vừa ra khỏi chùa, chàng bị ngã và vỡ được một cọng rơm có gắn con ong. Chàng nắm lấy cọng rơm và đi về phía tây. Trên đường đi chàng gặp một đứa bé đang khóc nức nở và chàng đưa cho em bé cọng rơm có gắn con ong. Mẹ đứa bé tặng cho chàng quả quýt để cảm ơn.

Khi chàng đang nằm nghỉ dưới gốc cây và định ăn quả quýt, chàng bắt gặp một tiểu thư đang rất khát nước. Chàng tặng tiểu thư quả quýt và nhận lại được một tấm vải lụa thượng hạng. Chàng trai phấn khởi đi tiếp. Sau đó, có một người đề nghị chàng đổi tấm vải lụa để lấy con ngựa đang kiệt sức cùng với hàng hóa. Chàng miễn cưỡng nhận lấy một con ngựa sắp chết. Chàng trai tốt bụng chăm sóc tận tình cho con ngựa và nhờ đó mà con ngựa khỏe lại.

Chàng dẫn ngựa đi về phía thị trấn. Một ông triệu phú rất thích con ngựa của chàng và ngỏ ý trả cho chàng một nghìn lượng vàng để mua con ngựa. Chàng trai kinh ngạc đến nỗi ngất xỉu vì số tiền quá lớn. Con gái của triệu phú chăm sóc cho chàng và hóa ra đó chính là vị tiểu thư mà chàng đã tặng quả quýt. Ông triệu phú đề nghị gả con gái cho chàng. Vậy là nhờ có một cọng rơm mà chàng trai trở thành đại triệu phú xưa nay chưa từng có.

Vì sao tôi lại giới thiệu câu chuyện này?

Đằng sau câu chuyện về chàng trai trở nên giàu có này là những gợi ý để trở thành người có quan hệ rộng.

Chàng trai trong câu chuyện đã trải qua 3 bước sau để trở thành người giàu có.

Bước 1: Bắt lấy cọng rơm – Bước 2: Không tiếc cho đi cọng rơm có gắn con ong – Bước 3: Lập đi lập lại việc trao đổi vật này với vật kia, tạo ra đường xoắn ốc của sự giàu có.

Hãy thay câu chuyện về sự giàu có tiền bạc thành câu chuyện về sự giàu có mối quan hệ. Đầu tiên là bước 1. Ban đầu chàng trai hoàn toàn không có mối quan hệ nào.

Nhưng, chàng nghe theo lời Phật Bà Quan Âm đi về phía tây. Trong lúc đi thì chàng vấp ngã

và nhặt được cọng rơm.

Cũng như vậy, cho đó là mối quan hệ bình thường như cọng rơm, nhưng trước tiên điều quan trọng là hãy cứ nắm bắt điều đó.

Tiếp theo là bước 2. Lúc này, điều tuyệt vời ở chàng trai là chàng đã không giữ khăng khăng vật mà mình có được để làm lợi cho riêng mình. Để đỡ em bé đang khóc, chàng đã tặng bé cọng rơm có gắn con ong.

Nếu chàng không tặng cọng rơm cho đứa bé, mẹ bé đã không tặng cho chàng quả quýt. Tương tự như vậy, nếu chúng ta cứ giữ khư khư mối quan hệ mà mình đang có, thì mối quan hệ đó vẫn mãi là như thế, không hơn được. Nếu có được một mối quan hệ, thì không nên giữ cho riêng mình mà hãy nghĩ làm sao để tạo ra lợi ích cho mọi người. Nếu bạn sẵn sàng chia sẻ mối quan hệ mà bạn đang có thì kết quả là bạn có thể nhận lại được những mối quan hệ ngoài sức tưởng tượng của bạn.

Bước 3. Chàng trai, một cách vị tha, đã tiến hành lặp đi lặp lại vật đổi vật, tạo ra đường xoắn ốc của sự giàu có và rồi trở thành một đại triệu phú.

Cũng như vậy, khi bạn lặp đi lặp lại việc trao đổi các mối quan hệ, một đường xoắn ốc các mối quan hệ sẽ được sinh ra, đến một lúc nào đó bạn sẽ trở thành một người thật giàu có về các mối quan hệ.

Ba bước để trở nên giàu có về các mối quan hệ:

Bước 1: Nắm bắt các mối quan hệ ổng hút (mối quan hệ giống như cọng rơm)

Bước 2: Không tiếc việc chia sẻ các mối quan hệ

Bước 3: Tạo ra đường xoắn ốc các mối quan hệ

Anh chàng triệu phú Warashibe giàu lên nhờ lặp đi lặp lại việc trao đổi vật với vật

2. Không lấy việc kết nối làm mục tiêu mà hãy nắm lấy các mục tiêu để kết nối.



Người cha có quen biết rộng cũng rất hiểu tầm quan trọng của các mối quan hệ, và nghĩ rằng “Tôi muốn tạo lập các mối quan hệ”. Tuy nhiên, những người cha không có quen biết rộng thì lại sai lầm khi xác định mục tiêu cho bản thân là “tạo mối liên kết với con người”.

Kết quả là lại cảm thấy tuyệt vọng khi “càng muốn tạo lập mối quan hệ bao nhiêu thì lại càng không có được mối quan hệ thật sự nào”.

Nghiên ngẫm kỹ hơn một chút thì sẽ hiểu.

Không nhìn thấy mục đích của việc tạo lập mối quan hệ, mà chỉ xác định mục tiêu cho bản thân là “tạo mối liên kết với con người”, nhìn thoáng qua trên nhiều phương diện khác nhau, có thể tạo ra một mạng lưới rộng lớn là điều có thể nhìn thấy được. Tuy nhiên, khi tập hợp tất cả những danh thiếp đẹp long lanh, mà trong những tình huống khẩn cấp, đối phương lại không giúp đỡ thì cũng giống như yêu thích các mối quan hệ Haribote(*) vậy đó. Đó chỉ là những mối quan hệ giả tạo để kiêu ngạo với những người xung quanh, bị những người xung quanh nhìn thấu, do đó, nhiều người đã đánh mất những mối quan hệ giữa con người với nhau là điều hoàn toàn có thể.

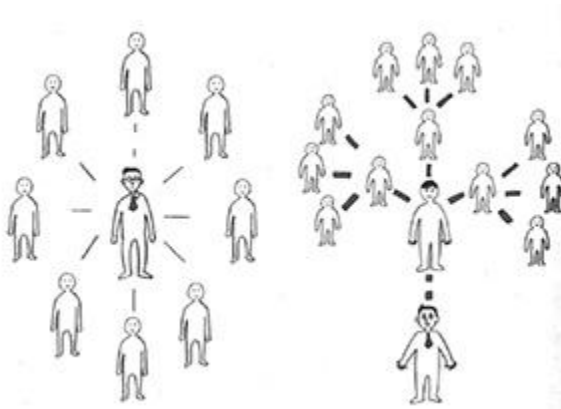
Mặt khác, người cha có nhiều mối quan hệ quen biết thì lại mới thiết lập mối quan hệ với những người có “mục tiêu” rõ ràng. Nếu bình tĩnh suy nghĩ lại, liệu làm như vậy có phải là do mình muốn đạt được mục đích nào khác chăng? Như vậy thì có vẻ như mục tiêu tạo ra mối quan hệ kết nối không còn quan trọng nữa? Ví dụ như, theo Chiba-san, biên tập viên của quyển sách “Discover 21” vừa được xuất bản, đã thổ lộ rằng “mục đích của việc tìm kiếm các mối quan hệ là “nhằm để cùng với các đối thủ làm việc một cách chăm chỉ”.

Đối với cá nhân tôi thì mục đích của việc tìm kiếm các mối quan hệ lại khác so với Chiba-san, đó là “nhằm để giải quyết các vấn đề mà tự thân một mình khó mà xử lý được”.

Nếu nghĩ như vậy thì theo Chiba-san, các mối quan hệ cần thiết chính là các “biên tập viên của

đồng nghiệp”, còn trường hợp của tôi thì lại trở thành “Người tự thân không có năng lực”.

Bằng cách này thì kết quả của việc nghiêm túc vun dưỡng mối liên kết tới những người khác nhau với những mục đích khác nhau chẳng phải là các mối quan hệ mà sau này tự nhiên đến đó sao? Vì thế, bước đầu tiên để tạo được các mối quan hệ, không phải là tạo kết nối rộng rãi đại trà một cách ngẫu nhiên, mà là xác định rõ ràng “mình muốn tạo mối liên kết với ai và nhằm mục đích gì?”



3. Cần phải biết cách tạo quan hệ của Người cha quen biết rộng

Bạn có biết rằng “mối quan hệ” và “mạng lưới quan hệ” khác nhau không? Tôi cho rằng quan hệ với từng cá thể gọi là “mối quan hệ”, nhưng với nhiều người gọi là “mạng lưới quan hệ”. Trong tiếng Nhật “mạng lưới quan hệ” có thể được chuyển thành “liên kết giữa người với người”.

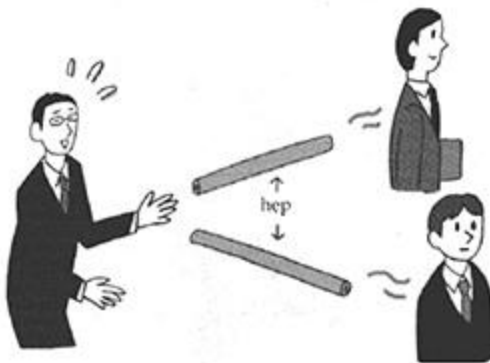
Tuy nói như thế, nhưng thực tế số người có thể hiểu rõ chuyện này chắc không nhiều.

Bạn hãy nhìn sơ đồ thể hiện “mạng lưới quan hệ” của Người cha quen biết rộng và Người cha không quen biết rộng nhé.

Các bạn thấy, nhóm của Người cha không quen biết rộng lấy “Người đó làm trung tâm”, còn nhóm của Người cha quen biết rộng lại như “mạch máu liên kết” tản đi rộng khắp. Điều này thể hiện rõ suy nghĩ của cả 2 trong việc xây dựng quan hệ. Với Người cha không quen biết rộng sẽ là “1 đối với nhiều người”, trong khi Người cha quen biết rộng sẽ là “1 đối 1 để tạo ra nhiều quan hệ”.

Đây là điều khác biệt giữa 2 người. Trong khi Người cha không quen biết rộng cố gắng để tham gia các sự kiện chỗ này chỗ khác, trao danh thiếp cho nhiều người, nhưng khi cần thì lại không có ai giúp, ngược lại Người cha quen biết rộng lại không dành hết thời gian mỗi ngày để tham gia các sự kiện như thế mà dành thời gian cho gia đình và bản thân. Nhưng nếu họ cần, sẽ có người đến ngay và giang tay giúp đỡ.

Tại sao lại có sự khác biệt như thế trong khi Người cha không có quen biết rộng cũng cố gắng hết sức nhưng lại không có được mối quan hệ thực sự nào.



Đa số mọi người đều cho rằng, càng có nhiều mối quan hệ thì càng tốt, tuy nhiên với tôi hoàn toàn không hẳn là vậy. Đương nhiên, nếu bạn có vốn thời gian, tiền bạc và sức lực vô tận, thì không cần phải nói. Nhưng bạn nhất định không được quên, tùy vào hoàn cảnh mỗi người nhưng nguồn “tài sản” chỉ có giới hạn thôi.

Giả dụ như bạn quy thời gian/tiền bạc/sức lực thành giá trị, thì 1 người sẽ phải mất 500 điểm, vậy bạn phải có 1.500 điểm.

Khi bạn sử dụng khối tài sản 1.500 điểm phát vô tội vạ cho 1.500 người, giống như việc phát 1.500 tờ danh thiếp vậy, vậy thì bạn chỉ có thể đầu tư 1 điểm cho 1 người mà thôi.

Năm 2010, Viện trưởng Viện nghiên cứu Quá trình tiến hóa của nhân loại thuộc Trường Đại học Oxford, trong cuốn sách “Số lượng bạn bè là bao nhiêu người? Tâm lý học tiến hóa có quan hệ với con số của Danbar”, giáo sư Robin Danbar đã nói rằng “Số lượng người tối đa để một nhóm hoạt động hiệu quả là 150 người”

Tôi là người thuộc loại có nhiều mối quan hệ trong công việc, tôi có tới hàng nghìn danh thiếp, hơn cả nghìn bạn trên Facebook, nhưng khi gặp chuyện, thất vọng làm sao khi số người đưa tay giúp đỡ chưa đến 150 người. Tuy nhiên, thông thường thì nếu bạn có khoảng 20-30 người thì cũng gọi là tốt rồi.

Như vậy trừ số người được xem là bạn/ người có quan hệ tốt chưa đến 150 người đó, thì trong số 1.500 người này chắc sẽ phải xem lại quan hệ với 1.350 người còn lại.

Sẽ thế nào nếu đầu tư tạo quan hệ với 150 người bằng 1.500 điểm? Quy đổi thì cứ 1 người bạn lại mất 10 điểm. Như thế bạn có thể xây dựng quan hệ vững chắc với từng mối quan hệ gấp 10 lần,

còn hơn là phí 1 điểm cho mỗi người trong số 1.500 người đó, và chắc chắn sẽ không xuất hiện 1.350 mối quan hệ chỉ mang tính hình thức.

Hãy chọn ống to bằng cách “một đối một” hay “hẹp mà sâu” còn hơn là “rộng mà cạn”

Người cha không quen biết rộng khi “mở rộng” các mối quan hệ thường sẽ tiếp xúc với nhiều người, nên các mối quan hệ ấy không có chiều sâu. Ngược lại Người cha quen biết rộng sẽ chọn lọc đối tượng ở phạm vi “hẹp”, với phương thức “một đối một” nên các mối quan hệ thường sẽ “sâu” và thực chất hơn.

Sau khi các mối liên hệ riêng lẻ chặt chẽ hơn, sẽ bắt đầu có sự biến hóa. Ví dụ trong số khoảng 150 người có thể phát triển quan hệ xa hơn ở bên trên, rất có thể họ cũng có những mối quan hệ thân thiết khác vì có điểm chung nào đó với nhau, ví dụ như “thích đọc sách”, hay “thích chạy bộ”. Nếu bạn có cùng sở thích và mong muốn như vậy, họ có thể là người làm cầu nối giữa bạn với những người khác, hay hỗ trợ thêm cho bạn. Đây là cách “một đối một tạo nhiều quan hệ” của Người cha quen biết rộng. Như vậy bạn hãy nhận ra mình nên xây dựng mối quan hệ “một đối một”, “hẹp mà sâu” hơn là “rộng mà cạn” rồi chứ, cách làm hiệu quả này sẽ giúp bạn có thêm những mối quan hệ mới nhờ vào những người trong nhóm hiện thời.

Khi nói về việc có nhiều mối quan hệ vững chắc giữa người với người hay một nhóm với nhau, người ta nói “có đường ống lớn”. Câu này có nghĩa là, so với việc bạn đào nhiều lỗ hẹp làm nước không chảy qua được, thì chỉ cần đào một lỗ thật lớn, rồi đặt một cái ống lớn ngang như vậy vào cho nước chảy qua sẽ là cách khôn ngoan hơn hẳn. Điều này giống với khi bạn xây dựng các mối quan hệ, nếu bạn đặt một cái ống lớn vào, đường dẫn đến tim đối phương sẽ mở rộng và bạn sẽ dễ dàng được tiếp nhận hơn. Khi đã tạo được mối quan hệ vững chắc rồi, nếu bạn có cùng lý tưởng hay điểm chung nào đó, chính họ sẽ là người giới thiệu bạn cho những mối quan hệ họ đang có.

Sẽ có người cho rằng, nếu chỉ giới hạn trong phạm vi đối tượng nào đó, khác nào mình đang tự thu hẹp tầm nhìn bản thân. Tuy nhiên, bạn đừng lo lắng. Vì tôi không khuyên bạn đầu tư hết tài sản vào một người.

Hơn nữa, nếu bạn có được quan hệ tốt với 150 người thì chẳng phải bạn đã đủ để đi tiếp đến các mối quan hệ khác sao.

4. Phát triển các mối quan hệ theo Hướng “hẹp mà sâu”, “một đối một” thay vì theo hướng “rộng mà cạn”

Người cha không quen biết rộng sẽ đặt ra mục đích tạo sự kết nối có lợi cho bản thân mình. Ngược lại, Người cha quen biết rộng sẽ đặt ra mục đích tạo sự kết nối có lợi cho mọi người. Tóm lại, có thể nói rằng Người cha không quen biết rộng sẽ đi đôi với phương châm 「テイカー: Teika」, còn Người cha có quen biết rộng sẽ đi đôi với phương châm 「ギバー: Giba」

「テイカー(Taker)」có nghĩa là người lấy. Mặt khác, có nghĩa là người nhận.

「ギバー(Giver)」có nghĩa là người cho.

Khi bạn của bạn có việc cần hỗ trợ thì bạn hãy đóng góp cho đối phương bằng tấm lòng vị tha và đừng tiếc những mối liên kết, kỹ năng, kiến thức mà mình đang có.

Tôi đã đề cập đến việc tôi tham gia vào công việc PR. Tôi mong muốn được giới thiệu rộng rãi và biết được sự hấp dẫn của các sản phẩm và dịch vụ khách hàng từ nhiều người nên tôi đã gặp gỡ những người có liên quan về lĩnh vực truyền thông đang thực hiện các chương trình và các ký sự tin tức.

Tuy nhiên, sau đó tôi đã nhận ra, toàn bộ những người làm truyền thông mà tôi đã gặp, họ không nói công việc PR bằng chữ “PR” mà họ nói bằng chữ “売り込み XÚC TIẾN BÁN HÀNG (mời gọi mua hàng)”.

Lúc đó, những người làm truyền thông đã nghĩ về công việc của tôi kiểu như “Muốn có thời gian để PR thì mỗi ngày liên lạc liên tục qua email và điện thoại, nếu có thể gặp mặt được thì cầu xin để được làm ký sự đăng tin”. Điều này đã làm tôi tỉnh ngộ và bị một cú sốc khá lớn.

Ban đầu vốn cho rằng đó là một việc tốt nên tôi không nghĩ đó là cầu xin khách hàng mà là suy nghĩ ra phương cách để đóng góp cùng khách hàng.

Ngoài điều đó ra, những người làm truyền thông không nên thụ động, chờ đợi đối phương đồng ý mua sản phẩm này, dịch vụ kia, mà phải chủ động tìm hiểu xem đối phương cần sự hỗ trợ gì và muốn thực hiện ký sự như thế nào, phải đặt mình đứng vào vị trí đó để thay đổi hành động.

Nếu nói theo cách khác thì chính bản thân tôi đã thay đổi 180 độ từ “taker” (người nhận) chuyển thành “giver” (người cho).

Khi làm được điều đó, sự thay đổi tích cực sẽ là điều hiển nhiên. Vì chính tôi đưa những thông tin mà đối phương cần nên không chỉ xác suất được phát ký sự, tin tức trên các phương tiện truyền thông đại chúng rất cao, mà các đối tác còn chủ động liên lạc với tôi “Dạo gần đây có tin tức gì thú vị không?”, “Nếu có người nào vui tính nhờ giới thiệu đến tôi nhé”.

Từ những thay đổi tích cực đó, có thể hiểu rằng để làm đường ống “một chọi một” dày lên, chúng ta không nên hành động ích kỷ, chỉ làm “taker” (người nhận), mà phải biết trở thành “giver” (người cho), vì lợi ích của mọi người mà hành động với tinh thần vị tha độ lượng.

5. Thiết lập mối quan hệ có lợi cho mọi người với tinh thần vị tha.

Để xây dựng quan hệ với nhiều người, Người cha không quen biết rộng sẽ hành động “trực tiếp” theo kiểu “một đối với nhiều người”, còn Người cha quen biết rộng sẽ hành động “gián tiếp” với phương châm “một đối một”.

Cách hành động trực tiếp hay gián tiếp sẽ tạo ra sự khác biệt lợi ích rất lớn trong trường hợp một người có quan hệ tin cậy đưa bạn vào “trong nhóm” của họ.

Ví dụ: Chắc bạn đã từng bị ai đó mới chỉ quen biết sơ sơ khi trao đổi danh thiếp trong buổi tiệc nào đó nhờ vả rồi chứ. Trước đây vì muốn tạo thêm nhiều mối quan hệ, tôi cũng hay phát danh thiếp cho nhiều người, nên đã từng bị những người đó nhờ giới thiệu hay mời mua hàng.

Trong thời gian ngắn mà trò chuyện thấy hợp nhau cũng là điều tốt, nhưng thực tế là có nhiều người nhờ vả mà thậm chí khi nhìn lại danh thiếp tôi cũng không nhớ nổi khuôn mặt họ. Nói cách khác, chuyện tiếp nhận sự nhờ vả từ những người không thân thiết, cũng chưa có được sự tin tưởng này giống như đổ “nước bùn” vào trong ống vậy.

Người cha không quen biết rộng cũng giống tôi đã làm trước đây, phát danh thiệp một cách thiếu suy nghĩ cho những người không quen, rồi tạo dựng mối quan hệ nửa vời với nhiều người. Hậu quả là họ phải mất công sức và thời gian quý báu để giải quyết sự nhờ vả hay giải đáp vấn đề cho những người đó. Điều này chẳng những rắc rối phiền phức, mà còn khiến họ sử dụng lãng phí nhiều tiền hơn.

Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng sẽ xây dựng mối quan hệ tin tưởng sau khi chọn lựa đối tượng kỹ càng. Những người biết rõ Người cha quen biết rộng trước khi đổ nước bùn vào ống sẽ cân nhắc “cái này không được đổ trực tiếp vào”, và sẽ là “chiếc van ngăn không cho nước chảy ngược” trong ống.

Ngược lại, khi giới thiệu cho những người cùng nhóm, chính họ sẽ là người đảm bảo với những người đó rằng Người cha quen biết rộng là một người đáng tin tưởng.

Đối với những người khi ta gặp lần đầu và tạo dựng quan hệ, so với việc tự mình bắt đầu từ số 0, nếu có người đứng giữa giới thiệu, thì lúc đó mối quan hệ giữa hai người sẽ nhanh chóng thân thiết và khăng khít hơn.

Như vậy, nếu bạn có được mối quan hệ tin tưởng một đối một rồi, đối phương sẽ trở thành “người thứ ba” kết nối bạn vào nhóm như bạn mong đợi, đồng thời sẽ trở thành “chiếc van đáng tin tưởng” giúp bạn ngăn lại những việc không mong muốn.

6. Có được “niềm tin của bên thứ ba

Vào mùa thu năm 2013, bộ phim truyền hình “Hanwaza Naoki” được chiếu trên kênh TBS đã trở thành một hiện tượng xã hội, và theo điều tra thì tại khu vực Đông Bắc Nhật Bản, tỉ suất xem đài đạt kỷ lục với 42,2%. “Hanwaza Naoki” là bộ phim truyền hình về đề tài tiền tệ dựa trên tiểu thuyết của tác giả Ikeido Jun với bối cảnh trong ngành ngân hàng. Nhân vật chính là Hanwaza Naoki, một nhân viên ngân hàng lớn, đã từng bước vạch trần cấp trên bất chính và chống lại những yêu cầu vô lý của họ.

7. Không mong đợi sự “nhận lại” mà thành quả sẽ tới sau

Câu nói do nhân vật chính trong phim sử dụng đã trở thành đề tài bàn tán và là câu nói thịnh hành vào năm đó.

Bộ phim truyền hình này thuộc thể loại “trả thù”, nhưng tôi cho rằng con người là loài động vật có tinh thần ngược lại điều đó.

Nghĩa là, con người là loài động vật sẽ trả lại gấp đôi những gì tốt đẹp người khác làm cho mình, chứ không chỉ đối với những việc xấu xa người khác đã gieo rắc cho mình.

Tuy nhiên bạn cần tuân thủ một nguyên tắc: Người cho không yêu cầu đối phương phải “trả ơn”. Vì nếu bạn cho nhưng lại khiến đối phương cảm giác như thể vay mượn, lúc đó sự cho đi sẽ là “bắt buộc phải cho”, có nghĩa là một lúc nào đó người nhận sẽ phải trả lại cho bạn. Nếu thế chẳng phải khi bạn cho đi một, sẽ mong muốn đối phương trả lại bảy hay tám sao.

Người cha không quen biết rộng sẽ có kiểu tính toán vụ lợi này. Ngược lại, Người cha quen biết rộng sẽ giúp đỡ người khác vì họ quý, với suy nghĩ đơn thuần muốn làm cho người đó vui mà

không cần biết họ có trả lại hay không, chính điều này khiến đối phương nghĩ mình đang “được cho không vụ lợi”, và “muốn trả lại nhiều hơn những gì mình được nhận”. Và sau đó cái mà những Người cha quen biết rộng nhận lại có thể là gấp 12 lần, gấp 20 lần hay hơn những gì họ đã cho đi.

Tôi đã giới thiệu bảy cách để trở thành Người cha quen biết rộng. Sau đây tôi sẽ giải thích cụ thể việc chuẩn bị và phương pháp thực tiễn để tạo mối quan hệ dựa vào sự chỉ dẫn đó.

	Cách suy nghĩ của Người cha không quen biết rộng	Cách suy nghĩ của Người cha quen biết rộng
Đối với các mối quan hệ	Mục đích Có được lợi ích gì đó	Mục đích Nhận được quả ngọt nhờ vào việc trân trọng mối quan hệ một đối một
Cách tạo quan hệ	Một đối với nhiều người	Một đối một sau đó tạo quan hệ với nhiều người
Độ rộng của ống trong các mối quan hệ	Hẹp	Rộng
Tạo quan hệ với “nhiều người”	Trực tiếp Sẽ bị nhờ vả hay đưa ý kiến giúp người khác	Gián tiếp Sự nhờ vả sẽ được chọn lọc
Hiệu quả của nhóm quan hệ	Vì chỉ trao danh thiếp nên nhóm này cũng chỉ là hình thức	Là nhóm quan hệ thực chất dựa vào sự tin tưởng lẫn nhau

- PHẦN CHUẨN BỊ -

Xây dựng quan hệ

Ngày nay được dự đoán là thời đại của “Các mối quan hệ”

Có thể nói ngày nay để tạo được thành quả trong công việc, chúng ta không thể không dựa vào các mối quan hệ.

Tin hay không tin vào dự báo này là tùy ở bạn. Cũng như có tiếp nhận hay không các mối quan hệ cũng là tùy ở bạn. Nhưng tôi tin chắc một điều là, có thể sử dụng các mối quan hệ đó như loại vũ khí sắc bén hay không sẽ ảnh hưởng rõ ràng đến thành quả kinh doanh của bạn.

Đến đây tôi xin được giới thiệu một chút về bối cảnh thời đại đề cập ở đây. Như các bạn biết, Nhật Bản thời hậu chiến với những cánh đồng cháy đen, thiếu đồ dùng và cả dịch vụ. Đến năm 1990, dân số tăng nhanh khiến cung không đủ cầu, các nhà máy thời đó chỉ cần “sản xuất ra là bán hết sạch”. Vì thế, hệ thống sản xuất và bán hàng số lượng lớn được xây dựng ở nhiều công ty, xí nghiệp.

Lấy ví dụ về việc bán táo thời đó, số lượng táo quá lớn mà một người không thể làm hết sẽ được thả lẫn trên một cái dốc và cuối dốc sẽ có những người khác phụ trách việc lượm táo, lột vỏ, cắt táo, sắp lên đĩa và bung ra cho khách. Đây là thời mà hiệu suất được coi trọng, và những người có thể làm tốt công việc được cấp trên hay giám đốc giao phó sẽ được trọng dụng, chứ không quan trọng bạn có quan hệ hay không.

Tuy nhiên, khi đồ dùng và dịch vụ trở nên bão hòa, thì đương nhiên sẽ xảy ra trường hợp sản phẩm làm ra không bán được. Từ sau khi nền kinh tế bong bóng bị vỡ, không như trước kia, nghĩa là không phải ngồi đó chờ thì công việc sẽ đến.

Vì quả táo sẽ không lăn đến chỗ ta nữa, nên chỉ còn cách tự mình đi hái hay phải tự trồng mà thôi. Khi làm những việc mà mình không thành thạo hoặc trong lĩnh vực mình chưa biết, thì nhờ cậy vào những mối quan hệ để có thêm kiến thức và sức lực là điều không thể thiếu.

Mặc dù tôi nói là dự đoán, nhưng thực tế chúng ta đang ở thời đại mà ngoài thực lực ra, các mối quan hệ còn có ý nghĩa sống còn với việc kinh doanh.

Tuy nhiên bạn nào cho rằng mình không giỏi tạo mối quan hệ thì cũng không cần lo lắng. Khi còn nhỏ tôi cũng không phải là người giỏi giao tiếp với người khác. Tôi từng là tuýp người cảm thấy rất căng thẳng khi gặp ai đó lần đầu. Tất nhiên, trải nghiệm gặp gỡ nhiều lần nên giờ có khá hơn một chút, nhưng đây là tính cách từ lúc sinh ra nên đến tận bây giờ, thỉnh thoảng tôi vẫn thấy người cứng lại khi gặp ai đó lần đầu, rồi nói chuyện lan man không rõ nội dung.

Dù vậy tôi cũng đã học được từ một niềm vui lớn rằng nếu bạn dùng cảm tạo thêm mối quan hệ mới, bạn có thể làm được những việc trước đây chưa từng làm hay những việc không thể làm một mình.

Ở chỗ làm việc, nếu bạn tụ tập nhóm chỉ để than vãn hay giải tỏa phiền muộn, tức là bạn đang

vô tình lãng phí thời gian quý báu vào những việc không đáng chút nào.

Ở “một nơi dễ chịu” thì đương nhiên sẽ thoải mái nhưng bạn sẽ không có được cơ hội gặp gỡ với người mới.

Giống như câu chuyện của người đàn ông “Warasibe chosha”, nhờ ra khỏi nhà mà ông đã nhận được cộng đồng giúp ông trở nên giàu có sau này, thì để trở thành Người cha quen biết rộng, bạn cũng cần phải ra khỏi nhà hay chỗ làm để tạo thêm những mối quan hệ mới.

Không cần phải trực tiếp tạo quan hệ với nhiều người.

Sẽ có người cho rằng đối với các mối quan hệ quan trọng, chúng ta nên trực tiếp gặp gỡ nhiều người để mở rộng mạng lưới quan hệ, nhưng tôi xin nói rõ là hoàn toàn không cần thiết.

Điểm quan trọng trong phần “chỉ dẫn của Người cha quen biết rộng” là khi tạo mối quan hệ, bạn phải ý thức rằng sẽ phải là “hẹp mà sâu” chứ không phải kiểu “rộng mà cạn”. Nếu là người bạn có thể tin tưởng, thì dù chỉ hai, ba người cũng là đủ.

Chắc sẽ có người cho rằng, “Trong cuốn sách hướng dẫn trở thành Người cha quen biết rộng, số lượng các mối quan hệ khoảng 20 đến 30 người thì khá là ít”.

Tuy nhiên, hãy nhớ lại ở trang nói về nhóm quan hệ mà Người cha quen biết rộng. Mặc dù những người họ quan hệ trực tiếp không nhiều, nhưng những người đó lại có mối quan hệ với những nhóm khác nữa.

Khi bạn cần, những người có quan hệ tốt với bạn chắc chắn sẽ ra sức giúp đỡ. Nếu sự giúp đỡ đó chưa đủ, họ chắc chắn sẽ nhờ thêm trợ giúp từ những người khác trong nhóm của họ. Và nếu vẫn chưa đủ, chắc chắn nhóm đó lại sẽ nhờ một nhóm khác nữa để hỗ trợ bạn.

Theo cách này, khi tạo được mối quan hệ “hẹp mà sâu” như đề cập ở trên, chắc chắn bạn sẽ có thêm nhiều mối quan hệ nữa.

Ngược lại, bạn hãy tưởng tượng đến nhóm của Người cha không quen biết rộng. Họ gặp trực tiếp hàng trăm, hàng nghìn người, và có được mối quan hệ hời hợt với bốn phương tám hướng. Mặc dù đã rất cố gắng xây dựng, nhưng kết quả là họ chẳng có lấy mối quan hệ thực chất nào.

Nhóm quan hệ cũng giống như dây leo vậy. Nếu “dây” mỏng và yếu, thì chỉ cần kéo nhẹ cũng bị đứt. Tuy nhiên, nếu dây dạn và chắc chắn, sợi dây leo đó sẽ sinh sôi, nảy nở dần lên.

Một “người bạn chí cốt” còn hơn 100 “người theo dõi”

Người cha không quen biết rộng rất bận vì phải tăng số lượng bạn trên Facebook, và lượng người theo dõi trên Twitter.

Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng lại cho rằng, nếu bạn không phải người nổi tiếng như nhà văn hóa hay văn nghệ sĩ, thì không cần phải tăng lượng người theo dõi vì muốn mở rộng mạng lưới quan hệ.

Chính xác mà nói, những người nổi tiếng vì muốn quảng bá nội dung họ trình diễn hay sáng

tác (văn học, hội họa, âm nhạc, phim ảnh, hay sự kiện) đến khán giả nên việc họ cố gắng để tăng thêm lượng người theo dõi cũng là một phần quan trọng trong công việc của họ.

Tuy nhiên với người bình thường, thì “người theo dõi” mà mình không quen ấy trên các mạng xã hội, cũng không khác gì những tấm danh thiếp đã lâu của những người chẳng nhớ mặt. Cái họ làm cho bạn cùng lắm chỉ là nhấn nút “like” mà thôi.

Điều mà Người cha quen biết rộng trân trọng là việc tạo quan hệ với “những người có thực lực và khi cần họ sẽ đưa tay ra giúp đỡ”, không phải những người chưa bao giờ gặp như kiểu “người theo dõi” hay “bạn bè” trên mạng xã hội.

Giả sử như bạn có chuyện gì, thì có khoảng bao nhiêu người sẽ chạy đến với bạn? Và ngược lại, nếu có người nào trong nhóm gặp chuyện, bạn có thể chạy đến bên họ không?

Tôi cho rằng một nhóm thật sự là nhóm mà các thành viên biết và hỗ trợ lẫn nhau. Tôi không phải là người có hàng nghìn hay chục nghìn người theo dõi, và cũng không định tăng số lượng đó. Tuy nhiên tôi có khoảng trên dưới 100 người mà khi tôi cần, họ sẵn sàng đưa tay giúp đỡ. Và bản thân tôi cũng thế, nếu có người nào trong nhóm đó gặp khó khăn, tôi cũng sẵn sàng bay đến để hỗ trợ.

Tôi biết việc tăng người theo dõi trên mạng xã hội không phải là chuyện dễ dàng.

Đầu tư để tạo nội dung và duy trì đăng bài chắc chắn là mất rất nhiều thời gian, công sức và tiền bạc. Bạn có nghĩ, nếu thử sử dụng phần đó vào việc đầu tư tạo quan hệ cho nhóm bạn đang có thì sẽ tốt hơn không. Điều quan trọng ở đây là một “người bạn chí cốt” còn hơn “100 người theo dõi”.

Chọn lọc và tập trung thì sẽ đủ thời gian

Người cha không quen biết rộng có câu cửa miệng là “bạn quá, bạn quá”. Vì họ bận tham gia vào các sự kiện, tiệc tùng và trao đổi danh thiếp mỗi ngày nên tất bật và chẳng có thời gian cho việc riêng nữa. Ngược lại, Người cha quen biết rộng mặc dù xem trọng xây dựng các mối quan hệ nhưng không bị điều đó chi phối quá nhiều, vẫn có thời gian riêng tư cho bản thân. Dù vậy, tại sao Người cha quen biết rộng lại được nhiều hơn hẳn những người sẵn lòng đưa tay giúp đỡ mỗi khi cần?

Có câu nói giống với trường hợp này rằng “mua đồ rẻ sẽ chỉ phí tiền”. Nếu bạn vung tiền lung tung để tạo quan hệ chỗ này chỗ kia, bạn sẽ không thể có được một đường ống lớn.

Nhưng nếu bạn chọn lựa nơi đầu tư và tập trung vào, bạn sẽ làm được. Đồng thời, bạn cũng có thể tạo dựng thêm mối quan hệ mới thông qua những người đó.

Vì vậy, bạn cần hiểu rằng không phải cứ bỏ ra thời gian, công sức, tiền bạc thì sẽ thu được những mối quan hệ giá trị. Do đó phải suy nghĩ kỹ trước khi sử dụng những tài sản quý giá ấy.

Doanh nhân Suzuki Kaworisan nhận sự kiện các nhà khoa học Nhật nhận được giải Nobel gây xôn xao truyền thông đã viết thế này:

Trong số những người đàn ông đoạt giải Nobel, điều gây chú ý là toàn bộ đều là “công lao của

các bà vợ”. Họ đã gửi lời cảm ơn đến vợ - người đã chu toàn việc nhà để họ tập trung vào nghiên cứu. Nếu như có chồng lo toan việc nhà để chuyên tâm nghiên cứu, thì chắc cũng sẽ có nhiều nhà nghiên cứu nữ giành được giải Nobel.

Tôi mong muốn sẽ đến thời đại mà cả hai phái đều có thể giành được giải Nobel thế này.

Khi đọc đến đây tôi đã nghĩ quả đúng như thế. Trong cuốn sách này tôi đã nói về tầm quan trọng của việc tạo dựng các mối quan hệ, nhưng nếu hy sinh người yêu hay gia đình để làm việc đó thì thật sự là không đáng chút nào.

Trước đây tôi cũng từng sai lầm khi cho rằng “công việc” hay “các mối quan hệ” là những điều cần tập trung vào.

Tuy nhiên, từ sau khi nhận ra cách xây dựng nhóm quan hệ để trở thành Người cha quen biết rộng, tôi đã không còn tập trung vào các mối quan hệ nữa, mà giờ đây đã tạo được khoảng thời gian riêng cho bản thân và gia đình.

Chọn lọc các mối quan hệ theo “mục đích”

Làm thế nào để chọn lọc các mối quan hệ? Hãy cùng xem cách làm của Người cha không quen biết rộng và Người cha quen biết rộng nào.

Khi xây dựng quan hệ, Người cha không quen biết rộng sẽ lấy “sự liên kết” làm mục đích. Vì thế, họ sẽ cố gắng gặp gỡ nhiều người, và thu thập thật nhiều danh thiếp. Khi còn nhỏ, việc sưu tập nhiều tấm card, nếu trong đó có nhiều card hiếm có lẽ là thành quả tuyệt vời được những đứa trẻ khác ngưỡng mộ. Tuy nhiên, khi xây dựng quan hệ, ngay cả khi bạn có được tập danh thiếp dày của nhiều người, trong số đó có cả của những người nổi tiếng hay có chức vụ, cũng không có nghĩa là bạn đã có được những mối quan hệ thân thiết và thực chất.

Ngược lại, Người cha quen biết rộng lại có mục tiêu rõ ràng “liên kết để làm gì”, và cho rằng “việc liên kết” chẳng qua là một phương thức mà thôi. Do đó, thay vì mở rộng nhiều mối quan hệ một cách không kế hoạch, họ chọn lọc các mối quan hệ theo mục đích định sẵn, và trân trọng từng mối quan hệ đó.

Tuy nhiên, có một điểm Người cha quen biết rộng phải lưu ý, đó là họ sẽ xây dựng quan hệ dựa trên “mục đích chung giữa hai bên (cùng chung chí hướng)”, chứ không phải chỉ là “mục đích của bản thân” .

Ví dụ như:

“Để nhờ người đó giới thiệu cho...”,

“Để nhờ người đó giải quyết giúp...”,

“Để nhờ người đó đầu tư vào dự án...”,

Những mục đích tính toán cho bản thân thế này sẽ không nên chút nào.

Đương nhiên, khi mối quan hệ của bạn phát triển đến mức độ thân thiết và tin tưởng, bạn có

thể nhờ đối phương hỗ trợ những trường hợp này. Nhưng nếu ngay từ đầu, bạn xây dựng quan hệ dựa trên mục đích tư lợi cá nhân, sẽ chỉ khiến đối phương cảm thấy áp lực, lúc đó mối quan hệ sẽ không duy trì lâu dài được.

Ngược lại, bạn hãy xem thử những mục đích dưới đây:

“Cùng nhau làm những việc có ích cho đời”

“Cùng nhau hoàn thành những việc mà một người không thể nào làm được”

“Cùng nhau phấn đấu và trưởng thành”

Nếu là mục đích như trên đây thì chắc hẳn nhiều người sẽ sẵn lòng hợp tác, tạo được thêm nhiều mối quan hệ vững chắc.

Xin chia sẻ với các bạn một ví dụ về bản thân mình. Năm 2014 sau khi xuất bản cuốn sách “勤トレ - Rèn luyện những kỹ năng làm việc cơ bản (discover 21)”, tôi đã nhận được rất nhiều lời mời gặp gỡ, diễn thuyết.



Tôi thật sự muốn trả lời hết tất cả những câu hỏi hay đề nghị cho ý kiến, thảo luận từ những người có duyên gặp gỡ, nhưng vì còn có công việc riêng nên tôi không thể nào đáp ứng hết được. Vì thế, khi đọc các câu hỏi được gửi đến, tôi thường căn cứ vào một tiêu chuẩn là “người đó có mục đích rõ ràng, và cùng cảm nhận với mình không”, không phải “đơn giản chỉ muốn gặp thôi”.

Trong cuốn 『勤トレ Kin tore』, nghĩa là “Năng lực làm việc” có đề cập, giống như năng lực thể chất, “năng lực làm việc” có thể được rèn luyện.

Với vai trò tác giả cuốn sách, tôi được nhiều công ty mời về tập huấn cho nhân viên mới, hay tập huấn tại các công ty liên doanh lớn. Với những lời mời như thế, khi bản thân và đơn vị tổ chức đó có cùng mục đích “cống hiến vì thế hệ tương lai”, tôi rất sẵn lòng được đến và chia sẻ kinh

nghiệm bản thân.

Như thế, việc bạn xây dựng quan hệ vững chắc với những người có cùng mục tiêu chắc chắn sẽ tốt hơn là tùy tiện kết bạn với nhiều người.

Cạm bẫy của những buổi giao lưu trái ngành

Khi muốn xây dựng mối quan hệ thì thường mọi người đều cho rằng “buổi giao lưu trái ngành” sẽ phù hợp. Vậy hãy xem thử Người cha quen biết rộng và không quen biết rộng, ai sẽ tích cực tham gia hơn nhé.

Người cha không quen biết rộng sẽ cố gắng tham gia những bữa tiệc như thế, và tại đó họ sẽ tích cực trao đổi danh thiếp cho những người khác.

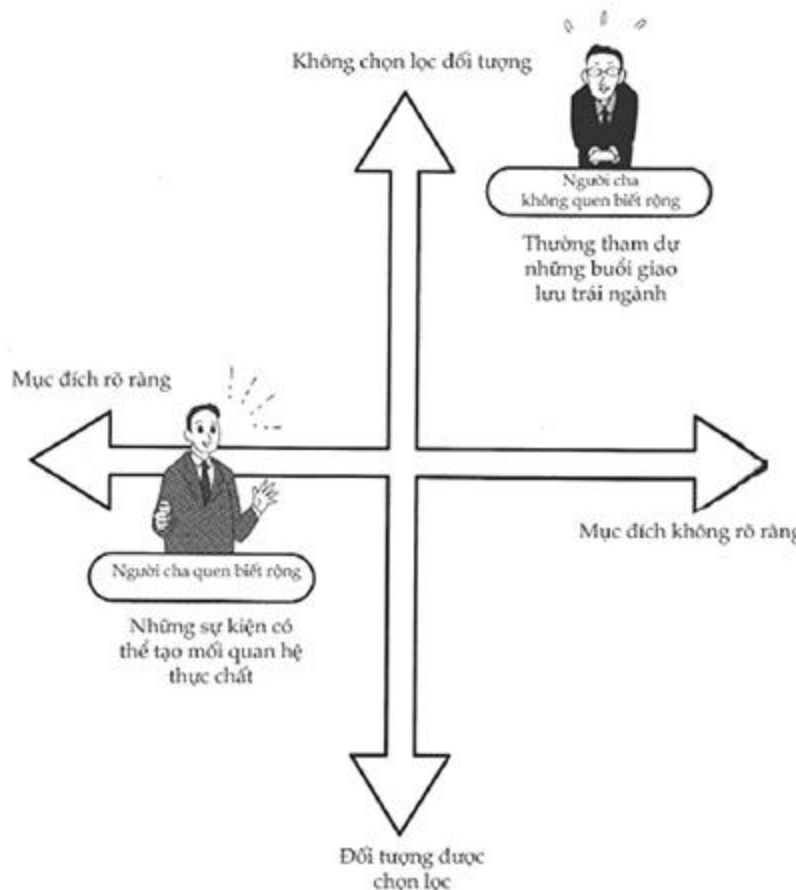
Ngược lại Người cha quen biết rộng sẽ không tham gia nếu không có lý do gì đặc biệt. “Buổi giao lưu trái ngành” là nơi mà nội dung trao đổi rất đa dạng, do đó tôi không nghĩ là vô ích. Đó chắc chắn là nơi bạn có thể nghe, nhìn, gặp gỡ những người trái ngành mà bình thường không gặp.

Tuy nhiên, “buổi giao lưu trái ngành” ấy có khuyết điểm không thể nhìn thấy bằng mắt được. Trong số các bạn có ai đã từng tham gia những buổi gặp gỡ đó, trao rất nhiều danh thiếp cho nhiều người, nhưng hầu hết những người đó sau này đều không liên hệ nữa không?

Thực tế tôi đã từng gặp tình huống đó. Hơn phân nửa số người gặp tại buổi giao lưu như thế, mặc dù đã thử tiếp cận, nhưng nếu tôi không phải đối tượng của họ, sau vài câu xã giao họ cũng rời đi. Ngược lại, nếu tôi là đối tượng họ nhắm đến, họ sẽ cố gắng chứng minh bản thân mình như có thành tích gì, làm được những gì...với những người như thế thì khi về đến nhà, tôi cũng chẳng nhớ nổi họ.

Vậy tại sao những buổi giao lưu trái ngành này lại không có hiệu quả trong việc tạo dựng mối quan hệ? Bạn hãy xem thử hình bên dưới đây.

Hầu như những buổi tiệc giao lưu trái ngành này thuộc nhóm phía trên bên phải: “Mục đích không rõ ràng”, “Không giới hạn số người tham dự”.



Người cha không quen biết rộng sẽ cố gắng để dự những buổi như thế này, nhưng kết quả họ nhận được chỉ là “đi chỉ thấy mệt mà thôi”, hay “nếu không đi thì tốt hơn”.

Ngược lại Người cha quen biết rộng khi tham gia sự kiện nào đó, sẽ chọn những nơi mà “có mục đích rõ ràng”, “chọn lọc người tham dự”.

Tại những nơi như thế, họ sẽ gặp và trao đổi với những người cùng chung chí hướng, để rồi sau đó mối quan hệ giữa 2 bên sẽ được xây dựng vững chắc hơn.

Thời gian của bạn là thời gian của đối phương

Khi xây dựng mối quan hệ, một điều quan trọng không được quên, đó là câu “thời gian của bạn là thời gian của đối phương”

Người cha không quen biết rộng sử dụng rất nhiều thời gian để gặp gỡ mọi người nhằm xây dựng quan hệ.

Việc bạn suốt ngày không ở trong nhà mà ra ngoài gặp gỡ người khác, là điều rất đáng hoan nghênh, nhưng tuyệt đối “không gặp gỡ người khác khi chưa xác định rõ mục đích”. Vì khi bạn gặp họ, bạn không chỉ đang sử dụng thời gian của chính mình mà còn là thời gian của họ nữa. Nếu bạn sử dụng một giờ cho buổi gặp, thì thời gian đối phương phải bỏ ra cũng tương đương. Nghĩa là thời gian hai phía bỏ ra là như nhau.

Vì vậy, nếu chỉ vì bản thân “muốn có quan hệ” mà không nghĩ đến đối phương, chẳng khác

nào bạn đang “lấy cắp thời gian” của họ vậy.

Người cha quen biết rộng sau khi xác định rõ mục đích “Muốn gặp để làm gì”, tiếp theo mới liên hệ để hẹn gặp .

Nguyên tắc cơ bản khi xây dựng quan hệ với ai đó, là không bao giờ đặt mình làm trung tâm, mà phải hành động dựa trên lập trường của đối phương.

Thận trọng khi nhờ người giới thiệu

Người cha không quen biết rộng khi muốn làm quen với ai đó, họ sẽ nhanh chóng nhờ người quen giới thiệu.

Trước đây, để làm quen với ai đó thật khá khó khăn. Thông thường thì chúng ta gửi email hay dò hỏi những người xung quanh xem có biết người đó không.

Tuy nhiên, giờ đây với việc sử dụng công nghệ inter- net như Facebook, bạn có thể biết người trước mắt mình đang kết nối với ai.

Vì thế, nếu nhờ người đó giới thiệu, họ sẽ trở thành cầu nối đảm bảo với đối phương bạn là người đáng tin cậy. Như vậy, đây chắc chắn là cách đảm bảo và an toàn nhất.

Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng sẽ không lạm dụng phương thức giới thiệu này. Vì họ biết, người giúp bạn làm cầu nối ấy không chỉ mất thời gian quý báu của họ, mà còn lo lắng “không biết hai người có hợp nhau không”, hay “phải dùng đề tài gì để hai người cảm thấy hứng thú” và sẽ mất nhiều sức lực mỗi lần bạn nhờ.

Chính vì mỗi lần nhờ vả ai đó, vô hình chung bạn đang tạo trách nhiệm cho người đó nên tôi chỉ muốn sử dụng lợi thế này vào những lúc thật cần thiết. Việc nhờ người giới thiệu này giống như cho đối phương vay tiền, nhờ vả linh tinh tức là bạn đang đi vay nợ số tiền lớn vậy.

Tuy vậy, với những Người cha quen biết rộng, có khi việc nhờ người khác giới thiệu lại tốt hơn.

Đó là khi có thể trao [quà] cho người giới thiệu. Chẳng hạn khi bạn muốn đáp lễ với người được giới thiệu hay người đó có thể có cơ hội làm ăn nhờ lần gặp gỡ này. Trong trường hợp bạn nói rõ mục đích và lợi ích của người được giới thiệu, không phải kiểu nói chung chung “muốn được gặp người ấy”, thì cảm giác trách nhiệm của người trung gian sẽ giảm đáng kể.

Nếu sau buổi gặp ấy mà người được giới thiệu cảm thấy hài lòng, và biết ơn người giới thiệu, đồng thời người giới thiệu cũng cảm thấy như đã làm được việc gì đó cho hai người, thì chắc chắn mối quan hệ giữa họ sau này sẽ vẫn được duy trì và phát triển.

Vì vậy, khi muốn nhờ ai đó giới thiệu, bạn hãy thận trọng cân nhắc xem liệu đó là “lời nhờ vả gây phiền phức” hay “lời nhờ vả sẽ làm người đó được đối tượng biết ơn”

- PHẦN THỰC TIỄN -

Bước 1:

Giữ lấy các mối quan hệ

Hãy nhắm đến mục tiêu!

Trong khi Người cha không quen biết rộng tham gia vào những buổi giao lưu trái ngành, đi trật mục tiêu, hay nhờ người khác giới thiệu và bị từ chối, thì Người cha quen biết rộng sẽ dò hỏi và tìm kiếm các mối quan hệ có cùng mục tiêu với mình rồi chắc chắn cơ hội sẽ đến. Nếu đối tượng là người nổi tiếng hay học giả, họ sẽ xuất hiện ở các sự kiện như buổi ký tặng, diễn thuyết, hội nghị chuyên đề. Ngay cả khi họ không phải người nổi tiếng, chúng ta vẫn có thể dễ dàng liên lạc được với họ qua mạng xã hội như Facebook hay Twitter.

Như vậy, sự thật là không phải chúng ta không có cơ hội gặp, chỉ là không có dũng khí và không hành động mà thôi. Đương nhiên, chẳng ai muốn bị người khác cho là kỳ quặc hay bị họ phớt lờ.

Ngay cả người tự nhận là quen với việc gặp gỡ tiếp xúc người lạ như tôi, khi liên lạc với người sẽ gặp lần đầu, vẫn cảm thấy căng thẳng vì không biết họ sẽ phản ứng thế nào.

Thật sự là tôi đã từng từ bỏ chỉ vì bị căng thẳng, nhưng lại tìm lý do để thuyết phục bản thân rằng “hôm nay mình bận nên mình sẽ không ra ngoài”

Tuy nhiên sau đó tôi đã cố gắng vượt qua và tiếp xúc với nhiều người để có được nhiều mối quan hệ như hiện nay.

Xin lấy ví dụ từ một trong số những người tôi kính trọng nhất, và cũng là người giúp tôi rất nhiều trong việc xuất bản cuốn sách này, Giám đốc Hoshiba của Discover21

Cách đây 5 năm, tôi bắt gặp mục đăng tuyển cho dự án sách “Google plus” trên mạng xã hội (bây giờ đã bị đóng) và chính lời bình luận của tôi lúc đó “xin cho tôi gửi đề án” đã tạo nên mối lương duyên sau này.

Sau đó tôi đã tham gia những sự kiện do công ty tổ chức, hay đi dùng bữa với người quen của đôi bên, rồi do hợp tính nên dần thân thiết hơn.

Tuy nhiên, nếu lúc đó tôi không chủ động tiếp cận, có lẽ sẽ không có được mối quan hệ như lúc này và cũng không có cuốn sách mà các bạn đang đọc. Ngoài việc này, tôi còn có rất nhiều ví dụ khác liên quan đến các mối quan hệ thân thiết tôi có được do tham dự nhiều buổi diễn thuyết hay sự kiện kỷ niệm xuất bản. Nếu bạn có dũng khí thử tiếp cận đối phương, chắc chắn bạn sẽ có cơ hội giao tiếp cởi mở với họ, ngay cả những người bạn cho là không thể gặp được. Tóm lại, cơ hội là do mình tạo nên. Trước đây tuyển thủ khúc côn cầu Wayne Douglas Gretzky đã từng nói “Nếu không đánh, 100% sẽ không vào”

Đương nhiên, cũng có trường hợp dù bạn chuẩn bị thế nào, kết quả cũng không thành công.

Nhưng tôi có thể nói, nếu không làm thử thì đến cả thất bại bạn cũng không biết được.

Không tiếc đầu tư vào xây dựng quan hệ

Bình thường các bạn chỉ tiền vào những việc gì? Cả Người cha quen biết rộng và Người cha không quen biết rộng đều chi nhiều nhất cho “Phí xã giao”. Cả hai người đều có cùng suy nghĩ phí xã giao là loại phí đầu tư cá nhân cần thiết, tương đương với đầu tư thiết bị cho nhà xưởng.

Tuy nhiên, cách sử dụng phí xã giao này của 2 người rất khác nhau. Người cha không quen biết rộng cho rằng, các loại phí dùng cho ăn uống đều là phí xã giao. Trong khi đó, Người cha quen biết rộng quan niệm, các loại phí như ăn uống vui chơi với bạn bè, hay để giải tỏa phiền muộn không phải phí xã giao, mà là “Phí giải stress”.

Do vậy, Người cha không quen biết rộng thường sẽ sử dụng lãng phí loại phí xã giao này, trong khi Người cha quen biết rộng sử dụng chính xác với nghĩa “đầu tư”.Đương nhiên không phải lúc nào cũng thuận lợi, đôi khi trật hướng cũng là bình thường, nhưng nếu hướng đi không đúng thì chúng ta sẽ không tạo ra được mối quan hệ mới nào.

Nếu bạn nhận ra và giảm thiểu sự lãng phí đó, đồng thời sử dụng đúng ý nghĩa của phí xã giao để tạo thêm các mối quan hệ thì thời gian của bạn sẽ trở nên ý nghĩa hơn. Không chỉ thất chặt hơn nữa các mối quan hệ hiện có, đầu tư gấp gờ và tạo dựng quan hệ với những người mới không chỉ mở rộng tầm nhìn bản thân, mà có thể sẽ giúp ích cho bạn sau này.

Các bạn nên chuẩn bị cuốn sổ ghi chép gia đình và phân chia rõ ràng các mục “Sử dụng lãng phí” và “Đầu tư”. Nếu sử dụng khoản tiền lãng phí để đầu tư đúng, thì chắc chắn bạn sẽ tạo được thêm các mối quan hệ với những người mới.

Dù bị cho là kỳ quặc còn tốt hơn không được nhớ đến.

Những sự kiện như buổi nói chuyện trên truyền hình hay diễn thuyết chính là cơ hội để bạn tiếp cận với những diễn giả đó. Sau khi thông tin về sự kiện được công bố, bạn có thể kiểm thông tin về ngoại hình, chuyên môn, nghề nghiệp hay tính cách người đó, rồi xem có phù hợp với mục đích mình đến gặp người đó không.

Chính vì thế, Người cha quen biết rộng không xem những sự kiện này là nơi để học tập, mà xem đây là cơ hội tuyệt vời để làm quen với người liên quan đến chủ đề mình quan tâm.

Trong khi Người cha không quen biết rộng chỉ đơn giản cho là “đã học được nhiều điều” sau khi tham gia, thì Người cha quen biết rộng lại muốn được đối phương nhớ kỹ tại những sự kiện thế này.

Thắng thua sẽ quyết định trong khoảnh khắc. Cơ hội chỉ đến vào lúc trả lời câu hỏi sau khi buổi diễn thuyết kết thúc, hoặc khi trao đổi danh thiếp nhưng việc trao đổi này khá hạn chế.

Nếu có được cơ hội ít ỏi tiếp cận họ, bạn hãy gây ấn tượng thật mạnh để đối phương nhớ kỹ, sau đó mở cửa trái tim họ ra.

Để làm được điều này, các giai đoạn Người cha quen biết rộng sẽ phải cố gắng là trước khi bắt đầu, trong khi sự kiện đang diễn ra và sau khi kết thúc.

Trước khi sự kiện bắt đầu, hãy gây ấn tượng thật đặc biệt với đối phương. Hiện nay là thời đại mọi thông tin đều có thể tìm kiếm dễ dàng, nên nếu đối phương là người nổi tiếng, bạn có thể đọc những bài viết trước đây trên internet, còn nếu là nhà văn, bạn có thể đọc sách của họ trước. Mấu chốt là bạn làm sao để khiến họ ấn tượng rằng “Người này biết rõ quá ha”, nếu như bạn tìm hiểu kỹ về đối phương như mối quan tâm của họ chẳng hạn.

Khi đến hội trường ngày hôm đó, vì không phải học sinh nên bạn sẽ phải ngồi phía sau, điều này cũng không có gì đáng tiếc cả. Trước tiên bạn hãy chọn ghế có vị trí mà diễn giả dễ thấy, sau đó tập trung cao độ và lắng nghe chăm chú nội dung của họ.

Tạo ấn tượng sâu sắc với đối phương bằng các câu hỏi sắc bén.

Khi đến thời gian hỏi đáp, hãy ghi điểm với đối phương bằng các câu hỏi đã chuẩn bị và tập luyện kỹ lưỡng.

Nếu câu hỏi của bạn khiến đối phương nghĩ rằng “Câu hỏi hay quá!”, thì bạn đã đạt được mục đích rồi đấy.

Cuối cùng ở phần trao đổi danh thiếp, dù cho có cả hàng dài đang chờ đi chẳng nữa, thì với ấn tượng bạn tạo cho đối phương, chắc chắn họ sẽ chỉ nhớ đến mình bạn mà thôi.

Người cha quen biết rộng thường nói với cấp dưới rằng “Thà bị cho là kỳ quặc còn hơn không được nhớ đến”.

Có một câu nói trong tương ứng trường hợp này: “một lần một người”. Thông thường, trong một lần gặp, người chúng ta thật sự nhớ đến chỉ có một. Ví dụ, nếu ai đó hỏi chúng ta tên của đội đoạt huy chương vàng World cup hay Olympic, chúng ta chắc chắn có thể nhớ ra được. Số người nhớ được đội đoạt huy chương bạc hay đồng chắc chắn không nhiều, dù họ cũng là những đội xuất sắc.

Người cha quen biết rộng cho rằng, nếu đứa trẻ ngoan không để lại chút ấn tượng nào cho đối phương, thì hãy giao tiếp thế nào để họ nhớ đến dù cả khi bị cho là kỳ quặc.

Ngoài ra, với Người cha quen biết rộng thì “Xếp hàng trong lúc chờ trao đổi danh thiếp cũng phải có tính toán”. Khi trao đổi danh thiếp, diễn giả dù cho muốn nhớ từng người cũng khó lòng làm được vì khả năng con người có hạn. Sự kiện kết thúc, khi xem lại các tấm danh thiếp ấy, không có gì lạ nếu họ không nhớ được khuôn mặt ai với ai cả. Trường hợp có nhiều thời gian trao đổi danh thiếp, xếp cuối hàng sẽ có thể giúp bạn có thời gian nói chuyện và đối phương cũng sẽ nhớ người cuối cùng này hơn. Nhưng nếu không có thời gian, tốt nhất là chọn vị trí đầu tiên và luôn trong tư thế chuẩn bị sẵn sàng.

Sau cùng bạn đừng quên đáp lễ trong bước cuối cùng này. Đây là bước giống như ôn tập lại khi chúng ta học thi vậy, không ôn lại thì chắc chắn sẽ quên. Người cha quen biết rộng sẽ thấy thỏa mãn khi có được một tập danh thiếp, nhưng Người cha quen biết rộng lại cho rằng, tốt nhất là gửi email đáp lễ để nhắc lại nội dung buổi gặp ấy vào sáng hôm sau. Cảm xúc thì dễ thay đổi, phai nhạt dần theo thời gian. Vì vậy tôi muốn gửi thư đáp lễ trong lúc cảm xúc còn đọng lại, để tiếp tục duy trì mối quan hệ sau này.

Cơ hội lớn chính là buổi tiệc do người tổ chức làm cầu nối.

Có cuốn sách ghi rằng “không được tham gia tiệc tùng”. Bản thân chữ “tiệc tùng” cũng làm cho ta thấy đó là nơi ăn uống vui chơi. Thật sự trước đây tôi cũng đồng ý với ý kiến này, vì cho rằng việc tham gia những bữa tiệc mà chỉ uống rượu rồi tán gẫu là hoàn toàn phí thời gian.

Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng sẽ không phủ nhận tiệc tùng là buổi tụ tập uống rượu, vì có rất nhiều bữa tiệc hoàn toàn chẳng có ý nghĩa gì, nhưng cũng có những bữa tiệc làm thay đổi cả cuộc đời.

Tóm lại, tham dự tiệc có ý nghĩa hay không là do nội dung chúng ta trao đổi và quan trọng là chúng ta có biết điều đó hay không.

Vì vậy, Người cha quen biết rộng trừ những bữa tiệc thuần túy như “tiệc với mục đích cá nhân gặp gỡ mọi người”, hoặc “tiệc chúc mừng người nào đó”, thì những bữa tiệc với mục đích giao lưu sẽ có hai tiêu chuẩn sau

Tiêu chuẩn 1: Biết rõ người tổ chức

Tiêu chuẩn 2: Nhân vật chính là chủ bữa tiệc

Người cha quen biết rộng sẽ trả lời “Yes” nếu họ không bận việc nhà hay có hẹn, và bữa tiệc đó thỏa mãn hai tiêu chí trên.

Trong bữa tiệc mà người tổ chức biết rõ bạn và mời bạn, thì chắc chắn họ cũng biết rõ những người tham dự khác. Nếu trở thành cầu nối, bạn có thể có được thêm những mối quan hệ mới với những người hợp với mình. Như thế, bạn có thể hòa nhập nhanh chóng vào nhóm người gặp lần đầu nhưng lại có chung người bạn là chủ bữa tiệc. Tôi đã từng có thêm những mối quan hệ mới sau buổi gặp tuyệt vời ở những bữa tiệc thế này, nhờ vào cầu nối là chủ nhân bữa tiệc.

Không tham lam khi dự tiệc

Người cha không quen biết rộng khi dự tiệc, họ sẽ cố tạo càng nhiều mối quan hệ với nhiều người càng tốt, trong khi Người cha quen biết rộng sẽ không tham lam như thế.

Thông thường, thời gian buổi tiệc kéo dài khoảng hai tiếng, dài thì ba tiếng. Thời gian có hạn, không nên phân phát danh thiếp lung tung. Do đó, Người cha quen biết rộng sẽ lựa chọn đối tượng để bắt chuyện và tập trung vào câu chuyện đó.

Ví dụ như trong một bữa tiệc sẽ có khoảng 120 phút cho các phần chào hỏi của nhà tổ chức, giải trí, ăn uống, tham quan... thì thời gian tự do còn lại khoảng 70 đến 80 phút. Nếu nói chuyện với 20 người, thì trung bình chúng ta mất khoảng 3 đến 4 phút cho một người. Sau khi nói “Xin chào” xong, chỉ với chưa đến 4 phút, các bạn có thể bắt chuyện để thân thiết với đối phương được không?

Tôi đã từng nói chuyện với trên 20 người tại bữa tiệc khoảng hai tiếng, nhưng lần đó mang về chỉ là một đồng danh thiếp mà chẳng thể nhớ nổi khuôn mặt ai.

Do đó tôi khuyên các bạn trước khi dự tiệc, hãy chuẩn bị trước.

Trong thời đại công nghệ hiện nay, với những sự kiện được mời trên Facebook, chúng ta có thể

biết trước được ai sẽ tham dự. Nếu đó là những người cùng mục đích giống mình, chúng ta có thể chuẩn bị để câu chuyện hôm đó thêm thoải mái và thú vị.

Nếu đối phương là người nổi tiếng, cũng giống như khi tham dự diễn thuyết hay buổi nói chuyện trên truyền hình, chúng ta hãy tìm hiểu về người đó trước, để khi nói chuyện sẽ hứng thú hơn.

Tại buổi gặp, nếu hai bên hợp nhau và bạn gây được ấn tượng tốt với đối phương, chắc chắn bước tiếp theo sẽ là “Nhất định sẽ gặp lại nhé”. Theo nghĩa tốt, buổi tiệc sẽ là “Nơi để sẵn mời”

Có câu tục ngữ rằng “Người đuổi theo hai con thỏ sẽ không bắt được con nào”. Người cha không quen biết rộng sẽ phát danh thiếp lung tung, điều này giống như đuổi theo “nhiều con thỏ” chứ không phải “hai con thỏ” nữa.

Trong khi Người cha quen biết rộng sẽ tuân thủ quy tắc “một đối một” khi tạo mối quan hệ. Đây chính là nguyên tắc cơ bản dùng trong tạo dựng mối quan hệ ngay cả khi có nhiều người, không phải kiểu “Rộng mà hời hợt”, là kiểu giao tiếp “Hẹp mà sâu” sau khi đã xác định mục tiêu.

“Kết duyên” là “Kết vòng tròn”

Như tôi đã nói, dù là hội thảo hay buổi tiệc, thời gian để nói chuyện với đối tượng là tương đối ngắn.

Vì thế, để thu hẹp khoảng cách với đối phương trong thời gian ngắn, Người cha quen biết rộng sẽ tạo vòng tròn chứa các vấn đề quan tâm chung của bản thân và người đó.

Các bạn hãy nhớ lại “Biểu đồ Venn” đã học trong giờ toán lúc tiểu học nhé. Đây là biểu đồ thể hiện “phần chung” giữa hai vòng tròn khác nhau do nhà toán học người Anh John Venn nghĩ ra.

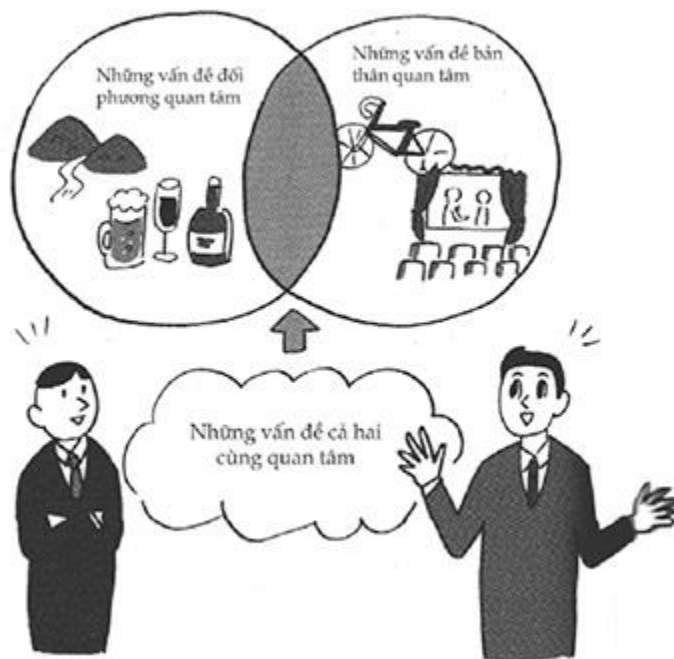
Hãy xem hình dưới đây

Vòng tròn thứ nhất là “các vấn đề đối phương quan tâm”, vòng tròn thứ hai là “các vấn đề bản thân quan tâm”. Trong số này chắc chắn sẽ có phần vòng tròn trùng nhau, phần này gọi là “điểm chung giữa bản thân và đối phương”.

Tại hội thảo hay buổi tiệc, nếu tìm thấy điểm chung này, thì ngay cả với những người gặp lần đầu, chắc chắn chúng ta có thể rút ngắn khoảng cách với họ.

Lấy ví dụ, Người cha quen biết rộng biết người mình gặp trong buổi tiệc có cùng sở thích phim ảnh, thì câu chuyện về bộ phim nổi tiếng hai người cũng thích là “The Shawshank Redemption”, với sự đồng cảm trong cảnh quay nhân vật chính Andy do Tim Robbins thủ vai dưới trời mưa, sẽ khiến hai người thân thiết với nhau hơn.

Đến lúc ra về, sở thích chung về phim ảnh ấy chắc chắn sẽ dẫn đến buổi gặp mặt tiếp theo giữa hai người.



Điểm chung giữa bạn và đối phương có thể là cùng quê, cùng trường, sở thích, hoài bão, mối quan tâm, hay những người bạn hoặc người quen chung. Trước đây tôi đã từng giới thiệu một người bắt đầu khởi nghiệp với trường ban biên tập tạp chí lúc bấy giờ, nhưng mối lương duyên là do hai người tốt nghiệp cùng một trường phổ thông. Vì cùng trường nên cả hai có cùng chung cách giáo dục và những trải nghiệm ở ký túc xá. Điều này khiến hai người nhanh chóng thân nhau và khiến người giới thiệu là tôi cảm thấy mình như người không cần thiết.

Chính tôi trước đây, ngay khi biết người vừa gặp trong công việc đã từng theo học cùng trường thời tiểu học, những kỷ ức chung lúc đó như cách bố trí phòng học, ngoại hình giáo viên... làm tôi cảm thấy như gặp lại bạn cũ.

“Chỗ giao giữa hai vòng tròn” chính là “chỗ giao duyên”. Để có thể hòa đồng, giao tiếp thoải mái với nhiều dạng người, chúng ta phải mở rộng vòng tròn quan tâm của bản thân. Để làm được điều này, chúng ta cần để tâm và nhìn ngắm nhiều sự vật sự việc quanh ta mỗi ngày.

Không nói nhiều về bản thân

Tại những nơi có ít thời gian giao lưu như tiệc tùng, thường chúng ta càng muốn đối phương nhớ đến, lại càng nói nhiều về bản thân mình hơn. Nhưng có bao giờ bạn bị đối phương lạnh nhạt hay trông như thể họ đang bị làm phiền không. Những lúc thế này bạn không được nghĩ rằng “đối phương chẳng thân thiện chút nào”.

Tôi sẽ đưa ra một ví dụ thế này: Tại bữa tiệc được bạn thân mời đến, sau khi đã quen với không khí lúc đó, bạn gặp hai người khác hẳn nhau. Một người tích cực giới thiệu về bản thân “Công việc mà tôi đang làm thế này...” hay “Tôi có thể làm được...”.

Được một lúc bạn muốn chấm dứt và tìm người khác giao lưu thì người đó vẫn tiếp tục huyền thoại về bản thân mình.

Ngày hôm sau mở hộp thư, bạn thấy bức thư đáp lễ của người đó được viết trịnh trọng, một

lần nữa nhắc lại rằng “Tôi là ai, tôi có thể làm được gì?”

Trái ngược với người thứ nhất, người thứ hai sẽ lắng nghe nhiệt tình “Bạn làm công việc thế nào”, hay “Bạn đang cần người biết làm việc gì”.

Trong bức thư đáp lễ vào sáng hôm sau, như nội dung trao đổi hôm qua, người đó sẽ gửi thông tin họ cho là sẽ có ích với bạn.

Cả hai đều nhiệt tình cả. Tuy nhiên, bạn muốn thân thiết hay muốn làm việc chung với người nào? Người thứ nhất luôn xem mình là trung tâm, từ đầu đến cuối lúc nào cũng “tôi, tôi, tôi...”. Ngược lại, người thứ hai thường đặt “bạn” lên đầu, và làm ngay những việc họ có thể dù chỉ là chuyện nhỏ nhặt.

Nếu như trùng hợp năng lực mà người thứ nhất chứng tỏ với bạn chính là thứ bạn đang tìm, có lẽ bạn sẽ chọn họ. Tuy nhiên, nếu không phải, chắc hẳn bạn sẽ “muốn thân thiết và làm việc với người thứ hai” đúng không?

Đúng như bạn đã nhận ra, người thứ nhất chính là Người cha không quen biết rộng, và người thứ hai là Người cha quen biết rộng.

Dù bạn có năng lực bao nhiêu, nhưng nếu chỉ biết nghĩ đến lợi ích bản thân, xem mình là trung tâm thì chỉ làm người khác tránh xa mà thôi.

Nhưng nếu giống như người thứ hai, bạn cảm thấy đối phương là người biết lắng nghe, hay cảm kích trước việc họ làm cho mình, chắc hẳn bạn sẽ muốn tiến xa hơn trong mối quan hệ với họ đúng không?

Nếu bạn muốn tạo mối quan hệ lâu dài với người mình yêu quý, thì dù ở bất cứ đâu, hãy chọn lấy “người luôn cho” như Người cha quen biết rộng, hơn là “người luôn nhận” như Người cha không quen biết rộng.

Thu thập thông tin đối phương trong thời gian ngắn

Có lúc bạn muốn làm gì đó cho người khác, nhưng có thể sẽ gây thêm phiền cho họ nếu đó là điều họ không cần.

Để có thể làm gì đó gây thiện cảm cho người khác, quan trọng là bạn phải biết rõ họ. Người cha quen biết rộng sẽ sử dụng cách “đặt câu hỏi”

Đầu tiên bạn hãy đặt những câu hỏi như “Bình thường bạn làm gì” “Tại sao bạn lại đến đây”, “Hiện bạn đang quan tâm đến chuyện gì” với đối phương để họ bắt đầu câu chuyện của họ nhé.

Bạn hãy tiếp xúc với đối phương trong “tư thế lắng nghe” kiểu như “hãy nói cho tôi biết”, như thể muốn học hỏi từ họ, chứ không phải kiểu bị miễn cưỡng tiếp xúc. Sau khi đối phương bắt đầu câu chuyện, giai đoạn tiếp theo sẽ là “Đồng” trong từ “Đồng điệu”. Khi nghe họ nói, bạn nên thêm vào những từ như “dạ”, “vâng”, “đúng vậy ha”, “thế à”... Trăm người sẽ có trăm cách nói chuyện, có người nói một mạch, nhưng cũng có người ngắt từng câu. Bạn hãy kết hợp với nhịp điệu ấy để tạo không khí thêm thoải mái, dễ chịu nhé.

Cuối cùng là “nghe” trong “lắng nghe”. Đôi khi đang nghe câu chuyện đối phương kể, có những lúc bạn muốn chen vào vài câu vì thấy giống với chuyện mình đã trải qua quá.

Ví dụ như đối phương vừa mới nói “À, trước đây tôi đã đến nhà hàng.” Nếu đó là nhà hàng bạn thường đến, chắc hẳn bạn sẽ muốn nói chen vào “À, chỗ đó tôi cũng hay đi lắm”.

Lúc đó, hãy cố nhịn để không nói ra. Vì nếu bạn nói ra, giống như cắt đứt câu chuyện của người kia. Người biết lắng nghe là người làm cho người nói thấy dễ chịu và không được cắt ngang lời người nói. Trường hợp câu chuyện đang vui vẻ, làm thế nào để kết thúc đây? Bạn hãy thử nói “Hôm nay nói chuyện vui quá, để bữa khác chúng ta lại nói tiếp chuyện này nhé”. Nếu nói như thế, chắc chắn những người bạn đó sẽ dành thời gian cho bạn sau này.

Không vội gửi lời mời kết bạn

Có những người khi chúng ta vừa gặp đã cảm thấy thân thiết và hợp nhau. Tuy nhiên, với những người chỉ gặp một lần, vẫn chưa biết có hợp hay không mà lại vội gửi kết bạn trên mạng xã hội như Facebook là điều cần tránh.

Người cha không quen biết rộng sẽ lần lượt gửi lời kết bạn đến những người đã gặp. Nhưng nếu người xung quanh biết được bạn đưa người mới chỉ gặp một lần ra để khoe rằng “người đó cũng là bạn tôi” thì họ có thể sẽ tránh xa bạn.

Với suy nghĩ “nhiều bạn = được hâm mộ”, rồi gửi lời mời kết bạn giống như để có thêm người theo dõi, thì có thể bạn lại đang gây phiền phức cho đối phương đấy.

Tôi cũng đã từng gặp phải chuyện này. Trước đây, với suy nghĩ càng nhiều bạn thì càng được ưa thích, tôi đã từng gửi lời kết bạn cho những người chỉ nói chuyện sơ trong các buổi hội thảo hay buổi tiệc. Tuy nhiên, thử nghĩ xem sẽ thế nào nếu người nào đó không thân với bạn lắm mà trên timeline của họ xuất hiện thường xuyên những bài viết của bạn như “tôi hôm nay thế này, thế kia...”. Bạn nghĩ họ chỉ cần lơ đãng, không xem cũng được, nhưng những thông tin họ không muốn xem cứ lần lượt xuất hiện, thì chắc chắn họ sẽ cảm thấy bạn rất phiền phức đấy.

Tôi cũng đã từng bị người bạn không thân lắm hủy kết bạn sau khi viết các bài với nội dung họ không muốn đọc như thế. Chúng ta có thể kết bạn với người khác trên mạng xã hội, nhưng nếu sau đó bị hủy kết bạn thì lần gặp mặt sau đó chắc chắn sẽ ngượng ngùng lắm. Tôi nghĩ việc bạn mời ai đó kết bạn thật sự không phải không tốt, nhưng không nên vội vàng gửi lời kết bạn nếu cảm thấy họ chưa sẵn sàng.

Với kinh nghiệm bản thân, tôi đã rút ra bài học rằng nếu bạn cảm thấy chưa đủ thân thiết, hãy khoan gửi lời kết bạn. Sau vài lần gặp gỡ tiếp theo, nếu quan hệ tốt hơn và bạn cảm thấy họ cũng sẵn sàng, hãy gửi lời mời kết bạn đến họ. Hãy gửi lời kết bạn cho những người đã thân thiết và có suy nghĩ rằng “Tôi muốn cùng tiến tới với người này!”, không phải là lời kết bạn vội vàng chỉ để tạo quan hệ cho bản thân.

Chuyển từ “sân khách” sang “sân nhà”

Hội thảo hay buổi tiệc là nơi có thể gặp gỡ nhiều người, nhưng không có nghĩa đó là nơi chúng ta có thể tạo được quan hệ ngay. Con người là loài động vật hay quên. Ngay cả khi chúng ta gây ấn tượng mạnh với đối phương thế nào, nếu không gọi nhớ hay làm gì đó, chắc chắn họ sớm quên gì

cũng quên.

Người cha không quen biết rộng sau khi có được tập danh thiếp, sẽ cảm thấy thỏa mãn “hoàn thành nhiệm vụ rồi”. Ngược lại, Người cha quen biết rộng lại cho rằng bắt đầu từ lúc đã gây được ấn tượng với đối phương, họ sẽ cố gắng duy trì thành quả có được ở buổi gặp đầu tiên, để hai bên vẫn giữ được ấn tượng với nhau. Tham gia hội thảo hay buổi tiệc, nói như trong bóng đá là đá trên “sân khách”. Dù cho câu chuyện có thú vị thế nào thì chỉ có ít phút gặp gỡ nên cũng chỉ hiểu nhau được phần nào. Người cha quen biết rộng nếu ở “sân khách” cảm thấy hai bên hợp nhau, muốn giữ mối quan hệ với đối phương sẽ đưa họ về “sân nhà”. Lúc đó họ sẽ gợi ý đưa đối phương đến quán đã đặt trước, thường là nơi ít người hoặc chỉ có hai người thì càng tốt. “Quán đã đặt trước” không hẳn là lúc nào cũng phải chọn quán sang. Nên chọn quán bạn hay đến và tự tin sẽ phục vụ tốt cho đối tượng quan trọng ấy. Quán thường đến dù có hơi lộn xộn, nhưng đó sẽ là nơi bạn được xếp bàn tốt, hay được thêm ưu đãi.

Nếu Người cha quen biết rộng và người ở quán nói chuyện thân thiết nhau, đối tượng đi cùng chắc chắn sẽ cảm thấy như mình được dẫn tới một nơi quan trọng vậy.

Nếu như tôi nghĩ “Muốn thân thiết hơn với người này”, tôi sẽ chọn ăn tại bàn dài phía trước, vì đây là nơi hai người có thể ngồi sòng đôi, cùng nhìn về một phía và trao đổi ý kiến.

Như bạn đã biết, ngồi đối diện nhau gọi là “đối thoại”, nhưng nếu sòng đôi thì gọi là “ngồi sòng đôi nói chuyện”

Trong mối quan hệ nam nữ, thường họ sẽ ngồi đối diện để có thể thấy mặt nhau. Nhưng khi cùng bạn thân hay người quen ngồi sòng đôi hướng về một phía nói chuyện, cả hai sẽ cùng nhìn về tương lại, chia sẻ mục tiêu, và sẽ cảm thấy khăng khít hơn.



Không được nói gạt

“Lần sau nhất định cùng đi ăn trưa nhé”, hay “Lần sau cùng đi uống nhé”, vậy “lần sau” có thật không? Tại hội thảo hay buổi tiệc, Người cha không quen biết rộng trong lúc cao hứng ngỏ lời mời ăn trưa hay đi uống với đối phương. Tuy nhiên, sau đó lại khiến đối phương thất vọng khi không làm và cho rằng “đó chỉ là câu xã giao thôi mà”. Điều này nghe như thể “tôi cho là bạn không có giá trị gì để gặp nữa”.

Nói mà không giữ lời thì gọi là “nói gạt”. Tôi là kiểu người không thích thể hiện, cũng ghét kiểu nói gạt, nhưng đã từng thấy ngại khi gặp lại người mà tôi đã lỡ hứa nhưng không giữ lời trong một buổi gặp mặt khác.

Người cha quen biết rộng sẽ không hẹn gặp lần sau với người họ cảm thấy “À, người này hơi khác nhỉ”, hay “Chắc không hợp rồi”. Trái lại, nếu được những người tôi cảm thấy “Nói chuyện với người này vui nhỉ” hay “Lại muốn gặp tiếp lần sau quá” ngỏ lời mời, chắc chắn tôi sẽ đi. Vì hẳn là được người mình thích muốn gặp lại, thì chắc là ai cũng sẽ vui. Khi đó chắc câu chuyện sẽ hứng thú và khoảng cách giữa 2 người sẽ được rút ngắn đáng kể.

Điều quan trọng là bạn phải nhìn ra được không khí xung quanh thế nào, chú ý không được để sự hào hứng của bản thân lấn át đối phương. Nếu sự hào hứng chỉ từ phía bạn, mời gọi đối phương mà không quan tâm xem họ thế nào, chẳng khác nào hành động làm phiền người khác. Khi mời mà bạn cảm thấy họ không hào hứng, thì đừng cố ép họ nhé. Điều quan trọng là bạn không nên chỉ suy nghĩ cho bản thân, mà phải quan sát xem đối phương có hào hứng và sẵn sàng cho cuộc gặp lần sau không.

Để tạo mối quan hệ thân thiết trong thời gian ngắn, bạn hãy thực hiện theo kiểu “xem một lần”.

Sau khi gặp tại hội thảo hay trong buổi tiệc, bạn đưa họ về sân nhà, và rồi muốn thân thiết hơn nữa thì phải làm sao đây?

Bạn hãy nhớ lại thời còn học thi ngày trước. Chắc hẳn bạn đã từng cố gắng học rồi, nhưng do lâu không ôn lại nên quên mất, lúc đó lại phải thốt lên rằng “làm lại lần nữa!”. Trước đây khi tôi luyện thi đại học, trong môn sử có phần Thời đại nguyên thủy, dù đã học rồi nhưng do lười không ôn nên chẳng nhớ chút gì. Chuyện học rồi quên và làm lại từ đầu đó lặp đi lặp lại mấy lần, đến nỗi tôi nghĩ tại sao vẫn không thoát được “Vòng lặp không giới hạn của Thời đại nguyên thủy ấy”.

Bên cạnh đó, khi nhớ lại, cách học của những người học giỏi lúc đó là vừa ôn những cái đã học cho khỏi quên, vừa tiếp thu thêm những kiến thức mới.

Lấy ví dụ khác, tôi được một đàn anh chỉ cho thế này: Nếu muốn tạo mối quan hệ tốt với quán thường đến, hãy thường xuyên đến đó. Nếu bạn đến khi chủ quán đã quên bạn, thì giống như cách tôi học lịch sử bên trên, làm một lần lại một lần.

Nhưng nếu bạn đến quán đó liên tục, người trong quán sẽ nhớ kỹ bạn. Nếu họ nhớ kỹ bạn rồi, thì cả khi bạn vắng một thời gian ngắn sau đó, họ cũng sẽ không quên.

Khi muốn thân thiết với ai đó, Người cha quen biết rộng sẽ nghĩ đến sự “đều đặn, liên tục” cho những lần gặp. Còn Người cha không quen biết rộng sẽ giãn một thời gian sau mới gặp lại, kiểu như “cho lần tiếp theo” vậy. “Xem một lần” tiếng anh là “binge-watch”. Ở Mỹ “dịch vụ phim ảnh chỉ cần muốn có thể xem bất cứ đâu bất cứ lúc nào” khá phổ biến và từ này trước đây cũng đã từng trở thành hiện tượng.

Tôi rất thích xem phim truyền hình nước ngoài, khi tập một hấp dẫn kết thúc, tôi lại muốn xem tập tiếp theo. Lúc bận rộn, tôi không có nhiều thời gian để xem nhưng tôi nghĩ so với việc xem từng tập một những lúc rảnh thì xem liên tục sẽ dễ theo dõi chuyện phim hơn hẳn.

Quan hệ giữa người với nhau cũng thế, nếu chúng ta gặp gỡ đối phương đều đặn trong một khoảng thời gian, chúng ta sẽ được họ nhớ đến “toàn diện”, chứ không phải kiểu “rời rạc”. Và nếu chúng ta có được mối quan hệ vững chắc rồi, thì dù không gặp trong một khoảng thời gian, chúng ta cũng không cần phải xây dựng lại từ con số 0.

Quan trọng là chịu khó đi gặp gỡ

Người cha quen biết rộng nếu nhận được lời mời từ những người quan trọng, chỉ cần có thể sắp xếp được thời gian họ sẽ nhận lời mà không chần chừ. Ngược lại, Người cha không quen biết rộng sẽ viện lý do này kia, như bận việc chẳng hạn, để từ chối và làm phí đi cơ hội của mình.

Cách đây nhiều năm tôi đã gặp một chuyện thế này. Ngày đó, tôi bất ngờ nhận được lời mời từ bếp trưởng nổi tiếng của nhà hàng Pháp tên Matsushima Keisuke, có nội dung “Hôm nay anh đến ăn trưa được không?”, do hôm đó là ngày tổ chức sự kiện ở Odaiba.

Khi nhìn đồng hồ thì đã 11 giờ trưa, mà từ chỗ làm đến Odaiba thì tương đối xa. Nếu là bình thường có lẽ tôi đã từ chối “À, hôm nay tôi hơi...”. Nhưng cũng may hôm đó lại không có việc gì

vào đầu giờ chiều, nên tôi đã ngay lập tức trả lời mà không do dự “Tôi sẽ đến!”. Thế là tôi rủ mấy cộng sự cấp dưới làm cùng dự án lên đường đến thẳng Odaiba.

Khi đang dùng bữa thì bếp trưởng cùng với một vị nữa đã đến chỗ chúng tôi. Người đó là Oota Yuuki, siêu sao môn đấu kiếm. Từ lần sau đó, tôi cùng với Oota có gặp nhau nhiều lần và nhờ vậy ngày càng thân thiết hơn, đến giờ chúng tôi đã trở thành bạn bè có thể giúp nhau đưa ra ý kiến khi cần.

Tuy nhiên, nếu lúc đó tôi trả lời “Tôi bận nên chắc không đến được” và bỏ qua lời mời ấy, chắc chắn sẽ không có cuộc gặp gỡ này.

Ngược lại, trong vai trò tổ chức sự kiện, tôi cũng có những cảm giác tương tự. Trong nhóm bạn tôi hiện nay có nhiều người là những người trước đây khi mời, tôi biết chắc họ rất bận, nhưng họ vẫn sẵn sàng trả lời “Tôi sẽ đến!” nếu họ không có hẹn với ai trước. Đó chính là những người tôi luôn muốn mời tham dự vào những buổi gặp mặt thân tình. Có một người đàn anh đi trước đã mất nhưng là người có ơn với tôi, và đã dạy tôi nhiều thứ từ cách làm việc đến cách vui chơi đã nói thế này: “Nếu ai đó quan trọng ngỏ lời, đừng do dự, cũng đừng viện lý do “tôi đang bận việc”, mà hãy rời khỏi công ty và đến đó, vì điều này sẽ giúp được cho công việc của bạn sau này”.

Thực tế khi không có việc gì quan trọng, người ấy có lẽ cũng chỉ muốn nói với tôi rằng “này Kawashita, hãy làm cho nhanh rồi còn đi uống”! Tuy nhiên, tôi rất biết ơn vì đã học được điều này, nhờ đó mà tôi có thêm nhiều cuộc gặp gỡ và góp phần lớn vào việc thay đổi cuộc đời tôi.

Cách từ chối

Tôi đã nói ở phần trên rằng bạn phải chịu khó đi gặp gỡ, nhưng nếu bạn được mời mà không đến được, vì có hẹn trước, bị bệnh, bị thương, hay có sự cố đột xuất như bão, tuyết lớn...thì phải ứng phó thế nào? Người cha quen biết rộng sẽ cẩn thận làm theo ba cách sau:

Nếu từ chối thì nên thông báo sớm

Chắc hẳn có lúc bạn sẽ trả lời không rõ ràng rằng “Nếu đến được sẽ đến”. Thật sự là trước đây tôi cũng thường hay trả lời như thế. Tuy nhiên từ sau khi làm tổ chức sự kiện, tôi nhận ra rằng thật khó cho nhà tổ chức để họ biết có bao nhiêu người sẽ tham gia, vì câu trả lời đó không có nghĩa là “có đến” mà cũng không phải là “không đến”. Nhà tổ chức phải chuẩn bị rất nhiều thứ như hội trường, hội phí, đến thực đơn ăn uống, nên họ muốn biết chính xác số người sẽ tham dự. Nếu bạn nói sẽ đến nhưng sát giờ lại báo không thể, thì họ phải lo lấp chỗ trống của bạn trong khi đã đến sát giờ. Vì vậy, nếu thấy không thể tham dự được, bạn đừng để nhà tổ chức hy vọng, hãy sớm báo cho họ biết đó là giúp họ đấy.

Trường hợp bạn thấy có khả năng tham gia, thì ít nhất hãy cho họ biết khi nào bạn sẽ có câu trả lời rõ ràng là “Yes” hay “No” nhé.

Đừng báo vắng công khai trên Internet

Trường hợp bạn không thể tham dự được, bạn có đăng trên trang hiển thị sự kiện của Facebook rằng “Tôi không thể tham gia” không? Có thể bạn cho rằng mình chỉ đăng thế thôi chứ hoàn toàn không có ý xấu. Tuy nhiên, những người có ý định tham gia sự kiện đó sẽ nghĩ thế nào nếu đọc được. Giả sử sẽ có những người khác cũng làm giống bạn, thì có lẽ sẽ dẫn đến phản ứng

dây chuyền rằng “chắc sự kiện này không có gì thú vị đâu nhỉ”. Đối với nhà tổ chức, trong khi mong đợi sự kiện diễn ra thành công, nếu bị đánh giá như thế chắc hẳn sẽ rất thất vọng.

Nếu bạn không đến dự được, tốt hơn hết hãy liên lạc riêng với nhà tổ chức bằng tin nhắn, email, hay điện thoại. Nếu bạn thật sự muốn sự kiện đó diễn ra tốt đẹp, hãy thể hiện cách cư xử đúng đắn bằng cách trả lời riêng và không đăng công khai những câu như “Tôi rất mong sự kiện sẽ diễn ra tốt đẹp...”.

Không hủy ngay trước giờ diễn ra

Có những trường hợp bất khả kháng như bản thân hay gia đình bị thương, bị bệnh, sự cố giao thông... tuy nhiên về nguyên tắc việc hủy tham dự ngay trước khi diễn ra sự kiện là không được. Vì vào ngày đó, thường những nhà hàng sẽ không cho hủy đặt bàn, nếu có ai đó vắng mặt, nhà tổ chức sẽ phải chịu phần đó.

Nếu lấy lý do rằng “Tôi có việc đột xuất” chẳng hạn, ngược lại sẽ làm cho nhà tổ chức cảm thấy bạn ưu tiên việc của bản thân mình hơn là sự kiện họ đã cất công chuẩn bị.

Vậy nếu chưa biết có bận gì vào ngày đó không thì phải làm sao? Nếu khả năng cao bạn sẽ bận vào ngày đó, thì hãy trả lời trước cho nhà tổ chức biết là bạn “không tham dự”.

Thế nhưng nếu bữa tiệc ngày hôm đó điều chỉnh lượng người tham dự được và bạn lại có thể đến dự thì nhà tổ chức cũng sẽ chào đón vì có thể bạn sẽ giúp họ lấp chỗ trống nào đó.

Đương nhiên những sự kiện chính thức cần phải biết chính xác số người tham dự thì bạn không thể đến sau khi đã báo “không tham dự” được, nhưng với những buổi buffet mà số người tham dự có thể dao động thì cách này thường hiệu quả.

Dù vậy, trường hợp bạn không thể tham dự mặc dù đã báo sẽ đến, do người thân hay bản thân gặp chuyện đột xuất, thì tốt hơn bạn hãy trả phí hủy tham dự để không làm người tổ chức thêm gánh nặng chi phí nhé.

Nếu bạn không để ý và làm theo những điểm này, thì rất có thể bạn sẽ không được mời dự những sự kiện thú vị sau đó.

Ba lưu ý ở trên đều có điểm chung là: đừng khiến nhà tổ chức phải khó xử, vì họ đã sử dụng thời gian, tiền bạc và sức lực để tổ chức những sự kiện như thế. Đừng lúc nào cũng suy nghĩ cho bản thân và trả lời theo kiểu “Tôi chưa biết trước có bận việc không, để tôi trả lời sau nhé”, “Tôi không tham gia được rồi, để tôi nhắn tin từ chối trên mạng vậy”, hay “Tôi có việc gấp, nên đành phải từ chối tham gia rồi”... mà hãy đứng trên lập trường nhà tổ chức để chọn cách từ chối khéo léo và không làm nhà tổ chức phải khó xử.

Sẽ không nghe xem anh có sắp xếp được hay không!

Các bạn có biết điểm khác nhau giữa người được và người không được người khác mời không?

Người cha quen biết rộng chịu khó đi tham dự sự kiện nếu được mời sẽ thường trả lời “Sẽ đến!” một cách vui vẻ và nhanh chóng. Ngay cả khi công việc có chất như núi, họ cũng cố làm xong lúc 18:30 để có thể ra khỏi công ty để tham dự sự kiện vào lúc 19:00.

Người cha quen biết rộng sau khi nhận lời mời và quyết định “tham dự” sẽ điều chỉnh kế hoạch của mình để tham gia và thường sẽ không cho người khác biết họ đã cố gắng điều chỉnh công việc thế nào để có thể đến dự được.

Trái lại, Người cha không quen biết rộng sẽ cân nhắc kế hoạch bản thân trước khi trả lời khi được mời rằng “Hôm đó từ sáng tôi đã có tới năm buổi họp liên tục nên nếu đến được sẽ đến nhé”.

Khi từ chối cũng giống như thế.

Người cha quen biết rộng sẽ trả lời riêng cho nhà tổ chức về quyết định của mình rằng “Rất xin lỗi, tôi rất muốn tham dự nhưng có việc gấp nên không thu xếp được” sau đó sẽ thanh toán ngay hội phí để không làm nhà tổ chức khó xử. Ngược lại, Người cha không quen biết rộng sẽ viện lý do để đối phương không trách cứ được mình kiểu như “Vì tôi phải đi công tác đột xuất, nên...”, hay “Vì thời gian họp bị kéo dài nên...”.

Khi nói chuyện với người bạn thân là người thường xuyên tổ chức sự kiện, đối với những người “liên lạc báo hủy tham dự ngay trước khi sự kiện diễn ra rồi nêu lý do này kia”, chính xác như người bạn đó nói: nhà tổ chức sẽ “không muốn nghe xem bạn có sắp xếp được hay không”, cũng không cần lời giải thích, họ chỉ cần biết bạn có thể đến dự được hay không thôi.

Nếu tham dự, bạn không cần phải nói cho họ biết là bạn phải sắp xếp thế nào, rằng mình “Thật sự là bận lắm, nhưng mà...”, chỉ cần bạn trả lời nhanh chóng rằng “Được anh... mời nên tôi sẽ rất vui được đến dự”, sẽ khiến người tổ chức có ấn tượng tốt với bạn.

Sự khác nhau giữa người được mời và không được mời là ngoài việc bạn chịu khó tham dự sự kiện còn là cách bạn thể hiện sự quan tâm đến nhà tổ chức nữa.



Những câu không nên nói khi không tham gia được

Chắc chắn sẽ có những lúc xảy ra chuyện đột xuất khiến bạn không đến dự được, bạn cần lưu ý những điểm mà nhạc sĩ Demon Kogure đã nói sau đây.

Những câu không được nói:

“Thật đáng tiếc, lần này tôi không thể xem được (không thể nghe/ không thể đi)”

“Tôi đã không thể xem (không thể nghe/ không thể đi)”

Tôi nghĩ là sẽ không xem (không nghe/ không đi)”

Có lẽ không phải toàn bộ, nhưng hầu như các nghệ sĩ đều “đổ tâm huyết” cho các tác phẩm của mình. “Tâm huyết” ở đây là mồ hôi, có khi cả xương máu để làm ra các tác phẩm, bởi vậy họ rất mong khán giả có thể đến xem và thưởng thức.

Nhưng vì lý do nào đó chẳng hạn như không có thời gian hay ngân sách eo hẹp mà không thể đến dự được, nếu bạn nói “Tôi thật sự muốn đến xem nhưng không thể đến được”, thì người nghệ sĩ đó sẽ hiểu rằng bạn cũng ủng hộ họ nhưng không thể đến. Tuy họ hiểu, nhưng chắc chắn sẽ cảm thấy không vui. Nói cho đúng là họ sẽ cảm thấy thất vọng lắm.

Lúc đó họ sẽ tự hỏi không biết tác phẩm mình tâm huyết có được tung ra đúng thời điểm không, có được khán thính giả nhìn nhận không... sự tồn tại của họ vào thời điểm đó chính là được thể hiện qua tác phẩm đó. Nói đơn giản hơn chính là họ sẽ cho rằng “không biết lý do vì sao tác phẩm mình tâm huyết lại không được khán giả đón nhận”.

Có nhiều lý do khiến bạn ngoài ý muốn không thể đến tham dự được, tuy nhiên điều mà tôi muốn nói là bạn đừng nên nói với nghệ sĩ (hay diễn giả) đó rằng “Tôi không thể đến”.

Đọc đến đây gọi lại cho tôi vết thương cũ mà tôi nhớ lại rằng “À, mình cũng đã lỡ làm rồi”. Để đối phương không nghĩ xấu về mình khi không đến dự được, tôi đã muốn cho người đó biết rằng “Tôi cũng đã muốn đi” thế nào.

Tuy nhiên, giờ nghĩ lại tôi thấy hối hận vì hành động đó “Chỉ biện minh cho bản thân để không bị đối phương ghét mà thôi”.

Đương nhiên là khi đột xuất không tham dự được, bạn phải nói cho người tổ chức biết để họ chuẩn bị.

Tuy nhiên, ở những sự kiện có khách mời danh dự, tôi khuyên bạn không nên nói trực tiếp lý do không đến được với người đó, hoặc nhà tổ chức chỉ vì cho rằng “không muốn làm mất điểm của bản thân”.

Điều này dù không có ác ý gì, nhưng lại giống như xát muối vào vết thương đối phương vậy.

- PHẦN THỰC TIỄN -

Bước 2:

Đừng tiếc khi giới thiệu cho người khác các mối quan hệ của bạn

Chính những lời nhờ vả sẽ giúp bạn học hỏi được nhiều hơn

Tôi thường hay nhận được những tin nhắn nhờ vả hay cho lời khuyên trên mạng Facebook. Dù không thể nói tôi đã trả lời đầy đủ cho những câu hỏi đó vì còn tùy vào độ khó dễ của vấn đề được hỏi hay công việc lúc đó có bận không, nhưng tôi đang cố gắng trả lời sớm nhất nếu biết và trong khả năng của mình.

Tuy nhiên, cũng có những trường hợp không thể trả lời ngay được, lúc đó chúng ta sẽ nghĩ “Việc này có lẽ hơi phiền rồi đây”. Những lúc đó, thường thì sẽ lịch sự nói rõ không thể trả lời hay đáp ứng được và từ chối. Gặp trường hợp này, Người cha không quen biết rộng sẽ từ chối, nhưng Người cha quen biết rộng sẽ xem đây là cơ hội tốt vì vừa có thể giúp ích cho đối phương, lại vừa khiến mình trưởng thành hơn.

Lần đó tôi được một đồng nghiệp trong công ty nhờ liên hệ để nói chuyện với tổng biên tập của tạp chí đàn ông nổi tiếng, vì anh ấy đang muốn biết về xu hướng thẩm mỹ và phong cách của giới trẻ hiện nay.

Nhưng tôi chưa từng gặp vị tổng biên tập đó. Thông thường để sắp xếp nói chuyện với người mình chưa gặp lần nào đã khó, với người bận rộn như tổng biên tập tạp chí lại càng khó hơn. Lúc này, tôi đã định trả lời thành thật là “Xin lỗi, tôi không biết người đó” để từ chối. Tuy nhiên, vì đồng nghiệp của tôi đã nói rõ mục đích là “muốn gặp để làm gì”, nên với suy nghĩ dù sau khi liên hệ mà có bị từ chối thì chắc đối phương cũng không nghĩ là mình dài dòng làm mất thời gian của họ.

Nên tôi đã tìm cách liên lạc để xin được gặp tổng biên tập đó với mục đích rõ ràng. Sau đó tôi đã nhận được hồi âm và sau khi nghe tôi giải thích chi tiết, người ấy đã đồng ý. Nhờ mạnh dạn liên lạc nên tôi đã có được mối quan hệ quan trọng này.

Sau buổi gặp nói chuyện đó, tôi có gửi lời cảm ơn đến tổng biên và chúng tôi dần thân thiết hơn sau khi trao đổi qua email, facebook...hiện giờ, quan hệ giữa hai chúng tôi phát triển đáng kể và thỉnh thoảng có dùng bữa cùng nhau.

Tất nhiên cũng sẽ có khả năng bị từ chối trong những trường hợp như thế này, nhưng tôi cho rằng sẽ tốt hơn là bạn đã làm nhưng không thành công, còn hơn là bạn đã không làm gì. Thực tế có nhiều mối quan hệ được xây dựng từ những dịp gặp gỡ, nói chuyện thế này.

Khi bạn được ai đó nhờ cho ý kiến, đừng nghĩ chuyện đó phiền phức, trái lại hãy biết ơn vì điều đó. Tuy nhiên với một số chuyện chúng ta không thể đáp ứng được thì đành từ chối, nhưng bạn hãy thử nhận lời làm nếu cảm thấy đó là dịp để thử thách bản thân mình. Đó có thể là cơ hội để bạn có được những kinh nghiệm mới mà trong công việc hàng ngày không thể có và cũng là dịp để tạo thêm nhiều quan hệ mới.

Hãy tự mình làm

Người cha quen biết rộng rất thích giải quyết các vấn đề khó.

Khi bạn cảm thấy vấn đề đó khó, nghĩa là vào thời điểm đó bạn vẫn chưa đủ kiến thức, chuyên môn và các mối quan hệ.

Với suy nghĩ như thế, Người cha quen biết rộng sẽ nỗ lực hết mình để lấp đầy khoảng thiếu hụt đó, nhờ vậy sẽ giúp họ nâng cao năng lực và các mối quan hệ của bản thân.

Tuy nhiên, nếu gặp vấn đề gì khó hay mất công giải quyết, chúng ta lại có khuynh hướng nhờ sự trợ giúp của mọi người với hi vọng công việc sẽ được hoàn thành suôn sẻ. Nhưng nếu không đổ mồ hôi và tự mình làm thì sẽ không thể nâng cao kiến thức, chuyên môn, cũng như không có được các mối quan hệ khác.

Hiện giờ tôi đứng ở vai trò phân việc cho các cộng sự dưới quyền, nhưng khoảng năm tôi 20, 30 tuổi, tôi cũng đã từng ít nhất một lần tự mình làm những việc mà trước đó chưa làm mà không nhờ hỗ trợ từ bên ngoài. Việc pha trà hay photo tài liệu cũng là việc quan trọng, nên trước khi nhờ người khác làm, tôi đã tự mình làm. Bên cạnh đó, ví dụ khi lên kế hoạch tổ chức sự kiện nào đó, tôi không nhờ công ty tổ chức sự kiện, mà tự mình làm từ hướng dẫn, hay viết kịch bản cho sự kiện. Hay khi phải liên hệ với khách mời tham dự sự kiện, tôi không thông qua công ty giới thiệu mà trực tiếp liên hệ với công ty quản lý khách mời đó để thương lượng về việc xuất hiện của họ. Cũng có khi tôi bị liên lạc từ chối vì điều kiện đưa ra không phù hợp, hay công việc chưa đạt được kết quả như ý, nhưng ít ra tôi đã được những người có liên quan đó biết mặt và nhớ tên.

Chính những mối quan hệ tôi có được khi còn trẻ nhờ những việc tự mình làm thế này, đã giúp ích rất nhiều cho tôi sau này. Lần đó, tôi được nhờ giải quyết một dự án đang gặp rắc rối. Với tâm trạng “Nặng nề đây” tôi đã đến, và thật bất ngờ buổi họp hôm đó xuất hiện người quản lý tôi thân do trước đây liên hệ mời khách trong sự kiện công ty tôi tổ chức.

Khi gặp nhau, cả hai phía đều ngạc nhiên “Sao anh lại ở đây? Lâu rồi không gặp nhỉ” và nhờ thế buổi họp hôm đó bớt căng thẳng hơn, nguyên nhân và hướng giải quyết của hai phía cũng được trao đổi một cách nhẹ nhàng và bình tĩnh hơn rất nhiều.

Những chuyện như thế này tôi đã gặp không phải một hay hai lần và chính điều đó đã khiến tôi học được rằng: Những gì mình bỏ công sức ra làm, sau này chắc chắn sẽ thu lại được quả ngọt.

Kiến thức hay chuyên môn có thể học được trong sách vở, nhưng với các mối quan hệ, chúng ta sẽ không thể có nếu không gặp và nói chuyện với những người chưa gặp trước giờ.

Lý do tôi làm việc ở công ty hiện nay là do bị thu hút bởi đồng nghiệp mà tôi gặp khi xin việc. Tuy nhiên, lúc đó tôi chọn công việc này không phải do thích “quảng cáo” mà là do muốn vào làm “đại lý”. Lúc đó tôi cho rằng “đại lý” là “tự mình làm” thay cho người khác và thực tế sau khi vào làm, tôi đã từng bước tích lũy thêm kiến thức, chuyên môn và có được nhiều mối quan hệ.

Tất nhiên, tôi không nói rằng bạn phải làm hết tất cả mọi việc. Có những việc nếu xét theo hiệu quả và chuyên môn, thì nên để một công ty khác làm, hay nếu cấp dưới thạo việc thì nên phân cho cấp dưới làm. Dù vậy với suy nghĩ rằng những việc khó cũng sẽ giúp cho bản thân phát triển hơn, nên đến giờ tôi vẫn nhận lời làm một cách háng hái nếu nhận định đó là cơ hội.

“Luôn là người tổ chức, phục vụ người khác” cũng là điều tốt

Sau khi từng bước xây dựng các mối quan hệ rồi, Người cha quen biết rộng và Người cha không quen biết rộng sẽ làm thế nào.

Người cha không quen biết rộng sẽ chỉ giữ các mối quan hệ cho riêng mình và không muốn giới thiệu cho người khác vì sợ phiền phức. Trong khi đó, Người cha quen biết rộng sẽ sử dụng các mối quan hệ ấy để giúp cho người khác.

Thực tế thì có rất nhiều những buổi tụ tập ăn, uống như để xả stress, tiệc mừng, tiệc chiêu đãi, họp lớp... Người cha quen biết rộng sẽ phân các buổi tiệc thành “7-2-1”.

Nghĩa là trong số các buổi tiệc Người cha quen biết rộng tham dự, sẽ có “7” là do họ tổ chức, “3” là họ không tổ chức và “2” là do được mời, còn “1” là tiệc trong công ty.

Con người thì ai cũng cần phải xả stress, hay cùng nhau chia sẻ những thành quả đạt được vì thế họ sẽ dành thời gian vui vẻ uống rượu và ăn các món ngon. Người cha quen biết rộng cũng tham gia những buổi tiệc như thế. Tuy nhiên, thời gian của đời người thì giới hạn, nếu chỉ dành thời gian vui chơi, đến khi nhìn lại thì đã già nhưng vẫn chưa làm được gì vì thế Người cha quen biết rộng chỉ dành khoảng 10% cho những cuộc vui này trong số những bữa tiệc họ tham dự.

Phần lớn những bữa tiệc Người cha quen biết rộng tham dự là tiệc do họ tổ chức. Họ sẽ lên danh sách thành viên, địa điểm, thực đơn, không gian thế nào để cho mọi người được vui vẻ. Thành phần chính trong bữa tiệc là “người tham dự”. Họ không chỉ mời những người đã thân thiết, mà còn mời cả những người họ thấy phù hợp, qua đó tạo thêm các quan hệ mới cho người tham dự.

20% còn lại Người cha quen biết rộng tham dự với tư cách khách mời. Khi tổ chức tiệc làm cầu nối giúp người tham dự có thêm mối quan hệ mới, ngược lại họ cũng được nhiều người biết đến và lời mời dự tiệc sẽ nhiều hơn.



Nếu không có việc riêng hay có hẹn trước, Người cha quen biết rộng sẽ cố gắng sắp xếp để có thể đến dự.

Có thể có người cho rằng tổ chức một buổi tiệc là chuyện phiền phức. Thật sự việc này tốn khá

thời gian và công sức. Tuy nhiên, khi đó bạn sẽ đóng vai trò chủ đạo. Sẽ không có gì hạnh phúc hơn khi có thể cùng với người mình thích ăn ở quán và vào thời gian mình muốn.

Ngoài ra, bạn có thể tránh được những buổi tiệc không thú vị và nếu bữa tiệc được chuẩn bị tốt bạn sẽ cảm thấy vui đồng thời sử dụng thời gian của mình ý nghĩa hơn.

Hơn nữa, nếu vai trò kết nối mọi người của bạn được những người tham dự đánh giá cao, thì chắc chắn vị trí của bạn càng được củng cố hơn.

Người cha quen biết rộng sẽ không cảm thấy khó chịu khi “luôn là người tổ chức, phục vụ vì người khác”.

Tổ chức sự kiện là cơ hội lớn để có thể biết thêm được nhiều quán

Khi viết sườn cuốn sách về Người cha quen biết rộng, tôi nhớ lại lúc vừa vào công ty, khi bị đàn anh giao lại việc tổ chức sự kiện, tôi đã nghĩ trong lòng rằng “Chán ghê, rắc rối quá đi”. Công ty quảng cáo là công ty dịch vụ nên dưới con mắt khắt khe của đàn anh, tôi từng cảm thấy chán chường do hay bị phê bình rằng “chỗ này chưa được, chỗ kia chưa được”. Tuy nhiên giờ đây khi làm công việc tổ chức sự kiện này, tôi lại cảm thấy biết ơn vì lúc đó đã phải làm nhiều việc như thế.

Khi làm công việc tổ chức sự kiện, tôi nhận ra đây không phải công việc đơn giản.

Số lượng công việc phải quyết định và thực hiện nhiều như núi, chẳng hạn như khách mời, địa điểm, menu, giá cả, tiếp đón khách thế nào... ai hợp với ai, chủ đề lần này là gì... nếu có người bạn rهن tham gia, vậy có nên bắt đầu muộn một chút không...

Đặc biệt, việc chọn địa điểm là việc khiến tôi khó xử nhất: Chọn nơi thuận tiện giữa nơi làm việc và chỗ ở? Chọn quán có nhiều rượu vang vì khách mời thích rượu vang? Chọn quán có thể tạo được không khí vui tươi, hoặc chọn quán có giá tiền vừa phải? Quá nhiều lựa chọn khiến tôi bị rối hơn.

Hơn nữa, các lựa chọn qua mạng thường không rõ ràng nên tôi phải đích thân đi thực tế. Nếu đến nơi mà vẫn thấy “chưa ổn lắm” thì lại tìm tiếp chỗ khác.

Có những địa điểm do biết rõ nên nếu quyết định tổ chức tại đó, sự kiện chắc chắn sẽ không thất bại và có thể sử dụng địa điểm đó cho những sự kiện sau. Tuy nhiên nếu làm như vậy, số địa điểm bạn biết sẽ chỉ giới hạn và không tăng lên được. Thường ngày, bạn nên chịu khó quan sát xung quanh để tìm sẵn những địa điểm phù hợp, không nên đến khi tổ chức mới vội vàng tìm chọn. Ngay cả khi được mời đến buổi tiệc nào đó, nếu bạn thấy địa điểm đó tốt, hãy ghi nhớ vì nó sẽ có ích cho bạn sau này.

Trước đây khi đi uống rượu tôi thường quên sạch tên quán do vui quá nên quá chén. Giờ nghĩ lại, tôi cảm thấy đáng tiếc vì lúc đó đi nhiều nhưng lại không ghi chú lại.

Dạo gần đây, những quán do một số người bạn sành ăn đăng trên facebook cũng là nguồn thông tin đáng tham khảo. Không phải chỉ xem rồi “À, nhìn cũng ngon nhỉ” là xong, nếu thấy được thì bạn nên ghi chú lại.

Đối với những buổi tiệc nhằm tạo thêm quan hệ mới và là nơi không được xảy ra sai sót gì, thì

việc chọn những quán an toàn, đã sử dụng nhiều lần là cách thích hợp nhất.

Mặc dù đã chuẩn bị kỹ nhưng có lúc kết quả lại không được thành công. Những lúc như thế tôi sẽ một mình xem xét lại. Khả năng tổ chức sự kiện sẽ càng tốt hơn nhờ kinh nghiệm có được từ những sai sót. Tổ chức sự kiện là công việc không hề đơn giản, nhưng càng tìm hiểu, sẽ càng rõ hơn về địa điểm đó và khả năng tổ chức, sắp xếp cũng ngày càng chuyên nghiệp hơn. Với ý nghĩa đó, tôi nhận thấy “Tổ chức sự kiện khi còn trẻ là một công việc vất vả nhưng sẽ giúp mình trưởng thành hơn”

Tổ chức “buổi gặp gỡ người tài”

Các bạn đã bao giờ tổ chức những buổi gặp mặt mai mối chưa?

Khi còn đi học tôi không hay tham gia những buổi gặp gỡ hào nhoáng kiểu như “buổi tụ tập của đám con trai”, nhưng với vai trò người tổ chức, chắc chắn phải suy nghĩ đến việc mời các thành viên mà “người nữ đó và người nam này chắc sẽ hợp nhau” hay “nếu người đó tham gia chắc buổi gặp mặt sẽ hào hứng lắm đây”.

Nếu buổi gặp mặt thành công, cả phía nam và nữ chắc chắn sẽ vui vẻ và họ sẽ cảm kích người tổ chức buổi gặp đó.

Người cha quen biết rộng khi tổ chức buổi tiệc ăn uống nào đó, không chỉ đơn thuần để các thành viên tham dự vui vẻ, mà còn cố giúp họ đạt được điều gì đó qua những buổi gặp mặt của những người có tài năng khác nhau.

Chìa khóa thành công của những buổi gặp này là làm sao nghĩ ra mục đích chung khi kết nối các thành viên với nhau.

Ví dụ như trước đây tôi có tổ chức một sự kiện có sự tham gia của những nhân vật làm trong lĩnh vực truyền thông (media) và giới trí thức (nhà chuyên môn, học giả...). Giới trí thức thì thấy giới truyền thông thú vị vì thông qua các phương tiện media họ có thể truyền tải được suy nghĩ của bản thân, còn giới truyền thông thì mong được giới trí thức xuất hiện truyền tải tri thức họ biết trong các chương trình của mình.

Trường hợp này, người tổ chức sẽ kết hợp lợi ích của cả hai bên là “truyền tải thông tin”, để các bên tham gia đều hài lòng, giống như trong buổi gặp mặt nam nữ vậy.

Sự kết hợp này là không có giới hạn.

Nhà tổ chức sẽ xem xét mục đích chung của những người họ muốn mời và kết nối họ lại với nhau. Đó là sự kết nối giữa “nhà sản xuất dùng cả đời để tạo ra các nguyên liệu ngon” với “đầu bếp cần đến các nguyên liệu tốt”, giữa “tài năng mới đang muốn xuất bản tác phẩm của mình” với “nhà xuất bản đang muốn tìm kiếm tài năng mới”, “người sáng tạo có tư duy tốt” với “nhà đầu tư”, hay giữa những doanh nhân có thể mang lại lợi ích cho nhau khi hợp tác.

Khi làm nhà tổ chức cho những buổi gặp mặt nam nữ, chắc có nhiều người đã từng được thông báo tin tốt từ những người tham dự là “nhờ buổi gặp đó mà giờ chúng tôi đang tìm hiểu nhau”, hay “chúng tôi quyết định sẽ kết hôn”, thì các buổi gặp gỡ của những người tài cũng tương tự.

Nếu như buổi gặp nam nữ làm phát sinh các mối quan hệ yêu đương, thì buổi gặp gỡ giữa người tài năng sẽ bắt đầu những quan hệ hợp tác mới. Nếu mối quan hệ hợp tác này phát triển, sẽ giúp công việc làm ăn của họ thuận lợi hơn.

Tôi cũng đã nhận được khá nhiều tin nhắn thông báo tin vui như thế này: “Nhờ buổi gặp đó, tôi đã có cơ hội được làm chung dự án hiện nay”, hay “Nhờ mối lương duyên lúc gặp lần đó, cuốn sách của tôi đã được xuất bản” đây thật sự là điều khích lệ với người tổ chức các buổi gặp mặt ấy.

Kỹ thuật tổ chức sự kiện

Tôi xin thử tóm tắt lại các điểm quan trọng trong việc tổ chức sự kiện của Người cha quen biết rộng, dành cho những người chưa từng làm hay những người nghĩ rằng mình không thể làm tốt được bằng các bước thực tiễn như sau.

Có câu “Làm thực tiễn sẽ tốt hơn học trong sách vở”, bạn sẽ cảm nhận được niềm vui thật sự khi bỏ công sức ra làm.

Năm bước khi bạn tổ chức sự kiện:

Bước 1: Chọn mục đích của sự kiện (chủ đề)

Bước 2: Lên danh sách khách mời

Bước 3: Liên lạc với khách mời chủ chốt

Bước 4: Liên hệ với khách tham dự

Bước 5: Chọn nơi tổ chức (quán ăn, uống)

Quyết định mục đích khi tổ chức sự kiện (chủ đề)

Quan trọng nhất trong một sự kiện là chủ đề của sự kiện đó. Không chỉ là một buổi tiệc xả stress, hay gặp gỡ giữa những người thân thiết, nếu là sự kiện tổ chức để mọi người giao lưu và tạo quan hệ thì chủ đề của buổi tiệc rất quan trọng.

Đây chính là điểm thu hút các khách mời tham dự. Nhiệm vụ đầu tiên của nhà tổ chức là xác định rõ ràng “Buổi tiệc này nhằm mục đích gì”, ví dụ như buổi gặp gỡ giữa học giả và truyền thông, hay đầu bếp và nhà sản xuất.

Lên danh sách khách mời

Sau khi xác định chủ đề buổi tiệc, tiếp theo là lên danh sách khách mời tham dự dựa vào chủ đề đó.

Khi lên danh sách, nhà tổ chức phải xem xét đến các yếu tố như “người đó có hợp với chủ đề sự kiện không”, hay “ngược lại, người đó không nên mời thì tốt hơn”.

Ngoài ra, Người cha quen biết rộng sẽ xem xét giới hạn số người để mọi người có thể trao đổi thoải mái trong thời gian 2 tiếng là khoảng sáu người. Nếu là tám người, thì tự nhiên sẽ bị phân

thành hai nhóm “bốn người + bốn người”.

Điều quan trọng là để buổi nói chuyện có chiều sâu, chúng ta phải tính toán chọn lọc số người tham gia cho hợp lý. Vì số người tham gia càng ít thì họ sẽ càng có cơ hội được nói chuyện với nhau nhiều hơn.

Liên lạc với khách mời chủ chốt

Khi tổ chức sự kiện với chủ đề nào đó, đầu tiên bạn hãy liên hệ với khách mời chủ chốt để xác nhận lịch trình của họ. Nếu bạn điều chỉnh thời gian tổ chức cho khớp với tất cả khách mời tham gia, thì chắc chắn sẽ không thể quyết định được ngày cụ thể để tổ chức sự kiện.

Vì vậy, hãy quyết định ngày tổ chức sau khi đã xác định theo lịch của khách mời chủ chốt, rồi mời khách tham dự theo lịch đã định sẵn. Nếu khách mời chủ chốt là người có sức hút thì chắc chắn số người tham dự sẽ nhiều hơn dự kiến.

Liên lạc với khách mời.

Sau khi đã xác định chủ đề, thời gian của sự kiện, bạn có thể bắt đầu liên hệ mời khách tham dự.

Danh sách khách mời theo trình tự là “mức độ phù hợp với chủ đề” hay “khách mời đó có phù hợp với các khách mời khác không”, không phải mức độ thân thiết của bạn với người đó. Nếu khách mời đó không tham gia được, bạn hãy mời người khác, làm sao mời đủ số lượng người bạn dự định khi tổ chức sự kiện đó.

Chọn nơi tổ chức (quán ăn, uống)

Giống như phim truyền hình, sau khi có chủ đề và nhân vật, phần tiếp là chọn bối cảnh.

Hãy chọn địa điểm dựa vào các điểm như mức độ thuận tiện khi di chuyển, có phòng riêng không, menu, tiếp đón khách thế nào, giá cả ra sao.

Như có đề cập ở phần trước, nếu chỉ dựa vào thông tin trên internet thì thật nguy hiểm. Ngay khi bạn cảm thấy hơi không chắc chắn thì cũng hãy đến tận nơi để xem xét.

Hơn nữa, những quán càng tốt thì càng có nhiều khách. Thực tế là tôi đã từng phân vân và đã không kịp đặt trước do sát ngày tổ chức, vì vậy tốt nhất là quyết định sớm và đặt trước để không xảy ra sự cố ngoài ý muốn.

Tôi khuyên bạn sau khi xác định danh sách khách mời xong, hãy chọn quán, nhưng có những trường hợp thì ngược lại. Nếu chọn được quán ngon và nổi tiếng sẽ hấp dẫn các khách mời hơn.

Dù chọn cách nào, thì mấu chốt vẫn là làm sao để khách mời cảm thấy hài lòng khi tham dự sự kiện do bạn tổ chức.

Đạt được 2 mục đích trong 1 sự kiện

“Buổi gặp mặt giữa những người tài năng” mở rộng ra sẽ là “Sự kiện dành cho những người tài

năng”

Người cha quen biết rộng trung bình sẽ tổ chức một đến hai lần sự kiện này, và mỗi lần sẽ mời khoảng 50 đến 100 người trong tất cả các lĩnh vực.

Họ tổ chức với hai lý do: Đầu tiên là để gặp gỡ những người bình thường ít giao tiếp. Nếu chỉ giao tiếp với bạn bè hay người quen trên mạng thì đến một lúc nào đó ống quan hệ sẽ bị rỉ sét.

Tuy nhiên khi càng lớn tuổi thì số lượng mối quan hệ càng tăng, để có thể gặp từng người trong số tất cả thì có bao nhiêu thời gian cũng không đủ.

Do đó cách để đánh bóng lại ống quan hệ hiệu quả nhất là tổ chức sự kiện mời gọi tất cả mọi người tham gia.

Khi bạn tổ chức sự kiện như thế, thì dù thời gian có ít ỏi nhưng là dịp để bạn có thể gặp và nói chuyện với từng người mà bạn muốn gặp và duy trì quan hệ.

Không ít người từng trải qua cảm giác, dù chỉ gặp lại người quen, bạn bè trong khoảng thời gian ngắn ngủi nhưng cảm giác thân thiết ngày trước lại ùa về.

Những sự kiện thế này là cách hiệu quả để chúng ta duy trì quan hệ với nhiều người bạn, người quen.

Tuy nhiên, điều quan trọng nhất vẫn là tổ chức vì những người tham dự. Vì thế, mục đích thứ hai là làm cầu nối kết nối giữa những người quan trọng ấy lại với nhau. Cách làm cũng tương tự như tổ chức buổi gặp của những người tài bên trên, nghĩa là sẽ làm cầu nối gắn kết những người cùng chí hướng, hợp tính lại với nhau.

Việc tổ chức sự kiện này có ưu điểm là nhờ có nhiều người tham gia nên có thể giới thiệu cho nhiều người khác nhau.

Ngược lại, vì nhiều người nên thời gian trao đổi giữa từng người với nhau sẽ ít lại do đó nội dung thường không sâu. Tuy nhiên, so với buổi họp mặt quy mô nhỏ, tại sự kiện lớn như thế này cũng có nhiều mối quan hệ xảy ra theo phản ứng dây chuyền.

Để tổ chức sự kiện quy tụ nhiều người, thời gian và công sức bỏ ra sẽ lớn hơn buổi gặp mặt quy mô nhỏ nhưng lại có thể vừa duy trì được nhiều mối quan hệ, vừa giới thiệu được nhiều người ở nhiều lĩnh vực khác nhau, nên có thể nói là “Một phát trúng hai đích”

Hãy trở thành con ong trong sự kiện

Người cha quen biết rộng khi tổ chức sự kiện không phải vì muốn ăn uống vui chơi cùng với khách tham dự mà là cầu nối giúp họ có thêm các mối quan hệ.

Vì thế, tại sự kiện do họ tổ chức, họ sẽ trở thành “chú ong” bay tới bay lui trong buổi tiệc để làm phần việc của mình.

Như chúng ta đã biết, ong là loài côn trùng hỗ trợ quá trình thụ phấn của hoa. Khi hút mật hoa phấn hoa sẽ được đưa vào cơ thể chúng và chúng sẽ mang phấn hoa đó truyền lại cho bông hoa

khác. Nhờ vậy mà thúc đẩy quá trình thụ phấn và hình thành hạt giống.

Tương tự như vậy, như tôi đã viết ở mục buổi tiệc gặp gỡ giữa những người tài năng, khi hai người tài có cùng một mục đích chung gặp gỡ, có thể sẽ rất có ích cho họ sau này.

Giống như việc thụ phấn hoa, người biết rõ về các khách mời tham dự như khuôn mặt, nghề nghiệp, điểm mạnh của họ chỉ có thể là người tổ chức. Vì là người sẽ xem xét việc mời ai, nên họ sẽ đóng vai trò kết nối mọi người lại với nhau. Để làm được điều đó, họ sẽ không có thời gian nghỉ ngơi mà từ lúc bắt đầu đến khi kết thúc, họ phải “bay” khắp nơi để làm phần việc của mình.

Trừ những trường hợp các khách mời biết nhau từ trước, thì chỉ có khách mời và chủ buổi tiệc có liên hệ với nhau, còn giữa khách mời với nhau thì không. Nếu là những khách mời xã giao tốt, họ sẽ đi bắt chuyện với những khách mời khác, nhưng nếu gặp phải người không sẵn sàng thì hầu như cũng chỉ dừng lại ở mức trao đổi danh thiếp trong sự kiện đó mà thôi. Vì thế, với mục đích kết nối khách mời với nhau, trong những sự kiện do mình tổ chức, Người cha quen biết rộng hầu như không tham gia được các trò vui (tất nhiên, những buổi tụ tập với mục đích vui vẻ thì khác), mà nếu có cũng chỉ một hoặc hai mà thôi. Hơn nữa, họ sẽ cố gắng để trò chuyện vui vẻ cùng khách mời giống như con ong chăm chỉ giúp tạo phấn hoa khắp nơi.

Tôi đã từng được một người tham dự sự kiện do chính mình tổ chức liên lạc và kể lại rằng, chính buổi gặp gỡ đó đã giúp họ có được một cuốn sách “bán chạy nhất” lúc đó.

Không có niềm vui nào bằng niềm vui được chứng kiến một lớp tài năng mới kế thừa và phát huy những gì người đi trước làm được, nhờ vào thành quả do biến mình thành con ong chăm chỉ, đi thụ phấn giúp các tài năng kết nối với nhau.



Không được để khách thấy lẻ loi

Nếu như có những người gặp người lạ sẽ tươi cười và có thể bắt chuyện ngay, thì cũng có những người nhút nhát và không làm được như thế. Những người nhút nhát đó có thể lấy dũng khí tham dự do họ nghĩ rằng “Đây là lời mời từ một người thân thiện tổ chức”.

Khi tổ chức sự kiện, bạn không được để khách tham dự cảm thấy lẻ loi.

Trong trường hợp có người mà bạn nhất định muốn họ tham gia thì việc sắp xếp để họ tham gia cùng một người thân thiện như “bạn đồng hành” cũng là một cách. Nhưng cũng nên lưu ý rằng nếu ai cũng trở thành bạn đồng hành của họ thì sự thú vị của buổi tiệc sẽ giảm đi. Tuy vậy, việc này

ít nhiều cũng có điểm lợi là họ sẽ có thêm mối quan hệ mới với người bạn đồng hành.

Tại sự kiện, việc gặp gỡ những người mình muốn gặp đương nhiên là chuyện vui, nhưng người đóng vai trò chính trong bữa tiệc đó cần phải quan tâm đến từng người khách tham dự, giống như người cứu hộ bảo vệ người tắm biển vậy.

Người cha quen biết rộng sẽ quan sát từng người khách một, dù cho buổi tiệc nhìn chung vẫn đang vui vẻ. Họ sẽ nhận ra có vị khách nào đó đang lẻ loi một mình hay chỉ nói chuyện với người mình quen thôi.

Những lúc như thế, chủ tiệc sẽ có khuynh hướng bắt chuyện với họ, còn Người cha quen biết rộng sẽ giới thiệu người có vẻ hợp cho họ làm quen. Người cha quen biết rộng sẽ cân nhắc xem người nào có thể hợp với vị khách đó, sau đó kéo họ nói chuyện và tìm đề tài chung giữa hai người.

Nếu biết được đề tài mà cả hai cùng quan tâm thì vị khách nhút nhát cũng sẽ dễ nói chuyện hơn.

Với ý nghĩa như thế, khi lên kế hoạch tổ chức sự kiện, điều quan trọng không phải là làm tăng số lượng người tham dự, mà là số người ta có thể bao quát hết trong sự kiện đó. Nếu là sự kiện với mục đích kết nối mọi người với nhau thì Người cha quen biết rộng sẽ chọn từ 50 đến 100 người. Nếu ít quá thì phạm vi kết nối sẽ thu hẹp lại và không thể làm cho người tham dự có được cơ hội gặp gỡ nhiều người khác. Còn nếu nhiều quá thì người tổ chức sẽ không thể quan tâm được hết từng người.

Điều quan trọng nhất khi tổ chức sự kiện là làm sao để tất cả khách mời đều cảm thấy hài lòng, do đó hãy cân nhắc số lượng người tham dự, và tính cách của từng người để có thể tiếp đón họ.

Người cha quen biết rộng quan niệm rằng công việc của một người tổ chức sự kiện đòi hỏi cả kiến thức và thể lực phải thật tốt. Trong lúc sự kiện diễn ra, Người cha quen biết rộng luôn phải quan sát và cân nhắc xem “Phải tạo thêm không khí cho câu chuyện của ai với ai”, hay “Không biết có ai đang ở lẻ loi một mình không”, nên họ vừa phải chạy tới chạy lui, vừa đóng vai trò kết nối mọi người lại với nhau. Do đó có thể nói đối với Người cha quen biết rộng, khi họ cảm thấy “Ồi, mệt rồi”, chứ không phải là “Ồi, vui quá” là lúc sự kiện đó đã diễn ra tốt đẹp.

Chính những người tham gia là nội dung quan trọng nhất của sự kiện

Khi các bạn tổ chức sự kiện, các bạn mời khách như thế nào? Chắc là sau khi có nội dung sự kiện, lên danh sách khách mời, rồi đồng loạt liên lạc với họ phải không? Hằng ngày chúng ta nhận được nhiều lời mời đồng loạt được gửi từ người quen hay bạn thân trên facebook và là người tổ chức sự kiện, tôi cho rằng, ngoại trừ khách VIP, thông thường lời mời được gửi đi đồng loạt.

Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng sẽ làm khác đi một chút. Đó là thay vì “mời đồng loạt” như cách thông thường, họ sẽ “mời từng người một”.

Nội dung quan trọng nhất của sự kiện là “người tham dự”. Nếu bạn lo rằng thức ăn sẽ bị chê thì chuẩn bị thức ăn và nước uống chu đáo, hay để khách tham dự thấy thú vị thì chuẩn bị những trò chơi thu hút cũng không sai. Tuy nhiên, với những sự kiện có mục đích kết nối mọi người lại với nhau, nếu không có “nhân vật” để bạn giới thiệu cho khách thì sự kiện đó không thể hấp dẫn

được. Nghĩa là, nội dung quan trọng nhất trong sự kiện chính là “những người tham dự”.

Nếu bạn là người được đặc biệt yêu thích, hay được mọi người ngưỡng mộ thì ngay cả khi bạn gửi đồng loạt lời mời, cũng sẽ có nhiều người nổi tiếng đồng ý tham dự. Tuy nhiên, giống như tôi, nếu không được nổi tiếng như thế thì không thể làm giống họ được. Vì thế, hãy liên lạc với từng người để mời. Tiếp theo tôi xin giới thiệu cách thực tế mà Người cha quen biết rộng mời khách tham dự thế nào.

Mời khách quan trọng

Khi lập danh sách khách mời, bạn hãy ưu tiên mời thành viên chủ chốt trước nhất. Có lẽ sẽ có những người sau khi biết rằng “chưa thấy họ nói gì”, hay “họ mời người khác trước khi mời mình”, sẽ cảm thấy “không được mời”, hay “không được coi trọng”.

Tuy nhiên Người cha quen biết rộng khi tổ chức sự kiện với mục đích gắn kết mọi người lại, sẽ không ưu tiên mời người mà mình thân thiết trước những người khác. Sau khi xác định chủ đề của sự kiện, họ sẽ ưu tiên liên lạc với những khách mời chủ chốt trước.

Nếu khách mời chủ chốt đến dự có lẽ sẽ tác động vào người khác và làm họ nghĩ rằng “À, nếu người đó có thể đến dự, mình cũng muốn sắp xếp để đến xem”. Ví dụ như nếu là kinh doanh, thì người đó “là người đi đầu trong giới doanh nghiệp” hay “người có uy tín”, nếu là cá nhân, thì những người được kính trọng hay có ảnh hưởng có thể xem là nhân vật chủ chốt. Nếu có thể mời được những nhân vật chủ chốt này, thì chắc chắn việc mời các khách mời còn lại sẽ thuận lợi hơn nhiều.

Sau khi xác định sự tham gia của nhân vật chủ chốt, tiếp theo là liên lạc cho từng người có quan tâm về nội dung sự kiện như là có tiết mục gì hay có ai tham dự chẳng hạn.

Để viết thư mời cho từng người trong số trên 50 khách mời thật sự tốn khá nhiều thời gian và công sức, do đó bạn có thể áp dụng mẫu thư mời chung ở mức độ nào đó.

Tuy nhiên, nếu muốn nêu rõ lý do vì sao mời người đó đến dự, mà chỉ đổi tên người nhận, còn lại copy toàn bộ sang thư mời khác là điều không nên. Vì người nhận sau khi đọc thư mời sẽ nhận ra đây là phần copy gửi cho nhiều người.

Do đó bạn hãy viết ít dòng dành riêng cho họ để nói rõ lý do vì sao bạn muốn họ tham gia nhé.

Hấp dẫn và lôi cuốn người khác

Cuối cùng để đạt được số lượng khách tham dự theo kế hoạch, bạn hãy tiếp tục liên lạc gửi thư mời. Bước này không được làm vội vàng. Hãy lịch sự gửi thư mời đến từng người bạn cho là sẽ thích hợp với sự kiện và cho họ biết thành phần khách mời sẽ tham dự đến thời điểm hiện tại, để khiến họ cũng cảm thấy “nếu người đó đến, tôi cũng muốn đến”.

Trường hợp sử dụng trang sự kiện (event page) trên facebook, tôi cũng cố gắng gửi lời mời đến từng người và chỉ những người nhận lời tham gia, tôi mới gửi event page cho họ. “nhân vật” là thành phần chủ chốt trong sự kiện, nên phải cố gắng sử dụng toàn lực để mời được họ.

Chính vì thế, Người cha quen biết rộng sẽ nghĩ ra “lý do mời anh tham gia” riêng đối với từng

người, thể hiện thành ý và liên lạc với từng người, đó cũng là cách tốt nhất khi tổ chức sự kiện có sự tham gia của các khách mời quan trọng.

Nếu tận dụng mạng xã hội, sẽ đơn giản hơn!

Dù vậy, với sự kiện quy mô từ 50 đến 100 người thì việc tổ chức chắc chắn là vất vả. Có lẽ sẽ có những người thấy mệt mỏi khi tổ chức những sự kiện như thế.

Nhưng thời đại hiện nay đã thay đổi. Từ sau khi mạng xã hội trở nên phổ biến hơn, tổ chức sự kiện cũng trở nên đơn giản hơn rất nhiều. Người cha quen biết rộng đã tận dụng lợi thế của mạng xã hội để mang lại hiệu quả cho các sự kiện họ tổ chức.

Cách đây nhiều năm, tôi cũng đã cảm thấy rất vất vả khi tổ chức sự kiện nào đó, nhưng từ khi bắt đầu sử dụng mạng xã hội thì mọi việc khác hẳn.

Mạng xã hội được mọi người biết đến như là kênh thể hiện thông tin cá nhân, nhưng đối với người tổ chức sự kiện, nó còn có chức năng như “mạng liên lạc”.

Ngày trước, để tổ chức một sự kiện nhỏ, cũng phải lật qua lật lại rất nhiều danh thiếp bày trên bàn, rồi tìm thông tin liên lạc. Sau đó đến phần nhập địa chỉ email trên từng danh thiếp và gửi thư mời. Trong số đó có rất nhiều địa chỉ đã đổi nên không đến được người nhận. Bên cạnh đó không ít trường hợp do sơ suất khi đánh máy nên thư bị trả lại...

Sau khi gửi tất cả thư đi, chúng ta cũng chưa thể yên tâm được. Những thư trả lời không tham dự nằm lẫn trong rất nhiều thư mỗi ngày, khiến việc xác nhận bị thiếu sót, hơn nữa vì gửi email nhắc nhở đồng loạt cho nhiều người, nên những người đã xác định sẽ tham dự lại nhiều lần phải nhận email thông báo đó. Nếu họ không trả lời, ta phải tìm địa chỉ và liên lạc lại cho từng người. Quả thật tổ chức một sự kiện tốn công sức và thời gian biết bao!

Tuy nhiên, mạng xã hội đã thay đổi hoàn toàn những chuyện đó.

Giờ đây chúng ta vẫn có thể lập tức liên lạc với ai đó mà không phải tìm địa chỉ email của từng người. Cũng không còn chuyện vì đổi địa chỉ email mà thư không đến được. Với việc tạo ra Event page trên Facebook và gửi lời mời đi, chúng ta có thể xác nhận việc có hay không tham gia của khách mời bất cứ lúc nào, do đó sẽ không thể bỏ sót những khách mời sẽ dự kiến tham dự.

Đối với sự kiện mang mục đích giải trí thì lại khác, nhưng nếu là sự kiện kết nối mọi người lại với nhau thì chỉ cần một người sử dụng ít thời gian, ai cũng có thể lên kế hoạch và thực hiện sự kiện một cách dễ dàng.

Thực tế là tôi vì không muốn làm phiền và lãng phí thời gian của người xung quanh, nên đã không nhờ ai mà tự mình làm hầu như toàn bộ từ lập kế hoạch đến thực hiện.

Việc cần phải chú ý chỉ có ba vấn đề:

- Chọn mục đích, địa điểm, danh sách khách mời, số người và hội phí.
- Lập event page trên Facebook.

- Sử dụng messenger của Facebook để liên lạc với khách mời và xác nhận có hay không tham dự.

Mọi việc được thực hiện đơn giản như thế

Điểm quan trọng khi viết thư mời

Khi bạn tổ chức một sự kiện, chắc hẳn bạn muốn khách mời nghĩ rằng “nhất định sẽ tham gia” đúng không?

Để khách mời trả lời “Yes” thì đương nhiên nội dung của sự kiện đóng vai trò quan trọng, nhưng cách mời có thuyết phục hay không cũng quan trọng không kém.

Vì thế tôi xin giới thiệu cách viết thư mời để nâng cao tỉ lệ tham dự mà Người cha quen biết rộng áp dụng thực tế.

Cách viết thư mời mẫu sẽ giống như sau đây:

Ở phần tiêu đề, bạn hãy chọn cái tên gần giống với nội dung sự kiện nhất, ví dụ như: “Tiệc gặp mặt các nhà lập kế hoạch tài chính”, “Tiệc gặp mặt của các nhà kinh doanh thực phẩm ăn uống”, hay “Tiệc gặp mặt các nhà buôn bán”...

Thư mời mẫu có nội dung: Thư mời dự Tiệc.

Kính gửi các anh/ chị. Tôi là Yamada xin gửi đến các anh/chị thông tin về buổi tiệc...

Đây là buổi tiệc quy tụ nhiều khách mời trong lĩnh vực... nên rất mong được các anh/chị dành thời gian tham dự.

Để thuận tiện cho việc chuẩn bị, rất mong các anh/chị thông báo đến ban tổ chức về việc có thể đến dự không trước ngày 2/8 (thứ Ba)

Người tổ chức

Yamada Tarou

Thông tin chi tiết

Thời gian: ngày... lúc 19:00 – 21:00

(Hội trường sẽ mở cửa từ 18:30. Vui lòng nộp hội phí và danh thiếp ở quầy lễ tân)

Địa điểm: ...

(Địa chỉ, điện thoại)

Hội phí: ... Yên (có hóa đơn)

Người tổ chức: Yamada Tarou (kèm thông tin liên lạc...)

Các bạn đọc xong thấy thế nào? Chắc chắn là không có vấn đề gì lớn rồi đúng không?

Tuy nhiên, nội dung này không đủ để khách mời cảm thấy nhất định muốn đến. Sau đây tôi xin giới thiệu ba điểm mấu chốt để viết thư mời khiến người nhận sẽ cảm thấy “nhất định sẽ đến dự”.

Một đối một

Dù cho thư mời có trình trọng bao nhiêu đi nữa, nhưng nếu là bức thư chỉ đơn thuần copy rồi “gửi cho nhiều người” thì sẽ không thể nào thuyết phục được họ. Tuy nhiên, sự việc sẽ khác nếu tại sự kiện đó họ có thể gặp người họ đang muốn gặp hay nêu được “lý do muốn họ đến dự”. Đầu tiên là hãy liên tưởng đến khuôn mặt từng người và sử dụng danh từ riêng.

Tiếp theo hãy nêu rõ lý do vì sao muốn họ đến theo cách “gửi cho từng người”, điều này có thể làm cho người nhận thấy cảm động khi đọc.

Ví dụ:

“Thời gian qua đã được giúp đỡ rất nhiều và tôi rất mong được anh/chị...(tên đối phương) đến tham dự”

“Vì tôi cũng mời cả...(viết cụ thể tên nếu được) người mà tôi rất muốn anh...(tên đối phương) gặp để trò chuyện”

“Khi tôi nghĩ về chủ đề này, tôi liền liên tưởng trong đầu hình ảnh của anh...”

Ánh mắt của đối phương

Bạn hãy đọc lại ví dụ ở trang 191. Bạn có nhận ra điều gì không?

Đúng thế, chủ ngữ trong ví dụ toàn bộ đều là “bản thân mình”. Nghĩa là ở đây chỉ viết theo lập trường của người tổ chức.

“Tôi, Yamada, người tổ chức...(bản thân) thông báo về việc tổ chức buổi gặp mặt...”

Bạn hãy thử suy nghĩ đến cảm nhận của đối phương và tìm nội dung nào có thể thu hút được họ.

Nếu làm được như thế, bạn sẽ khiến họ cảm thấy “nhà tổ chức đã quan tâm đến mình”

Ví dụ: “Trong lúc quý vị bận rộn thế này...”

Có bạn nào từng nghĩ đến để tăng tỉ lệ nhận câu trả lời tham dự, thử áp dụng những câu gợi mở để đối phương thấy dễ dàng từ chối khi không thể tham gia không?

Nếu thay vì viết “Không biết quý vị có tham gia được hay không”, bạn hãy viết “Nếu quý vị không thể tham dự được lần này, xin đừng bận tâm. Chúng tôi rất mong được đón tiếp quý vị ở những sự kiện sau”, thì chắc người nhận sẽ có thiện cảm hơn với bạn đấy.

Có lẽ bạn đã từng nhận được thư từ chối “Lần sau nếu có sự kiện tương tự, vui lòng cho tôi biết nhé” thì nếu bạn hồi âm lại để đối phương không thấy khó xử, chắc chắn lần sau họ sẽ cố gắng sắp xếp nếu như không có hẹn trước.

Ví dụ: “Dù quý vị có tham dự được hay không, cũng rất mong sau này được giúp đỡ”

“Lời mời tuy hơi đường đột, nhưng rất mong sự hiện diện của quý vị”

Bạn có thể thêm vào cuối thư những câu như trên.

Thư mời mẫu của Người cha quen biết rộng:

Xin chào anh... Đã lâu không gặp.

Tôi là Yamada, xin gửi đến anh thông tin về buổi gặp mặt được tổ chức vào...

Tại buổi gặp mặt thân tình lần này sẽ có sự tham dự của nhiều người đến từ các lĩnh vực...

Trong buổi gặp mặt lần này, tôi rất muốn giới thiệu anh... đến anh.

Nếu anh quan tâm, rất mong anh dành chút thời gian tham dự buổi gặp mặt lần này.

Dù có thể tham dự được hay không, chúng tôi cũng rất mong sau này vẫn nhận được sự quan tâm giúp đỡ từ anh.

Yamada Tarou – Người tổ chức

- PHẦN THỰC TIỄN -

Bước 3:

“Cho đi không cần báo đáp” sẽ nhận lại được hồi đáp

“Cho đi không cần báo đáp” sẽ nhận lại được hồi đáp

Nhân vật chính trong câu chuyện “Warasibe chosha” vì giúp đỡ người khác mà không tiếc cho đi đồ của mình, chính vì vậy đã nhận được báo đáp gấp nhiều lần cái đã cho đi. Và chính vì liên tục tặng cho người khác, ông đã nhận lại được quả ngọt và cuối cùng trở nên giàu có.

Người cha quen biết rộng cũng bắt chước “Warasibe chosha”, vì giúp đỡ người khác mà tình nguyện làm cầu nối gắn kết mọi người lại với nhau. Kết quả là họ nhận được thêm nhiều mối quan hệ hơn những gì họ đã có. Chính vì cống hiến những cái mình có hết lần này đến lần khác như thế, đã làm nên đường xoắn ốc gọi là “trao đổi quan hệ”.

Ngược lại, Người cha không quen biết rộng chỉ có được những mối quan hệ lỏng lẻo, nhưng lại khư khư giữ lấy cho riêng mình, nên đương nhiên sẽ không thể nhận được hồi đáp và vòng xoắn “trao đổi quan hệ” cũng không có.

Tôi xin được giới thiệu một chuyện đã trải qua thực tế. Trong số những người tôi kính trọng và đã giúp đỡ tôi rất nhiều có nhà văn Suzuki. Trong các tác phẩm tiêu biểu của ông là “Ring” và “Rasen” không những nổi tiếng trong nước mà còn được chuyển thể thành phim và nổi tiếng trên thế giới.

Tôi không phải là người thích thể loại phim kinh dị, nhưng bị hấp dẫn bởi câu chuyện dưới ngòi bút của ông, và trở thành fan của ông từ thời đại học.

Và rồi lần đó, nhận được lời mời từ anh khóa trên trong trường, tôi đã tham dự sự kiện có sự xuất hiện của Suzuki. Tuy nhiên, lúc đó tôi nghĩ dù có đến bất chuyện, nhưng mình chẳng qua chỉ là một trong rất nhiều fan, nên chắc Suzuki sẽ không nhớ đến, vì vậy mà tôi đã không làm gì và trở về nhà. Sau đó ít lâu, khi tôi tổ chức buổi gặp mặt với một nhóm ít người, thì người anh đó cùng với Suzuki đã ghé đến. Câu chuyện vào lúc đó đã trở nên hào hứng hơn hẳn và từ sau lần đó, mối quan hệ của chúng tôi phát triển hơn. Hiện chúng tôi đã là những người bạn, thỉnh thoảng rủ nhau đi dùng bữa.

Đến tháng 7 năm 2013, tác phẩm “Enzi” của Suzuki là tiểu thuyết đầu tiên của Nhật đạt được giải tiểu thuyết xuất sắc nhất thuộc giải thưởng Shirley Jackson. Lúc đó, để làm Suzuki vui, tôi đã tổ chức sự kiện chúc mừng mời người thân và các nhân vật trong giới truyền thông. Sau đó, mối quan hệ của chúng tôi ngày càng thân thiết hơn và đến mùa hè năm 2015, nhân sự kiện cuốn sách viết chung đầu tiên giữa Suzuki và con gái lớn Misato được xuất bản, tôi đã phụ trách tổ chức sự kiện chúc mừng đó với sự tham gia của nhiều người có mối quan hệ thân thiết với Suzuki.

Phần danh sách khách tham dự do tôi mời, nhưng khi đó Suzuki có nói sẽ đi cùng với một số người thân thiết khác, Vào ngày diễn ra sự kiện, Suzuki đến cùng vài biên tập viên và nói với tôi rằng “Này, Kawashita, tôi sẽ giới thiệu bạn tôi cho cậu nhé”.

Người mà Suzuki giới thiệu cho tôi chính là “truyền thuyết” của Kadokawa, người đã biên tập và chuyển thể thành phim Hollywood tác phẩm “Ring” làm mưa làm gió khắp Nhật Bản trước đây.

Khi còn là sinh viên năm tư, tôi vẫn hoàn toàn không quan tâm đến phim Nhật, tuy nhiên từ sau khi cùng bạn xem video “Ring” ở phòng nghiên cứu, tôi đã thật sự bất ngờ vì ở Nhật cũng có người làm được một tác phẩm hay như thế. Và thật sự lúc đó tôi không nghĩ mình có thể gặp được những người làm chế tác bộ phim đó.

Đến lúc này, giống như câu chuyện “Warasibe Chosha”, bạn có cho rằng trong việc tạo mối quan hệ với người khác, nếu bạn “Cho đi không mong được đền đáp, sẽ nhận lại quả ngọt” không?

Tuy nhiên, với những người tính toán khi cho đi thì không cần phải đề cập. Giống như tôi đã viết ở chương “Học theo Người cha quen biết rộng”, thì khi cho đi đây tính toán, kết quả sẽ nhận được chẳng bao nhiêu, mà còn khiến việc cho đi ấy như “trao đổi quan hệ” vậy.

Có câu nói rằng “Chúng ta sẽ kiếm được tiền vào lúc nào đó”, giờ đây có thể đổi sang thành “Chúng ta sẽ có thêm được các mối quan hệ lúc nào đó”. Điều quan trọng là hãy cho đi một cách vô vụ lợi, nghĩa là khi làm điều gì cho người khác, đừng tính toán xem họ sẽ phải trả lại ta như thế nào.

Đừng để “lợi ích trước mắt” làm bạn mờ mắt

Dù vậy, sẽ có người cho rằng, chẳng biết khi nào mới nhận được quả ngọt, nếu thế thì thà tìm kiếm lợi ích trước mắt chẳng phải nhanh thành công hơn sao. Trường hợp tổ chức sự kiện quy tụ người tài năng cũng vậy, khi đã tạo được quan hệ với những người liên quan trong công việc, sau đó nhờ họ giúp chẳng phải công việc sẽ nhanh chóng tiến triển sao.

Giống như chuyện ăn kiềng, nếu bạn vì không cưỡng lại được mà ăn đồ ngọt, thì bạn đã “chọn lợi ích trước mắt mà bỏ đi lợi ích lâu dài”, trong Kinh tế học hành vi, nó gọi là “Ưu tiên cho hiện tại”.

Nếu phải lựa chọn, bạn sẽ chọn cách nào để làm giàu giữa “10.000 yên trước mắt”, và “10.000 yên hiện tại nhưng có thể thành 100.000 yên trong tương lai”?

“Các mối quan hệ” cũng giống như “Tiền” vậy, Người cha không quen biết rộng sẽ vì lợi ích trước mắt, nên chỉ có được “Các mối quan hệ lỏng lẻo trước mắt”.

Ngược lại, Người cha quen biết rộng sẽ không chỉ nghĩ về hiện tại, mà họ hướng về tương lai và có được “Các mối quan hệ sâu sắc trong tương lai”.

Đến đây bạn hãy nhớ lại ví dụ về đường ống nước đã giới thiệu ở phần “Sổ hướng dẫn” trước đây. Người cha không quen biết rộng sẽ không cưỡng lại được số nước ít ỏi trước mắt, nên ngay lập tức sẽ trực tiếp ra chỗ nguồn nước để uống. Nhưng Người cha quen biết rộng sẽ tạo dòng chảy để tích trữ nước cho tương lai.

Bạn sẽ chọn cách nào? Nếu nhìn xa trông rộng, thì chắc bạn đã nhận ra cách nào tối ưu hơn phải không.

Người cha quen biết rộng không bao giờ để mờ mắt trước lợi ích trước mắt, mà lúc nào cũng

tâm niệm chữ “Công Đức”: Là một chữ kết hợp từ “Công” và “Đức”,

“Công” soi sáng bạn ở hiện tại, “Đức” sẽ soi sáng bạn suốt cả quãng đường dài.

Bạn nên nhớ không được đắm chìm vào “Công” mà làm mất “Đức”.

Nếu bạn sử dụng mối quan hệ trước mắt để có được “Công”, thì có thể sẽ đạt được thành công nhưng chỉ trong khoảnh khắc nào đó của cuộc đời mà thôi.

Nhưng nếu bạn coi trọng từng mối quan hệ bạn có, khi đó bạn sẽ đạt được “Đức”, chính những người ủng hộ bạn sẽ là ánh đèn soi sáng con đường bạn đi trong đời.

Sẽ làm được nhiều việc lớn nếu có “Hiệu quả Matthew”

Các bạn có biết đến “Sách phúc âm Matthew” không?

Ở phần 12 chương 3 trong “Phúc âm Matthew sách tân ước” có viết thế này:

Những người giàu có sẽ lại được ban thêm phước và trở nên giàu có hơn, trong khi những người không có gì lại bị lấy đi cả những thứ ít ỏi trong tay họ.

Nhà sáng nghiệp trong lĩnh vực khoa học xã hội Robert Merton đã gọi “Những người có mệnh tốt thì lại càng có nhiều cơ hội hơn” là “Hiệu quả Matthew”.

Sau đó vào năm 2009, trong cuốn best seller “Nguyên tắc của Thiên tài, thành công” của Malcolm Gladwell, một cuốn sách về đề tài khúc côn cầu trên băng của Canada, đã giới thiệu lại “Hiệu quả Matthew” do Merton đề xướng.

Gladwell khi nhìn vào sổ niên giám cầu thủ của một đội mạnh đã nhận ra điểm chung của họ là “Ngày sinh của các tuyển thủ tập trung trong các tháng từ 1 đến 3”. Ở Nhật, năm học bắt đầu từ tháng 4 năm trước đến tháng 3 năm sau, nhưng ở Canada thì bắt đầu từ tháng 1 đến tháng 12.

Nghĩa là, ở Canada thì ngay cả những học sinh cùng lớp, nhưng nếu sinh vào tháng 1 đến tháng 3, cơ thể các em đó phát triển nhanh và cao hơn các em khác, chính điều này là lợi thế cho các em khi thi đấu chung với các bạn cùng khối.

Do đó những em sinh sớm hơn khi thắng các bạn khác, sẽ được lựa chọn vào đội tuyển khúc côn cầu mạnh hơn. Khi vào môi trường như thế, với việc luyện tập nghiêm túc trong thời gian dài, những cầu thủ đã mạnh sẽ càng trở nên mạnh hơn.

Ngược lại, những đứa trẻ không được chọn sẽ vào những đội yếu hơn nên cơ hội luyện tập đẳng hoàng cũng ít hơn, do đó sẽ ngày càng cách xa với đội mạnh kia.

Với ví dụ này, Gladwell cho rằng “Người thành công sẽ càng được tạo cơ hội đặc biệt và sẽ càng thành công hơn”.

Các bạn hãy thử nhìn xem xung quanh mình, những công việc thú vị sẽ dần được giao cho những người làm được việc, khiến họ ngày càng hứng thú hơn với công việc. Trái lại, người không làm được việc sẽ từ từ bị lấy đi những công việc thú vị.

Đó chính là “Hiệu quả Matthew”

Người cha quen biết rộng sẽ dựa vào Hiệu quả Matthew để xây dựng các mối quan hệ.

Người cha quen biết rộng sẽ sử dụng các mối quan hệ của mình giúp cho người khác, đáp lại họ cũng có thêm được những mối quan hệ mới.

Khi họ cho đi sẽ nhận lại được nên vòng tròn “Trao đổi quan hệ cho-nhận” sẽ lặp lại, càng ngày các mối quan hệ càng nhiều hơn và nhờ đó, giúp họ giải quyết được nhiều vấn đề to lớn hơn nhờ sự hỗ trợ của các mối quan hệ đó.

Khi đó, sẽ càng có nhiều người đến để xin ý kiến hay nhờ vả, đáp lại họ là việc có thêm nhiều mối quan hệ hơn.

Kết quả là các mối quan hệ của Người cha quen biết rộng sẽ ngày càng nhiều hơn, và trong công việc họ cũng sẽ được giao cho những dự án lớn cần sự hợp tác của những người khác.

Ngược lại, Người cha không quen biết rộng chỉ giữ các mối quan hệ cho riêng mình, hơn nữa họ không có ý định trao đổi với người khác, nên các mối quan hệ của họ cũng bị giới hạn. Đương nhiên, vì ít quan hệ nên nếu có việc gì họ chỉ còn cách tự mình giải quyết.

Như thế, những người ít quan hệ sẽ không được người khác hỏi ý kiến hay nhờ vả, nên họ không có thêm quan hệ mới.

Kết quả là họ chỉ được giao những việc chỉ một người làm và khi hoàn thành cũng khó có được thành quả lớn.

Như vậy “Hiệu quả Mathew” trong trường hợp này là những người có nhiều quan hệ sẽ càng được nhiều người khác hỏi ý kiến hay nhờ vả, điều đó giúp họ có thêm nhiều mối quan hệ hơn và chắc chắn thành quả đạt được cũng sẽ lớn hơn. Ngược lại, người ít quan hệ sẽ ít có cơ hội tạo thêm quan hệ mới và thường họ không được giao những việc quan trọng và thú vị.

Tạo “Vòng tròn xoắn ốc của Người cha quen biết rộng”

Người cha quen biết rộng và không quen biết rộng lúc đầu đều không có mối quan hệ nào.

Người cha không quen biết rộng chú trọng vào “số lượng” các mối quan hệ. Với mục tiêu kết nối được với nhiều người, họ tích cực tham gia vào các buổi xã giao trái ngành, và phát danh thiếp khắp nơi. Ngay cả khi vẫn chưa biết rõ đối phương, họ cũng kết nối với họ trên các mạng xã hội.

Cuối cùng họ cũng có được bộ sưu tập danh thiếp cao như núi, và có hàng nghìn người theo dõi trên Twitter hay bạn bè trên Facebook. Tuy nhiên đó chỉ là những mối liên hệ lỏng lẻo, không biết khi nào thì kết thúc.

Người cha không quen biết rộng sẽ không nhận ra tầm quan trọng trong việc duy trì và phát triển các mối quan hệ dù còn lỏng lẻo nhưng đã cất công tạo nên. Mà giống như khi còn trẻ tự mãn với đồng thẻ của mình, họ chỉ biết khoe khoang đồng danh thiếp nhận được từ những người nổi tiếng hay người có chức vụ. Vì vậy nên khi nhờ đến những người đó cũng khó được họ nhận lời.

Với cách này, Người cha không quen biết rộng đang sử dụng lãng phí thời gian, công sức và tiền bạc chỉ để tăng số lượng các mối quan hệ mà thôi.

Ngược lại, Người cha quen biết rộng sẽ chú trọng vào “chất”, xác định mục đích rõ ràng, chọn lọc đối tượng và từ đó xây dựng các mối quan hệ. Họ không chú trọng lắm vào số danh thiếp nhận được, số người theo dõi trên Twitter hay bạn bè trên Facebook.

Với những người họ gặp tại “sân khách” như semina hay buổi tiệc nào đó mà thấy hợp, họ sẽ tạo cơ hội trên “sân nhà” để xây dựng mối quan hệ thân thiết hơn, vì thế họ tạo ra được một mạng lưới có chiều sâu kết nối giữa một người với nhiều người khác.

Và khi mối quan hệ ấy được củng cố, họ sẽ sử dụng nó để giúp ích cho những người khác. Khi đó họ sẽ tổ chức những sự kiện hay các buổi gặp gỡ người tài năng giống như vai trò thụ phấn hoa cho những người có chung mục đích và hợp nhau.

Khi làm cầu nối giúp người khác có thêm được nhiều mối quan hệ thì ngay cả khi không tính toán gì, chính họ cũng được đền đáp bằng những mối quan hệ mới do những người đó hồi đáp.

Với cách làm này, khi việc trao đổi quan hệ được lặp đi lặp lại, Người cha quen biết rộng sẽ dần đạt được “Hiệu quả Matthew”.

Vòng tròn xoắn ốc của Người cha quen biết rộng như sau:

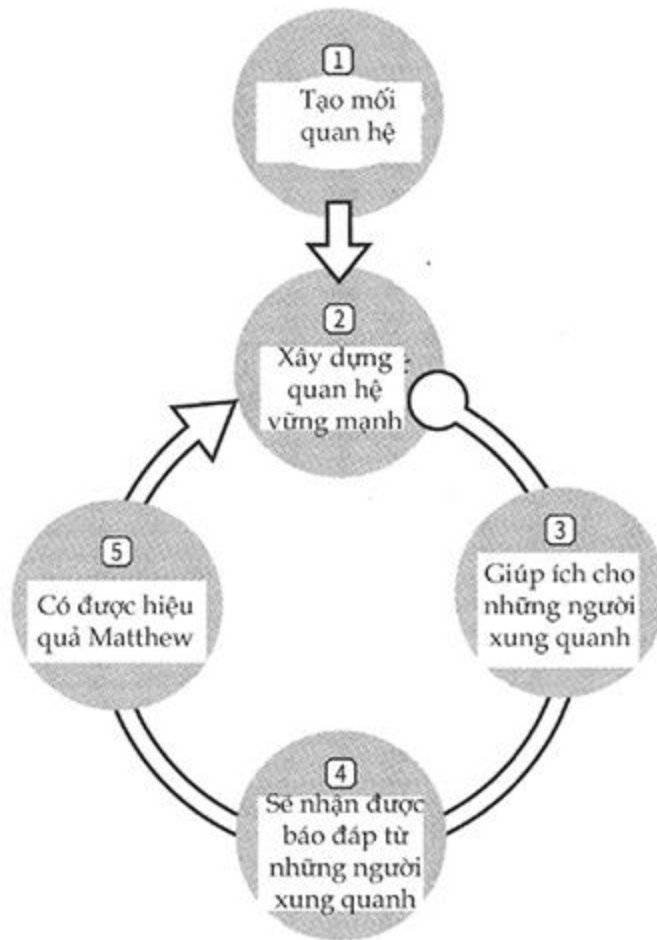
Làm cho các mối quan hệ phình to lên

Sử dụng mối quan hệ mình có để giúp ích cho người khác

Nhận được hồi đáp là các mối quan hệ mới

Đạt được “Hiệu quả Matthew”

Lặp lại sẽ dẫn quay trở lại bước ② “Làm cho các mối quan hệ phình to lên” (Vòng tròn xoắn ốc của Người cha quen biết rộng)



Mục tiêu là trở thành “Cửa hàng bách hóa với sản phẩm là con người”

Người cha quen biết rộng giống như một “Cửa hàng bách hóa với sản phẩm là con người”

Khi vòng tròn xoắn ốc được hình thành, họ sẽ có rất nhiều các mối quan hệ khác nhau, khi đó sự tồn tại của họ giống như một cửa hàng bách hóa vậy.

Như bạn đã biết, “cửa hàng bách hóa” là nơi bày bán nhiều loại hàng hóa như thực phẩm, quần áo nam, nữ, trẻ em, đồ chơi, quà tặng...đáp ứng nhiều nhu cầu khác nhau của khách hàng.

“Cửa hàng bách hóa với sản phẩm là con người” là nơi không “trưng bày hàng hóa”, mà là nơi “sản phẩm chính là con người”, nghĩa là thông qua các mối quan hệ để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Lấy ví dụ như nếu trong số các mối quan hệ ấy có người là luật sư giỏi, thì họ có thể giúp đỡ cho những người đang có vấn đề về hợp đồng chẳng hạn.

Hoặc là bạn có thể giúp cho những người đang muốn đặt quán để tiếp các vị khách quan trọng của họ, nếu bạn quen với ai đó có quan hệ thân thiết với các quán đó.

Hay bạn có thể giúp cho những người đang không biết phải mời khách nào trong sự kiện của họ, nếu bạn quen với các nhân vật nổi tiếng, uy tín.

Đây chỉ là những ví dụ để bạn hình dung, nghĩa là trong nhiều trường hợp khi bạn được người khác nhờ vả hay xin ý kiến, ngay cả khi bản thân không thể giúp được, thì bạn vẫn có thể giải quyết nhờ những người quen có khả năng hỗ trợ.

Đối với tôi, nền tảng của kinh doanh là “Giúp đỡ người khác” là hành động hỗ trợ người khác giải quyết các vấn đề khi họ gặp khó khăn hay cần giúp đỡ. Tuy nhiên, trường hợp một mình không thể giải quyết được, nếu bạn có những người quen sẵn sàng “Vì bạn tôi sẵn sàng giúp đỡ”, thì chắc chắn có thể giúp nhiều người khác nữa.

Chính nhờ hành động này mà các mối quan hệ của bạn sẽ có chiều sâu hơn, mối quan hệ sẽ mở rộng hơn và dần dần có thể giải quyết được nhiều vấn đề lớn hơn.

Nếu được như thế, dù bạn không nói gì, nhưng tiếng lành đồn xa, chắc chắn bạn sẽ trở thành “Cửa hàng bách hóa sản phẩm là con người” đáng tin cậy trong mắt người khác.

Thành quả sẽ đến sau

Có lẽ có người sẽ nghĩ rằng, sau khi tạo dựng được các mối quan hệ, có thể giúp đỡ được nhiều người rồi, vậy công việc của mình có thuận lợi và tốt hơn không?

Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng chỉ tâm niệm việc cống hiến giúp đỡ những người quan trọng trước mắt, mà không vội vàng mưu cầu lợi ích sau này của bản thân.

Liên quan đến “Mối liên hệ giữa cống hiến và thành quả”, trước đây nhờ loạt tin trên Online kinh tế Đông Dương, tôi có thu thập được thông tin của một người điều hành tour rất tài năng, một năm có thể tự mình kiếm được 800 triệu yên tên là Hirata Shinya.

Bài báo đó đã được đăng trên Top News của Yahoo nên có lẽ có người đã đọc rồi, nhưng tôi xin được giới thiệu lại một phần nội dung đó như sau.

Dù là hành trình đi về bằng xe buýt, hay tiệc chiêu đãi, với mục tiêu mang lại tiếng cười và niềm vui cho khách tham gia tour trong suốt hành trình, tôi đã sử dụng kỹ năng mình có được để thiết kế tour.

Lúc đầu khi tiếp xúc khách hàng với phương châm “Đây là tour rất thú vị, xin mời quý vị tham gia” tôi bị khách hàng nói ngược lại rằng “Có thật là thú vị không? Nếu không thú vị có được hoàn tiền không?”, dù vậy họ vẫn chọn tour đó.

Sau khi đã cam kết với khách hàng, Hirata đã cố gắng để hành trình đó diễn ra hào hứng và vui vẻ. Trong suốt hành trình đi về bằng xe buýt, Hirata giống như trở thành Ayanokoji Kimimaro (diễn viên hài), nói không ngừng nghỉ. Đến buổi tiệc chiêu đãi, để khiến khách cười, ông đã cải trang thành nữ và diễn chọi cho mọi người cười.

Khi xem phần biểu diễn này, một vị khách đã thốt lên rằng “Anh làm đến mức này sao?”. Đó là phần khởi đầu cho thương hiệu “Du lịch cùng Hirata Shinya” sau này.

Từ thương hiệu nhỏ lúc khởi đầu, sau này nhờ đó mà Hirata đã kiếm được khoảng 800 triệu yên mỗi năm.

Như Hirata đã nói “Quan trọng là bạn cho và cho, cho đi không vụ lợi, khi bạn làm thỏa mãn khách hàng, sau đó tự nhiên lợi nhuận sẽ đến”.

Ví dụ khác là tour vào mùa đông tại đảo Oki, vốn là tour được ưa thích vào mùa hè. Hirata đã lên kế hoạch tổ chức tour ăn uống Oki vào mùa đông, để khách hàng đến thưởng thức loại hải sản cua và Awabi ở vùng biển Nhật Bản.

Tại điểm đến, lúc nào Hirata đã hoạt động đầu và cơ thể hết công suất. Khi đến Oki, Hirata đội mũ hình con cua và nhảy điệu cua, đến cả khuôn mặt anh cũng tô đỏ cho giống. Khi khúc “Sonata mùa đông” thịnh hành, ông giả trang thành Yoon, khi ca khúc “Anna và nữ vương tuyết” trở thành hit, ông đã đóng giả thành Elsa và nhảy múa.

Tour của Hirata tuyệt không thể nói là rẻ, nhưng nếu nhìn về chất lượng, thì khách hàng đều “cảm thấy đáng giá”. Với những tour độc đáo và không thể bắt chước như thế được lan truyền, số khách tìm đến với Hirata ngày càng đông hơn.

Từ câu chuyện kiếm được khoảng 800 triệu yên của Hirata, tôi học được một điều rằng khi bạn cho đi không vụ lợi, lấy niềm vui và cống hiến cho người khác làm mục tiêu thì sau đó bạn sẽ nhận lại được quả ngọt.

“Thêm một lợi ích nữa” khi có thêm các mối quan hệ

Khi có được các mối quan hệ, bạn sẽ không chỉ nhận được “Quả ngọt” mà còn là “Sự trưởng thành” của bản thân.

Người cha quen biết rộng không chỉ xây dựng các mối quan hệ, mà họ còn chọn lọc đối tượng và với những nhân vật thu hút họ biết được, sẽ giới thiệu cho những người khác. Và khi xung quanh họ là những người thu hút, thì mọi việc bắt đầu có sự thay đổi. Khi bạn bị xung quanh kích thích, ý thức và năng lực của bạn sẽ được nâng cao. Trước đây có câu nói rằng “Con người là loài động vật bị ảnh hưởng lớn bởi môi trường” và nhờ đó sẽ ngày càng trưởng thành hơn.

Nghĩa là khi bạn tạo quan hệ với người bạn thấy kính trọng thì bản thân bạn phải làm sao để mình trở thành nhóm “Người được người khác kính trọng”. Nói ngược lại, như xung quanh Người cha không quen biết rộng là những người dễ dãi, a dua thì vô hình chung sẽ tạo cho họ như đang trong “Môi trường mà mọi người chỉ biết khích lệ nhau”. Tuy nhiên, khi bạn làm gì cũng được người khác hòa theo như thế, thì có thể bạn sẽ giậm chân tại chỗ.

Giống như câu nói “Lời ngọt ngào dễ nghe, sự thật mất lòng”, nghĩa là lời nói ngọt ngào sẽ dễ tiếp nhận hơn là sự thật, nhưng chính những lời cảnh tỉnh, chỉ trích khó tiếp nhận ấy lại làm cho bản thân trưởng thành hơn.

Khi làm theo cách của Người cha quen biết rộng, tôi đã có dịp gặp gỡ với nhiều người giỏi trong nhiều lĩnh vực khác nhau.

Khi tiếp xúc với họ, được biết thành công của họ là nhờ vào nỗ lực bản thân mà có, tôi lại nhận ra bản thân mình thật sự vẫn còn thiếu sự nỗ lực.

Ví như có người để đứng trên sân khấu hát, họ đã phải luyện tập mỗi ngày 3 tiếng từ lúc 5 tuổi, hay có người để có thể thuyết trình bằng tiếng anh trên diễn đàn quốc tế, họ đã dùng cả đời để

luyện tập.

Để vạch ranh giới kiểu như “Tôi là người bình thường, tôi khác với họ” hay từ bỏ mục tiêu là một chuyện đơn giản.

Tôi đã học được một điều rằng, khi bạn khâm phục ai đó, đừng chỉ mở miệng thốt lên “Trời, giỏi quá!”, mà hãy lấy người đó làm động lực để phát triển bản thân hơn.

Nhớ lại thời học sinh, tôi đã từng muốn trở thành tác giả hay giảng viên đại học. Tuy nhiên do nghĩ bản thân mình không có năng lực đó, nên tôi đã chọn hướng khác.

Nhưng khi các mối quan hệ nhiều hơn, tôi lại càng được nghe chuyện từ những người thành công nhờ nỗ lực bản thân họ, lại càng cảm thấy mình vẫn chưa nỗ lực đủ. Nếu như xung quanh tôi không có người giỏi, và bản thân tự nuông chiều thì chắc chắn tôi sẽ không làm được những gì muốn làm.

Giống như câu thành ngữ “Gần mực thì đen gần đèn thì sáng”, chúng ta rất dễ bị ảnh hưởng bởi con người và hoàn cảnh xung quanh, nhưng trái lại, chúng ta cũng có thể tác động làm cho môi trường và những người xung quanh thay đổi.

Khi chúng ta tạo quan hệ với những người giỏi hơn, thì chính sự kích thích từ những người đó sẽ khiến bản thân phải cố gắng nỗ lực hơn nữa, điều này chắc chắn sẽ giúp chúng ta trưởng thành hơn rất nhiều.

Liên tục “update” các mối quan hệ

Người cha quen biết rộng trong các mối quan hệ sẽ không bao giờ có chữ “hoàn thành”, mà họ luôn liên tục update.

Nhờ việc liên tục update này mà chính bản thân họ cũng được liên tục update trong các môi trường mới.

Đến bây giờ tôi cũng không quên, đó là vào khoảng năm ngoài 35 tuổi, khi mà công việc đã quen và dần giỏi nghề hơn. Tuy vậy trong suy nghĩ lúc nào tôi cũng cảm thấy có điều gì đó chưa ổn “Cứ làm như thế này không biết có được không”.

Và lúc đó tôi nhận ra rằng cách làm việc và các cộng sự đã không thay đổi gì suốt nhiều năm. Từ khi bắt đầu đi làm những năm 20 tuổi đến nay, tôi đã quen biết thêm rất nhiều người, và trong thời gian đó, việc gì tôi cũng có đội ngũ “Best team” hỗ trợ mình. Điều này quả thật là hạnh phúc. Tuy nhiên, tôi nhận ra rằng, nếu cứ ở mãi trong môi trường dễ chịu ấy, bản thân sẽ không thể phát triển hơn được.

Chính từ sau đó, tôi vừa duy trì các mối quan hệ hiện có, vừa khai thác thêm các mối quan hệ mới.

Trước đây tôi có xem một chương trình kinh tế trên tivi, giám đốc một công ty được thành lập gần 200 năm đã nói thế này: “Nếu không thay đổi bạn sẽ bị loại khỏi cuộc chơi. Dù có là sản phẩm hay dịch vụ tốt đến mấy, khi thời đại thay đổi cũng sẽ bị sáo mòn”.

Khi nghe những lời này, tôi đã liên tưởng đến hình ảnh những người chạy trên băng chuyền của máy chạy bộ.

Ví như băng chuyền là “Dòng chảy thời gian”, thì khi đường băng đang chạy mà người đó dừng lại, họ sẽ bị đẩy về phía sau.

Thời đại luôn thay đổi.

Vào lúc “Người nào đó” dừng update lại, là lúc họ bị thụt lùi. Để có được thành quả trong công việc, chỉ còn cách là bạn và cộng sự phải thay đổi liên tục cho phù hợp với sự thay đổi của thời đại.

Làm việc với “danh từ riêng”

Người cha quen biết rộng luôn làm mới bản thân và họ càng muốn giá trị mẫu số “n” trong “1/n” càng lớn càng tốt.

Ví dụ như nếu $n=1$, thì sẽ là $1/1$ nghĩa là “một người trong một người”.

Nói cách khác đây là sự thể hiện khả năng thay thế của ai đó trong một nhóm người.

$n=10$, là $1/10$, nghĩa là trong mười người chỉ có một người, $n=100$ sẽ là $1/100$, nghĩa là trong 100 người chỉ có một người. Với ý nghĩa như thế nếu n càng lớn thì việc tìm người thay thế càng khó khăn hơn, điều này có nghĩa đó là nhân tài rất khó tìm.

Vậy nếu trong 1000 người có một người hay trong 10.000 người chỉ có một người thì có lẽ sẽ không thể tìm ai thay thế cho vị trí người đó.

Mục tiêu mà Người cha quen biết rộng hướng đến không phải là “Tên cơ quan”, hay “Chức danh trên danh thiếp”, mà là người thực tài và được thể hiện trên “Danh thiếp” của họ. Vào thời chế độ Tuyển dụng suốt đời, thì việc “đánh giá” của công ty rất quan trọng. Tuy nhiên, sau khi thời đó qua đi, đến thời mà tiền lương hưu không đủ để chi tiêu thì việc trang bị những kỹ năng và năng lực chính là cách giúp họ đảm bảo tương lai sau này.

Trong bối cảnh xã hội hiện nay, từ khi xuất hiện nguyện vọng “Có hai danh thiếp” hay “Làm hai việc cùng lúc”, thì hình như càng có nhiều công ty cho phép và khuyến khích làm thêm nghề tay trái hơn.

Ngay cả khi bạn bỏ đi lớp áo bên ngoài là “Tên cơ quan”, hay “Chức danh” với năng lực bản thân có được, nếu được người khác chỉ đích danh và giao việc, bạn chắc chắn có thể làm được mà không sợ bị mất việc.

Vào “Danh sách những người thú vị”

Khi cá tính của bản thân được khẳng định, thì ngay cả khi bạn không nhớ, thật lạ là bạn vẫn sẽ được những người quen biết ấy giới thiệu những người thú vị khi họ nói “Lần sau sẽ giới thiệu người hợp với anh nhé”. Ngược lại, họ đồng thời cũng sẽ là người giới thiệu bạn cho những người thú vị khác.

Người cha quen biết rộng gọi những mối quan hệ họ tích cực xây dựng là “Mối quan hệ chủ động” và do người xung quanh giới thiệu là “Mối quan hệ bị động”. Điểm mấu chốt để có được các mối quan hệ bị động là bạn phải là người được người khác nhìn nhận là thú vị.

Khi làm khảo sát về mức độ ấn tượng của nhân hàng dịch vụ hay hàng hóa, có hai từ được sử dụng là “Gợi ý không trợ giúp” và “Gợi ý có trợ giúp”. “Gợi ý không trợ giúp” là cách để đối phương trả lời mà không đưa ra bất cứ gợi ý nào. Ví dụ như với câu hỏi “Nếu là phương tiện giao thông, bạn nghĩ là gì”, thì câu trả lời sẽ là “Xe hơi”, hay “Máy bay”. Còn “Gợi ý có trợ giúp” sẽ đưa ra một loạt gợi ý như “Bạn hãy chọn trong những câu trả lời sau: xe hơi, xe đạp, tàu, máy bay...”

Như vậy, Người cha quen biết rộng cho rằng “Người thú vị” là người mà nhà tổ chức “Nhớ đến trước tiên” khi họ tổ chức sự kiện.

Người cha quen biết rộng khi lên kế hoạch tổ chức sự kiện, họ sẽ liên lạc với khách mời theo trình tự “Những người bật ra trong đầu” trước, rồi sau đó là “Người có kết nối trên mạng xã hội”, “Người phải xem danh thiếp mới nhớ được”...

Okashima Etsuko, nhà tư vấn kinh doanh và tìm kiếm nguồn nhân lực trong “Học thuyết của người trưởng thành nhờ các mối quan hệ” (Toyo Keizai Inc.) đã nói rằng quan trọng là phải “Gắn tag vào mình”. Nghĩa là làm sao để đối phương nhớ đến bạn khi họ đề cập đến việc gì đó chẳng hạn như “Nếu nói đến...thì phải nhắc đến anh...”. Bên cạnh đó, một hậu bối sau khi tốt nghiệp đại học, vào làm tại nhà xuất bản, sau đó chuyển việc đến công ty tôi đã kể rằng: Khi còn làm ở nhà xuất bản, cậu ấy đã tổ chức các sự kiện cho các tác giả và các nhà trí thức. Tuy nhiên, vì là sự kiện quy tụ những người bận rộn, nên không tránh được có người đột ngột vắng mặt.

Vào những lúc như thế, nếu ai có thể giúp để sự kiện thành công thì đối với người tổ chức là việc rất đáng trân trọng, và cậu ấy đã bắt đầu chuẩn bị trong đầu khoảng hai đến ba người, để phòng trường hợp có người nào đó vắng mặt.

Nếu bạn khẳng định được bản thân, khiến những người xung quanh xếp bạn vào “Danh sách những người thú vị” thì chắc chắn bạn có thể tăng cơ hội gặp gỡ những người thú vị khác.

Kinh doanh là giữa “Người-người-người”

Vì đã gần đến hồi kết của cuốn sách, nên tôi xin tóm tắt lại cách làm thế nào để tạo được niềm vui khi xây dựng các mối quan hệ. Người cha quen biết rộng cho rằng đó là khi thỏa mãn được “Ba mong muốn lớn nhất khi làm việc” như sau:

“Mong muốn cống hiến”, “Mong muốn đạt được mục tiêu” và “Mong muốn trưởng thành”

Các bạn chắc hẳn đã từng tặng quà cho người thân, gia đình, bạn bè hay ân nhân rồi phải không? Khi làm hành động đó, hẳn là bạn chỉ muốn làm cho người đó vui chứ không phải vì muốn họ trả lại. Con người chúng ta dù ít hay nhiều “Nếu có thể giúp ích cho ai đó, bản thân mình cũng cảm thấy hạnh phúc”. Người cha quen biết rộng sẽ luôn tâm niệm điều này và cho rằng “Khi đặt lợi ích người khác lên trên, sau đó bạn sẽ có được quả ngọt”.

Ở phần đầu tôi có viết rằng “Căn nguyên của kinh doanh là hỗ trợ người khác”, nghĩa là hành động mang lại lợi ích cho người khác, đồng thời thông qua các mối quan hệ mình có được, chúng ta cũng có thể cống hiến cho những người xung quanh.

Tiếp theo, khi bạn làm vì người khác, việc cho và nhận lặp đi lặp lại, càng ngày số lượng các mối quan hệ bạn có sẽ tăng lên nhiều hơn.

Con người tồn tại trên thế gian này chẳng phải chỉ để hít thở và sống qua ngày, mà dù ít hay nhiều đều có tư tưởng làm được chút gì đó cho đời hay sao?

Tuy nhiên, sức lực vốn có hạn nên không thể tự mình làm hết tất cả, do đó rất cần đến sự hỗ trợ của người khác để hoàn thành những việc một mình không thể làm được.

Giống như câu chuyện cổ tích “Momotarou”, nhân vật chính trong chuyện là Momotarou cùng với đồng bọn của mình là chú chó, chú khỉ và con chim đã đuổi bầy quỷ ra khỏi đảo. Giống như câu chuyện cổ tích kia, thế giới hiện đại cũng không khác là bao, trong số đám trẻ con, ngay cả trong game cũng không có ai dám một mình đối mặt với kẻ địch.

Ví dụ như hiện tượng game “Dragon Quest” cũng vậy, đó là sự kết hợp các thế mạnh khác nhau của các thành viên trong đội, cùng với đạo cụ, ma thuật... để đánh đuổi kẻ thù.

Đối với người lớn, việc bước vào tổ chức nào đó cũng tương tự.

“Công ty” là nơi tập hợp nhiều người làm phần việc mà một người không thể. Với ý nghĩa đó, nếu nói “Cuộc sống là chuyến đi của những con người cùng chung ý chí hướng đến mục tiêu chung” cũng không quá, vì nếu có được nhiều mối quan hệ, chắc chắn bạn sẽ có thể đạt được mục tiêu lớn hơn.

Cuối cùng là môi trường, trong đó bao gồm các mối quan hệ. Nếu bản thân có thể tạo được quan hệ với những người có sức hút, thì đó cũng là môi trường kích thích sự phát triển.

Như ở phần trước có đề cập, khi bạn kính trọng ai đó, để được giống như họ, bạn cũng sẽ nỗ lực không ngừng, và nhờ vậy bạn sẽ ngày càng trưởng thành hơn.

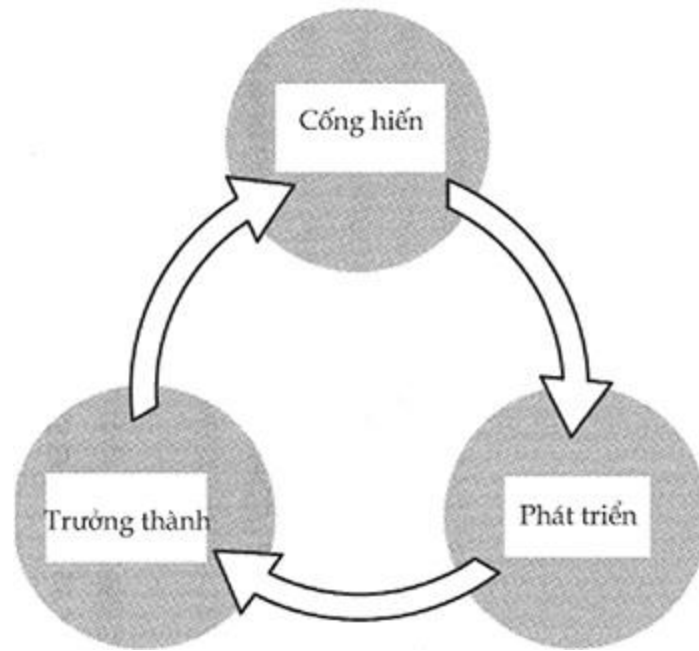
Khi đã có các mối quan hệ rồi, bạn có thể sử dụng để giúp ích cho người khác. Khi làm vậy, các mối quan hệ sẽ càng tăng thêm và bạn có thể làm những việc một mình không thể. Bên cạnh đó, bạn có thể nhờ sự hỗ trợ để có thể giúp người khác ở những vấn đề lớn hơn. Khi đó, các mối quan hệ của bạn sẽ càng phong phú hơn. Kết quả là, bạn có rất nhiều các mối quan hệ chất lượng, đồng thời sẽ làm cho năng lực bản thân được nâng cao hơn.

Đây chính là vòng tuần hoàn “Cống hiến”, “Thành tựu” và “Trưởng thành”.

Với suy nghĩ này, Kinh doanh không phải là mối quan hệ “Người-vật chất-tiền” mà là “Người-người-người”.

Nhưng mà đợi chút, chẳng phải là khi có vật chất mới có thể trao đổi được hay phải có tiền mới hoạt động được sao? Chắc sẽ có người nghĩ như thế. Tuy nhiên, Người cha quen biết rộng sẽ không chỉ vì vật chất hay tiền bạc, mà quan trọng là có làm cho đối phương cảm thấy ghi lòng tạc dạ, khi cần họ có thể đưa tay ra giúp hay không thôi.

Nếu giữa người với nhau chỉ toàn là vật chất và tiền bạc, đến lúc nào đó họ cũng sẽ “buông tay” nhau. Ngược lại nếu giữa hai người gắn kết bằng sự tin tưởng, đổi lại sẽ là “phần thưởng” sau này.



Người cha quen biết rộng không phủ nhận tầm quan trọng của vật chất và tiền bạc vì đây là hai yếu tố rất quan trọng cho việc sinh tồn. Tuy nhiên, vật chất và tiền bạc có thể do con người tạo ra, nhưng chúng không tạo ra được trái tim của con người. Giá trị của con người là “Vô giá”.

Việc trân trọng người khác cũng có nghĩa là bạn trân trọng cuộc sống của mình.

Hai lý do chặn đứng vòng tròn xoắn ốc

Chắc hẳn ai cũng có mong muốn hạnh phúc sẽ dài lâu. Tuy nhiên vòng tròn xoắn ốc của Người cha quen biết rộng không phải hoạt động liên tục vô điều kiện. Cuối cùng, chỉ có một điểm mong các bạn đừng quên. Đó là khi bạn sử dụng sai mục đích, vòng tròn xoắn ốc sẽ dừng lại đột ngột và có trường hợp còn phản tác dụng. Người cha quen biết rộng đề cập đến hai hành động sau:

Tab 1: Sử dụng các mối quan hệ nhằm mục đích phục vụ lợi ích cá nhân.

Tab 2: Giới thiệu cho những người vẫn chưa tin tưởng.

Tab 1: Sử dụng các mối quan hệ nhằm mục đích tư lợi bản thân.

Bạn thấy thế nào nếu nhận được lời nhờ vả thế này:

“Vì tôi muốn xuất bản sách để trở nên nổi tiếng, nhờ anh giới thiệu người làm ở nhà xuất bản giúp”

“Tôi muốn kiếm tiền, anh giúp tôi với nhé”

Đối tượng nhờ có thể là bạn rất thân, hay là ân nhân đã từng giúp bạn trong quá khứ, có lẽ bạn sẽ miễn cưỡng giúp đỡ một lần.

Tuy nhiên, nếu người đó chỉ vì tư lợi bản thân mà mong được hỗ trợ, thì chắc giữa bạn và họ sẽ có chút khoảng cách. Nếu như sự nhờ vả giống thế này tiếp tục, chắc hẳn đến lúc nào đó mối

quan hệ giữa hai bên sẽ chấm dứt.

Vậy thì, bạn hãy xem thử tham khảo những câu nhờ bên dưới nhé:

“Vì muốn xuất bản cuốn sách ghi lại những gì tôi đã được học cho thế hệ tương lai, anh có thể giới thiệu nhà xuất bản cho tôi được không?”

“Tôi muốn đóng góp chút sức lực cho việc cải cách giáo dục Nhật Bản, anh giúp tôi với nhé”

Nếu nghe thế, bạn có nghĩ mình sẵn sàng giúp đỡ không? Đa số mọi người sẽ muốn hỗ trợ người khác nếu họ cho rằng “Đó là giúp cho người khác” chứ không phải “Vì tư lợi cho bản thân”.

Khi sử dụng các mối quan hệ, quan trọng là phải xem xét cẩn thận mục đích mình có phù hợp hay không.

Tab 2: Giới thiệu cho những người vẫn chưa tin tưởng

Thêm một điều nữa là không làm trung gian thiếu trách nhiệm.

Khi bạn giới thiệu ai đó cho người chưa thấy tin tưởng lắm, bạn sẽ không biết họ sử dụng mối quan hệ đó như thế nào. Có thể là như Tab 1, họ sẽ nhờ người kia với “Mục đích tư lợi cá nhân”.

Nếu vậy người được giới thiệu sẽ cho rằng bạn tiếp tay cho người kia và sẽ mất đi sự tin tưởng ở bạn, ng- hiêm trọng hơn là những gì bạn cố gắng xây dựng trước giờ với người đó sẽ bị hủy hoại chỉ trong phút chốc.

Như vậy, vòng tròn xoắn ốc của Người cha quen biết rộng sẽ chuyển từ “Good” nghĩa là “Vì người khác” sang “Bad”, nghĩa là tư lợi bản thân, đây là điều mà Người cha quen biết rộng phải luôn nhớ tránh để không xảy ra.

Là tình yêu

Người cha quen biết rộng đã chỉ tôi rất nhiều thư. Và chính tôi cũng rất muốn viết về những suy nghĩ của bản thân.

Có thể có người đã biết, vào giữa những năm 1990, câu chuyện về CM TV uống rượu trở thành đề tài bàn tán khắp nơi.

Nhân sự kiện đó, có câu hỏi đặt ra là Điều quan trọng nhất để làm việc có hiệu quả là gì? Để cuộc sống thoải mái hơn, thì cần điều gì?

Nếu bây giờ hỏi tôi câu đó, thì chắc câu sẽ trả lời giống như đã nói trong cuốn sách này rằng: Suy nghĩ vì lợi ích người khác và cống hiến cho họ.

Tuy nhiên, nếu nhìn nhận vấn đề sâu hơn thì điều đó phải xuất phát từ sự “yêu quý” dành cho đối tượng. Nghĩa là để có thể giúp cho ai đó một cách tự nhiên thì trước tiên mình phải quý người đó đã.

Đương nhiên không phải gặp ai lần đầu chúng ta cũng thích 100%, nhưng cũng thật đáng tiếc

nếu ngay từ đầu chúng ta thấy họ nhàm chán và tránh xa họ.

Mặt khác, cũng hiếm khi chúng ta gặp ai đó mà ngay từ đầu đã hoàn toàn không có thiện cảm. Dù có cho rằng “Người này chán quá” thì sau đó cũng thử tìm những điểm tốt của họ. Nếu tìm được điểm tốt nơi họ, sẽ dần trở nên thích họ hơn.

Điều lạ là khi họ cảm nhận được ta có thiện cảm với họ, thì dù mất bao lâu, họ cũng sẽ giống vậy, dần có thiện cảm với ta. Ngược lại, nếu lúc nào ta cũng cho là

“Họ chán quá”, họ sẽ nhận ra điều đó. Tình cảm của con người phải được xây dựng và gìn giữ từ hai phía.

Vì vậy, trước khi bạn quan tâm xem người khác nghĩ gì về mình, bạn hãy thể hiện thiện cảm với họ trước. Khi giúp họ thật lòng, bạn sẽ giành được tình cảm quý mến từ phía họ nếu làm được như thế thì ngày nào đó chắc chắn bạn có thể trở thành Người cha quen biết rộng.

Để có thể thành công trong công việc và được mọi người yêu mến, điều quan trọng là “Tuyệt đối không lợi dụng người khác, mà hãy dành tình cảm chân thành cho họ”.

Thêm một cái kết

Bạn hãy liên tưởng đến một cảnh trong phim “Mạng nhện” thêm lần nữa. Nhân vật chính trong chuyện Kandata trong lúc giảng tờ để lên đến miền cực lạc, đã bị rất nhiều người phía sau đeo bám, mặc dù đã gào lên “Hãy leo xuống đi”, nhưng hoàn toàn không có tác dụng gì. Lúc này sợi mạng nhện bị đứt vì Kandata chỉ muốn cố gắng leo lên giải thoát bản thân mình.

Nhưng nếu trường hợp Kandata giúp cho những người khác cùng leo lên, thì chắc chắn cái kết sẽ tốt đẹp hơn. Để biết chính xác, có lẽ phải hỏi tác giả câu chuyện, tuy nhiên nếu Kandata có lòng giúp đỡ người khác, thì đến cuối cùng sợi tơ đã không bị đứt và chắc chắn có thể đến được miền đất hứa.

Ở phần đầu tôi đã ví các mối quan hệ như những sợi tơ nhện.

Các mối quan hệ cũng giống sợi tơ, nếu chỉ truy cầu lợi ích bản thân mà độc chiếm lấy, thì những người bạn có quan hệ ấy sẽ thấy bất mãn và mối quan hệ sớm muộn cũng bị đứt.

Nhưng nếu bạn mang lại lợi ích cho những người xung quanh, thì khi đó bạn sẽ làm được nhiều việc mà tự mình không thể và bản thân cũng sẽ trưởng thành hơn, cuộc sống sẽ vui vẻ hơn.

Người cha không quen biết rộng vì cứ giữ lấy cho riêng mình nên khi quan hệ mất đi, họ sẽ không cảm thấy vui vẻ được.

Người cha quen biết rộng vừa giúp đỡ người khác vừa tạo thêm các mối quan hệ, và khi thành công trong công việc, họ cùng với cộng sự chia sẻ niềm vui đó.

Tôi xin chúc cho tất cả độc giả cuốn sách này sẽ đều trở thành Người cha quen biết rộng, sẽ thành công trong công việc và cùng nhau có cuộc sống hạnh phúc với những cộng sự thân thiết của mình.

Lời kết

Tôi xin chân thành cảm ơn các bạn đã đọc cuốn sách này đến tận trang cuối cùng.

Đồng thời tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến những người đã hỗ trợ tôi trong việc xuất bản cuốn sách này.

Bên cạnh đó, tôi xin gửi lời cảm ơn đến người thân đã luôn bên cạnh hỗ trợ tôi Trong quá trình viết cuốn sách này.

Từ nhỏ tôi đã không phải là người có trí nhớ tốt, làm gì cũng mất thời gian công sức hơn người khác. Dù không có tài năng xuất chúng, nhưng tôi đã từng bước đi trên hành trình tìm kiếm mạnh của bản thân.

Giờ đây sau bao nhiêu trăn trở và tìm kiếm, tôi đã xác định trở thành “Cửa hàng bách hóa sản phẩm là người”, nơi tập trung nhiều người tài năng, để có thể phát huy giá trị bản thân, góp chút công sức hỗ trợ nhiều người xung quanh.

Trong quá trình thực hiện ấy không ít lần tôi đi nhầm hay thất bại, tuy nhiên tôi đã học được nhiều điều. Ở tuổi hơn 40 này, tôi rất mong có thể truyền tải những gì đã được chỉ dạy lại cho đời và dù chỉ chút ít thôi tôi cũng mong cuốn sách này có thể thay tôi làm việc đó.

Từ ngữ trong sách có thể không được chau chuốt lắm nhưng đó là những gì tôi đã cố gắng để truyền tải đến độc giả.

Có những điều độc giả có thể áp dụng và có thể không tùy mỗi người, nhưng tôi rất hy vọng sẽ có ích ở góc độ nào đó.

Cuối cùng xin chúc cho tất cả độc giả sẽ trở thành Người cha quen biết rộng và được mọi người yêu mến!

Tại nhà riêng, 2016 Nenharu Yokohama

Kawashita Kazuhiko