

BRIAN TRACY

LÀM
GIÀU
THEO
CÁCH
CỦA BẠN

ĐẠT ĐƯỢC CÁC MỤC TIÊU TÀI CHÍNH
CỦA BẠN NHANH HƠN BẠN TỪNG NGHĨ

GETTING RICH YOUR OWN WAY



NHÀ XUẤT BẢN TRẺ

PNC
PHUONG NAM CORP.

BRIAN TRACY

LÀM
GIÀU
THEO
CÁCH
CỦA BẠN

ĐẠT ĐƯỢC CÁC MỤC TIÊU TÀI CHÍNH
CỦA BẠN NHANH HƠN BẠN TỪNG NGHĨ

GETTING RICH YOUR OWN WAY



NHÀ XUẤT BẢN TRẺ

PNC
PUBLISHED IN VIETNAM

Mục lục

Lời tựa

Lời giới thiệu

1. Học cách làm giàu
2. Trở thành súc hút đồng tiền
3. Đầu tư để thành công
4. Bắt đầu từ tay trắng
5. Xây dựng doanh nghiệp của bạn
6. Thị trường và tiêu thụ
7. Kiếm được số tiền bạn cần
8. Suy nghĩ làm giàu lên
9. Học từ những cái hay nhất
10. Đứng đầu lĩnh vực hoạt động

Về tác giả

Dành tặng cho bốn đứa con yêu dấu của tôi - Christina, Michael, David và Catherine - Lý do quan trọng nhất của tôi trong việc nhận biết và áp dụng những ý tưởng này.

Tôi xin chúc mỗi người trong số các bạn trong những ngày tháng tới làm giàu theo cách của chính mình.

LỜI TỰA

"Bạn đang tìm kiếm cho chính mình cơ hội bằng vàng. Cơ hội ấy không phải ở trong hoàn cảnh của bạn; không phải trong vận may hoặc số phận của bạn hoặc sự giúp đỡ của kẻ khác; mà cơ hội ấy ở chính con người bạn".

Orison Swett Marden

Các di dân sang Mỹ đã từng nghĩ rằng đường phố ở Mỹ được lát bằng vàng. Họ tin rằng danh tiếng và sự giàu có có thể đến với mọi người. Cuối cùng, kinh nghiệm đã dạy cho họ sự thật là ở Mỹ không phải như vậy. Nhưng điều đã biến thành sự thực là sự giàu có đến với những người biết cách tìm kiếm nó. Brian Tracy là một trong các người biết tìm kiếm điều đó ở đâu. Bằng cách áp dụng các yếu tố căn bản mà ông sẽ chia sẻ với bạn trong cuốn sách này, bắt đầu từ một nhân viên bán hàng Brian Tracy đã nỗ lực để trở thành một triệu phú và thời gian ông nỗ lực làm giàu không đến 10 năm.

Brian đã giúp hàng trăm doanh nghiệp và hàng ngàn cá nhân đạt được sự thành công tài chính ngoài sự mong đợi của họ. Ông liên tiếp đi hết chỗ này tới chỗ khác trên thế giới để mở các buổi hội thảo chuyên đề (seminar) về kinh doanh, quản trị, khả năng làm chủ

doanh nghiệp, phát triển kinh doanh và sự thành đạt của cá nhân. Ông là chủ tịch công ty nguồn nhân lực và là tác giả hoặc diễn giả về hơn 300 chương trình học cách bán hàng chạy nhất bằng băng ghi âm và băng video. Ông là tác giả của 35 cuốn sách được dịch ra với 25 ngôn ngữ. Trong cuốn Làm Giàu Theo Cách Của Bạn, Brian Tracy sẽ cho bạn biết cách để trở nên giàu có trong tương lai dù bạn là ai và dù bạn bắt đầu ở bất cứ nơi đâu.

Bạn sẽ khám phá ra 5 điểm khởi đầu trọng yếu của các triệu phú gia tự tay làm nên và 18 nguyên tắc, ý tưởng và khái niệm bạn cần đặt chương trình cho não trạng của bạn để đạt được sự thành công hoàn toàn. Bạn sẽ học được 5 nguyên tắc để bắt đầu gây dựng sự nghiệp của mình thành công. Bạn sẽ học được cách kiếm được vốn liếng bạn cần cùng với 10 nguyên tắc để đầu tư thành công. Bạn sẽ học được các phương pháp thử cho đúng đã từng được các người phát lên giàu có trong một thể hệ chứng tỏ điều đó lặp đi lặp lại nhiều lần. Bằng việc tìm hiểu cách Brian Tracy cũng như nhiều người khác đã làm được điều đó, bạn cũng sẽ biết cách làm giàu bằng cách của bạn, cách thích hợp nhất với bạn, với tài năng và năng lực của bạn. Bạn sẽ nhận thấy thực sự chẳng có giới hạn nào.

Victor Risling

LỜI GIỚI THIỆU

" **B**ạn không đùa đấy chứ? Hãy nắm lấy ngay điều này – Bạn có thể làm gì hoặc bạn có thể mơ ước gì, hãy bắt đầu điều đó. Sự táo bạo hàm chứa cảm hứng, sức mạnh và sự kỳ diệu trong nó. Tốt nhất hãy hành động rồi ý chí sẽ được nung nấu – Hãy bắt đầu, rồi công việc sẽ hoàn tất!”.

– Đoạn mở đầu vở *Faust* của **Goethe**, được **John Anster** dịch

SỰ KHÁC NHAU GIỮA THÀNH CÔNG VÀ THẤT BẠI

Cám ơn bạn đang đọc cuốn sách này. Sự khác nhau chủ yếu giữa người thành công và người thất bại không mấy khó hiểu: trong mỗi lĩnh vực người thành công là người hướng đến việc thực hiện điều đó, trong khi người thất bại là người chỉ nói suông. Người đạt được thành quả cao là người “thực hiện chính việc đó!” còn những người sống với hy vọng, ao ước, mơ mộng và hối tiếc là những người chỉ đạt được kết quả không đáng kể.

Bằng cách mở quyển sách này, bạn đã tiến bước vào hàng ngũ của một số người biết làm gì trong hoàn cảnh hiện tại, thay vì phần đông người ta vẫn cứ chờ thời cơ xảy đến với họ.

Cuốn sách này được viết với phong cách của người Mỹ, sử dụng các thí dụ và số liệu thống kê ở Mỹ, nhưng các nguyên tắc được trình bày trong sách chỉ là phổ thông.

Có thể áp dụng chúng với một ít cải biến ở bất kỳ nước nào có một nền kinh tế thị trường. Ngày nay Hoa Kỳ có hệ thống kinh tế tự do

nhất và có nhiều cơ hội nhất cho người muốn trở nên giàu có hơn bất cứ nước nào trên thế giới.

Năm 2004, theo Tổ Chức Hợp Tác và Phát Triển Kinh tế ở Paris, có 19 phần trăm người Mỹ ở độ tuổi từ 18 đến 54 đang lập kế hoạch khởi nghiệp mới – tỷ lệ phần trăm cao nhất trên thế giới. Nhờ vào môi trường hoạt động doanh nghiệp này, có nhiều nhà triệu phú và nhà tỷ phú tự tay lập lên sự nghiệp ở Mỹ nhiều hơn bất cứ nước nào khác. Vì thế chúng ta sẽ bắt đầu đề cập từ nước này.

BẮT ĐẦU TỪ BÀN TAY TRẮNG

Khi tôi lớn lên, tiền bạc của gia đình tôi chẳng có bao nhiêu. Cha tôi không có việc làm ổn định, còn mẹ tôi với việc nội trợ chỉ biết mỗi việc dọn bữa ăn cho bốn anh em chúng tôi. Chúng tôi lớn lên nhờ vào mì ống và pho mát, mặc quần áo của hội từ thiện và cứu tế của quân đội. Từ khi được 10 tuổi, tôi đã biết tự kiếm tiền nhờ vào việc làm vườn và làm các việc vặt vặt cho các nhà hàng xóm lân cận.

Khi được 15 tuổi, tôi bắt đầu tìm hiểu cái được gọi là các bí quyết thành công tài chính. Như nhiều thanh niên, mục đích của tôi là trở thành một nhà triệu phú trước khi tôi 30 tuổi. Tuy nhiên, dù có đôi lần tôi đã thành công, nhưng lúc ấy tôi đã quá tuổi 30 và gần như bị phá sản lúc tôi 20 tuổi. Thậm chí tôi chưa tốt nghiệp trung học, ngoài việc có khả năng buôn bán, tôi chẳng có chút kỹ năng thực tế nào.

Đó là khoảng thời gian mà tôi bắt đầu suy nghĩ nghiêm túc về hoàn cảnh của mình và làm sao để tạo được một sự tiến bộ nhỏ trong 10 năm nữa. Nhiều người bạn của tôi đang làm ăn khá tốt, lập gia đình có con, sống trong các ngôi nhà xinh xắn và làm ra tiền. Nhưng về phương diện tài chính thì tôi chẳng đi đến đâu.

Mối lo lắng về tiền bạc lần đầu tiên đã thực sự dồn tôi vào tình thế

rối tung. Sau khi cố thử đủ các cách nhanh chóng làm giàu, cuối cùng tôi mới định thần lại và lập ra một kế hoạch làm giàu thực tế và kế hoạch ấy đã được thực hiện. Không biết bao lần tôi đã rút lại phía sau và các lần phải tạm chịu thất bại, tôi đã học được nhiều bài học đắt giá trong bảy năm kế tiếp, nhưng tôi đã vượt qua được mốc bên kia với số tài sản thực hơn một triệu đô la. Theo đúng lý thì điều gì tôi đã làm được, bạn cũng có thể làm được.

BẠN CÓ THỂ LÀM GIÀU

Mục đích biên soạn cuốn sách này nhằm thuyết phục bạn tin rằng dù hiện nay tình hình tài chính của bạn ở mức độ nào, bạn cũng có thể trở nên giàu có qua quá trình làm việc của cuộc đời bạn. Nếu bạn bắt đầu chưa quá trễ, làm việc khá chăm chỉ và làm một số điều tôi đề nghị, thậm chí bạn có thể trở thành một triệu phú. Thật may là các phương pháp, các kỹ thuật và các chiến lược này đã có tác dụng đối với tôi và vô số các người khác. Chẳng lý nào bạn lại không thể đạt được mơ ước như người Mỹ, nếu bạn sẵn sàng bỏ thời gian học cách để đạt được điều đó.

Vào năm 1900, có khoảng 5 ngàn nhà triệu phú ở Hoa Kỳ và ở thời điểm đó số tiền một triệu đô la có giá trị hơn bây giờ nhiều. Năm 1980, khi tôi bắt đầu nghiên cứu đề tài này, có khoảng 1,5 triệu nhà triệu phú. Vào năm 2000, hơn 7 triệu người Mỹ có giá trị tài sản thực hơn một triệu đô la. Ngoài ra, ngày nay có các nhà triệu phú có hàng chục, hàng trăm triệu đô la và hơn 300 nhà tỷ phú. Các con số này được dự đoán sẽ tăng gấp đôi vào các năm sau.

Hầu hết các nhà triệu phú này và ngay cả các nhà tỷ phú Mỹ đều ở thế hệ thứ nhất. Họ là những người tự tay lập lên sự nghiệp và đều bắt đầu từ bàn tay trắng. Mỗi đồng xu họ kiếm được bằng cách vận dụng chính tài năng và năng lực của họ để tìm ra cơ hội hoặc tạo ra nó. Người ta ước tính là cứ 4 phút thì có một người trở thành triệu phú ở một nơi nào đó trên đất Mỹ. Mục đích của bạn là cần phải trở

thành một trong số những người đó.

Các nhà triệu phú tự lập này đã làm gì thì bạn cũng có thể làm được như vậy. Hãy tin rằng không ai tốt hơn bạn và không ai khôn khéo hơn bạn. Các năm qua tôi đã có dịp gặp rất nhiều nhà triệu phú và những người giàu có hàng nhiều triệu đô la, ngay cả một số nhà tỷ phú. Điều đáng nói về phần đông những người này là họ chẳng có gì phi thường cả. Họ là những người làm việc chăm chỉ và luôn luôn trung thực, dám mạo hiểm, tỏ ra thông thạo về các lĩnh vực họ đã chọn và không chịu bỏ cuộc khi gặp tình thế gay cấp, vì đó là chuyện vẫn thường xảy ra.

SỰ KHÁC NHAU GIỮA GIÀU VÀ NGHÈO

Người giàu không khác bạn và tôi lắm. Chỉ có điều là họ dùng tài năng trời ban cho nhiều hơn và thực hiện công việc theo cách khác so với phần đông người khác.

Điều phát hiện đáng ngạc nhiên là: Nếu bạn làm những gì những người giàu có, thành công khác làm hết lần này đến lần khác thì cuối cùng bạn cũng sẽ đạt được cùng kết quả như họ. Sự thành công tài chính không phải là phép lạ, cũng không dựa vào sự may mắn. Đơn giản nó là sự tác động theo luật nhân quả. Nếu bạn bắt đầu gieo nhân thì bạn sẽ gặt được quả.

Trong sách này, bạn sẽ tìm hiểu cách để bắt đầu dù bạn ở đâu, thậm chí bị dấn sâu trong nợ nần để đạt được sự sung túc về tài chính. Đã làm việc với hàng ngàn người trở thành triệu phú ở khắp thế giới, tôi tin chắc các cá nhân thật sự muốn trở nên giàu có qua quá trình làm việc của cuộc đời họ, nếu họ cứ thực hiện các công việc chính đáng mãi rồi cũng đến lúc họ đạt được các kết quả mong muốn.

MỘT ẢN TƯỢNG THUYẾT PHỤC

Vài năm trước đây, tôi đã trải qua một kinh nghiệm hết sức ấn tượng. Tôi đang nói chuyện với khoảng 1.200 thính giả về sự thành công. Tôi nói với họ là bất cứ ai đều có thể thành công nếu họ chỉ cần dứt khoát làm công việc bằng một cách nào đó. Lúc giải lao, khoảng 30 người cả nam lẫn nữ ăn diện thanh lịch vây quanh lấy tôi hỏi chuyện và chia sẻ chuyện riêng của họ. Lúc ấy, một thanh niên đầu óc chậm chạp ngồi ở chỗ khán giả, rẽ vội qua đám đông. Anh ta nói rất lớn, “Ông Tracy, ông Tracy, tôi cũng thành công được chứ?”.

Tôi hơi lùi lại, đứng nhìn anh ta, còn tất cả những người ở đây để ý nghe xem tôi trả lời anh ta như thế nào. Tôi chẳng biết phải nói với anh ta thế nào. Đầu tôi rối lên. Sự tin tưởng và lời nói vừa nãy của tôi là “Bất cứ ai đều có thể thành công” đang bị thử thách. May mà anh ta lại nói tiếp. Anh ta nói, “Ông Tracy, tôi sống ở nhà tập thể. Chúng tôi sửa chữa đồ đạc. Mỗi tháng tôi mua một trái phiếu tiết kiệm một trăm đô la. Nếu tôi tiếp tục làm điều đó, liệu tôi cũng thành công chứ?”

SỰ THẦN DIỆU CỦA LÃI KÉP

Tình cờ mà tôi đã nghiên cứu xem một người phải tiết kiệm bao nhiêu tiền mới có được tiền bạc sung túc. Tôi biết một người đã tiết kiệm mỗi tháng \$100 từ khi 21 tuổi cho tới lúc 65 tuổi và tiền lãi trung bình ông kiếm được là 10% số tiền gửi tiết kiệm trong suốt khoảng thời gian đó, đến khi về hưu ông sẽ có hơn một triệu đô la. Đột nhiên tôi nhận ra là chàng thanh niên ấy, sống ở nhà tập thể, sửa đồ đạc, chẳng có lợi thế gì hoặc cơ hội nào, thực sự có thể trở nên giàu có. Nếu anh ta tiếp tục gửi tiết kiệm mỗi tháng \$100, thì lúc về hưu anh ta sẽ giàu hơn 95 phần trăm dân số Mỹ.

Cuối cùng anh ta sẽ vượt trội hơn hầu hết các bác sĩ, nha sĩ, luật sư, kiến trúc sư, kỹ sư, người kinh doanh, các chủ doanh nghiệp nhỏ, giám đốc điều hành công ty và những người kinh doanh ngành giải trí. Điều duy nhất anh ta phải làm là tiết kiệm mỗi tháng 100 đô la

và lúc về hưu anh ta sẽ hoàn toàn không phải lo lắng gì về tiền bạc. Nếu anh ta tự buộc được mình mỗi tháng phải tiết kiệm, thì sức mạnh của lãi kép sẽ làm phần việc còn lại. Ai cũng có thể làm được điều đó.

BẠN CÓ THỂ HỌC ĐƯỢC ĐIỀU BẠN CẦN HỌC

Kiểm tiền là kỹ năng cơ bản. Phải nắm được kiến thức và thực hành cho thành thạo, nhưng vì nhiều năm qua có hàng trăm ngàn và thậm chí hàng triệu người nam có, nữ có đã học cách kiểm tiền, nên rõ ràng người ta có thể học được kỹ năng ấy. Thật ra, nếu bạn biết điều khiển một chiếc ô tô, dùng được điện thoại di động, sử dụng máy tính hoặc làm nhiều công việc thông thường khác trong cuộc sống hằng ngày, thì dứt khoát bạn có đủ trí thông minh và năng lực để kiếm được toàn bộ số tiền bạn muốn.

Trong những trang kế tiếp, tôi sẽ trình bày với bạn cách làm sao để đạt được tình trạng tiền bạc sung túc và thậm chí trở nên giàu có bằng nhiều cách khác nhau. Sau đó là tùy vào cách thực hiện của bạn và bạn hãy tiếp tục thực hiện cho đến khi bạn có được các kết quả như mong muốn. Chẳng có giới hạn nào trừ những thứ bạn đặt vào khả năng sáng tạo của mình.

“Hãy xem những thứ... bạn muốn như đã là của bạn. Hãy nghĩ chúng như là của bạn, như thuộc về bạn, như đã thuộc quyền sở hữu của bạn”.

Robert Collier

1

HỌC CÁCH LÀM GIÀU

“Khi những khao khát của bạn đủ mạnh, dường như bạn sẽ có được những sức mạnh phi thường để đạt được chúng”.

Napoleon Hill

Nếu ai đó với năng lực hạn chế có thể trở thành giàu có, thì tại sao lại có quá ít người trở nên giàu? Mặc dù chúng tôi sống trong một nước giàu có nhất trên thế giới, nơi mà đa số người ta kiếm tiền và tận dụng vận may trong suốt cuộc đời làm việc của họ, nhưng tại sao phần đông người ta cuối cùng lại phải sống phụ thuộc vào quỹ an sinh xã hội, lương hưu và thân nhân lúc họ thôi việc?

Nếu một người kiếm được 25.000 đôla mỗi năm, chỉ cần tiết kiệm 2.500 đôla mỗi năm, bằng 10% thu nhập của người ấy và cẩn thận đầu tư số tiền ấy để kiếm được 10% tiền lãi kép trong suốt cuộc đời làm việc của người ấy – từ năm 21 tuổi tới 65 tuổi (44 năm) – Số tiền gửi tiết kiệm đó sẽ tăng dần lên tới 1.794.762 đôla nhờ vào sự thần diệu của lãi kép.

Nếu một chàng thanh niên đầu óc chậm chạp không có một lợi thế gì trên đời có thể trở nên giàu có (xem *Lời giới thiệu*) và một người kiếm được 25.000 đôla một năm, tiết kiệm 10% thu nhập của anh ấy mà có thể trở thành một triệu phú hoặc người có tiền hàng nhiều triệu thì bất cứ ai có đủ khát vọng đến như thế cũng có thể trở thành giàu có.

TẠI SAO NGƯỜI TA KHÔNG TRỞ THÀNH GIÀU CÓ

Câu hỏi đầu tiên cần đặt ra là “Tại sao người ta không trở thành giàu có?”. Ở một nước như nước Mỹ với các cơ hội chúng tôi có, tại sao lại có quá ít người lúc về hưu có được tiền bạc sung túc? Cuối cùng tôi mới tìm được câu trả lời. Sau đây là 5 lý do tôi nhận xét tại sao người ta không trở thành giàu có.

Nơi xuất thân?

Trước hết, lý do hàng đầu là sự giàu có chưa bao giờ nảy sinh trong đầu họ. Một người bình thường lớn lên trong một gia đình mà người ấy chưa hề gặp hoặc quen biết một người nào giàu có, người ấy chỉ biết đi học và quan hệ xã hội với những người bình thường khác. Rồi cùng làm việc với những người chẳng giàu có gì và chơi chung với những người cũng bình thường như người ấy thì người ấy sẽ chẳng sao có được thần tượng về sự giàu có. Nếu tình trạng này xảy ra với bạn trong suốt giai đoạn ban đầu cuộc đời của mình cho tới lúc 20 tuổi, bạn có thể lớn lên và trở thành một người hoàn toàn trưởng thành trong xã hội mà khát vọng làm giàu chưa lần lóe lên trong ý nghĩ của bạn thì khả năng có thể trở thành giàu có đối với bạn cũng như với bất cứ ai sẽ ít có thể xảy ra.

Đây là lý do tại sao những người lớn lên trong gia đình cha mẹ giàu có sẽ có nhiều khả năng trở thành giàu khi ở tuổi trưởng thành hơn những trẻ lớn lên trong các gia đình cha mẹ không giàu có. Sự thành đạt giàu có là một phần thế giới quan của trẻ trong gia đình có cha mẹ giàu có.

Bởi vậy lý do đầu tiên tại sao người ta không trở thành giàu có là vì khát vọng đó chưa bao giờ lóe lên trong suy nghĩ của họ. Và tất nhiên, nếu họ chưa bao giờ nảy ra ý nghĩ đó, thì họ sẽ không bao giờ thực hiện bất kỳ bước đi cần thiết nào để điều đó trở thành

hiện thực.

Đưa ra quyết định!

Một lý do khác cũng làm cho người ta không trở nên giàu có là họ chưa bao giờ quyết định thực hiện khát vọng làm giàu. Dù cho một người đọc một cuốn sách chỉ cách làm giàu, tham dự một cuộc hội thảo kinh doanh hoặc cộng tác với những người thành công về mặt tài chính, nhưng sẽ chẳng có gì thay đổi cho đến lúc nào người ấy đưa ra quyết định để thực hiện một việc nào khác. Dù khát vọng làm giàu lóe lên trong ý nghĩ là có thể trở thành giàu nếu người ấy chỉ cần nhất định làm việc gì đó theo một cách của riêng mình, nhưng lại không quyết định thực hiện bước đi đầu tiên thì cuối cùng người ấy vẫn dậm chân tại chỗ. *Nếu bạn liên tục làm việc gì bạn luôn luôn làm, thì bạn sẽ liên tục có được thứ bạn luôn luôn có.*

Lý do chủ yếu không đạt được thành công như mong đợi và bị thất bại là phần lớn người ta không đưa ra quyết định để thực hiện đến thành công. Họ chẳng bao giờ quyết định dứt khoát hoặc cầm chắc mình sẽ trở thành giàu có. Họ chỉ dự định, có ý định và hy vọng rồi đây họ sẽ trở nên giàu có. Họ ước mong, hy vọng và cầu trời cho mình làm được nhiều tiền, nhưng chưa bao giờ họ quyết định “Tôi sẽ làm giàu!”. Quyết định này là bước đi đầu tiên quan trọng để trở thành người có tiền bạc sung túc.

Có lẽ để đến ngày mai

Sự chần chừ có thể ngăn cản người ta trở thành giàu có. Người ta luôn luôn có đủ lý do để không bắt đầu thực hiện những điều họ biết cần phải làm để có được tiền bạc sung túc. Họ luôn luôn nghĩ là thời điểm chưa đúng lúc hoặc thời cơ chưa chín muồi. Các điều kiện làm ăn trong ngành kinh doanh của họ chưa tin cậy được hoặc chưa chắc đã tốt lắm. Thị trường không đúng như ý muốn.

Họ có thể gặp rủi ro hoặc chẳng có gì bảo đảm. Có lẽ phải để đến năm sau.

Dường như luôn luôn có lý do để chần chừ. Do đó họ tiếp tục thoái thác thực hiện, cứ hết tháng này tới tháng khác, rồi năm tháng trôi qua cho đến khi điều đó đã quá muộn.

Dù nó đã lóe lên trong ý nghĩ của người ấy là mình có thể trở thành giàu có và đã quyết định phải thay đổi, nhưng sự trì hoãn sẽ đẩy tất cả kế hoạch của người ấy vào tương lai bất định. *Sự chần chừ là kẻ trộm thời gian và cuộc sống.*

Cái giá phải trả

Điều mà các nhà kinh tế học muốn nói đến là không nhìn nổi các đòi hỏi thỏa mãn là một lý do khác làm người ta khi về hưu lâm vào cảnh túng thiếu. Phần đông người ta không thể cưỡng lại việc chi tiêu mọi đồng xu họ kiếm được và bất cứ những gì họ có thể vay mượn hoặc mua thiếu. Nếu bạn không nhìn được các đòi hỏi thỏa mãn và buộc mình phải cố nhìn chi tiêu mọi khoản bạn kiếm được, bạn không thể trở thành giàu có. Nếu bạn không có thói quen căn cơ trong cuộc sống thì bạn sẽ không thể đạt tới chỗ tiền bạc sung túc. Như W. Clement Stone, người sáng lập Công Ty Bảo Hiểm Tổng Hợp của Mỹ và là một trong những người giàu nhất thế giới, nói “Nếu bạn không tiết kiệm được tiền bạc, thì bạn không có được mầm mống của sự giàu có trong người”.

Nhìn xa trông rộng

Lý do cuối cùng làm người ta lâm vào cảnh nghèo túng khi thôi việc, có lẽ cũng không kém quan trọng hơn tất cả các lý do vừa nói đến. Đó là *thiếu khả năng nhìn xa trông rộng*. Một cuộc nghiên cứu kéo dài trong thập niên 1950 và được xuất bản thành sách vào năm 1964 với tên là *Thành Phố Không Phải Thiên Đường*, tiến

sĩ Edward Banfield thuộc trường đại học Harvard đã nghiên cứu các lý do về khả năng biến đổi kinh tế xã hội nhanh chóng ở Hoa Kỳ. Ông muốn biết bạn có thể tiên đoán xem một cá nhân hoặc một gia đình sẽ thăng tiến đến một hoặc nhiều nhóm giai cấp kinh tế xã hội như thế nào và liệu họ có giàu có hơn ở thế hệ kế tiếp so với thế hệ hiện tại của họ hay không.

Banfield đã nghiên cứu và so sánh các kết quả ông phát hiện được dựa vào tài liệu giải thích phổ biến nhất về sự thành công kinh tế ở Hoa Kỳ và ở các nước khác. Điều đó có phải do trình độ học vấn không? Không phải vậy, thực ra nhiều người có trình độ học vấn khá lại không mấy thành đạt về kinh tế. Có phải là khả năng trí tuệ không? Không phải. Có nhiều người rất thông minh nhưng lại nghèo và kiếm sống không được. Có phải họ xuất thân từ gia đình khá giả không? Không phải. Nhiều người được sinh ra từ gia đình giàu có nhưng khi trưởng thành lại nghèo, trong khi nhiều người học hành không tới đâu lại trở nên rất thành công. Có phải họ có thế lực trong xã hội không? Có phải họ sống ở một nước có nền công nghiệp phát triển không? Có phải họ may mắn không? Những nhân tố nào có thể tiên đoán chắc chắn vào thời gian nào đó một người sẽ thăng tiến về mặt kinh tế?

Kế hoạch cho tương lai

Cuộc nghiên cứu của Banfield đưa ông đi đến chỉ một nhân tố mà ông có thể kết luận chính xác về khả năng dự đoán sẽ thành công ở Hoa Kỳ hơn bất cứ nhân tố nào khác là biết nhìn xa trông rộng, cụ thể là “Khoảng thời gian bạn nhận định cho kế hoạch hoạt động hằng ngày và các quyết định quan trọng trong cuộc đời.” Khả năng nhìn xa trông rộng muốn nói đến kế hoạch cho tương lai bạn đề ra ở chừng mực nào khi quyết định hiện tại bạn sẽ làm gì và chưa làm gì.

Một thí dụ về khả năng nhìn xa trông rộng là một thói quen

thường thấy ở các gia đình thuộc giai cấp thượng lưu ở Anh là đăng ký cho con cái vào học ở trường Oxford hoặc Cambridge ngay khi trẻ mới sanh, mặc dù các đứa trẻ này mãi đến khi 18 hoặc 19 tuổi mới học ở các trường này. Sự suy nghĩ trong một thời gian dài như thế khiến cho các phụ huynh phải mở tài khoản tiết kiệm cho con mình để chắc chắn chúng sẽ được học ở các trường đại học danh giá sau khi chúng tốt nghiệp trung học.

Việc tiết kiệm và đặt kế hoạch cho tương lai là khả năng nhìn xa trông rộng thực tế. Một cặp vợ chồng trẻ mỗi tháng bắt đầu dành dụm \$50 cho ngân quỹ giáo dục để đứa con mới sanh của họ có thể vào trường cao đẳng hoặc đại học họ mong đợi là khả năng nhìn xa trông rộng của một cặp vợ chồng. Họ sẵn sàng hy sinh trong một thời gian ngắn để đảm bảo có được các kết quả và thành quả mỹ mãn hơn trong một thời gian dài. Người biết nhìn xa trông rộng hầu như luôn thắng tiến về mặt kinh tế trong quá trình hoạt động của đời họ.

Cái giá phải trả trước

Một người tốt nghiệp trung học, tiếp tục học đại học y khoa để lấy bằng bác sĩ y khoa (M.D.) ở Mỹ sẽ phải bền chí trải qua việc thực tập nội trú và làm bác sĩ nội trú rồi sau 10 hoặc hơn 10 năm đào tạo mới trở thành bác sĩ được phép hành nghề, cũng phải có khả năng nhìn xa trông rộng. Muốn được phép hành nghề bác sĩ, anh ta phải hy sinh và phải chịu nhịn các nhu cầu thỏa mãn suốt nhiều năm trời để có được thanh thế, địa vị xã hội và có được cuộc sống sung sướng. Suốt 10 tới 12 năm trời làm việc và học hành là cách đầu tư vào sự nghiệp cho cuộc đời sau này của anh ta. Khả năng nhìn xa trông rộng của anh ta cũng bảo đảm cho cả cuộc sống sung sướng cũng như việc học hành tốt hơn cho con cái và nhiều cơ hội hơn cho chúng. Con của anh ta rất có thể sẽ cưới được con nhà danh giá và sẽ có khát vọng làm giàu để có

cuộc sống thật tươi đẹp.

Thời gian để trở thành một bác sĩ tương lai phải đầu tư khoảng hơn 10 năm ăn học để bắt đầu sự nghiệp có thể kéo dài cả đời người trong một hoặc hai thế hệ, từ 50 tới 70 năm. Bằng trực giác tôi cảm thấy là một bác sĩ, một người phải dành ra nhiều năm ăn học như vậy để anh ta có thể trở thành người mà chúng ta và gia đình chúng ta phải cần đến khi cần được chăm sóc sức khỏe và anh ta là người giành được sự quý trọng của mọi người. Hiểu rõ được giá trị của việc biết nghĩ xa như vậy có thể là lý do tại sao các bác sĩ gia đình thường đứng hàng đầu khi tiến hành các cuộc khảo sát về người đáng được kính trọng nhất trong xã hội ở Mỹ.

Thái độ là điều quan trọng nhất

Khả năng biết nhìn xa trông rộng là một chuẩn đánh giá thực chất về tầng lớp xã hội. Một gia đình giàu có hoặc được học hành đến nơi đến chốn sẽ có lợi thế, nhưng cuối cùng tầm suy nghĩ của bạn và việc bạn đặt ra kế hoạch cho tương lai để bắt tay vào công việc hằng ngày và trong cuộc đời của bạn sẽ xác định sự nghiệp và thanh thế của mình.

Nếu một cặp vợ chồng di dân vào Hoa Kỳ với bàn tay trắng, phải đi làm người giúp việc và việc hy sinh để cho con có thể đi học và theo học đại học, thì hai vợ chồng ấy là một tầng lớp minh chứng cho khả năng này dù hiện tại họ khá giả hay nghèo hèn chẳng có gì đáng nói. Hầu như họ đang cầm chắc khả năng biến đổi tầng lớp xã hội cho chính họ và con cháu của họ.

Ngược lại với khả năng nhìn xa trông rộng là tầm nhìn thiển cận. Người có sự nghiệp trung bình biết nhìn xa khoảng 10, 15 hoặc 20 năm hoặc có thể lâu hơn nữa. Người lao động chân tay bình thường biết nhìn xa độ 2 kỳ lãnh lương. Người bị bỏ rơi, người nghiện ngập ma túy, thất vọng hoặc người nghiện rượu nằm ở

phần đáy của biểu đồ ; xã hội hình kim tự tháp, họ chỉ biết nhìn xa đến hàng giờ hoặc thậm chí hàng phút. Họ chẳng nghĩ chút gì về tương lai, họ chỉ cần có ly rượu hoặc mũi chích kế tiếp. Địa vị và phương hướng cuộc đời của mỗi người từ giới thượng lưu cho tới hạ lưu trong xã hội được xác định bởi khả năng nhìn xa trông rộng của họ.

Nghĩ về tương lai

Chính tác động của việc vươn rộng tầm nhìn, biết nghĩ xa về tương lai sẽ làm thay đổi thái độ và tính cách của bạn. Bạn bắt đầu quá trình làm giàu bằng cách của bạn với suy nghĩ trước 10 hoặc 20 năm. Khi bạn thực hiện, bạn trở nên có nhiều khả năng đặt ra các mục đích có thời hạn dài và lớn hơn và đưa ra được các kế hoạch dài hạn để hoàn tất. Bạn sẽ suy nghĩ chín chắn hơn về các quyết định của mình và sẽ nhạy bén hơn với các hệ quả lâu dài về cách bạn đầu tư thời gian hoặc tiền bạc của mình. Bạn phát huy được tính kiên nhẫn và ý chí bền bỉ hơn. Thực ra bạn trở thành một người tốt hơn và tích cực hơn.

Từ thời điểm này trở đi, bạn hãy vươn rộng tầm nhìn của mình. Bắt đầu xem mọi thứ mà bạn đang làm hôm nay là một phần của tiến trình hoạt động lâu dài cho sự nghiệp của bạn, nếu không trở thành giàu có thì nhất định nó cũng giúp bạn trở nên sung túc về tài chính. Đây là ý chí của những người liên tục hướng về phía trước và thăng tiến trong suốt cuộc đời họ.

Gắn bó với sự nghiệp của bạn

Nhiều người bắt đầu làm việc hoặc bắt đầu sự nghiệp và chẳng bao giờ chợt nảy ra ý nghĩ là họ có thể làm cùng một việc trong suốt 20 hoặc 25 năm. Họ cũng không thấy mình nên đầu tư thời gian, tiền bạc và công sức để tìm cách làm cho công việc của họ thật tinh nhuệ.

Bạn nên sẵn sàng chịu bất cứ hy sinh nào để việc bạn làm có thể trở nên xuất sắc hơn người khác. Điều này làm cho bạn có thể giành được thành tích cao nhất có thể tạo được về lĩnh vực đó. Dù phải mất nhiều năm làm việc vất vả để đến được đỉnh cao, với tầm nhìn xa trông rộng bạn sẽ phải kiên gan bền chí. Bạn sẽ thấy rõ *thời gian một đi không bao giờ trở lại*. Vấn đề đáng nói nhất là kể từ hôm nay tới 5 năm nữa bạn sẽ kiếm được bao nhiêu tiền?

NĂM TÍNH CÁCH KHÔNG THOÁT ĐƯỢC NGHÈO

Có năm lý do tại sao người ta vẫn còn nghèo khi về hưu: *Một* là họ chưa bao giờ có ý nghĩ mình có thể trở thành giàu có. *Hai* là nếu đã có ý nghĩ đó, nhưng họ chưa bao giờ quyết định làm giàu. *Ba* là nếu họ quyết định làm việc gì đó để cải thiện đời sống kinh tế, thì họ lại chần chừ và đôi khi để lỡ suốt cả cuộc đời. *Bốn* là họ không thể khép mình chịu nhịn trước các nhu cầu thỏa mãn để tránh phải chi tiêu hết mọi khoản họ kiếm được và để lại chẳng đáng bao nhiêu. *Năm* là họ không biết nhìn xa trông rộng. Họ chỉ biết nghĩ và hành động cho từng ngày, từng tháng trước mắt mà không đặt ra kế hoạch tương lai cho 10 năm và 20 năm tới.

NĂM CÁCH TRỞ THÀNH GIÀU

Nếu bạn thực sự thiết tha về việc làm giàu, có năm cách chủ yếu để có thể tạo nên cơ đồ.

Trở thành nhà doanh nghiệp

Con đường số một dẫn tới sự giàu có, đứng đầu danh sách và tốp đứng đầu danh sách đĩa hát bán chạy nhất trong suốt lịch sử nước Mỹ là đĩa *entrepreneurship* (nhà doanh nghiệp), bắt đầu và gây dựng một doanh nghiệp thành công. Nhà doanh nghiệp bao gồm đủ mọi loại doanh nghiệp, từ canh nông và vận tải tới kinh doanh bất động sản và máy tính.

Trở về 200 năm trước, 74% các nhà triệu phú tự tay làm nên ở Hoa Kỳ đều xuất thân từ các doanh nghiệp tự làm chủ. Một cá nhân bắt đầu với ý tưởng sản xuất hoặc dịch vụ, rồi biến nó thành một doanh nghiệp, xây dựng nó từ trên nền đất và rồi đã trở thành giàu. Henry Ford, Andrew Carnegie, John Jacob Astor, Cornelius Vanderbilt, Ross Perot, Sam Walton, Bill Gates, Michael Dell và Larry Ellison đều là những người đã bắt đầu với vốn liếng chẳng đáng là bao hoặc chẳng có gì, đã gây dựng các doanh nghiệp của họ thành công và còn hàng triệu người khác nữa.

Thăng tiến nghề nghiệp của bạn

Một cách khác để trở nên giàu có là cán bộ cao cấp được trả lương cao trong một công ty thành công hoặc là một nhân viên của một công ty được tưởng thưởng các quyền chọn chứng khoán^[1] trở thành có giá trị lớn. 10% các triệu phú gia tự tay làm nên sự nghiệp ở Mỹ là những người tham gia vào các công ty lớn hoặc các công ty khuếch trương lớn hơn về sau và họ làm việc cho các công ty này trong nhiều năm trời. Họ thường làm việc chăm chỉ, được đề bạt và trả lương hậu; họ giành được các quyền chọn lựa chứng khoán, lãi chia thêm và chia lợi nhuận và nhờ vào việc nắm giữ vốn cổ đông nên đã trở thành các nhà triệu phú và đại triệu phú.

Paul Allen cùng với Bill Gates đã thành lập và xây dựng công ty Microsoft, ông bán sạch tài sản để mua nhiều cổ phiếu của công ty này khi ông đổ bệnh và hiện nay ông là một đại triệu phú gia. Vùng Seattle nổi tiếng vì có quá nhiều “Nhà triệu phú Microsoft” là những người đã đi làm cho Microsoft vào thập niên 70 và 80, đôi khi là các nhân viên thư ký và các lập trình viên đã nhận được quyền chọn cổ phiếu và trở nên giàu khi họ thực hiện quyền chọn lựa này. Nhiều cán bộ điều hành cao cấp của công ty nhận được lãi chia thêm và chia sẻ lợi nhuận có giá trị hàng triệu đô la chỉ

trong một năm. Làm việc cho một công ty lớn đang đà phát triển, trả lương hậu và chia sẻ lợi nhuận của nó là nguồn chủ yếu đem lại sự giàu có.

Nhiều cán bộ điều hành công ty vẫn gắn bó với công ty của họ trong nhiều năm, họ đã lên tới các vị trí cao cấp hơn và được trả lương hết sức hậu hĩ, được cho quyền chọn chứng khoán, chia lợi nhuận và lãi chia thêm và nhờ vào nắm giữ vốn cổ đông nên họ đã trở thành triệu phú. Cách đây không lâu, Lee Iacocca, chủ tịch công ty Chrysler được trả 26,7 triệu đô-la trong một năm. Michael Eisner ở Công ty Disney kiếm được 150 triệu đô-la lãi chia thêm. Trở thành một triệu phú tự tay làm nên không quá khó nếu bạn kiếm tiền bằng cách đại loại như vậy trong mỗi năm.

Trở thành chuyên nghiệp

Một nguồn các triệu phú gia tự tay làm nên chủ yếu gồm các người làm công việc chuyên môn – bác sĩ, nha sĩ, luật sư, kiến trúc sư, kỹ sư và người khác có trình độ cao về quảng cáo, họ có thể kiếm được lệ phí cao trả cho các dịch vụ của họ. Những người này có trình độ, dấn thân quyết làm việc để đạt được thành tích thật tốt, đạt tới đỉnh cao nghiệp vụ của mình, có được thu nhập cao và nắm giữ các cổ phiếu. 10% các triệu phú ở Mỹ rơi vào loại người này.

Bước vào kinh doanh

Một nguồn các nhà triệu phú tự lập quan trọng là các người kinh doanh và tư vấn kinh doanh. 5% các triệu phú ở Hoa Kỳ là các chuyên gia kinh doanh và đứng đầu trong các lĩnh vực của họ về kinh doanh. Họ chưa bao giờ bắt đầu doanh nghiệp riêng. Chỉ một ít người trong số họ đã học đại học hoặc có trình độ chuyên môn, thay vào đó họ đã trở nên rất giỏi kinh doanh về sản phẩm hoặc dịch vụ và được trả lương cao cho việc làm của họ. Ngoài ra,

họ quản lý tiền bạc tốt, đầu tư khôn ngoan và tạo nguồn tài chính phát triển cho tới khi họ trở thành các nhà triệu phú hoặc hơn thế nữa.

Toàn bộ 99% các nhà triệu phú tự lập ở Mỹ xuất phát từ bốn loại sau:

1. Doanh nghiệp tự làm chủ 74 %
2. Chức vụ điều hành cao cấp 10 %
3. Bác sĩ, luật sư và các chuyên viên khác 10 %
4. Người kinh doanh và tư vấn kinh doanh 5 %

Tổng Cộng 99 %

Tất cả những người khác

1% các nhà triệu phú tự lập cuối cùng gồm tất cả những người kiếm tiền ở thị trường chứng khoán, có bằng phát minh, hoạt động biểu diễn, tác giả sách và nhạc, người trúng số và tất cả các nguồn khác. Đáng tiếc là nhóm người này tiếp xúc gần gũi với dân chúng quá nhiều, nên nhiều người lầm tưởng rằng họ là thành phần tiêu biểu cho những người giàu có. Thực ra những người giàu thuộc nhóm người này khá hiếm.

Trong sách này, chúng ta sẽ tập trung nghiên cứu cách để trở nên *thỏi nam châm cuốn hút đồng tiền* và cách đạt được tiền bạc sung túc bằng cách bắt đầu gây dựng doanh nghiệp, đầu tư khôn ngoan, bước vào con đường phát huy nghề nghiệp hiện tại nhanh chóng để đến được đỉnh cao về lĩnh vực của bạn và sự kết hợp với hai hoặc nhiều cách thực hiện này. Bạn sẽ tìm hiểu cách nhận ra các cơ hội và cách bắt đầu nó. Bạn sẽ tìm hiểu cách kiếm được vốn liếng bạn cần, cách tăng tối đa các tài năng và năng lực của mình

và cách có được những kiến thức bạn cần để thành công về tài chính ở bất cứ lĩnh vực nào bạn chọn.

ĐỊNH NGHĨA VỀ SỰ GIÀU CÓ

Chúng ta hãy bắt đầu với định nghĩa thích hợp nhất về sự giàu có. Sự giàu có là nguồn tiền mang đến từ những nguồn khác. Bạn có thể kiếm được nhiều tiền, nhưng bạn chỉ giàu khi đồng tiền của bạn làm việc cho bạn. Để trở thành giàu, công việc của bạn phải kiếm được tiền, rồi sau đó đưa nó vào hoạt động để kiếm thêm được nhiều tiền hơn. Bí quyết làm giàu không có gì phức tạp. Nó được gọi là *giá trị gia tăng*. Người thành công là những người tìm ra cách để tăng thêm giá trị bằng cách nào đó cho một người hoặc doanh nghiệp, cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ.

Sau đây là một thí dụ về giá trị gia tăng: Bánh pizza của Domino. Domino tăng thêm giá trị cho bánh pizza bằng cách giao hàng nhanh và nhờ vậy đã tạo nên một câu chuyện về sự thành công đến hàng triệu đô-la. Việc giao hàng nhanh hơn làm tăng thêm giá trị cảm nhận về sản phẩm và giảm bớt độ nhạy cảm về giá cả.

Bạn có thể tăng thêm giá trị bằng cách mua cái gì đó ở một nơi với một giá và tạo cho nó có thể tiêu dùng ở chỗ khác với giá cao hơn. Thí dụ, mua một sản phẩm hoặc dịch vụ được sản xuất tại Hong Kong, Đài Loan, Nhật Bản hoặc Đức, nhập khẩu nó và bán nó ở Mỹ với giá cao hơn là một cách làm tăng thêm giá trị. Tất cả hàng nhập khẩu và hàng phân phối đều dựa vào nguyên lý này.

Bạn có thể tăng thêm giá trị cho các dịch vụ. Bạn có thể tiến hành một dịch vụ để nâng cao đời sống hoặc công việc cho người khác hoặc có thể tạo cho người nào đó đạt được mục đích nhanh hơn, dễ dàng hơn, rẻ hơn hoặc thuận lợi hơn. Đây là một cách khác để tăng thêm giá trị. Một nha sĩ nhỏ rằng không đau sẽ tăng thêm được giá trị. Một nhân viên kế toán giảm bớt được khoản thuế

đánh vào khách hàng sẽ làm tăng thêm giá trị. Nhân viên bán hàng giới thiệu sản phẩm mới hoặc dịch vụ với khách hàng cũng sẽ làm tăng thêm giá trị. Phần lớn cơ hội làm nên cơ đồ ở Hoa Kỳ đều bắt đầu bằng việc kinh doanh các dịch vụ cá nhân.

HÃY TÌM RA NHU CẦU VÀ THỎA MÃN NÓ

Tất cả sự thành công về tài chính đều dựa vào câu ngạn ngữ xưa là *hãy tìm ra nhu cầu và thỏa mãn nó*, nhất là sự thành công về kinh doanh. Lý thuyết chủ quan về giá trị cho rằng tất cả giá trị ở trong mắt của người xem. Thứ gì đó chỉ có giá trị khi người khác chịu thanh toán nó. Người ta quyết định giá họ sẽ trả dựa vào sự cảm nhận về nhu cầu đối với sản phẩm hoặc dịch vụ và các sự chọn lựa sẵn có.

Doanh nghiệp thành công dựa vào người nào đó kết hợp các yếu tố sản xuất lại với nhau – đất đai, lao động, tiền vốn, nguyên liệu thô và công quản lý – và tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mà khách hàng sẽ chi trả với giá cao hơn toàn bộ chi phí sản xuất. Đây là cách nhà doanh nghiệp làm tăng thêm giá trị của toàn bộ các thành phần kết hợp phải bỏ vào quá trình tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ. Sự chênh lệch giữa chi phí sản xuất cộng với chi phí giao hàng và giá khách hàng chịu thanh toán cho sản phẩm hoặc dịch vụ ấy được gọi là lợi nhuận hoặc giá trị gia tăng.

Lợi nhuận là thứ dôi ra tạo nên của cải. Bất cứ khi nào bạn thấy một cơ hội tạo cho người ta những gì họ muốn với giá cao hơn chi phí bạn phải bỏ ra để sản xuất nó, thì bạn gặp được một cơ hội để kiếm lời. Nếu bạn có thể sáng tạo một cách kiếm được lợi nhuận, bạn có thể xây dựng một doanh nghiệp và bắt đầu tiến dần tới chỗ thành công về tài chính. Gần như bất kỳ công việc hoặc nghề nghiệp nào đem lại lợi nhuận đều có thể làm cho bạn sung túc về tiền bạc nếu bạn biết quản lý nó một cách khôn ngoan.

NHỮNG CƠ ĐỒ LỚN TỪ NHỮNG Ý TƯỞNG NHỎ

Đáng ngạc nhiên, các doanh nghiệp được các nhà triệu phú tự tay làm nên thường không có gì là quá đặc biệt. Người ta làm giàu từ ngành xây dựng và kinh doanh vật liệu xây dựng. Họ trở nên giàu bằng cách tiến hành các cơ sở giặt hấp và các quán ăn và giải khát. Một số họ là tài xế xe tải và các người bán đấu giá, chủ trang trại và người điều khiển cần trục, người thiết kế phần mềm máy tính và các người sản xuất dụng cụ máy móc. Thực ra bất kỳ lĩnh vực nào đem đến cơ hội để vượt lên và kiếm được lợi nhuận đều có thể được coi như nguồn sức bật để làm giàu. Chìa khóa để bạn làm cho công việc tốt hơn và hiệu quả hơn người khác là duy trì lợi nhuận và số tiền bạn kiếm được như một kết quả.

Người ta thường hỏi tôi rằng họ nên theo lĩnh vực nào nếu họ muốn kiếm được nhiều tiền. Câu trả lời cho câu hỏi này thường sẽ khác nhau, vì sự mong muốn, các đòi hỏi, các nhu cầu và ước mong của người tiêu dùng luôn luôn thay đổi. Trong thập niên 1990 bùng nổ về các công ty công nghệ và sự tăng vọt về các công ty hoạt động thương mại Internet làm nảy sinh ngày càng nhiều các nhà triệu phú với mức mỗi tuần có đến 10.000 người! Khi các công ty cung cấp quyền chọn chứng khoán này sụp đổ, phần lớn những người mới giàu có này cũng biến mất, làm nổi lên thị trường bất động sản và nhà ở tăng vọt khắp cả nước Mỹ. Không ai biết chắc được các cơ hội ngày mai tăng trưởng nhanh sẽ xảy ra ở đâu, nhưng chúng sẽ tiếp tục phát sinh và lụi tàn bao lâu khách hàng còn muốn tiếp tục thay đổi, sẽ tạo ra các cơ hội cho những người có đầu óc đầy tham vọng làm chủ doanh nghiệp.

BẠN CHỈ CẦN MỘT Ý TƯỞNG

Tom Fatjo, gây dựng Browning Ferris Industries, là một câu chuyện thành công nổi tiếng. Bắt đầu ông ta làm nhân viên kế toán. Vì chẳng có ai khác chịu chở rác hằng tuần cho gia đình ông

và hàng xóm của ông, nên ông ta đã mua một chiếc xe tải và bắt đầu chở rác cho chính ông sau giờ làm việc. Không bao lâu, lối xóm lân cận không có người phục vụ việc này và chính quyền thành phố cũng nhờ ông ta xem liệu ông ấy có chịu chở rác cho họ không?

Ông ta đã trở thành giàu có nhờ vào việc tiêu chuẩn hóa ngành công nghiệp chuyên chở rác ở địa phương và sau này lan rộng ra khắp nước mà điều đó trước đây chưa bao giờ được thực hiện. Bằng cách mở đầu các phương pháp sản xuất hàng loạt và tạo được các năng suất mới, ông ta đã làm cho việc chuyên chở rác thành một doanh nghiệp mang lại lợi nhuận rất lớn và trở thành là một trong những nhà doanh nghiệp giàu có nhất nước.

Đại tá Harland Sanders trở thành người giàu có lúc 65 tuổi nhờ vào việc bán công thức chế biến thịt gà rán. Debbie Fields có bốn đứa con ở nhà, bắt đầu bằng một cửa tiệm nhỏ và trở thành giàu có nhờ vào việc bán bánh sữa, cũng như Famous Amos. Ở mỗi trường hợp, nhà doanh nghiệp nắm bắt được nhu cầu hoặc thị hiếu hiện có, rồi tìm cách đáp ứng sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng cao, kết hợp với cung cách hoạt động hiệu quả để làm cho công ty có thể phát sinh được lợi nhuận cao.

TĂNG TỐI ĐA TÀI SẢN CỦA BẠN

Vậy thì câu hỏi logic được nêu lên là: “Người giàu có làm gì hoặc điều gì làm cho họ vượt trội hơn người bình thường?” Tôi cho rằng người ta trở nên giàu có nhờ vào việc phát triển cái được gọi là *tác dụng đòn bẩy*. Tác dụng đòn bẩy là chìa khóa để cực đại hóa và tăng gấp bội tiềm năng thành công và thành quả tài chính. Tác dụng đòn bẩy làm cho bạn thực hiện đạt được kết quả rất lớn so với khả năng của mình nếu bạn tin tưởng vào sự cố gắng của chính trí tuệ và sức lực của bạn như hầu hết người ta đều thực hiện. Tác dụng đòn bẩy là bí quyết để làm giàu.

10 thí dụ sau về tác dụng đòn bẩy mà bạn có thể phát triển và sử dụng sẽ đạt được sự sung túc tài chính.

Kiến Thức Chuyên Môn

Kiểu tác dụng đòn bẩy đầu tiên là kiến thức. Kiến thức chuyên môn tạo cho bạn tác dụng đòn bẩy vì nó làm cho bạn có giá trị hơn và làm cho sự đóng góp của bạn quý giá hơn. Bác sĩ, luật sư, nhân viên kế toán, người kinh doanh có kinh nghiệm, tất cả đều có kiến thức thực tế đem lại lợi ích cho người khác. Kiến thức cấp cao hơn làm cho họ đạt được các kết quả mỹ mãn nhanh chóng hơn. Do đó, người ta thích sử dụng những dịch vụ của họ và chịu chi trả cho họ nhiều hơn.

Có ba cách để phát huy tác dụng đòn bẩy của kiến thức: trở thành một chuyên gia, chuyên về những hoạt động giá trị cao và biết rõ được sản phẩm của bạn.

Trở thành một chuyên gia

Kiên quyết trở thành chuyên gia trong lĩnh vực bạn chọn. Ngay hôm nay đưa ra quyết định lọt vào 10% trong топ những người đứng đầu. Xác lập điều đó là mục đích, lập kế hoạch và làm việc để mỗi ngày đều có tiến bộ hơn. Tìm đọc những sách hay về lĩnh vực của bạn và tham gia mọi khóa học hoặc buổi hội thảo chuyên đề bạn có thể tìm được, sẽ mang lại lợi ích cho bạn, dù bạn phải mất công đi tham dự. Hãy nghe các chương trình phát thanh về lĩnh vực này trong ô tô của bạn và nảy sinh ra một dự án tự làm trong tương lai.

Chuyên về các hoạt động giá trị cao

Chuyên về những lĩnh vực có tầm quan trọng nhất và đem lại lợi ích cho công ty hoặc khách hàng của bạn. Áp dụng quy tắc 80/20,

nghĩa là 80% kết quả của bạn có được từ 20% hoạt động của bạn. Tập trung vào 20% hoạt động trong công việc của bạn góp phần đem lại giá trị cao nhất cho chính bạn và người khác. Chuyên sâu vào mặt xuất sắc ở lĩnh vực phải có kiến thức chuyên môn mà khách hàng quan tâm đến nhiều nhất.

Biết rõ sản phẩm của bạn

Biết rõ bên trong sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Mục đích để người ta thừa nhận bạn là một chuyên gia về lĩnh vực của bạn. Nhớ rằng người có kiến thức thông thạo có thể làm cho sự đóng góp của họ quý giá hơn nhiều so với người có kiến thức chỉ trung bình. Do vậy, các chuyên gia được trả lương nhiều hơn gấp bội cho những thứ họ làm.

Tinh Thông Tay Nghề Của Bạn

Kỹ năng là một kiểu tác dụng đòn bẩy. Bạn càng thành thạo hơn về công việc, bạn càng được trả lương cao hơn. 20% người kinh doanh hàng đầu kiếm được nhiều tiền gấp 15 lần tiền lương trung bình của 80% số người kinh doanh đứng dưới cùng. Các bác sĩ, thợ máy, luật sư, chuyên viên kỹ thuật giỏi và những người đứng đầu sẽ kiếm được khoản thu nhập nhiều gấp bội so với những người bình thường có cùng chuyên môn khác.

Bí quyết phát huy tác dụng đòn bẩy của kỹ năng: là phải xuất sắc, đừng bao giờ ngừng học hỏi và vượt hơn cả những gì mong đợi.

Phải xuất sắc

Trước hết, hãy quyết định chính xác bạn làm cái gì. Trả bất cứ giá nào cho dù phải hy sinh. Vượt mọi khoảng cách để trở thành xuất sắc về lĩnh vực của bạn. Cho dù bạn phải mất nhiều năm để làm tinh thông tay nghề của bạn, vì thời gian một đi không bao giờ

trở lại.

Không bao giờ ngưng học hỏi

Luôn tự phấn đấu để trau dồi bản thân và chuyên môn. Đừng bao giờ tự cho phép mình trở nên thỏa mãn hoặc tự mãn về kỹ năng hiện nay của bạn. Như Pat Riley, huấn luyện viên bóng rổ, đã có lần nói, “Nếu bạn không tiến bộ, bạn sẽ bị thụt lùi!” Đó là cuộc đua và bạn là người tranh tài. Hãy kiên quyết chiến thắng bằng cách học và áp dụng kiến thức tốt hơn và nhanh hơn các đối thủ của bạn.

Vượt hơn những gì mong đợi

Luôn phấn đấu để vượt hơn những điều mong đợi của khách hàng, từ sếp của bạn và những người bạn phục vụ. Hãy tạo thành thói quen là bạn luôn luôn làm nhiều hơn những gì bạn được trả công và hãy làm điều đó tốt hơn. Nếu bạn tự nguyện làm tốt hơn những gì bạn được trả, thì rất cuộc bạn sẽ luôn luôn được trả nhiều hơn những gì bạn có được hôm nay.

Tiền là sức mạnh

Kiểu tác dụng đòn bẩy thứ ba mà bạn có thể phát huy là *tiền*. Tiền là nguồn sức mạnh của đòn bẩy và tự nhiên thường đem lại từ sự phát huy kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực của bạn.

Bạn đã nghe nói, “Phải dùng tiền để kiếm tiền”. Lý do chính mà phải dùng tiền để làm ra tiền là khả năng tiết kiệm và tích góp ngân quỹ của bạn là một bước quan trọng để phát triển các tài năng và tính cách cá nhân mà bạn phải có nếu thực sự muốn đạt được sự sung túc tài chính. Nói cách khác, bạn trở thành một người có khả năng trở nên giàu có bằng cách buộc mình phải tiết kiệm tiền của cần thiết để bạn đạt được sự giàu có.

Có ba việc bạn có thể làm để phát huy tác dụng đòn bẩy của đồng tiền là thường xuyên tiết kiệm, thoát khỏi công nợ và dành dụm tiền mặt.

Thường xuyên tiết kiệm

Bắt đầu kế hoạch tiết kiệm có hệ thống, để ra ít nhất 10% tổng thu nhập của bạn mỗi tháng. Đây là điểm xuất phát để làm giàu. Tốt nhất là bạn nên có một khoản khấu trừ tự động và đầu tư nhất định riêng biệt từ lương trước khi bạn lãnh.

Thoát khỏi công nợ

Thanh toán mọi món nợ của bạn, bắt đầu với những khoản phải chịu lãi suất cao nhất, như thẻ tín dụng và của các công ty tài chính. Đặt mục đích sống không phải mang các khoản công nợ lớn ngoài khoản mua nhà và xe hơi trả góp.

Dành dụm tiền mặt

Quyết tâm dành dụm tiền mặt để bạn sẵn sàng khi cơ hội đến. Đa số người ta vẫn phải túng quẫn suốt cả cuộc đời cho dù ý tưởng kiếm tiền tuyệt vời có xảy đến với họ như thế nào đi nữa mà họ không có tiền đầu tư thì vẫn như không. Như Earl Nightingale, một nhân vật nổi tiếng nói trên sóng vô tuyến về động lực tâm lý xã hội của người tiêu dùng, đã có lần nói, “Nếu một người chưa chuẩn bị khi cơ hội của người ấy đến, thì nó sẽ chỉ làm cho người ta thấy sự khờ dại của người ấy”.

Những người bạn quen biết

Dạng tác dụng đòn bẩy thứ tư là *sự tiếp xúc*. Việc quen biết những người có uy tín và những người họ quen biết có thể mở ra các cánh cửa cho bạn không phải trải qua những năm tháng làm việc cực khổ. Tính chất và số lần tiếp xúc của bạn và mối quan hệ của

bạn sẽ tạo ra nhiều khả năng thực hiện thành công hơn bất cứ yếu tố nào khác. Quen biết một người vào đúng thời điểm và ở địa bàn thích hợp có thể làm thay đổi quá trình hoạt động trong cuộc đời bạn.

Sau đây là 3 việc bạn có thể làm để mở rộng các mối quan hệ giao tiếp: liệt kê danh sách những người này, các mối quan hệ thường xuyên và mối liên quan với cộng đồng của bạn.

Lập danh sách

Trước hết, hãy lập một danh sách 25 người tốt nhất ở địa phương hoặc ở trong nước mà bạn cảm thấy là danh sách những người bạn cần quen biết này sẽ hữu ích. Khai triển một chiến lược để gặp từng người trong 12 tháng tới. Sau đó lập thêm danh sách 25 người nữa.

Liệt kê những người đứng đầu các công ty lớn mà bạn cần quen biết sẽ có ích. Liệt kê các người có quyền chức trong chính phủ. Liệt kê những nhân vật quan trọng bạn cần quen biết sẽ có ích, rồi lập kế hoạch gặp gỡ họ.

Mối quan hệ thường xuyên

Tạo mối quan hệ ở mọi cơ hội. Tham gia hiệp hội doanh nghiệp và thương mại của bạn. Tham dự các cuộc họp. Liên hệ giao tiếp. Làm tình nguyện viên phục vụ một ủy ban quan trọng. Chỉ với hoạt động này đã đỡ mất nhiều năm ra lăn lộn trên con đường sự nghiệp của nhiều người, kể cả chính tôi.

Một lần tôi đang thuyết trình cho phòng thương mại, tôi được một quan chức ở một trong các ủy ban quan trọng để mắt đến. Về sau ông ta đến chỗ tôi và muốn tôi làm với số lương cao gấp ba lần mức lương ở công ty tôi đang làm.

Nhờ vậy tôi đã nhảy vọt trong sự nghiệp của mình lên gấp 5 năm. Bạn tạo được mối quan hệ quen biết vào mọi cơ hội rất quan trọng.

Liên hệ cộng đồng của bạn

Một cách khác để mở rộng các mối giao tiếp là liên hệ với các tổ chức dịch vụ cộng đồng. Những người có máu mặt nhất thường ở trong mọi cộng đồng, người bạn cần phải quen biết và người ấy cần biết bạn, thì thường liên quan đến các dịch vụ công cộng ở phương diện nào đó. Bắt đầu ngay từ trong thành phố của bạn hoặc liên hệ với bất kỳ hội từ thiện nào bạn muốn giúp đỡ hoặc bạn quan tâm. Liên hệ với giáo hội hoặc chính đảng của bạn. Bạn sẽ phải ngạc nhiên về năng lực của người bạn sẽ gặp khi làm công việc của tình nguyện viên.

Bạn là một thiên tài

Tính sáng tạo là một dạng tác dụng đòn bẩy. Nhớ là bạn chỉ cần một ý tưởng mới để bắt đầu cơ nghiệp. Mọi người đều có khả năng theo đuổi ý tưởng sáng tạo và các giải pháp nếu họ tìm kiếm chúng. Khía cạnh để làm giàu này quan trọng đến nỗi chúng tôi phải dành toàn bộ một chương (chương 8) để trình bày với bạn cách khơi mở khả năng sáng tạo bẩm sinh của bạn.

Hoàn tất công việc

Các thói quen làm việc tốt là một dạng tác dụng đòn bẩy có thể giúp ích cho bạn. Các thói quen làm việc tốt tạo cho bạn độ sắc bén hơn những người khác trong lĩnh vực của bạn. Chúng giúp bạn nổi bật và làm cho người có thể giúp bạn để ý tới bạn.

Trong mọi cuộc nghiên cứu, dường như các thói quen làm việc tốt sẽ mở rộng cửa cho bạn nhanh hơn hầu như mọi phẩm chất

khác mà bạn có thể phát huy. Cuối cùng bạn sẽ luôn luôn được trả lương theo tỉ lệ đúng với kết quả bạn làm được cho chủ doanh nghiệp. Nếu bạn được tiếng là người hoàn thành công việc nhanh chóng, là người luôn luôn được cho rằng đạt được các kết quả theo yêu cầu, thì chỉ như thế mới có thể đưa bạn vào con đường thăng tiến sự nghiệp của mình nhanh chóng.

Thái độ tinh thần tích cực

Một dạng khác của tác dụng đòn bẩy mà bạn có thể phát huy là *tinh cách tích cực*. Mọi cuộc nghiên cứu về những người thành công cho thấy rằng càng có nhiều người quý mến bạn, thì bạn càng có nhiều cơ hội để thăng tiến. Nếu họ thích bạn, người ta sẽ làm mọi thứ có thể để giúp bạn thành công. Khả năng kết thân với những người khác của bạn, để giao tiếp gây được ấn tượng, thành người vui tươi và lạc quan, sẽ khiến cho người ta muốn giúp bạn dù bạn đi tới bất cứ nơi đâu.

Nhà văn và là nhà nghiên cứu Daniel Goleman đã trở thành nổi tiếng nhờ vào “*năng lực cảm xúc*”. Ông ta kết luận rằng khả năng kết thân tốt với người khác của bạn quan trọng cho sự thành công của bạn hơn chỉ số thông minh (IQ) hoặc trình độ tốt nghiệp ở một trường đại học danh tiếng. Ông ta kết luận rằng đa số những người đạt đến đỉnh cao của sự thành công bằng cách phát huy khả năng gây ảnh hưởng, giao tiếp, thuyết phục và làm cho người ta tin tưởng vào ý kiến của họ.

Peter Drucker nói rằng ba công cụ chính của nhà quản trị là *hội họp, thuyết trình và soạn thảo văn bản*. Sở trường về mỗi lĩnh vực này có thể học được qua việc thực hành và ứng dụng. Ngay hôm nay phải quyết tâm trở thành một người diễn đạt xuất sắc. Nằm lấy các dịp nói chuyện trước công chúng. Nghiên cứu và thực tập nghệ thuật đàm phán. Đến 85% sự thành công của bạn sẽ được xác định bởi khả năng giao tiếp tốt của bạn với người khác, vì

vậy, ngay hôm nay, hãy quyết tâm trở thành một chuyên gia về các mối quan hệ nhân sự.

Yếu tố may mắn

Một yếu tố khác của sự thành công được đề cập nhiều lần trong những câu chuyện về những người giàu có là *yếu tố may mắn*. May mắn là một dạng tác dụng đòn bẩy và nó là một phần của mọi sự thành công lớn. May thay, vận may đa phần có thể đoán trước và nó xảy đến với người ta vì những lý do riêng biệt. Ở nhiều phương diện, trên thực tế bạn tạo ra vận may cho chính mình qua các việc bạn làm hoặc không làm được.

Vận may phần lớn là một vấn đề *xác suất*. Có xác suất hầu như bất cứ cái gì đều có thể xảy ra và các xác suất sau có thể tính toán với độ chính xác đáng kể. Trong gần như mọi trường hợp, bạn có thể tăng hoặc giảm khả năng điều gì đó có thể xảy ra hoặc không xảy ra. Đây là chủ đề trọng tâm của cuốn sách có tựa *Tạo vận may của bạn* (của John Wiley & Con trai, 2003).

Thí dụ, có một xác suất nhất định là bạn sẽ bị chết trong một tai nạn giao thông. Nhưng bạn có thể giảm bớt xác suất này bằng cách giữ mình luôn tỉnh táo không uống rượu, lái xe cẩn thận và thắt đai an toàn. Một số người mà cả cuộc đời họ phải lái xe và không bao giờ bị tai nạn hoặc bị phạt vì chạy quá tốc độ quy định.

Kiểm một triệu?

Có một xác suất 5% là bạn sẽ trở thành một nhà triệu phú trong quá trình cuộc đời làm việc của bạn. Điều này cũng có nghĩa là có xác suất 95% bạn sẽ không tiết kiệm được một triệu đô la. Thậm chí bạn có thể làm việc suốt đời và lúc về hưu bị túng thiếu hoặc phải sống nhờ vả vào người khác. Một trong những mục đích chính của cuốn sách này là để giúp bạn tăng khả năng có thể đạt

được sự sung túc tài chính bằng cách trình bày với bạn những kiến thức và các công cụ thực tế để bạn đạt được 5% xác suất ấy.

Thí dụ, một thứ chúng ta biết là vận may xảy đến từ trong sự hoạt động. Nhiều thứ bạn cố gắng làm và bạn càng cố gắng làm nhanh chóng hơn thì bạn càng có nhiều khả năng sẽ cố gắng làm được điều chính đáng hợp thời mà nó sẽ đưa bạn đến thành công như mong đợi. Bill Gates là người giàu nhất trên thế giới, nhưng công ty Microsoft có khoảng 1.600 dự án khác nhau trong nhiều giai đoạn phát triển khác nhau ở bất kỳ thời điểm nào. Ông ta phải liên tục làm việc để tăng thêm xác suất công ty ông sẽ theo kịp những điều mới lạ và có lợi nhuận cao.

Nhiều việc Bill Gates thử không đi đến thành công. Thực ra là phần lớn các thứ đều không có tác dụng vào lần đầu và thường không tác dụng trong 10 lần đầu. Tuy nhiên, nếu bạn tiếp tục thử các việc mới và học được từ mọi sự thất bại, thì bạn chắc chắn sẽ phát huy được các kỹ năng và kinh nghiệm bạn cần có để thành công.

Học liên tục và sẵn sàng

Tục ngữ có câu, “Vận may chỉ đến với người biết chuẩn bị để đón lấy cơ hội”. Bạn càng bỏ nhiều thời gian để học hỏi và chuẩn bị cho lĩnh vực bạn chọn, thì dường như bạn càng có nhiều vận may. Bạn càng chuẩn bị tốt hơn, bạn càng vừa nhận biết cơ hội và có khả năng lợi dụng cơ hội khi nó đến được nhiều hơn.

Quan trọng nhất là vận may dường như xảy đến với người có mục đích rõ ràng và kế hoạch hành động chi tiết. ; Khi bạn biết chính xác bạn muốn cái gì và mỗi ngày bạn làm việc siêng năng để đạt được điều đó, thì mọi điều kỳ diệu xảy đến với bạn sẽ đưa bạn và mục đích của bạn thu hẹp lại với nhau nhanh hơn.

Khi bạn tin chắc vào các mục đích của mình, bạn sẽ thúc đẩy *quy luật hấp dẫn* và bắt đầu thu hút được người đời, các ý tưởng, đến hoàn cảnh và tài nguyên của bạn để giúp bạn đạt được các mục đích. Sự trùng khớp may mắn ngẫu nhiên và vận may xảy ra bất ngờ giúp bạn tìm ra phương kế mà bạn không thể hiểu nổi. Tôi sẽ trình bày thêm về việc tạo lực hút đồng tiền và thu hút sự may mắn ở chương kế tiếp.

Phát triển sức mạnh cá nhân

Sinh lực là một dạng tác dụng đòn bẩy mà bạn có thể phát huy để làm giàu bằng cách của chính mình. Đa số những người thành công đều có mức sinh lực cao hơn những người bình thường. Vì vậy họ có thể làm việc lâu hơn, chịu cực hơn, rất hăng hái và bền bỉ. Họ không hay nản lòng và có thể bật dậy từ các vấn đề không sao tránh khỏi và những khó khăn tất yếu xảy ra trên đường đi đến thành công.

Do đó để thành công lớn nhất thiết bạn phải biết tổ chức lối sống đi cùng với chế độ ăn uống lành mạnh, luyện tập thể dục thích hợp và nghỉ ngơi thích đáng. Thí dụ, một thói quen thường thấy ở hầu hết những người thành công là xem TV rất ít và đi ngủ sớm. “Ngủ sớm, thức sớm” dường như làm cho người ta “mạnh khỏe, giàu có và khôn ngoan”. Người thành công tổ chức thời gian và lối sống của họ để họ có thể thức dậy sớm và đặt ra kế hoạch cho các hoạt động mỗi ngày, trong khi người bình thường vẫn còn ngủ. Chỉ một thói quen này đã có thể tạo cho bạn sự sắc bén hơn đối thủ cạnh tranh.

Chọn công việc thích hợp

Một dạng tác dụng đòn bẩy khác mà bạn có thể phát huy để kiếm tìm sự giàu có là chọn công việc thích hợp. Việc chọn công việc thích hợp có lẽ là dạng tác dụng đòn bẩy quan trọng nhất. Một

mô thức chung của người thành công và giàu có, ngoài khả năng kiểm chế đam mê là *họ phải yêu nghề*. Quyết định quan trọng nhất mà bạn từng phải đưa ra trên bước đường sự nghiệp của bạn là chọn nghề nghiệp thích hợp cho mình.

Chỉ có thể để làm việc chăm chỉ, vượt qua trở ngại, bền bỉ để đi tới thành công khi bạn làm công việc mà bạn quan tâm, công việc mà nó gây cho bạn phải quan tâm và hoàn toàn thu hút bạn. Thật ra, nếu bạn không yêu nghề đủ để muốn trở nên thật xuất sắc, bạn nên tìm công việc khác mà bạn có thể trở nên say mê nó. Nếu bạn vẫn ôm mãi công việc mà nó không làm cho bạn hưng phấn, bạn có nguy cơ lãng phí thời gian và cuộc đời của bạn.

Câu hỏi 1 triệu đô-la

Đây là câu hỏi dành cho bạn: *Nếu ngày mai bạn trúng số được một triệu đô la, liệu bạn còn tiếp tục làm công việc hiện thời của bạn nữa không?* Nếu câu trả lời là “Không” thì trách nhiệm đầu tiên của bạn phải thú nhận là bạn đang đi không đúng đường. Mục đích của bạn phải bắt đầu tìm kiếm công việc thích hợp nhất hoặc vị trí lý tưởng. Bạn phải nguyện với lòng mình là tìm cho bằng được nghề bạn yêu thích, cái nghề mà bạn có tiềm năng trở thành vượt trội, cho dù điều đó có phải thay đổi hoặc phải hy sinh như thế nào đi nữa.

Một khi bạn tìm được công việc thích hợp, thì công việc ấy hoàn toàn thích hợp với sự kết hợp duy nhất tài năng, sở thích, năng lực và tính khí của bạn, đó là lúc bạn sẵn sàng bắt đầu tiến bước vào con đường làm giàu của mình.

TRỞ THÀNH MỘT NGƯỜI KHÔNG GIỚI HẠN

Nếu bạn thực sự mong muốn trở nên giàu có, thì không có gì bên ngoài có thể ngăn cản bạn. Mọi người đều có sự bất lợi, giới hạn

và trở ngại có thể hình dung được, nhưng phải tìm đường để vượt qua khó khăn và đi tới thành công lớn.

Bạn có phải đối diện với bao nhiêu trở ngại đi nữa cũng chẳng sao, người khác còn phải gian nan gấp 10 lần như thế, bất chấp những điều đó họ vẫn thành công. Nếu bạn thực sự muốn làm giàu, điều đó chẳng phải phép lạ. Việc trở nên giàu có đòi hỏi phải có mục đích, kế hoạch, biết hạn chế các ham muốn và làm việc chăm chỉ trong một thời gian dài. Tất cả các điều này đều là các phẩm chất bạn có thể học được và phát huy.

Nếu bạn sẵn sàng trả giá cho sự thành công trước và tiếp tục trả giá nó hết lần này đến lần khác, cho đến khi bạn đạt được các mục đích của mình, thì bạn chắc chắn sẽ thành công. Câu hỏi thực tế nhất bạn phải trả lời là *Bạn muốn cái giá phải trả ở mức độ nào?*

BÀI TẬP THỰC HÀNH

- 1.** Hôm nay đưa ra quyết định bạn sẽ đạt được sự sung túc tài chính trong vài năm nữa. Xác định mục đích tài chính cụ thể, đặt ra thời hạn chót, lập kế hoạch và tiến hành thực hiện điều đó hôm nay.
- 2.** Đi ngân hàng mở một tài khoản “tích lũy tài chính”, nơi bạn sẽ bắt đầu xây dựng “pháo đài tài chính” trong vài tháng và vài năm nữa.
- 3.** Lên dự án tương lai cho 10 tới 20 năm và bắt đầu hình dung cuộc sống lý tưởng của bạn. Nó trông như thế nào? Bạn có thể thực hiện ngay các bước nào để bắt đầu làm cho nó trở thành hiện thực?
- 4.** Gắn bó với sở trường trong lĩnh vực bạn chọn. Xác định một kỹ

năng mà nếu bạn luôn luôn thực hiện nó xuất sắc thì kỹ năng ấy sẽ giúp bạn nhiều nhất để làm cho sự đóng góp của mình có giá trị nhiều hơn.

5. Tiến từng bước. Quyết tâm làm hơn những gì bạn được trả cho mỗi ngày, làm điều đó nhanh nhẹn và đáng tin cậy. Trở nên hoạt động có phương hướng.

6. Không chịu chùn bước. Đừng lo về thất bại tạm thời. Tập trung tăng xác suất thành công bằng việc thử thực hiện thêm nhiều việc và bền bỉ mãi.

7. Kiên quyết luôn luôn tích cực và lạc quan bất chấp điều gì xảy ra. Tìm kiếm điểm thuận lợi trong mỗi tình huống và cái hay của mỗi người. Vui vẻ tiến bước trong quá trình làm giàu bằng cách của bạn

“Con đường đi đến sự giàu có, nếu bạn khao khát thì nó đơn giản như con đường đến chợ. Điều đó phụ thuộc chủ yếu vào hai từ, siêng năng và tiết kiệm. Không lãng phí thời gian cũng không tiêu hao tiền bạc, nhưng sẽ khai thác tối đa cả hai điều đó”.

Benjamin Franklin

[1] Phương thức nhờ đó các chủ doanh nghiệp cho quyền chọn chứng khoán để khuyến khích các cán bộ quản lý giỏi và các nhân viên chủ chốt về quyền lợi của tư cách thành viên và cơ hội dự phần vào cơ sở tăng giá trị vốn của công ty được phản ánh bằng giá của các cổ phần thông thường của công ty.

2

TRỞ THÀNH SỨC HÚT ĐỒNG TIỀN

“Để trở thành tất cả những gì bạn có thể là một thách thức lớn. Bạn không thể tin nổi điều gì làm cho tinh thần con người tăng tối đa tiềm năng của mình và vươn nó ra khỏi giới hạn”.

Jim Rohn

Điểm xuất phát của mọi sự giàu có là sự phát triển mà Napoleon Hill gọi là một *sự ý thức về sự thành đạt*. Bạn phải trở thành có ý thức về sự thành công về tài chính từ lâu trước khi bạn đạt được điều đó trong thực tại. Cả cảnh bản cùng lẫn giàu sang đều là kết quả của tầm nhận thức. Bước đi quan trọng nhất bạn phải thực hiện trên con đường đi tới sự giàu có và tiền bạc sung túc là quyết định thay đổi suy nghĩ và khắc sâu vào tâm trí của bạn một niềm tin không thể lay chuyển là bạn có thể và sẽ đạt được các mục đích tài chính của mình. Điều này phải xảy ra trước khi bất cứ điều gì khác xảy ra.

Khi tôi lớn lên, tôi đã bị cuốn hút bởi các câu chuyện về những người thành công và họ đã gây dựng được cơ đồ như thế nào và sao lại đánh mất vận may, rồi sau đó lại gây dựng được sự nghiệp của mình. Nhiều lần tìm hiểu về tầm quan trọng của sự ý thức về thành đạt. Nhưng tôi chưa bao giờ hiểu được đầy đủ ý nghĩa của nó như thế nào mãi cho tới cách nay vài năm. Rồi bất ngờ tôi gặp phải điều đó mà trước đây tôi chưa bao giờ có ý thức như thế. Mọi

khía cạnh của cuộc đời tôi đã tiến bộ đáng kể, nhất là về lĩnh vực tích góp tiền của mà cuối cùng tôi mới hiểu được ý nghĩa của cụm từ *sự ý thức về sự thành đạt*.

THAY ĐỔI SUY NGHĨ ,THAY ĐỔI CUỘC SỐNG CỦA BẠN

Ở chương này, bạn sẽ tìm hiểu về một số nguyên tắc lý thú nhất từng được loài người khám phá trong việc nghiên cứu về những bí mật của thời đại – những bí mật về sức khỏe, hạnh phúc và sự giàu có của cá nhân. Khi bạn hiểu các nguyên tắc quan trọng hoặc các quy luật, thì mọi thứ trong tâm trí bạn có thể được thay đổi và tin tưởng sẽ có thể xảy đến với bạn. Sẽ chẳng có giới hạn nào trừ những thứ bạn tiếp nhận trong tâm trí của mình.

TRÍ TUỆ CHÍNH LÀ CĂN NGUYÊN

Bạn vận dụng đầu óc như thế nào để xác định mọi thứ bạn có hoặc bạn sẽ có. Nói cách khác, bạn chỉ có một tinh thần với một thân xác bạn dùng để cưu mang nó. Mọi thứ trong thế giới nhân tạo đều bắt đầu bằng ý tưởng. Mọi thứ bạn nhìn thấy chung quanh chỉ là sự biểu lộ của tư duy. Toàn bộ cuộc đời bạn là một sự biểu lộ suy nghĩ của bạn. Và từ năng lực suy nghĩ của bạn sẽ xác định chất lượng cuộc sống của bạn, nếu bạn mở mang được chất lượng tư duy, chắc chắn bạn sẽ cải thiện được chất lượng cuộc sống.

Khi bạn bắt đầu nghĩ mình có khả năng đạt được tất cả những mục đích cá nhân và tài chính, hãy kiên định tìm kiếm các phương thế để làm cho chúng trở thành hiện thực, toàn bộ quan điểm về chính bạn và các triển vọng của bạn sẽ thay đổi thành mỹ mãn hơn.

MONG ĐỢI ĐIỀU THIỆN HẢO NHẤT

Quy luật của sự mong đợi cho là bất cứ điều gì bạn mong đợi mà tin là có hoặc không có, thì nó sẽ trở nên đúng như vậy. Nếu bạn mong mình thành công một cách tự tin và giữ vững lòng tin ấy và nếu bạn ứng xử như thể sự thành công của bạn chắc chắn xảy ra thì cuối cùng bạn sẽ đạt được sự thành công đó.

Nếu bạn mong mình sẽ học được điều gì đó từ mỗi kinh nghiệm một cách tự tin, thì bạn sẽ trở nên khôn ngoan và khéo léo hơn từ mỗi lần thất bại hoặc khó khăn. Nếu bạn mong mình sẽ trở nên giàu có nhờ vào việc bạn ứng dụng các tài năng và khả năng vào các cơ hội của bạn một cách tự tin mà vẫn giữ vững thái độ mong đợi tự tin ấy mãi thì rồi điều đó sẽ trở thành hiện thực. Thái độ mong đợi tích cực sẽ tạo cho bạn có thái độ vui tươi, lạc quan và tích cực, thái độ ấy sẽ thu hút được những người có thanh thế quan tâm đến cuộc đời bạn và khiến cho tình hình xảy ra đúng như cách bạn mong đợi chúng xảy đến.

Người thành công mong đợi sự thành công ngay từ trước. Họ mong trở thành nổi tiếng và được người khác yêu thích ngay từ trước. Họ mong học được mọi kinh nghiệm và phát triển lên từ đó ngay từ trước. Sự mong đợi của bạn thật sự lạ lùng là chúng hoàn toàn ở dưới sự kiểm soát của bạn. Chính bạn quyết định chúng sẽ ra sao. Bạn nghĩ sao thì chúng sẽ ra vậy. Hãy luôn mong đợi điều thiện hảo nhất và bạn sẽ ít khi phải thất vọng.

TRỞ THÀNH SỨC THU HÚT SỐNG ĐỘNG

Một trong những nguyên lý có sức mạnh nhất trong vũ trụ là *định luật hấp dẫn*. Định luật hấp dẫn cho rằng *bạn là một nam châm sống*. Định luật này cho rằng những suy nghĩ của bạn sẽ tạo ra năng lượng từ trường phát ra từ bạn và thu hút vào cuộc sống bạn những người và các hoàn cảnh hợp với những suy nghĩ đó. Mỗi suy nghĩ bạn gây được cảm xúc bằng cách này hay cách khác, tích cực hoặc tiêu cực. Giống như một thỏi sắt được mài dũa

thành nam châm, dù bạn có suy nghĩ về sự *khao khát* hoặc các suy nghĩ về *sự lo ngại*, bạn đều có thể thu hút người ta, hoàn cảnh sống và các sự kiện vào cuộc sống của bạn hợp với những suy nghĩ đó.

Có lẽ đây là định luật quan trọng nhất trong tất cả các định luật của trí tuệ giải thích về sự thành bại và may rủi. Tức là nếu bạn có một hình ảnh rõ ràng về mục đích mong đợi trong tâm trí và bạn luôn luôn có ý tưởng đó trong đầu, thì chắc chắn bạn sẽ vẽ được hình ảnh đó vào cuộc sống thành những tài nguyên bạn cần để đạt đến đích.

Người ta trở nên giàu có hoặc thành công nhờ vào tâm trí họ luôn nghĩ mình chắc chắn sẽ giàu và thành công cho tới khi họ thể hiện được điều đó vào cuộc sống thành các phương kế cần thiết để thực hiện đến đích. Bạn chỉ cần khắc họa vào tâm trí điều bạn thực sự *muốn* và không bận tâm đến những điều bạn *không muốn*, cho tới khi các khao khát thật sự của bạn bắt đầu trở thành hiện thực ở thế giới chung quanh bạn.

TRONG SAO THÌ NGOÀI VẬY

Định luật tương ứng rất mạnh. Định luật này cho là *trong sao thì ngoài vậy*. Định luật này giải thích rằng ở bên ngoài bạn như một tấm gương phản chiếu cho bạn những gì đang xảy ra trong thâm tâm của bạn. Định luật tương ứng cho rằng mọi chuyện xảy ra bên ngoài bạn tương ứng với những gì đang xảy ra bên trong bạn. Ở cả mức có ý thức và không có ý thức điều này đều đúng. Chẳng có gì có thể xảy đến cho cuộc đời bạn hoặc ở lại trong cuộc đời bạn trừ phi nó tìm thấy trong suy nghĩ của bạn điều tương ứng với nó.

Bạn có thể có được bất cứ điều gì bạn luôn luôn có trong tâm trí. Nếu bạn tin chắc rằng bạn có khả năng đạt được mục đích đặc

biệt và lúc nào bạn cũng có hình ảnh rõ ràng trong tâm trí về mục đích đó thì cuối cùng ở bên ngoài bạn sẽ tương ứng với hình ảnh đó. Khả năng bạn sáng tạo và duy trì hình ảnh trí tuệ đó là cách trắc nghiệm xem bạn có thực sự muốn đạt được mục đích ấy và có tin rằng nó thích hợp với bạn hay không.

Biểu hiện ở ba lĩnh vực

Bạn thấy được định luật tương ứng luôn luôn được biểu hiện ở ba lĩnh vực: Trên các khuôn mặt của người khác, trong các mối quan hệ của bạn và trong sự giàu có của bạn.

Trên khuôn mặt của những người khác

Ở ngoài đời bạn trải nghiệm nơi những người khác sẽ tương ứng chính xác với thái độ của bạn. Bạn sẽ luôn luôn thấy thái độ của mình phản chiếu trên những khuôn mặt của người khác và cách ứng xử của những người chung quanh bạn. Nếu bạn có thái độ lạc quan, tích cực, thì người ta hầu như sẽ luôn luôn phản ứng lại với bạn bằng cách tích cực và vui tươi, ngay cả trước khi bạn mở miệng.

Trong các mối quan hệ

Các mối quan hệ của bạn sẽ phản chiếu chính xác con người bên trong bạn. Khi bạn cảm thấy hạnh phúc, ân cần và thương yêu thì các mối quan hệ của bạn cũng sẽ hạnh phúc, hòa hợp và yêu thương. Nhưng nếu bạn trở nên tức giận, thiếu kiên nhẫn hoặc lo sợ vì bất cứ lý do nào dù có ý thức hay không ý thức, bạn sẽ thấy ngay điều này phản ảnh trong các mối quan hệ của bạn, nhất là ở nhà và nơi làm việc.

Ở sự giàu có của bạn

Lĩnh vực thứ ba định luật tương ứng thể hiện liên quan đến sự

giàu có của bạn. Thành quả giàu có và tài chính ở bên ngoài sẽ là hình ảnh phản chiếu nội tâm của bạn sẵn sàng cho sự thành công về tài chính. Bạn càng nuôi trong đầu ý muốn, lời hứa, hình ảnh và các mục đích kiếm tiền và tích góp tiền bạc, thì những điều này càng mau xuất hiện ở thế giới chung quanh bạn.

CÁC ĐỊNH LUẬT KHÔNG THIÊN VỊ

Định luật mong đợi, hấp dẫn và tương ứng không thiên vị ai. Các định luật này có thể tác động hai mặt đối với bạn, thuận hoặc nghịch tùy theo cách suy nghĩ của bạn. Các định luật này sẽ làm bạn hạnh phúc hoặc bất hạnh, khỏe mạnh hoặc yếu đuối, giàu có hoặc bần cùng. Chúng sẽ giúp ích hoặc làm khổ bạn tùy theo cách bạn vận dụng chúng.

Phần duy nhất của phương trình trí tuệ bạn có thể kiểm soát là cách bạn suy nghĩ. Khi bạn buộc mình phải duy trì tư duy ý thức về những điều bạn muốn và những hình ảnh về sự giàu sang, sung túc, cuối cùng các định luật này sẽ định hình cuộc đời thực tại bên ngoài của bạn để phản ánh chúng về mọi chi tiết. Nếu bạn nhất quyết nghĩ đến việc làm giàu thì cuối cùng bạn sẽ trở nên giàu có.

BẠN BỎ VÀO CÁI GÌ THÌ NÓ XÁC ĐỊNH BẠN LẤY LẠI ĐƯỢC CÁI ĐÓ

Một trong những nguyên tắc quan trọng nhất trong Tân Ước (Kinh thánh) là *quy luật gieo và gặt*. Luật này cho là “Người ta gieo bất cứ thứ gì, thì người ta cũng sẽ gặt được thứ đó.” Nói cách khác, bạn bỏ vào bất cứ thứ gì thì bạn cũng sẽ lấy ra thứ đó. Một số người cảm thấy rằng điều này không công bằng, sở dĩ như vậy vì họ không hiểu ý nghĩa đích thực của câu nói này.

Trong thế giới hiện đại, bạn nghe nói *người giàu lại càng giàu hơn*,

người nghèo lại càng nghèo hơn. Tại sao xảy ra như vậy? Lý do không có gì phức tạp. Dựa vào các định luật tương ứng, hấp dẫn và mong đợi, thực ra tất cả căn nguyên là ở trí tuệ người ta giữ mãi quyết tâm làm giàu và lúc nào cũng có ý định kiếm được một triệu đô la. Họ gieo các ý tưởng tốt và họ gặt cuộc sống tốt. Họ càng suy nghĩ cách làm giàu và thành công kinh tế, họ càng kiếm được nhiều tiền và họ càng trở nên giàu có.

SUY NGHĨ TIÊU CỰC XUA ĐUỔI TIỀN CỦA ĐI

Trong lúc người ta cứ mãi mê lo lắng kiếm tiền bằng lối suy nghĩ tiêu cực thì điều đó sẽ xua đuổi tiền của ra khỏi họ và tăng thêm các vấn đề tài chính cho họ. Rốt cuộc họ kiếm được tiền của chẳng đáng là bao so với khao khát hoặc còn tệ hơn khả năng của họ có thể làm được và thường thường họ phải chìm ngập trong nợ nần. Họ gặt những gì họ đã gieo. Họ trở nên những gì họ đã nghĩ.

Mot số người nhồi nhét trong đầu toàn những suy nghĩ về sự khó khăn, thiếu thốn, nghèo nàn và không thể đủ sức lo cho cuộc sống được tốt đẹp. Họ lúc nào cũng nghĩ đến mọi khoản chi phí mắc mớ mà họ chẳng có bao nhiêu tiền. Họ suy nghĩ và lo lắng về thất bại nhiều hơn thành công. Do đó họ bị tiêm nhiễm mãi ý tưởng nghèo nàn. Họ gieo các ý tưởng túng thiếu và họ gặt được cuộc sống thất bại về tài chính.

HÃY NGHĨ NHƯ NGƯỜI GIÀU NGHĨ

Phần lớn thời gian người giàu thường nghĩ về cái gì và ngay từ lâu khi họ chưa giàu họ nghĩ về cái gì? Dựa vào hàng ngàn cuộc phỏng vấn, chúng tôi tìm thấy rằng người giàu nhồi nhét trong đầu họ những tư tưởng, các khẩu hiệu, hình ảnh về sự giàu có, sung túc, thành công, năng suất và các giải pháp cho các vấn đề ở thương trường. Họ nghiên cứu sách vở, tạp chí đề cập đến những

người giàu có khác và cho thấy rõ các phần thưởng cho cách làm giàu sáng tạo. Họ nghĩ về nhà đẹp, xe hơi, quần áo và các kỳ nghỉ. Lúc nào họ cũng mong hưởng được những thứ sang trọng này như kết quả từ công sức của họ.

Một trong những nguyên tắc làm giàu là nếu bạn muốn thành công, bạn phải tìm ra những suy nghĩ nào làm cho con người không tiến bộ và dứt khoát không suy nghĩ theo cách đó. Thay vào đó, phải tìm xem những người giàu suy nghĩ như thế nào. Tìm xem họ nghiên cứu học hỏi cái gì và họ dùng thời gian như thế nào. Khám phá xem họ nói, suy nghĩ và đề cập đến cái gì, rồi hãy làm theo như những người giàu đó làm. Tốt nhất hãy gieo những hạt giống vào mảnh vườn trí tuệ mà bạn muốn thấy nó mọc lên chung quanh cuộc đời bạn.

NGỰA HAY NGỰA CHẠY ĐƯỜNG DÀI

Một nguyên tắc quan trọng giải thích cách người làm giàu từ bàn tay trắng như thế nào, được gọi là định luật tích lũy. Định luật này cho là *mọi thứ vĩ đại và đáng giá trong đời người là do sự tích lũy hàng trăm, nếu không nói là hàng ngàn công sức và sự hy sinh rất nhỏ* mà ít người thấy được hoặc đánh giá đúng được nó. Định luật này giải thích sự thành công lớn hiếm khi xảy ra được trong một sớm một chiều hoặc chỉ là kết quả của kinh nghiệm hoặc sự đột phá, mà thay vào đó sự thành công lâu dài phải thu góp và tích lũy dần theo thời gian.

Bạn phải bỏ ra vô số công sức rất nhỏ mà chẳng ai biết hoặc đánh giá đúng được nó trước khi bạn đạt được bất cứ thứ gì đáng giá. Về phương diện nào đó, sự thành công về tài chính phát triển lên giống như hòn tuyết lăn. Hòn tuyết bắt đầu rất nhỏ, nhưng vì lăn mãi, nó to dần lên và tích lũy thêm hàng triệu bông tuyết cho tới khi thành một khối tuyết lớn. Chẳng mấy chốc không gì có thể ngăn chặn nó và nó quét đi mọi thứ ở phía trước nó.

HỌC NHỮNG GÌ BẠN CẦN HỌC

Ba lĩnh vực quan trọng trong định luật tích lũy đối với sự thành công về tài chính là kiến thức, tiền của và kinh nghiệm. Các lĩnh vực này được đề cập nhiều lần trong sách này vì chúng thật quan trọng.

Kiến thức là sức mạnh

Kiến thức là sức mạnh và là một nhân tố quan trọng tạo ra tác dụng đòn bẩy bạn cần để tự mình nhân các cơ hội lên nhiều lần. Khối lượng kiến thức của bạn là kết quả của hàng trăm, hàng ngàn các thông tin nhỏ bạn thu lượm được và tích lũy dần theo thời gian.

Bất cứ ai có cơ sở kiến thức rộng đều phải dành ra hàng ngàn giờ gây dựng thư viện trong đầu mỗi lần một ý tưởng. Nhờ vào kết quả tích lũy của những năm nghiên cứu và phát triển đó, cá nhân ấy trở nên thông thạo về lĩnh vực mà người ấy đáng được hưởng tiền thù lao và thu nhập nhiều gấp bội so với người không bỏ công thực hiện và chuẩn bị như vậy. Đây là lý do chủ yếu tại sao 20% những người đứng đầu trong bất cứ lĩnh vực nào kiếm được đến 80% tiền của trong lĩnh vực đó. Họ biết nhiều hơn những đối thủ cạnh tranh của họ, do đó đáng được trả lương cao hơn rất nhiều cho sự phục vụ của họ.

Tiết kiệm tiền của

Một lĩnh vực khác mà định luật tích lũy rất quan trọng cho sự thành công liên quan đến *tiền bạc*. Mọi tài sản đồ sộ đều do sự tích góp của hàng trăm và hàng ngàn món tiền nhỏ. Sự giàu có hiếm khi bắt đầu bằng việc làm giàu bốc lên ngay hoặc trúng số, thế nhưng đó là điều nhiều người lại tin và cố gắng để đạt được trong hàng 20 năm, 30 năm. Thay vào đó, của cải và sự giàu có lớn lên

và tích lũy dần dần, từng bước một và chỉ đến với những người đặc biệt tỏ ra có khả năng kiếm tiền và biết giữ nó.

Nơi bắt đầu con đường làm giàu của bạn không ở đâu khác ngoài bạn và ngay bây giờ. Nếu bạn không thể buộc mình thực hiện lối sống căn cơ và bắt đầu tiết kiệm tiền bạc trong hoàn cảnh hiện tại, thì bạn không thể mong đợi phát huy được các phẩm chất này về sau.

Nếu bạn đang tìm một công thức đơn giản để thành công về tài chính, công thức đó gói gọn trong 5 từ: *tiêu ít hơn số kiếm được*. Nơi bắt đầu đối với bạn là dùng ngay khoản tiền bạn có lúc này mở một tài khoản ngân hàng đặc biệt cho “sự sung túc tài chính” và bắt đầu tiết kiệm. Khi bạn tiết kiệm được tiền bạc, bạn sẽ tạo nên được sức thu hút của số tiền đó để nó bắt đầu thu hút càng lúc càng thêm nhiều tiền cho cuộc đời bạn. Khi bạn bỏ thêm các khoản tiền vào tài khoản tiết kiệm để làm giàu, bạn sẽ tạo ra được sức hút lớn hơn mà thậm chí nó còn thu hút thêm nhiều tiền cho cuộc đời bạn.

Để sang một bên

Cách đây vài năm, tôi mở một doanh nghiệp, đối với một chủ doanh nghiệp mới thành lập có thể gây ra mọi sai lầm là chuyện chẳng có gì khó hiểu và tôi bị mất trắng số tiền ấy. Vì thế để cứu vãn về mặt tài chính, chúng tôi đã phải bán nhà để gây vốn. Vào lúc đó vợ tôi quyết giữ vững lập trường của mình và cô ấy đã chán không còn muốn lúc nào cũng phải lo lắng về tiền bạc nữa. Vợ tôi khẳng khái đòi lấy 10.000 đô la ra khỏi số tiền bán nhà và bỏ khoản tiền này vào riêng một tài khoản ngân hàng mà tôi không thể đụng chạm đến được. Vì vợ tôi quá cứng rắn nên tôi phải đồng ý và để cho cô ấy làm điều đó. Bạn biết điều gì xảy ra không? Kể từ thời điểm cô ấy bỏ số tiền đó vào một tài khoản ngân hàng riêng biệt, chúng tôi chẳng bao giờ thiếu tiền nữa.

Cho dù điều gì xảy ra trong những năm tháng sau đó đi nữa, kinh tế và doanh nghiệp có lúc đi lên hoặc đi xuống, nhưng thực tại tiền bạc vẫn có đủ nên chúng tôi không bao giờ phải đụng chạm đến tài khoản tiết kiệm đặc biệt này. Hai năm sau, chúng tôi không còn nợ nần nữa và có thể mua một căn nhà đẹp ở một vùng lân cận trong thành phố.

Tôi đã nói chuyện với nhiều người thành công trong nhiều năm và họ đã cho tôi biết cũng có câu chuyện tương tự như vậy. Họ nói rằng ngay khi họ bắt đầu tiết kiệm tiền bạc của họ và để nó sang một bên, thì số tiền này dường như thu hút được thêm nhiều tiền và các cơ hội đến với cuộc sống của họ. Khi số tiền tiết kiệm tăng lên, họ bắt đầu thu hút người ta và những thông tin để giúp họ có thể đầu tư ngân quỹ của mình một cách khôn ngoan, khiến cho vốn đầu tư của họ càng phát triển nhanh chóng. Có lẽ lý do chủ yếu tại sao phần lớn người ta khi về già vẫn phải nghèo túng là họ chưa bao giờ để khoản tiền tiết kiệm sang một bên để nó bắt đầu lớn lên, *dùng tiền để kiếm tiền*.

Kinh nghiệm thực tế

Định luật tích lũy rất cần thiết cho sự thành công nhờ vào kinh nghiệm ở lĩnh vực đó. Người thành công về bất cứ lĩnh vực nào hầu như luôn luôn là người có quá nhiều kinh nghiệm về lĩnh vực đó so với người bình thường. Dù nó thuộc ngành thương mại hoặc chủ doanh nghiệp hay quản lý hoặc bán hàng hay đầu tư, diễn thuyết hoặc viết văn hay bất cứ nghề nghiệp khác, kinh nghiệm làm cho người ta nổi bật.

Có nhiều cuộc nghiên cứu và ý kiến về vấn đề tinh thông. Ý kiến nhất trí của các chuyên gia cho là nền tảng của sự tinh thông về bất cứ lĩnh vực nào đều dựa vào sự công nhận theo khuôn mẫu. Đây là khả năng của cá nhân “liên kết giữa các điểm” khi đối diện với tình huống giống với tình huống trước đó. Một người càng

trải qua nhiều tình huống khác nhau thì người ấy ghi lại càng nhiều khuôn mẫu và đưa ra quyết định hợp lý nhanh hơn khi sự kiện mới hoặc khác biệt xảy ra.

Chấp nhận thất bại

Phẩm chất về sự công nhận khuôn mẫu này áp dụng vào mọi lĩnh vực. Từ ngành luật và ngành y học cho tới đàm phán, bán hàng và làm chủ doanh nghiệp. Các chuyên gia đồng ý là đối với bất cứ nghề nghiệp nào bạn phải cần 5 tới 7 năm và 10.000 giờ trải nghiệm mới có được tay nghề thành thạo. Và cách duy nhất để có được kinh nghiệm là phải chấp nhận thất bại, dùng phương pháp thử để biết đúng sai, rồi sau đó rút ra bài học kinh nghiệm.

Kẻ thù lớn nhất của sự tinh thông và phần thưởng to lớn đi với thành tích tốt nhất trong lĩnh vực của bạn là “tâm vùng có khuynh hướng thỏa mãn”. Phần đông người ta thỏa mãn về mức thành tích và thành quả thấp đến nỗi chính sự suy nghĩ thử làm việc gì đó mới mẻ và khác biệt sẽ khiến cho họ hết sức băn khoăn. Nhiều người không đủ can đảm mạo hiểm cần thiết để thoát khỏi vùng có khuynh hướng thỏa mãn vì họ e rằng sẽ bị thất bại.

Nhưng thực ra là cho tới khi bạn thoát khỏi vùng có khuynh hướng thỏa mãn và mắc phải sai lầm sẽ cho bạn kinh nghiệm cần thiết để thành công, vùng có khuynh hướng thỏa mãn không làm cho bạn phát triển và trở nên có khả năng kiếm được đồng tiền bạn muốn. Nói cách khác, muốn thành công thì phải chấp nhận thất bại. Bạn chỉ thành công được bằng cách dám mạo hiểm vào nơi không có gì là bảo đảm cho sự thành công. Nếu bạn không hay gặp thất bại, thì bạn chẳng bao giờ thành công lớn.

SỰ THẬT VĨ ĐẠI

Sau đây là bí quyết của định luật tích lũy. Mọi thứ đều có giá trị

(âm hoặc dương)! Mọi thứ bạn làm hoặc không làm được đều có giá trị nào đó. Khi bạn đã đặt mục đích cho chính mình, thì mọi thứ bạn làm sẽ đem lại lợi ích hoặc gây tác hại. Chẳng có gì không ăn nhập. Người ta vấp phải sai lầm lớn nhất là họ nghĩ điều gì đó chỉ có giá trị nếu họ khẳng định nó có giá trị hoặc họ sẽ tính đến nó. Nhưng theo nguyên tắc thì nếu nó không đem lại lợi ích thì nó sẽ gây tác hại. Nếu nó không cộng thêm thì nó có thể trừ đi.

Khi bạn đặt ra mục đích làm giàu, bạn phải đặt mình vào toàn bộ các nguyên tắc mới và mọi thứ sẽ có giá trị nào đó từ ngày ấy trở đi. Khi bạn đọc một cuốn sách, nghe một chương trình phát thanh, dự một buổi hội thảo chuyên đề bổ sung hoặc khóa học để nâng cao khả năng kiếm tiền của bạn, bạn đi ngủ sớm, thức dậy sớm, tất cả đều có giá trị. Khi bạn đặt trước kế hoạch từng ngày và giải quyết các công việc quan trọng nhất trước khi bạn làm bất cứ chuyện gì khác, tất cả đều có giá trị. Mọi hành động hữu ích và tích cực sẽ cộng vào bên có (+) của tài khoản sổ cái của bạn.

Đừng lãng phí thời gian

Nhưng nếu bạn bỏ thời gian vào các buổi tối xem truyền hình, giao lưu với bạn bè, giết thời gian vào các hoạt động vô bổ, chẳng đem lại mấy giá trị, thì tất cả cũng đều phải trả giá và nó sẽ ghi vào bên nợ (-) của tài khoản sổ cái. Giống như một công ty thành công có bảng cân đối tài khoản dư có (++) , bạn cũng có bảng cân đối tài khoản như vậy. Bạn tạo được cuộc sống giàu sang cho chính mình khi bạn tích lũy thêm thật nhiều điểm vào bên có hơn bên nợ. Cũng giống như việc hạch toán tài chính, mọi chuyện đều phải tính đến.

Sau đây là một điểm quan trọng. Nếu những gì bạn đang thực hiện sẽ đưa bạn tới đích hoặc ra khỏi đích của bạn. Chẳng có gì không ăn nhập. Những gì bạn làm sẽ đưa bạn tới những thứ bạn muốn hoàn thành trong cuộc sống, trở thành người bạn muốn,

của cái bạn muốn tích góp hoặc sẽ làm bạn mất đi những điều đó. Mọi thứ đều có giá trị của nó (+/-). Đây là một trong những sự ứng dụng quan trọng nhất của định luật tích lũy trong cuộc sống của bạn.

BẠN SẼ THẤY KHI BẠN TIN

Định luật tin tưởng có ảnh hưởng lớn với cuộc sống của bạn. Định luật này cho rằng *bất cứ bạn tin tưởng cái gì thì nó trở thành thực tại của bạn*. Bạn không cần tin những gì bạn thấy; thay vì thế, bạn thấy những gì bạn đã tin. Niềm tin của bạn dẫn dắt bạn thấy chính mình và cuộc đời của bạn bằng cách nào đó. Nếu bạn tin mãnh liệt điều gì đó là đúng thì bạn sẽ nghĩ, cảm nhận và hành động theo cách đó và thái độ của bạn sẽ xác định các kết quả của bạn. Niềm tin của bạn sẽ trở thành thực tại của bạn.

Tâm trí của bạn được sáng tạo đến nỗi bạn có khuynh hướng bỏ qua hoặc che khuất bất cứ thông tin nào đến với bạn mà nó trái ngược với những gì bạn đã tin là có thật, dù niềm tin của bạn dựa vào thực tế hay chỉ là giả tưởng.

Não trạng của những nhà triệu phú

Đây là một khám phá quan trọng: Những người dự định sẽ thành công tuyệt đối tin là sớm muộn gì họ cũng sẽ thành công. Họ tin mọi chuyện sẽ xảy đến với họ dù tích cực hay tiêu cực đều là một phần trong kế hoạch lớn mà cuối cùng sẽ làm cho họ thành công. Họ không tán thành, suy nghĩ tới hoặc đề cập tới khả năng thất bại. Khái niệm không thành công không bao giờ lóe lên trong ý nghĩ của họ. Thậm chí họ chẳng bao giờ xét đến khả năng thất bại.

Bạn sẽ luôn luôn ứng xử sự việc bên ngoài nhất quán với niềm tin thực sự ở bên trong. Khi bạn hoàn toàn tin vào mình là *bạn là một*

người thành công chỉ còn đợi chỗ thích hợp phải đến, bạn sẽ hoàn toàn khác với người vẫn còn nghi ngờ khả năng thành công của mình. Khi bạn phát huy được ý thức về sự thành đạt, bạn sẽ trở nên tin tưởng là có một kế hoạch chung làm cho bạn thành công và mọi chuyện xảy đến với bạn là một phần trong kế hoạch ấy.

Bạn sẽ bắt đầu thấy những điều tốt đẹp trong mọi lần tụt hậu hoặc khó khăn. Bạn sẽ rút ra được các bài học giá trị từ mọi thất bại hoặc vấn đề tạm thời. Giống như Henry Ford, bạn sẽ tự tin nói là “Thất bại chính là cơ hội để bắt đầu làm lại một cách khôn ngoan hơn.” Bạn sẽ phát huy ý thức mà bạn tuyệt đối tin rằng sự thành công về tài chính của bạn chắc chắn sẽ xảy ra.

Bạn sẽ tạo được bước nhảy vĩ đại từ việc suy nghĩ tích cực tới sự hiểu biết tích cực. Đôi khi suy nghĩ tích cực có thể là khát khao hoặc hy vọng, một sự khỏa lấp nỗi lo sợ và hoài nghi. Nhưng hiểu biết tích cực lóe lên trong ý nghĩ khi bạn đạt tới trạng thái xác tín mà bạn tuyệt đối tin tưởng dù cho bất cứ điều gì xảy ra bạn cũng sẽ thành công. Theo quan điểm này, không gì có thể ngăn chặn được bạn.

KIÊN QUYẾT TRẢ GIÁ

Một phẩm chất cá nhân quan trọng làm nền tảng cho mọi sự thành công vĩ đại là *sức mạnh ý chí*. Sức mạnh ý chí cần thiết cho sự hoàn thành bất cứ việc gì đáng giá. Sức mạnh ý chí dựa vào niềm tin, vào sức thuyết phục và dựa vào lòng trung thành. Nó dựa vào niềm tin của bạn có khả năng vượt thắng mọi trở ngại. Và giống như mọi phẩm chất khác, bạn có thể phát huy sức mạnh ý chí bằng cách luyện tập nó bất cứ khi nào cần phải có sức mạnh ý chí.

Bạn có thể phát huy sức mạnh ý chí và sức mạnh của tính cách hơn nữa bằng cách kiên trì bỏ một thói quen nào đó bất cứ khi

nào bạn muốn. Bạn phát huy sức mạnh ý chí nhiều hơn bằng cách buộc mình mỗi ngày phải làm việc cho các mục đích quan trọng nhất của mình, thậm chí khi còn cả ngàn thứ khác bạn có thể làm. Bạn có thể phát huy sức mạnh ý chí bằng cách đọc các tiểu sử về những người thành công có được các vinh quang nhờ vào sự chiến thắng của sức mạnh ý chí.

Bạn càng nuôi chí lớn trong đầu nhất định thành công, bạn càng có thể phát huy được sức mạnh ý chí cần thiết để đẩy bạn vượt khỏi trở ngại và đi qua được những khó khăn bạn phải đương đầu trên con đường đi đến thành công.

KHÔNG PHẢI CHO MỌI NGƯỜI

“Nhiều người được gọi, nhưng ít người được chọn.” Mọi người khởi đầu cuộc đời bằng những mơ ước, hy vọng và tưởng tượng rồi cách này hay cách khác mình sẽ trở nên giàu có. Ngày nay sống ở Hoa Kỳ, một nước phồn thịnh nhất có lẽ chính là thời cơ tốt nhất trong suốt lịch sử con người. Chưa bao giờ có nhiều người đạt được các mục đích tài chính của họ nhiều hơn thời nay. Tuy nhiên, thực tế thì sự thành công đó hiếm có.

Chỉ có duy nhất một người trong số một trăm người trở nên giàu có trong quá trình làm việc của cuộc đời họ. Chỉ 5% số người đạt được sự độc lập tài chính mà họ có đủ tiền tài trợ cho cuộc sống phong lưu của họ mà không phải đi làm lại nữa. Điều này có nghĩa bạn tính được tỷ lệ là cứ 20 người thì có 1 người cuối cùng đạt được cuộc sống tiền bạc sung túc.

TRỞ NÊN NGHIÊM TÚC

Thực ra cách tốt nhất mà bạn định đạt được các mục đích tài chính là lúc bạn coi vấn đề này không phải là chuyện đùa và trở nên thực sự nghiêm túc. Sự thành công về tài chính không thể là

cái gì đó rồi đây bạn sẽ có được khi mọi thứ đều đầu vào đó. Hoàn cảnh sẽ không bao giờ đúng như ý muốn. Sẽ luôn có lý do để chần chừ, nhưng cái giá phải trả cho điều đó quá cao. Bạn phải hết sức nghiêm túc và phải nghiêm túc ngay từ hôm nay. Nhớ là mọi thứ đều có cái giá của nó.

Mỗi lần tôi gặp một người sau khi lặn lội làm ăn trong nhiều năm đã trở nên thành đạt và kiếm được nhiều tiền, tôi hỏi, “Bước ngoặt cuộc đời bạn là gì?” Hầu hết họ đều nhìn tôi hơi khác và nói, “À, tôi quyết định dứt khoát phải thực sự thiết tha với các mục đích tài chính.”

Đôi khi họ trở nên bực mình với chính họ hoặc bực tức khi thấy người khác mà họ cảm thấy kém tài hơn họ lại làm tốt hơn họ. Đôi khi họ thấy cơ hội và quyết định nhảy tóm lấy nó. Dù trường hợp nào đi nữa họ cũng phải phá bỏ vùng có khuynh hướng thỏa mãn và phải nhất quyết mạo hiểm. Để vượt khỏi các đối thủ cạnh tranh, bạn cũng sẽ phải làm như thế.

CHỊU TRÁCH NHIỆM VỀ CHÍNH MÌNH

Một trong số các câu cách ngôn là “Trước khi bạn làm bất cứ việc gì, bạn phải làm một việc gì khác đã.” Bởi vì sự thành công rất hiếm, có nhiều nguyên tắc bạn phải tìm hiểu nếu bạn muốn đạt được và giữ vững điều đó, nhưng điều bạn phải làm đầu tiên là hoàn toàn kiểm soát được chính mình và cuộc đời của bạn.

Trở thành sức hút đồng tiền đòi hỏi phải phát huy được khả năng thắng được chính mình, sự tự chủ, khả năng tự kiểm chế trước các đòi hỏi. Chịu trách nhiệm về chính mình, về các ham muốn và các thái độ của mình đều rất cần cho bất cứ ai muốn đạt được thành công lớn. Và việc kiểm soát các tư tưởng của bạn là sự tự chủ khó thực hiện nhất rồi bạn sẽ có lúc gặp phải.

Phương pháp liệt kê nhanh

Sau đây là một bài tập cho bạn. Hãy trả lời câu hỏi “Ngay bây giờ, ba mục đích quan trọng nhất trong cuộc sống của bạn là gì?” Bạn phải viết các câu trả lời vào “bảng kê nhanh” khoảng 30 giây.

Sau là bài trắc nghiệm: Quyết tâm suy nghĩ và chỉ nói về ba mục đích này, làm sao bạn có thể đạt được các mục đích này trong 24 giờ nữa. Nhất định không nghĩ hoặc nói đến những chuyện bạn không muốn. Luôn để đầu óc bạn nghĩ đến các mục đích của mình bất cứ khi nào tâm trí bắt đầu buông xuôi.

Bài tập này sẽ cho thấy rất rõ. Khó lòng để tâm vào những gì bạn muốn và không nghĩ đến những gì bạn không muốn trong 24 giờ, bạn sẽ không thể làm được điều đó trong 24 phút. Bài tập này sẽ chứng minh cho bạn thấy bạn khó lòng kiểm soát được tư tưởng và tập trung đầu óc của mình biết bao. Nó cho bạn thấy thực sự bạn nghĩ ra sao? Điều đó sẽ cho bạn thấy rõ tại sao có quá ít người thành công hoặc hội đủ khả năng về bất cứ cái gì. Ít ra ban đầu bạn sẽ thấy việc luôn để đầu óc nghĩ đến những gì bạn muốn sẽ giống như bạn cố điều khiển một chiếc ô tô trên con đường quanh co và không có vô lăng.

Tập trung ý chí

May mắn là sự tập trung vào một điểm và sự tập trung đầu óc là các kỹ năng có thể học được. Chúng là các thói quen bạn có thể phát huy cùng với sức mạnh ý chí và thực hành, thậm chí chúng còn làm cho bạn có thể phát huy sức mạnh ý chí tăng lên nhiều hơn trong tương lai. Đầu tiên khả năng tự chủ không phải dễ tập, nhưng với thời gian luyện tập bạn sẽ đạt đến các điểm mà hầu như bạn luôn luôn có thể giữ đầu óc suy nghĩ đến các mục đích và ước muốn của bạn.

Khi bạn đã kiểm soát được suy nghĩ của mình, thì bạn có thể kiểm soát được các hành vi của bạn. Nếu bạn tự chủ được và buộc mình phải trả giá cho sự thành công từ trước, thì cuối cùng bạn sẽ thành công. Như Zig Ziglar nói “Nếu bạn khó với mình thì cuộc sống sẽ dễ với bạn. Nhưng nếu bạn cứ nhất định dễ với mình thì cuộc sống sẽ rất khó với bạn.” Mọi thứ đều có cái giá của nó. Ngay bây giờ bạn phải quyết tâm chỉ để trong tâm trí mình những tư tưởng nhất quán với ước muốn, đồng thời giữ cho đầu óc bạn tránh khỏi hoài nghi và lo sợ.

BẠN MUỐN CÓ ĐIỀU ĐÓ PHẢI ĐỦ MẠNH LIỆT

Sự thành công về tài chính bắt đầu với khao khát làm giàu mãnh liệt – không phải ước muốn thờ ơ, nhưng là khao khát cháy bỏng trở thành triệu phú luôn luôn ở trong tâm thức. Xúc cảm mãnh liệt, sự tận tụy và quyết tâm ở đây hết sức cần thiết cho bạn giữ vững nghị lực để đương đầu với biết bao nghịch cảnh và những điều làm thất vọng sẽ đến với bạn và tấn công bạn từ mọi phía khi bạn quyết tâm làm giàu.

Người Nhật có câu tục ngữ: “Kiếm tiền giống như moi bằng kim; mất tiền giống như đổ nước lên cát”. Thực ra chúng ta sống ở một thế giới ngày càng cạnh tranh, đầy dẫy những người hết sức quyết tâm kiếm được thật nhiều tiền bao nhiêu có thể. Những người này sẽ bất chấp mọi thứ miễn là moi được của khách hàng, bán với giá quá mắc và giao hàng kém chất lượng và thậm chí tìm cách lường gạt, buôn bán hàng gian hàng giả, lừa đảo và thiếu hiểu biết mà mới đầu bạn không thể nào tưởng tượng nổi.

Để trở nên giàu có, bạn phải tinh như con cáo, luôn phải cảnh giác và đề phòng khả năng về các trường hợp như câu cách ngôn, “Bất cứ cái gì có thể sai lầm sẽ có thể sai lầm”. Bạn sẽ trải qua không biết bao nhiêu sự đảo ngược của thời vận và những lần thất bại không ngờ được. Câu cách ngôn kế tiếp là “Trong tất cả

các điều có thể sai lầm, thì luôn luôn có thể là điều sai lầm tệ hại nhất vào lúc thậm tệ nhất và phải trả với giá cao nhất.”

Người cố vấn giàu có

Nhà tài phiệt Bernard Baruch bắt đầu sự nghiệp của ông là một cậu bé đưa tin trên Phố Wall vào lúc 15 tuổi. Mức lương khởi sự của ông mỗi tuần được 3,5 đô la. Bằng cách thực tập một số nguyên tắc chúng ta đề cập ở đây, nhất là bằng cách trở thành một chuyên gia về lĩnh vực đầu tư, cuối cùng ông đã trở thành một người giàu nhất ở Mỹ và làm cố vấn cho 6 tổng thống Hoa Kỳ, kể cả Franklin D. Roosevelt.

Cách thăm dò giá trị và đầu tư của Baruch đơn giản và minh bạch. Có lần ông nói: “Điều kiện cần thiết đầu tiên để kiếm được nhiều tiền là phải muốn kiếm được nhiều tiền.” Đòi hỏi trước hết là phải đưa ra quyết định rõ ràng, rồi sau đó hỗ trợ quyết định ấy bằng ý chí và quyết tâm. Vô số người chưa bao giờ ngồi nghĩ xem liệu họ có muốn kiếm được nhiều tiền hay không. Họ có thể ước mong, hy vọng và cầu trời sao cho có được nhiều tiền, nhưng họ chưa bao giờ quyết định làm điều đó. Chính xác là bạn phải hết lòng muốn điều đó nếu bạn mong đạt được nó.

ĐỘNG CƠ THÚC ĐẨY

“Những lý do là nhiên liệu cho lò đốt động cơ.” Bạn càng có nhiều lý do muốn trở nên giàu có, bạn càng khao khát thành công về tài chính mãnh liệt và bạn càng quyết tâm phải đạt được điều đó. Mọi động cơ thúc đẩy cần phải có sự khuyến khích nào đó. Động cơ của bạn là gì?

Nếu bạn có một hoặc hai lý do cần phải kiếm nhiều tiền, động cơ thúc đẩy của bạn sẽ không bao nhiêu, chỉ vậy bạn dễ dàng bỏ cuộc khi gặp phải những trở ngại không sao tránh khỏi. Nhưng

nếu bạn có 100 lý do cản trở nên giàu có, thì bạn sẽ giống như một đầu máy xe lửa đổ dốc hết tốc lực. Chẳng có gì có thể ngăn cản được bạn.

Sau là bài tập cho bạn: Lấy một tờ giấy trắng, viết ra 100 thứ bạn sẽ làm, sẽ mua, sẽ có hoặc sẽ đạt được khi bạn có tất cả số tiền bạn muốn. Trước hết bạn đừng ngại phải viết cái gì. Lúc nào bạn cũng có thể xem lại, cộng thêm hoặc trừ đi. Nhưng ít nhất phải viết 100 câu trả lời.

Bài tập này sẽ biến đổi suy nghĩ và cuộc đời của bạn. Nó sẽ làm cho tâm thức của bạn thấy được tất cả những triển vọng to lớn chung quanh bạn. Nó sẽ là động cơ thúc đẩy và khuyến khích bạn, làm cho định luật hấp dẫn hoạt động. Bằng cách viết ra 100 mục đích, bạn sẽ khơi dậy tiềm thức của mình cho bạn những ý tưởng mà bạn có thể áp dụng ngay để đạt được các mục đích đó. Chẳng bao giờ bạn có thể ở tâm trạng giống như thế nữa.

ĐƯA RA NHỮNG MỤC ĐÍCH CỤ THỂ

Một trong các nguyên tắc quan trọng nhất để đạt được sự giàu có là bạn phải đặt ra một loạt các mục đích đi đến thành tựu tài chính. Bạn phải viết chúng ra. Bạn phải đặt ra các thời hạn chót và các thời hạn phụ để hoàn thành và sau đó đưa ra kế hoạch hành động chi tiết cẩn thận để đạt được các mục đích đó. Bạn không thể đạt đến đích mà bạn không nhìn thấy được.

Bắt đầu lập kế hoạch tài chính chi tiết bằng cách phân tích tình hình tài chính hiện nay của bạn. Lập bảng cân đối tài khoản cho bạn, liệt kê tất cả các tài sản có và tài sản nợ. Xin mẫu đơn xin vay của ngân hàng để dùng nó làm bản tham khảo. Nhất là phải xác định chính xác tổng giá trị tài sản của bạn là bao nhiêu, giống như thể bạn sắp chuyển toàn bộ tài sản có của mình thành tiền mặt để chuyển ngân sang nước ngoài. Đây là một bài tập có thể

làm cho bạn thật ngạc nhiên.

SUY NGHĨ CHO TƯƠNG LAI XA

Một khi bạn biết giá trị thực sự của bạn hiện có là bao nhiêu, sau đó bạn đặt ra mục đích đạt được 1 triệu đô la vào thời điểm nào đó trong tương lai. Một người trở thành triệu phú bắt đầu từ bàn tay trắng phải mất trung bình khoảng 22 năm. Sẽ mất ít thời gian hơn nếu bạn đã tạo dựng được giá trị tài sản thực đáng kể rồi. Khi bạn biết bắt đầu ở đâu và bạn đã đặt mục tiêu tài chính cho một vài năm sau, hãy chia mục đích dài hạn của bạn ra thành từng năm, rồi chia mỗi năm thành bốn quý.

Với số năm như vậy có thể làm cho bạn sốc, nhưng bạn cần có một hình ảnh rõ ràng về giá trị tài sản bạn hiện có và bạn có ý định đạt được bao nhiêu vào các năm tháng trong tương lai, về ý tưởng bạn sẽ phải tiết kiệm bao nhiêu, mỗi quý và hàng năm bạn phải tích lũy bao nhiêu để trở nên giàu có.

Bạn sẽ làm gì để đạt được các mục đích tài chính của mình? Bạn sẽ phải kiếm tiền và dành dụm bao nhiêu tiền nữa để đạt đến được các mục đích tài chính? Kể từ hôm nay trở đi mỗi năm bạn muốn kiếm được bao nhiêu tiền. Sau đây là một vài đề nghị: Đặt mục đích thu nhập của bạn trong 12 tháng tới cao hơn thu nhập cao nhất kể từ 12 tháng trước cho tới nay là 50%. Đây là nơi bắt đầu khá cao.

TẠO CHO BẠN MỨC THĂNG TIẾN

Nếu thu nhập hàng năm cao nhất của bạn cho tới nay là 50.000 đô la, bạn sẽ đặt mục đích thu nhập của bạn cho 12 tháng kế tiếp là 75.000 đô la. Viết nó ra và sau đó liệt kê mọi thứ bạn có thể thực hiện để tăng thu nhập của mình lên 50% cho năm kế tiếp. Lập bảng kê của bạn thành một kế hoạch để hoàn thành. Sau đó

bắt tay vào thực hiện ngay, hãy làm bất cứ việc gì có thể. Thực hiện bước đầu mà bạn có thể làm. Bắt đầu ngay từ hôm nay để tiến tới mục đích của bạn. Vào các tuần và các tháng khi thu nhập của bạn tăng, hãy đặt lại mục đích của bạn ở mức cao hơn. Chỉ cần đưa nó lên giống như bạn vượt qua thanh ngang khi nhảy cao. Mỗi lần tiếp tục tăng lên dần để bạn theo sát được mức đó.

Một mục đích rõ ràng được ủng hộ bằng khát khao cháy bỏng sẽ bắt đầu một quá trình lôi cuốn tâm trí bạn và làm cho định luật hấp dẫn hoạt động. Hầu như ngay lập tức bạn sẽ bắt đầu thu hút người ta, các ý kiến, các cơ hội và các nguồn thông tin vào cuộc sống của bạn thích ứng với mục đích của bạn. Bạn sẽ tìm thấy sách vở, băng audio, tạp chí và các khóa học giúp bạn tiến đến đích.

Một điểm quan trọng là: Phải xác định cụ thể các kết quả bạn mong muốn, nhưng quá trình thực hiện phải linh động. Khi bạn có được những thông tin và kinh nghiệm mới, bạn phải sẵn sàng tạo được các điều chỉnh ở giữa quá trình thực hiện. Hầu hết các mục đích đạt được chẳng bao giờ có thể đoán trước khi bạn bắt đầu tiến hành chúng. Cần có đầu óc phóng khoáng – sẵn sàng tiếp thu cái mới, không nên thành kiến.

SỰ KỲ DIỆU CỦA KHẢ NĂNG TƯỢNG TƯỢNG

Một khi bạn xác định rõ ràng các mục đích của mình với các kế hoạch được lập thành văn bản để đạt được chúng, bạn bắt đầu thực hiện khả năng tưởng tượng, quá trình tạo ra các hình ảnh trí tuệ rõ ràng khiến cho định luật hấp dẫn tác động và tạo cho bạn khả năng thấy rõ và tập trung để đạt đến đích. Có lẽ đây là khả năng trí tuệ mạnh nhất mà bạn có thể phát huy để tăng nhanh quá trình đạt được mục đích.

Việc tạo hình ảnh trí tuệ rõ ràng về mục đích của bạn giống như

nó có trong thực tại. Điều này quan trọng vì có mối quan hệ trực tiếp giữa hình ảnh rõ ràng bạn thấy trong tâm trí và mục đích của bạn trở thành hiện thực ở ngoài đời của bạn với tốc độ như thế nào. Định luật tương ứng cho rằng, *trong sao thì ngoài vậy*.

Hãy tạo các hình ảnh trí tuệ rõ ràng về phong cách sống tốt nhất của bạn. Tập suy nghĩ “biết trước biết sau”. Dự kiến trong tâm trí kế hoạch cho tương lai để bạn tự thấy được cuộc đời bạn mong muốn. Từ điểm vượt trội trong tương lai, nhìn lại hiện tại. Hãy tự hỏi bạn sẽ phải thực hiện các bước nào kể từ vị trí hôm nay tới vị trí bạn muốn đạt được vào 2 tới 3 năm nữa. Như diễn giả năng động Denis Waitley nói, “*Trí tưởng tượng của bạn là tiền cảnh về những điều hấp dẫn của cuộc đời sắp tới.*”

Thấy được mình trong khi thực hiện

Dùng năng lực tưởng tượng của bạn để thực sự thấy được chính mình làm những việc bạn sẽ phải làm để đạt được mục đích. Điều này được gọi là “suy nghĩ căn nguyên.” Hãy nhắm mắt lại và tưởng tượng các hoạt động khác nhau bạn có thể thực hiện từng bước để đạt được các mục đích của mình. Tâm trí trong tiềm thức của bạn được hoạt hóa bởi các hình ảnh của trí tuệ. Sau đó nó tiếp quản và tạo ra tất cả các lời nói và hành động của bạn thích hợp với khuôn mẫu nhất quán với hình ảnh trí tuệ. Bằng cách hình dung, bạn thực sự tự lập trình trước cho sự thành công.

Năng lực tưởng tượng còn hoạt hóa trí tuệ có ý thức và phát ra nhiều khả năng trí tuệ. Khi bạn hình dung, bạn sẽ bắt đầu nhận được luồng tư tưởng và sinh lực liên tục để đạt được các mục đích đó. Hình ảnh trong tâm trí bạn càng rõ ràng, tiềm thức và trí tuệ có ý thức của bạn đi vào hoạt động để tạo cho nó trở thành thực tại của bạn càng nhanh.

4 nhân tố nhân năng lực của bạn lên

Có 4 nhân tố xác định khả năng tưởng tượng của bạn biến thành thực tại nhanh tới mức nào. Thứ nhất là *thời gian kéo dài* của khả năng tưởng tượng. Bạn có thể giữ được hình ảnh ấy trong tâm trí bao lâu? Thứ hai là *tần suất* của khả năng tưởng tượng. Bạn giữ được hình ảnh ấy thường xuyên hiển hiện trong tâm trí một ngày tới mức nào? Thứ ba là *cường độ* của khả năng tưởng tượng. Cảm xúc liên quan đến hình ảnh bạn giữ trong tâm trí ở mức độ nào? Và thứ tư là *độ sắc nét* của khả năng tưởng tượng. Hình ảnh trong đầu óc rõ ràng tới mức nào?

Bạn sẽ thấy là có thể tăng tốc độ bạn thực hiện mục đích bằng cách áp dụng các nhân tố này về khả năng tưởng tượng của bạn. Bạn có thể tăng thời gian tưởng tượng, giữ hình ảnh tưởng tượng lâu hơn hoặc bạn có thể tăng tần suất bằng cách tưởng tượng về mục đích của bạn trong ngày thường xuyên hơn. Bạn có thể tăng cường độ hình ảnh trí tuệ bằng cách phát sinh thêm cảm xúc đi với nó hoặc bạn có thể tăng độ rõ và sắc nét của hình ảnh ấy.

Cách tốt nhất để luyện bốn nhân tố này là vận dụng hình ảnh về mục đích của bạn lặp đi lặp lại trong tâm thức. Bạn càng tưởng tượng và thấy được mục đích như ở trong thực tại, bạn càng khao khát đạt được mục đích của mình mãnh liệt hơn. Bạn càng muốn điều đó, bạn càng ít sợ thất bại, thua thiệt và mất mát hơn là nó có thể xảy ra.

Khả năng tưởng tượng sáng tạo ăn sâu vào niềm tin của bạn là các mục đích có thể đạt tới được. Nó làm tăng sự tự tin của bạn, củng cố lòng dũng cảm của bạn và gây được lòng trung thành với chính bạn. Bạn càng thường xuyên khơi dậy hình ảnh về tương lai mong muốn của bạn trong tâm trí, thì càng không có gì có thể ngăn cản được bạn.

Tạo bản đồ kho báu

Có một kỹ thuật bạn có thể dùng để tăng năng lực tưởng tượng được gọi là *bản đồ kho báu*. Đây là nơi bạn tạo nên tấm áp phích và đưa mục đích hoặc thậm chí hình ảnh về chính mình vào giữa tấm áp phích này. Sau đó bạn bao quanh hình ảnh trung tâm bằng các hình và các bài báo cắt ra từ các tạp chí và các báo để hỗ trợ và nhắc bạn nhớ đến mục đích của mình.

Mỗi ngày bỏ thời gian để ngồi xem tấm áp phích đó. Nuôi dưỡng tâm trí bạn với những lời nói hứng thú tích cực và các hình ảnh của nó. Hãy để tâm trí bạn ghi lại các từ, tranh ảnh tiêu biểu cho những gì bạn muốn được, muốn làm hoặc muốn có. Bao gồm các hình ảnh giàu sang. Bao gồm các hình ô tô bạn muốn lái và nhà bạn muốn ở. Thêm các tranh có in các khoản tiền được cắt ra từ các tạp chí và báo viết về chúng. Dán bất cứ thứ gì vào tấm áp phích mà nó có thể khơi dậy tiềm thức của bạn bằng cách ghi nhớ hình ảnh về điều gì bạn muốn. Bạn càng thường xuyên nghiên cứu bản đồ kho báu của mình, bạn càng nhanh chóng hoàn thành được mục đích và mục đích của bạn sẽ tiến gần tới bạn.

KIỂM SOÁT LỜI TỰ NHỮ TRONG THÂM TÂM

Bạn trở thành những gì bạn thường xuyên nghĩ đến nhất. Ralph Waldo Emerson lập lại đề tài này khi ông ta viết “Một người sẽ trở thành những gì người ấy nghĩ đến suốt ngày.” Ngoài ra, bạn trở thành những gì bạn *tự nhủ* suốt cả ngày. Bạn có thể dùng sự ảnh hưởng của nó đến tư duy, cảm xúc và thái độ bằng cách dùng lời tự nhủ quyết tâm hoặc lời quả quyết tích cực. Kỹ thuật này đòi hỏi bạn phải cố vũ cho chính mình và luôn luôn tự nhủ với chính mình một cách quả quyết.

Thật ra những lời nói có ảnh hưởng rất mạnh đến việc quyết tâm thành công hoặc đi đến thất bại. Những lời nói có sức mạnh như thể có thể tăng hoặc giảm nhịp tim và huyết áp, tăng khả năng hô hấp và thậm chí thay đổi thành phần hóa học trong máu của bạn.

Chúng có thể làm cho bạn vui hoặc buồn về một vấn đề gì đó trong chốc lát. Sự lựa chọn các lời nói bạn dùng khi tự nhủ thậm chí có thể tạo ra sự khác biệt giữa việc bạn trở thành người lạc quan không thể lay chuyển và việc bạn hóa ra hoảng sợ. Và sự lựa chọn những lời bạn dùng có thể ảnh hưởng mạnh đến bạn.

Tránh để sợ hãi

Những người thường hay tự nhủ với chính mình theo cách tiêu cực, thì đến 95% những lời họ tự nhủ thường liên quan đến những điều họ sợ hãi, các vấn đề lo lắng, những chuyện bực mình, các mối lo âu, vân vân. Bạn càng tự giải thích và thanh minh với chính mình theo cách tiêu cực, bạn càng trở nên tiêu cực. Các nhà tâm lý học và các bác sĩ ngày nay đồng ý rằng sự suy nghĩ tiêu cực luôn luôn làm cho bạn bị day dứt và nói về những điều làm cho bạn không vui, là nguyên nhân chủ yếu của chứng trầm cảm và bệnh thần kinh và điều đó hoàn toàn không cần thiết.

Bạn không thể đủ sức đòi hỏi cho sự xa hoa của suy nghĩ tiêu cực. Nếu bạn biết suy nghĩ của bạn có thể làm hại đến sức khỏe và các mối quan hệ của bạn như thế nào, thì bạn sẽ phải quyết tâm suy nghĩ và chỉ nói về những gì bạn muốn trong suốt cuộc đời còn lại. Bạn không nên tự cho phép mình làm hoặc nói bất kỳ điều gì có thể gây ảnh hưởng tiêu cực cho trí tuệ thuộc tiềm thức. Mọi thứ đều phải trả giá.

TẬP NÓI LỜI KHẲNG ĐỊNH

Để thành công lớn, bạn phải khép mình giữ những lời bạn tự nhủ trong thâm tâm và phải luôn luôn phù hợp với người lý tưởng nhất mà bạn có thể trở thành và các mục đích quan trọng nhất bạn muốn hoàn thành. Vì mọi thứ bạn nói sẽ được lập trình trước cho tương lai của bạn, bạn nói về những gì bạn muốn xảy đến rất

cần thiết thay vì những gì có thể xảy ra vào lúc này.

BẠN CÓ THỂ LÀM ĐIỀU ĐÓ

Sợ thất bại là lý do số 1 dẫn đến thất bại trong cuộc sống ở tuổi trưởng thành. Điều đó không phải là chính kinh nghiệm bị thất bại kìm hãm chúng ta. Mọi người đều có vô số lần thất bại. Như Friedrich Nietzsche nói, “Những gì không giết chết tôi sẽ làm cho tôi mạnh hơn.” Tư tưởng hoặc sự dè chừng về khả năng thất bại xảy ra sẽ làm tê liệt chúng ta và khiến cho chúng ta bỏ cuộc ngay cả trước khi chúng ta bắt đầu.

Sự sợ hãi thất bại được diễn tả bằng những từ, “Tôi không thể! Tôi không thể! Tôi không thể!” Bất cứ khi nào chúng ta nghĩ đến việc làm cái gì đó đòi hỏi phải mạo hiểm và có thể phải mất mát phần nào đó, chúng ta thường trả lời là, “Tôi không thể!” Những từ này khiến cho ta có cảm giác sợ hãi, căng thẳng và lo âu xâm lấn trong thân thể ở dạng nhịp tim nhanh, bụng thấy cồn cào và thậm chí bị nhức đầu.

Nhưng lời khẳng định tích cực có thể lấn át lời nói tiêu cực. Các nhà tâm lý học phát hiện thấy là các từ “Tôi làm được điều đó!” thực sự làm mất tác dụng của các cảm nghĩ “Tôi không thể!”, nhất là khi các từ này được lặp đi lặp lại đủ mạnh mẽ. Các từ “Tôi làm được điều đó!” là thuốc giải độc cho chúng sợ thất bại thường kìm hãm các cố gắng của chúng ta.

Từ nay trở đi, bất cứ khi nào bạn nghĩ về chuyện đại sự và lý thú mà bạn muốn đạt được hoặc thực hiện, hãy cổ vũ cho chính mình và luôn luôn nhủ thầm, “Tôi làm được điều đó!” Lặp lại những từ này bất cứ khi nào bạn cảm thấy sợ hoặc nghi ngờ bất cứ chuyện gì bạn muốn thử sức.

Chỉ cần nói thật hăng hái, “Tôi làm được điều đó! Tôi làm được

điều đó!”. Khi bạn bắt đầu nói, “Tôi làm được điều đó! Tôi làm được điều đó!” bạn làm cho những lời nói này đi vào tiềm thức của mình, nơi nó có thể xóa bỏ ngay những cảm xúc tiêu cực mà chúng có thể kìm hãm bạn.

Kiểm 1 triệu đô la

Một lời khẳng định khác bạn có thể dùng là “Tôi kiếm được 1 triệu! Tôi kiếm được 1 triệu!” Hãy lặp đi lặp lại câu này nhiều lần, hàng trăm lần khi bạn sắp đi làm hàng ngày. Khắc sâu lời nói này vào tiềm thức cho tới khi nó “giữ hằn lại bên trong”. Từ điểm đó trở đi, tất cả năng lực trí tuệ sẽ hoạt động ngày đêm để làm cho lời khẳng định này trở thành thực tại của bạn.

Bạn là tốt nhất

Bất cứ khi nào bạn nghĩ về công việc của mình, hãy lặp đi lặp lại, “Tôi là tốt nhất! Tôi là tốt nhất!” Kết hợp những lời nói tích cực với sự tự hình dung bạn thực hiện phận sự một cách tuyệt vời. Tưởng tượng bạn được thư giãn, bình tĩnh, tự tin và có năng lực. Bạn nhận thấy gì bạn sẽ được thế.

Tự lập trình lại để thành công

Khi lần đầu bạn tự nhủ với những lời tích cực, bạn có thể cảm thấy hơi lạ hoặc bên trong người không được thoải mái. Cảm giác này hoàn toàn bình thường. Nó được gọi là “sự bất hòa cảm thức” và nó xảy ra bất cứ khi nào những lời nói khác lạ xung đột với lập trình cũ của bạn. Nhưng khi bạn lặp đi lặp lại những lời khẳng định mới lạ này thật tự tin, thì cuối cùng lời khẳng định mới sẽ lấn át lập trình trước đây và trở thành “chỉ thị điều hành” mới cho trí nhớ tiềm thức của bạn.

Việc nhủ thầm tích cực bằng cách lặp đi lặp lại bất kỳ một trong

ba lời khẳng định này hoặc nói lời gì khác làm cho có khả năng và làm động cơ thúc đẩy bạn, thay đổi các thành phần hóa học của não. Những lời tích cực làm cho bạn cảm thấy mình có giá trị. Chúng phát ra sinh lực và làm cho bạn tự tin hơn nhiều.

Tự nhủ tích cực với chính mình giúp bạn có thể kiểm soát được hoàn toàn trí tuệ có ý thức. Các từ này làm cho bạn cảm thấy mình tỉnh táo và tập trung hơn. Chúng tạo cho bạn cảm thấy bản thân mình có nhiều năng lực hơn. Đó là lý do tại sao hầu hết những người vui vẻ, thành công tự khép mình duy trì những lời khẳng định tích cực trong nội tâm. Phần thưởng rất lớn.

NUÔI TRÍ TUỆ BẰNG PROTEIN TINH THẦN

Bạn nghe người ta nói là “Bạn sẽ trở thành những gì bạn ăn.” Cũng giống vậy, bạn trở nên những gì bạn thường xuyên nuôi trí tuệ của bạn. Bí quyết để lập trình cho trí tuệ của bạn là khẳng định các kết quả bên ngoài của bạn dần dần sẽ phản ánh các mục đích nội tâm và những khát vọng của bạn được nuôi dưỡng bằng protein tinh thần từ sáng tới tối. Để thực hiện hết mình, bạn phải thường xuyên dùng những từ, hình ảnh, thông tin và ý tưởng nhất quán với các mục đích của bạn để đạt được sự thành công về tài chính.

Hãy tạo thói quen suy nghĩ tích cực và tự tin về sự tích góp của cải. Sau đây là bốn cách thực hiện.

Đọc sách về những người thành công

Tạo thói quen đọc truyện, sách và các bài báo nói về những người thành công khác. Khi bạn làm, hãy nghĩ bạn có thể làm giống như họ tới mức nào. Hãy tự hình dung, tưởng tượng, mơ tưởng và làm như thật trong tâm trí là bạn đã giống với một người nào đó bạn thán phục và ngưỡng mộ nhất mà bạn muốn giống như

người ấy. Hãy nhớ, mọi người đứng đầu về lĩnh vực của họ là người đã bắt đầu từ người đứng thấp nhất. Những người khác đạt được những gì và bạn cũng có thể đạt được như họ. Không có nhiều giới hạn.

Các nhà tâm lý học đã chứng minh rằng những *mẫu người thân tượng* phải thu hút được tâm trí của bạn về phẩm chất và tính cách riêng mà bạn muốn phát huy. Hãy chọn một người bạn ngưỡng mộ. Bất cứ khi nào bạn đương đầu với bất kỳ hoàn cảnh khó khăn nào, bạn hãy tự hỏi, *Nhân vật này đã xử sự như thế nào trong hoàn cảnh này?* Người này nghĩ như thế nào trong trường hợp này? Người này làm gì trong trường hợp này? Người ấy phải xử sự như thế nào? Bạn sẽ thấy được điều đó khi nghĩ về một người khác có thể xử sự ra sao, suy nghĩ của bạn trở nên tốt hơn và bạn thường làm được hết sức mình.

Nghiên cứu công việc và ngành nghề của bạn

Hãy đọc mọi thứ bạn có thể tìm được về công việc và ngành nghề của bạn để trở thành là một chuyên gia về lĩnh vực của bạn. Bạn càng tìm hiểu về chuyên ngành, nghề nghiệp và tay nghề của bạn, thì bạn càng trở nên tự tin vào khả năng của chính mình có thể làm được điều đó mỹ mãn.

Học đại học từ xa

Nghe các chương trình dạy học bằng máy thu thanh trong xe hơi. Ở Mỹ, người ta thường phải lái xe 12.000 tới 25.000 dặm mỗi năm. Chiều dài này tương đương với 500 tới 1.000 giờ mỗi năm mà một người bình thường phải ngồi trên xe. Trường đại học Southern California ước tính bạn có thể có đủ thời gian tương đương với học đại học hệ chính quy chỉ bằng cách nghe các chương trình dạy học bằng máy thu thanh khi đi làm hằng ngày bằng xe hơi. Bạn có thể trở thành chuyên gia về lĩnh vực của

mình chỉ bằng cách nghe các chương trình phát thanh của các chuyên gia khác về lĩnh vực của bạn khi đi xe.

Tham dự các buổi seminar và các khóa học

Tham dự các buổi seminar (hội thảo chuyên đề) được các chuyên gia về lĩnh vực của bạn thuyết trình. Tham dự thêm các lớp có thể mang lại lợi ích cho bạn. Học mọi thứ bạn có thể học, nhất là từ các chuyên gia về công việc của bạn. Hỏi họ vào những lúc nghỉ giải lao. Viết thư hoặc gửi e-mail cho họ. Hãy đọc các sách và các bài báo của họ. Một buổi seminar hữu ích của các chuyên gia có thể tiết kiệm cho bạn hàng tháng và thậm chí hàng năm học cùng các đề tài bạn phải tự học.

GẮN GỬI VỚI NGƯỜI LÝ TƯỞNG

Khoảng 90% sự thành công trong lĩnh vực hoạt động và trong cuộc đời của bạn sẽ được quyết định bởi “nhóm người thân hữu.” Nhóm người này được định nghĩa là những người bạn giao thiệp, cùng làm việc, sinh hoạt và thường gặp nhau. Bác sĩ David McClelland thuộc trường đại học Harvard, trong tác phẩm kinh điển của ông, “Tầng lớp thành đạt” (Van Nostrand, 1961), đã viết là những người chấp nhận các thái độ, quan điểm, cung cách nói chuyện và ăn mặc, các mục đích, khát vọng và thế giới quan thuộc nhóm người thân hữu của họ. Ông thấy rằng nhờ vào sự hình thành nhóm người thân hữu tiến bộ có ảnh hưởng thay đổi lớn đối với đời người và thành tích. Bất cứ khi nào một người không thay đổi được hoặc thối lui sẽ trở nên có cung cách ứng xử không hiệu quả và lạc hậu, điều đó sở dĩ lúc nào cũng vậy vì người ấy luôn luôn giao thiệp với cùng một nhóm người trước đây.

Hãy quyết định từ nay trở đi bạn sẽ chỉ giao thiệp với những người thành công và suy nghĩ tích cực. Bạn sẽ chỉ gần gũi với

những người có khát vọng và quyết tâm, những người thực sự cầu tiến. Gần gũi với những người vượt lên chính mình và tránh bầu bạn với những người bạn không ngưỡng mộ cũng chẳng thán phục. *Bạn không thể bay cùng với chim đại bàng nếu bạn tiếp tục đi bới cùng với đám gà tây.*

Trong lúc đó, hãy tránh khỏi những người tiêu cực, nhất là những bạn đồng nghiệp có suy nghĩ tiêu cực. Không uống cà phê với người tình cờ gặp. Không đi ăn trưa với những người đứng sớ rớ ở cửa đi. Không kết bạn sau khi làm việc với người đầu tiên mời bạn. Nếu bạn làm việc cho chủ nhân tiêu cực, hãy xem xét nghiêm túc để thay đổi công việc. Làm việc trong môi trường tiêu cực hoặc với những người khó tính sẽ kéo bạn đi xuống và làm bạn kiệt sức. Cứ làm việc và quan hệ mãi với những chủ nhân hoặc các bạn đồng nghiệp tiêu cực thì nội như thế cũng đủ biết chắc bạn sẽ có cuộc đời không thành đạt, tâm trạng thất vọng và thất bại. Cuộc đời bạn còn đáng quý hơn công việc và quan hệ đó nhiều.

GÁC NÓ LẠI TRONG TIỀM THỨC

Sau đây là cách làm cho trí tuệ thuộc tiềm thức bạn hoạt động và trở nên nam châm hút tiền đầy năng lực. Tâm trí thuộc tiềm thức của bạn hầu như tiếp thu những lời khẳng định mới và chương trình được lập vào những phút cuối cùng trước khi bạn buồn ngủ và trong giờ đầu tiên của buổi sáng. Khi ấy bạn khai thác được các lợi thế này trong khoảng thời gian gấp 2 lần, bạn tăng đáng kể tốc độ cuốn hút tâm trí mình theo các lời khẳng định mà nó thu hút mọi thứ bạn cần vào cuộc sống.

Mỗi tối trước khi đi ngủ, hãy hình dung các mục đích của bạn như diễn ra trong thực tại. Hãy xem các mục đích của bạn như chúng đã tồn tại rồi. Hãy tưởng tượng bạn chính là người bạn muốn và làm những chuyện bạn muốn thực hiện. Hãy xem như

bạn đang hưởng được sự thành công bạn khao khát. Hãy nuôi dưỡng những hình ảnh hạnh phúc này trong tâm trí ngay trước khi bạn buồn ngủ, rồi sau đó thư giãn và để chúng cuốn đi khi bạn chìm vào giấc ngủ.

Buổi sáng khi bạn tỉnh dậy, hãy nghĩ ngay đến mục đích quan trọng nhất của bạn. Tưởng tượng có một kế hoạch thầm kín trong vũ trụ làm cho các giấc mơ của bạn thành sự thật. Bắt đầu nói “Tôi tin có điều kỳ diệu sắp xảy đến với tôi hôm nay!”.

TƯỞNG TƯỢNG CUỘC SỐNG LÝ TƯỞNG

Chìa khóa cho sự tưởng tượng là thấy được mục đích của bạn cứ như thể nó đã hiện hữu. Tâm trí thuộc tiềm thức chỉ được làm cho hoạt động bằng lời khẳng định và các bức tranh được lặp đi lặp lại trong thực tại. Hãy tưởng tượng mục đích của bạn chỉ ngay trước khi bạn đi ngủ và thấy chính bạn thực hiện hết mình. Xem những sự kiện của ngày làm việc sắp tới tiến triển đúng như cách bạn muốn. Thấy chính bạn đang có cuộc sống bạn muốn sống.

Thấy chính bạn đang có các mối quan hệ bạn muốn. Hãy tưởng tượng bạn thật sung sức ở mọi phương diện. Thấy chính bạn đang lái chiếc xe lý tưởng, sống trong ngôi nhà mơ ước của mình, làm công việc bạn yêu thích. Bạn càng nuôi dưỡng những hình ảnh tích cực, hứng thú về hạnh phúc, sức khỏe và thành công về kinh tế, chúng càng mau trở thành hiện thực của bạn.

GIỜ VÀNG

Nguyên tắc cuối cùng và có thể trở nên nam châm hút tiền mạnh nhất và đạt được thành công cho suốt đời là bạn phải thu xếp mọi việc đâu vào đấy ngay từ đầu ngày. Như đã nói đến ở phần đầu, bạn sẽ trở nên những gì bạn luôn luôn nghĩ đến. Bạn trở nên kết

quả cuối cùng của các ý tưởng, thông tin và các ấn tượng bạn nuôi dưỡng trong tâm trí từ khi bạn thức dậy vào buổi sáng cho tới khi bạn đi ngủ vào ban đêm.

Mọi thứ đều có giá trị, nhưng một số ấn tượng có giá trị nhiều hơn các thứ khác. Những tư tưởng bạn nhồi nhét trong tâm trí vào giờ đầu tiên của buổi sáng có ảnh hưởng mạnh đến cách bạn suy nghĩ, cảm nhận và hành xử suốt thời gian còn lại trong ngày. Như tục ngữ có câu, “Bắt đầu tốt là đã làm được một nửa.” Câu tục ngữ này được áp dụng vào những gì bạn đọc, viết, thấy, nghe và nói trong 60 phút đầu tiên và có ấn tượng nhất.

NHỮNG THÓI QUEN GIÁ TRỊ TRIỆU ĐÔ LA

Đến 95% mọi chuyện bạn làm hoặc nói đều được quyết định bởi các thói quen của bạn, có thể là thói quen tốt hoặc xấu. Người thành công có các thói quen tốt khiến họ gắn bó với các thái độ tích cực và hữu ích. Người không thành công vô tình phát triển các thói quen xấu khiến cho họ hành xử theo cách làm cho không đạt được thành quả như mong đợi và thất bại.

Có lẽ thói quen tốt nhất bạn có thể phát huy là bắt đầu mọi ngày bằng cách suy nghĩ chín chắn, hữu ích để tập cho bạn đi đến được thành công lớn hơn sau này. Sau đây là cách thức có tác dụng đối với tôi và hàng ngàn người khác, từ nghèo thành giàu có. Quyết tâm thử sức mình trong 21 ngày trước khi bạn quyết định xem có ích cho bạn hay không. Lời hứa của tôi với bạn là vào thời điểm bạn luyện các cách ứng xử này trong 21 ngày, thì toàn bộ chuyện đời bạn sẽ thay đổi thật lạ mà thậm chí hôm nay bạn không thể tưởng tượng nổi.

Chế độ thực hành trong 21 ngày để có thái độ tinh thần tích cực

1. Bắt đầu vào ngày mai, thức dậy mỗi buổi sáng ít nhất hai giờ

trước khi bạn phải đi đâu đó và bỏ 1 giờ đầu tiên suy tư về chính mình. Nếu bạn tập thể dục mỗi buổi sáng, hãy tập trước khi bạn rèn luyện trí tuệ.

2. Trước khi bạn bật TV hoặc radiô hoặc đọc báo, hãy dành chừng 30 tới 60 phút mà đọc cái gì có động cơ thúc đẩy, gây hứng thú hoặc có tính giáo dục. Phải chắc chắn điều đầu tiên bạn đưa vào tâm trí vào buổi sáng phải có tính tích cực, lành mạnh và nhất quán với những gì bạn muốn xảy ra trong ngày và trong cuộc sống của bạn.

3. Sau khi bạn đọc sách báo buổi sáng xong, lấy sổ ra để ghi 10 tới 15 mục đích hàng đầu trong thời gian hiện tại, giống y hệt như thể bạn đã đạt được chúng. Viết các mục đích chẳng hạn như, “Tôi kiếm được 100.000 đô la mỗi năm.” “Tôi nặng 75 kg và thể hình cân đối.” “Tôi lái xe hơi 4 cửa đời mới, BMW màu xám cá heo.” “Tôi sống trong ngôi nhà đẹp 325m²”, vân vân. Viết lại danh sách các mục đích của bạn mỗi buổi sáng mà không xem các mục đích bạn đã viết ngày hôm trước. Điều này rất quan trọng.

4. Lập kế hoạch trước cho mỗi ngày. Sau khi bạn viết lại các mục đích của bạn, lập danh sách về mọi thứ bạn phải làm trong ngày đó, rồi tổ chức các mục có giá trị và tầm quan trọng theo thứ tự ưu tiên.

5. Bắt đầu giải quyết ngay các công việc có giá trị và quan trọng nhất trước khi bạn làm các chuyện khác. Quyết tâm tập trung chỉ chuyên vào một nhiệm vụ cho tới khi nó được hoàn tất. Khi bạn bắt đầu và làm xong một nhiệm vụ chính của chuyện đầu tiên vào buổi sáng, bạn sẽ cảm thấy mình tràn đầy sinh lực, phấn chấn và tự tin khiến bạn đi tới các nhiệm vụ khác và đạt được hiệu suất chung tăng lên đáng kể cho suốt ngày còn lại.

6. Nghe các chương trình dạy học bằng băng đĩa audio khi bạn lái xe đi làm cũng như khi trở về. Mở radiô nghe chương trình đại học đào tạo từ xa khi ở trên xe. Tắt radiô và tiếp tục nuôi dưỡng tâm trí bạn bằng chất dinh dưỡng trí tuệ chất lượng cao để đào tạo bạn và gây cho bạn hứng thú làm việc hết sức mình.

7. Cuối cùng, hãy phát triển cảm giác cấp bách. Hãy phi nước kiệu, chuyển nhanh hết nhiệm vụ này tới nhiệm vụ khác. Đừng lãng phí thời gian. Bạn càng chuyển nhanh nhiệm vụ, bạn càng có nhiều nghị lực. Bạn càng chuyển nhanh nhiệm vụ, bạn càng làm được nhiều và bạn càng cảm thấy mỹ mãn hơn. Bạn càng chuyển nhanh nhiệm vụ, bạn càng cảm thấy kiểm soát được cuộc sống nhiều hơn và bạn càng yêu đời và tự trọng nhiều hơn.

BÁNH LÁI CHO CẢ NGÀY

Giờ vàng là bánh lái cho cả ngày. Khi bạn bắt đầu thức dậy sớm và đầu tư giờ đầu tiên để suy tư về chính mình, bạn sẽ thấy rất đổi ngạc nhiên về sự khác biệt bạn cảm thấy về chính mình và về các kết quả bạn đạt được. Dần dần bạn sẽ thay đổi suy nghĩ về mình và những gì bạn có thể làm. Bạn sẽ trở nên nam châm hút tiền và bắt đầu hưởng được sự thành công hơn cả công sức của bạn. Chẳng có giới hạn nào.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Tạo hình ảnh rõ ràng về chính bạn trong tâm trí là bạn đã hoàn toàn thành công về mọi khía cạnh trong cuộc sống; kết hợp hình ảnh này với các cảm xúc hạnh phúc và tự hào là chúng sẽ phụ họa với sự thành công của bạn. Lặp đi lặp lại thường xuyên trong ngày hình ảnh này kết hợp với cảm xúc vừa nói.

2. Bắt đầu để xây dựng tủ sách nói về sự thành công của chính bạn hôm nay, với những sách nói về sự thành công, thành tích và

các công trình của những người bạn ngưỡng mộ. Hãy đọc các sách báo này từ 30 tới 60 phút mỗi ngày.

3. Gần gũi với những người thành công – những người lạc quan và suy nghĩ tích cực có các mục đích và là những người sẽ đạt được thanh thế trong cuộc đời của họ. Hãy yêu cầu họ cho lời khuyên và các ý kiến đề xuất và chia sẻ những ý tưởng hay nhất của bạn với họ.

4. Luôn luôn tự nhủ với chính mình một cách tích cực, trở nên người cổ vũ cho chính bạn. Không còn sợ thất bại bằng cách lặp đi lặp lại câu, “Tôi làm được điều đó! Tôi làm được bất cứ chuyện gì tôi đã nghĩ tới!” Giữ vững lập trường này cho tới khi bạn không còn cảm thấy e sợ bất cứ cái gì.

5. Bắt đầu mỗi ngày một cách tích cực bằng cách đọc cái gì đó làm cho bạn nâng cao tinh thần, rồi sau đó viết lại các mục đích trong thời gian hiện tại như thể chúng đã được hoàn thành. Tập chế độ thực hành trong 21 ngày để có thái độ tinh thần tích cực cho tới khi nó trở thành thói quen.

6. Đặt mục đích ngày hôm nay để đạt được giá trị tài sản 1 triệu đô la. Phân tích điểm xuất phát của bạn, lập kế hoạch dài hạn và đặt các cột mốc cho mức thu nhập, tiết kiệm và đầu tư. Bắt tay thực hiện ngay hôm nay để bắt đầu tiến đến mục đích đó. Cuộc hành trình ngàn dặm bắt đầu từ một bước đơn giản.

7. Hãy tự nâng mức phấn đấu. Quyết định hôm nay tăng thu nhập hàng năm lên 50%. Viết ra mục đích, rồi lập kế hoạch để hoàn thành nó. Bắt tay vào thực hiện ngay và đừng bao giờ bỏ cuộc cho tới khi thành công.

“Bạn có thể có bất cứ cái gì bạn muốn – nếu ước ao của bạn đủ mãnh liệt. Bạn có thể trở thành bất cứ cái gì bạn muốn, có được

bất cứ thứ gì bạn khao khát, làm được bất cứ thứ gì bạn muốn hoàn thành – nếu bạn giữ mãi khát vọng chỉ nhằm đến một mục đích”.

Robert Collier

3

ĐẦU TƯ ĐỂ THÀNH CÔNG

“Rồi sẽ có lúc các cơ hội lớn đến với bạn; khi chúng đến bạn phải có khả năng lợi dụng được chúng”.

Sam Walton

Nếu bạn thực sự thiết tha về chuyện làm giàu bằng cách của bạn, thì bây giờ là thời điểm bắt đầu phải làm điều gì đó. Kế hoạch tài chính là một công cụ bạn dùng để bắt đầu từ vị thế hiện nay của bạn tới lúc bạn có được tiền bạc sung túc mà bạn mong muốn. Ở chương này bạn sẽ tìm hiểu các chiến lược đầu tư khác nhau và các khái niệm bạn phải biết nếu bạn muốn gây dựng cơ đồ và về nghỉ hưu có được cuộc sống phong lưu.

CÔNG CỤ LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

Ba bước lập kế hoạch tài chính là **tiền gửi tiết kiệm, phí đóng bảo hiểm** và **vốn đầu tư**. Chúng ta bắt đầu với kế hoạch tiết kiệm và bảo hiểm. Bạn cần bao nhiêu tiền? Nguyên tắc căn bản liên quan đến tiền gửi tiết kiệm là bạn phải có đủ tiền để trang trải cho từ 3 tới 6 tháng chi phí phải dành ra để đầu tư ngắn hạn. Sự đầu tư ngắn hạn là một cách đầu tư bạn có thể rút tiền mặt ra nhanh chóng, chẳng hạn như, tài khoản tiết kiệm, chứng chỉ tiền gửi hoặc ngay cả một số quỹ hỗ tương.

Bảo hiểm thích đáng

Bạn cần có bảo hiểm nhân thọ thích đáng để bảo vệ những người thân yêu của bạn nếu có chuyện gì xảy đến với bạn. Ngoài ra, bạn cần có bảo hiểm hỏa hoạn, bảo hiểm tài sản nợ, bảo hiểm y tế và bảo hiểm cho bất kỳ trường hợp khẩn cấp tài chính nào có thể xảy ra mà bạn không thể viết séc để trang trải.

Bảo hiểm nhân thọ phải tính đến đầu tiên. Bạn nên tính xem gia đình mình phải cần bao nhiêu tiền để duy trì được mức sống ổn định nếu bạn chết bất ngờ. Sau đó bạn mua bảo hiểm nhân thọ đầy đủ để khoản tiền lãi từ tiến trình bảo hiểm nhân thọ sẽ đủ cho gia đình bạn sống.

Thí dụ, nếu gia đình bạn cần \$50.000 mỗi năm và tiến trình đầu tư có thể kiếm được khoản lãi 10% mỗi năm, như thế bạn sẽ mua hợp đồng bảo hiểm nhân thọ \$500.000 cho người phối ngẫu và gia đình là những người thụ hưởng sở hữu tín thác không thể hủy ngang.

Khi bạn ở độ tuổi 20 tới 30, tác dụng tốt nhất về bảo hiểm nhân thọ là bảo hiểm định kỳ. Bảo hiểm định kỳ được cấp theo phương thức hằng năm, vì nó không có giá trị tích lũy tiền mặt, nên tương đối ít tốn kém nếu bạn ở sức khỏe tốt.

Khi bạn đến tuổi 40 tới 50, bạn cần bảo hiểm suốt đời. Bảo hiểm suốt đời tốn kém hơn, nhưng nó có giá trị tích lũy tiền mặt và hợp đồng bảo hiểm này không bao giờ được hủy một khi được cấp với điều kiện bạn duy trì hợp đồng này có giá trị liên tục (phải đóng phí bảo hiểm đúng kỳ hạn/còn trong thời gian ân hạn). Với bảo hiểm suốt đời, tài sản của bạn sẽ nhận được đầy đủ mệnh giá của hợp đồng bảo hiểm nếu có sự kiện bảo hiểm xảy đến với bạn.

Bạn nên tham khảo với nhân viên đại lý bảo hiểm để biết đầy đủ về nhu cầu bảo hiểm của bạn và các chọn lựa khác nhau bạn có thể áp dụng, nhưng bạn phải được bảo hiểm đầy đủ tương đương

với phân tài chính cơ bản cho cuộc sống của bạn.

Các biến số đầu tư

Giai đoạn thứ ba của công cụ lập kế hoạch tài chính là vốn đầu tư. Ba yếu tố khả biến trong bất kỳ sự đầu tư nào là độ an toàn, khả năng luân chuyển và sự tăng trưởng. Luôn luôn có sự trao đổi giữa ba yếu tố này.

Nếu vốn đầu tư có độ an toàn cao, chẳng hạn như, trái phiếu chính phủ, thì nó thường có khả năng tăng trưởng thấp. Nếu vốn đầu tư có tính luân chuyển cao, chẳng hạn như, tài khoản tiết kiệm, thì nó thường có lãi suất thấp.

Nếu vốn đầu tư có tiềm năng tăng trưởng cao, chẳng hạn như, đầu tư vào doanh nghiệp mới hoạt động, thường có nhiều mạo hiểm hơn tài khoản tiết kiệm hoặc quỹ đầu tư thị trường tiền tệ, nó không mấy có khả năng luân chuyển và rất khó thu hồi vốn nhanh.

Loại đầu tư để có khả năng tốt nhất về độ an toàn, dài hạn, tăng mệnh giá thường là vốn đầu tư ít luân chuyển, chẳng hạn như, bất động sản sinh lợi. Loại đầu tư này việc mua và bán thường phải mất trong thời gian dài hơn.

Mỗi người phải chọn một tổ hợp đầu tư mà người ấy cảm thấy thuận lợi, xem xét mức rủi ro liên quan. Đây là chuyện bạn phải tự quyết định. Các chuyên gia tài chính thường gọi đây là “thương số rủi ro”. Mức rủi ro bạn có thể và nên điều chỉnh khi bạn đã cao tuổi và khi tình hình tài chính của bạn thay đổi.

PHƯƠNG HƯỚNG NHỮNG NGƯỜI GIÀU ĐẦU TƯ

Những người Mỹ giàu có, kể cả các nhà triệu phú tự tay làm nên hầu hết đều để tiền của họ vào trong năm nơi sau:

1. Đầu tư vào doanh nghiệp của chính họ.
2. Đầu tư bất động sản sinh lợi.
3. Giữ đất chờ phát triển.
4. Đầu tư ngắn hạn.
5. Đầu tư chứng khoán và trái phiếu.

ĐẦU TƯ VÀO DOANH NGHIỆP CỦA CHÍNH BẠN

Phần lớn những người giàu có và các nhà triệu phú tự tay làm nên đạt được thành công về tài chính nhờ vào sự bắt đầu gây dựng các doanh nghiệp của chính họ. Vì lý do này, hầu hết những người giàu có thường để tiền của họ nằm trong chính các công ty của họ. Ngoài ra, đa số các cán bộ điều hành cao cấp ở các công ty mẹ thường có giá trị tài sản thực của họ nằm trong chứng khoán của các công ty họ quản lý.

Trong một cuộc khảo sát được thực hiện ở New York mới đây, bộ phận tiêu biểu của giới kinh doanh, giáo sư, nhà báo, triết gia và các cán bộ điều hành cao cấp được hỏi xem họ nghĩ thế nào về nơi tốt nhất để đầu tư \$100.000 mà một người tích góp được từ hoạt động kinh doanh hoặc từ công việc họ làm. Câu trả lời được họ chọn phổ biến nhất làm cho khá ngạc nhiên là “Nơi tốt nhất để đầu tư \$100.000 chính là rút về cho chính bạn hoặc doanh nghiệp của bạn, thậm chí còn đạt hiệu quả hơn điều bạn đã làm để kiếm được số tiền đó ở nơi đầu tiên.”

Trong mọi sự cân nhắc về cách bạn triển khai nguồn tài chính của mình, thì chuyện đáng phải lo nhất là mức độ rủi ro và khả năng thu hồi vốn chắc chắn. Nếu bạn có ít hơn \$100.000 để đầu tư, trong nhiều trường hợp nơi tốt nhất cho bạn chính là đầu tư tiền của bạn trở lại việc phát triển các kỹ năng của bạn, bạn sẽ đạt

được hiệu quả tốt hơn những gì bạn đã làm. Nếu bạn kiếm được số tiền đó trong doanh nghiệp của bạn, thì nơi tốt nhất để đầu tư có thể phải quay lại doanh nghiệp ấy hoặc ngành kinh doanh mà bạn đã đạt trình độ thuần thục nhất và chuyên môn cao.

ĐẦU TƯ VÀO BẤT ĐỘNG SẢN SINH LỢI

Một phương tiện đầu tư chủ yếu khác của những người Mỹ giàu có là bất động sản. Bất động sản này bao gồm nhà cho thuê, nhà cao tầng làm văn phòng, các căn hộ, các công viên kỹ nghệ, các trung tâm mua sắm và các tài sản khác có thể cho thuê để tạo ra được nguồn lợi tức đều đặn.

Hàng ngàn người Mỹ đã tạo được cơ đồ bằng cách bắt đầu gây dựng các doanh nghiệp thành công của riêng họ, rồi sau đó giữ vững được tài sản của họ bằng cách cẩn thận đầu tư có hệ thống vào bất động sản thương mại. Khi bạn phải mất thời gian chọn lựa bất động sản mua bán cẩn thận và bạn mua tài sản đó theo các điều kiện thích hợp thì nó có thể là vốn đầu tư dài hạn tốt nhất.

Làm giàu từ bất động sản

Có lẽ không có lĩnh vực nào lại có nhiều chuyện thần thoại thường xảy ra liên quan đến sự giàu có và thành công hơn lĩnh vực bất động sản. Bạn nghe người ta nói là 90% tất cả các vận may ở Hoa Kỳ đều xuất phát từ bất động sản. Bạn sẽ nghe người ta nói, “Chúng tôi chẳng phải kiếm thêm gì nữa.” Nhiều người nói rằng đối với một người trung bình đầu tư vào bất động sản là con đường dẫn tới chỗ tiền bạc sung túc mà bạn có thể mua bất động sản mà không phải bỏ tiền túi ra vì những người thuê bất động sản ấy phải trả cho bạn. Mỗi điều quyết đoán mua bất động sản bằng cách này vừa có phần đúng vừa có phần sai.

Lĩnh vực bất động sản là một trong các lĩnh vực năng động và cạnh tranh nhất ở Mỹ và ngành kinh doanh bất động sản bao gồm một số nhà kinh doanh chuyên nghiệp đầy quyết tâm, tinh khôn, sắc bén và có nhiều kinh nghiệm nhất ở bất cứ nơi đâu. Tuy thế, mỗi năm, thậm chí có các thị trường bùng nổ mà những người này – các chuyên gia – mất hàng triệu đô la vì các quyết định và đầu tư của họ hóa ra sai lầm.

Chẳng có gì cho không

Một trong những cái thực tế nhất trong kinh doanh và cuộc đời là chẳng có cái gì cho không. Không có cái gì cho không ngoài “đồng tiền kiếm được dễ dàng”. Trong sách này sẽ không có chỗ nào bạn đọc thấy là dễ dàng đạt được sự thành công về tài chính. Nếu không nói khó gấp đôi thì kinh doanh bất động sản chính xác là như vậy. Tuy thế, có thể làm ăn tốt về bất động sản nếu bạn nắm bắt được nó giống như bạn tiếp cận được ở bất cứ công việc nào khác.

Đầu tư bất động sản không phải là chuyện làm chơi ăn thật nếu bạn muốn thành công. Bạn phải quyết tâm thâm nhập vào lĩnh vực bất động sản trong thời gian dài, ít nhất là 10 năm, nếu bạn muốn gây dựng được một danh mục đầu tư vững chắc. Bất động sản là một dạng đầu tư lâu dài và đòi hỏi phải có tầm suy nghĩ xa trong tương lai.

Định nghĩa bất động sản

Chúng ta hãy bắt đầu với định nghĩa về bất động sản bằng các từ đơn giản nhất. Ở đây là “Bất động sản là năng lực kiếm tiền trong tương lai.” Phải hiểu đây là một nguyên tắc hết sức quan trọng.

Giá trị của bất cứ tài sản nào được xác định bằng lợi tức có thể phát sinh từ tài sản ấy khi nó phát triển tới giá trị sử dụng cao

nhất và hiệu quả nhất ngay từ bây giờ cho tới tương lai.

Có hàng triệu mẫu đất ở khắp Hoa Kỳ không bao giờ có giá trị thực tế nào, chẳng hạn như, sa mạc không thể được phát triển để thỏa mãn các nhu cầu cá biệt của con người và sinh lợi tức.

Khi các giá trị bất động sản sụt giảm

Có rất nhiều vùng rộng lớn của nhiều thành phố lớn, nơi các giá trị tài sản đang bị sụt giảm vì sự tăng trưởng và sự phát triển không ổn định, nhưng có lẽ sẽ không phát triển trở lại nữa. Hàng ngày đều có người bán nhà và tài sản bị lỗ hoặc bị phát mãi vì đem tài sản đi thế chấp, vì các tài sản này suy giảm khả năng kiếm tiền, do đó giá trị cũng sụt giảm theo.

Bắt đầu kinh doanh bất động sản: Mua nhà để sửa chữa lại

Nếu bạn thực sự muốn tham gia vào lĩnh vực bất động sản, mua nhà đất để làm chủ và làm người đầu tư bằng nhiều cách bạn có thể làm chuyện đó. Có lẽ cách đơn giản nhất và là điểm xuất phát của nhiều bất động sản được gọi là “phương pháp mua nhà để sửa sang lại”. Điều này liên quan đến chiến lược mua nhà đất để sửa sang giúp tăng giá trị của chúng.

Có một số bước bạn cần thực hiện theo cách “mua nhà để sửa chữa lại”.

1. Nghiên cứu.
2. Trả giá càng thấp càng tốt.
3. Dọn đến ở và sửa sang lại.
4. Bán, cho thuê hoặc huy động lại vốn cho tài sản được sửa sang.

5. Lặp lại tiến trình trên.

6. Chuyển lên thành các tài sản lớn hơn.

Nghiên cứu

Bạn hãy nghiên cứu trước. Lựa khu vực bạn muốn mua nhà, rồi sau đó đi xem nhà ở vùng đó cho tới khi bạn tìm được căn nhà với giá thật thấp so với các căn nhà ở lân cận vì nó là căn nhà ở trong tình trạng tồi tệ và cần phải sửa chữa lại nhiều. Các nhân viên đại lý bất động sản gọi loại nhà này là nhà “đặc biệt của người khéo tay” và đôi khi chúng được quảng cáo trên báo như vậy. Thường họ sẽ quảng cáo nhà đã cũ hơn là nhà cần “TLC” (cần sửa sang kỹ). Đối với bạn, loại nhà này là “nhà để không”. Các từ này có nghĩa là đối với người bình thường coi nó thật đáng giá.

Trả giá càng thấp càng tốt

Một khi bạn đã tìm được một căn nhà với giá thật rẻ so với các căn nhà lân cận và có khả năng sửa chữa lại được, bạn mua căn nhà này với giá tiền mặt (thanh toán ngay) càng thấp càng tốt. Người bán thường đồng ý bán cho bạn căn nhà mà bạn không phải thanh toán ngay, nhất là nếu người ấy muốn chuyển đi nơi khác và khỏi phải thanh toán tài sản thế chấp nữa. Nếu điều này không được, thường bạn có thể được người bán lấy lại giá trị tài sản thế chấp lần thứ hai (= giá trị tài sản cao nhất trừ giá trị tài sản thế chấp lần thứ 1) hoặc chúng thư ủy thác lại tài sản với khoản tiền thể hiện giá trị tài sản cầm cố cao nhất về căn nhà của người ấy đem thế chấp. (Xem mục “Đầu tư không phải thanh toán ngay”).

Dọn đến ở và sửa sang lại

Bạn sở hữu được căn nhà, dọn đến và bắt đầu sửa sang căn nhà ấy

vào các buổi chiều tối và các ngày cuối tuần, hãy trang trí lại ngôi nhà và bạn phải làm hết sức mình. Nếu cần, bạn có thể học nghề thợ mộc và thợ xây, sắm đồ nghề, học hỏi kinh nghiệm của những người chuyên sửa chữa tân trang nhà, rồi từ từ học cách tự làm.

Tăng tối đa hiệu quả của vốn đầu tư

Khi bạn sửa sang cải tạo xong cả nhà và sân để nhà đất nhìn có vẻ hấp dẫn, sau đó bạn có thể làm một trong ba điều sau.

Bạn có thể bán nhà kiếm lời. Bạn có thể dùng số lời kiếm được từ căn nhà ấy mua một căn nhà khác để sửa sang và trang trí lại.

Một khả năng khác là bạn có thể cho thuê để thu tiền hàng tháng mà nó sẽ bù đắp được nhiều hơn khoản thanh toán tài sản thế chấp (số tiền mua lại tài sản đã thế chấp) và nó cung cấp cho bạn thêm nguồn tiền mặt.

Cuối cùng bạn có thể tái huy động vốn căn nhà, thường là phần lớn số tiền được trả cho nó dựa vào khả năng kiếm tiền mới của nhà đất khi cho người khác thuê. Với khoản thanh toán của người thuê trả cho bạn mỗi tháng, tài sản của bạn có thể được định giá trị cao hơn. Ngân hàng sẽ cho bạn vay hoặc bạn có thể dùng nhà đất này để thế chấp dựa vào sự định giá tài sản này.

Lặp lại tiến trình trên

Sau đó bạn có thể lặp lại tiến trình với một căn nhà khác, có thể lớn hơn, đầu tư “vốn mồ hôi” hoặc vốn nhân lực vào việc nâng cấp cho tới khi bạn sửa sang xong và sẵn sàng bán, cho thuê hoặc tái huy động vốn lại lần nữa.

Chuyển lên thành các tài sản lớn hơn

Khi bạn mở rộng tài sản, nguồn tiền mặt và kinh nghiệm của mình, bạn có thể lặp lại tiến trình trên theo quy mô lớn hơn khi bạn nâng cấp thành nhà ở cho hai hộ, ba hộ, bốn hộ và cuối cùng thành tòa nhà có nhiều căn hộ. Nguyên tắc mở rộng tương tự, chỉ có quy mô và số căn hộ cho thuê nhiều hơn.

Các mối lợi về nhà đất mua lại để sửa chữa

Có hai mối lợi chính về nhà đất mua lại để sửa sang. Trước hết, bạn có thể sửa chữa trong khi bạn vẫn làm việc của mình trong giờ hành chính, tiếp tục tạo cho tài sản có khả năng sinh lợi thêm nhờ vào việc bạn sửa sang lại. Hai là bạn có thể bắt đầu làm ăn nhỏ không phải bỏ vốn liếng gì nhiều, ít hoặc không có rủi ro và có thêm được kiến thức và kinh nghiệm.

Quan trọng là bạn phải nhớ rằng mua và sửa chữa nhà chỉ là một cách khác để bắt đầu kinh doanh. Nếu bạn muốn khởi sự từ quy mô nhỏ và vươn lên hoặc phát triển bằng nỗ lực của bản thân mình, bạn có khả năng thành công nhiều hơn và bạn thu hẹp được khoảng cách thất bại nếu bạn bị sai lầm. Việc bạn mua và sửa chữa nhà hầu như không thể khiến cho bạn bị phá sản.

Đầu tư không phải thanh toán ngay

Chắc bạn đã nghe nói về tiến trình “mua tài sản cố định không phải thanh toán ngay.” Không có gì nghi ngờ là có thể mua được tài sản cố định mà không phải thanh toán ngay, nhất là nhà cũ. Thật sự là như thế. Điều nhất thiết là bạn phải tìm được người “bán có thiện chí”. Đây là người rất muốn bán nhà, do đó sẽ đồng ý bán cho bạn căn nhà ấy bằng cách mang lui giá trị tài sản thế chấp lần thứ hai hoặc chứng thư ủy thác lại tài sản mà không đòi hỏi bạn phải trả đồng tiền mặt nào.

Mua nhà của người chia tài sản

Một người có thiện chí bán nhà có thể do nhiều yếu tố thúc đẩy. Thường khi hai vợ chồng ly dị và họ muốn bán để chấm dứt tình trạng hôn nhân và mỗi người đi một hướng, họ sẽ rất muốn ra khỏi căn nhà ấy và khỏi phải trả tiền tài sản thế chấp. Họ không thể kiên nhẫn hoặc rất khó chịu phải chờ đợi chuyện bán nhà lâu thêm nữa. Do đó họ sẽ đồng ý bán cho bạn căn nhà ấy với giá rất có lợi cho bạn.

Mua nhà của gia đình có người qua đời

Khi chủ nhà chết, người trong gia đình ấy có thể muốn bán căn nhà đi để họ khỏi phải có trách nhiệm trả các khoản thanh toán chi phí thường xuyên và tiền bảo trì. Trong trường hợp này, nếu bạn đến trả giá để tiếp quản căn nhà ấy, việc thanh toán cho họ một khoản tiền thường xuyên hàng tháng theo phương thức trả cho tài sản thế chấp lần thứ hai (= giá trị tài sản cao nhất trừ tài sản thế chấp lần thứ 1) trong khi thanh toán tài sản thế chấp lần thứ nhất, thường họ sẽ ký bàn giao căn nhà ấy sang cho bạn.

Các vấn đề tài chính hoặc phá sản

Đôi khi người ta bị phá sản rất muốn bán nhà và tránh phải trả các khoản phải trả hàng tháng. Đôi khi người ta chuyển dời từ chỗ này sang chỗ khác, họ cũng rất muốn sang lại nhà cửa. Trong bất cứ trường hợp nào, một người bán có thiện chí là người đồng ý chấp nhận “không phải thanh toán ngay” nếu người ấy không còn phải chịu trách nhiệm thanh toán cho tài sản thế chấp lần thứ nhất (người mua phải chịu) và tiền bảo trì nhà cửa.

Nguyên tắc 100 –1

Giới kinh doanh chuyên nghiệp dạy cho người ta cách mua nhà không phải thanh toán ngay bằng cách dùng nguyên tắc thông dụng – theo kinh nghiệm, được gọi là “nguyên tắc 100–10–3–1.”

Có nghĩa là bạn là người đầu tư bất động sản chưa có kinh nghiệm sẽ phải đi xem 100 căn nhà trước khi bạn tìm được 10 căn nhà bán chỉ đòi phải trả một ít hoặc không phải trả tiền ngay. Trong số 10 căn nhà này, bạn sẽ đưa ra giá cho 3 căn. Trong số 3 căn nhà này, có một căn đồng ý bán cho bạn và bạn mua được 1 căn.

Nói cách khác, khi bạn bắt đầu việc mua nhà mà không phải thanh toán ngay, bạn sẽ phải đi xem 100 căn nhà trước khi bạn tìm được một căn nhà cho thấy có thể mua được. Nhưng nếu bạn có nhiều thời gian và có ít tiền, thì đây là cách tuyệt vời để bước vào nghề kinh doanh bất động sản.

Cách bạn mua nhà không phải trả tiền ngay như thế nào

Sau là cách mua nhà không phải thanh toán ngay. Giả sử căn nhà bán với giá 100.000 đô-la và bạn có thể có được 80% giá trị tài sản thế chấp. Nếu người bán tài sản sẽ lấy lại 20.000 đô-la giá trị tài sản thế chấp lần thứ hai hoặc chứng thư ủy thác lại tài sản, cuối cùng bạn thiếu nợ căn nhà ấy mà không phải bỏ tiền túi ra.

Nói cách khác, ngân hàng sẽ cung cấp 80.000 đô-la cho tài sản thế chấp lần thứ nhất, người bán sẽ lấy lại \$20.000 và bạn sẽ có căn nhà trị giá 100.000 đô-la mà bạn nợ (ngân hàng) 100.000 đô-la, nhưng bạn sẽ không phải chi đồng tiền túi nào. Đương nhiên, bạn sẽ phải thanh toán tài sản thế chấp lần thứ nhất (80.000 đô-la) và lần thứ hai (20.000 đô-la), cộng với thuế và bất cứ khoản chi phí nào khác đi cùng với quyền sở hữu căn nhà ấy.

Đưa tài sản vào hoạt động

Sau đó bạn có thể quay vòng vốn căn nhà và cho thuê với giá đủ để bù đắp thanh toán tài sản thế chấp, thuế và các chi phí khác, cuối cùng người thuê căn nhà ấy sẽ trang trải chi phí về căn nhà

ấy và bạn sẽ làm chủ nó mà *không phải thanh toán ngay*.

Hoặc như được đề cập ban đầu, bạn có thể dọn vào ở, chi phí sửa chữa căn nhà, rồi sau đó bán lại nhà ấy kiếm lời hoặc cho thuê với giá cao hơn để bù đắp tất cả các khoản thanh toán và như thế sẽ cung cấp cho bạn nguồn vốn lưu động tích cực. Thậm chí bạn có thể tái huy động vốn lại từ căn nhà dựa vào nguồn tiền mặt mới cho thuê cao hơn và kiếm lời bằng cách đó.

Trở ngại có thể xảy ra

Bạn có thể gặp phải một trở ngại về phương pháp mua nhà không phải thanh toán ngay. Nếu nhà có giá trị hợp lý với thị trường nhà ở bình thường, thì người bán sẽ không chịu cho “thanh toán sau”. Không thiếu người sẽ sẵn sàng thanh toán cho họ ngay bằng tiền mặt giá trị tài sản cao nhất của căn nhà họ đem thế chấp. Hơn 90% các giao dịch về bất động sản được tiến hành bằng cách này.

Phải thanh toán ngay

Nhớ là bạn sẽ phải có đủ thu nhập để thanh toán cả hai lần thế chấp, nếu không người bán có quyền giải quyết trước để lấy lại nhà.

Hơn nữa nếu bạn cho thuê nhà, bạn phải hoàn toàn chắc chắn được người thuê nhà sẽ trả tiền thuê nhà đúng hẹn, nếu không bạn sẽ phải thanh toán kịp thời cả hai lần thế chấp hoặc bị rủi ro mất nhà.

Có nhiều cạm bẫy và nguy hiểm trong việc mua nhà hoặc tài sản không phải thanh toán ngay và nhiều người đã phải tán gia bại sản vì sai lầm của họ. Họ có thể dọn vào một căn nhà mà không phải trả tiền ngay, nhưng họ không thể kham nổi các khoản

thanh toán tiếp theo. Thậm tệ hơn, họ cho thuê và người thuê nhà làm hư tài sản. Do đó giá trị tài sản bị suy giảm và người mua cuối cùng phải ôm nợ nhiều hơn giá trị căn nhà.

Thành công bằng cách cho thuê nhà

Đối với phần việc còn lại của nghề kinh doanh bất động sản của bạn, thì điều quan trọng với bạn là phải hiểu rõ sự chọn lựa người thuê nhà hoặc người thuê đất rất quan trọng đối với sự thành bại trong nghề làm chủ tài sản cho thuê mướn hoặc kinh doanh nhà trọ. Đáng tiếc là những người thuê nhà thường hay làm hư tài sản họ thuê. Đôi khi họ còn phá tài sản họ thuê. Khi bạn quyết định bắt tay vào cuộc hành trình đầu tư bất động sản, bạn phải hết sức cẩn thận chọn lựa người thuê mướn của bạn. Bạn phải nắm được lý lịch của họ, nhất là quá trình họ đã thuê tài sản trước đây. *Sự cẩn thả dẫn tới tai họa.*

GIỮ ĐẤT CHỜ PHÁT TRIỂN

Nhiều người Mỹ giàu có để tiền của họ vào đất chưa xây dựng để chờ phát triển. Họ mua đất ở các vùng ngoại ô của các thành phố đang phát triển, có nhiều động lực kinh tế tích cực mà tôi đã nói đến ban đầu. Khi thành phố phát triển và mở rộng, số đất đai này sẽ tăng giá cho tới cuối cùng nó được người ta mua để phát triển. Vào thời điểm đó, giá đất thường tăng vọt gấp nhiều lần.

Nước là yếu tố cần thiết

Có nhiều yếu tố cần lưu ý khi mua đất chưa xây dựng. Trước hết và là mối quan tâm quan trọng nhất là hỏi, “Nguồn nước ở đây?”. Đất chỉ có thể được phát triển khi nó có nguồn nước cung cấp thích đáng. Hãy xem xét điều này cẩn thận.

Người ta đến đó bằng cách nào?

Một chuyện khác phải lưu ý nữa trong việc mua đất chưa xây dựng là phương tiện giao thông vận tải. Đến vùng đất đó bằng cách nào cho thuận tiện? Nhiều vùng giá đất tăng lên nhanh chóng sau khi xây dựng xong đường cao tốc và xa lộ và làm cho chúng có thể tiếp cận với mật độ dân cư rộng lớn hơn. Nhiều người đã làm giàu bằng cách mua đất nhiều năm trước khi vùng đất đó được phát triển. Sau đó giá đất có thể tăng lên từ 10 tới 20 lần khi nhu cầu về nhà ở, trường học và các trung tâm mua sắm chạy tới vùng đất đó.

Gần các trung tâm dân cư

Bất cứ ai nghĩ về việc mua đất chưa xây dựng cũng nên để ý tới các trung tâm dân cư kế cận. Để đất trở nên có giá, nó phải có khả năng cung cấp dịch vụ cho dân chúng. Những người dân này sẽ từ đâu đến?

Đất chưa xây dựng chỉ lên giá khi dân số ở vùng đó tăng lên. Một số đất sẽ không bao giờ lên giá được vì nó thiếu nguồn nước, không có đường giao thông hoặc không có áp lực về dân số.

ĐẦU TƯ NGẮN HẠN

Người Mỹ giàu có cũng giữ tiền của họ ở các chứng chỉ tiền gửi, các tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ và các phương thức đầu tư ngắn hạn có lãi khác. Nói chung, tiền chính nghĩa không phải là tiền đầu cơ. Nó là tiền được giữ gìn cẩn thận. Nó là tiền kiếm được từ từ theo thời gian và được đầu tư với mục đích giữ gìn của cải.

ĐẦU TƯ CHỨNG KHOÁN VÀ TRÁI PHIẾU

Người giàu có mua các chứng khoán và trái phiếu có chất lượng tốt, thường để trong thời gian dài. Các nhà đầu tư quan trọng

trong thị trường chứng khoán được gọi là “các nhà đầu tư giá trị”. Họ nghiên cứu cẩn thận một chứng khoán, rồi sau đó mua chứng khoán đó dựa trên các giá trị nền tảng tiềm tàng. Họ giữ chứng khoán trong thời gian dài, không quan tâm đến các dao động hằng ngày của thị trường chứng khoán. Warren Buffet là một điển hình nhất về loại nhà đầu tư này.

CÁC CÁCH CHỌN LỰA ĐẦU TƯ CÓ GIÁ TRỊ

Giả sử bạn được bảo hiểm đầy đủ và bạn có khoản tiền tiết kiệm để ra để trang trải các chi phí của bạn từ 3 tới 6 tháng. Với nền tảng vững chắc của bạn, bây giờ bạn có thể lưu ý đến một số nơi bạn có thể đầu tư tiền của mình để tích lũy nó.

NƠI CẤT TRỮ TIỀN CỦA BẠN

Có 3 nơi (ngoài tài khoản tiết kiệm) bạn có thể để tiền tiết kiệm của mình mà nó sẽ cho bạn mức độ an toàn cao và có khả năng thanh toán bằng tiền mặt là: tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ, chứng chỉ tiền gửi và công trái tiết kiệm.

Tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ

Tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ (money market account) sẵn có tại ngân hàng của bạn và trả lãi suất cao hơn tài khoản tiết kiệm. Tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ đòi hỏi số dư tối thiểu. Nó còn khá cạnh tranh, vì vậy bạn nên xem xét để có dịch vụ tốt nhất và để ý xem các ngân hàng cung ứng dịch vụ này khác nhau như thế nào. Ngay khi số dư tài khoản tiết kiệm của bạn vượt \$1.000, hãy chuyển số tiền đó sang tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ có mức lãi suất cao hơn.

Chứng chỉ tiền gửi

Một phương tiện tiết kiệm khác mà bạn có thể quan tâm là chứng

chỉ tiền gửi (CD – Certificate of deposit). Các chứng chỉ này được ngân hàng, quỹ tiết kiệm và cho vay, các cơ quan tài chính khác có thời hạn từ 30 ngày tới tối đa 10 năm. Bạn càng cất giữ tiền trong CD càng lâu, bạn càng có được mức lãi suất cao.

Nhược điểm của chứng chỉ tiền gửi là nếu bạn cần rút tiền của mình trước ngày đáo hạn, bạn thường bị phạt cao. Bạn nên tìm hiểu rõ ràng trước khi bạn mua chứng chỉ tiền gửi ở nơi bạn mới mua lần đầu.

Các chứng chỉ tiền gửi trả lãi suất cao hơn tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ và là nơi an toàn để gửi tiền tiết kiệm của bạn. Tuy nhiên, chúng không linh hoạt bằng sự chọn lựa thứ ba là công trái tiết kiệm.

Công trái tiết kiệm

Công trái tiết kiệm là nơi đầu tư chắc chắn nhất, được an toàn và bảo mật, chúng có lãi suất hợp lý. Công trái tiết kiệm dễ chuyển nhượng thành tiền mặt nếu bạn cần tiền vào bất kỳ lúc nào. Công trái tiết kiệm được bảo trợ bằng tín dụng toàn bộ của chính phủ phát hành. Nói cách khác, bạn không thể mất tiền khi gửi công trái tiết kiệm trừ khi cả nước lâm vào cảnh phá sản.

Ba loại đầu tư này là nơi tốt nhất để bạn đầu tư tiền tiết kiệm từ 3 tới 6 tháng. Bạn sẽ có được lãi cao nhất mà lại được bảo mật tuyệt đối và an toàn về vốn đầu tư.

ĐẦU TƯ VÀO THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

Khi bạn bắt đầu kiếm được tiền và tiết kiệm được các khoản tiền còn dư lại sau khi chi cho các nhu cầu về các chi phí ngắn hạn và bảo hiểm, nơi kế tiếp bạn nên khám phá là thị trường chứng khoán. Có 3 thị trường chứng khoán lớn ở Hoa Kỳ: Thị trường

chứng khoán New York, thị trường chứng khoán Mỹ và Nasdaq. Các thị trường chứng khoán này được tiến hành bởi các giám đốc điều hành và hội đồng quản trị, chủ yếu là những người của các công ty đầu tư và công ty môi giới giao dịch trên các thị trường này.

Các công ty môi giới chứng khoán là các công ty kết hợp với nhau thành từng sở giao dịch để tạo thị trường mua bán cổ phiếu và trái phiếu công khai. Bạn có thể mua bán hơn 14.000 cổ phiếu khác nhau cộng với hàng trăm quỹ hỗ tương qua các hãng môi giới chứng khoán, hoạt động trong các văn phòng như Merrill Lynch hoặc trực tuyến như Ameritrade và Charles Schwab.

Chứng khoán thường

Hầu hết các giao dịch bạn nghe nói hoặc đọc được về thị trường chứng khoán được gọi là “chứng khoán thường”. Một cổ phần của chứng khoán thường trong một công ty biểu thị tỷ lệ phần trăm quyền sở hữu về công ty đó. Quyền sở hữu về chứng khoán cho quyền bạn chia sẻ về rủi ro và tiền thưởng của công ty đó, cả chiều lên và chiều xuống.

Quyền sở hữu của bạn trong công ty tỷ lệ với số cổ phần bạn làm chủ so với số cổ phần công ty phát hành. Thí dụ, nếu công ty cho phát hành 1 triệu cổ phần và bạn làm chủ một cổ phần thì bạn được quyền hưởng lợi nhuận hoặc chịu lỗ $1/1.000.000$ trong công ty đó. Khi bạn mua cổ phiếu của công ty, bạn thực sự trở thành chủ nhân của công ty đó bao lâu bạn còn sở hữu cổ phiếu ấy.

Đánh cuộc với chuyên gia

Có một số yếu tố quan trọng bạn cần xét đến nếu bạn tính đến việc mua bán ở thị trường chứng khoán. Trước hết, để bạn mua được cổ phần của cổ phiếu, thì phải có người khác sẵn sàng bán

cổ phiếu đó. Mỗi lần giao dịch xảy ra, người bán cổ phiếu đoán chắc giá cổ phiếu ấy sẽ giảm hoặc ít ra giá sẽ không lên. Người mua sẽ chắc thắng người bán và tin rằng giá cổ phiếu sẽ tăng. Theo ý nghĩa như vậy, thì việc mua bán ở thị trường chứng khoán là một trò chơi thắng thua. Mỗi người mua hoặc bán sẽ dựa vào kiến thức của mình để đánh cuộc với người kia.

Trừ khi bạn có kiến thức về một loại cổ phiếu nhất định, còn không thì những người chuyên hoạt động trên thị trường nói chung sẽ rành rẽ hơn bạn và thật nguy hiểm nếu bạn tin là mình có thể tinh khôn hơn họ. Các chuyên gia đơn giản là người có quá nhiều thời gian và kinh nghiệm để giúp bạn đưa ra các quyết định tốt hơn so với người khác. Có lẽ tốt hơn bạn nên đầu tư vào quỹ hỗ tương nào đó ^[1].

Quỹ chỉ số

Một trong số các quỹ hỗ tương lớn nhất và phổ biến nhất ngày nay (xem “Đầu tư quỹ hỗ tương” ở phần sau ở chương này) được gọi là “Quỹ chỉ số”. Các quỹ này mua các cổ phiếu của ngành chéo nhau theo chỉ số S&P (chỉ số giá chứng khoán 500 của công ty Standard & Poor), hoặc một ngành công nghiệp cá biệt. Các quỹ chỉ số hầu như lúc nào cũng biểu thị đúng với sự tăng trưởng và suy thoái của thị trường chung. 80% các trường hợp, quỹ chỉ số sẽ giúp cho các giám đốc đầu tư có kinh nghiệm và tinh khôn nhất của các công ty môi giới hoặc các công ty quỹ hỗ tương thực hiện được tốt hơn.

Các dự tính chiều hướng thị trường

Giá cổ phiếu được xác định phần lớn do các dự tính mà các người mua cổ phiếu ở thị trường ấy mong có mối lợi từ công ty phát hành cổ phiếu trong tương lai. Vì các dự tính có thể thay đổi đột ngột và thường dao động với mọi thông tin, giá cổ phiếu có thể

thay đổi lên xuống đột ngột từng ngày hoặc thậm chí hàng giờ.

Quan trọng là bạn phải nắm bắt thật tốt thông tin tài chính trên thế giới với mỗi tuần phải nghiên cứu thị trường chứng khoán từ 40 tới 60 giờ và đưa ra được các đề nghị đầu tư. Mặc dù sự tập trung chuyên về các giá trị thị trường chứng khoán, nhưng hơn 50% các đề nghị của các chuyên gia thị trường chứng khoán hóa thành không đúng. Tốt nhất là bạn nên xem lời khuyên của các chuyên gia tài chính chỉ là các dự đoán theo lý thuyết.

Phải mất thời gian nghiên cứu đầu tư thị trường chứng khoán

Cốt để tránh bị sai lầm và không mấy khi chọn được cổ phiếu chính xác, bạn sẽ phải mất rất nhiều thời gian và công sức để nghiên cứu thị trường. Bạn phải nghiên cứu từng ngành công nghiệp ở thị trường ấy và nghiên cứu từng công ty ở trong ngành mà bạn đang xem xét việc đầu tư. May mắn nhờ có Internet, bạn có thể có được nhiều thông tin nhanh chóng hơn trước đây rất nhiều. Nhưng bạn vẫn phải nghiên cứu tường tận trước khi mua một cổ phiếu.

Lý thuyết của nhà đầu tư trái nghịch

Có hai khái niệm nổi tiếng trong thị trường chứng khoán mà bạn sẽ nghe nói đến là lý thuyết của nhà đầu tư trái nghịch và lý thuyết “Không có cái đại nào giống cái đại nào”. Lý thuyết của người đầu tư trái nghịch cho là thời gian thích hợp nhất để mua chứng khoán là khi không ai muốn mua chứng khoán đó nữa hoặc khi mọi người khác đều muốn bán đi. Cách giải quyết này có phần đúng, có phần sai. Đôi khi mọi người khác sẽ bán chứng khoán ấy với lý do rất hợp lý và bạn cũng nên bán đi.

Tuy nhiên, lý thuyết của người đầu tư trái nghịch là một công cụ rất có ích cần có sẵn khi nghĩ về thời gian và nơi bạn đầu tư vào

thị trường chứng khoán. Đôi khi các nhà đầu tư chọn các chứng khoán không được ưa thích với giá thật hời, nhưng ngược lại bạn phải nghiên cứu thật kỹ.

Mua chứng khoán giá hạ (giá theo tin)

Warren Buffett là một trong những người giàu nhất trên thế giới và có lẽ là nhà đầu tư thị trường chứng khoán thành công nhất trong lịch sử, ông cho rằng người ta chờ giá hạ về mọi lĩnh vực trừ đầu tư thị trường chứng khoán. Ông ta đã làm giàu nhờ vào việc liên tục chờ giá hạ ở chứng khoán đang được mua bán tốt với giá thấp hơn giá trị nội tại của nó. Khả năng tìm được các chứng khoán này của ông, rồi sau đó mua để sở hữu chúng và kiếm được chênh lệch cao đã làm cho ông và hàng ngàn người khác rất giàu.

Lý thuyết còn có kẻ khờ hơn

Khái niệm khác mà bạn sẽ nghe nói là lý thuyết *còn có nhiều kẻ khờ hơn* (hoặc “không có cái đại nào giống cái đại nào”), mua chứng khoán để sở hữu vào lúc thị trường chứng khoán tăng vọt. Lý thuyết này cho rằng dù bạn trả cho chứng khoán đó bao nhiêu bạn cũng không phải lo vì còn có nhiều kẻ khờ hơn sẽ đến trả giá thậm chí cao hơn bạn. Vấn đề xảy ra với lý thuyết còn có nhiều kẻ khờ hơn là cuối cùng thị trường sẽ không còn những người khờ như vậy nữa. Vào thời điểm người ta bắt đầu bán là lúc thị trường xoay sang hướng khác. Mỗi lúc càng có nhiều người đổ xô đi bán, một tình trạng gần như hốt hoảng có thể bắt đầu xảy ra và toàn bộ thị trường có thể rớt giá đột ngột.

Trong thời kỳ bùng nổ các công ty công nghệ cao và hoạt động thương mại điện tử trên Internet vào thập niên 1990, lý thuyết *còn có nhiều kẻ khờ hơn* chiếm lĩnh ở mức cao và người ta bắt đầu mua các chứng khoán với giá hời phục hoàn toàn vô lý. Các công ty mới toanh chưa bao giờ sản xuất hoặc bán bất cứ thứ gì thực

hiện cổ phần hóa ban đầu (IPO^[2]) và dân chúng theo lý thuyết *còn có nhiều kẻ khờ hơn* làm cho chứng khoán tăng giá hàng mấy trăm phần trăm chỉ trong một ngày. Thậm chí còn có các người kinh doanh và các nhà đầu tư có kinh nghiệm, dè dặt, rất tinh khôn ảm hết dựa vào lý thuyết *còn có nhiều kẻ khờ hơn* và đã phải mất vô khối tiền. Đừng để điều này xảy đến với bạn.

Lý thuyết còn có nhiều kẻ khờ hơn cũng được áp dụng vào bất động sản. Nếu bạn nghe người nào đó nói cái gì đó duy nhất chỉ có hướng lên giá, thì bạn đừng mua hoặc bán càng sớm càng tốt. Chẳng có cái gì đầu tư hoàn toàn bảo đảm có khả năng có lãi cao mà lại không có rủi ro hạ giá.

Đại diện tài chính

Sau đây là một điểm quan trọng. Người kinh doanh làm việc cho các hãng môi giới chứng khoán được trả theo phương thức hoa hồng trực tiếp. Họ bán đúng như những gì được cấp trên của họ ra lệnh bán. Người bạn nói chuyện trên điện thoại thường biết không bao nhiêu hoặc chẳng biết gì về chứng khoán người ấy đang đề nghị với bạn. Công việc của họ là tạo ra được 200 cuộc gọi mỗi ngày và bán bất cứ cái gì mà người quản lý họ ra lệnh cho họ bán vào ngày nhất định đó.

Hầu hết những người đại diện có đăng ký không phải là nguồn thông tin tư vấn đầu tư. Nếu bạn nghe lời tư vấn của họ, bạn phải biết là mình đang nhắm mắt phó mặc cho may rủi. Bạn đang đánh bạc bằng tiền của mình.

Đề ý kinh nghiệm của người khác

Một người bạn tốt của tôi là một đại triệu phú gia trong nhiều năm kiếm tiền bằng cách tiết kiệm và đầu tư vất vả. Ông ta thường liên lạc với các người tư vấn đầu tư để giới thiệu cho ông

đầu tư tiền vào cái mà họ bán. Trong một số trường hợp, ông ta mời nhà tư vấn đầu tư đến gặp riêng ông.

Trong cuộc gặp riêng này, ông hỏi người tư vấn đầu tư về giá trị tài sản thực của người ấy. Ông ta nói rằng ông không tin vào những lời tư vấn của người có giá trị tài sản ít hơn ông. Ngoài ra, ông ta muốn biết những người tư vấn thành thạo như thế nào về những gì họ đề nghị với ông.

Kinh nghiệm của ông ta về những người tư vấn đầu tư qua nhiều năm đều trước sau như một. Ông ta thấy họ biết rất ít về những gì họ đang bán và họ chẳng hề mua bất cứ sản phẩm đầu tư nào của chính họ. Ông ta chưa bao giờ thấy người tư vấn đầu tư nào thành công về mặt tài chính như ông.

Kết cuộc, hầu hết các người tư vấn đầu tư này đều thừa nhận là đầu tư vào sản phẩm của họ là ông ta sẽ đại dột. Họ bỏ đi và ít khi nào liên lạc lại với ông ta nữa.

Ai kiếm được tiền?

Về mặt đạo lý đây là một chuyện quan trọng đối với bạn. Hầu như tất cả (ngoại trừ một vài trường hợp) tiền bạc kiếm được ở thị trường chứng khoán đều do người ta mua bán chứng khoán để kiếm hoa hồng. Rất ít nhà đầu tư thực sự nào làm giàu được ở thị trường chứng khoán.

Trong một cuộc nghiên cứu kéo dài 22 năm theo dõi sự nghiệp của 1.500 người cả nam lẫn nữ, trong đó chỉ có 83 người trở thành triệu phú, nhà nghiên cứu thấy trong cuộc nghiên cứu này chẳng có một người nào trở nên giàu có bằng cách đầu tư vào thị trường chứng khoán. Trên thực tế, phần đông những người trong cuộc nghiên cứu sau 22 năm làm việc họ vẫn phải sống chật vật về tiền bạc và một trong các lý do chính làm cho họ mất quá

nhiều tiền tiết kiệm để đầu tư vào các chứng khoán được các người tư vấn tài chính đề nghị.

Một điểm cần nhớ khác là khi thị trường chứng khoán xuống dốc hoặc thị trường tài chính suy thoái, thì hàng ngàn người tư vấn đầu tư ấy bị sa thải. Họ thường thấy mình bị thất nghiệp và không ai muốn hoặc sẽ phải đi làm ở lĩnh vực khác.

Ở đây không có ý nói không có nhiều người tốt đáng khâm phục về lĩnh vực tư vấn đầu tư và lập kế hoạch tài chính, mà chỉ muốn nói rằng nghe lời khuyên của một số đông những người ở lĩnh vực đó sẽ nguy hiểm.

Nhớ rằng đối với tiền bạc không có gì dễ hơn là để mất nó. Tuy nhiên, nếu bạn quan tâm đến việc đầu tư vào thị trường chứng khoán thành công, thì còn có sẵn nhiều lời khuyên hữu ích.

Các chiến lược đầu tư của đại triệu phú

Bernard Baruch là một trong những người đầu cơ thị trường chứng khoán thành công nhất trong lịch sử. Như đã nói ở chương 2, ông bắt đầu sự nghiệp là một cậu bé tùy phái ở trên phố Wall và kết cuộc đã trở thành người giàu nhất và được nhiều người Mỹ ngưỡng mộ nhất và ông cố vấn cho 6 tổng thống Mỹ.

Trong sách của ông, *Baruch: Câu chuyện của riêng tôi* (Henry Holt, 1957), ông ta thường cho lời khuyên về việc tính toán cổ phiếu của công ty trước khi đầu tư vào nó. Ông ta đưa ra 3 yếu tố:

1. *Khảo sát tài sản thực*. Khảo sát tài sản của công ty, số dư tiền mặt đã trừ công nợ và giá trị của các tài sản vật chất. Tìm hiểu cách đọc bảng báo cáo tài chính để bạn có thể hiểu rõ tài sản có và tài sản nợ của công ty ấy. Nhớ rằng bạn đang suy nghĩ về việc chi trả một khoản tiền nào đó cho cổ phần trong công ty đó. Bạn cần

biết chính xác bạn sẽ mua cái gì.

2. *Công ty làm cái gì?* Phải hỏi bằng được, “Công ty này có sản xuất thứ gì đó hoặc làm dịch vụ mà người ta muốn hoặc phải cần đến không?” Khoảng thời gian quan trọng nhất cần xem xét chuyện đầu tư vào một công ty là *thời gian tương lai*. Tương lai của bất cứ công ty nào đều được xác định bởi sản phẩm hoặc dịch vụ của nó hiện nay có chất lượng như thế nào và nhu cầu về chúng trong tương lai có số lượng ra sao. Thí dụ, cổ phiếu của McDonald’s tăng trong nhiều năm vì nó có doanh số bán tăng liên tục và nhu cầu tăng lên thường xuyên.

3. *Nghiên cứu việc quản trị*. Một cách đánh giá khác về chứng khoán của một công ty là thẩm định chất lượng quản trị. Đây là điều đặc biệt quan trọng trong việc đánh giá xem công ty ấy liệu có phát triển trong tương lai hay không. Ngày nay, các nhà tư bản liên doanh là các chuyên gia đầu tư vào các công ty mới, họ rất quan tâm đến chất lượng quản trị là một nhân tố quan trọng nhất để quyết định đến sự thành công đầu tư. Nếu được những người thích hợp điều hành, thì trong hầu hết các trường hợp họ sẽ biết cách làm cho công ty thành công.

10 nguyên tắc để đầu tư thành công

Sau đây là 10 bài học của Bernard Baruch đã học được (ở trong dấu ngoặc kép). Sự thất bại theo sau các nguyên tắc này là lý do làm tiêu tan tiền bạc đối với mọi người từng vi phạm đến chúng trong thị trường chứng khoán.

Nguyên tắc 1. “Không đầu cơ trừ khi bạn có thể làm điều đó suốt ngày.” Nhớ rằng mọi quyết định bạn đưa ra là sự đánh cược với quyết định của người khác đang nghiên cứu thị trường chứng khoán mỗi tuần từ 40, 50 và 60 giờ.

Nguyên tắc 2. “Hãy thận trọng... đối với bất cứ ai mang những thông tin ‘nội bộ’ hoặc ‘mẫu tin quan trọng’ làm quà.” “Con đường tiêu tan tiền bạc đứng đầu ở thị trường chứng khoán là làm theo lời mách nước của những người thực ra chẳng biết họ đang nói về cái gì, giống như các tài xế tắc xi, người phục vụ ở quầy rượu, thợ hớt tóc và ngay cả bạn thân ở sở làm.

Nguyên tắc 3. “Trước khi bạn mua một chứng khoán, hãy tìm hiểu mọi thứ bạn có thể biết về công ty ấy, việc quản trị của công ty, các đối thủ cạnh tranh, lợi nhuận của công ty và khả năng phát triển của công ty.” Hãy kiên nhẫn, buộc mình theo đúng nguyên tắc, khách quan và điềm nhiên. Dành thời gian khảo sát trước khi bạn đầu tư.

Nguyên tắc 4. “Đừng cố mua với giá thấp nhất và bán với giá cao nhất. Điều này không thể xảy ra – ngoại trừ những kẻ dối trá.” Khi bạn mua một chứng khoán, phải quyết định bạn sẽ bán nó với giá nào và khi đạt đến giá đó, đừng tiếc rẻ nữa. Với các hoạt động mua bán trên mạng máy tính hiện nay, bạn có thể đặt giá “bán” một chứng khoán và thương vụ ấy sẽ tự động xảy ra ngay khi nó đạt đến giá đó. Thực ra bạn sẽ chẳng bao giờ bị phá sản mà sẽ kiếm được lợi nhuận.

Nguyên tắc 5. “Tìm hiểu cách rút ra thất bại nhanh chóng và gọn nhẹ. Đừng mong lúc nào cũng đúng như ý muốn. Nếu bạn bị sai lầm [và bạn thấy chứng khoán xuống giá, hãy bán chứng khoán ấy] và dứt bỏ thua lỗ của bạn càng sớm càng tốt.”

Kỹ thuật tốt nhất để dứt thua lỗ của bạn trong thị trường chứng khoán được gọi là *ngưng thua lỗ*. Với kỹ thuật ngưng thua lỗ, bạn đưa ra một lệnh bán chứng khoán của mình từ 8% tới 10% dưới giá cao nhất mà bạn đã sở hữu chứng khoán đó. Thí dụ, nếu bạn mua chứng khoán với mỗi cổ phần là \$25, bạn sẽ đặt lệnh ngưng thua lỗ là \$23 cho chứng khoán đó (gần bằng 8% dưới giá bạn đã

mua). Nếu chứng khoán tăng lên tới \$30, thì bạn sẽ tăng lệnh ngưng thua lỗ lên \$27,50, hơi cao hơn 8% dưới giá cao nhất bạn đã sở hữu chứng khoán ấy. Nếu chứng khoán xuống tới điểm này, thì nó tự động được bán. Việc dùng kỹ thuật ngưng thua lỗ có thể giảm đến mức thua lỗ tối thiểu cho bạn nếu bạn theo đúng nguyên tắc của nó.

Nguyên tắc 6. “Đừng mua quá nhiều chứng khoán khác nhau. Tốt hơn bạn chỉ nên đầu tư vào một vài chứng khoán mình có thể theo dõi” kỹ lưỡng hơn là có quá nhiều chứng khoán khác nhau. Sự đa loại hóa làm tản mông rủi ro của bạn ra, nhưng nó cũng làm mất đi cơ hội bạn có thể kiếm được lời lớn nếu một trong các chứng khoán của bạn tăng giá trị nhanh chóng.

Nguyên tắc 7. “Đưa ra các nhận định theo chu kỳ về tất cả các đầu tư của bạn để xem các sự phát triển thay đổi có làm thay đổi triển vọng của chúng hay không”. Dùng kỹ thuật *suy nghĩ trên căn bản zêrô*. Hãy luôn luôn hỏi, khi nào bạn mới có thông tin mới, “Nếu tôi chưa bán chứng khoán này, thì bây giờ tôi có biết mua lại chứng khoán nào không?” Nếu trả lời là “không” thì đó là lời ra hiệu của bạn phải bán.

Nguyên tắc 8. “Nghiên cứu vị thế thuế của bạn để biết khi nào bạn có thể bán có lợi cho bạn nhất.” Hãy thận trọng về thuế lợi nhuận tư bản được áp dụng vào các giao dịch của bạn. Nhớ rằng điều duy nhất phải tính là khoản bạn còn lại sau thuế. Định thời gian mua bán ở thị trường chứng khoán để tạo lợi nhuận tư bản và tổn thất tư bản (lỗ vốn) là một lĩnh vực bạn phải thật thành thạo.

Nguyên tắc 9. “Luôn luôn giữ một phần dự trữ khá lớn vốn tiền mặt của bạn. Đừng bao giờ đầu tư tất cả vốn liếng của bạn.” Nếu lúc nào bạn cũng giữ phiếu tiền mặt, thì bạn sẽ ở vị thế lợi dụng được các cơ hội đột xuất xảy đến. Bạn cũng phải dự trữ vốn khẩn cấp để tạo vật đệm cho dù điều gì xảy ra trên thương trường.

Nguyên tắc 10. “Đừng cố biết mọi lĩnh vực đầu tư. Hãy gắn bó với lĩnh vực bạn rành rẽ nhất.” Thường các nhà đầu tư thành công nhất là những người chọn một ngành công nghiệp nhất định và tập trung vào để trở nên am tường về các công ty trong ngành công nghiệp đó. Chọn ngành công nghiệp gây cho bạn sự quan tâm, vì vậy bạn sẽ thích nắm bắt được nó liên tục.

Các bài học từ các nhà đầu tư thành công

Hàng mấy ngàn nhà đầu tư thành công đã được phỏng vấn trong nhiều năm để cố gắng khám phá ở họ điều được gọi là những bí quyết thành công. Sau đây là một số các đề nghị của họ:

Thứ nhất, nếu bạn không lo ngại chút nào về sự đầu cơ của mình hoặc sự đầu tư của mình, thì bạn chẳng có gì là rủi ro. Bạn nên có đủ tiền đầu tư để nó thật sự có lợi cho bạn. Bạn càng có thể đưa ra quyết định thích đáng khi bạn để hết tâm trí vào nó vì quy mô đầu tư của bạn. Bạn cũng rất có thể theo dõi khoản đầu tư ấy cẩn thận hơn.

Thứ hai, luôn luôn kiểm lời thật sớm. Như Bernard Baruch nói, “Hãy chế ngự lòng tham”. Trong thị trường chứng khoán có câu châm ngôn là “Bò kiếm tiền và gấu kiếm tiền, nhưng heo chẳng bao giờ làm.”

Thứ ba, đừng tin bất cứ ai nói chắc đoán biết được tương lai, vì tất cả kết quả tài chính diễn biến đều không biết chắc chắn được. Điều này có nghĩa là mọi sự đầu tư đều có phần may rủi. Không ai có thể nói cho bạn biết chính xác điều gì sẽ xảy đến trong tương lai liên quan đến bất cứ chứng khoán hoặc sự đầu tư nào. Mọi người đều phải phỏng đoán bằng cách tốt nhất họ có thể biết được.

Thứ tư, khi tàu bắt đầu chìm, đừng cầu trời; hãy nhảy ra. Nói cách

khác, hãy vui vẻ chấp nhận các khoản lỗ nhỏ như là thực tế của hoạt động đầu tư. Tốt nhất hơn hết là chỉ bị 50% các khoản đầu tư không chính xác. Thực ra thì các khoản này chỉ bị sụt giảm giá trị. Chúng sẽ không thể hiện được các sự hy vọng và dự đoán của bạn đối với chúng. Nhưng bạn vẫn có thể thành công trong việc đầu tư nếu bạn giảm các thua lỗ đến mức tối thiểu theo chiều đi xuống để bạn có thể tăng tối đa lợi nhuận của bạn theo chiều đi lên.

Thứ năm, vận may là một nhân tố mạnh nhất trong sự thành công đầu tư. Vì không có cách nào đoán trước được chuyện đầu tư ở thị trường chứng khoán, để thành công bạn cần có nhiều may mắn. Câu hỏi thích hợp nhất đối với bạn là “Sẵn sàng tin vào vận may thì tương lai tài chính của tôi sẽ được bao nhiêu?”

Thứ sáu, đừng bao giờ xiêu lòng với chuyện đầu tư. Đừng bao giờ trở nên quá bận tâm đến bất cứ thứ gì bạn mua có ý định kiếm lời. Nguyên tắc này cũng áp dụng cho cả bất động sản, nhất là nhà cửa. Nhiều người xiêu lòng với các chuyện đầu tư và bất đắc dĩ phải nhận họ đã vướng phải sai lầm. Vì phóng lao họ phải theo lao và cuối cùng thường họ phải mất nhiều năm mới gây dựng lại được.

Thứ bảy, đừng bao giờ lầm lẫn linh cảm với hy vọng. Nhiều người hy vọng rằng một cổ phiếu cá biệt hoặc sự đầu tư là một linh cảm tốt. Sau đó họ nói rằng họ có linh cảm rất tốt là nó sẽ lên giá. Phải phân biệt rõ ràng linh cảm khác với hy vọng của bạn và đừng lầm lẫn hai điều này.

Thứ tám, sự lạc quan có nghĩa là mong đạt được cái tốt nhất, nhưng sự tự tin phát xuất từ khả năng biết cách bạn xử lý cái tồi tệ nhất. Nói cách khác, sự tự tin bật khỏi sự vận dụng có tính cách bị quan.

Phương pháp tôi đề nghị với bạn là hãy luôn luôn hỏi, “Trong trường hợp này điều nào là tệ hại nhất có thể xảy ra?” Hãy luôn sẵn sàng đối diện với kết quả tệ nhất có thể xảy ra. Xưa kia, J. Paul Getty, một người giàu nhất thế giới đã nói rằng bí quyết thành công của ông trong việc đầu tư là phải đánh giá khách quan kết quả tệ nhất có thể xảy ra của bất cứ giao dịch làm ăn nào trước khi đi sâu vào nó, rồi sau đó làm mọi thứ có thể để tự bảo vệ ông nếu kết quả tệ hại xảy ra. Trường hợp này thì bạn cứ việc đưa ra lệnh ngưng thua lỗ đối với mọi khoản đầu tư.

Thứ chín, không đếm xỉa đến ý kiến đa số. Hãy suy nghĩ kỹ mọi quyết định cho chính bạn. Đừng để các quyết định đầu tư bị ảnh hưởng bởi người khác. Dành thời gian để bản thân bạn suy nghĩ kỹ các quyết định và sau đó hoàn toàn chịu trách nhiệm về sự chọn lựa của bạn.

Thứ mười, nếu lần đầu không có lời, hãy quên nó đi. Dựa vào thông tin bạn có, nếu bạn quyết định đầu tư vào chứng khoán và nó không có triển vọng, hãy bán chứng khoán ấy và tiếp tục qua thứ khác. Hãy tránh khỏi hoàn toàn cái tôi của mình. Có lần một người giàu nói với tôi là “Các cơ hội đầu tư giống như những chiếc xe buýt; luôn luôn có chuyến kế tiếp sẽ đến.”

Các lời khuyên trên được nhiều nhà đầu tư chứng khoán đã từng thành công nhất thực hiện. Nhớ rằng thị trường chứng khoán có tính đầu cơ cao. Nó bị lấn át và chi phối bởi những người kiếm sống bằng cách mua bán chứng khoán cho người khác và chẳng ngày nào những người này lại không mắc phải sai lầm.

Không có cách nào hoàn toàn dễ dàng để kiếm tiền ở thị trường chứng khoán. Nếu bạn định đầu tư vào chứng khoán, hãy cẩn thận. Bạn phải nghiên cứu thật kỹ và lúc nào cũng phải theo dõi các khoản đầu tư của bạn.

ĐẦU TƯ QUỸ HỖ TƯƠNG

Có một cách đầu tư vào thị trường chứng khoán ít bị rủi ro nhất, đó là thông qua quỹ hỗ tương. Quỹ hỗ tương là quỹ vốn góp chung được lập lên từ sự đầu tư của hàng ngàn cá nhân giống như bạn. Ngân quỹ này được dùng để mua danh mục đầu tư chứng khoán đa dạng hóa. Quỹ hỗ tương được các giám đốc tài chính chuyên nghiệp điều hành, những người đưa ra các quyết định đầu tư có hiểu biết. Đây là những người làm việc toàn thời gian trong thị trường chứng khoán.

Các quỹ hỗ tương được chính các công ty quỹ hỗ tương bán trực tiếp và cũng thông qua các công ty môi giới chứng khoán, các nhà tư vấn đầu tư, các hiệp hội tiết kiệm và cho vay, các đại lý khác. Hiện có hàng ngàn quỹ hỗ tương có thành tích được ghi trên khắp bản đồ nước Mỹ. Thực ra một số quỹ làm tiêu tan tiền bạc khi thị trường chứng khoán tăng vọt và một số khác lại kiếm được tiền khi thị trường chứng khoán suy giảm. Một lần nữa, đây là lĩnh vực mà bạn phải khảo sát trước khi đầu tư.

Quỹ có phí bán so với quỹ không có phí bán

Có hai loại quỹ hỗ tương liên quan đến chi phí. Loại đầu tiên được gọi là hoa hồng hoặc quỹ có phí bán. Ở quỹ có phí bán bạn phải trả tối đa $8\frac{1}{2}\%$ hoa hồng phát sinh từ việc đầu tư của bạn khi bạn đầu tư tiền vào quỹ hỗ tương đó. Hầu hết tiền hoa hồng này vào tay người bán cho bạn sản phẩm của quỹ hỗ tương ngay lần đầu. Đây là cách các công ty quỹ hỗ tương đền bù cho người bán sản phẩm của họ.

Với một quỹ dựa vào hoa hồng, thì bạn có số dư vốn đầu tư được bỏ vào danh mục đầu tư chứng khoán. Sự giải thích cho việc tính phí hoa hồng $8\frac{1}{2}\%$ là nếu quỹ ấy được quản lý tốt thì bạn sẽ

kiếm lại được tất cả và nhiều hơn khoảng thời gian phải đầu tư suy nghĩ mà đôi lúc bạn phải làm như vậy.

Còn có các quỹ không có phí bán. Đây là các quỹ hỗ tương bạn có thể mua thông qua những người trung gian khác nhau mà không phải trả hoa hồng. Bạn sẽ đầu tư được toàn bộ 100%.

Có vô số sự so sánh trong nhiều năm giữa các quỹ có phí bán và không có phí bán. Kết luận ấy dường như là có rất ít sự khác biệt về lợi nhuận đầu tư giữa quỹ có phí bán và quỹ không có phí bán. Cả hai loại quỹ này đều được quản lý tốt và diễn biến rất giống nhau. Do đó bạn không cần phải mua sản phẩm của quỹ hỗ tương có tính phí bán. Các kết quả của bạn hầu như sẽ không có gì khác trong thời gian diễn biến dài, nhưng bạn sẽ bị mất một phần vốn đầu tư đáng kể vào lúc bắt đầu nếu bạn trả hoa hồng. Bạn phải mất khoảng một năm mới gỡ lại được vốn đầu tư gốc.

Các xem xét quan trọng để đầu tư vào quỹ hỗ tương

Có nhiều yếu tố bạn nên xem xét khi suy nghĩ về việc đầu tư vào các quỹ hỗ tương. Cần nhớ các nhận xét sau khi bạn đưa ra sự chọn lựa và quyết định.

Thứ nhất, thành tích quá khứ ít khi là dấu hiệu cho bạn biết thành tích trong tương lai, trừ các trường hợp tuyển chọn. Nếu quỹ hỗ tương của bạn thành công, nó thường thu hút được rất nhiều nguồn tiền mới chảy vào. Chẳng bao lâu điều đó có thể trở nên quá lớn đến nỗi tiền của quỹ này không biết đầu tư vào đâu để đạt được cùng mức độ tăng trưởng, làm cho nó nổi tiếng ngay từ đầu. Lúc bạn biết tin một quỹ hỗ tương thành công, thường đã quá trễ để đầu tư vào nó và hưởng được các khoản tăng đáng kể về vốn đầu tư của bạn.

Thứ hai, có một số công ty quản lý quỹ hỗ tương có thành tích

thành công và tăng trưởng trên trung bình trong thời gian dài. Không hiếm cổ phần trong một quỹ hỗ tương riêng biệt tăng 10%, 20%, 30%, 40% và thậm chí 50% trong một năm thuận lợi ở thị trường chứng khoán. Thường một quỹ hỗ tương lớn có thể đạt được mức lợi cao hơn thị trường trong một số năm.

Thứ ba, bất kể các ý kiến tán thành hay phản đối việc đầu tư quỹ hỗ tương, nơi tốt nhất cho một người bình thường đầu tư vào thị trường chứng khoán vẫn là thông qua quỹ hỗ tương được lựa chọn kỹ. Vì nó giữ một danh mục đầu tư chứng khoán đa dạng mà hướng đi xuống của bạn có giới hạn. Đáng tiếc là trong hầu hết các trường hợp, hướng đi lên của bạn cũng có giới hạn. Nói chung, phần lớn các quỹ hỗ tương vận động có ảnh hưởng dây chuyền trong thị trường chứng khoán. Khi thị trường chứng khoán tăng lên, thì giá trị của quỹ hỗ tương cũng tăng theo và khi thị trường chứng khoán suy thoái, thì chúng cũng giảm tỷ lệ phần trăm tương đương.

Thứ tư, giống như cổ phiếu, một trong những lợi thế của quỹ hỗ tương là chúng rất linh động (có khả năng thanh toán bằng tiền mặt cao). Nếu bạn cần tiền, bạn có thể bán các cổ phần của mình như bạn có thể làm với bất cứ cổ phiếu nào và có được tiền mặt nhanh chóng nếu bạn cần, thường trong vòng 72 giờ.

Thứ năm, có lẽ nhận định này là quan trọng nhất, việc đầu tư vào quỹ hỗ tương có thể làm cho bạn hướng sự quan tâm đến sự nghiệp và công việc của bạn tốt hơn. Khi bạn đã đầu tư tiền bạc vào quỹ hỗ tương, bạn có thể an tâm cho quá trình sống và làm việc còn lại, không phải bận tâm nhiều về tiền bạc nữa, ít nhất là trong một khoảng thời gian ngắn.

CÁC CÁCH ĐẦU TƯ KHÁC

Các cách đầu tư khác người ta thực hiện có lịch sử và thành tích

khác nhau.

Quý kim

Bạn có thể đầu tư vào vàng, bạc và các kim loại quý. Những thứ này có thể lên xuống đột ngột và là các phương tiện đầu tư nguy hiểm, thường được những người có vấn đề bán đi khi lạm phát bao vây, dựa vào các dự đoán nghi ngờ đến khả năng tăng giá của chúng.

Theo lệ thường, phải rất cẩn thận khi xem xét việc đầu tư vào vàng, bạc và kim loại quý. Mỗi năm có một số người mảnh lỏi trên thế giới sẽ buôn bán các kim loại này. Tôi khuyên bạn nên tránh đầu tư hoàn toàn vào vàng, bạc và quý kim.

Đồ cổ và các vật phẩm sưu tầm

Một loại đầu tư khác bao gồm đồ cổ, thảm Ba Tư, tiền, tem và các vật phẩm sưu tầm khác, chẳng hạn như, thẻ chơi bóng chày. Dù thực ra loại đầu tư này đôi khi tăng giá, nhưng đúng hơn chúng thường xuống giá và xuống nhiều hơn bình thường.

Những người buôn bán về lĩnh vực này kiếm được nhiều tiền nhất là người bán đồ cổ, thảm Ba Tư, tiền, tem và thẻ chơi bóng chày cho tới các vật phẩm khác. Nếu bạn không phải là chuyên gia, thì đây không phải là nơi để đầu tư.

Chứng khoán xu đủ loại

Nhiều người đầu tư vào chứng khoán dầu và gas, chứng khoán mỏ và chứng khoán xu^[3]. Trong khi các người đầu cơ chứng khoán chuyên nghiệp rất chắc chắn về dầu, gas và mỏ, thì có nhiều người buôn bán xông xáo ở thị trường chứng khoán lại hoài nghi về loại đầu tư này.

Còn về chứng khoán xu, 80% tới 90% chứng khoán xu chẳng bao giờ khôi phục giá mà chúng được bán ban đầu. Chúng là dạng vốn đầu tư lãng phí nhất ở Mỹ. Nếu người nào đó gọi điện nói chuyện về sự thành công kỳ diệu của chứng khoán xu, thì bạn hãy gác điện thoại.

Hàng hóa

Một loại đầu tư khác mà bạn biết được là hàng hóa. Buôn bán ở thị trường hàng hóa là một trong cuộc chơi may rủi lớn nhất. Các công ty môi giới chứng khoán có danh tiếng đòi hỏi bạn phải chứng minh cho họ là bạn có ít nhất 25.000 đô-la trường hợp bị thua lỗ trước khi họ chấp nhận tài khoản đầu tư của bạn và một điều bạn có thể chắc chắn là: Bạn sắp thua mất 25.000 đô-la.

Thậm chí những người giao dịch hàng hóa sành sỏi nhất trên thế giới ngày nào cũng có người bị thua lỗ. Hãy tránh khỏi thị trường hàng hóa trừ khi bạn sẵn sàng dồn hết công sức suốt ngày vào nó và bạn sẵn tiền để tìm hiểu về lĩnh vực này.

BẢO VỆ TIỀN BẠC CỦA BẠN CẦN THẬN

Nguyên tắc chủ yếu của bạn về đầu tư đối với tất cả các loại phải là “Đừng để mất tiền.” Tốt hơn nên giữ đồng tiền kiếm được một cách khó khăn trong tài khoản sinh lãi hơn là để mất vào các vụ đầu tư đại dột.

Hết cuộc nghiên cứu này đến cuộc nghiên cứu khác cho thấy nếu bạn chỉ để tiền vào quỹ hồ tương khéo chọn và để nó sinh lãi kép trong quá trình làm việc của cuộc đời thì bạn sẽ có nhiều tiền hơn so với gần như bất kỳ các đầu tư nào khác trừ đầu tư vào doanh nghiệp của riêng bạn.

Người giàu hầu như luôn thận trọng về các giao dịch liên quan

đến tiền bạc. Họ duy trì công nợ ở mức thấp. Họ dùng tiền thật thận trọng và lúc nào cũng tìm cách tăng lên trong khi họ thu nhỏ rủi ro xuống mức tối thiểu.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Mở một tài khoản tiết kiệm đặc biệt và bắt đầu gầy dựng nó cho tới khi bạn có đủ tiền dự trữ cho chi phí từ 3 tới 6 tháng. Hành động đơn giản này sẽ làm thay đổi tính cách của bạn một cách rất tích cực.

2. Ngồi nói chuyện với đại lý bảo hiểm và yêu cầu người ấy tư vấn cho bạn về loại sản phẩm bảo hiểm và mệnh giá bạn cần để bảo vệ mình khỏi bị nguy cơ không mong muốn. Khi bạn được bảo hiểm thích đáng, bạn sẽ cảm thấy thật yên tâm cho bản thân và cuộc đời mình.

3. Mở một tài khoản với một công ty môi giới trực tuyến và cẩn thận đầu tư tiền của bạn, bắt đầu với một tài khoản tiền gửi thị trường tiền tệ, rồi sau đó thử mạnh dạn đầu tư vào các quỹ hỗ tương được chọn lựa kỹ. Hành động đầu tư vào các cổ phần của các công ty lớn làm thay đổi cách bạn nhận định về tiền bạc và việc kinh doanh.

4. Nghiên cứu kỹ ở nhà trước khi bạn mua một chứng khoán riêng lẻ. Khảo sát trước khi bạn đầu tư, rồi sau đó mua 100 cổ phần (1 lô chẵn) trong một công ty và ngành công nghiệp bạn tin tưởng. Điều này sẽ cho bạn một kinh nghiệm vô giá.

5. Đăng ký báo và đọc các tạp chí và báo nhằm vào những người có ảnh hưởng lớn đến tương lai tài chính của họ, chẳng hạn như, *Forbes*, *Fortune*, *BusinessWeek*, *the Wall Street Journal*, *Investor's Business Daily* và *Money*. Hãy theo dõi liên tục.

6. Bắt đầu dành dụm tiền mặt dùng để đầu tư vào bất động sản. Chọn nhà đất ở không quá xa phạm vi của bạn có thể đi lại.

7. Hãy đầu tư suy nghĩ về việc bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp của riêng bạn, nếu bạn chưa từng làm điều đó. Bằng cách gây dựng bất động sản, bạn sẽ đặt cơ sở cho việc làm giàu bằng cách của mình.

“Tương lai có nhiều danh nghĩa.

Đối với người nhu nhược, tương lai là bất thành.

Đối với người nhút nhát, tương lai là vô danh.

Đối với người chín chắn và dũng cảm, tương lai là lý tưởng”.

Victor Hugo

[\[1\]](#) Công ty đầu tư huy động vốn bằng cách bán chứng khoán của riêng công ty cho dân chúng và đầu tư số tiền thu được vào các chứng khoán khác, với ý định là sự quản lý chuyên môn của quỹ ấy có thể quản lý việc đầu tư tốt hơn cá nhân bình thường và chủ sở hữu của các cổ phần thuộc quỹ hỗ tương được lợi nhờ vào sự đa dạng hóa vì quyền sở hữu gián tiếp của những chứng khoán khác nhau.

[\[2\]](#) Công ty lần đầu tiên cung ứng chứng khoán ra dân chúng với giá thị trường và có kỳ vọng phát triển trong tương lai.

[\[3\]](#) Chứng khoán được bán thấp hơn 1 đô-la, vì thế được yết giá bằng xu.

4

BẮT ĐẦU TỪ TAY TRẮNG

“Trên thực tế cỏ không phải lúc nào cũng xanh hơn ở bên kia hàng rào. Hoàn toàn không. Hàng rào chẳng làm gì đến cỏ. Cỏ xanh nhất ở nơi được tưới nước”.

W. Somerset Maugham

Khi tôi bắt đầu vào đời, tôi cảm thấy thương hại cho chính mình vì tôi chẳng có tiền. Tôi đã đọc các bài xã luận nổi tiếng cho rằng ở Mỹ cuộc sống bất công vì một số người có tiền và một số người không có tiền. Các bài báo ngụ ý nói nếu bạn bước vào đời mà không có tiền bạn có rất ít cơ hội thành công sau này.

Thế rồi có một điều thật sâu sắc tình cờ xảy đến làm thay đổi suy nghĩ của tôi. Tôi khám phá ra rằng người Mỹ tiêu biểu là người bước vào đời với bàn tay trắng. Quay trở lại các cuộc tranh cãi xưa kia, những người lập quốc, thường được cho là những người đã đến đất nước này mà chẳng có tiền bạc hoặc có chẳng đáng bao nhiêu và phải bắt đầu cuộc sống thật tàn tiện. Vì lý do này, hệ thống hiến pháp của nước Mỹ đã được soạn thảo, trong khuôn khổ của luật thương mại, tạo cho bất cứ ai, đến từ bất cứ nơi đâu đều có thể trở nên thành công nếu họ làm việc chăm chỉ, tiết kiệm tiền bạc và đầu tư khôn ngoan trong suốt quá trình làm việc của cuộc đời họ.

SỢI XÍCH VÀNG

Khi tôi lớn lên và vừa bước vào tuổi 30, dù tôi có những lần thành công trong thời gian ngắn, nhưng tôi chưa bao giờ có dư tiền để có thể bắt đầu gây dựng cho mình cuộc sống sung túc tiền bạc sau này. Đường như luôn có đủ mọi hóa đơn và chi phí bòn rút mọi đồng xu tôi kiếm được. Tôi lúc nào cũng phải mang nợ. Ý tưởng đột phá về mặt tài chính chưa lần nào lóe lên trong ý nghĩ của tôi.

Dù cho cơ hội làm ăn lớn đến, nhưng tôi không thể làm gì được. Vì tôi không có tiền, tôi không được tự do. Tôi bị “sợi xích vàng” của công việc làm thuê trói buộc và tôi không thể thoát ra ngoài.

Khi tôi bắt đầu nghiên cứu về sự thành công tài chính và những nhà triệu phú tự tay làm nên, tôi nhận thấy hầu như mọi người chung quanh tôi ở vào tình trạng rất giống với tôi. Đường như chẳng ai có tiền. Mọi người đều mang công mắc nợ. Mọi người gần như lúc nào cũng đều lo đến tiền. Ý tưởng trở nên giàu có thực sự chỉ là giấc mơ xa vời, hầu như chẳng có cơ may nào trở thành sự thật. Ngay bây giờ có thể bạn cũng ở hoàn cảnh như vậy, với biết bao chi phí và công nợ chất cao hơn cả tiền bạc hoặc tài sản của mình.

THỐNG KÊ ĐÁNG SỢ

Như tôi đã nói ở đầu cuốn sách này, thống kê về sự thành công tài chính hơi gây kinh hoàng. Theo thống kê của ngành công nghiệp bảo hiểm thì 100 người đến tuổi về hưu hôm nay chỉ có một người sẽ giàu có. 4 trong số 100 người này sẽ sung túc tiền bạc. 15 người dành dụm được một ít tiền tiết kiệm. Nhưng 80% những người kia sẽ phải sống phụ thuộc vào lương hưu, vẫn phải làm việc hoặc bị túng thiếu. Và đây chính là hậu quả của suốt cuộc đời làm việc ăn lương trong xã hội giàu có nhất trong lịch sử. Điều này xảy ra như thế nào?

Có hai lý do chủ yếu tại sao người ta đến lúc về hưu lại bị túng thiếu bất kể họ kiếm được bao nhiêu trong quá trình làm việc của cuộc đời họ. *Thứ nhất*, họ không bao giờ quyết định khi về hưu phải giàu có. Họ ao ước, hy vọng và cầu trời, nhưng họ chưa bao giờ đưa ra một quyết định cụ thể dứt khoát là họ sẽ phải trở nên giàu có.

Thứ hai, dù họ quyết định lúc về hưu phải giàu có, nhưng họ chần chừ thực hiện quyết định đó cho tới khi đã quá trễ. Họ luôn có lý do hợp lý để hoãn lại quyết định đó.

BỐN BƯỚC ĐẾN THÀNH CÔNG TÀI CHÍNH

Nếu bạn thực sự không muốn rảnh rỗi, muốn đạt được sự sung túc tiền bạc và lúc về hưu giàu có, bạn phải thực hiện 4 bí quyết sau.

Phải thực sự khao khát

Bước đầu tiên là *sự khao khát*. Bạn chịu đựng được gian khổ với quyết tâm không thể lay chuyển để đạt được sự thành công về tài chính. Bạn phải sẵn sàng hy sinh trước mắt để hưởng được sự thành công tài chính lâu dài. Để đừng đụng chạm đến túi tiền, bạn phải sẵn sàng nhịn hoặc kiềm chế được trước những đòi hỏi thỏa mãn và các chi tiêu về ô tô mới, quần áo và đồ dùng, thay vào đó, phải tiết kiệm tiền bạc và đem đầu tư. Trong sự phân tích cuối cùng, yếu tố thực sự quyết định duy nhất về những gì bạn có thể làm được chính là cường độ của sự khao khát. Nếu bạn chịu đựng được gian khổ để làm giàu thì chắc chắn bạn sẽ đạt được điều đó.

Phải đưa ra quyết định

Bước thứ hai là *quyết định*. Bạn phải đưa ra quyết định ngay bây giờ làm bất cứ thứ gì cần thiết để trở nên sung túc tiền bạc. Bạn

phải sẵn sàng trả bất cứ giá nào và đi bất cứ đâu để đạt được các mục đích tài chính của mình.

Phải quyết tâm

Bước thứ ba là *sự quyết tâm*. Bạn phải quyết tâm bền bỉ cho tới khi bạn thành công dù bạn sẽ phải trải qua mọi gian nan và trở ngại. Dù cho bao nhiêu lần bạn bị ngã gục, bạn phải sẵn sàng đứng dậy và tiếp tục tiến lên. Sự quyết tâm và lòng kiên trì có lẽ là các phẩm chất quan trọng nhất cần thiết để thành nhân và thành công tài chính.

Phải tự chủ được bản thân

Bước thứ tư là *kỷ cương*. Bạn phải phát huy kỷ cương, tập dần khả năng cho tới khi tự chủ được và tới khi phát huy được các thói quen cần thiết để đạt được tình trạng sung túc tài chính. Bạn tự khép mình vào kỷ cương phải thức sớm, làm việc chăm chỉ hơn một chút và ở lại nơi làm việc trễ hơn một chút. Bạn tự khép mình vào kỷ cương phải học mọi thứ bạn cần biết để đạt được mục đích tài chính của bạn. Bạn tự khép mình vào kỷ cương phải quyết tâm đi đến cùng, cho dù bạn phải trải qua bao nhiêu lần tụt hậu, thất vọng và thất bại tạm thời.

Tự rèn luyện bốn phẩm chất – khao khát, quyết định, quyết tâm và kỷ cương. Bạn có thể định đoạt mình sẽ thành công như thế nào trong tương lai là do mức độ thực hiện một trong bốn phẩm chất theo thang điểm từ 1 tới 10. Bất kể điểm của bạn bao nhiêu, hãy quyết tâm cải thiện từng lĩnh vực bằng cách luyện tập phẩm chất đó bất cứ khi nào cần phải có.

NĂM CÁCH ĐỂ TRỞ NÊN GIÀU

Dựa trên hơn 25 năm nghiên cứu về những người triệu phú Mỹ,

về cơ bản có 5 cách bạn có thể trở nên giàu, bắt đầu từ bàn tay trắng. Chúng ta đã nói đến một số các điều đó rồi.

Thừa kế tài sản

Bạn có thể tốt số được hưởng thừa kế tiền. Không đến 10% người Mỹ giàu có được hưởng thừa kế tất cả hoặc một phần tiền của họ và mỗi năm con số này càng giảm đi. Càng ngày càng có nhiều người Mỹ tạo được cơ đồ ở thế hệ thứ nhất, tức là người sở hữu của cải hoàn toàn tự tay mình kiếm được.

Trở thành chuyên môn

Bạn có thể trở nên giàu có bằng cách đạt được sự giàu có bằng chuyên môn của mình. Bạn có thể trở thành bác sĩ, luật sư, kiến trúc sư, kỹ sư hoặc kế toán viên hoặc chọn bất cứ chuyên môn nào khác đòi hỏi phải được đào tạo đại học chính quy lâu sau nhiều năm học hành chăm chỉ. Là một người chuyên môn, bạn có thể trở nên rất giỏi về nghề bạn làm, do đó được hưởng lương rất cao, rồi sau đó cẩn thận tiết kiệm và đầu tư số tiền bạn kiếm được.

Trong việc làm các dịch vụ chuyên môn, một người thường chỉ có thể kiếm được tiền bao lâu còn làm việc. Khó lòng gây dựng được vốn liếng hoặc thu nhập thặng dư bằng cách thực hiện các dịch vụ chuyên môn, chẳng hạn như, y khoa, kế toán hoặc luật khoa. Đôi khi bạn có thể hành nghề của mình, nhưng một khi bạn ngưng làm việc, thì thu nhập của bạn cũng giảm dần và dừng lại.

Vì lý do này, các người chuyên môn trở thành triệu phú hầu như luôn luôn tạo kênh đầu tư khác để kiếm lời cao, chẳng hạn như, đầu tư vào bất động sản, cổ phiếu, trái phiếu và đầu cơ thương mại mà cuối cùng phát sinh nguồn tiền mặt và cổ tức cho họ khi họ ngưng làm việc chuyên môn.

Trở thành viên chức điều hành

Trở thành một viên chức cao cấp của một công ty lớn có thể làm cho bạn đạt được sự sung túc tài chính. Bạn có thể học hành đến nơi đến chốn và đi làm cho một công ty lớn, tiến dần lên qua các cấp tới vị trí của viên chức cao cấp, công việc của bạn được trả lương rất hậu, rồi sau đó bạn trở nên giàu có nhờ vào sự chọn lựa và đầu tư chứng khoán.

Sét đánh

Đôi khi người ta trở nên giàu có ở Mỹ nhờ vào các sự kiện tình cờ đặc biệt. Họ trúng số, viết được một nhạc phẩm rất được ưa chuộng hoặc một cuốn sách bán chạy, sáng chế một sản phẩm hoặc dịch vụ hợp thời hoặc trở thành diễn viên hoặc người làm trò mua vui thành công. Những câu chuyện về những người này đầy rẫy trên báo chí, tạp chí và các buổi trình diễn trên truyền hình và phát thanh, nhưng họ chỉ diễn hình cho không đến 1% dân giàu ở Hoa Kỳ.

Các cơ may bạn trúng số tương đương với sét đánh cùng một chỗ hai lần trong vòng 2 năm. Con số lẻ là 1 phần triệu. Hoàn toàn 95% các diễn viên bị thất nghiệp vào bất kỳ thời điểm nào. Chỉ một vài người trong số họ kiếm được tiền triệu đô la ở mỗi bộ phim. Đa số người làm trò mua vui được trả lương thấp hoặc bán thất nghiệp và dù họ thành đạt rực rỡ, nhưng phần đông khi họ về hưu cũng thường bị túng thiếu. Họ tiêu xài nhanh như họ kiếm được, rồi cuối cùng chẳng còn gì vào cuối đời hoạt động của họ. Đó là lý do tại sao họ nói, “dễ được thì lại dễ mất.”

Con đường chính dẫn tới sự giàu có ở Mỹ

Có lẽ bạn có thể trở nên giàu bằng cách bắt đầu gây dựng doanh nghiệp của riêng mình và hoàn toàn tự tay làm giàu. Bắt đầu

doanh nghiệp của bạn luôn luôn là con đường chính dẫn tới việc trở nên giàu có đối với hầu hết những triệu phú tự tay làm nên. Hoàn toàn 74% người Mỹ giàu có là các chủ doanh nghiệp thành công.

Vào năm 2003, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế ở Paris đã xếp Hoa Kỳ vào “nước có nhiều chủ doanh nghiệp nhất trên thế giới.” Chủ doanh nghiệp đem đến nhiều cơ hội và mở thêm nhiều cửa hơn tất cả các triển vọng khác để làm giàu kết hợp được với nhau. Đây là lý do tại sao người ta nói nếu bạn có khả năng mở doanh nghiệp riêng mà bạn không làm điều đó thì bạn là người khờ dại.

Toàn bộ phần còn lại của sách này, tôi sẽ chia sẻ với bạn một loạt các ý kiến, phương pháp, các kỹ thuật và các hệ thống thành công mà bạn có thể dùng vào nhiều lĩnh vực khác nhau để đạt được sự sung túc tiền bạc. Mọi ý tưởng hoặc sự đề nghị trong sách này giúp cho hàng trăm và hàng ngàn người trở nên những triệu phú tự tay làm nên. Những gì bạn có thể thực hiện được với các ý tưởng bạn học được ở các trang trước hoàn toàn tùy thuộc vào bạn. Sự thành công sẽ chỉ còn phụ thuộc vào độ khát khao, tính kiên quyết, lòng quyết tâm và kỷ cương của bản thân bạn.

ĐIỂM XUẤT PHÁT CỦA SỰ GIÀU CÓ

Theodore Roosevelt có lần đã nói, “Hãy làm những gì bạn có thể, với những gì bạn có, ngay nơi bạn ở.” Giống như hầu hết người Mỹ, nếu bạn bắt đầu bằng bàn tay trắng hoặc có chút ít tiền, bạn sẽ bắt đầu ở đâu? Câu trả lời là bạn bắt đầu bằng cách tự gây vốn liếng cho mình.

Nhớ rằng, “Tiền đẻ ra tiền.” Nhưng tiền không bằng *chí khí* và *kỷ cương* bạn phải có để tích lũy tiền bạc cần thiết cho sự thành công tài chính. Chỉ khi bạn có thể tự mình gây được một ít vốn liếng

mới chứng tỏ bạn có khả năng quản lý và phát triển được tiền bạc của bạn ở quy mô lớn. Bạn phải đi trước khi chạy.

TRẢ GIÁ CHO CHÍNH MÌNH TRƯỚC

Một trong những tác phẩm kinh điển về sự thành công vĩ đại, *Người giàu nhất Babylon* được George S. Clason viết nhiều năm trước đây. Ý tưởng chính vẫn còn có giá trị cho đến ngày nay. Cuốn sách này là sách vỡ lòng về sự thành công tài chính vì các nguyên tắc của nó đơn giản, minh bạch và hiệu quả.

Ở nhiều nơi trong sách, Clason cho rằng điểm xuất phát của sự thành công tài chính đối với bạn là “trả giá cho chính mình trước.” Dành ra 10% thu nhập cao nhất mỗi lần bạn kiếm được hoặc nhận được tiền để bỏ vào tài khoản tự lực tài chính. Khi bạn dành dụm tiền bạc, đừng bao giờ đụng chạm đến nó nữa hoặc đem tiêu vì bất cứ lý do nào khác thay vì đầu tư để phát triển nó.

Sau khi bạn trả giá chính mình trước bằng cách để dành 10% thu nhập, sau đó bạn tìm cách sống dựa vào 90% hoặc ít hơn số thu nhập còn lại. Cũng chẳng sao vì đời sống con người phần lớn sống theo thói quen. Chắc chưa khi nào bạn phát huy thói quen sống dựa vào 90% hoặc ít hơn số thu nhập của bạn. Kể từ điểm xuất phát đó trở đi, chắc chắn bạn sẽ đạt được sự thành công tài chính.

LÀM VIỆC CHĂM CHỈ VÀ TIẾT KIỆM TIỀN BẠC

Trong suốt lịch sử thành lập doanh nghiệp ở Mỹ, người ta đã nghe lời khuyên “hãy làm việc chăm chỉ và tiết kiệm tiền bạc của bạn.” Đây là nguyên tắc xưa nhất để thành công.

Tại sao tiết kiệm tiền bạc lại quan trọng đến như vậy? Vì tiết kiệm tiền là *kỷ cương* và bất cứ kỷ cương nào cũng ảnh hưởng đến tất cả các kỷ cương khác trong cuộc đời của bạn. Mỗi lần bạn luyện tập

kỷ cương, các kỷ cương khác của bạn trở nên mạnh hơn. Mỗi lần bạn không giữ được kỷ cương về một lĩnh vực nào, thì các kỷ cương khác của bạn trở nên yếu hơn. Bạn tự chủ được khi phát huy được khả năng kiềm chế ham muốn hoặc mất tự chủ khi bạn không còn khả năng kiềm chế được ham muốn.

Nếu bạn không có kỷ cương để cố nhịn không chi tiêu sạch số tiền bạn kiếm được thì bạn sẽ không đủ khả năng để trở thành giàu có. Và nếu nhờ vào phép mầu nào đó mà bạn trở nên giàu có nhưng vì thiếu kỷ cương và sự tự chủ bạn sẽ không có khả năng giữ được của cải của mình. Đây là lý do tại sao đa số những người trúng số, rồi 2 tới 3 năm sau đó thường chẳng còn đồng nào trong tay và phải quay lại làm nghề cũ. Đây là lý do tại sao hầu hết “những người thành công bất ngờ” rồi cũng trắng tay và trở về sống trong phòng thuê chật hẹp đơn chiếc. Vì họ không phát huy kỷ cương cần thiết để giữ tiền bạc của mình, nó sẽ tuột khỏi tay giống như nước chảy.

THU HÚT TIỀN BẠC

Ở chương 2, bạn đã tìm hiểu về việc trở thành nam châm hút tiền. Khi bạn tiết kiệm tiền, bạn bắt đầu làm cho định luật hấp dẫn xảy ra trong cuộc đời mình. Mỗi đô la bạn tiết kiệm sẽ thu hút một đô la khác. Khi bạn tiết kiệm 5 đô-la, 10 đô-la hoặc 100 đô-la, bạn sẽ thu hút ngày càng nhiều tiền vào cuộc đời của bạn, thường bằng các cách đặc biệt.

Nếu bạn thực sự đề cao về tương lai tài chính của mình, thì bạn phải có khả năng kiềm chế các ham muốn để đi tới ngân hàng ở địa phương mình và mở tài khoản tiết kiệm. Hãy để thật nhiều tiền mà bạn có thể vào tài khoản đó, dù chỉ là 10 đô-la. Từ ngày đó trở đi, hãy bỏ mọi đồng tiền bạn có thể vào tài khoản đó để giúp phát triển tài khoản đó lên.

Bạn sẽ thấy rằng bạn bỏ càng nhiều tiền vào tài khoản đó, bạn càng thu hút thêm được nhiều tiền từ các nguồn mà bạn không thể nào ngờ trước được. Bạn sẽ nhận được tiền thưởng ở nơi làm việc. Bạn sẽ nhận được khoản hoàn thuế thu nhập bất ngờ. Người ta sẽ trả nợ cũ cho bạn. Bạn sẽ tự thấy phải bán các quần áo hoặc đồ đạc đã dùng ở loanh quanh trong nhà. Thậm chí bạn có thể nhận được các món tiền thưởng bất ngờ. Nếu bạn có khả năng tự kiểm chế ham muốn để đưa các “món quà” này vào tài khoản tự lực tài chính, bạn sẽ tăng cường lực từ trường của tài khoản đó và bắt đầu thu hút ngày càng nhiều tiền vào cuộc đời của bạn.

BẮT ĐẦU BẰNG TAY TRẮNG

Làm cách nào bạn trở nên giàu có nếu ý tưởng tiết kiệm 10% thu nhập không thể thực hiện vào lúc này? Hãy theo đa số! Hầu hết người ta không thể bắt đầu làm giàu bằng cách tiết kiệm 10% thu nhập của họ. Tiền thuê nhà, chi phí tiện ích phục vụ công cộng, trả tiền ô tô, thực phẩm và các hóa đơn khác làm tiêu tan hết mọi thứ họ kiếm được, ngoài ra còn bị thâm hụt một chút, thường do vay mượn hoặc dùng thẻ tín dụng. Nếu bạn ở phía sau quá xa đến nỗi bạn nghĩ mình ở mức xuất phát, bạn phải bắt đầu như thế nào?

Câu trả lời đơn giản là bạn bắt đầu tiết kiệm 1% thu nhập của mình và học cách sống dựa vào 99% kia. Nếu bạn kiếm được 3.000 đô-la một tháng, như vậy được 30 đô-la mỗi tháng, mỗi ngày để ra 1 đô-la. Bạn có thể tiết kiệm khoản tiền này chưa nếu cuộc đời của bạn trông mong vào nó? Nếu toàn bộ tương lai tài chính của bạn tùy thuộc vào điều đó thì sao? Thực ra bạn có thể tìm được cách sống dựa vào 99% thu nhập nếu khát vọng về sự sung túc tài chính của bạn đủ mãnh liệt.

Bởi vì bạn cũng là người sống theo thói quen, bạn sẽ nhanh chóng cảm thấy dễ chịu khi sống dựa vào 99% thu nhập của mình. Sau

đó bạn bắt đầu tiết kiệm 2% thu nhập và sống dựa vào 98% thu nhập còn lại. Bằng cách tăng dần mức tiết kiệm của bạn lên mỗi lần 1% mỗi tháng, trong vòng 1 năm bạn sẽ sống thoải mái dựa vào 90% thu nhập hoặc ít hơn và bạn sẽ trên đường tới chỗ sung túc tiền bạc. Nhưng bạn phải bắt đầu ngay. Bạn phải thực hiện bằng cách mở một tài khoản để dành tiền và bắt đầu tiết kiệm 1% thu nhập hôm nay.

SỰ THỎA THÍCH VÀ KHỔ SỞ

Một trong những trở ngại tinh thần chính kìm hãm người ta không tiết kiệm được tiền bạc, ngay cả khi họ biết họ phải làm điều đó, bắt nguồn ngay từ khi còn bé. Khi bạn còn trẻ, cha mẹ bạn khuyến khích bạn tiết kiệm các khoản tiền tiêu vặt của bạn và can ngăn bạn tiêu tiền. Nhưng bạn lại quen mua kẹo và đồ chơi cho thỏa thích. Ý tưởng tiết kiệm tiền của bạn được coi như sự thiệt thòi hoặc thậm chí là bị phạt. Do đó bạn phát triển các cảm nghĩ tiêu cực về toàn bộ khái niệm tiết kiệm hơn là chi tiêu.

Trong một tác phẩm của Sigmund Freud, ông giải thích “nguồn gốc của sự thỏa thích.” Ông cho rằng tất cả hoạt động của con người là sự nỗ lực để chuyển từ chỗ thiếu thốn hoặc khổ sở tới chỗ thỏa thích và hưởng thụ. Mỗi người khi còn bé, có thói quen tiêu tiền cho thỏa thích và liên tưởng việc tiết kiệm tiền như phải chịu khổ sở và thiếu thốn. Khi trưởng thành, định kiến này sẽ chiếm ưu thế và là nguyên nhân chủ yếu gây thất bại về tài chính và cuối đời phải lâm vào cảnh bần cùng.

Mục đích của bạn để đảo ngược định kiến trong tiềm thức về vấn đề chi tiêu lẫn lút tiết kiệm. Bạn phải bắt đầu nghĩ nguồn vui, sự bảo đảm chắc chắn và hưởng thụ với điều kiện bạn có tiền của ở ngân hàng. Bạn phải cho rằng tiết kiệm đi đến hạnh phúc và thành công hơn là sự thiệt thòi và thiếu thốn. Bạn phải bắt đầu mong mỗi việc tiết kiệm tiền của sẽ đem lại nguồn hạnh phúc và

sự mãn nguyện. Điều này dường như chính là định kiến của tất cả những người trở nên giàu có.

CHIẾN LƯỢC CÁI CHÊM ĐỀ THÀNH CÔNG VỀ TÀI CHÍNH

Thường người ta khó lòng mà nghĩ được rằng giảm bớt mức sống và lối sống phóng khoáng của họ để tiết kiệm tiền. Khi chúng tôi khuyên bạn nên sống dựa vào 90% thu nhập hoặc ít hơn thì hầu như luôn luôn tự động có phản ứng tiêu cực ngược lại với ý kiến ấy. Bạn có thể đồng ý là điều đó hợp lý, nhưng bạn cảm thấy không bằng lòng việc cắt giảm và hy sinh các khoản chi tiêu này.

Tuy nhiên, có cách chống lại phản ứng tiêu cực tự nhiên này đối với việc tiết kiệm và tích lũy. Tôi gọi nó là “chiến lược cái chêm.” Bạn khó lòng chịu nhịn ăn tiêu số tiền bạn kiếm được hôm nay. Nhưng bạn sẽ nhịn tiêu khi không có tiền trong tay cũng chẳng sao.

Đây là chiến lược cái chêm có ảnh hưởng như thế nào. Từ hôm nay trở đi, bạn hãy quyết tâm sẵn sàng tiết kiệm 50% mọi khoản tăng lương, tiền thưởng hoặc tiền thâm niên công vụ. Hầu như mọi người đều có thể tán thành việc tiết kiệm 50% số tiền mà họ chưa nhận được. Giả sử tôi đề nghị cho bạn 1 đô la với điều kiện bạn cho lại tôi 50 xu, thì chắc chắn bạn sẽ đồng ý ngay. Bạn cũng phải có thái độ tương tự như vậy với chính mình.

Quyết định trước

Từ nay trở đi, nếu bạn nhận được khoản tăng lương 100 đô-la hoặc tiền phụ trội cho bất cứ việc gì, bạn phải quyết định trước bạn sẽ tiết kiệm 50% món tiền đó và đem gửi nó vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm. Bằng cách đưa ra quyết định này trước, ngay cả trước khi bạn nhận được số tiền ấy, bạn sẽ thấy dễ thực hiện quyết tâm này hơn khi biết chắc bạn sẽ có được các khoản tiền

tăng thêm.

Giá sinh hoạt và trợ cấp đất đỏ trung bình ở Hoa Kỳ tăng lên mỗi năm từ 3 tới 4%. Theo một số chiến lược trong sách này, bạn sẽ biết cách tăng thu nhập hằng năm của bạn lên khoảng 10, 20 và thậm chí 30% mỗi năm. Trong mọi trường hợp, bạn phải quyết định tiết kiệm được phân nửa số tiền tăng thêm, rồi sau đó đem đầu tư cẩn thận cho tương lai. Bằng cách làm như vậy, nếu bạn bắt đầu khá sớm và đủ bền bỉ, bạn sẽ trở nên sung túc tiền bạc, nếu không nói là triệu phú vào những năm sau này.

ĐỪNG ĐỂ MẤT TIỀN

Sau đây là một nguyên tắc quan trọng khi bạn bắt đầu tích lũy tiền bạc. Đầu tư tiền bạc dè dặt. Marvin Davis, một tỷ phú Mỹ tự tay làm nên, có lần ông được tạp chí *Forbes* yêu cầu giải thích về sự thành công tài chính của ông ra sao. Ông ta nói rằng ông có hai nguyên tắc đầu tư tiền. Nguyên tắc số một là “Đừng để mất tiền.”

Ông nói, “Bất cứ khi nào tôi thấy một cơ hội đầu tư mà có thể xảy ra tình trạng tôi bị mất tiền, thì tôi chỉ cần tự kiểm chế không đầu tư ngay từ đầu.”

Còn nguyên tắc thứ hai, Davis nói, “Bất cứ khi nào tôi bị cám dỗ, tôi nhắc đến nguyên tắc một, ‘Đừng để mất tiền.’”

Warren Buffett, một trong những người giàu nhất nước Mỹ, ông đã bắt đầu sự nghiệp từ bàn tay trắng cách nay nhiều năm, ông cũng thực hiện cùng các nguyên tắc này đối với việc đầu tư. “Đừng để mất tiền.” Bạn nên làm như vậy. Bí quyết làm giàu là tích lũy tiền của cẩn thận, rồi sau đó đem đầu tư một cách thận trọng.

Một trong những đặc điểm của những triệu phú tự lập và sự giàu có nổi tiếng trước đây ở Hoa Kỳ là đầu tư thận trọng, dè dặt và khôn ngoan. Đừng cố làm giàu mau chóng nếu không muốn làm tiêu tan sự nghiệp. Thay vào đó, hãy tập trung làm giàu từ từ. Nếu bạn đã tiết kiệm được 10% thu nhập hoặc hơn, hãy đầu tư cẩn thận và kiếm thêm mỗi năm từ 8% tới 10%, như thế đủ để bạn trở nên giàu có. Thậm chí mỗi tháng 100 đô-la, đầu tư trong 40 năm với lãi suất 10,5%, sau khoảng thời gian đó sẽ có được hơn 1 triệu đô la (chính xác là 1.117.000 đô-la).

CÁC CHIẾN LƯỢC LÀM GIÀU

Cách nay một vài năm, nhân viên kế toán của tôi là một người đã làm công việc kế toán cho nhiều người giàu có. Ông ta thấy rằng tất cả họ dường như đều có chung hai thứ. Thứ nhất là họ mắc nợ không bao nhiêu. Bất kỳ khoản tiền nào họ mắc nợ đều được yểm trợ vững chắc bằng các tài sản sinh lợi. Dù kinh tế mạnh như thế nào hoặc lãi suất thấp đến đâu họ đều từ chối dấn sâu vào nợ nần trừ khi tiền lời đem lại từ khoản tiền đầu tư đó cao hơn đáng kể so với lãi phải trả cho nó.

Phẩm chất thứ hai ông ta thấy là không có người nào làm giàu nhanh chóng hoặc đầu cơ liều lĩnh. Qua nhiều năm, họ tập trung vào việc tăng giá trị tài sản thực của họ mỗi năm lên khoảng từ 8% tới 10%, năm này qua năm khác với rất ít sự thay đổi bất thường. Họ không tham lam. Họ tích lũy tiền bạc từ từ và giữ chắc chắn, dù tình hình kinh tế chung quanh họ xảy ra như thế nào đi nữa.

Lời khuyên từ giám đốc ngân hàng

Có lần tôi dự tiệc chiêu đãi về hưu của một giám đốc ngân hàng, ông đã làm việc với nhiều triệu phú trong suốt quá trình công tác của mình. Trong buổi nói chuyện của ông với nhóm khách ở đây, ông nói về các đặc tính nổi trội của các triệu phú tự tay làm nên

mà ông đã từng gặp. Ông ta nói ông ta đã làm việc với thủy thủ, chủ trang trại, mục sư, công nhân, giáo viên và người điều khiển cần trục cũng như những người khác ở mọi tầng lớp xã hội mà họ đã trở thành triệu phú.

Ông nói một đặc điểm chung mà tất cả họ đều có là họ tiết kiệm tiền bạc, rồi sau đó đầu tư cẩn thận, thận trọng và khôn ngoan. Ngay từ khi còn trẻ, mỗi người trong số họ đã biết nhìn xa về tương lai và sẵn sàng trải qua nhiều năm để đạt được sự tự lực tài chính.

THAY ĐỔI TÍNH CÁCH CỦA BẠN

Kết quả kỳ diệu của việc tiết kiệm tiền là nó phát huy tính cách, kỷ cương và sự tự tin. Khi bạn bắt đầu tiết kiệm tiền, bạn sẽ cảm thấy như bạn làm chủ được số phận của mình. Việc tiết kiệm tiền bạc làm cho bạn cảm thấy đang kiểm soát được cuộc đời của chính mình. Nó tạo cho bạn cảm thấy nội lực của cá nhân và sự tự tin. Có tiền ở ngân hàng thực sự làm thay đổi thái độ của bạn về chính mình và mọi người. Thậm chí nó còn ảnh hưởng đến cung cách ăn nói của bạn.

Một trong các lý do chủ yếu tại sao khiến người ta bất hạnh, lo lắng và thất vọng là vì họ không có tiền ở ngân hàng. Do đó lúc nào họ cũng lo đến tiền bạc. Không khi nào họ muốn đi ăn tiệm mà không để ý xem mình còn nợ bao nhiêu.

Nhưng khi bạn bắt đầu tiết kiệm và tích lũy ngân quỹ, bạn trở nên một con người khác. Lòng tự trọng, tư cách và thái độ tự hào của bạn sẽ tăng lên. Cái bắt tay của bạn trở nên chắc chắn hơn và bạn nhìn trực diện vào mắt người ta hơn. Biết mình có tiền trong túi và ở trong tài khoản ngân hàng sẽ biến dáng bộ của bạn ngẩng cao đầu hơn, với giọng nói tự tin hơn và thái độ tích cực hơn với chính bạn và cuộc đời bạn.

SỰ THẬT VỀ CHỦ DOANH NGHIỆP

Tổng thống Mỹ, Calvin Coolidge có lần nói, “Kinh doanh ở nước Mỹ là doanh nghiệp”. Mọi thứ bạn làm trong cuộc đời hoạt động tài chính đều có dính tới doanh nghiệp về phương diện nào đó. Dù bạn là người đầu tư bất động sản hoặc người giao dịch ở thị trường chứng khoán, bạn đều là một dạng kinh doanh. Bạn có các thương vụ đem lại lợi tức. Bạn có lúc lời lúc lỗ. Bạn có tài sản có và tài sản nợ. Bạn có các chọn lựa và đưa ra quyết định và bạn liên tục phải đối đầu với các sự cạnh tranh và thế lực kinh tế luôn thay đổi. Mọi thứ phải tiến hành bằng tiền đều liên quan đến các nguyên tắc của doanh nghiệp ở phương diện nào đó.

Một số thống kê cho rằng 80% các doanh nghiệp mới thất bại trong vòng 2 năm. Từ 10% tới 15% các doanh nghiệp mới khác thất bại trong vòng 4 năm. Trong nhiều trường hợp, người ta bắt đầu các doanh nghiệp này bằng cách đầu tư mọi thứ họ có cộng với mọi thứ gia đình họ sẽ cho họ vay, cộng với từ 2 tới 4 năm cuộc đời họ, cuối cùng chỉ để biết được không còn đồng xu nào dính túi.

Lý do chủ yếu người ta không mở doanh nghiệp vì họ sợ rằng họ sẽ thất bại và mất sạch tiền của và trong nhiều trường hợp họ có lý.

Thiếu kinh nghiệm

Tuy nhiên, nếu bạn nghiên cứu các con số này kỹ hơn, thì một hình ảnh khác hiện ra. Thực tế là hầu hết các doanh nghiệp được bắt đầu bởi những người kinh doanh không có kinh nghiệm, trong vòng vài tháng hoặc hai năm họ trở nên thất bại. Chính vì những người kinh doanh thiếu kinh nghiệm không biết cách thực hiện các thương vụ, sinh hoa lợi, giao sản phẩm và dịch vụ thỏa đáng, thuê mướn nhân viên và quản lý hoặc quản trị doanh

nghiệp ở thương trường cạnh tranh cao. Có lẽ 99% các doanh nghiệp được bắt đầu bởi những người thiếu kinh nghiệm kinh doanh sẽ thất bại trong vòng 2 hoặc 3 năm đầu.

Tại sao mức độ các doanh nghiệp mới thất bại cao đến vậy? Là vì các chủ doanh nghiệp có hy vọng và ước mơ, nhưng họ không biết chính xác phải làm gì để tạo dựng doanh nghiệp thành công. Họ có thể có ý tưởng về sản phẩm hoặc dịch vụ, nhưng họ không biết được tất cả những thứ họ cần biết để bán và giao sản phẩm hoặc dịch vụ với giá có thể làm cho doanh nghiệp của họ tồn tại và phát triển. Chúng ta sẽ bàn đến một số yếu tố thành công then chốt theo tiến trình của sách này.

Giá trị của kinh nghiệm

Sau đây là tin vui, trọn 90% các doanh nghiệp được bắt đầu bởi các người kinh doanh có kinh nghiệm đều thành công. Tại sao như vậy? Lý do vì những người kinh doanh có kinh nghiệm biết họ phải làm gì để làm cho doanh nghiệp thành công. Họ biết cách mua hoặc sản xuất các sản phẩm và dịch vụ của họ. Họ biết cách bán và cung cấp cho thị trường. Họ biết cách sinh hoa lợi. Họ biết cách đàm phán với các nhà cung cấp của họ. Họ biết cách cho thuê các cơ sở kinh doanh và đàm phán về các hợp đồng cho thuê bất động sản. Họ biết cách quản lý tài chính của họ. Nói cách khác, họ có kinh nghiệm không thể thiếu để thành công trong kinh doanh. Để bạn bắt đầu doanh nghiệp của mình và thành công, đây cũng là những điều bạn phải học.

Theo Dun & Bradstreet, 96% các doanh nghiệp Mỹ đi đến chỗ phá sản vì “thiếu năng lực quản trị.” Thiếu năng lực quản trị có nghĩa là người điều hành doanh nghiệp không biết phải làm gì. Bất cứ ai đã từng gây dựng hoặc điều hành doanh nghiệp thường phải sửng sốt vì có biết bao nhiêu người thiếu năng lực về mọi mức độ đang hoạt động trong giới kinh doanh.

CÁC LÝ DO DOANH NGHIỆP THẤT BẠI

Có 2 lý do chính về tình trạng thiếu năng lực quản trị dẫn tới doanh nghiệp thất bại là: kết quả kinh doanh kém và kiểm soát chi phí tồi.

Các kết quả kinh doanh kém

Lĩnh vực đầu tiên về thiếu năng lực là thiếu kỹ năng hoặc khả năng về kinh doanh và tiếp thị. Khoảng 48% các doanh nghiệp không kinh doanh và tiếp thị được trên cả nước vì doanh nghiệp ấy không thể bán đầy đủ sản phẩm và dịch vụ của nó để tiếp tục tồn tại. Với sự suy giảm doanh thu và nguồn tiền mặt – giống như máu cho bộ não của doanh nghiệp – sẽ nhanh chóng đưa doanh nghiệp suy thoái tới điểm phải sụp đổ.

Theo nghĩa rộng, đây là lý do tại sao bản thân người ta cũng không thành công. Họ không làm ra đủ thu nhập để bù đắp tất cả các chi phí, cả những thứ cần thiết và không cần thiết. Cuối cùng họ không còn tiền mặt và uy tín. Khoảng 1,5 triệu người Mỹ tuyên bố phá sản mỗi năm vì họ không kiếm đủ tiền để trang trải chi phí sinh hoạt của họ mà thường do không thể kiểm soát được chúng.

Kiểm soát chi phí kém

Theo Dun & Bradstreet, 46% các doanh nghiệp bị thất bại vì kiểm soát chi phí kém. Doanh nghiệp có thể kinh doanh và làm ra đủ lợi tức ở thời kỳ kế toán đầu, nhưng dần dà vào thời kỳ kế toán cuối càng thua lỗ, rồi đi đến chỗ phá sản. Hơn nữa, đây cũng là lý do chủ yếu làm cho cá nhân bị thất bại tài chính. Bất luận người ta kiếm được bao nhiêu đi nữa, nếu họ không thể kiểm soát được chi tiêu để chi vượt thu gây thâm hụt làm cho mối quan hệ này quá mất cân bằng thì tình trạng tài chính của họ sẽ đi đến chỗ bị

sụp đổ.

Cả ở mặt kinh doanh kiếm lợi tức trong doanh nghiệp cộng với mặt kiểm soát chi phí và phân tích nguồn vốn lưu động tiền mặt đều đòi hỏi phải có kinh nghiệm. Nếu bạn thực sự quan tâm đến việc trở thành sung túc tài chính, bạn phải trở nên có kỹ năng ở cả hai lĩnh vực này.

SỰ THÀNH CÔNG KINH DOANH CÓ THỂ DỰ ĐOÁN

Định luật tương ứng trong kinh doanh cho rằng các kết quả bên ngoài của bạn sẽ luôn luôn tương ứng với kiến thức của thế giới nội tâm, kỹ năng và sự chuẩn bị sẵn sàng của bạn. Để thành công trong kinh doanh, bạn phải học các kỹ năng cần thiết để thành công. Sự thành công trong kinh doanh không phải là vấn đề của vận may. Sự thành công trong kinh doanh là vấn đề của kiến thức, kỹ năng và cách ứng dụng chúng. Nó là vấn đề về khả năng. Sự thành công trong kinh doanh là vấn đề của kinh nghiệm và khả năng hiểu biết. Nó bao gồm các kỹ năng bạn cần học qua thực hành và mô phỏng.

Đáng ngạc nhiên là bạn có thể học những gì bạn cần học để thành công trong bất cứ lĩnh vực kinh doanh nào. Ngày nay mọi người đều có thể thành công trong kinh doanh bất kể dạng nào mà trước đây họ chưa hề có kiến thức hoặc kinh nghiệm gì về việc kinh doanh đó. Mọi kỹ năng cần thiết cho sự thành công trong kinh doanh đều có thể thu lượm được qua học tập. Bất cứ ai thực hiện được điều gì thì bạn cũng có thể làm được điều đó.

PHÁT HUY KINH NGHIỆM NGHỀ NGHIỆP

Một trong các cách tốt nhất để trở nên thành công trong kinh doanh là tiếp tục được đào tạo. Khoảng 80% những người kinh doanh thành công được cho là sự thành công của họ do quá trình

đào tạo và kinh nghiệm họ có được khi làm việc cho người khác. Do đó họ có thể học “chẳng tốn phí bao nhiêu.” Họ có thể học bằng cách tự mò mẫm, nhưng chủ thuê họ phải lãnh phí tổn về các sai sót của họ. Bằng cách để ý kỹ những gì họ làm đúng và những gì họ làm sai, họ có thể có được kinh nghiệm cần thiết mà lại còn được trả lương.

Như đã nói, đến 90% các doanh nghiệp được bắt đầu bởi những người kinh doanh có kinh nghiệm cuối cùng đã thành công. Các công ty được bắt đầu bởi những người có trên 5 năm kinh nghiệm kinh doanh rất có thể thành công hơn bất cứ công ty nào khác. Tỷ lệ thành công của họ đạt đến 90%.

Nếu bạn khởi nghiệp với chút vốn liếng hoặc từ tay trắng, đừng thối chí. Những triệu phú Mỹ tự tay làm nên bị vỡ nợ hoặc gần như vỡ nợ 3,2 lần trước khi cuối cùng họ phát huy được các kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết để phát lên khảm khá. Hãy sẵn sàng chấp nhận những thăng trầm trên con đường đi đến thành công tài chính. Đây mới chỉ là một phần cái giá bạn phải trả để vượt khỏi những người trong cùng lĩnh vực của bạn.

VỪA HỌC VỪA KIẾM TIỀN

Kinh nghiệm là chìa khóa. Nếu bạn thực sự khao khát bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp thành công cho bạn, hãy bắt đầu bằng cách đi làm cho một doanh nghiệp khác về ngành kinh doanh làm cho bạn bị cuốn hút. Hãy chuẩn bị bỏ ra 5 năm làm việc chăm chỉ để rèn luyện và có kinh nghiệm bạn cần có. Hãy chuẩn bị đầu tư đến 10.000 giờ để trở nên thành thạo 5 điểm mấu chốt trong kinh doanh. Hãy kiên nhẫn. Đừng tìm các con đường tắt hoặc cách phát lên giàu ngay. Ngựa hay ngựa chạy đường dài.

Khi bạn bắt đầu làm việc cho một công ty, hãy coi công việc của bạn như nguồn sức bật cho thành công trong tương lai. Hãy theo

học tất cả những gì bạn có thể học và mọi khóa học diễn ra. Hãy đưa các tài liệu về hội thảo cho sếp của bạn và hỏi xem sếp của bạn có chịu đài thọ cho bạn tham dự các buổi hội thảo và các khóa học này hay không. Nếu sếp của bạn không chịu tài trợ, hãy theo học và bạn tự lo liệu lấy. Dù ai ký vào bảng lương của bạn đi nữa, hãy luôn xem công việc đó như làm cho chính mình. Hãy coi công ty bạn làm việc như thể thuộc về bạn, vì nó là cách có tác dụng.

Tự làm chủ lấy mình

Sai lầm lớn nhất mà bạn có thể mắc phải trên đời là nghĩ bạn làm việc cho người khác chứ không phải cho chính bạn. Bạn luôn tự làm chủ. Bạn là chủ tịch của công ty dịch vụ cá nhân của chính bạn. Bạn càng làm như thể bạn làm cho chính mình và coi công ty nơi bạn làm như thể là thuộc về bạn, bạn càng nhanh chóng phát triển và học hỏi được nhiều hơn.

Bạn càng xem công ty nơi bạn làm việc như thể bạn sở hữu 100% cổ phiếu, bạn càng nhanh chóng làm cho những người có thể giúp bạn quan tâm tới bạn. Bằng cách nhận trách nhiệm cá nhân về các kết quả và sự thành công của công ty, bạn sẽ thu hút được các cơ hội và trách nhiệm tốt hơn. Bạn sẽ được trả lương cao hơn và được thăng cấp nhanh hơn. Bạn sẽ được xem là người có ích nhiều hơn những người chỉ đến làm từ 9 giờ sáng tới 5 giờ chiều và chỉ làm những gì họ được sai làm.

NĂM BÍ QUYẾT DẪN TỚI THÀNH CÔNG TRONG KINH DOANH

Có năm khả năng thiết yếu bạn phải phát huy để thành công trong kinh doanh ở bất cứ dạng nào. Sau đây là các bí quyết để bắt đầu gây dựng doanh nghiệp của chính bạn thành công và cũng cần thiết cho bạn tạo được sự đóng góp có ích nhất mà bạn có thể làm cho công ty bạn đang làm việc.

Bạn có thể học mỗi kỹ năng này trong khi làm việc. Bạn có thể học chúng bằng cách chuyển từ vị trí này sang vị trí khác hoặc từ công ty này sang công ty khác vì sự phát triển sự nghiệp của bạn.

Lập kế hoạch, tổ chức và đạt được kết quả

Năng lực thứ nhất bạn cần có là khả năng *lập kế hoạch, tổ chức và đạt được kết quả*. Đây là năng lực được đánh giá cao nhất và được trả lương cao nhất ở Mỹ. Khả năng đạt được kết quả và chịu trách nhiệm về các kết quả ở công ty của bạn là chuẩn của người thành đạt cao.

Lúc nào bạn cũng nên tự hỏi, “Họ mong đợi các kết quả gì ở tôi?” Hãy để mắt nhìn quanh công ty bạn. Những kết quả nào là nguyên nhân đem lại sự thành công của doanh nghiệp nhất? Ai là những người được ngưỡng mộ nhất và họ đang làm gì? Bạn hãy tiếp tục tự hỏi, “Bằng cách nào tôi có thể tăng năng lực của mình lên để có được các kết quả quan trọng nhất mà công ty của tôi cần có để thành công?”

Đi thêm một dặm

Bí quyết để thành công trong kinh doanh, của chính doanh nghiệp của bạn hoặc doanh nghiệp của người khác là làm nhiều hơn những gì bạn được trả. Luôn luôn sẵn sàng đi thêm một dặm. Nhớ là chẳng bao giờ kẹt xe ở dặm đi thêm. Khi bạn tự nguyện làm nhiều hơn những gì bạn được trả, hơn những gì sếp của bạn mong đợi, thì bạn đã tạo cho mình có thần hộ mệnh. Bạn làm cho những người có thể giúp bạn quan tâm đến bạn. Bạn mở cửa cho mình mà chúng vẫn còn đóng đối với những người làm việc không đạt được thành tích nổi trội nào.

Vì những nhân viên bình thường chỉ làm những gì họ được sai bảo, họ chẳng làm thêm việc gì khác, khi bạn bắt đầu đi thêm

một dặm, bạn sẽ nổi bật ngay. Hãy khai thác nghiệp chủ. Hãy coi công việc của bạn như phòng thí nghiệm mà bạn có thể học hỏi đủ mọi loại kỹ năng nhờ vào người khác. Hãy tự nguyện làm mọi thứ. Hãy đề nghị nhận thêm trách nhiệm. Làm việc chăm chỉ lâu hơn bình thường. Mọi kỹ năng và kinh nghiệm bạn thu được ở nơi làm việc sẽ tích lũy lại làm cho bạn có ích hơn và thành công trong tương lai.

Thị trường và tiêu thụ

Bạn cần có năng lực giao tiếp, thuyết phục người khác và bán sản phẩm và dịch vụ. Lý do quan trọng nhất đối với sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào đều là doanh số bán cao. Lý do chủ yếu dẫn tới sự thất bại ở bất kỳ doanh nghiệp nào đều là doanh số bán thấp. Bạn càng tạo được ảnh hưởng lớn đến tổng doanh thu và nguồn vốn tiền mặt luân chuyển, bạn càng trở nên thật có ích và quan trọng đối với công ty của bạn.

Dù bạn ở chức vụ gì đi nữa, hôm nay hãy quyết định bạn sắp sửa học cách bán hàng hiệu quả. Hãy đọc các sách về chủ đề này. Tham dự các khóa học và hội thảo chuyên đề của các chuyên viên đào tạo kinh doanh chuyên nghiệp. Tham gia Toastmasters International (nhóm nói trước đám đông) để học cách diễn đạt bằng ngôn ngữ gây được ấn tượng sâu sắc trước đám đông. Tìm các cơ hội để bán hàng hoặc để tâm trí vào các hoạt động kinh doanh ở công ty bạn.

Qua nhiều năm, tôi trình bày ở các buổi hội thảo chuyên đề cho hơn 500.000 các nhà kinh doanh chuyên nghiệp. Nhiều người trong số họ bắt đầu làm nhân viên kế toán, kỹ sư, thợ ống nước, tài xế xe tải và nhân viên quốc phòng. Họ thường nói với tôi rằng mới đầu ý tưởng đi bán hàng làm cho họ rất sợ, nhưng vào thời điểm đó họ không thể kiếm được việc nào khác.

Bạn có thể học cách bán hàng

Tuy nhiên, chẳng bao lâu họ hiểu được rằng việc bán hàng là một kỹ năng, giống như đi xe đạp hoặc gõ bàn phím, thái độ về chính họ và các triển vọng của họ đã thay đổi. Trong một vài tháng hoặc hai năm, bằng cách thực tập các kỹ năng bán hàng căn bản, nhiều người trong số họ trở nên thành công lạ thường và kiếm được tiền nhiều hơn trước đây rất nhiều. Một số người trong số họ tiếp tục mở doanh nghiệp riêng và nhiều người trong số họ trở thành triệu phú.

Trở thành người biết lắng nghe

Có 85% sự thành công của bạn trên đời, cả về bản thân và doanh nghiệp sẽ được quyết định bởi năng lực hòa hợp của bạn với người khác. Bạn càng trở nên biết đặt những câu hỏi hay và chú ý lắng nghe câu trả lời ở buổi thuyết trình và thuyết phục người ta hợp tác với bạn, bạn càng gây được ảnh hưởng đến những người chung quanh bạn và bạn sẽ trở nên có giá trị hơn và sau đây là tất cả các kỹ năng có thể học được.

Chọn người thích hợp

Để thành công trong kinh doanh bạn cần có khả năng chọn đúng người và lập nên được các tổ đội có hiệu quả. Khả năng kiếm được người hợp tác và cùng làm việc để đạt được các mục đích chung được xem là kỹ năng quan trọng nhất để được đề bạt.

Mọi tổng giám đốc điều hành của công ty thuộc số 500 công ty giàu nhất thế giới được tạp chí *Fortune* bầu chọn đều bắt đầu là một nhân viên cấp dưới và không phải là cán bộ. Bằng cách học cách gây ảnh hưởng tốt đến mỗi lần một người, chẳng bao lâu họ được cho làm trợ lý hoặc giữ trách nhiệm tổ chức những người khác thành tổ đội để đạt được kết quả kinh doanh nhất định. Họ

càng làm việc tốt hơn với tổ đội, họ càng được giao thêm trách nhiệm cùng với mức lương cao hơn.

Khi bạn chứng minh được năng lực làm việc tốt của bạn với một người, bạn sẽ nhanh chóng trở nên giám sát viên và sau đó là giám đốc. Ở mỗi giai đoạn sự nghiệp, khi bạn chứng minh năng lực của mình có được các kết quả qua những người khác, bạn sẽ được đề bạt và thậm chí được giao quản lý nhiều người khác và hoàn thành các kết quả lớn hơn. Cuối cùng bạn sẽ trở thành giám đốc điều hành, rồi sau đó thành lãnh đạo trong cơ quan của bạn.

Thành thạo công việc

Khi tôi 24 tuổi, tôi đã nhận nghề bán hàng ăn kiếm hoa hồng trực tiếp, ban ngày đi từ văn phòng này tới văn phòng khác và vào buổi tối đi tới tận nhà khách hàng. Tôi đọc mọi thứ tôi có thể tìm được trên đường đi bán hàng, nghe các băng nói về kinh doanh suốt ngày cho tới tối và xin ý kiến của mọi người đã đi trước về lĩnh vực của tôi. Không đến một năm, tôi đã học được cách bán hàng hiệu quả. Tôi tăng thu nhập của mình lên, tăng gấp đôi thu nhập, rồi lại nhân đôi nó lên. Không lâu sau tôi được yêu cầu làm công việc tuyển nhân viên và huấn luyện những người mới, bằng cách tôi nói với họ về những gì tôi đã học. Chẳng bao lâu sau họ cũng bán hàng thành công.

Kinh nghiệm này đã làm thay đổi cuộc đời tôi. Trong vòng 2 năm, tôi đã gây dựng được lực lượng bán hàng 95 người hoạt động thành công trên 6 quốc gia. Tôi đã tự mình phấn đấu làm giàu lên bằng nghề bán hàng chuyên nghiệp. Tôi đã phải sống từ một căn nhà chật hẹp tới một căn hộ đẹp có đầy đủ tiện nghi nhìn xuống thành phố. Tôi đã phải lo kiếm tiền hằng ngày tới không bao giờ mang về dưới 1.000 đô-la bằng những tờ 20 đô-la. Nhìn lại dĩ vãng, tôi thấy sự thành công của mình chỉ đơn thuần do thứ nhất là vấn đề học hỏi và áp dụng các kỹ năng bán hàng và thứ

hai là các kỹ năng xây dựng tổ đội. Bạn cũng có thể học được các kỹ năng này.

Trở thành người đàm phán giỏi

Bạn cần có khả năng đàm phán giỏi nhân danh cá nhân mình. Tất cả những người kinh doanh thành công đều là những người đàm phán giỏi. Họ biết cách *yêu cầu tăng thêm giá* khi họ bán và *đề nghị giảm giá* khi họ mua. Họ phát huy khả năng đàm phán và giải quyết các mâu thuẫn trong số những người họ làm việc. Họ học cách đàm phán về vay vốn, điều khoản và các điều kiện vay vốn với các giám đốc ngân hàng và các nhà cung cấp tài chính. Họ học cách đàm phán về các điều kiện thanh toán với các nhà cung cấp và bên bán. Họ học cách thương lượng kinh doanh với khách hàng. Họ có thể thu xếp phân công công việc, trách nhiệm và tiền lương với cán bộ công nhân viên. Để thành công trong kinh doanh, bạn phải trở thành nhà đàm phán xuất sắc, nếu không bạn sẽ luôn luôn bị người khác từ chối đàm phán.

May mắn, việc đàm phán là một kỹ năng mà bạn có thể đạt được qua học tập. Bạn có thể đọc sách, nghe các chương trình phát thanh và tham dự các buổi hội thảo về đàm phán. Bạn có thể học được từ những người xuất sắc trong doanh nghiệp, rồi sau đó áp dụng vào thực tiễn mỗi khi có cơ hội.

Có lẽ từ quan trọng nhất trong đàm phán là từ *hỏi*. Để phát huy được thói quen hỏi về những gì bạn muốn biết và nếu câu trả lời đầu tiên chưa đủ, hãy hỏi lại về điều gì khác nữa. Yêu cầu giá và các điều khoản thuận lợi hơn. Yêu cầu các điều kiện tốt hơn. Yêu cầu chỗ ngồi trên máy bay tốt hơn và yêu cầu các phòng khách sạn tốt hơn. Bằng cách phát huy thói quen hỏi về những gì bạn muốn liên tục, cuối cùng bạn sẽ trở thành người đàm phán xuất sắc về mọi lĩnh vực trong cuộc sống của bạn.

Thông thạo về các con số

Sự hiểu biết về tính toán, bỏ vốn vào kinh doanh và kiểm soát phí tổn sẽ giúp bạn thành công trong kinh doanh. Thật đáng ngạc nhiên là có không biết bao nhiêu người đã gây dựng doanh nghiệp thành công vào thời kỳ đầu bằng cách đạt được doanh số bán đáng kể về sản phẩm và dịch vụ của họ, nhưng rồi vào thời kỳ cuối lại thua lỗ hết sạch tiền vì họ không hiểu các con số trong kinh doanh.

Ngẫu nhiên mà hầu hết các chủ doanh nghiệp chỉ có quan điểm về tài chính hơn là hiểu tường tận về nó. Họ tập trung vào con người, sản phẩm và doanh số bán nhiều hơn họ để ý đến các báo cáo tài chính. Tuy nhiên, việc quản trị tài chính là một kỹ năng căn bản mà bạn có thể học tập được không mấy khó khăn. Sau đó bạn có thể thuê kế toán viên có đủ trình độ và chuyên viên kế toán để chuyên trách báo cáo các con số này. Nhưng bạn cũng phải có khả năng đọc hiểu được chúng và tự lý giải được cho mình.

Bạn không cần phải là một chuyên viên về kế toán. Nhưng bạn phải biết cách đọc bản báo cáo tài chính. Bạn phải hiểu được sự chênh lệch giữa tổng thu nhập và thực lãi. Bạn phải hiểu được sự khác biệt giữa chi phí cố định, chi phí khả biến và bán khả biến. Bạn phải học cách theo dõi các khoản phải thu và các khoản phải trả. Trên hết bạn phải luôn luôn nắm bắt được nguồn vốn tiền mặt luân chuyển trong doanh nghiệp của bạn. Đây là yếu tố quyết định đến sự thành công hay thất bại.

Giao dịch ngân hàng

Để khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp, bạn thường phải vay tiền và thu xếp các thủ tục tín dụng từ ngân hàng của bạn. Các ngân hàng hoạt động kinh doanh để cho vay có bảo đảm. Tính

chất đầy đủ và chính xác của các dự án tài chính và các đơn xin vay của bạn sẽ định đoạt phần lớn đến việc bạn có vay được tiền ngay từ đầu hay không. Trên thực tế nhiều doanh nghiệp buộc phải đóng cửa vì chủ doanh nghiệp không có khả năng kết hợp với nguồn vốn có thể vay được của ngân hàng.

Thành công trong kinh doanh do thực sự cố gắng

Tiếp theo sau là 5 điều kiện cần thiết để thành công trong kinh doanh:

Thứ nhất, bạn phải phát huy khả năng lập kế hoạch, tổ chức và đạt được các kết quả.

Thứ hai, bạn phải phát huy khả năng bán hàng, giao tiếp và gây ảnh hưởng có hiệu quả đến những người khác.

Thứ ba, bạn phải phát huy khả năng chọn được người thích hợp và thành lập được tổ đội làm việc có hiệu quả.

Thứ tư, bạn phải phát huy khả năng đàm phán với danh nghĩa của mình và đại diện cho doanh nghiệp của bạn.

Thứ năm, bạn phải biết cách đọc các báo cáo tài chính và phát huy khả năng hiểu biết về sổ sách kế toán, kế toán nghiệp vụ và tài chính.

Điều đáng mừng là bạn có thể học được mọi khả năng này thông qua chương trình đào tạo tại chỗ. Bạn có thể học tất cả chúng trong khi bạn đang làm việc cho một doanh nghiệp khác.

DỪNG CÔNG VIỆC LÀM NGUỒN SỨC BẬT

Những gì bạn không thể học được khi phải đi làm thì bạn có thể học thành thục nơi làm việc. Công việc của bạn có thể được coi

như một chương trình đào tạo chủ doanh nghiệp tương lai, một trường đại học mà bạn học các kỹ năng cần thiết để làm giàu trong cuộc đời sau này.

Trong khi bạn đang làm việc, bạn có 4 lợi thế. Thứ nhất bạn được trả lương. Thứ hai bạn có thời gian. Thứ ba bạn được tiếp cận. Và quan trọng nhất là bạn tích lũy được kinh nghiệm. Hãy tận dụng mọi lợi thế mà bạn có thể khi đi làm ăn lương để học những gì bạn cần biết, chuẩn bị cho sau này bạn sẽ ra ngoài lập doanh nghiệp riêng.

NGHIÊN CỨU KỸ LƯỜNG

Khi bạn thu lượm kiến thức và kinh nghiệm ở nơi làm việc, hãy bắt đầu thu thập những thông tin về các doanh nghiệp khác nhau cho tới khi bạn tìm được doanh nghiệp bạn quan tâm đến nhất. Đăng ký mua tạp chí, như, *Forbes*, *Fortune*, *BusinessWeek*, *Entrepreneur* và *Wall Street Journal*. Hãy đọc các mục kinh doanh trên nhật báo từ đầu đến cuối mỗi ngày. Hãy suy nghĩ về giới kinh doanh. Đôi khi, chỉ một ý tưởng, một sự hiểu biết thấu đáo, một bài báo mà bạn đọc được ở đâu đó sẽ làm cho bạn thấy được một cơ hội làm thay đổi hướng đi của cuộc đời.

Khi bạn đã chọn một doanh nghiệp bạn thích, điều đầu tiên bạn làm là học hỏi tường tận về doanh nghiệp đó. Khảo sát trước khi bạn đầu tư. Trước khi bạn bỏ thời gian hoặc tiền bạc vào một doanh nghiệp, hãy học mọi thứ bạn có thể học được về nó.

Alex McKenzie, một chuyên viên quản lý thời gian làm việc, đã có lần nói, “Sự nắm bắt sai lầm nằm ở chỗ mọi sự thất bại.” Peter Drucker nói, “Hành động không có suy nghĩ là nguyên nhân của mọi thất bại.” Ở cả hai trường hợp, sự nắm bắt không được kiểm chứng và những thông tin nửa vời có thể dẫn tới các sai lầm tai hại cho doanh nghiệp.

THỰC HIỆN NGUYÊN TẮC 10/90

Thông thường, 10% đầu của thời gian bạn khảo sát mọi chi tiết của doanh nghiệp sẽ tiết kiệm cho bạn 90% thời gian và tiền bạc bạn có thể đầu tư hoặc thua lỗ sau này. Bỏ thời gian tìm hiểu chính xác sản phẩm hoặc dịch vụ nào đáp ứng cho khách hàng. Tìm hiểu cách để doanh nghiệp phát triển, sản xuất, bán hàng, giao hàng và thanh toán. Tìm hiểu nền kinh tế của quốc gia và lãi lỗ của doanh nghiệp. Nhất là dành thời gian để nắm rõ được các khách hàng đặc biệt đối với một sản phẩm hoặc dịch vụ. Tại sao họ mua? Họ nhắm đến giá trị gì? Sản phẩm hoặc dịch vụ ấy cải thiện được đời sống hoặc công việc của họ đến mức độ nào?

Tìm ra người nào và các đối thủ cạnh tranh nào về sản phẩm hoặc dịch vụ đó. Hôm nay khách hàng mua gì? Tại sao họ đổi từ nhà cung cấp hiện thời của họ sang bạn và mua thứ khác?

NGHIÊN CỨU TỪ CÁC CÔNG TY THÀNH CÔNG

Khi bạn đang quan tâm đến việc mở doanh nghiệp, hãy bỏ thời gian nghiên cứu các công ty hiện có trong ngành kinh doanh đó. Tại sao họ thành công? Tại sao họ thất bại? Họ đang làm gì đúng? Họ đang làm gì sai? Trong mỗi ngành kinh doanh, 20% các công ty kiếm được 80% lợi nhuận. Hãy nhận biết các công ty đứng đầu này và xác định chính xác tại sao họ thành công.

Khi bạn đã xác định được tại sao một số công ty đang thành công và một số sẽ thất bại, hãy bỏ thời gian đưa ra bản phân tích toàn diện. Phân tích các lý do thành công và các lý do thất bại. Bạn có thể cải thiện sản phẩm, dịch vụ hoặc doanh nghiệp ấy bằng cách nào? Làm sao bạn có thể làm cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn hấp dẫn được khách hàng đến nỗi họ sẽ thích mua hàng của bạn hơn mua của người khác?

Người ta thường nói bạn chỉ cần cải thiện được sản phẩm hoặc dịch vụ hiện có lên 10% thì bạn có thể bắt đầu một doanh nghiệp mới. Bạn chỉ cần có được cái mới mẻ, khác biệt hoặc chất lượng cao tối đa 10% để bắt đầu bước vào con đường thành công và tài chính sung mãn.

5 NGUYÊN TẮC ĐỐI VỚI CHỦ DOANH NGHIỆP

Vai trò của chủ doanh nghiệp là tài khéo léo tìm được các giải pháp cho các vấn đề có thể mang lại lợi nhuận. Mọi doanh nghiệp thành công, mọi người kinh doanh thành công đều là người có thể nhận định được vấn đề và có giải pháp kịp thời cho điều đó trước khi người khác tìm ra. Sau đây là 5 nguyên tắc để thành công.

Tìm ra nhu cầu và thỏa mãn nó

Bạn có thể tìm ra nhu cầu và thỏa mãn nó. Nhu cầu và sự mong muốn của con người là vô tận. Bởi vậy các cơ hội cho chủ doanh nghiệp và cho sự thành công tài chính cũng vô tận. Sự kìm hãm duy nhất về các cơ hội cho doanh nghiệp có thể xảy ra đối với bạn là các giới hạn bạn tự đặt ra cho trí tưởng tượng của chính mình.

Ross Perot là một nhà kinh doanh hàng đầu cho hãng IBM. Nhiều khách hàng của ông ta than phiền rằng họ cần giúp xử lý khối lượng dữ liệu đồ sộ được lưu trong các máy tính IBM của họ. Ross Perot đi gặp cấp trên của ông tại hãng IBM và đề nghị họ cho mở thêm doanh nghiệp xử lý dữ liệu, bổ sung thêm vào việc kinh doanh phần cứng. Họ từ chối ý kiến của ông và bác bỏ ông thẳng thừng. Các cấp trên của ông ở IBM bảo ông rằng họ không quan tâm đến việc đa dạng hóa doanh nghiệp máy tính.

Ông ta xin thôi việc và ra ngoài làm riêng. Với vốn liếng \$1.000 của mẹ, Ross Perot ghé đến nhiều khách hàng của IBM và đề nghị

xử lý tất cả các nhu cầu về dữ liệu của họ. Ông cung cấp các dịch vụ này với giá thấp hơn mà các công ty ấy đang phải trả và chia đôi bất cứ khoản nào tiết kiệm theo phương thức 50-50. Cuối cùng, một trong các khách hàng của ông chọn bản báo giá của ông và ứng trước cho ông số tiền cần thiết để thiết lập hệ thống xử lý dữ liệu đầu tiên. Và hệ thống ấy đã hoạt động.

Ross Perot tiếp tục xây dựng công ty Electronic Data Processing, sau này gọi là EDP Industries, xử lý dữ liệu cho các công ty ở trên khắp nước Mỹ. Cuối cùng ông bán EDP với giá 2,8 tỷ đô la cho General Motors, trở thành một trong những người giàu nhất thế giới. Ông ta đã tìm ra nhu cầu và đã thỏa mãn điều đó.

Tìm ra vấn đề để giải quyết

Bạn có thể tìm ra vấn đề để giải quyết nó. Bất cứ khi nào có vấn đề của khách hàng chưa được giải quyết và phổ biến rộng rãi, thì sẽ có cơ hội cho bạn bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp thành công. Xưa kia, trước khi có máy photocopy, chỉ có cách duy nhất để đánh được nhiều bản sao của một lá thư bằng cách để giấy than vào giữa các tờ giấy đánh máy. Nhưng chỉ một sai sót sẽ buộc người đánh máy phải rà lại hết tất cả để xóa lỗi đó ở trên mọi bản sao. Điều này hết sức vụng về và tốn thời gian.

Thế rồi một nhân viên thư ký làm việc cho một công ty nhỏ ở Minneapolis bắt đầu trộn bột mì với thuốc sơn móng tay để xóa các lỗi khi cô ta đánh máy. Không lâu sau các bạn của cô ta ở cùng văn phòng nhờ xem cô có thể làm cho họ chất tẩy này hay không. Để thỏa mãn nhu cầu này, cô ta bắt đầu trộn bột mì với thuốc sơn móng tay vào các chai nhỏ ở bàn nhà bếp. Chẳng bao lâu sau những người ở các văn phòng khác bắt đầu có yêu cầu về nó. Nhu cầu trở nên quá lớn đến nỗi cuối cùng cô ta bỏ việc để bắt đầu sản xuất suốt ngày một thứ mà cô gọi là “Liquid Paper”. Vài năm sau, công ty Gillette Corporation đến mua công ty của cô với giá 47

triệu đô la tiền mặt.

Cơ hội vô tận

Ở khắp nơi đâu cũng có các vấn đề. Công việc của bạn là tìm ra một trong các vấn đề này và giải quyết nó tốt hơn vấn đề được giải quyết trước đây. Hãy tìm ra vấn đề mà mọi người đều vướng phải và xem liệu bạn có thể nghĩ ra giải pháp nào cho vấn đề đó hay không. Hãy tìm ra cách cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ tốt hơn, rẻ hơn, nhanh hơn hoặc thuận lợi hơn. Hãy dùng trí tưởng tượng của bạn.

Cách đây một vài năm, một người đàn ông tên là Clemons Wilson nhận đưa gia đình chúng tôi đi nghỉ bằng đường bộ. Ông ta đã thất vọng khi không thể tìm khách sạn nào có thể cung cấp chỗ ở cho các gia đình đi du lịch. Ông gom tất cả tiền tiết kiệm của mình, tiền tiết kiệm của bạn bè và gia đình, mở khách sạn mini Holiday đầu tiên. Điều đó đã thành công ngay. Ngày nay, khách sạn mini Holiday là một trong hệ thống khách sạn thành công nhất trên thế giới và Clemons Wilson khi về hưu đã trở thành một người đàn ông rất giàu có.

Tập trung vào khách hàng

Bí quyết thành công trong kinh doanh là phải tập trung vào khách hàng. Hãy trở nên bị ám ảnh bởi khách hàng của bạn. Hãy trở nên gắn bó với các mong muốn, các nhu cầu và các khát vọng của khách hàng của bạn. Hãy luôn luôn quan tâm đến khách hàng của bạn. Hãy nghĩ xem khách hàng của bạn chịu trả tiền cho cái gì. Hãy suy nghĩ đến các vấn đề của khách hàng. Bạn hãy coi mình như thể đang làm việc cho khách hàng của mình.

Sự ám ảnh với dịch vụ khách hàng như vậy là bí quyết cho sự thành công của chủ doanh nghiệp ở mọi ngành kinh doanh. Ngay

cả Sam Walton, người sáng lập Wal-Mart Stores và là người giàu nhất trên thế giới, đã nói, “Tất cả chúng ta đều có một ông chủ, đó là khách hàng. Và khách hàng có thể sa thải chúng ta bất cứ lúc nào họ muốn chỉ bằng cách đơn giản là giao dịch với nơi khác.”

Vươn lên bằng con đường của mình cho tới khi thành công

Khi bạn đã nghĩ ra vấn đề hoặc ý tưởng, hãy quyết tâm đầu tư thời gian, tài năng và sức lực thay vì tiền bạc của mình để bắt đầu. Hầu hết những cơ nghiệp lớn lao của cá nhân ở Mỹ đều bắt đầu bằng ý tưởng và bằng cách tiêu thụ các dịch vụ cá nhân. Hầu hết các cơ đồ to tát được khởi sự bởi những người không có tiền, tài nguyên hoặc người ủng hộ. Chúng được khởi lập bởi các cá nhân đã nghĩ ra ý tưởng và sau đó dồn hết tâm ý vào việc sản xuất ra sản phẩm hoặc dịch vụ mà người khác sẽ mua.

Điều này được gọi là “vốn mồ hôi nước mắt.” Thay vì đầu tư tiền mặt để bắt đầu doanh nghiệp, hãy đầu tư vốn mồ hôi nước mắt của bạn. Hãy đầu tư bằng mồ hôi nước mắt của mình để khởi sự. Nếu bạn có chút vốn liếng hoặc chẳng có đồng nào, hãy tìm cách mua thứ gì đó có giá thấp nhất để bán nó kiếm lời. Bằng cách này bạn sẽ phát sinh được nguồn tiền mặt tích cực và tạo nền tảng cho sự thành công trong kinh doanh. Nhiều người giàu có nhất ở Mỹ cả nam giới lẫn phụ nữ đều đã bắt đầu bằng cách này.

Đi trước khi chạy

Để đạt được sự thành công trong kinh doanh lớn, trước hết bạn phải đạt được sự thành công trong kinh doanh nhỏ. Để bán nhiều món hàng giá cao, đầu tiên bạn phải bán vài món hàng giá thấp. Công việc kinh doanh đầu tiên của tôi là bán xà bông với mỗi hộp giá 50 xu giao tận nhà. Công việc kinh doanh thứ hai của tôi là bán báo trả trước mỗi tuần 1,75 đô-la. Công việc kinh doanh thứ

ba của tôi là bán phiếu mua cây Nol cho nguyên bộ giảm giá 2 đô la. Tôi đã trở thành người thành công nhất khi tôi bắt đầu cắt cỏ chung quanh hàng xóm mỗi lần được 2,50 đô-la. Các cây lớn mọc lên từ các hạt giống nhỏ bé.

Bạn có thể bắt đầu hưởng sự thành công của doanh nghiệp của bạn bằng cơ hội thu nhập phụ. Vì tất cả sự thành công của bạn cuối cùng sẽ bám rễ vào khả năng bán sản phẩm và dịch vụ của bạn, bạn càng học được cách thực hiện điều đó càng sớm càng tốt và bạn sẽ càng mau chóng thành công.

Một số người bắt đầu công việc kinh doanh của mình bằng cách mua các món hàng vào các ngày trong tuần và bán chúng vào các ngày cuối tuần ở chợ trời và gặp nhau trao đổi hàng qua lại. Một số người khác điều đầu tiên là họ đi bán đồ sửa ô tô vào buổi sáng bằng xe tải nhỏ không mui, bốc tất cả các món tốt nhất với giá thấp nhất, rồi bán đồ sửa ô tô tại ga ra của họ mỗi tháng một lần nơi họ bán xong mọi thứ mà họ kiếm được với giá cao hơn họ đã mua. Do đó họ học cách mua và bán. Họ học cách thương lượng, mua thấp bán cao. Họ học cách giao thiệp và thỏa thuận. Họ học cách lựa sản phẩm sẽ bán được giá cao mau lẹ.

Sẵn sàng trả giá

Cách duy nhất để thành công lớn là cố gắng. Cách duy nhất để thành công là thất bại và biết đến thành công nhờ vào sự thất bại của bạn. Cách duy nhất để học trở nên thành công trong kinh doanh là phải làm thực sự. Nếu bạn không chịu làm thực và trả giá, bạn sẽ chẳng bao giờ có được kinh nghiệm đầy đủ để thành công. Nếu bạn không chịu bỏ thêm thời gian cần thiết để học các kỹ năng kinh doanh căn bản, thì bạn sẽ không có cơ hội nổi trội hơn người chịu trả giá cao hơn.

Có lẽ 95% các công nhân Mỹ có khả năng mở doanh nghiệp riêng

nếu họ học được cách kinh doanh và cố gắng thực hiện. Sự thành công trong kinh doanh dựa vào một loạt các cách thức, các sự kết hợp và các phương pháp, tất cả chúng đều có thể học được. Có hơn 23 triệu doanh nghiệp Mỹ, với hơn 1 triệu doanh nghiệp mới thành lập mỗi năm. Có lẽ bạn có thể mở doanh nghiệp mới nhanh hơn, dễ dàng hơn và tốn ít chi phí ở Mỹ hơn so với bất kỳ nước nào khác trên trái đất. Bất cứ ai đều có thể làm được điều đó.

CÁC CƠ HỘI TIẾP THỊ MẠNG

Tiếp thị đa cấp hoặc mạng là cơ hội kiếm thu nhập phụ tốt nhất. Hàng triệu người ở khắp thế giới sẽ khai thác cơ hội đề nghị tiếp thị đa cấp để bắt đầu gây dựng doanh nghiệp thành công nhanh và ít tốn kém. Họ dùng cơ sở của doanh nghiệp tiếp thị mạng để học các kỹ năng kinh doanh quan trọng với giá thấp.

Tiếp thị mạng vừa bị nói xấu lẫn hiểu sai lầm. Giống như bất kỳ doanh nghiệp nào, các cơ hội tiếp thị mạng vừa tốt vừa xấu. Nhưng bản thân mô hình doanh nghiệp này đã được thử nghiệm và chứng tỏ thành công khắp thế giới hơn 50 năm. Nó có tác dụng cho bất cứ ai chịu đầu tư mồ hôi nước mắt cần thiết mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng cần có.

Một dạng phân phối theo mạng

Theo từ ngữ đơn giản nhất của nó thì tiếp thị mạng là một hình thức phân phối, giống như bán lẻ, bán sỉ, giới thiệu sản phẩm, bán trực tiếp, tiếp thị qua điện thoại và bán hàng trên Internet. Tiếp thị mạng là một cách khai thác sản phẩm hoặc dịch vụ từ nhà sản xuất hoặc từ người chủ xưởng cho tới tận khách hàng. Sự cấu tạo giá cả từ nhà sản xuất tới người bán lẻ được chia theo số người khác nhau tham gia vào kênh tiếp thị mạng.

Thí dụ, nếu một sản phẩm có giá bán lẻ là 10 đô-la và giá thành

của nhà sản xuất là 2,50 đô-la, thì khoản chênh lệch 7,50 đô-la được dùng vào việc tiếp thị, bán hàng, quảng cáo, phân phối, khuyến mãi, bao bì đóng gói và giao hàng. Trong hoạt động tiếp thị mạng, khoản chênh lệch giữa giá thành sản xuất và giá bán lẻ này được chia ra cho những người phân phối khác nhau tham gia dây chuyền tiêu thụ sản phẩm.

Khi bạn bắt đầu tiếp thị mạng, bạn kiếm được hoa hồng 25% tới 35% giá bán lẻ sản phẩm đến tận khách hàng. Khi bạn tăng khối lượng kinh doanh hoặc tuyển mộ thêm các nhà phân phối đạt được các mức khối lượng kinh doanh nào đó, thì tỷ lệ phần trăm hoa hồng bạn nhận được có thể tăng tới 40%, 45%, 50%, vùn vùn. Bạn kiếm được hoa hồng bao tiêu trên doanh số bán của người bên dưới bạn có khối lượng kinh doanh chưa đủ cao để họ đạt chuẩn hoa hồng cao hơn bạn đang kiếm được (nếu người phân phối bên dưới đạt được doanh số bán cao sẽ giúp bạn nâng cao thêm cấp độ theo mạng phân phối và hưởng hoa hồng ăn theo họ). Mọi người đều có lợi; không ai mất gì.

Bắt đầu ít vốn và phát triển lên dần

Trong tiếp thị mạng, bạn có được cơ hội bắt đầu kinh doanh nhỏ, thường đầu tư một vài đô la mua một bộ sản phẩm mẫu, rồi đem sản phẩm và đơn đặt hàng tới bạn bè và hàng xóm giới thiệu, sau đó bạn tiến hành mua sản phẩm của nhà phân phối để giao hàng cho họ. Trong tiến trình này, bạn học được các kỹ năng kinh doanh về bán hàng, tổ chức, giới thiệu sản phẩm, tính toán, xây dựng tổ đội, đàm phán, thuyết phục và giao tiếp. Có lẽ 85% những gì bạn cần biết để thành công trong kinh doanh thì bạn có thể học được từ việc tiến hành kinh doanh tiếp thị mạng đa cấp thành công.

Nhiều người có quan niệm rằng họ buôn bán các sản phẩm nhỏ gọn với những người chung quanh là quá tốt. Những người này

thường hết sức ngạc nhiên khi họ thấy bác sĩ, luật sư, kỹ sư, kiến trúc sư và các người làm công tác chuyên môn khác lại quá bận rộn với việc xây dựng các doanh nghiệp tiếp thị đa cấp thành công để tạo ra các nguồn thu nhập phụ cho chính họ và gia đình họ.

Sẵn sàng làm mọi thứ

Một trong những tiêu chuẩn xác nhận về các triệu phú tự tay làm nên là họ luôn luôn sẵn sàng làm bất cứ thứ gì cần thiết trên đường thăng tiến. Họ luôn sẵn sàng làm những gì được gọi là “công việc hèn hạ.” Họ sẵn sàng làm các dịch vụ tầm thường để giúp khách hàng của họ, nhất là khi mới bắt đầu. Họ sẵn sàng xắn tay áo và lao vào làm. Họ sẵn sàng nhắc điện thoại để giao dịch kinh doanh, gói hàng, giao sản phẩm đến từng cá nhân và giữ gìn cẩn thận sổ sách kế toán liên quan đến mọi giao dịch lớn nhỏ.

Những người cuối cùng trở nên thành công về mặt tài chính không bao giờ nghĩ mình quá đạt về bất cứ công việc gì. Họ thừa nhận rằng mọi thành công đều phải trả giá và họ càng trả giá sớm thì họ càng có thể đạt được sự sung túc tài chính như mong đợi sớm hơn.

Trong khi đó những người mới ở mức thấp nhất lại nghĩ mình là quá đạt thì họ sẽ chẳng bao giờ thành công và cuối cùng về già họ lâm vào cảnh túng thiếu. Họ vẫn ở dưới cùng.

8 phẩm chất của một doanh nghiệp giỏi

Nếu bạn đang xem xét đến một cơ hội tiếp thị mạng hoặc tiếp thị đa cấp, thì có 8 yếu tố then chốt bạn nên tìm kiếm trước khi bạn chọn. Một số các bạn thân của tôi hiện nay là các triệu phú tiếp thị đa cấp. Khi bắt đầu, họ bỏ ra nhiều tháng đi khắp mọi nơi trên đất Mỹ để khảo sát các cơ hội kinh doanh tiếp thị đa cấp. Họ gặp

những người chủ chốt, kiểm nghiệm sản phẩm kỹ lưỡng, đem tham khảo thông tin sản phẩm với những người khác và xin tư liệu của bạn bè và những nhà tư vấn.

Cuối cùng mỗi người trong số họ tìm ra được công ty thích hợp và cơ hội thích hợp cho họ, sau đó họ dốc mọi quyết tâm thực hiện cho đến khi đạt được sự thành công trong kinh doanh. Trong một vài năm, họ đã xây dựng được mạng phân phối trong nước và quốc tế, mỗi tháng đạt doanh số bán nhiều triệu đô la. Sau đây là những gì bạn cần tìm kiếm.

Sản phẩm chất lượng có uy tín tốt

Tìm một doanh nghiệp đa cấp có sản phẩm chất lượng với uy tín tốt. Đừng bao giờ cố gắng bán bất cứ thứ gì không có chất lượng thật tốt cho lãng phí thời gian. Không có doanh nghiệp nào thành công có thể dựa vào sản phẩm chất lượng trung bình hoặc xoàng xĩnh.

Chọn sản phẩm hoặc dịch vụ ngang bằng hoặc tốt hơn bất cứ sản phẩm tương tự khác với giá tương đương có trên thương trường. Mọi sản phẩm để thành công phải có một thứ được gọi là sự độc nghị tiêu thụ độc quyền (USP). Nó phải có một số tính chất đặc biệt tạo cho nó rõ ràng có chất lượng cao hơn bất cứ sản phẩm nào khác trong cùng chủng loại hiện có. Nếu sản phẩm hoặc dịch vụ bạn đang xem xét không có chất lượng cao hơn rõ rệt về phương diện quan trọng nào đó thì nó sẽ không bao giờ thành công lâu dài được.

Giá hợp lý và cạnh tranh

Thứ hai, tìm công ty có giá hợp lý so với giá cạnh tranh có thuận lợi hơn. Chẳng có ai sẽ trả giá cao hơn cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn nếu họ có thể mua được cùng sản phẩm hoặc dịch vụ

tương đương ở nơi khác với giá thấp hơn. Do vậy bạn cần phải so sánh giá cả kỹ lưỡng.

Đáng tiếc là có hàng trăm công ty cố gắng bán các sản phẩm chất lượng thấp với giá cao bất hợp lý. Có một số người cho rằng chất lượng sản phẩm không quan trọng. Họ tin chắc rằng người ta chỉ quan tâm đến “cơ hội kinh doanh” là trên hết. Nhưng theo sự phân tích tài chính, khách hàng ở trên thương trường sẽ xác định sự thành công hay thất bại của bất cứ doanh nghiệp nào. Và khách hàng rất nhạy cảm với khoản tiền họ phải trả so với các sản phẩm khác.

Bảo đảm trả lại tiền

Thứ ba, mọi công ty tiếp thị mạng giỏi đều cung ứng chế độ bảo đảm trả lại tiền 100% vô điều kiện. Điều này có nghĩa là công ty ấy cảm thấy chắc chắn về chất lượng của sản phẩm và mức độ thỏa mãn của khách hàng mà công ty sẵn sàng mua lại nó không có vấn đề gì. Công ty ấy sẵn sàng trả lại tiền 100% bất cứ thứ gì họ bán. Đây là một trong những nguyên tắc quan trọng nhất để thành công trong kinh doanh bằng cách tiếp thị đa cấp hoặc ở bất cứ lĩnh vực nào khác.

Các công ty tiếp thị mạng xuất sắc nhất cung ứng một thứ được gọi là bảo hành “thùng rỗng”. Điều này có nghĩa là bạn là một khách hàng có thể mua sản phẩm và dùng toàn bộ những thứ bên trong thùng. Nếu bạn không thỏa mãn vì bất cứ lý do gì, công ty ấy sẽ trả lại tiền cho bạn đầy đủ 100% với điều kiện bảo hành “thùng rỗng” lên tới 1 năm kể từ ngày mua. Trong thị trường đa cấp cạnh tranh kịch liệt hiện nay, thật khó bán được bất cứ thứ gì trừ khi nó bao gồm cả loại bảo hành này.

Đòi hỏi ít vốn

Thứ tư, các công ty tiếp thị mạng xuất sắc nhất ngày nay đòi hỏi ít vốn hoặc không có vốn. Điều này có nghĩa là bạn sẽ có thể mở một doanh nghiệp tiếp thị mạng với một ít vốn liếng, thường không hơn \$100.

Trong nhiều năm, có các công ty tiếp thị đa cấp tiến hành một hoạt động kinh doanh được gọi là “chất hàng ga ra”. Họ thường cho chiết khấu số lượng lớn, do đó có khả năng mang lại mức lời cao cho những nhà phân phối mới mở mua sản phẩm của họ với số lượng lớn ngay cả trước đây họ đã từng bán lẻ. Nhiều chủ doanh nghiệp trẻ có nhiều tham vọng cuối cùng chất đầy ga ra sản phẩm mà họ không thể bán được với bất cứ giá nào.

Một công ty tiếp thị mạng giỏi sẽ tập trung chuyên vào bán lẻ cho khách hàng tiêu dùng sản phẩm. Các công ty giỏi không khuyến khích và thường chúng không để người ta mua nhiều sản phẩm hơn họ đã bán lẻ được. Các công ty này không cho người ta có đủ khả năng chiết khấu cao hơn chỉ bằng cách mua số lượng lớn sản phẩm trước khi có thương vụ thực sự. Bạn sẽ tìm kiếm cách giải quyết này bằng cơ hội tiếp thị mạng mà bạn khảo sát tỷ mỉ.

Giao hàng nhanh chóng

Thứ năm, một công ty tiếp thị mạng giỏi giao sản phẩm theo đơn đặt hàng của bạn nhanh chóng và cập nhật sổ sách kế toán nội bộ. Bạn có thể đặt hàng theo mẫu của công ty và công ty sẽ giao hàng cho bạn hoặc giao trực tiếp tới khách hàng của bạn trong vòng 48 tiếng. Ngoài ra, công ty ấy sẽ theo dõi doanh số bán, hoa hồng, hoa hồng bao tiêu và cung cấp cho bạn các báo cáo tài chính chuẩn xác mỗi tháng.

Ngày càng có nhiều công ty tiếp thị đa cấp cung cấp “gửi hàng tự động” có nghĩa là bạn hoặc khách hàng của bạn tự động nhận được số hàng nào đó mỗi tháng, hóa đơn thường được tính vào

thể tín dụng. Phương thức này luôn luôn được chọn vì nó giảm bớt công việc giấy tờ và việc quản lý hành chính rất đáng kể.

Tổ chức hỗ trợ mạnh

Thứ sáu, tìm tổ chức hỗ trợ mạnh. Chọn công ty tiếp thị mạng có tổ chức hỗ trợ hết sức quan trọng, nó sẽ cung ứng cho bạn việc đào tạo về mọi khía cạnh kinh doanh. Cố tìm cho được một công ty cho bạn các buổi hội thảo thường xuyên về việc kinh doanh hiệu quả và kiến thức về sản phẩm. Hãy tìm các nhà bảo trợ (người đỡ đầu tinh thần) và mặt hàng chiến lược mà họ sẽ tạo cho bạn động lực và các cơ hội phát triển cá nhân và kinh doanh.

Nhiều người bắt đầu sự nghiệp của họ với các công ty tiếp thị mạng và họ đã tiếp tục trở nên rất thành công trong hoạt động kinh doanh của họ vì họ nhận được sự đào tạo của tổ chức tiếp thị mạng.

Các công ty tiếp thị mạng xuất sắc nhất có các hệ thống đào tạo rất tốt. Lý do chủ yếu để thành công trong tiếp thị mạng là có kiến thức và các kỹ năng cần thiết để quản lý kinh doanh. Sự thất bại luôn do không có được các kỹ năng cần thiết này. Nếu công ty bạn quan tâm đến không có hệ thống đào tạo có tổ chức, hãy thử tìm một công ty khác có được điều đó.

Trung thực và chu toàn ở mọi cấp

Thứ bảy, hãy tìm công ty có tính trung thực và chu toàn ở mọi cấp. Phải chắc chắn công ty mẹ có uy tín không mắc phải khuyết điểm trên thương trường. Phải biết chắc công ty mà bạn có thể tự hào làm đại diện và cho bạn bè của bạn biết đến. Bạn đừng bao giờ để phải hối tiếc về công ty bạn đang làm việc.

Hãy tham khảo về công ty giống như bạn liên hệ với những người

được hỏi ý kiến về một nhân viên mới mà bạn đang tính thuê cho doanh nghiệp của mình. Vào Internet và liên lạc với người đã làm cho công ty ấy trước đây. Hãy khảo sát trước khi bạn đầu tư thời gian và tiền bạc.

Có các cá nhân bắt đầu hết công ty tiếp thị mạng này đến công ty tiếp thị mạng khác, tuyển những người chưa có kinh nghiệm hay hứa hẹn không đúng, chất đầy hàng vào ga ra của họ, rồi sau đó tiến tới ý đồ kế tiếp. Các công ty này đều có một thứ giống nhau: Họ hứa hẹn một cách dễ dàng và nhanh chóng kiếm ra nhiều tiền trong một thời gian ngắn. Chớ tin họ.

Bán sản phẩm tiêu dùng

Thứ tám, điều kiện cần thiết này rất quan trọng. Những sản phẩm bạn bán trong hoạt động kinh doanh tiếp thị mạng phải là sản phẩm tiêu dùng được để tiếp tục nhận được đơn đặt hàng lại và giao dịch được lặp lại nhiều lần. Bạn nên bán sản phẩm mà người ta thường xuyên dùng, như các sinh tố (ở dạng thực phẩm bổ dưỡng), các đồ dùng bảo trì nhà cửa hoặc các sản phẩm làm đẹp, để nếu khách hàng vui vẻ với sản phẩm của bạn thì họ sẽ tiếp tục đặt hàng lại hết tháng này tới tháng khác. Khi bạn tạo được cho khách hàng vừa ý nhiều lần, thường bạn sẽ có thể giữ khách hàng trong nhiều năm.

Qua nhiều năm tôi làm việc và sử dụng các sản phẩm của nhiều công ty tiếp thị mạng. Một số họ hết sức xuất sắc. Hầu như lúc nào cũng vậy, những công ty xuất sắc nhất đạt được điểm cao trong 8 yếu tố vừa thảo luận. Họ rất vui được làm việc với bạn và có thể cung cấp cho bạn cơ hội để khởi sự từ tay không, phát triển các kỹ năng kinh doanh, tạo nguồn tiền mặt tích cực và bắt đầu hướng tới sự sung túc tài chính.

TIỀN TRONG THÙNG THƯ

Bạn có thể mở một doanh nghiệp bằng thư đặt hàng qua bưu điện với một ít vốn và kinh nghiệm. Bạn có thể hoạt động ở nhà với sự đầu tư giới hạn và ít rủi ro. Có một số sách viết về chủ đề này. Các sách này trình bày cho bạn cách bắt đầu kinh doanh, cách có được các sản phẩm với giá sỉ mà bạn có thể mua bán ở chợ, cách và nơi đăng quảng cáo để đem đến cho bạn các thương vụ.

Cách đây không lâu, một phụ nữ phải lo kiếm tiền nuôi gia đình, bà ta đã bắt đầu phát triển các cách chế biến món bánh nhân thịt băm khác nhau cho bữa trưa và bữa tối. Có người nói với bà là các công thức làm bánh này độc đáo và khác lạ, khuyên bà ta nên tập hợp chúng vào một cuốn sách nhỏ. Điều này dẫn đến một cuốn sách nhỏ có tựa là *101 Cách Làm Bánh Nhân Thịt Băm*. Rồi sau đó bà ta bán được 10 ngàn bản bằng cách đăng một đoạn quảng cáo lên báo phát hành khắp nước.

Ngày nay ngày càng có nhiều người Mỹ mua các thứ bằng cách đặt hàng qua bưu điện; thông qua các bài báo và các bài quảng cáo trên các tạp chí, báo chí và các phương tiện xuất bản khác hoặc qua các tập giới thiệu sản phẩm được gửi bưu điện tới thẳng nhà của họ. Đặt hàng qua bưu điện là thứ bạn có thể thâm nhập khá dễ và với chi phí thấp. Nhưng bạn vẫn phải nghiên cứu mọi chi tiết về kinh doanh trước khi bạn bắt đầu và thử nghiệm mọi ý tưởng cẩn thận theo cách giới hạn trước khi bạn đầu tư tiền của vào nó.

LIÊN LẠC QUA ĐƯỜNG DÂY

Năm 1999, Andrew Grove, chủ tịch của Intel tuyên bố rằng, “Trong 5 năm nữa, sẽ không có thêm các doanh nghiệp Internet nữa”. Lời tuyên bố này làm cho người ta phải sốc và sửng sốt. Vào thời điểm đó, các công ty Internet đang phát hành cổ phiếu trị giá hàng tỷ đô la và người ta dự đoán rằng “thế giới thay đổi mãi.”

Nhưng quan điểm của ông có cơ sở. Ông ta tiếp tục nói rằng trong vòng 5 năm, các công ty có mặt trên Internet, chỉ là các công ty có địa chỉ và số điện thoại, nhưng nhiều công ty Internet không còn hoạt động kinh doanh nữa, vì họ sẽ không còn cạnh tranh được và dự đoán của ông ta đã trở thành sự thực.

Bất cứ ai đều có thể làm được

Ngày nay mọi doanh nghiệp có vị thế tốt, bao gồm các doanh nghiệp sở hữu cá nhân và các doanh nghiệp được tiến hành bởi những người trong một gia đình đều có địa chỉ Internet. Đáng mừng là nay “Internet đã được những người có tài năng phát triển để những người không rành rẽ máy tính lắm cũng có thể sử dụng có kết quả.” Ngày nay, bất cứ ai đều có thể bắt đầu kinh doanh trên Internet chỉ với một vài đô la và tiếp thị tới toàn bộ thế giới. Điều này có ý nghĩa lớn đối với bạn.

Có rất nhiều các khóa học và bộ công cụ bạn có thể kiếm được với chi phí thấp để bắt đầu kinh doanh trên Internet. Những công ty lớn như Yahoo! Và America Online (AOL) sẽ cung cấp cho bạn các kết nối với các doanh nghiệp kinh doanh trên Internet khác để trao đổi về các hướng dẫn và trao đổi với khách hàng. Bạn có thể tạo các bản tin và các bài quảng cáo gửi đến hàng trăm người, nếu không nói là hàng ngàn người. Chỉ với một ít vốn đầu tư, bạn có thể hoạt động kinh doanh trên Internet mà không có sự giới hạn nào khác ngoài khả năng tưởng tượng riêng của bạn.

Giống như với bất cứ một doanh nghiệp nào, bạn sẽ phải khảo sát trước khi đầu tư. Đọc sách, tham dự các khóa học và thậm chí lướt trên mạng Internet để học cách bắt đầu gây dựng kinh doanh trên Internet. Bắt đầu với một sản phẩm đơn giản mà bạn cảm thấy có nhu cầu phổ biến và ngày càng tập trung vào bán sản phẩm cho số lượng khách hàng lớn hơn. Khi bạn trở nên tự tin hơn và có đủ khả năng tiêu thụ một sản phẩm đơn giản, bạn

có thể khuyến khích trưng việc tiêu thụ sản phẩm của mình. Nếu bạn thực hiện điều đó phù hợp, chẳng bao lâu bạn có thể hoạt động kinh doanh đem về cho bạn mỗi tháng hàng ngàn đô la.

Xây dựng doanh nghiệp Internet

Khi tôi bắt đầu nói chuyện về kinh doanh, đào tạo và tư vấn kinh doanh vào năm 1981, lúc ấy chưa có Internet. Không còn cách nào khác, chúng tôi phải dùng thư gửi trực tiếp, bán hàng trực tiếp và tiếp thị qua điện thoại để hoạt động kinh doanh.

Năm 1995, khi Internet bắt đầu phát triển và lan rộng, chúng tôi thiết lập Web site đầu tiên của mình, nó là địa chỉ cơ bản nhất với một số mô tả tóm tắt về các chương trình học bằng âm thanh và hình ảnh mà chúng tôi đã có sẵn. Chúng tôi nhờ một công ty bên ngoài quản lý Web site này và chúng tôi phải trả hoa hồng cho họ về tất cả các thương vụ xảy ra. Chúng tôi dùng hệ thống thanh toán bằng MasterCard, Visa, American Express và Discover Card trên Web site này và đưa ra quy định bảo mật để đề phòng sự mất mát và hành vi đánh cắp. Qua 5 năm tiếp theo, doanh số bán của chúng tôi phát triển lên tới vài ngàn đô la mỗi tháng.

Khi khối lượng kinh doanh xảy ra trên Internet phát triển, chúng tôi thấy rõ mình đã bỏ lỡ nhiều lợi ích sẵn có. Vì thế chúng tôi đầu tư thêm \$60.000 để thiết kế lại và nâng cấp Web site của chúng tôi thật hoàn chỉnh. Điều này dẫn tới doanh số bán tăng lên ngay, mỗi ngày lên tới vài trăm đô la.

Bám sát mục tiêu

Cuối cùng, chúng tôi quyết định bám sát mục tiêu và phát triển thương mại Internet ở phạm vi thế giới. Sau một loạt sai lầm, chúng tôi đã tìm một nhóm chuyên gia phát triển Internet giỏi xây dựng lại Web site, mở rộng bản báo giá ra hơn 100 sản phẩm

và kết nối chúng tôi với hơn 600 công ty khác có báo giá sản phẩm của chúng tôi trên các Web site của họ để giao dịch hưởng phần trăm trên doanh số bán.

Ngày nay, hoạt động thương mại điện tử trên Internet của chúng tôi mỗi năm đạt doanh số bán hơn 1 triệu đô la. Chúng tôi đã thu lại được mọi thứ đã bỏ ra đầu tư và mỗi tháng phát sinh thêm lợi nhuận đáng kể. Đôi khi chúng tôi nói đùa với nhau là chúng tôi kiếm được nhiều tiền hơn cả Amazon.com vì chúng tôi kiếm được thực lãi mỗi tháng, trong khi Amazon.com vẫn còn bị lỗ.

Sau đây là điểm then chốt. Nếu hàng ngàn và thậm chí hàng triệu người khác có thể mới đầu hoàn toàn không biết đến Internet và nhờ vào học hỏi, thực hành và ứng dụng mà họ có thể xây dựng thương mại Internet có lãi, thì đây là bằng chứng rõ ràng là bạn cũng có thể làm điều đó.

Cách đây vài năm hầu hết các doanh nghiệp thành công và đa số các sản phẩm, dịch vụ bán rất chạy ngày nay đều chưa có. Phần lớn các cơ nghiệp to tát của tương lai sẽ được gây dựng nên từ các doanh nghiệp chưa có hôm nay, bán sản phẩm và dịch vụ hiện nay chưa có cho khách hàng và thị trường hôm nay chưa hiện hữu. Điều này muốn nói lên là các cơ hội ở mọi nơi và không có giới hạn.

BẮT ĐẦU TỪ NHỎ

Nếu mục đích làm giàu của bạn trong quá trình của suốt cuộc đời làm việc, thì bạn *phải nhìn xa trông rộng* sẽ thật quan trọng. Điều này có nghĩa là bạn có thể có đủ sức đầu tư một vài tuần hoặc một vài tháng vào lúc bắt đầu cuộc đời kinh doanh của mình để có được kiến thức và kinh nghiệm bạn cần phải có. Như vị hoàng đế La Mã Augustus đã nói *Hãy làm chuyện gấp rút từ từ*.

Một trong những chiến lược thành công nhất đối với bạn là hãy đi làm việc bán thời gian ở một doanh nghiệp mà bạn quan tâm. Nhiều người đã trở nên giàu có, thực ra đã khởi sự bằng cách xin đi làm không công cho một doanh nghiệp hoặc lĩnh vực mà họ cảm thấy có tiềm năng to lớn cho tương lai. Nhờ vào làm việc không công, họ gây cho những người trong doanh nghiệp ấy chú ý đến mình. Bằng cách làm việc thật tốt, đã tạo cho chính họ trở nên có giá trị đến nỗi cuối cùng họ được trả lương và để bặt vào các vị trí có trách nhiệm.

ĐỔI THỜI GIAN LẤY KINH NGHIỆM

Khi bạn mới bước vào cuộc đời làm việc, bạn sẽ có nhiều thời gian, nhưng có ít tiền. Cuộc đời về sau, nếu thuận lợi, bạn sẽ có nhiều tiền và ít thời gian. Giai đoạn ở giữa cuộc đời, điều khôn khéo nhất bạn có thể làm là đầu tư thời gian rảnh rỗi vào việc học cách kiếm tiền theo kiểu bạn muốn để kiếm tiền sau này. Bằng cách làm việc cho một công ty về lĩnh vực bạn quan tâm, bạn sẽ học được ở dạng đào tạo tại chỗ hết sức giá trị. Bạn học được doanh nghiệp hoạt động nội bộ như thế nào. Bạn có được cái nhìn thấu đáo và kinh nghiệm thật giá trị sẽ cho bạn biết liệu lĩnh vực ấy có thích hợp với bạn để cống hiến tương lai của bạn hay không.

Mặc dù nếu bạn đang làm việc toàn thời gian ở một công việc khác, nhưng bạn có thể làm việc thêm vào các buổi tối hoặc các ngày cuối tuần ở một lĩnh vực khác để học hỏi về nó. Bạn có thể tình nguyện làm việc vào các kỳ nghỉ thường niên. Bạn có thể làm việc vào các ngày nghỉ khác. Nhưng không có sự chọn lựa thay thế để có thêm thời giờ và có kinh nghiệm bạn cần phải có nếu bạn quyết tâm trở nên thành công về tài chính.

Nhớ là lý do chủ yếu mà các doanh nghiệp thất bại là do *thiếu năng lực quản trị*. Điều này có nghĩa là những người phụ trách

đưa ra các quyết định sai. Họ tiến hành các đầu tư không đúng. Họ mắc phải các sai lầm gây tổn phí tiền của không thể bù đắp được. Đừng để điều này xảy ra với bạn. Dành thời gian học những gì bạn cần biết để thành công. Hãy kiên nhẫn. Thời gian bạn đầu tư trước khi khởi sự sẽ mãi mãi đem lại kết quả trong những năm tháng sau này.

7 BƯỚC TỚI THÀNH CÔNG TRONG KINH DOANH

Có 7 bước bạn có thể đi theo trong suốt sự nghiệp kinh doanh của mình để bảo đảm bạn đạt được doanh số bán cao nhất và khả năng thu được nhiều lãi mà ít phải nỗ lực và thua lỗ nhất. Bất cứ sự cố gắng bỏ qua hoặc né tránh 7 bước sau có thể kết cuộc làm cho bạn phải tốn phí nhiều hơn bạn từng hình dung được rất nhiều.

Bước 1. Đặt các mục đích tài chính cụ thể

Đặt mục đích tài chính rõ ràng cụ thể cho bạn, rồi bắt đầu hình dung nó như ở thực tại. Muồng tượng tới lui hình ảnh về mục đích của bạn trong tâm trí như thể nó đã có trong thực tế lặp đi lặp lại nhiều lần. Bạn càng hình dung mục đích của mình rõ ràng, thường xuyên, mãnh liệt và càng lâu thì bạn càng nhanh chóng lôi cuốn vào cuộc sống của bạn những người, hoàn cảnh, ý tưởng và tài nguyên cần thiết để đạt được mục đích đó.

Bước 2. Đề nghị sản phẩm chất lượng cao

Tìm kiếm nhu cầu mà bạn có thể làm thỏa mãn hoặc một vấn đề mà bạn có thể giải quyết bằng một sản phẩm hoặc dịch vụ vừa có chất lượng cao vừa có giá trị tốt. Tất cả các doanh nghiệp thành công đều dựa vào sản phẩm hoặc dịch vụ hoàn hảo về phương diện nào đó. Không chịu bỏ thời gian của bạn dù chỉ một phút để sản xuất hoặc khuyến mãi về một sản phẩm hoặc dịch vụ không

có chất lượng cao về phương diện nào đó cho tới bất cứ cái gì khác hiện có trên thương trường.

Bước 3. Bắt đầu từ chuyện nhỏ và phát triển dần

Bắt đầu với chuyện nhỏ và tìm hiểu tường tận về việc kinh doanh của bạn. Hãy kiên nhẫn. Đầu tư thời gian của bạn thay vì tiền của, nhất là vào lúc mới bắt đầu.

Một trong những cách tốt nhất để gây dựng một doanh nghiệp là phải tự mình vươn lên. Phương pháp khởi sự này đòi hỏi bạn phải bắt đầu với một ít vốn và bạn phải tự phát triển kinh doanh để kiếm được lợi nhuận thay vì được tài trợ từ bên ngoài.

Nhiều người nghĩ rằng bắt đầu kinh doanh phải tìm ngay người nào đó cho mình mượn tiền. Thực ra, đa số các doanh nghiệp mới được bắt đầu với một thứ được gọi là “đồng tiền yêu thương”. Đây là tiền của những người, chẳng hạn như, người nhà hoặc bạn bè của bạn đưa cho bạn hoặc cho bạn mượn vì họ quý mến bạn. Tiền này khó kiếm và dễ mất. Đó là nguồn vốn bạn có thể bỏ vào doanh nghiệp của mình tốt hơn nhiều ngoại trừ lợi nhuận của bạn kiếm được.

Bước 4. Kiểm tra trước khi đầu tư

Bỏ thời gian để kiểm tra mọi diễn biến trước khi bạn đầu tư tiền vào nó. Ba nguyên tắc để thành công trong tiếp thị và bán hàng là: “kiểm tra, kiểm tra, kiểm tra”.

Một trong các lý do các chủ doanh nghiệp thất bại là vì họ quá *thiếu kiên nhẫn*. Họ có được ý tưởng hay rồi là họ lao vào kinh doanh mà không thực hiện kiểm tra trước. Bạn phải tiến lên cẩn thận, từng bước một sẽ tốt hơn nhiều. Tiếp nhận những ý kiến phản hồi từ các sai lầm của bạn và sửa chữa cho quá trình hoạt

động của mình.

Thực tế là 99% các ý tưởng mới về kinh doanh đều không có tác dụng, ít nhất là ở hình thức ban đầu. 9 trong 10 thứ bạn thử trong kinh doanh sẽ không đem lại các kết quả bạn mong đợi. Hãy thử mỗi lần một ít sẽ tốt cho bạn nhiều hơn và mỗi lần biết được một ít hơn là đánh liều bỏ hết nguồn vốn của bạn vào một ý tưởng lớn rồi hóa ra thất bại.

Bước 5. Phát triển từ lợi nhuận của bạn

Chỉ mở rộng doanh nghiệp của bạn trên cơ sở của những thành công đạt được, lấy ra những lợi nhuận của bạn từ những hoạt động kinh doanh. Chỉ mở rộng doanh nghiệp của bạn bằng tiền mà bạn kiếm được trong kinh doanh, chứ không phải bằng nguồn vốn đi vay.

Trong các phân tích kinh doanh từ hết cuộc nghiên cứu này tới cuộc nghiên cứu khác cho thấy rằng bắt đầu kinh doanh với một khoản tiền giới hạn thường là chiến lược tốt nhất hơn tất cả. Mới đầu bạn chẳng có bao nhiêu tiền, bạn buộc phải dùng trí tưởng tượng của mình, khả năng sáng tạo và công sức để tạo ra thương vụ kiếm lời. Bạn không có lắm tiền nhiều bạc trong tài khoản ngân hàng để làm cho bạn có thể đưa ra các quyết định tốn kém hoặc các hoạt động quảng cáo hao tiền tốn của.

Trong thời đại bùng nổ Internet, hàng nghìn công ty có thể thu xếp hàng triệu đô la vốn mạo hiểm dựa trên một ý tưởng nào đó. Họ là những người kinh doanh thiếu kinh nghiệm chưa tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ nào để bán kiếm lời, đã bất ngờ nhận được nguồn vốn đầu tư vào tới tấp. Trong hầu hết mọi trường hợp, họ muốn phát điên lên vì có quá nhiều tiền. Họ xây dựng các văn phòng đắt tiền và mua máy bay phản lực dành cho công ty, xe hơi sang trọng và nhà cửa đồ sộ được trang bị đồ đạc mắc tiền. Họ

phung phí tiền bạc như lính thủy say rượu. Chẳng mấy chốc họ xài hết tiền và không còn sẵn vốn nữa. Khoảng 95% các công ty Internet như thế rồi sau đó đi đến chỗ phá sản mà mọi người đầu tư vào đều mất hết mọi thứ.

Nhưng khi bạn khởi sự từ từ, mỗi lần một bước, bạn sẽ hiểu rõ giá trị việc bán một sản phẩm hoặc dịch vụ để kiếm lời khó biết chừng nào. Do đó bạn đánh giá đúng mọi đồng tiền bạn kiếm được. Bạn ngăn cản hoặc hoãn mọi chi phí có thể xảy ra. Bạn trở nên gắn bó với đường lối chất lượng cao và nguồn tiền mặt lưu động. Bạn kiểm tra tài khoản ngân hàng mỗi ngày. Bạn trở nên chặt chẽ trong công việc kinh doanh từ khi ở tuổi còn trẻ và phát huy được quan điểm đúng đắn về tiền của sẽ bảo đảm bạn sẽ trở nên giàu có trong quá trình sự nghiệp của mình.

Bước 6. Chọn người cẩn thận

Toàn bộ 95% sự thành công trong kinh doanh là ở quá trình *tuyển chọn*. Hãy hết sức cẩn thận tuyển chọn người giúp bạn mở rộng và phát triển doanh nghiệp của bạn. Những sai lầm lớn nhất bạn vướng phải là lựa người làm việc với mình không đúng, vì vậy bạn phải dành thời gian để làm việc này.

Tất cả năng suất phát xuất từ con người. Toàn bộ doanh số bán và sự thành công tiếp thị là do có những người tốt ở các vị trí then chốt. Tất cả sự thành công trong kinh doanh bắt nguồn từ những người có đủ năng lực ở các công việc quan trọng trong công ty của bạn. Một người thiếu năng lực ở công việc chủ chốt có thể đủ làm sụp đổ doanh nghiệp của bạn. Đừng để điều này xảy ra với bạn.

Nguyên tắc thuê mướn người là phải từ từ, kỹ lưỡng và sa thải nhanh. Nếu bạn biết rõ bạn mắc sai lầm là chọn một người làm việc chẳng ra sao thì bạn phải xử lý tình trạng này nhanh chóng

và hiệu quả. Đừng giữ người thiếu năng lực ở các chức vụ quan trọng. Điều này làm mất đi động cơ thúc đẩy mọi người và thực ra có thể khiến cho doanh nghiệp bị thất bại.

Bạn tôi là Harvey Mackay kể về chuyện ông phải bỏ ra 6 tháng để cố tìm một người bán hàng mới. Ông ta đã phỏng vấn 35 ứng viên khác nhau cho công việc này và cuối cùng ông chẳng muốn được ai. Về sau ông nói là thà bỏ trống công việc còn hơn muốn không đúng người và sau đó phải sa thải họ. Đây là một lời khuyên hữu ích.

Bước 7. Dùng tác dụng đòn bẩy tài chính

Dùng tác dụng đòn bẩy tài chính bất cứ khi nào bạn có thể. Tác dụng đòn bẩy tài chính thể hiện ở dạng vay mượn kinh doanh và chính sách tín dụng của ngân hàng dựa vào nguồn tiền mặt trong hoạt động kinh doanh thành công của bạn.

Bí quyết thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào đều là nguồn tiền mặt. Nếu bạn có nguồn tiền mặt tích cực – nếu bạn tạo được lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh hàng ngày, hàng tuần và hàng tháng – bạn có thể hoàn tất hầu hết bất cứ thứ gì trong thế giới kinh doanh. Khi bạn có quá trình sử dụng nguồn tiền mặt tích cực trước đây, các ngân hàng sẽ không hạn chế cho bạn vay khoản tiền bạn cần để khai thác thêm các cơ hội.

Mục đích kinh doanh của bạn là để liên tục phát triển nguồn vốn lưu động tiền mặt tích cực, rồi sau đó xây dựng nguồn tiền mặt dự trữ cho bất cứ dao động nào về doanh số bán. Ngân hàng sẽ cho bạn vay tất cả khoản tiền bạn cần vì họ tin rằng bạn sẽ có khả năng sử dụng nguồn vốn vay và thanh toán nợ.

ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG

Nhiều người kinh doanh đạt được các thành công to lớn nhất của họ ở những lĩnh vực không ngờ trước được. Họ bắt đầu kinh doanh, rồi sau đó thấy điều đó không đem lại lợi nhuận đúng như họ tiên liệu. Nhưng vì họ vẫn có khả năng linh hoạt, nên họ thay đổi phương hướng bằng cách dùng kinh nghiệm và đà phát triển của mình để thử kinh doanh thứ khác. Thường họ có khả năng trợ cấp tạm ngưng hoạt động để chuyển sang một lĩnh vực hoàn toàn khác.

Điều quan trọng nhất là phải bắt đầu thực hiện. Bí quyết thành công là phải bắt đầu hoạt động được, rồi tiến lên từng bước, học và phát triển khi bạn tiến hành. Hầu như sẵn có đủ thông tin về mọi lĩnh vực cho bạn trở nên đủ thành thạo để đạt được sự thành công. Nhưng hoạt động liên tục là rất cần thiết.

NĂM LẤY CƠ HỘI

Orison Swett Marden, một tác giả thành công, có lần đã viết, “Phần thành công đầu tiên là *bắt đầu được nó*. Phần thành công thứ hai là *kiên trì với nó*.” Mọi doanh nghiệp đều bắt đầu bằng hành động của niềm tin và can đảm, dũng cảm nhảy vào việc chưa biết. Như Peter Drucker viết, “Bất cứ khi nào bạn thấy kinh doanh thành công, thì trước đây đã có người nắm được cơ hội lớn rồi.”

Chỉ 1 trong số 10 người muốn mở doanh nghiệp của mình sẽ phát huy đủ can đảm để bắt đầu và đủ bền bỉ để tiếp tục. Các bí quyết để thành công lúc nào cũng là *bắt đầu được nó* và *kiên trì với nó*. Sợ thất bại kìm hãm người ta hơn bất cứ nhân tố nào khác. Sợ thất bại kìm hãm tiềm năng của bạn và làm tê liệt các hoạt động của bạn và sự sợ hãi làm cho không thể tránh khỏi thất bại. Đừng để nó kìm hãm bạn.

7 BƯỚC TỚI SỰ SUNG TÚC TÀI CHÍNH

May mắn là dù bạn chẳng biết gì về kinh doanh, nhưng bạn có thể bắt đầu mơ ước, nghĩ đến những chuyện xa vời, rồi sau đó xây nền móng cho nó. Điểm khởi đầu của nhiều cơ đồ lớn lao có bảy bước đơn giản như sau:

Thứ nhất, đặt mục đích và hun đúc nó bằng khát khao cháy bỏng.

Thứ hai, bắt đầu tích lũy vốn bằng một chương trình tiết kiệm thường xuyên. Nếu bạn không thể tiết kiệm tiền bạc, bạn chẳng có thể làm gì được cho mình. Bạn không thể tiến lên cho tới khi bạn dành dụm được một ít tiền.

Thứ ba, dùng công việc hiện thời của bạn làm nguồn sức bật để đi đến thành công sau này. Học hỏi trong khi bạn kiếm tiền. Nhìn xa trông rộng và luôn luôn làm nhiều hơn những gì bạn được trả. Hãy tạo cho mình vị thần hộ mệnh

Thứ tư, thử kinh doanh với quy mô giới hạn để bạn học được những kỹ năng quan trọng cần thiết để thành công. Đừng tìm lối đi tắt hoặc cách làm giàu nhanh chóng. Hãy sẵn sàng trả giá cho sự thành công bằng cách học những gì bạn cần biết trước khi bạn đặt kế hoạch hoạt động kinh doanh.

Thứ năm, tìm các vấn đề chưa được giải quyết, các nhu cầu chưa được thỏa mãn và các sản phẩm và dịch vụ bạn có thể cung cấp có chất lượng cao với giá hợp lý. Điều bạn cần nhất để bắt đầu gây dựng được cơ đồ chỉ là một sản phẩm thật tốt mà nó có cơ hội đem ra thị trường bán kiếm được lời.

Thứ sáu, đọc mọi thứ bạn có thể tìm thấy về lĩnh vực bạn chọn. Học mọi thứ bạn có thể về chủ đề ấy. Sẵn sàng tiếp nhận những thông tin mới và sẵn sàng thay đổi quan điểm nếu những gì bạn biết không còn thích hợp với những gì bạn đã suy nghĩ trước đây. Hãy luôn linh hoạt.

Thứ bảy, và cuối cùng, giai đoạn bắt đầu đưa ra các mục đích của bạn và đặt kế hoạch với sự can đảm và kiên trì. Phát huy niềm tin hoàn toàn vào khả năng của bạn để thành công và đừng bao giờ bỏ cuộc.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

- 1.** Bước vào hoạt động. Hãy bắt đầu doanh nghiệp của bạn ngay hôm nay, dù chỉ là một doanh nghiệp tư nhân (ở Mỹ) mà bạn có thể bắt đầu từ gia đình mà không cần đăng ký bất cứ nơi đâu. Mở tài khoản ngân hàng với cùng tên doanh nghiệp mới và dùng số thẻ an ninh xã hội của bạn làm số hiệu định danh thuế.
- 2.** Hãy tưởng tượng bạn đã có nhiều tiền; bạn muốn tham gia vào loại hình kinh doanh nào nếu bạn không bị giới hạn gì? Hãy bắt đầu nghiên cứu lĩnh vực đó.
- 3.** Hãy nhìn xa trông rộng. Xác định các chủ đề nào bạn cần học hỏi và bạn phải có được những kỹ năng nào và xây dựng doanh nghiệp thành công. Hãy lập kế hoạch và bắt đầu ngay hôm nay.
- 4.** Xác định loại sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn muốn được bỏ nhiều thời gian vào nhất và bạn cảm thấy mình có thể cung ứng và bán cho người khác. Hãy tìm sản phẩm hoặc dịch vụ gì đó có chất lượng tốt mà bạn sẽ tự hào khi làm đại diện.
- 5.** Xem xét công việc hiện thời của bạn và quyết định xem bạn có thể học hoặc đạt được thêm những kỹ năng nào trong công việc hoặc tham gia các khóa học bổ sung. Hãy dùng công việc của bạn như nguồn sức bật cho sự thành công trong tương lai.
- 6.** Kinh nghiệm là chìa khóa cho sự thành công. Hãy xác định các lĩnh vực bạn cần có thêm kinh nghiệm để đạt được các kết quả tốt hơn ở nơi bạn làm việc và trong doanh nghiệp của chính mình.

Hãy lập kế hoạch tham gia vào ít nhất một trong các lĩnh vực đó ngay.

7. Tìm các cơ hội kinh doanh ở mọi nơi; hãy phát huy ý định làm chủ doanh nghiệp và tiếp tục tiếp nhận và tìm kiếm những nhu cầu chưa được thỏa mãn và các vấn đề chưa được giải quyết. Ý tưởng bạn cần nhất là làm sao để kiếm được một triệu đầu tiên.

“Những người quyết tâm tìm đường cho mình sẽ luôn thấy có đủ các cơ hội; và nếu chúng không nằm ngay đúng tầm tay thì họ sẽ tạo ra chúng”.

Samuel Smiles

5

XÂY DỰNG DOANH NGHIỆP CỦA BẠN

“Đừng chờ cơ hội to lớn lạ thường. Hãy nắm lấy những cơ hội bình thường và làm cho chúng thành lớn lao. Kẻ nhu nhược chờ thời cơ còn vĩ nhân tạo ra nó”.

Orison Swett Marden

Mỗi năm những người có nhiều khát vọng mở ra hơn cả triệu doanh nghiệp mới. Hiện có hơn 23 triệu doanh nghiệp ở khắp nước Mỹ, từ các cá nhân hoạt động ngay ở gia đình lên đến các công ty như Microsoft, Motorola và General Motors.

Mỗi doanh nghiệp này đều cung ứng các sản phẩm hoặc dịch vụ bằng cách nhất định nào đó, khác với các phương thức của bất cứ công ty nào khác. Các cơ hội để tìm và phát triển ý tưởng kinh doanh mới ở ngay chung quanh bạn và với sự chuẩn bị thích đáng, các triển vọng để bạn thành công trong kinh doanh hầu như vô tận.

Phải đến 80% tất cả các sản phẩm và dịch vụ đang được dùng phổ biến ở gia đình, trong doanh nghiệp và trong các tổ chức lớn nhỏ hiện nay, 5 năm nữa đều sẽ lỗi thời. Chúng sẽ được thay thế bằng các sản phẩm và các dịch vụ mới hơn, tốt hơn, rẻ hơn và hiệu quả hơn. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ mới và khát vọng

của con người về các sản phẩm và dịch vụ mới, tốt hơn hoặc rẻ hơn có nghĩa là bạn có thể bắt đầu gây dựng cơ đồ hôm nay thuận lợi hơn vào bất cứ thời gian nào trong lịch sử.

TỶ LỆ THẤT BẠI CAO

Tuy nhiên, chúng ta biết rằng 80% tới 90% các doanh nghiệp mới bị thất bại vào từ 2 tới 4 năm đầu tiên do nhiều nhân tố khác nhau. Như chúng ta đã thảo luận, lý do chủ yếu để các doanh nghiệp thất bại là sự thiếu năng lực ở vai trò của người nào đó hoặc của người chủ doanh nghiệp. Sự thiếu năng lực này thường thể hiện rõ ở tình trạng không có khả năng bán đủ số lượng sản phẩm hoặc dịch vụ hoặc không kiểm soát chi phí sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Một lý do quan trọng thứ hai để doanh nghiệp thất bại là cung ứng sản phẩm không đúng với giá không hợp lý ra thị trường không có nhu cầu vào thời điểm không thích hợp hoặc sự phối hợp của các yếu tố này. Nếu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn không đúng nhu cầu đối với thị trường hiện nay, thì ngay cả các nỗ lực tiếp thị và kiểm soát chi phí tốt nhất cũng sẽ không giúp bạn trở nên thành công.

Sản phẩm không đúng nhu cầu vào thời điểm không thích hợp

Lời giới thiệu của công ty Ford Motor về chiếc Edsel đời 1950 là thí dụ thích đáng nhất về sản phẩm không đúng nhu cầu vào thời điểm và giá cả không thích hợp. Sau khi chi 250 đô-la triệu để phát triển và nghiên cứu, Ford đã tung loại xe hơi này ra thị trường mà chỉ khám phá được là không có thị trường cho kiểu xe hơi ấy với giá đó.

Nhiều công ty hoạt động thương mại điện tử, như Webvan.com cung ứng hàng tạp hóa và Pets.com cung ứng thức ăn và hàng

cung cấp cho thú cưng đi đến chỗ phá sản và làm tiêu tan hàng 100 triệu đô la vốn của các nhà đầu tư vào các công ty này. Hóa ra là đã không có thị trường thích đáng về hàng tạp hóa và hàng cung cấp cho thú cưng được đặt hàng trên Internet và bằng thư hoặc qua bưu tá viên.

Nhiều người kinh doanh nhỏ thường mắc phải sai lầm tương tự, nhưng ở quy mô nhỏ hơn. Họ đầu tư rất nhiều thời gian và tiền bạc để đem sản phẩm ra thị trường mà không có sự xác định trước xem có đủ nhu cầu với giá đó hay không.

7 Nguyên Tắc Kinh Doanh Thành Công

Ở chương này, bạn sẽ tìm hiểu một loạt các ý tưởng về cách tìm ra sản phẩm hoặc dịch vụ, cách kiểm tra thị trường trước khi bạn đầu tư nhiều tiền vào đó, cách khuyến mãi thích đáng và cách khuyếch trương kinh doanh khi bạn đã bắt đầu. Sau đây là một số nguyên tắc then chốt để thành công trong kinh doanh.

Bắt đầu ngay từ đầu

Nguyên tắc đầu tiên liên quan đến việc chọn lựa bất kỳ sản phẩm hoặc dịch vụ mới nào là phải xác định xem nó có thỏa mãn được nhu cầu hiện tại thực sự mà khách hàng đang cần đến ngay bây giờ hay không. Một sản phẩm hoặc dịch vụ mới phải giải quyết được vấn đề về một tình trạng nào đó cho khách hàng hoặc tạo cho đời sống hoặc công việc của khách hàng tốt hơn bằng cách mang lại lợi ích cho họ. Ngay từ đầu bạn phải thật rõ ràng, chính xác sản phẩm hoặc dịch vụ nào của bạn cải thiện được chất lượng cuộc sống của khách hàng.

Cung ứng chất lượng tốt với giá hợp lý

Để thành công, một sản phẩm hoặc dịch vụ mới phải có chất

lượng tốt với giá hợp lý. Nếu nó phải cạnh tranh với cùng sản phẩm hoặc dịch vụ khác, thì nó phải có một thứ được gọi là sự đề nghị tiêu thụ độc quyền (USP – Unique Selling Proposition). Nó phải có đặc điểm lợi ích hoặc sự hấp dẫn nào đó làm cho nó độc đáo, khác biệt và có chất lượng cao hơn bất cứ sự chọn lựa sản phẩm cạnh tranh nào khác.

Khía cạnh độc nhất vô nhị này chủ yếu tạo được sự thành công trong kinh doanh. Không có sản phẩm hoặc dịch vụ nào có thể thành công trừ khi nó khác biệt và có chất lượng cao so với bất cứ sản phẩm hoặc dịch vụ đang cạnh tranh với nó về cách này hay cách khác. Ít khi có cơ hội nào gây dựng được một doanh nghiệp có sản phẩm hoặc dịch vụ giống hệt với doanh nghiệp khác, nghĩa là sản phẩm hoặc dịch vụ giống như tất cả các sản phẩm hoặc dịch vụ khác mà chỉ có sự khác biệt duy nhất là bạn là người kinh doanh nó.

Chiến lược kinh doanh an toàn nhất là bắt đầu bằng một sản phẩm đã được chấp nhận mà nó đã có thị trường rộng rãi, rồi sau đó tìm cách cải thiện nó bằng cách nào đó. Giao hàng nhanh hơn, làm cho nó tốt hơn hoặc có chất lượng cao hơn hoặc bằng cách nào đó giảm được giá sản phẩm hoặc dịch vụ. Thay vì cố phát minh ra một doanh nghiệp hoặc ngành kinh doanh mới, hãy bắt đầu bằng sản phẩm hoặc dịch vụ mà người ta đang sử dụng rồi và tìm cách nào đó làm cho nó thu hút hơn.

Luôn luôn thực hành tiết kiệm

Kiểm soát tài chính chặt chẽ và dự trù ngân sách tốt là điều hết sức cần thiết cho sự thành công trong kinh doanh. Những công ty thành công là những công ty sử dụng sổ sách kế toán và hệ thống kế toán chính xác. Họ đưa các hệ thống này vào thực hiện ngay từ đầu và tính toán mọi đồng xu họ chi tiêu.

Thậm chí những công ty đa quốc gia lớn nhất, mỗi năm có doanh số bán hàng tỷ đô la cũng thường phải thật cẩn thận với các khoản chi tiêu của họ. Họ không ngớt tìm cách để cắt giảm chi phí trong khi vẫn duy trì được chất lượng tương đương. Họ lúc nào cũng tập trung vào thực hành tiết kiệm.

Nguồn tiền mặt lưu động giống như máu tới não

Nhất là đối với doanh nghiệp nhỏ, bạn phải luôn nắm chắc được nguồn tiền mặt, giống như người sắp chết đuối bám chặt vào phao cứu sinh. Tiền mặt là máu của doanh nghiệp. Nguồn tiền mặt lưu động là thước đo quan trọng và là yếu tố quyết định đến sự thành công của doanh nghiệp. Tất cả các chủ doanh nghiệp thành công đều đặt ra sự kiểm soát tài chính kỷ lưỡng và giám sát chúng hằng ngày. Họ xem xét cẩn thận mọi khoản chi tiêu. Họ dành thời gian để phân tích việc dùng mọi đồng đô la. Họ tính toán ngân quỹ chi tiết và họ xem xét lại chúng hàng tuần và hàng tháng.

Nguyên tắc cơ bản để doanh nghiệp thành công là chỉ chi từ nguồn tiền kiếm được. Sở dĩ như vậy vì trong doanh nghiệp chỉ có hai thành phần cơ bản là thu nhập và chi phí. Nguyên tắc cơ bản để tiến hành doanh nghiệp của bạn là “Nếu không phải là thu nhập, thì là chi phí!”.

Bảo vệ tiền mặt cẩn thận

Bí quyết để thành công trong kinh doanh liên quan đến quá trình hoạt động của bạn là “tiết kiệm, tiết kiệm, tiết kiệm”. Khi tôi làm việc cho một người bắt đầu từ tay trắng và đã gây dựng được một doanh nghiệp 800 triệu đô-la trước khi ông được 55 tuổi. Tôi hết sức ngạc nhiên khi thấy ông ăn trưa ở quán ăn rẻ tiền ở phố bên kia văn phòng và đi xe hơi đã qua sử dụng. Ông ta rất tiết kiệm tiền của.

Khi Sam Walton có được hơn 25 triệu đô-la, ông ta vẫn còn lái chiếc xe tải nhỏ có thùng đằng sau đi làm. Thái độ tiết kiệm này của cấp lãnh đạo thấm vào mọi khía cạnh của doanh nghiệp, tất cả phạm vi hoạt động từ trên xuống dưới qua mọi phòng ban. Việc thực hành tiết kiệm bảo đảm rằng doanh nghiệp hết năm này tới năm khác làm ăn có lãi.

Tăng cường tiếp thị tối đa

Có lẽ nguyên tắc quan trọng nhất đối với doanh nghiệp là đà phát triển mạnh ở bộ phận kinh doanh. Điều này đòi hỏi phải tập trung vào tiếp thị để nó lan tỏa vào toàn bộ tổ chức.

Mục đích của doanh nghiệp là gì? Một số người cho rằng để “kiếm lợi nhuận.” Nhưng điều này không chính xác. Mục đích thực sự của doanh nghiệp là “tạo và giữ khách hàng.” Lợi nhuận là kết quả của việc tạo và duy trì đủ số lượng khách hàng theo cách sinh lợi. Điều cần thiết nhất là tập trung vào việc tạo và duy trì khách hàng.

Bán hàng là kỹ năng cốt lõi của sự thành công trong kinh doanh

Bí quyết để thành công trong kinh doanh không phức tạp lắm. Đối với sản phẩm, bí quyết là “Bán hàng! Bán hàng! Bán hàng!” Kỹ năng đơn giản quan trọng nhất bạn phải phát huy để tạo được thành công cho doanh nghiệp của mình là khả năng thuyết phục khách hàng tin bạn và bán sản phẩm của bạn cho họ.

Trên thực tế thì khả năng bán hàng là một trong những kỹ năng cốt lõi để có được cuộc đời thành công. Với rất ít ngoại lệ, tất cả các doanh nghiệp thành công đều bắt đầu từ một cá nhân say mê về sản phẩm và người ấy rất giỏi bán hàng cho người khác. Chủ doanh nghiệp này thích sản phẩm ấy đến nỗi người ấy khó lòng

ngồi chờ nói chuyện với người khác về nó. Cá nhân này háo hức liên lạc ngay với những khách hàng mới. Những nơi không có người thành thạo về kinh doanh thì sản phẩm hoặc dịch vụ tốt đến mấy cũng sẽ thất bại.

Quý mến khách hàng của bạn

Trong các doanh nghiệp thành công, mỗi quan tâm đến khách hàng lúc nào cũng là ưu tiên hàng đầu. Trong một doanh nghiệp thành công, mọi người trong doanh nghiệp ấy đều nghĩ đến việc tạo nguồn khách hàng, phục vụ và thỏa mãn họ suốt ngày. 10 năm sau khi xuất bản cuốn *Tìm kiếm sự vượt trội* của Peters và Waterman, đã trở thành cuốn sách bán chạy nhất, một nhà báo hỏi Tom Peters xem ông ta cảm thấy nguyên tắc nào trong 7 nguyên tắc ở cuốn sách của ông vẫn còn là nguyên tắc quan trọng nhất. Ông trả lời ngay, không chút ngập ngừng, đó là “sự ám ảnh với dịch vụ khách hàng.”

Trong các doanh nghiệp thành công nhất, cả lớn lẫn nhỏ, những người chủ chốt thường quý mến khách hàng. Họ quan tâm tới khách hàng cả ngày lẫn đêm. Họ xem mình như là các đại diện cá nhân hoặc đại lý của khách hàng làm việc thay mặt cho khách hàng. Thái độ tận tụy với khách hàng như vậy cần được thấm nhuần trong toàn bộ tổ chức và khiến cho người ta muốn giao dịch với công ty và tiếp tục giao dịch với công ty trong tương lai.

Lúc nào bạn cũng có thể khẳng định một doanh nghiệp tốt qua cách công ty đối xử với khách hàng. Bạn có thể khẳng định một doanh nghiệp tốt qua việc trả lời điện thoại của công ty, giải quyết các yêu cầu và các vấn đề khách hàng đặt ra. Bạn có thể khẳng định một doanh nghiệp tốt qua cách giải quyết các nhu cầu và khiếu nại của khách hàng. Ở tất cả các doanh nghiệp thành công, mỗi quan tâm đến khách hàng luôn luôn là ưu tiên trên hết.

Phát triển một kế hoạch kinh doanh toàn diện trước khi bắt đầu

Lý do chính để thành công trong kinh doanh là những người sáng lập phải phát triển một kế hoạch kinh doanh toàn diện trước khi bắt đầu hoạt động. Các doanh nghiệp thành công là những doanh nghiệp suy nghĩ xuyên suốt ở mọi bộ phận kinh doanh đến nơi đến chốn, hoàn tất các ngân quỹ thật kỹ lưỡng và quản lý bản phân tích hòa vốn về các hoạt động của họ trước khi họ mở cửa. Họ tổ chức và bố trí kế hoạch kinh doanh, như một kế hoạch chi tiết trước khi họ bắt đầu chi tiền để tiến hành các hoạt động kinh doanh.

Sau đây là một phát hiện thú vị. Một khi kế hoạch kinh doanh được phát triển, thì ít khi nó được đem ra tham khảo. Các công ty rất thường phải bỏ ra nhiều tháng để phát triển một kế hoạch kinh doanh và mỗi năm phải bỏ ra nhiều tuần để cập nhật kế hoạch kinh doanh, nhưng khi nó được làm xong, thì lại được xếp vào ngăn kéo và ít khi được lôi ra xem cho tới lúc phải cập nhật lại.

Tại sao lại như vậy? Lý do này thường xảy ra trong doanh nghiệp, một khi đã đi vào hoạt động rồi, thì kế hoạch kinh doanh đó sẽ hoàn toàn khác với những gì họ mong đợi hoặc dự đoán. Vậy thì kế hoạch kinh doanh dùng để làm gì? Câu trả lời đó chính là bài thực tập lập kế hoạch kinh doanh trước để buộc chủ doanh nghiệp phải xem xét một cách nghiêm túc tất cả các vấn đề quan trọng có liên quan hoặc sẽ liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp.

Xem xét nghiêm túc các vấn đề quan trọng

Việc lập kế hoạch kinh doanh buộc chủ doanh nghiệp phải xem xét nghiêm túc về sản phẩm và dịch vụ được cung ứng, giá cả tiêu

thụ và doanh số bán sẽ có thể đạt được. Nó buộc chủ doanh nghiệp phải cân nhắc thận trọng toàn bộ các chi phí sẽ phải chịu trong quá trình đem sản phẩm ra thị trường. Nó buộc chủ doanh nghiệp phải dự kiến những nhân sự cần phải có, văn phòng và các phương tiện cần thiết; ngân quỹ chi trả tiền thuê mặt bằng, các tiện ích và tiền lương; tất cả những nhân tố nhỏ sẽ tham gia vào việc làm cho doanh nghiệp thành công. Bằng cách lập kế hoạch kinh doanh trước, chủ doanh nghiệp buộc phải xem xét nghiêm túc và phân tích chu đáo mọi con số trong bản kế hoạch này và kết hợp chúng vào bản kế hoạch chi tiết tổng thể trước khi bắt đầu.

Từ đây bạn có thể đến đó không?

Qua nhiều năm, tôi đã làm việc với các chủ doanh nghiệp rất khát khao mở doanh nghiệp mới. Tuy nhiên, khi họ đã bị buộc phải xem xét nghiêm túc và thu lượm tất cả những thông tin cần thiết để hoàn tất kế hoạch kinh doanh, họ mới thấy rằng doanh nghiệp ấy không hoạt động được. Họ không thể trang trải đủ các chi phí cho sản phẩm hoặc dịch vụ để đem chúng ra thị trường hoặc thị trường ấy không đủ lớn. Đôi khi khoảng thời gian để kéo lại hòa vốn quá lâu hoặc một nhân tố khác làm họ xét thấy không đạt được. Bạn đã nghe câu châm ngôn, *“Từ đây bạn không thể đến đó.”* Bằng cách lập kế hoạch kinh doanh, nó thường làm cho thấy rõ doanh nghiệp này không phải là một ý tưởng hay ngay từ đầu.

Đáng quan tâm là khi bạn đi ngân hàng vay tiền hoặc tới người bỏ vốn đầu tư hoặc thậm chí bạn đảm trách việc mượn nhân viên vào chức vụ cao, thì điều đầu tiên họ sẽ hỏi bạn là kế hoạch kinh doanh. Nếu bạn không có kế hoạch kinh doanh, bạn sẽ để lộ mình là một giám đốc thiếu năng lực, đây là lý do số một đưa đến thất bại trong kinh doanh. Không có kế hoạch kinh doanh, bạn không có được sự tin tưởng và bạn sẽ thấy gần như không thể có được sự

ủng hộ mà bạn cần có để xây dựng doanh nghiệp của bạn.

Đừng bao giờ bỏ cuộc

Bí quyết để thành công trong kinh doanh là sự quyết tâm, kiên trì và nhẫn nại cao độ của vai trò chủ doanh nghiệp. Những người bỏ vốn đầu tư kinh doanh là những người khảo sát hàng trăm kế hoạch kinh doanh và ít tìm được quá 1% trong số kế hoạch này. Họ sẽ cho bạn biết là họ tìm tính cách và năng lực của chủ doanh nghiệp hơn bất cứ thứ gì khác để quyết định xem có nên đầu tư vào một doanh nghiệp hay không. Họ không những khảo sát sản phẩm hoặc dịch vụ được cung ứng mà còn cả về nhân sự có tài năng, năng lực và kinh nghiệm sẽ hết sức cần thiết để tạo cho doanh nghiệp ấy thành công.

Sự quyết tâm, tính kiên trì và nhẫn nại sẽ có liên quan chặt chẽ với sự thành công của doanh nghiệp. Chẳng có gì cho biết chắc chắn được con đường bạn nghĩ nó sẽ đi đến đâu. Bạn sẽ phải liên tục thay đổi linh hoạt và đi vào các phương hướng khác nhau. Các kế hoạch được sắp đặt tốt nhất sẽ đối phó được tình trạng làm chán nản và vấn đề gây thất bại. Nhưng bạn phải có khả năng bền bỉ để tiếp tục tìm kiếm các cách nhanh hơn, tốt hơn, có sáng kiến hơn để đạt được các mục đích kinh doanh của mình là chìa khóa để khám phá tương lai của bạn.

Phải đầu tư thời gian để thành công

Dựa vào các cuộc nghiên cứu của hàng nghìn doanh nghiệp, theo kinh nghiệm có một số mặt liên quan đến thời gian mà bạn có thể phải chấp nhận đầu tư. Thứ nhất, phải mất 2 năm để kéo lại hòa vốn đối với một doanh nghiệp trung bình. Trong hai năm đầu hoạt động kinh doanh, bạn sẽ học hỏi về kinh doanh với tốc độ nhanh. Trong thời gian này, hầu như bạn sẽ luôn luôn tiến triển chậm chạp về mặt tài chính, sẽ cố gắng ngoi đầu dậy. Bạn sẽ vay

mượn bạn bè và người thân và thường dẫn sâu vào công nợ. Đây là cái giá mà chủ doanh nghiệp thường phải trả để học được kỹ năng bắt đầu và tiến hành doanh nghiệp thành công.

Phải mất 4 năm mới có thể có lãi

Mất 4 năm đối với một doanh nghiệp mới cho thấy có lãi. Như Peter Drucker nói, *Không có doanh nghiệp nào kiếm được thực lãi trong vòng 4 năm*. Mọi nỗ lực để phá bỏ quy luật này cuối cùng đều đi đến tai họa tài chính cho chủ doanh nghiệp. Khảo sát những gì xảy ra cho tất cả các công ty hoạt động thương mại điện tử đã phải bỏ hàng triệu đô la vào quảng cáo ở giải bóng bầu dục Super Bowl cố tạo cho doanh nghiệp bước nhảy vọt ngay vào hoạt động kinh doanh kiếm lời thay vì xây dựng từ từ theo thời gian.

Năm thứ ba và thứ tư của hoạt động kinh doanh, bạn sẽ kiếm được lãi và mang về được nhiều tiền hơn chi phí bạn đang phải sử dụng để duy trì doanh nghiệp. Trong thời gian này, bạn sẽ phải hoàn trả tất cả nguồn vốn vay và các chi phí trên hóa đơn bạn đã tích lũy trong 2 năm đầu.

Theo kinh nghiệm thì bạn sẽ đột phá vào tình trạng thu được nhiều lãi thật đáng kể vào năm hoạt động kinh doanh thứ bảy. Để được như vậy bạn phải mất một thời gian dài để thông thạo các kỹ năng của chủ doanh nghiệp. Không có lối đi tắt nào cả. Bạn phải kiên nhẫn. Có lần Henry Ford nói, *“Hai đòi hỏi quan trọng nhất để thành công trong kinh doanh là nhìn xa trông rộng và kiên nhẫn. Người thiếu kiên nhẫn sẽ thiếu phẩm chất tối cần thiết nhất để thành công trong bất cứ hoạt động kinh doanh nào.”*

NHÂN TỔ VỀ BA PHƯƠNG DIỆN

Có một nguyên tắc cơ bản mà bất kỳ sản phẩm hoặc dịch vụ mới nào tham gia vào thương trường và để thành công được là đều

phải có chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh của nó ít nhất ba phương diện. Công việc của bạn là phải tìm ra ba phương diện khác nhau mà bạn có thể làm tăng thiện chí mua sản phẩm của bạn từ khách hàng mà hiện họ đang dùng sản phẩm tương tự của một công ty cung cấp khác.

Toàn bộ ngành kinh doanh tạp hóa được xây dựng theo ba khái niệm, gồm việc di chuyển cửa hàng gần với khách hàng, cung ứng tập trung vào các loại sản phẩm phổ biến nhất và duy trì giờ mở cửa lâu hơn để tạo thuận lợi hơn cho khách hàng mua hàng. Bằng cách tập trung vào ba nhân tố khác nhau này, ngành kinh doanh tạp hóa hiện nay đạt doanh số bán nhiều tỷ đô la hằng năm.

Các cơ may làm ăn phát đạt nhất được vận dụng bằng cách cung cấp các sản phẩm và dịch vụ có uy tín vào các thị trường chính thức cho những khách hàng đã quen dùng, nhưng phải tìm cách cải thiện quá trình sản xuất, tiêu thụ, giao hàng và phục vụ về phương diện nào đó.

Tỷ lệ thành công đối với các sản phẩm hoặc dịch vụ mới toanh ở Hoa Kỳ chỉ đạt 10%. Tỷ lệ thành công đối với các sản phẩm hoặc dịch vụ được cải thiện khoảng 80%. Bằng cách đi theo thị trường và giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ được cải thiện vào thị trường chính thức, bạn có thể tăng tỷ lệ thành công từ 10% lên 80%. Điều này phân biệt rõ nét nhất giữa thành công và thất bại.

NHỮNG CÂU HỎI BẠN PHẢI ĐẶT RA VÀ TRẢ LỜI ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG KINH DOANH

Có một số câu hỏi bạn phải trả lời được mới có thể thành công trong một thị trường cạnh tranh. Xem xét những gì bạn đang làm hiện nay và áp dụng các câu hỏi sau và các câu trả lời của họ vào doanh nghiệp của bạn.

Sản phẩm của bạn có thích hợp không?

Thứ nhất, sản phẩm hoặc dịch vụ phải hoàn toàn thích hợp với nhu cầu của thị trường hiện hành. Điều này có nghĩa là khách hàng muốn nó, cần nó, có thể dùng nó và có thể đòi hỏi được nó, cộng với việc họ sẵn sàng mua nó ngay bây giờ. Nếu chưa có nhu cầu và thị hiếu ngay và cấp thiết về sản phẩm hoặc dịch vụ, thì có thể nó sẽ thất bại ở một thị trường cạnh tranh.

Bạn đã phân tích thị trường chưa?

Một lý do chủ yếu để thành công trong kinh doanh là bạn phải phân tích thị trường cẩn thận trước khi bạn bắt đầu hoạt động kinh doanh. Nói cách khác, bạn đầu tư suy nghĩ đến nơi đến chốn xem liệu có thị trường hay không trước khi bạn tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ.

Khi tôi làm tiếp thị và tư vấn kinh doanh cho các công ty, tôi luôn luôn hỏi ba câu hỏi cơ bản về một sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ đang xem xét để đưa ra thị trường hoặc đã đưa vào lưu thông phân phối nhưng hiện chưa tiêu thụ thật tốt.

Câu hỏi tiếp thị một. Có thật sự có *thị trường* cho sản phẩm này không? Nhớ rằng, “Sự nắm bắt sai lầm nằm ở gốc rễ mọi sự thất bại.” Các chủ doanh nghiệp trở nên rất háo hức tung sản phẩm hoặc dịch vụ ra thị trường ngay mà chẳng chịu đứng lùi lại để đánh giá một cách khách quan xem có khách hàng sẽ mua sản phẩm hoặc dịch vụ này hay không để cạnh tranh với bất cứ thứ gì họ đang dùng hoặc bất cứ thứ gì khác hiện có sẵn. Có thị trường cho những gì bạn muốn bán không?

Câu hỏi tiếp thị hai. Thị trường có đủ *lớn* không? Chi phí phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ mới và đưa nó ra thị trường có thể quá cao. Do đó phải có thị trường đủ lớn cho sản phẩm hoặc dịch

vụ luôn luôn chứng minh là đúng và chi phí cần thiết để sản xuất nó ngay từ đầu.

Gillette đúng khi đã đưa ra sản phẩm dao cạo râu bốn lưỡi Quadra, nhưng chỉ sau khi đầu tư được 10 năm và bỏ ra hơn \$500 triệu để phát triển nó. Thị trường đối với dao cạo râu sẽ phải thật rộng lớn và mở rộng trong nhiều năm để hoàn lại các chi phí sản xuất dao cạo râu ngay từ đầu.

Câu hỏi tiếp thị ba. Thị trường có đủ *tập trung* không? Có số lượng lớn khách hàng ở những địa phương nhất định về mặt địa lý hoặc có thể tiếp cận được bằng việc quảng cáo và các nỗ lực khuyến mãi mà không làm công ty của bạn phá sản không?

Ngày nay với Internet hoặc gửi thư trực tiếp chính xác, có thể tới được các khách hàng tiềm năng ở khắp thế giới nhanh chóng và không mấy tốn kém. Nhưng vấn đề đặt ra là làm sao bạn sẽ tạo đủ số lượng khách hàng biết đến để mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn theo cách có hiệu suất phí tổn tốt mới có thể xác định được doanh nghiệp của bạn thành công hay thất bại.

Có thể có thị trường cần 100.000 đơn vị sản phẩm đặc biệt ở Mỹ. Nhưng nếu ở mỗi cộng đồng trong cả nước Mỹ chỉ có nhu cầu 1 hoặc 2 đơn vị thì nó không thể đến được những người đó bằng nỗ lực quảng cáo hoặc kinh doanh nào đó. Dù có nhu cầu lớn về một sản phẩm mới, nhưng nếu nó không đủ *tập trung* để đạt tới hiệu suất phí tổn có lợi, thì một công ty đem sản phẩm hoặc dịch vụ ra thị trường có thể bị phá sản.

Ai là khách hàng của bạn?

Xác định khách hàng cho sản phẩm hoặc dịch vụ. Đây là câu hỏi trọng tâm về nghiên cứu tiếp thị. Ai là khách hàng lý tưởng của bạn, về phương diện tuổi tác, công việc, chức vụ, mức thu nhập,

giới tính, thị hiếu, thú giải trí và sở thích của họ? Bạn càng xác định khách hàng lý tưởng của mình chính xác, bạn càng dễ dàng biết được phải thiết kế sản phẩm hoặc dịch vụ của mình như thế nào cho thích đáng và tung nó ra thị trường đạt được hiệu quả.

Sai lầm lớn nhất bạn có thể mắc phải là xông xáo và chuyên bán cho khách hàng không có nhu cầu, người không thể hoặc sẽ không mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, dù nó tốt đến đâu.

Tại sao họ mua của bạn?

Xác định tại sao khách hàng lý tưởng của bạn sẽ mua của bạn. Người ấy tìm kiếm giá trị gì? Điều gì khiến cho người ấy mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn thay vì mua của người khác? Tại sao khách hàng lý tưởng của bạn lại đổi từ nhà cung cấp hiện thời của họ sang mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn thay vì tiếp tục mua của nhà cung cấp hiện nay? Nhiều công ty nhỏ đi đến chỗ sạt nghiệp vì họ không có đủ lý do hợp lý khiến khách hàng đổi từ nhà cung cấp hiện thời của họ sang mua sản phẩm hoặc dịch vụ mới của các công ty này.

Các chọn lựa nào?

Xác định xem còn có thể kiếm được thứ gì khác nữa? Cùng một khách hàng có thể kiếm được các sản phẩm hoặc dịch vụ nào khác để thỏa mãn cùng nhu cầu hoặc giải quyết cùng vấn đề? Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có chất lượng cao hơn tạo được ý nghĩa như thế nào so với các sản phẩm và dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh?

Đặc biệt là làm sao xác định được vị thế của bạn vượt hơn các đối thủ cạnh tranh bằng cách để cho khách hàng tương lai của bạn cho rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có chất lượng cao hơn và thỏa mãn được nhiều hơn so với bất cứ thứ gì khác có thể kiếm

được?

Phải chi phí những gì để có khách hàng?

Một trong những khái niệm quan trọng nhất trong kinh doanh được gọi là “chi phí về thứ kiếm được”. Đây là khoản tiền bạn sẽ phải trả cho quảng cáo, khuyến mãi, tiếp thị, gửi thư qua bưu điện, tiếp thị qua điện thoại và tiền hoa hồng để kiếm được một khách hàng. Khoản tiền này phải được tính toán trước và phải tính vào kế hoạch tài chính của bạn. Không xác định được chính xác chi phí về mỗi khách hàng bạn kiếm được sẽ có thể nhanh chóng xói mòn tài chính của toàn bộ doanh nghiệp.

Bạn đã nghe người ta nói đùa, “Chúng ta tốn tiền về mỗi thương vụ, nhưng chúng ta tạo được khối lượng kinh doanh.” Tuy nhiên, đó không phải là chuyện đùa. Có nhiều công ty bán được khối lượng lớn sản phẩm, nhưng vì chi phí kiếm được khách hàng của họ quá cao, nên họ đã thực sự mất tiền ở mỗi thương vụ. Đừng để điều này xảy ra với bạn.

CÁC CÂU HỎI GIÁ TRỊ VỀ TIẾP THỊ

Sau đây là một câu hỏi tóm tắt mà tôi viết ra, rồi sau đó phân tích từng dòng lúc tôi còn làm việc với các công ty lớn nhỏ. Khả năng hỏi và trả lời mỗi phần của câu hỏi này sẽ xác định phần lớn sự thành công hoặc thất bại của doanh nghiệp. Một câu trả lời chưa hoàn chỉnh hoặc không chính xác về bất cứ phần nào của câu hỏi có thể dẫn tới các vấn đề không khắc phục được mà sẽ làm cho doanh nghiệp của bạn sụp đổ. Câu hỏi như sau:

“Chính xác **cái gì** sẽ được bán cho **ai**, với giá **bao nhiêu**, nó sẽ được bán bằng thể thức **nào**, **ai** bán, nó sẽ được thanh toán, sản xuất, giao hàng và phục vụ **như thế nào?**”

1. Chính xác sản phẩm hoặc dịch vụ **gì** đã làm thay đổi hoặc cải thiện cuộc sống hoặc công việc của khách hàng?
2. Chính xác nó được bán cho **ai**?
3. Nó được bán cho khách hàng với giá **bao nhiêu**?
4. Nó được bán cho khách hàng với giá này theo phương thức **nào**?
5. **Ai** sẽ bán nó bằng phương thức này cho khách hàng với giá đó?
6. Nó được thanh toán **bang cách nào** và **khi nào**?
7. Nó được sản xuất, giao hàng và phục vụ **như thế nào**?

Không hỏi và trả lời được 7 câu hỏi này có thể gây tai hại cho doanh nghiệp. Thay đổi bất kỳ một trong các câu trả lời này có thể làm thay đổi hoàn toàn kết quả của bạn.

Trong sự phân tích cuối cùng, khả năng bán sản phẩm của bạn đem lại hiệu suất phí tổn có lợi, bao gồm chi phí tiếp thị, quảng cáo, tiêu thụ, hoa hồng, đi lại và tất cả các chi phí khuyến mãi là bí quyết để thành công trong kinh doanh. Việc trở thành người kinh doanh thích hợp hoặc tìm được người như thế, việc phát triển đại diện kinh doanh có hiệu quả và liên hệ được đủ số lượng khách hàng tương lai là trọng tâm đối với toàn bộ quá trình kinh doanh. Như người ta thường nói, “Chẳng có gì xảy ra cho tới khi thương vụ diễn ra.”

Vì nguồn tiền mặt lưu động là sức sống của doanh nghiệp, nên chỉ chi tiền để tạo thêm được nguồn tiền mặt lưu động. Hãy trì hoãn, đình lại và hủy bỏ bất cứ chi phí nào không làm tăng được doanh số bán và doanh thu. Nguyên nhân chủ yếu để doanh nghiệp thành công là kiểm soát tài chính chặt chẽ, nhất là vào

giai đoạn mới bắt đầu. Nguyên nhân chủ yếu để doanh nghiệp thất bại là chi quá nhiều tiền vào các chi phí không tạo ra được tiền mặt, nhất là vào giai đoạn mới bắt đầu.

NHẬP CUỘC CHƠI

Giả sử hiện nay bạn đã quyết định bắt đầu mở doanh nghiệp. Bạn tìm ra một sản phẩm hoặc dịch vụ mới như thế nào, chấp nhận là 80% hoặc hơn 80% các sản phẩm hoặc dịch vụ trong 5 năm nữa sẽ mới lạ hoặc khác biệt? Sau đây là 16 cách giải quyết, được các chủ doanh nghiệp thành công dùng trong nhiều năm.

Bắt đầu với chính bạn

Hãy xét ở chính mình. Bắt đầu với các tài năng riêng, các khả năng, kinh nghiệm, kiến thức, sở thích, quá trình đào tạo, học vấn của chính bạn, vân vân.

Hãy xét kỹ công việc, hoạt động kinh doanh, chức vụ hay sản phẩm hoặc dịch vụ hiện thời của bạn. Hãy xét ngay trong cuộc sống và công việc của chính bạn, “kho báu” nằm ngay dưới chân bạn.

Đây là câu hỏi, bạn có những phẩm chất nào tiêu biểu cho những sự thành công lớn nhất của bạn trong cuộc sống cho tới nay? Các kỹ năng và năng lực cá nhân nào đưa bạn tới được vị trí hiện nay? Bạn có thể áp dụng cùng các kỹ năng và năng lực này như thế nào để bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp mới?

Nếu bạn đã có một công ty, thì tài năng đặc biệt, năng lực, kinh nghiệm, kiến thức, sở thích và quá trình học tập nào bạn dùng trong doanh nghiệp hiện nay? Các phẩm chất, tài năng và các kỹ năng nào đã làm cho công ty của bạn thành công cho tới nay? Bạn làm được những điều gì xuất sắc nhất? Hiện nay trong doanh

nghiệp của bạn có những cơ hội nào lớn lao nhất?

Nhiều sự giàu có bắt đầu khi các cá nhân thấy được nhu cầu của khách hàng chưa được thỏa mãn và các công ty hiện thời của họ không quan tâm đến việc đáp ứng thỏa mãn yêu cầu đó. Thường động lực phát xuất do các câu hỏi khách hàng đặt ra hoặc các khiếu nại. Cuối cùng, một cá nhân quyết định mình phải mở doanh nghiệp mới để cung cấp cho khách hàng những gì họ đang yêu cầu. Cá nhân như thế có thể kể đến Tom Fatjo, người xử lý rác cho những người trong cộng đồng dân cư của ông sau giờ làm việc hoặc Ross Perot đảm nhận các hoạt động xử lý dữ liệu của các tổ chức lớn. Đôi khi còn có cơ hội kinh doanh lớn lộ ra ngay trước mắt bạn, không xa nơi bạn ở hiện nay.

Cái gì làm cho bạn say mê?

Tìm kiếm một sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn có thể thật sự trở thành say mê. Đôi khi những người trở thành giàu có nhờ vào việc chuyển thể hoặc biến đổi thú giải trí của họ thành một hoạt động kinh doanh. Pierre Omydar sưu tầm hộp PEZ đựng đồ dùng (khăn giấy, xà bông ...) như một thú tiêu khiển. Với cố gắng tìm ra thị trường cho bộ sưu tập hộp PEZ đựng đồ dùng, ông ta đã bắt đầu một hoạt động kinh doanh nhỏ trên Internet, sau đó đã phát triển thành thương hiệu eBay với 95 triệu khách hàng ở khắp thế giới.

Bạn sẽ luôn luôn thực hiện hoặc kinh doanh thành công nhất thứ mà bạn thực sự yêu thích và quan tâm đến nó. Mọi sản phẩm hoặc dịch vụ và mọi doanh nghiệp đều phải có giải quán quân. Hãy tìm thứ rẻ tiền hoặc có chất lượng tốt hơn. Hãy tìm thứ có thêm các nét đặc biệt hoặc các chức năng mà sản phẩm hiện thời cung ứng không có. Hãy tìm thứ được cải tiến về phương diện nào đó mà người ta sẵn sàng mua và sử dụng.

Bạn sẽ luôn luôn thực hiện hoặc kinh doanh thành công nhất về thứ bạn thực sự yêu quý và quan tâm đến nó. Mọi sản phẩm hoặc dịch vụ, mọi doanh nghiệp đều phải có *nhà vô địch*. Đây là người tin tưởng rất mạnh vào sự hoàn hảo và giá trị của sản phẩm hoặc dịch vụ đáp ứng cho khách hàng. Mọi sản phẩm hoặc dịch vụ đều phải có người trong doanh nghiệp thực sự yêu thích sản phẩm hoặc dịch vụ ấy và háo hức ra ngoài nói cho người khác biết về nó.

Bạn có thể cải tiến cái gì?

Hãy tìm cái được cải tiến cho sản phẩm hoặc dịch vụ hiện thời hơn là thứ mới toanh. Hãy tìm kiếm cái rẻ hơn hoặc có chất lượng tốt hơn. Hãy tìm kiếm cái có thêm các đặc điểm hoặc tính năng mà các sản phẩm hiện thời không có. Hãy tìm kiếm cái được cải tiến về phương diện nào đó cho thứ người ta đang sẵn sàng mua và sử dụng.

Sự cải thiện một sản phẩm hoặc dịch vụ hiện thời thành công là con đường nhanh nhất và chắc chắn nhất để xây dựng một doanh nghiệp thành công. Một ý tưởng chỉ cần trở thành mới hơn và tốt hơn 10% sẽ thu phục được thị phần đáng kể. Thông thường, các kiểu sản phẩm phổ biến là phương tiện bắt đầu đưa vào hoạt động kinh doanh an toàn. Các sản phẩm mới toanh không có thị trường thể hiện rõ ràng sẽ rất mạo hiểm.

Gần trong 100 năm, các công ty liên tục sản xuất và bán bánh doughnut (bánh rán dạng vòng). Có hàng ngàn cửa hàng bán bánh doughnut đã làm ăn thành công ở khắp nước Mỹ. Thế mà cách đây vài năm một công ty mới - Krispy Kreme, đã tham gia vào thị trường ấy cung ứng một kiểu bánh doughnut chỉ hơi khác một chút và đã vượt trội hơn các sản phẩm của các công ty sản xuất bánh doughnut khác đã hoạt động kinh doanh trong nhiều thập niên.

Trong vòng một ít năm, Krispy Kreme đã phát triển rộng ra khắp nước. Doanh số bán bánh doughnut trung bình trên mỗi m² của các cửa hàng kinh doanh độc quyền Krispy Kreme nhiều hơn doanh số bán bánh của gần như bất kỳ cửa hàng bán bánh doughnut khác hoặc các cửa hàng kinh doanh độc quyền thức ăn nhanh ở Mỹ lên đến 500%. Một sự khác biệt nhỏ về chất lượng và hình thức đã biến thành một sự khác biệt to lớn về kết quả tài chính. Điều như vậy có thể xảy ra ở đâu đối với bạn?

Tìm cách cung ứng thêm giá trị

Một chìa khóa khác để tìm được một sản phẩm hoặc dịch vụ mới là tìm cái thể hiện được giá trị thực sự. Tìm kiếm bằng được sản phẩm hoặc dịch vụ tạo được sự đóng góp quan trọng vào chất lượng của cuộc sống hoặc công việc của khách hàng. Đừng tìm đồng tiền dễ kiếm. Đừng tìm mảnh lời quảng cáo hoặc đồ trang trí lặt vặt vô ích. Đừng tìm thủ đoạn làm giàu nhanh chóng hoặc không làm mà có thưởng. Kết quả sẽ chẳng có gì.

Luôn luôn theo dõi

Một cách tuyệt vời để tìm được sản phẩm hoặc dịch vụ mới là đọc báo, truyện, các bài báo, các bài quảng cáo và các mục rao vặt trên báo. Khi các công ty có sản phẩm hoặc dịch vụ mới đem tiêu thụ, họ rất thường quảng cáo trên các tạp chí và báo chí với mục “Các cơ hội kinh doanh.”

Đọc các tạp chí thương mại về lĩnh vực của bạn

Việc đọc các tạp chí thương mại, nhất là về kiến thức và kinh nghiệm ở lĩnh vực của bạn, nó có thể giúp bạn tìm được các sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Một thư viện của thành phố lớn thường có rất nhiều tạp chí thương mại để chọn. Thậm chí tốt hơn, bạn nên đăng ký mua tất cả các tạp chí hàng tháng về lĩnh vực của

mình để đọc từ đầu tới cuối, từng trang một.

Khi bạn có được ý tưởng về một sản phẩm hoặc dịch vụ mới, hãy vào Internet, nhập tên sản phẩm hoặc dịch vụ ấy vào Google, rồi sau đó bắt đầu lướt trên Web. Trong một ít phút lướt trên Web, bạn có thể tìm được nhiều thông tin hơn bạn có thể từng phải mất nhiều ngày hoặc thậm chí nhiều tuần để nghiên cứu bằng cách thông thường.

Bất cứ khi nào có một ý tưởng kinh doanh đột phá hoặc một sản phẩm mới, thì nó sẽ được đăng lên báo và được những người quan tâm nhất đến việc sử dụng hoặc bán sản phẩm hoặc dịch vụ đó đọc. Thí dụ, về một trong các lĩnh vực kinh doanh của chúng tôi, chúng tôi xem báo thấy một câu truyện nói về một quy trình mới được phát triển ở miền đông Hoa Kỳ sẽ đem lại kết quả rất tốt cho các hoạt động hiện thời của chúng tôi. Ngay lập tức chúng tôi điện thoại tới người phát triển nó, bay đến đó, khảo sát sản phẩm tỉ mỉ và ký hợp đồng độc quyền khai thác nó ở tiểu bang California. Nếu quy trình mới này trở nên thành công, thì nó sẽ đem lại lợi nhuận phi thường. Thường thì bạn cũng có thể làm được giống như vậy.

Tham dự các cuộc trưng bày và triển lãm thương mại

Một cách kỳ diệu để tìm được các sản phẩm hoặc các dịch vụ mới là đi tới các cuộc trưng bày. Có các cuộc trưng bày thương mại chuyên về những sản phẩm hoặc dịch vụ đặc biệt thường xuyên được tổ chức ở khắp nơi trên nước Mỹ và ở khắp thế giới. Bạn chỉ cần có một danh thiếp và trả một khoản lệ phí nhỏ để đi vào các cuộc trưng bày thương mại.

Bất cứ nơi nào một công ty muốn giới thiệu rộng rãi một sản phẩm mới đến người xem càng nhiều càng tốt, thì ngay lập tức nó có mặt ở cuộc trưng bày thương mại cho khách hàng ở khắp

nước đến tham dự. Mục đích chính của các công ty tại các cuộc trưng bày thương mại là cốt để tìm được các nhà phân phối lẻ và sỉ cho sản phẩm của họ ở các thị trường mà họ chưa có đại diện.

Khẳng định mình là một khách hàng mua lẻ

Khi bạn đi tới một cuộc trưng bày thương mại, hãy thể hiện mình như một khách hàng mua lẻ. Đăng ký tại bàn đăng ký, trả phí vào cổng và tự giới thiệu bạn là một khách hàng tìm mua các sản phẩm được trưng bày trong cuộc trưng bày. Đi rảo quanh cuộc trưng bày và nói chuyện với những người phụ trách ở các quầy trưng bày. Hãy tìm xem họ đang trưng bày để bán cái gì. Hãy khám phá ra quy mô thị trường và phương hướng của thị trường. Hỏi họ về các khuynh hướng của ngành kinh doanh. Hỏi họ xem cái gì thành công và cái gì không thành công.

Bạn có thể tìm hiểu được về ngành kinh doanh của quốc gia trong một vài giờ tại cuộc trưng bày nhiều hơn bạn có thể phải mất nhiều ngày hoặc thậm chí nhiều tuần tự nghiên cứu. Những người phụ trách các quầy tại cuộc trưng bày thường hết sức am tường về toàn bộ ngành kinh doanh ấy. Họ có thể cho bạn các ý kiến và những sự hiểu biết sâu sắc mà đối với bạn chúng có thể là vô giá trong việc bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp thành công.

Ngoài ra, nhiều người trong số họ sẽ cạnh tranh với nhau. Bằng cách hỏi những người khác nhau xem các sản phẩm hoặc dịch vụ của họ so với các công ty khác đang trưng bày cùng các sản phẩm ra sao, bạn sẽ có được những thông tin vô giá, có thể giúp bạn đưa ra được các quyết định kinh doanh hiệu quả hơn.

Hỏi bạn bè

Cho bạn bè của bạn biết bạn đang suy nghĩ đến việc mở một

doanh nghiệp mới và bạn đang tìm các ý tưởng về sản phẩm mới. Nói cách khác, bạn đang tìm thứ gì đó để bán hoặc phân phối. Để họ để ý theo dõi dùm bạn. Đôi khi bạn bè của bạn sẽ gặp những người bạn không biết và thấy những thứ bạn chưa thấy. Thường họ sẽ nảy ra ý tưởng về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới khi họ đi đây đi đó và sẽ cho bạn biết những điều đó.

Luôn có sẵn các tạp chí thương mại

Một cách tuyệt vời để tìm thấy các sản phẩm hoặc dịch vụ mới là đọc các tạp chí, như *Entrepreneur, Inc., Money, Fortune, Forbes* và *BusinessWeek*. Đọc các đoạn quảng cáo trên tạp chí về các sản phẩm, dịch vụ mới hoặc các cơ hội kinh doanh. Nhất là đọc các tạp chí viết về các nhân vật thuộc lĩnh vực mà bạn quan tâm. Hãy đọc mọi thứ bạn có thể kiếm được.

Tìm sản phẩm ở khắp nơi trên thế giới

Một nguồn tuyệt vời về những ý tưởng sản phẩm mới ở nội dung trên các ấn phẩm nước ngoài. Mọi nước ở châu Á đều có thị trường xuất khẩu lớn với catalô có sẵn ở lãnh sự quán liệt kê tất cả các sản phẩm mà các công ty của họ đang tìm các nhà phân phối ở khắp thế giới. Bạn có thể gọi điện hoặc đến lãnh sự quán nước này hoặc vào Internet để tìm được rất nhiều thông tin về kiểu các sản phẩm bạn có thể nhập khẩu vào Mỹ theo phương thức độc quyền và thiết lập doanh nghiệp ở khắp nơi.

Có sẵn các catalô về các sản phẩm được sản xuất ở châu Âu, theo từng nước và thường đáp ứng chung cho châu Âu. Các catalô này có hàng trăm sản phẩm được các công ty châu Âu sản xuất đang tìm các nhà phân phối ở Mỹ. Đôi khi có thể yêu cầu quyền phân phối các sản phẩm này ngay, vì chưa có ai nghĩ đến chuyện yêu cầu đó.

Tìm các cơ hội còn tiềm tàng

Khoảng 95% tất cả các sản phẩm chưa bao giờ được bán ra bên ngoài nước sản xuất chúng. Đa số các nhà sản xuất nhỏ và vừa sản xuất các sản phẩm này ở bất kỳ nước nào, nên họ quá bận rộn với việc tiêu thụ tối đa sản phẩm của họ ở địa phương đến nỗi họ chưa bao giờ nghĩ tới thị trường trong nước và quốc tế. Điều này nảy sinh cơ hội có tiềm năng lớn cho bạn.

Khi tìm được một sản phẩm hoặc dịch vụ mới ở bất cứ nơi đâu, mục đích của bạn là phải kiếm được quyền bán sản phẩm đó độc quyền ở khu vực thị trường của bạn. Đôi khi có thể yêu cầu ngay các quyền này. Nhà sản xuất sản phẩm quá bận rộn với hoạt động kinh doanh hiện thời đến nỗi họ không còn nghĩ tới được việc phân phối rộng khắp thế giới. Đây có thể là điểm xuất phát cho sự thành đạt trong kinh doanh của bạn.

Đưa ra cái mới và khác biệt

Cách đây vài năm, một chủ doanh nghiệp trẻ kiếm được một catalô về các sản phẩm được sản xuất ở Hà Lan hiện được phân phối trên khắp thế giới. Anh ta đã có kinh nghiệm về việc làm vườn và vì anh ta say mê nghiên cứu về một kiểu xe cắt cỏ làm bằng nhựa tổng hợp, dường như chắc chắn hơn và rẻ hơn bất cứ loại khác hiện có ở thị trường Mỹ.

Anh ta viết thư cho công ty này và yêu cầu được độc quyền tiêu thụ sản phẩm này ở thị trường Mỹ và Canada. Công ty Hà Lan gửi cho anh ta hàng mẫu để khảo sát. Anh ta đưa xe cắt cỏ hàng mẫu tới cuộc trưng bày thương mại quốc gia và trưng bày nó ở một loạt các cửa hàng trong nước và các cửa hàng bán dụng cụ làm vườn.

Các khách hàng chuyên về lĩnh vực này ngay lập tức thấy được

tiềm năng của loại xe cắt cỏ mới này và đã đặt anh ta 50.000 chiếc tại cuộc trưng bày lần thứ nhất. Vì nó có tính chất đổi mới, nhẹ nhàng, không bị ăn mòn và rẻ, nên đã đạt được kết quả ngay. Mỗi chiếc xe cắt cỏ anh ta lời được hơn 10 đô-la, với đợt kinh doanh lần đầu anh ta đã kiếm được hơn 500.000 đô-la mà chẳng phải đầu tư đồng nào. Chỉ cần luôn luôn để mắt theo dõi.

Nhìn ngay dưới chân mình

Một nơi tuyệt vời để tìm được sản phẩm hoặc dịch vụ mới là ngay trong lĩnh vực hoặc kỹ năng của chính bạn. Bạn có thể có trong đầu ý tưởng kiếm được một triệu đô la. Nhiều người qua kinh nghiệm tìm ra được ý tưởng về sản phẩm hoặc dịch vụ rồi hết lần này tới lần khác họ bị nói ra nói vào, khiến họ giấu kín hoặc phớt lờ đi luôn. Đến lần người khác nắm bắt được cũng ý tưởng ấy, giới thiệu nó ra thương trường và kiếm được tiền triệu đô la.

Người ta ước tính rằng một người trung bình mỗi ngày có 4 ý tưởng trên đường lái xe đi làm, mà mỗi ý tưởng ấy sẽ làm cho họ kiếm được tiền triệu đô la nếu họ chịu theo đuổi nó. Khuynh hướng tự nhiên đối với người ta là không đánh giá đúng chính mình để suy nghĩ đến ý tưởng đó, nếu đó là ý tưởng của họ, thì ý tưởng ấy được coi chẳng có giá trị gì. Đừng để điều đó xảy ra với bạn. Hãy nhìn vào lĩnh vực và kỹ năng của bạn. Hãy xem xét các ý tưởng trong tâm trí của bạn và hãy tin vào ý tưởng của chính mình.

Luôn để mắt theo dõi khi đi đây đi đó

Một cách khác để tìm thấy một sản phẩm hoặc dịch vụ mới nữa là đi đây đi đó. Đôi khi chỉ cần tìm thấy một sản phẩm hoặc dịch vụ mới đang ăn khách ở một nơi khác, nhưng chưa xuất hiện ở thị trường của bạn và bạn có thể khai thác nó ở thị trường của mình để làm giàu.

Một người bạn của tôi đang bay trở lại miền Đông Hoa Kỳ để khảo sát một cơ hội kinh doanh mà anh ta đã đọc được ở một tạp chí. Trên chuyến bay, anh ta ngồi bên cạnh một chuyên viên phát triển kinh doanh cho một dây chuyền các đại lý độc quyền trong nước. Người đại diện này đang từ California về sau một chuyến đi tìm đại lý độc quyền cho doanh nghiệp của ông không thành công. Người bạn của tôi hỏi ông ta một loạt các câu hỏi và nhận ra ngay đây là một loại đại lý độc quyền mà anh đang tìm. Anh ta đã ký kết các giấy tờ ngay trên máy bay và xuống phi trường ở New York để bay về California mở doanh nghiệp.

Đừng ngại hỏi

Anh ta đi ngay tới một trung tâm mua sắm mới, sắp hoàn thành, liên hệ xin thuê một gian đầu tiên. Tình cờ đây là gian hàng đã được một công ty khác thuê mà vào phút cuối họ đã bỏ. Chủ nhân của trung tâm mua sắm đã bất đắc dĩ mới cho người kinh doanh chưa có kinh nghiệm thuê, nhưng ông ta muốn trung tâm mua sắm này phải đông đúc khi nó được khai trương vào một vài tuần nữa, nên ông ta đã đánh liều hỏi bạn tôi xem sao và đã cho anh ta thuê một gian.

Vị trí của hàng ấy hóa ra rất tốt. Hoạt động kinh doanh phát lên nhanh chóng. Nó bắt đầu đem lại hàng trăm đô la thực lãi mỗi ngày mà khiến bạn tôi đã phải mở thêm các cửa hàng kinh doanh độc quyền và mua thêm bất động sản. 7 năm sau anh ta đã là một triệu phú và là một trong những doanh nghiệp trẻ thành công nhất ở thành phố này. Các cơ hội tương tự như vậy cũng ở không xa bạn.

Nắm bắt cơ hội nhanh chóng

Một chủ doanh nghiệp năng động, Peter Thomas, vào thời gian ông ta sống ở Vancouver thuộc miền duyên hải British Columbia

ở Canada, ông đã theo chiến lược hoạt động nhanh chóng chính xác. Ông đang ngồi trên bờ biển ở Hawaii trong kỳ nghỉ lễ Giáng sinh, lúc ấy ông đọc được một câu truyện về đại lý bất động sản độc quyền mới ở California, được gọi là Century 21. Ngay lập tức ông ta đứng dậy rời khỏi bãi biển, vào khách sạn trả phòng và bay tới Irvine, bang California, đến nơi ông đi vào văn phòng của Century 21 để xin làm đại lý độc quyền ở Canada.

Sau một cuộc thảo luận ngắn, ông đã xin được quyền mở đại lý độc quyền bất động sản Century 21 ở Canada. Đó là một sự thành công nhanh chóng, đi từ bờ biển này sang tới bờ biển kia. Thành công ấy đã tạo cho Peter Thomas thành một đại triệu phú.

Rất phổ biến, bạn chỉ cần xin để có quyền bán sản phẩm ở khu vực thị trường của mình. Nhưng có điều phải dè dặt. Trước khi bạn đưa sản phẩm hoặc dịch vụ mới vào thị trường của mình, bạn phải hoàn toàn chắc chắn sản phẩm hoặc dịch vụ ấy đang được bán tốt ở nơi khác. Nhiều nhà sản xuất và các nhà phân phối cố gắng khuyến mãi sản phẩm ở bên ngoài khu vực thị trường của họ vì họ không bán tốt được ở thị trường địa phương của mình. Phải chắc chắn sản phẩm ấy đã thành công trước khi bạn đầu tư thời gian và tiền bạc để kinh doanh nó ở khu vực khác.

Liên tục rà soát để tìm cơ hội

Luôn để mắt theo dõi và nhạy bén với các cơ hội kinh doanh mới diễn ra ở chung quanh bạn. Hãy phát huy quan điểm có thể làm lợi. Phải liên tục suy nghĩ đến việc tạo và duy trì khách hàng. Tìm sản phẩm mà khách hàng có nhu cầu hoặc nơi bạn có thể cung ứng các sản phẩm và dịch vụ mới cho khách hàng.

Một người bạn của tôi đã trở nên triệu phú với một chiến lược đơn giản. Khi một trung tâm mua sắm mới được giới thiệu khai trương bất cứ nơi đâu trong thành phố, ngay lập tức anh ta đến

tiếp xúc với chủ đất ở bên đối diện với trung tâm mua sắm và đề nghị mua đất của họ. Dần dà, anh ta đã có thể mua và phát triển các khu đất với giá thấp để kiếm lợi nhờ vào số lượng người đi lại đông đúc phát sinh từ trung tâm mua sắm khi nó hoàn thành. Anh ta đã lặp đi lặp lại chiến lược này nhiều lần với tác dụng đòn bẩy của mỗi bất động sản cho tới khi anh ta trở nên sung túc tài chính.

Tìm thứ bạn thích và tin tưởng

Nguyên tắc cuối cùng để kinh doanh thành công là bạn sẽ chỉ tiếp thị có kết quả và bán thứ bạn tin tưởng mà chính bạn dùng và muốn giới thiệu cho bạn thân của mình. Tôi thường hay thấy người ta mắc phải sai lầm nghiêm trọng khi cố bán một sản phẩm hoặc dịch vụ mà chính họ không muốn dùng. Đôi khi họ cố bán sản phẩm mà cá nhân họ cũng không đủ khả năng mua được hoặc không thấy gì hấp dẫn. Họ không muốn giới thiệu nó với bạn bè hoặc gia đình, nhưng họ nghĩ rằng bằng cách này hay cách khác người ta sẽ mua nó, mặc dù họ sẽ không mua.

Dường như có mối quan hệ trực tiếp giữa mức độ bạn vững tin vào sự hoàn hảo và giá trị của sản phẩm hoặc dịch vụ với mức độ bạn có thể bán nó cho người khác ra sao. Bạn phải say mê về nó. Bạn phải tin chắc chắn sản phẩm hoặc dịch vụ ấy có thể nâng cao đời sống hoặc công việc của người khác và háo hức nói cho người khác biết đến nó.

Đây mới chỉ là 16 cách bạn có thể tìm ra một sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Còn có nhiều cách nữa. Thực ra thì quanh bạn có không ít quan điểm có thể làm lợi về các sản phẩm và dịch vụ hơn là bạn có thể đi tìm trong nhiều giai đoạn cuộc đời. Nếu bạn thật sự tha thiết việc đi tìm ý tưởng kinh doanh mới, thì sẽ không có giới hạn nào.

KIỂM TRA Ý TƯỞNG CỦA BẠN TRƯỚC KHI ĐẦU TƯ

Có một quá trình khảo sát khoa học được gọi là “giả thuyết phủ định.” Vì các chủ doanh nghiệp đôi khi trở nên quá phấn khích về cơ hội kinh doanh, nên bạn cần phải dùng phương pháp tiếp cận “giả thuyết phủ định” vào bất cứ sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn đang nghĩ đến việc đầu tư thời gian, tiền bạc và mối bận tâm để đem nó ra thị trường.

Với giả thuyết phủ định, nhà khoa học sẽ đưa ra lời đề xuất là người ấy muốn chứng minh và tạo ra cách giải thích phủ định về đề xuất ấy. Thí dụ, nhà khoa học có thể nói, “Dùng thuốc aspirin mỗi ngày sẽ làm loãng máu và giảm nguy cơ bị cơn đau tim ở người cao tuổi.”

Sau đó nhà khoa học tạo ra giả thuyết phủ định: “Dùng thuốc aspirin mỗi ngày *không* làm giảm khả năng bị cơn đau tim ở người cao tuổi.” Rồi nhà khoa học ấy sẽ cố chứng minh rằng giả thuyết phủ định là đúng bằng cách viện dẫn mọi loại nghiên cứu trong nhiều nhóm người được thử nghiệm không có sự phân biệt rõ ràng và xét nghiệm trấn an (tinh thần người bệnh) ở mọi cá nhân trong nỗ lực chứng tỏ rằng thuốc aspirin không có tác dụng tích cực làm giảm các cơn đau tim.

Nếu vào cuối cuộc thí nghiệm, dù với mọi cố gắng hết mình của nhà khoa học ấy mà không thể chứng minh được lời tuyên bố phủ định thì lời khẳng định của đề xuất ấy vẫn có thể được chứng minh là “Dùng thuốc aspirin mỗi ngày sẽ làm giảm rủi ro bị cơn đau tim ở người cao tuổi.”

Bạn phải tự phản đối kịch liệt

Trước khi bạn giới thiệu một sản phẩm hoặc dịch vụ mới ra thị trường, bạn cũng nên đưa ra giả thuyết phủ định về nó. Như là

một thử thách, hãy cố gắng chứng minh ý nghĩ hiện có nhu cầu về sản phẩm hoặc dịch vụ ấy sẽ mang lại lợi nhuận là sai. Nếu bạn không thể bác bỏ được lời đề xuất này, thì mặc nhiên bạn có lý do để tin rằng nó là một sản phẩm hoặc dịch vụ có thể tiêu thụ được.

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG GIÁ RẺ VÀ TIÊU THỤ NHANH

Bạn có thể điều khiển việc nghiên cứu thị trường giá rẻ và tiêu thụ nhanh như thế nào? Làm sao bạn có thể phát hiện được rằng liệu sản phẩm ấy có bán được hay không trước khi bạn đầu tư nhiều thời gian hoặc tiền bạc vào nó? Đây là những câu hỏi quan trọng thường xác định sự thành công hay thất bại của bạn trong kinh doanh.

Trước khi bắt tay vào bất cứ hoạt động kinh doanh nào, bạn phải đầu tư thời gian và tiền bạc đáng kể vào việc nghiên cứu, nó chiếm hơn 10% thời gian và tiền bạc tiết kiệm hoặc kiếm được. Đối với mỗi đồng tiền, với mọi giờ bạn bỏ vào việc nghiên cứu thị trường, bạn sẽ tiết kiệm được \$10, \$20 hoặc \$30 hay nhiều giờ bạn sẽ phải tiêu tốn về sau này. Sau đây là một số cách mà bạn có thể chắc chắn biết trước là có một thị trường đủ lớn và có thể kiếm được đủ lợi nhuận cho sản phẩm hoặc dịch vụ mới của bạn.

Nghiên cứu trước tại nhà

Tìm ra mọi chi tiết về sản phẩm hoặc mọi hoạt động kinh doanh. Hãy nghiên cứu điều đó kỹ lưỡng. Hãy hỏi các câu hỏi của người bán sản phẩm và người dùng sản phẩm. Đừng dễ tin ngay bất cứ điều gì.

Vào giai đoạn đầu kỷ nguyên tự động hóa, có hơn 300 nhà sản xuất ô tô ở Hoa Kỳ, Walter Chrysler, người sáng lập công ty Chrysler tin rằng có thể chế tạo ô tô có chất lượng cao hơn bất kỳ

đối thủ cạnh tranh nào. Chiến lược của ông thật đơn giản. Ông ta đi mua một vài chiếc ô tô thông dụng và bán chạy nhất. Ông đưa chúng về ga ra ở nhà và tháo rời toàn bộ chúng ra, cho tới tận con tán và con bu-loong cuối cùng. Rồi sau đó ông lại ráp chúng trở lại.

Khi ông tháo rời và ráp mỗi chiếc ô tô lại, ông ta đã phát triển một số ý tưởng xuất sắc về cách tạo ra một chiếc ô tô có chất lượng cao hơn bất cứ chiếc ô tô đặc biệt nào khác. Được trang bị với những thông tin này, ông ta đã thu hút được các chủ ngân hàng để thành lập công ty Chrysler Motor và tạo nên được một trong những cơ đồ lớn nhất ở nước Mỹ.

Tìm những gì khác đang được nói hoặc đề cập đến

Trước khi bạn lao vào một hoạt động kinh doanh mới, hãy đọc các tạp chí thương mại, các bài báo và các câu chuyện về kinh doanh, công nghiệp hoặc nghề nghiệp. Sau đây là một phương pháp kỹ thuật bạn có thể dùng. Ở mỗi thư viện thành phố lớn, thường có xuất bản phẩm được gọi là *Reader's Guide to Periodical Literature* (Hướng dẫn bạn đọc về tác phẩm văn học định kỳ). *Reader's Guide* liệt kê mọi bài báo viết về mọi chủ đề ở hầu hết các ấn bản phổ biến nhất ở Mỹ ra hàng tháng. Thư viện này có thể hướng dẫn bạn tới các chỉ mục định kỳ và trình bày cho bạn cách sử dụng nó. Các chỉ mục hàng tháng được dồn lại thành một quyển hàng năm.

Khi bạn xác định các bài báo bạn cần đọc, bạn có thể xem vi phim trong các ô hồ sơ lưu trữ ở thư viện hoặc thậm chí vào Internet để có được tất cả những thông tin đề cập về một sản phẩm hoặc dịch vụ đặc biệt nào trong tuần, tháng, năm vừa rồi hoặc 5 năm qua. Bạn có thể tự nghiên cứu để trở thành một chuyên gia về một lĩnh vực nào đó bằng cách dùng *Reader's Guide to Periodical Literature*.

Nhiều chuyên viên tư vấn sẽ cho bạn biết khi nào các khách hàng của họ hỏi họ về những thông tin, và lời khuyên về một chủ đề đặc biệt, họ đi tới thư viện để duyệt qua các chỉ mục trong tạp chí xuất bản định kỳ về chủ đề đó. Họ thường đầu tư nhiều giờ để trở nên thật am tường về mọi thứ sẽ diễn ra liên quan đến lĩnh vực chủ đề đó trong thời gian hiện tại. Họ thường cung cấp các lời khuyên như thế ở dạng dịch vụ tư vấn để kiếm được của khách hàng hàng trăm đô la mỗi giờ. Bạn có thể làm giống như vậy. Hãy tìm kiếm ở *Reader's Guide*. Hãy trở nên hết sức am tường về lĩnh vực kinh doanh ấy trước khi bạn bắt đầu.

Hỏi ý kiến người khác

Chọn những người đã hoạt động trong cùng ngành kinh doanh và hỏi ý kiến của họ về sản phẩm hoặc dịch vụ ấy. Nhiều người đã tiết kiệm cho chính họ được rất nhiều thời gian hoặc tiền của bằng cách tìm được người đã mong muốn hoạt động kinh doanh mà họ đã không kinh doanh ngay từ đầu. Họ muốn đầu tư thêm thời gian hoặc tiền của trước khi đi vào hoạt động kinh doanh và hiện nay đã quá trễ. Hãy đi hỏi họ xem họ nghĩ gì về hoạt động kinh doanh ấy. Hỏi xem họ có muốn đề nghị người khác đi vào lĩnh vực kinh doanh đó nữa hay không.

Đừng ngần ngại hay giữ kẽ việc hỏi thông tin. Tình trạng này rất thường xảy ra trong các buổi hội thảo của tôi, người ta đến gặp tôi để hỏi ý kiến về hoạt động kinh doanh họ đang tính tham gia vào. Sau đó tôi hỏi, “Vậy, ý tưởng kinh doanh của bạn như thế nào?” Khá ngạc nhiên, họ chẳng cho tôi biết ý tưởng kinh doanh của họ chính xác ra sao. Họ nói là họ ngại có kẻ sẽ phỗng mất ý tưởng của họ. Họ muốn giữ bí mật.

Ý tưởng là chuyện chẳng đi đến đâu

Thực ra ý tưởng kinh doanh chẳng đi đến đâu. Đến 99% các ý

tưởng kinh doanh mới đều không có tác dụng gì trong bất cứ trường hợp nào. Điều âm thầm nhất mà bạn có thể làm là giữ ý tưởng ấy để mở một doanh nghiệp mới, để hoạt động kinh doanh và tiếp thị sản phẩm hoặc dịch vụ mới mà chỉ một mình bạn biết. Thay vì thế, hãy cởi mở để được hoàn thiện. Cho người ta biết bạn đang định làm gì, nhận được ý kiến phản hồi từ người đã làm ăn ở ngành nghề ấy. Chỉ một lời khuyên này đã tiết kiệm cho tôi được hàng trăm ngàn đô la. Thậm chí nó đã có thể tiết kiệm cả sự nghiệp tài chính của tôi vào hai dịp.

Khi bạn đi gặp người đã kinh doanh ngành nghề ấy và cho họ biết ý định bạn phải thay đổi hoặc cải thiện hoạt động kinh doanh về phương diện nào đó, đừng ngại tiết lộ ý tưởng ấy cho họ biết hoặc trong bất kỳ tình huống nào cũng không phải lo gì cả. Thường họ quá bận rộn phải cố gắng tạo cho công việc kinh doanh của chính họ thành công, họ không có thời gian hoặc tiền của đâu mà để nghĩ đến chuyện làm thử ý tưởng của người khác gợi ý.

Dựa vào giám đốc ngân hàng của bạn

Xin ý kiến hoặc lời khuyên của giám đốc ngân hàng của bạn. Một giám đốc ngân hàng giải quyết các tài khoản thương mại thường có khả năng phán đoán hết sức chính xác về loại hình kinh doanh nào sẽ thành công và loại nào sẽ thất bại. Một cuộc nói chuyện riêng đơn thuần ít phút với giám đốc ngân hàng của tôi cách đây vài năm đã tiết kiệm cho tôi được \$200.000 số vốn tôi đang tính đem đầu tư. Ông ta đã chỉ cho tôi thấy những điểm yếu kém trong doanh nghiệp đặc biệt đó. Ông ta hỏi tôi các câu hỏi về sản phẩm, thị trường tiêu thụ, mức độ có thể thu lãi và tình trạng cạnh tranh. Tôi đã không thể đưa ra câu trả lời thông minh với ông ấy. Do đó tôi không bước vào hoạt động kinh doanh ấy nữa. Người ta đã cho tôi biết rằng tôi không biết chuyện tôi vừa nói mà tiến hành đầu tư tiền bạc từ nguồn vốn của họ vào hoạt động

kinh doanh ấy thì mất chẳng còn đồng xu nào.

Chắc chắn phải xin ý kiến của giám đốc ngân hàng của bạn. Giám đốc ngân hàng làm việc với hàng trăm doanh nghiệp năm này tới năm khác và có khả năng phán đoán rất hay về những gì sẽ có tác dụng và sẽ không có tác dụng trong thương trường cạnh tranh ngày nay. Giám đốc ngân hàng của bạn có thể là một trong những nguồn tư vấn kinh doanh tốt nhất về lĩnh vực của bạn và bạn chẳng phải tốn gì.

Hỏi thông tin của bạn bè và người thân

Hỏi thông tin của bạn bè, người thân và ngay cả người quen. Người trong gia đình không những là các nguồn thông tin mà họ còn là các mục tiêu rất tốt để nghiên cứu thị trường. Hãy hỏi người trong gia đình và bạn bè xem liệu họ có mua sản phẩm hoặc dịch vụ bạn tính cung cấp không. Họ sẽ trả bao nhiêu tiền? Hãy lắng nghe các câu hỏi của họ. Hãy nghe những lời phê bình của họ. Hãy lắng nghe các mối quan tâm của họ. Nếu bạn không thể trả lời các câu hỏi và các mối quan tâm của họ hợp lý và có thể tin được, thì có thể ý tưởng của bạn có vấn đề gì đó không đúng.

Tiếp thu ý kiến của khách hàng

Ghé thăm các khách hàng tương lai cho sản phẩm hoặc dịch vụ ấy và hỏi xem liệu họ có mua nó hay không. Nếu bạn định bán cái gì đó cho công ty, hãy đi tới loại công ty bạn tính bán thứ đó và hỏi xem liệu họ có mua thứ đó nếu bạn sản xuất và cung ứng nó hay không. Nếu bạn tính bán lẻ hàng gì đó, hãy tới các điểm bán lẻ để hỏi họ xem liệu họ có mua nó và cung cấp nó cho các cửa hàng của họ hay không. Hãy hỏi khách hàng tương lai về sản phẩm ấy xem họ có định mua nó hay không.

Các khách hàng tương lai thường xuyên cỏi mở và vô tư. Đôi khi

họ sẽ cho bạn ý kiến sâu sắc vô cùng quý giá. Nếu bạn tính bán cho nhà buôn lẻ, hãy hỏi họ xem liệu họ có tiêu thụ sản phẩm ấy hay không nếu họ đang bán nó với giá bạn đang tính trong đầu. Tại sao có hay tại sao không?

Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh

Nghiên cứu tất cả các đối thủ cạnh tranh về sản phẩm hoặc dịch vụ bạn đang tính cung ứng và đặt ra câu hỏi sau: “Tại sao người ta chuyển sang mua của bạn?” Nếu đã có cùng sản phẩm hoặc dịch vụ trên thị trường, tại sao người ta bỏ sản phẩm hoặc dịch vụ đang đáp ứng được nhu cầu của họ để mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn mà họ không biết tí gì về nó? Có phải sản phẩm, dịch vụ hoặc ý tưởng của bạn rẻ hơn, tốt hơn hoặc chất lượng cao hơn không? Bạn làm sao có thể thuyết phục đủ khách hàng về nó để duy trì doanh nghiệp?

Nhất là nghiên cứu kỹ lưỡng hầu hết các đối thủ cạnh tranh thành công và tìm hiểu xem họ đang làm cái gì để giúp họ có thể đánh bại các đối thủ cạnh tranh của họ. Trong suốt sự nghiệp làm chủ doanh nghiệp của bạn, hãy tạo thói quen khâm phục những người trong ngành kinh doanh của bạn đang ăn nên làm ra. Sau đó tìm cách để làm tốt hơn họ.

Trở thành người lạc quan biết hoài nghi

Một cách tuyệt vời để tiến hành nghiên cứu thị trường giá rẻ và tiêu thụ nhanh là trở thành đa nghi. Hãy thận trọng. Phát huy thái độ hoài nghi, dè dặt và không dễ tin ngay. Hãy tìm *sự sai lầm tai hại* trong mục đích kinh doanh của bạn.

Bất cứ khi nào tôi tư vấn cho một công ty, nhất là khi họ hỏi tôi để nghiên cứu chuyện đầu tư hoặc về một sản phẩm hoặc dịch vụ mới, tôi luôn luôn tìm kiếm sự sai lầm tai hại. Tôi luôn tìm kiếm

một thứ có thể gây bất ổn cho việc đầu tư mà thân chủ của tôi có thể phải tiêu tốn nhiều tiền của.

Và bạn có biết chuyện gì xảy ra không? 100 trường hợp thì có đến 99 trường hợp, tôi đều thấy có các sai lầm tai họa trong việc đầu tư. Tôi thấy điều đó trong hợp đồng hoặc hợp đồng thế chấp hoặc trong cách quy hoạch đất đai hoặc phương thức ở các hợp đồng phân phối người ta ký kết. Tôi tìm vấn đề sẽ dẫn tới kinh doanh thất bại nếu nó chưa được phát hiện.

Không ai bán đi doanh nghiệp thành công

Bất cứ khi nào có người cố bán cho bạn một doanh nghiệp đang tồn tại, hãy luôn tìm lý do tại sao. Nếu một doanh nghiệp thành công được đem bán đi vì bất cứ lý do nào, hầu như luôn luôn có sai lầm tai họa ở đâu đó. Bất cứ khi nào có người cố bán cho bạn một cơ hội có thể kiếm ra tiền thành công, thì luôn luôn không thể tránh khỏi có sai sót ở đó. Nếu bạn không thể tìm ra sai lầm tai họa và tin chắc là không có sai lầm đó, thì mới nên tiến hành điều đó.

Người ta thường bán doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh vì doanh nghiệp của họ làm ăn thua lỗ. Đôi khi họ nói, “Lý do tôi bán doanh nghiệp này là vì tôi muốn tập trung vào việc khác.” Nhưng lý do thực sự họ bán doanh nghiệp ấy là vì họ làm ăn thua lỗ. Hãy bỏ thời gian để tìm ra lý do tại sao một người muốn bán một doanh nghiệp đang làm ăn thành công. Hiếm khi đúng với lý do bạn được người ta nêu ra.

Tìm các khả năng tiềm ẩn

Một người bạn của tôi được chào bán cho một công ty đang kiếm được doanh số bán khoảng 1 triệu đô la mỗi năm, nhưng công ty này chưa bao giờ kiếm được lợi nhuận mà chỉ đủ hòa vốn. Bạn

của tôi đã nghiên cứu các báo cáo tài chính, rồi sau đó trả chủ nhân của công ty ấy với giá 100.000 đô-la tiền mặt để mua doanh nghiệp ấy. Chủ công ty này chấp nhận giá đó và sẵn sàng tiếp tục điều hành doanh nghiệp ấy nếu người chủ mới muốn tiếp tục thuê ông ta.

Nhưng bạn của tôi là một nhân viên kế toán, biết rằng qua nhiều năm chủ nhân của doanh nghiệp ấy đã tăng lương cho cá nhân của ông lên tới 200.000 đô-la mỗi năm và từ lâu đã trả lương cho thư ký của ông mỗi năm 75.000 đô-la. Ngay sau ngày mua xong công ty ấy người bạn của tôi đã sa thải cả hai người này để cắt giảm chi phí điều hành được 275.000 đô-la mỗi năm. Sau đó anh ta muốn một tổng giám đốc với mức lương một năm 50.000 đô-la và một trợ lý cho tổng giám đốc với mức lương 25.000 đô-la một năm, đã làm cho công ty từ chỗ hòa vốn thành ra lời được 200.000 đô-la mỗi năm hầu như quá một hai ngày. Sai lầm tai họa nằm ở chỗ cấu trúc lương của những nhân vật chủ chốt đã hoàn toàn vượt ra khỏi sự kiểm soát. Đôi khi bạn có thể phát hiện ra cơ hội giống như thế này nếu bạn biết cách đọc được các bản báo cáo tài chính.

Nghĩ về hoạt động doanh nghiệp lâu dài

Hãy xem xét sâu xa một doanh nghiệp trước khi bạn đi vào hoạt động dù bạn sẽ điều hành nó trong 20 năm nữa. Với nguyên tắc là “Triển vọng lâu dài làm sắc bén thêm việc đưa ra quyết định ngắn hạn.” Nếu bạn cân nhắc kỹ lưỡng bất cứ hoạt động kinh doanh, sản phẩm hoặc dịch vụ nào, dù bạn sẽ tiến hành từ nay tới 20 năm nữa, bạn sẽ thấy mình sắc sảo nhiều hơn trong việc đưa ra các quyết định trong thời hạn ngắn.

Sẵn sàng với các ý kiến phủ nhận

Tìm và lắng nghe kỹ người phủ nhận ý kiến của bạn. Mục đích

của bạn là để trở thành “người lạc quan có óc thực tế,” nhưng mà bạn nên tìm những người có suy nghĩ phủ nhận như thế để làm dịu bớt tính lạc quan của bạn. Các quan điểm của người phủ nhận có thể là vô giá và thường cứu vãn thời cơ và tiền bạc của bạn kịp thời.

Một người bạn của tôi là một luật sư về doanh nghiệp. Anh ta tư vấn cho nhiều người về đầu tư. Khi có một người đến gặp anh ta và muốn đầu tư mà họ không biết chắc như thế nào, anh ta sẽ thực hiện một bài tập nhỏ.

Anh ta đưa họ vào văn phòng của mình và nói, “Tôi muốn anh ngồi vào phía sau bàn giấy của tôi và hãy tưởng tượng anh là tôi. Sau đó tôi sẽ vào và trình bày việc đầu tư này với anh. Tôi muốn anh phê bình về việc đầu tư này như thể anh là người cố vấn cho tôi.”

Khi các thân chủ của anh ta bắt đầu phê bình các sự việc đầu tư mà chính họ đang định tham gia vào và họ bị buộc phải trở thành hoài nghi về dự án đầu tư ấy, anh ta nói họ đã phải kinh ngạc sao mà các việc đầu tư ấy thực sự tồi tệ đến thế. Anh ta đã cứu vãn cho các thân chủ hàng triệu đô la bằng cách buộc họ phải là những người biết suy nghĩ phủ nhận về chính những ý tưởng của họ, chỉ bằng cách chuyển đổi các vai trò từ ngồi ở phía trước bàn giấy vào ngồi ở phía sau bàn giấy. Bạn nên làm tương tự như vậy.

Câu chuyện về một chủ doanh nghiệp thành công lớn

Bạn không nên để bị những người đưa ra các suy nghĩ phủ nhận với bạn chi phối quá mức cho dù bạn cần cân nhắc các quan điểm của họ. Có một câu chuyện nổi tiếng về Mary Hudson, người đã bắt đầu sự nghiệp với 200 đô-la vào giữa cuộc khủng hoảng kinh tế ở Mỹ. Bà ta đã thuê một trạm xăng dầu mà hai người đàn ông điều hành nó đã phải sạt nghiệp vào hai thời điểm khác nhau.

Mọi người đều bảo bà ta là phụ nữ không thể điều hành được trạm xăng dầu thành công nếu hai người đàn ông kia đã phải thất bại trước đây.

Bà ta phớt lờ lời khuyên của họ. Từ trạm xăng dầu đó, bà xây dựng một công ty được gọi là Hudson Oil và đã trở thành một trong những nhà phân phối xăng dầu độc lập lớn nhất ở Mỹ. Từ 200 đô-la vốn đầu tư, dù mọi người bảo bà ta là bà sẽ thất bại, nhưng bà đã trở thành một trong những phụ nữ giàu nhất nước Mỹ. Đó là cách lắng nghe những người có suy nghĩ phủ nhận mình thật hữu ích, nhưng bạn không nhất thiết phải làm theo lời khuyên của họ.

THỬ THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM HOẶC DỊCH VỤ CỦA BẠN

Bạn thử thị trường sản phẩm hoặc dịch vụ bằng cách nào? Làm thế nào bạn biết được người ta sẽ thực sự mua nó hay không? Có một số bước bạn có thể thực hiện trước khi phải đầu tư quá nhiều thời gian hoặc tiền bạc vào một ý tưởng có thể không thành công, như sau:

Bước 1. Lấy mẫu hoặc tạo mẫu

Để tạo hoặc có được mẫu sản phẩm đầu tiên. Hãy tạo hoặc lấy mẫu. Nếu nó được sản xuất ở nơi khác, lấy mẫu của nó mà bạn có thể trình bày với người khác.

Nếu bạn sắp sản xuất sản phẩm của chính mình, hãy tạo mẫu đầu tiên để bạn có thể trình bày nó, minh họa nó và chụp hình nó. Có mẫu để bạn có thể cho người ta xem, cảm nhận nó và cho bạn ý kiến về nó.

Bước 2. Cho tiếp cận hàng mẫu

Cách đây một ít năm, tôi đàm phán với công ty Suzuki Motor của

Nhật để đưa loại xe hơi hai cầu của họ vào Bắc Mỹ lần đầu tiên. Yêu cầu đầu tiên của tôi là xin 3 chiếc xe mẫu của loại xe hơi ấy để họ gửi sang cho tôi trên chuyến tàu kế tiếp. Sau đó chúng tôi lái các chiếc ô tô ấy chung quanh khoảng 30 cửa hàng kinh doanh xe hơi và để cho người ta quan sát chúng, chạm vào chúng, ngửi thấy mùi xem còn mới, cảm thấy chúng và chạy thử chúng. Ngoài ra, chúng tôi đưa ba chiếc xe này tới một số cuộc trưng bày thương mại lớn nhỏ và nói chuyện với hơn 4.000 khách hàng tiềm năng trong một số tuần.

Khi người ta có thể thấy chúng và chạy thử chúng, ngay lập tức họ muốn mua để làm chủ các chiếc xe hơi Suzuki. Chúng tôi biết là mình đã thành công và đã ký hợp đồng nhập khẩu và phân phối để đưa hàng ngàn chiếc xe loại này vào bán thông qua 65 cửa hàng kinh doanh xe hơi. Đó là một thành công lớn. Nhưng điểm xuất phát là từ một mẫu đầu tiên mà người ta thực sự có thể thấy và cảm nhận được nó.

Bước 3. Năm chắc giá cả

Năm chắc giá cả và thời hạn giao hàng của nhà cung cấp chính xác. Nếu bạn sắp trưng bày mẫu đầu tiên hoặc hàng mẫu, bạn phải chắc chắn có thể cho khách hàng tương lai biết giá cả bao nhiêu và mất bao lâu mới nhận được hàng. Bạn phải chắc chắn có được các câu trả lời này.

Bước 4. Hỏi khách hàng

Nắm ý kiến cá nhân của khách hàng. Đi gặp người mà bạn mong là họ sẽ mua sản phẩm hoặc dịch vụ ấy và yêu cầu họ nói cho bạn biết họ nghĩ và cảm thấy sản phẩm hoặc dịch vụ bạn cung ứng ra sao. Hỏi họ, “Liệu quý vị có mua hàng này không?” Nếu khách hàng đó là người bán lẻ, bạn hỏi, “Quý vị có thể bán nó với giá nào?” Luôn luôn ghé đến người đưa ra quyết định mua và người

có thể ký séc mua hàng.

Bước 5. Phải khách quan

So sánh sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn với các sản phẩm khác trên thị trường. Ngoài ra, bạn tự hỏi, “Tại sao người ta mua của mình mà không mua của người khác? Điều gì làm cho sản phẩm ấy tiêu thụ nhanh hơn, thuận lợi hơn, rẻ hơn hoặc chất lượng cao hơn về phương diện nào đó cho đến sản phẩm hiện đang có sẵn các giá trị gì?”

Bước 6. Thử kiểm tra một cửa hàng

Thử kiểm tra một cửa hàng để xem bạn có thấy sản phẩm của bạn bị tiêu thụ giới hạn hay không và xem các khách hàng phản ứng với nó như thế nào. Hỏi thử một khách hàng xem họ có mua sản phẩm hoặc dịch vụ ấy hay không và cho bạn phản hồi vô tư của họ.

Bước 7. Trưng bày

Đưa sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn tới cuộc trưng bày thương mại. Như đã nói ở đầu, mỗi năm có 15.000 cuộc trưng bày thương mại ở khắp nước Mỹ. Các khách hàng sành sỏi đều đi tới các cuộc trưng bày thương mại. Họ sẽ cho bạn biết ngay liệu bạn có thành công hay không. Họ sẽ cho bạn biết khá nhanh liệu có nhu cầu thị trường về sản phẩm của bạn với giá bạn sẽ phải tính để khách hàng có thể mua được nó hay không.

Đôi khi các khách hàng sành sỏi này đúng, đôi khi họ cũng không đúng. Người phát triển trò chơi Trivial Pursuit đưa nó tới cuộc trưng bày đồ chơi và trò giải trí ở Toronto và chỉ bán được 132 bộ. Hai tháng sau, họ đưa nó tới cuộc trưng bày đồ chơi và trò giải trí khác ở Montreal và chỉ bán được 144 bộ. Chiến lược trưng bày

thương mại không có tác dụng với chúng.

Sau đó họ đổi chiến lược và tiếp cận trực tiếp với một công ty đồ chơi và trò giải trí ở New York, Hasbro Industries. Khách hàng công ty Hasbro thấy được tiềm năng về trò chơi này và đồng ý phân phối nó. Năm sau đó họ bán trò chơi Trivial Pursuit với giá \$750 triệu.

Bước 8. Hỏi bạn bè

Hỏi bạn bè xem liệu họ có mua sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ ấy hay không. Hỏi người thân của bạn. Thậm chí cả người phối ngẫu. Đôi khi mẹ của bạn là một chủ đề thử nghiệm hữu ích. Đôi khi cần hỏi cha của bạn. Đôi khi anh chị em hoặc bạn bè của bạn sẽ cho bạn ý kiến phản hồi chính xác liệu bạn có thành công hay không.

Nếu họ nói họ sẽ mua sản phẩm hoặc dịch vụ ấy, yêu cầu họ cho lời cam kết chắc chắn. Đưa cho họ đơn đặt hàng và cho họ thời hạn giao hàng. Yêu cầu họ viết séc.

Đôi khi người ta sẽ nói với bạn là bạn có sản phẩm hoặc dịch vụ thật tuyệt và khuyến khích bạn đi vào đường lối kinh doanh mới mà họ thực ra không tin tưởng gì sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Sau này, khi bạn quay lại với họ, bạn sẽ thấy họ không phải là khách hàng của bạn. Khi bạn yêu cầu viết séc, khi bạn yêu cầu họ phải thực sự bỏ ra một khoản tiền, họ sẽ nêu ra hàng ngàn lý do để không mua.

Điều cốt lõi để kinh doanh thành công thực ra khá đơn giản. Đó là khả năng bạn có thể cung ứng sản phẩm hoặc dịch vụ mà người ta sẽ trả cho bạn với giá đủ cao hơn chi phí của bạn, do đó bạn có lời và có thể đầu tư thêm vào để cung ứng thêm sản phẩm và dịch vụ. Điều đó chẳng có gì phức tạp.

CÁCH GÂY DỰNG MỘT DOANH NGHIỆP CÓ LÃI

Có một vài cách để gây dựng một doanh nghiệp có lãi.

Tìm cách tăng giá trị

Một cách để tăng thêm giá trị cho sản phẩm bằng cách mang sản phẩm hoặc dịch vụ từ chỗ khác đến và tạo cho khách hàng có thể mua được nó ở thị trường hiện có của bạn. Bạn có thể sinh lợi bằng cách sáng tạo sản phẩm hoặc dịch vụ và bán nó với giá cao hơn tổng chi phí sản xuất của bạn. Bạn có thể trở nên giàu có bằng cách bán một vài sản phẩm hoặc dịch vụ với lợi nhuận cao hoặc bán nhiều sản phẩm hoặc dịch vụ với giá thấp và kiếm được lời ít hơn.

Dĩ nhiên chiến lược tốt nhất của bạn là bán khối lượng lớn sản phẩm với mỗi mặt hàng có mức lời ít hơn. Hầu hết các cơ ngơi giàu có lớn đều nhờ vào bán sản phẩm với số lượng lớn ở một vùng rộng lớn, do đó mở rộng được thị trường và giảm bớt sự phụ thuộc của bạn chỉ vào một ít khách hàng.

Thí dụ, hãy xem xét sự khác nhau giữa bán du thuyền và bán kẹo hoặc kẹo cao su. Có một vài sự thành đạt giàu có nhờ vào bán du thuyền, nhưng có nhiều sự thành đạt giàu có dựa vào bán kẹo và kẹo cao su. Nguyên tắc căn bản là “Nếu bạn muốn bán cơm cho đủ mọi giới ăn, thì bạn phải bán cho quảng đại quần chúng.” Cách tốt nhất để gây dựng một doanh nghiệp có lợi nhuận lớn là bán khối lượng sản phẩm lớn với mỗi lần kiếm được số lời ít một cách hợp lý mà không thay đổi lên xuống.

Bắt đầu từ lĩnh vực đã chắc chắn

Một bí quyết khác để thành công trong kinh doanh là bắt đầu từ một lĩnh vực đã chắc chắn và chỉ thử các sản phẩm hoặc dịch vụ

mới từ hoạt động kinh doanh có uy tín của bạn đã đem lại lợi nhuận. Một lý do mà nhiều chủ doanh nghiệp thất bại là lần đầu tham gia thị trường họ đã có những ý tưởng quá quy mô với sản phẩm mới toanh, chưa qua thử thách và chưa được chứng minh. Đừng rơi vào cái bẫy này.

Tin vào tiếng nói từ thâm tâm của bạn

Hãy đọc mọi xuất bản phẩm và khám phá mọi cơ hội. Lúc nào cũng đón nhận tất cả các ý tưởng. Nhưng trong sự phân tích cuối cùng, bạn phải tin vào chính mình. Tin vào tiếng nói từ thâm tâm cho bạn biết điều đúng đắn để thực hiện. Tất cả những người kinh doanh lớn đều trở nên xuất sắc bằng cách lắng nghe những hướng dẫn của thâm tâm của họ.

Tiếng nói từ thâm tâm này sẽ chẳng bao giờ không dẫn bạn tới chỗ hoàn thiện nhất. Bạn càng có nhiều kiến thức và kinh nghiệm, thì tiếng nói từ thâm tâm này càng sắc bén, hay hơn và chính xác hơn.

Khi bạn bắt đầu cuốn hút được đầu óc mình có những hình ảnh hình dung về sự giàu có và thành công và khi bạn bắt đầu tìm kiếm trong đầu các ý tưởng có thể mang lại lợi nhuận, bạn sẽ bắt đầu thu hút vào cuộc sống của mình những người và cơ hội bạn cần có để đạt được các mục đích. Sự thành công của bạn chắc chắn sẽ xảy ra.

CƠ HỘI KINH DOANH Ở KHẮP NƠI

Chẳng bao giờ có nhiều cơ hội cho nhiều người bắt đầu gây dựng doanh nghiệp thành công hơn ngày nay. Các khả năng khơi mở cho bạn là vô tận chỉ còn tùy thuộc vào khả năng tưởng tượng của bạn. Vì khả năng tưởng tượng của bạn có hạn, nên các cơ hội của bạn cũng bị giới hạn. Ở chương kế tiếp, bạn sẽ tìm hiểu cách

kinh doanh trên thương trường và bán bất cứ sản phẩm hoặc dịch vụ nào mà bạn quyết định xây dựng doanh nghiệp.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

- 1.** Xem xét chính bạn và xác định loại sản phẩm hoặc dịch vụ bạn thật sự có thể thấy phần khởi về việc sản xuất và tiêu thụ. Cá nhân bạn cảm thấy về doanh nghiệp của mình như thế nào sẽ xác định liệu bạn có làm cho nó thành công hay không.
- 2.** Khảo sát thị trường và xác định các nhu cầu chưa được thỏa mãn và các vấn đề chưa được giải quyết mà bạn có thể làm điều gì đó ở sản phẩm hoặc dịch vụ mới hoặc hiện có. Hãy tìm các cơ hội ở mọi nơi.
- 3.** Kiểm tra các ý tưởng của bạn về sản phẩm hoặc dịch vụ mới bằng cách có được các ý kiến của người khác càng nhiều càng tốt. Hãy sẵn sàng đón nhận các phản ứng phủ nhận và có thái độ hoài nghi. Chúng có thể chứa các mầm mống sự thật và các ý tưởng để cải thiện.
- 4.** Đăng ký ngay hôm nay một số những tạp chí nổi tiếng nhất và các tạp chí thương mại về lĩnh vực của bạn. Đọc phần “Các Cơ Hội Kinh Doanh” để tìm thông tin. Bạn càng có nhiều ý tưởng, bạn càng thành công hơn.
- 5.** Vào Internet để tìm được các cuộc trưng bày thương mại được tổ chức về lĩnh vực bạn quan tâm. Lập các kế hoạch tham gia và bỏ ra một hoặc hai ngày nói chuyện với những người tham dự triển lãm về các khả năng tương lai trong doanh nghiệp của bạn.
- 6.** Bỏ thời gian để phát triển kế hoạch kinh doanh trước khi bạn bắt đầu đầu tư thời gian và tiền của vào một dự án kinh doanh mới. Xác định lượng hàng hóa kinh doanh của bạn phát xuất từ

đâu, phải chi trả hết bao nhiêu chi phí và có thể kiếm lời ở chúng được bao nhiêu.

7. Tạo thói quen dùng trí tuệ và khả năng tưởng tượng hơn là dùng tiền của và hoạt động thiếu cân nhắc suy nghĩ để tạo được sự thành công trong kinh doanh. Luôn luôn thực hành tiết kiệm. Duy trì lượng tiền mặt cần thiết.

“Sẽ luôn luôn có biên giới nơi có đầu óc phóng khoáng và bàn tay sẵn sàng”.

Charles F. Kettering

6

THỊ TRƯỜNG VÀ TIÊU THỤ

“Xét theo quan điểm kết quả cuối cùng, tức là theo quan điểm của khách hàng thì tiếp thị là công việc bao quát. Do đó mỗi quan tâm và trách nhiệm về tiếp thị phải lan ra tất cả các lĩnh vực của doanh nghiệp”.

Peter Drucker

Lý do chính để thành công trong kinh doanh là lúc nào cũng có một cá nhân hoặc chủ doanh nghiệp có khả năng đưa sản phẩm tới khách hàng theo cách có hiệu suất về phí tổn đạt hiệu quả (đủ lời sau khi trừ chi phí). Các lý do chính để doanh nghiệp bị thất bại là tiếp thị kém, thiếu khả năng kinh doanh và không có đà phát triển ở bộ phận kinh doanh.

Trong hầu hết mọi công ty không phát triển được mà tôi đã làm việc với họ, đều do tiếp thị không có hiệu quả dẫn tới doanh số bán kém, là vấn đề hoặc nguyên nhân chủ yếu gây sút giảm lợi tức và phát sinh các tình trạng khó khăn.

ĐỊNH NGHĨA VỀ TIẾP THỊ VÀ TIÊU THỤ

Tiếp thị có thể được định nghĩa là “quá trình nghiên cứu thị trường và xác định xem người ta muốn gì, có thể dùng gì và sẽ chi trả như thế nào, rồi sau đó cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ kịp thời theo cách có hiệu suất về phí tổn.”

Sự phân tích tiếp thị có thể giúp bạn hoặc công ty bạn đem đúng các sản phẩm và dịch vụ ra thị trường của bạn vào đúng thời điểm. Nói cách khác, tiêu thụ là quá trình thu hút hoặc tìm được khách hàng cho sản phẩm hoặc dịch vụ ấy và làm cho họ thấy rõ sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn sẽ đem lại cho họ lợi ích họ mong muốn. Tiêu thụ là quá trình chứng tỏ sản phẩm của bạn là giải pháp cho các vấn đề của khách hàng hoặc thỏa mãn nhu cầu của họ với giá hợp lý.

Như Peter Drucker nói, “Mục đích của tiếp thị là tạo ra sự tiêu thụ quá mức cần thiết.” Rất có thể bạn sẽ không tạo ra được sự tiêu thụ hoàn toàn quá mức cần thiết, nhưng các kỹ năng tiếp thị của bạn sẽ giải thích được 90% sự thành công của bạn trong kinh doanh. May mắn là tiếp thị là kỹ năng có thể học được. Bạn có thể cải thiện việc tiếp thị của mình rất đáng kể bằng cách tạo ra các thay đổi nhỏ và các điều chỉnh về những gì bạn đang làm hôm nay.

SỰ HÒA HỢP TIẾP THỊ

Bất kỳ kế hoạch tiếp thị nào cũng đều có bốn phần. Khi bạn tính gây dựng, bắt đầu hoặc mở rộng doanh nghiệp hoặc tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ của mình, thì bốn yếu tố bạn liên tục phải nghĩ tới là sản phẩm, giá cả, địa điểm và khuyến mãi.

Sản phẩm

Yếu tố đầu tiên là *sản phẩm* hoặc *dịch vụ*. Chính xác là sản phẩm hoặc dịch vụ bạn sẽ tiêu thụ ở thị trường ấy như thế nào? Xác định sản phẩm hoặc dịch vụ trên phương diện là nó sẽ đem lại cho khách hàng của bạn cái gì. Nó giúp cho khách hàng của bạn đạt được cái đó, tránh khỏi cái đó hoặc giữ gìn cái đó như thế nào? Bạn phải nắm rõ về lợi ích bạn cung ứng và đời sống hoặc công việc của khách hàng sẽ được cải thiện ra sao nếu người ấy mua

những gì bạn bán.

Giá cả

Bạn sẽ tính giá sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn bao nhiêu và dựa vào cơ sở nào? Bạn sẽ định giá bán lẻ nó như thế nào? Bạn sẽ bán giá sỉ bao nhiêu? Bạn tính chiết khấu số lượng ra sao? Có phải giá cả phù hợp của bạn dựa vào các chi phí của bạn và giá cả của đối thủ cạnh tranh không?

Địa điểm

Bạn sẽ bán sản phẩm với giá này ở đâu? Bạn có tính bán trực tiếp từ công ty của mình hoặc qua các nhà buôn sỉ và lẻ, gửi trực tiếp qua bưu điện, qua catalô hoặc Internet không? Nói cách khác, địa điểm các khách hàng mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn như thế nào? Họ ở đâu? Hôm nay họ ở đâu?

Khuyến mãi

Khuyến mãi bao gồm mọi khía cạnh gồm quảng cáo, tài liệu thông tin quảng cáo, bao bì đóng gói, người kinh doanh và phương pháp bán hàng. Bạn sẽ khuyến mãi, quảng cáo và bán sản phẩm này với giá như thế ở địa điểm ấy như thế nào? Quá trình từ lần tiếp xúc đầu tiên với khách hàng tương lai cho tới khi thương vụ xong sẽ như thế nào?

Tiếp thị có tính sáng tạo xuất phát liên tục từ việc đặt câu hỏi về tình hình hiện nay và tìm cách thay đổi *sự hòa hợp tiếp thị* – sản phẩm, giá cả, địa điểm và khuyến mãi. Tiếp thị có tính sáng tạo thường liên quan đến việc bổ sung thêm các sản phẩm hoặc dịch vụ mới hoặc sửa đổi sản phẩm hoặc dịch vụ hiện có. Điều đó có thể đòi hỏi thay đổi giá cả, địa điểm bán hàng hoặc các phương pháp kinh doanh. Đôi khi tiếp thị đòi hỏi bạn phải bỏ đi các sản

phẩm hoặc dịch vụ hiện có, bán chúng với giá khác hoặc cung ứng chúng ở các địa điểm khác hoặc khuyến mãi khác biệt.

Bạn có thể thay đổi bất kỳ một trong các yếu tố này, rồi sau đó thử xác định xem liệu sự thay đổi này có cải thiện được doanh số bán hoặc khả năng kiếm lời hay không. Đôi khi bạn có thể phải thay đổi hai hoặc nhiều nhân tố cùng một lúc để đạt được bước nhảy vọt về các kết quả kinh doanh. Trong bất cứ trường hợp nào, sự hòa hợp tiếp thị đều là một sự kết hợp các yếu tố động lực mà nó luôn luôn thay đổi.

5 QUY TẮC TIÊU THỤ BẤT CỨ Ở ĐÂU

Khi bạn quyết định về sự hòa hợp tiếp thị, có 5 nguyên tắc chủ yếu về tiêu thụ bất cứ thứ gì, ở bất cứ nơi đâu và vào bất kỳ thời điểm nào. Bất cứ sự vi phạm nào đến một trong các nguyên tắc này có thể dẫn tới sự thất bại của các nỗ lực kinh doanh của bạn và điều này thường xảy ra.

Nguyên tắc 1. Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn phải hết sức thích hợp với thị trường hiện thời. Nó phải có giá cả cạnh tranh và được khuyến mãi sôi nổi. Chẳng có gì tự tiêu thụ được. Các sản phẩm và dịch vụ được bán, chứ không phải bị mua.

Nguyên tắc 2. Người ta mua lợi ích, chứ không phải sản phẩm. Họ mua các *giải pháp* cho các vấn đề của họ. Họ mua phương tiện để đạt được các mục tiêu của họ. Sản phẩm của bạn có thể giải quyết được vấn đề gì, có thể cung ứng các lợi ích gì hoặc có thể giúp khách hàng đạt được mục đích gì phải thật rõ ràng.

Nguyên tắc 3. Sản phẩm hoặc dịch vụ phải thỏa mãn sự mong muốn hoặc nhu cầu của khách hàng *hiện có* hoặc *tạo ra* sự mong muốn hoặc nhu cầu trước mắt. Nguyên nhân chính để doanh nghiệp bị thất bại là không thực sự có nhu cầu về những gì công

ty bán. Bạn càng thử sản phẩm hoặc dịch vụ trước khi đem nó ra thị trường càng nhiều càng tốt, bạn sẽ càng chắc chắn được nhu cầu thực tế hiện thời.

Nguyên tắc 4. Khách hàng phải tin người kinh doanh, tin vào công ty và tin chắc sản phẩm hoặc dịch vụ là tốt nhất cho họ, tất cả mọi thứ đều được xem xét vào thời điểm hiện tại. Sự tín nhiệm là điều quan trọng bậc nhất. Mức độ tin tưởng của khách hàng về bạn và công ty của bạn là nhân tố hết sức quan trọng xác định liệu họ có mua hàng của bạn hay không.

Nguyên tắc 5. Khách hàng phải sẵn sàng và có thể chi trả cho sản phẩm hoặc dịch vụ và thực sự mong muốn hưởng được các lợi ích mà bạn cung ứng. Theo phân tích cuối cùng, khách hàng không có tiền để chi trả cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn hoặc không thực sự cần có nó trước nhất thì còn tồi tệ hơn là không có thị trường.

5 CÂU HỎI BẠN PHẢI TRẢ LỜI

Có năm câu hỏi mà bạn phải sẵn sàng trả lời trước khi bạn có thể tiến hành một thương vụ. Chúng chứa các ý nghĩa ẩn khuất phía sau câu hỏi của mỗi khách hàng và ít khi được nói ra. Tuy nhiên, không trả lời được bất cứ câu hỏi nào bên dưới của khách hàng có thể làm cho bạn mất thương vụ ấy, ngay cả từ một khách hàng tương lai có đủ điều kiện. Bạn phải đề ra được hình thức và phương pháp kinh doanh xoay quanh việc trả lời các câu hỏi sau.

Câu hỏi 1. “*Tại sao tôi phải nghe anh?*” Tất cả các công sức quảng cáo, khuyến mãi và bán hàng đều được đề ra để làm mất đi sự băn khoăn của khách hàng và trả lời câu hỏi, “*Tại sao tôi phải nghe anh?*” Nếu bạn không trả lời câu hỏi này ngay lúc bắt đầu, thường trong một vài giây đầu, ít khi bạn có cơ hội bán được sản phẩm của mình.

Hiện nay ở Mỹ hàng hóa ít khi được người ta “quan tâm” nhất. Một khách hàng trung bình phải tiếp nhận dồn dập hàng trăm và thậm chí hàng ngàn thông điệp thương mại mỗi ngày. Từ lúc khách hàng thức dậy vào buổi sáng, radio, TV, báo chí, yết thị và Internet tất cả đều tấn công dồn dập họ với hàng trăm thông điệp, tất cả đều chào hàng bằng cách nào đó, “Mua của tôi! Mua của tôi!” Ngay cả khi có được cơ hội bán hàng, bạn cũng phải dẹp tan mỗi ám ảnh này bằng cách trả lời câu hỏi, “Tại sao tôi phải nghe anh?”

Câu hỏi 2. “Nó là cái gì và có tác dụng ra sao?” Khi bạn được khách hàng quan tâm, bạn phải cho khách hàng biết ngay và rõ ràng chính xác sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn là gì. Nó cải thiện đời sống hoặc công việc của khách hàng ra sao? Nó thỏa mãn được nhu cầu gì hoặc nó giải quyết được vấn đề gì?

Hết sức ngạc nhiên là không biết bao nhiêu mục quảng cáo trên radio, TV và báo chí đều không trả lời được câu hỏi này. Sau khi bạn xem hoặc đọc được mục quảng cáo, bạn vẫn không hiểu rõ công ty đang bán cái gì hoặc tại sao bạn phải quan tâm đến các hình thức quảng cáo này thêm nữa.

Câu hỏi 3. “Ai nói vậy?” Khách hàng hoài nghi và tỏ ra nghi ngờ về chương trình hoặc giọng điệu quảng cáo bán hàng. Bạn cần chứng tỏ ngay là sản phẩm của mình có tác dụng đúng như lời bạn nói. Bạn cần có sự xác nhận của các khách hàng đã cảm thấy vừa lòng. Bạn cần có một số cuộc nghiên cứu độc lập nào đó. Bạn phải vượt qua được thái độ hoài nghi tự nhiên của khách hàng bằng cách đưa ra các bằng chứng là sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn sẽ đem lại kết quả hoặc lợi ích như bạn đã hứa.

Câu hỏi 4. “Có ai khác đã dùng nó?” Không ai muốn là người đầu tiên thử sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Theo đa số là an toàn. Khách hàng muốn biết tên hoặc giới khách hàng đã cảm thấy

thỏa mãn khi dùng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn rồi.

Câu hỏi 5. “Tôi được cái gì?” Đài phát thanh được mọi người ưa thích là WII-FM (What’s in it for me – Nó cho tôi cái gì?). Bạn phải nhanh chóng nắm được điểm mấu chốt. Nguyên tắc để quảng cáo hoặc tiêu thụ có hiệu quả là một đứa trẻ 10 tuổi cũng có thể đọc hiểu được bài quảng cáo của bạn và sau đó có thể giải thích cho đứa trẻ 10 tuổi khác chính xác những gì bạn đang bán và tại sao đứa trẻ lại quan tâm đến việc mua nó. Nếu bài quảng cáo của bạn phức tạp hơn thế thì có lẽ sẽ không thành công.

Hãy đánh giá về mỗi đoạn quảng cáo hoặc khuyến mãi xuất ra khỏi văn phòng của bạn để chắc chắn nó trả lời được 5 câu hỏi này: *“Tại sao tôi phải nghe anh?” “Nó là cái gì và có tác dụng ra sao?” “Ai nói như vậy?” “Có ai khác đã dùng nó không?” và “Tôi được cái gì?”*.

TIÊU THỤ SẢN PHẨM HOẶC DỊCH VỤ CỦA BẠN

Có nhiều cách khác nhau để tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Trong tiêu thụ và tiếp thị, bạn càng có nhiều chọn lựa khác nhau và bạn càng có thể bày tỏ được nhiều khả năng khác nhau, điều đó càng có thể giúp bạn nắm được bước đầu hết sức quan trọng để trở nên giàu có. Bạn càng có nhiều kỹ thuật và chiến lược, điều đó càng có thể giúp bạn thực hiện được các bước cần thiết để đạt được các mục đích tài chính của mình.

Mục đích của sách này là để tâm sự với bạn và mở rộng tầm nhìn của bạn về tất cả các khả năng sẽ mở ra cho bạn bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp thành công. Mục đích của nó phải đưa bạn từ vị trí hiện nay dù ở bất cứ nơi đâu và giới thiệu với bạn các hoạt động cụ thể rõ ràng mà bạn có thể thực hiện để đi tới vị trí bạn muốn trong tương lai.

NHIỀU CÁCH TIÊU THỤ

Có nhiều cách tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ khác nhau. Một doanh nghiệp trung bình chỉ dùng một hoặc hai trong số các phương pháp này. May mắn, nhiều phương pháp này bạn có thể trở nên thành thạo và bạn thử nghiệm chúng trên một phạm vi giới hạn, bạn càng có thể xác định chính xác cách thức để tiêu thụ thành công thì nó sẽ làm cho bạn thành giàu có.

Tiêu thụ cá nhân

Sự tiêu thụ trực tiếp cá nhân là cách tiêu thụ tốt nhất trong tất cả các phương pháp tiêu thụ. Đây là điều bạn sẽ làm bằng cách này hay cách khác từ ngày đầu bạn bắt đầu kinh doanh. Bạn sẽ tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ. Bạn sẽ làm cho tin vào ý tưởng của mình. Bạn sẽ làm cho tin chính bạn và vai trò lãnh đạo của bạn. Bạn sẽ làm cho tin các khả năng thanh toán của mình cho các nhà cung cấp, người giúp đỡ và các chủ ngân hàng. Bạn sẽ thuyết phục bằng uy tín của mình với các cán bộ công nhân viên. Bạn sẽ tiêu thụ liên tục.

Bán lẻ

Một cách khác để bán sản phẩm là thông qua việc bán lẻ. Bạn có thể tiêu thụ sản phẩm của mình ở cửa hàng riêng của bạn hoặc bạn có thể bán cho các nhà buôn lẻ và để họ chuyên tích trữ sản phẩm của bạn. Hàng bao nhiêu chục ngàn sản phẩm được thiết kế, phát triển, sản xuất và tiêu thụ thông qua các nhà buôn sỉ và lẻ. Có lẽ đây là phương pháp tiêu thụ đơn giản nhất trên thế giới.

Nhà phân phối

Bạn có thể tuyển mộ các nhà phân phối sản phẩm của bạn ở các khu vực thị trường khác hơn là thị trường bạn đang kinh doanh.

Tiêu thụ thông qua mối quan hệ của nhà phân phối có thể *đơn giản* như cung cấp cho các cá nhân hoặc các công ty độc quyền hoặc không độc quyền bán các sản phẩm của bạn ở các khu vực của họ hoặc cho các khách hàng hiện thời của họ.

Thiết lập các mối quan hệ với nhà phân phối có thể *phức tạp* như lựa đúng được người hoặc công ty, đào tạo họ kỹ lưỡng về cách bán và giao sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, cung cấp cho họ tất cả các sản phẩm và nguyên liệu họ cần có để quản lý hoạt động kinh doanh của họ và hỗ trợ họ 24/7 để bảo đảm họ tiêu thụ sản phẩm của bạn thành công.

Các nhà phân phối lúc nào cũng là các doanh nghiệp độc lập có tên riêng, các đặc điểm riêng và các ý tưởng riêng của họ về cách quản lý doanh nghiệp. Ngoài việc đòi hỏi họ đồng ý với các tiêu chuẩn thực hiện nào đó và làm việc sát với họ như họ chấp nhận, bạn ít có thể kiểm soát được cách họ tiến hành hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, việc thiết lập các nhà phân phối cho các sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có thể giúp bạn mở rộng hệ thống tiêu thụ ở trong nước và quốc tế trong một khoảng thời gian ngắn.

Báo chí

Bạn có thể bán sản phẩm thông qua báo chí. Mục đích của việc quảng cáo trên báo là tạo ra được sự hưởng ứng ngay và trực tiếp để biến nó thành các doanh số bán và kiếm lời nhiều hơn chi phí quảng cáo. Việc quảng cáo trên báo chí chủ yếu nhằm vào việc thu hút người ta quan tâm đến ngay. Việc quảng cáo như thế nhằm khiến cho người ta gọi điện thoại cho bạn để mua hoặc đến cửa hàng của bạn để bạn có thể trình bày sản phẩm và bán cho họ ngay.

Trả giá cho việc quảng cáo

Một nhân viên tư vấn tiếp thị đã làm việc cho tôi cách đây nhiều năm, có một cách thức đơn giản: “Quảng cáo tiêu thụ sáng tạo!” Anh ta nói sự hưởng ứng ngay của khách hàng và các kết quả tiêu thụ chính là thước đo để đánh giá xem việc quảng cáo ấy có giá trị gì hay không.

Cách đây ít năm, tôi đang khuyến mãi bằng việc quảng cáo trên radio và trên báo được một hãng quảng cáo soạn thảo, hình như nó chẳng có giá trị gì mấy. Một ngày vào giữa chiến dịch quảng cáo này, một giám đốc điều hành khác đại diện cho công ty quảng cáo gọi điện cho tôi và hỏi tôi doanh số bán hiện nay tiến triển ra sao. Hơi lúng túng một chút, tôi nói với ông ta là tình hình kinh doanh tiến triển tốt. Ông ta nói, “Tôi chỉ có một câu hỏi đặt ra với ông là: Điện thoại của ông có đang đổ chuông không?”

Đó là chuyện tình cờ thôi, dù bỏ ra nhiều ngàn đô la cho quảng cáo, nhưng chẳng có ai gọi điện thoại đến cả. Tôi đã mời ông ta đến để đưa ra cho chúng tôi một cách giải quyết quảng cáo khác. Các ý kiến của ông ta rất hay và chúng tôi đã chấp nhận, trong vòng một tuần các mục quảng cáo mới đã khiến điện thoại của chúng tôi đổ chuông liên tục. Tôi luôn áp dụng thử nghiệm giống như vậy đối với việc quảng cáo của các thân chủ của mình: “Điện thoại của anh có đổ chuông không?” Nếu không, hãy thay đổi việc quảng cáo của bạn ngay lập tức.

Gửi thư trực tiếp

Gửi thư trực tiếp sẽ cho bạn xác định chính xác thị trường và nhắm vào các chương trình khuyến mãi của bạn đúng những đối tượng mà họ rất có thể sẽ mua sản phẩm của bạn trong thời gian ngắn nhất.

Thư gửi trực tiếp qua bưu điện thành công tùy thuộc vào khả năng của bạn có được *danh sách địa chỉ độc giả nhận ấn phẩm* và

sau đó có sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu của nhóm khách hàng nhất định. Thư gửi trực tiếp sẽ cho bạn tập trung vào các bác sĩ, nha sĩ, luật sư, các chủ xe hơi thể thao, các người tham dự hội thảo chuyên đề hoặc bất cứ nhóm nhân khẩu khác bạn có thể xác định.

Có một số tổ chức ở khắp nước Mỹ phát triển và cung cấp các danh sách địa chỉ độc giả nhận ấn phẩm cho những người muốn dùng cách gửi thư trực tiếp để liên hệ với khách hàng. Dun & Bradstreet là công ty đứng đầu thị trường về lĩnh vực này trong nhiều năm. USA Direct của Omaha có các tên, địa chỉ và dữ liệu về hơn 100 triệu khách hàng thuộc đủ mọi giới ở khắp đất Mỹ. Có những người môi giới danh sách địa chỉ độc giả nhận ấn phẩm trong Các Trang Vàng ở hầu hết mọi thành phố lớn. Bạn cũng có thể tìm ra tất cả những thông tin bạn cần liên quan đến danh sách địa chỉ độc giả nhận ấn phẩm trên Internet.

Số lượng, tính chất tinh vi và chất lượng của các danh sách địa chỉ độc giả nhận ấn phẩm hiện có rất đáng chú ý. Bạn càng có được chính xác thành phần khách hàng tương lai tốt nhất để bạn bán hàng, thì danh sách địa chỉ độc giả nhận ấn phẩm của bạn càng phải rõ ràng và chiến dịch gửi thư trực tiếp của bạn sẽ càng hiệu quả.

Thư đặt hàng

Để bán hàng thông qua thư đặt hàng, bạn có thể dùng chương trình quảng cáo lớn nhỏ trên các sách báo tuyển chọn để thu hút nhóm khách hàng đặc biệt của bạn. Chủ doanh nghiệp Paul Hawkins đã xây dựng một doanh nghiệp có vốn \$45 triệu bán các dụng cụ làm vườn bằng các mục quảng cáo nhỏ trên các tạp chí được những người làm vườn thích đọc. Các người kinh doanh nhỏ khác bắt đầu hoạt động bằng cách hợp đồng mua sản phẩm với giá sỉ, rồi sau đó bán chúng với giá bán lẻ rao ở các mục được

phân loại trên các tạp chí và báo chí.

Internet

Bạn có thể thiết lập Web site riêng hoặc cửa hàng trên Internet để cung ứng các sản phẩm và dịch vụ chuyên dùng cho một giới khách hàng đặc biệt, rồi sau đó hợp tác với các địa chỉ Internet và các doanh nghiệp khác để thu hút cùng một giới khách hàng.

Thời đại tiếp thị từ thịt giảm bông hộp cho đến các quy định của chính phủ Mỹ trên Internet. Đối với tương lai có thể dự đoán bạn sẽ bán hàng trên Internet bằng cách cung cấp những thông tin miễn phí về các lĩnh vực chuyên môn và đưa ra báo giá của bạn cho mọi người được biết. Khi khách hàng đến địa chỉ Internet của bạn để khai thác các những thông tin cung ứng miễn phí đó, thì bạn có thể bán các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao được bảo đảm bằng chế độ bảo hành vô điều kiện. Khi bạn phát triển mối quan hệ khách hàng thích hợp mở rộng, họ sẽ cho những người khác biết về địa chỉ Internet của bạn và danh sách khách hàng của bạn sẽ bắt đầu tăng lên.

Có nhiều sự hiểu lầm về Internet. Một số người cho rằng dễ dàng bắt đầu kinh doanh trên mạng Internet và kiếm được nhiều tiền. Thực ra không dễ dàng như vậy, mọi doanh nghiệp đều phải có kế hoạch rất đầu vào đó và chuẩn bị thật tốt trước khi họ có thể bắt đầu. Sau đó phải mất nhiều thời gian tạo được giao dịch, mỗi lần một thương vụ.

Hầu hết tất cả các sản phẩm được bán trên Internet đều rõ ràng và cụ thể. Khách hàng biết chính xác cái họ đang kiếm trước cả khi họ vào Internet. Gần như không thể tạo được nhu cầu cho sản phẩm mới trên Internet, vì không thể đụng chạm, biết được mùi vị, cảm nhận hoặc thử sản phẩm. Các hoạt động kinh doanh thành công nhất trên Internet là bán các sản phẩm đã được biết

với giá cạnh tranh và chế độ bảo hành không điều kiện. Hãy nghĩ tới Amazon.com hoặc Barnes&Noble.com cũng như các địa chỉ du lịch trên Internet, chẳng hạn như, Expedia.com và Priceline.com.

Bán hàng trực tiếp

Bạn có thể bán các sản phẩm của mình trực tiếp từ văn phòng này tới văn phòng khác hoặc tới tận nơi. Dạng tiêu thụ này đòi hỏi phải có khả năng viết thư hoặc gọi điện thoại để đưa ra cuộc hẹn để ghé thăm riêng khách hàng tương lai, để nhận biết các nhu cầu của khách hàng tương lai, sau đó trình bày về thương vụ ấy có hiệu quả.

Thường việc bán hàng trực tiếp đòi hỏi phải *liên lạc với người không nhiệt tình*. Điều này có nghĩa là bạn gọi điện thoại hoặc ghé thăm người mà bạn chưa bao giờ gặp hoặc đã gặp trước đây. Liên lạc với người không nhiệt tình, khả năng sẽ bị từ chối cao. Bạn cần phải chịu đeo bám và kiên trì. Tuy nhiên, khi bạn tìm hiểu *sự từ chối là chuyện không phải riêng ai* và vượt qua được tình trạng sợ liên hệ với người không nhiệt tình, bạn có thể bắt đầu gây dựng được các thương vụ thành công hầu như ở mọi thị trường.

Bán hàng ở buổi hội thảo

Bạn có thể quảng cáo và quy tụ được các khách hàng tương lai quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ để trình bày cho nhóm khách hàng ấy. Trong khi trình bày như thế, bạn có thể giải thích bạn cung ứng cái gì và tại sao nó là một sản phẩm hoặc dịch vụ lý tưởng cho những thính giả đó và khuyến khích những người tham gia hội thảo mua thứ bạn sẽ bán hoặc thu xếp cuộc gặp riêng họ vào thời gian sau này.

Bán hàng ở buổi hội thảo chủ yếu được dùng để tìm ra người mua

trong các buổi hội thảo kinh doanh hoặc cung ứng các dịch vụ hoặc tư vấn tài chính và lập kế hoạch. Bí quyết để thành công trong phương pháp tiêu thụ này là cung cấp giá trị tốt nhất và các tài liệu hướng dẫn về chủ đề của bạn để chứng tỏ khả năng thông thạo của bạn và tạo ra sự mong muốn được học hỏi thêm. Cách tiêu thụ này có thể rất thành công nếu bạn có thể thu hút một nhóm đủ lớn các khách hàng tương lai có đủ điều kiện, thường qua báo chí, thư gửi trực tiếp và radio.

Kế hoạch liên hoan

Có lẽ các sản phẩm của bạn có thể được bán thông qua sự kiện được gọi là “kế hoạch liên hoan”. Một số mặt hàng sản phẩm, như chén đĩa bằng chất dẻo (dụng thức ăn được tổ chức tại tư gia) các sản phẩm chăm sóc sắc đẹp cũng như các món đặc sản và các mặt hàng quần áo nào đó có thể được bán tại các gia đình bằng cách chủ nhà ở địa phương ấy mời bạn bè đến dự buổi giới thiệu này. Sau đó người kinh doanh minh họa và bán các sản phẩm cho những người tham dự. Chủ mời nhận được tiền thưởng hoặc hoa hồng về tất cả các thương vụ mà những người tham dự đã mua. Hàng trăm triệu đô la được bán theo hệ thống kế hoạch liên hoan như vậy mỗi năm.

Quảng cáo hợp tác qua bưu điện

Bạn có thể bán sản phẩm hoặc dịch vụ thông qua quảng cáo hợp tác qua bưu điện. Nhiều hãng quảng cáo qua bưu điện lớn hoặc các công ty khác, sẽ gồm phiếu hồi báo sản phẩm hoặc tập quảng cáo sản phẩm kèm thư quảng cáo chào hàng hoặc báo giá để trao đổi thông tin cho một phần trong tổng doanh số bán.

Nếu bạn có thẻ tín dụng, American Express, Master Card hoặc Visa Card, bạn sẽ quen với sự chào hàng đặc biệt như thế cùng với giấy báo giá. Các công ty này gửi những thông tin về nhiều sản

phẩm suốt cả năm cùng với giấy báo giá của họ.

Một trong những điểm lợi lớn của việc quảng cáo hợp tác qua bưu điện là bạn không phải tốn phí gì ngoài việc in ấn tài liệu quảng cáo cho tới khi thương vụ xảy ra.

Chính quyền

Các chính quyền ở các cấp khác nhau – thành phố, quận huyện, tỉnh và trung ương – có thể quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Chính quyền này là khách hàng lớn nhất trong nước, tiêu thụ sản phẩm và dịch vụ trị giá hàng trăm tỷ mỗi năm. Bạn có thể làm giàu bằng cách chỉ việc tìm được sản phẩm mà các cơ quan chính quyền có nhu cầu và cần trong một thời gian nhất định.

Nếu bạn có sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được các cơ quan chính quyền sử dụng, bạn nên tiếp cận với các văn phòng chính quyền của thành phố, quận huyện, tỉnh và trung ương. Tìm ra mọi cái bạn có thể về cách bán sản phẩm hoặc dịch vụ cho các văn phòng của chính quyền. Tìm ra cách lọt vào danh sách đầu giá của họ. Tìm ra ai mua và tại sao họ mua ngay ban đầu. Đôi khi thậm chí bạn có thể phát triển sản phẩm chuyên dành cho các chính quyền ở các cấp khác nhau hoặc một bộ trong chính phủ, chẳng hạn như, bộ quốc phòng.

Các đại diện của nhà sản xuất

Bạn có thể bán sản phẩm thông qua các đại diện của nhà sản xuất. Có các công ty ở khắp nước Mỹ tiêu biểu cho các loại sản phẩm khác nhau ở các khu vực thị trường nhất định. Thường họ sẽ chuyên về việc bán cho một loại khách hàng đặc biệt hoặc chuyên doanh một loại mặt hàng cá biệt.

Bạn có thể quảng cáo cho các đại diện của các nhà sản xuất làm việc cho bạn hưởng hoa hồng ở các khu vực thị trường khác. Quảng cáo ở các tạp chí chuyên biệt và các ấn phẩm họ thường đọc. Bộ phận đại diện cho bạn có hiệu quả nhất mà bạn chi trả hoa hồng trực tiếp cho họ. Bạn sẽ không phải chịu tổn phí gì cho tới khi họ thực hiện được thương vụ.

Các cửa hàng chi nhánh

Đôi khi các cửa hàng chi nhánh có hàng trăm điểm kinh doanh ở khắp nước. Bạn chỉ cần bán sản phẩm của mình cho một người – bán cho một khách hàng ở văn phòng tổng – và nó sẽ lan ra hàng trăm cửa hàng.

Nhiều chủ doanh nghiệp đã thành đạt bằng cách tìm được một công ty, như Wal-Mart hoặc Kmart để đưa sản phẩm của họ vào tất cả các điểm kinh doanh của họ. Dù các khách hàng lớn này sẽ xiết các chủ doanh nghiệp đến đồng xu cuối cùng, nhưng khối lượng hàng hóa bán ra vẫn có thể được hệ thống các cửa hàng chi nhánh lớn này tạo ra lợi nhuận rất lớn.

Các cửa hàng giảm giá

Bạn có thể bán sản phẩm qua các cửa hàng giảm giá. Các cửa hàng giảm giá thích bán các sản phẩm giá thấp hơn giá bán lẻ bình thường. Đôi khi bạn có thể làm lại bao bì hoặc thậm chí dán nhãn lại sản phẩm của mình để thông qua các cửa hàng giảm giá để việc làm đó sẽ không gây ảnh hưởng bất lợi cho doanh số của giá bán lẻ bằng các phương thức khác.

Các siêu thị

Hàng loạt các siêu thị thường tích trữ khối lượng lớn các mặt hàng không phải là thực phẩm. Nếu một loạt các siêu thị tích trữ

sản phẩm của bạn thích hợp với đối tượng khách hàng của họ, thì bạn có thể tiêu thụ được số lượng khổng lồ trong một thời gian ngắn.

Các cửa hàng tổng hợp

Bạn có thể bán các sản phẩm của mình thông qua các cửa hàng tổng hợp. Những khách hàng tiêu thụ sản phẩm của họ rất tinh khôn, nhưng nếu họ thích sản phẩm của bạn, thì họ có thể trở thành những khách hàng chủ yếu của bạn.

Một trong những thứ quan trọng nhất cần thực hiện trước khi bạn bắt đầu sản xuất hoặc nhập khẩu một sản phẩm hoặc dịch vụ cá biệt nào đó là phải ghé đến các khách hàng tiêu thụ sản phẩm ở các cửa hàng này và thu thập ý kiến của họ. Những người này giao dịch với các người bán hàng suốt ngày và theo bản năng họ thường rất nhạy bén về những gì sẽ bán ở thị trường hiện thời. Không phải lúc nào họ cũng đúng, nhưng ý kiến của họ có thể tiết kiệm cho bạn rất nhiều thời gian và tiền của.

Các nhà buôn sỉ

Các nhà buôn sỉ thường tích trữ các sản phẩm của bạn để bán cùng với các mặt hàng khác của họ trực tiếp với các khách hàng bán lẻ của họ.

Nếu bạn sử dụng các nhà buôn sỉ, bạn sẽ phải bán cho họ với giá thấp hơn giá bán lẻ khá nhiều. Mỗi quan tâm chủ yếu của họ là mức lời mà họ có thể kiếm được giữa giá họ trả cho sản phẩm của bạn và giá họ có thể bán cho những khách hàng bán lẻ của họ. Do đó họ sẽ làm mọi thứ có thể để ép giá của bạn xuống càng thấp càng tốt.

Tốc độ quay vòng và lợi nhuận bán hàng

Đây là một điểm quan trọng. Bất cứ khi nào bạn bán cho các nhà buôn sỉ, nhà buôn lẻ, cửa hàng giảm giá, cửa hàng tổng hợp, cửa hàng chi nhánh hoặc cửa hàng tạp hóa, tất cả họ đều có một thước đo chung, đó là mối quan tâm chủ yếu của họ là *doanh thu*. Sản phẩm sẽ bán chạy ở mức độ nào và mỗi đơn vị hàng hóa họ kiếm được bao nhiêu lời? Đôi khi điều này thường được gọi là “tốc độ quay vòng”. Tốc độ của sự quay vòng hàng hóa được nhân lên bởi lượng tiền họ có thể tạo ra từ doanh số bán các mặt hàng này sẽ như thế nào?

Những người này chỉ suy nghĩ có một điều trong hoạt động kinh doanh của họ là *lợi nhuận bán hàng*. Họ không quan tâm gì đến uy tín, thanh thế, sự lôi cuốn hoặc sức thu hút tới một giai đoạn thị trường thu hẹp. Điều họ quan tâm duy nhất là mức lời được nhân lên theo doanh số bán họ có thể kiếm được từ mỗi mặt hàng. Khi bạn nói chuyện với họ về *chất lượng* sản phẩm của bạn, họ sẽ chẳng quan tâm bao nhiêu, nhưng *khả năng kiếm lời* về việc nhận hàng của bạn sẽ là vấn đề quan trọng hàng đầu. Phải chắc chắn thu hút được mối quan tâm chủ yếu này về mọi thứ bạn thực hiện hoặc nói ra.

Hàng bán có thưởng

Các công ty có thể mua sản phẩm của bạn để làm giải thưởng hoặc như một khoản tiền thưởng cho việc mua mặt hàng khác của họ. Nếu sản phẩm của bạn khá rẻ và có giá trị được coi là khá cao, các công ty này thường sẽ mua nó và dùng nó để kích cầu, thu hút khách hàng mua sản phẩm hoặc dịch vụ chủ yếu của họ.

Tìm các công ty kích cầu bằng giải thưởng, tiền thưởng và tặng phẩm để cho các hoạt động kinh doanh mới. Đôi khi các công ty này có thể mua sản phẩm của bạn với số lượng lớn. Thường bạn có thể dán nhãn sản phẩm hoặc dịch vụ riêng đối với công ty muốn dùng số lượng lớn sản phẩm bạn để khuyến mãi cho mặt

hàng chính của họ.

Quà tặng quảng cáo

Bạn có thể bán sản phẩm của bạn làm quà tặng quảng cáo. Các công ty có thể mua sản phẩm của bạn để in thương hiệu của họ vào làm quà tặng để khuyến khích khách hàng của họ. Một số quà tặng quảng cáo bạn thường thấy là bút, đồ gạt tàn, đĩa nhựa hoặc mũ lưỡi trai in quảng cáo cho thương hiệu của họ. Các công ty thường tặng lịch bỏ túi, radio và thậm chí cả máy tính bỏ túi làm quà tặng quảng cáo.

Nhượng độc quyền khai thác (Franchise)

Sản phẩm của bạn có thể được tiêu thụ với số lượng lớn bằng cách nhượng độc quyền khai thác. Nhiều doanh nghiệp có khả năng giữ độc quyền khai thác và được quyền mở rộng ra các khu vực khác. Các doanh nghiệp độc quyền khai thác hiện nay đạt doanh số bán lẻ nhiều tỷ đô la, không những ở khắp nước Mỹ mà còn ở khắp thế giới.

Một đại lý độc quyền kinh doanh là một *hệ thống thành công đã được chứng minh*. Nó là một hệ thống kinh doanh mà tất cả các sai sót và khuyết điểm đã được loại bỏ. Nó là một hệ thống kiếm lời có thể đặc dụng cho bất cứ ai, gần như ở bất kỳ nơi đâu, nếu người được độc quyền kinh doanh đi theo đúng hệ thống kinh doanh với cách thức đã được đặt ra.

Khi bạn phát triển theo một hệ thống kinh doanh thành công, chẳng hạn như, các đại lý kinh doanh độc quyền bánh cam vòng của McDonald's, Kinko's hoặc Krispy Kreme, bạn có sẵn một mô hình để sao chép. Giống như một công thức làm món ăn, nó có thể được làm giống hệt như thế lặp đi lặp lại, để có cùng các kết quả đối với mỗi đại lý kinh doanh độc quyền mới.

McDonald's đã có hơn 30.000 đại lý kinh doanh độc quyền ở khắp thế giới. Vì hệ thống đại lý kinh doanh độc quyền của McDonald's đã được thử thách và được chứng minh hàng ngàn lần ở mọi loại thị trường, trong lịch sử chỉ có một hoặc hai trường hợp đại lý độc quyền của McDonald's bị thất bại.

Một hệ thống phải được thử thách

Với một đại lý độc quyền kinh doanh tốt, thì những nhân viên bán hàng ở đại lý độc quyền kinh doanh có thể dự đoán khá chính xác chủ nhân của đại lý ấy kiếm được bao nhiêu mỗi năm nhờ vào việc đi theo hệ thống này.

Nhưng việc nhượng độc quyền khai thác đòi hỏi trước hết bạn phải phát triển theo một hệ thống thành công. Việc cho độc quyền khai thác đòi hỏi bạn phải phát triển một doanh nghiệp hoạt động có lãi để có thể nhân lên nhiều lần liên tục sau này. Thật ngạc nhiên là biết bao nhiêu người có được ý tưởng kinh doanh và bắt đầu suy nghĩ về việc nhượng độc quyền khai thác nó thậm chí trước khi họ có thể làm cho ý tưởng đó thành công lần đầu tiên. Thực tế là một công ty trung bình nhượng độc quyền khai thác không làm gì cả cho tới khi ý tưởng đó được đưa vào hoạt động từ 8 tới 10 năm. Thông thường hầu hết các công ty chẳng bao giờ nhượng độc quyền khai thác. Nếu bạn quan tâm đến việc mua độc quyền khai thác, hãy xem xét kỹ lưỡng trước khi bạn đầu tư và tìm bằng được kết quả thành công trước đây.

Các cuộc triển lãm thương mại

Bạn có thể bán sản phẩm thông qua các cuộc triển lãm thương mại. Khách hàng của hàng ngàn công ty tham dự các cuộc triển lãm thương mại mỗi năm tìm sản phẩm mới để cung ứng cho khách hàng của họ. Họ biết được khía cạnh sắc bén của sự phát triển sản phẩm mới được trình bày trong các cuộc triển lãm

thương mại và ngay thời điểm đó một sản phẩm mới có thể kiếm được hàng triệu đô la.

Như tôi đã nói ban đầu, có hơn 15.000 cuộc trưng bày thương mại mỗi năm ở Mỹ. Nhiều công ty phát triển toàn bộ hoạt động kinh doanh của họ nhờ vào sự xuất hiện ở khắp các cuộc trưng bày thương mại.

Trưng bày và triển lãm

Bạn có thể đưa sản phẩm của bạn ra thị trường thông qua các hội chợ, các cuộc trưng bày hoặc ngay cả các cuộc triển lãm theo quy ước và các cuộc triển lãm gây quỹ. Số lượng người đến xem đông đảo có thể dẫn tới các thương vụ lớn. Tìm các địa điểm nơi bạn có thể xuất hiện và trưng bày sản phẩm của mình với nhiều khách hàng tiềm năng đi qua. Bạn cần liên tục tìm bằng được cách đưa sản phẩm của bạn ra trước mắt càng nhiều khách hàng tiềm năng càng tốt.

Các người gây quỹ

Thông thường bạn có thể bán sản phẩm của mình thông qua các nhà thờ, các tổ chức từ thiện, phòng thương mại hoặc nhà trường để họ bán nó để gây quỹ. Bạn có thể bán kẹo, các loại quả hạch, đồ chơi và các mặt hàng cho các nhà trường, các đoàn thể và các tổ chức gây quỹ khác.

Hầu hết các ý tưởng này đều đòi hỏi phải có công sức và khả năng tưởng tượng nhiều hơn là tiền của và sự liều lĩnh. Trong nhiều trường hợp, bạn có thể nhận các đơn đặt hàng trước khi bạn đặt hàng với nhà sản xuất, do đó bạn nên duy trì lượng hàng bày bán giới hạn cho tới khi bạn phát triển được khối lượng hàng bán ra đều đặn.

BẮT ĐẦU TỪ NHỎ, PHÁT TRIỂN DẦN

Bí quyết để thành công trong kinh doanh là lúc nào cũng phải có đủ tiền mặt. Kiểm soát hàng trong kho kém có nghĩa là mua quá nhiều hàng dự trữ mà cuối cùng không tiêu thụ được, là một trong những lý do chủ yếu tại sao các doanh nghiệp đi đến tình trạng khó khăn. Bất cứ khi nào có thể, thu xếp để tiêu thụ sản phẩm và kiếm được đơn đặt hàng chắc chắn trước khi bạn đặt hàng với nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất.

Dục tốc bất đạt. Hãy thực hiện từng bước. Hãy kiên nhẫn. Đừng cố phóng ra khỏi đường ray thị trường hoặc làm giàu nhanh chóng. Thay vào đó, làm giàu chậm nhưng chắc. Thử từng bước khi bạn đi và bất cứ điều gì bạn làm, đừng để mất tiền.

THÀNH THẠO NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG

Tất cả những người kinh doanh thành công đều là những người giỏi bán hàng. Họ là những người giỏi thuyết phục người khác. Như Robert Louis Stevenson có lần đã nói, “Mọi người kiếm sống bằng cách bán cái gì đó cho người nào đó.” Câu hỏi duy nhất là “Bạn bán hàng giỏi đến đâu?”

Giàu hay nghèo?

Đây là một điểm quan trọng. Ở Mỹ lý do chủ yếu khiến người ta khi về hưu lâm vào cảnh túng thiếu là vì họ không biết cách bán hàng hoặc họ sợ bán hàng hoặc họ nghĩ là họ quá giỏi bán hàng. Việc bán hàng là một trong những nghề được trả lương cao nhất trên thế giới. Khoảng 5% tất cả những triệu phú Mỹ tự tay làm nên đều là người bán hàng suốt cuộc đời họ cho các công ty khác. Thêm vào 74% các triệu phú Mỹ tự tay làm nên là các chủ doanh nghiệp bắt đầu doanh nghiệp của mình nhờ vào khả năng có thể bán cái gì đó cho người nào đó. Việc bán hàng là con đường chính

dẫn tới sự thành công trong kinh doanh.

Bạn nói gì về những người bạn cảm thấy họ quá giỏi bán hàng? Điều đó khiến cho phải suy nghĩ về những người như Lee Iacocca, là chủ tịch của công ty Chrysler xuất hiện trên TV, radio và đi khắp nước Mỹ làm người phát ngôn và là người bán các sản phẩm cho Chrysler. Những người giống như Bill Gates, Larry Ellison, Warren Buffett và Michael Dell – một số người trong những người giàu nhất trên thế giới – liên tục đứng trước những khán giả khó tính và bán quảng cáo với họ những công dụng hữu ích và những giá trị sản phẩm và dịch vụ của họ. Những người thành công nhất luôn luôn quảng cáo với người nào đó để bán cái gì đó.

Bán hàng là một kỹ năng có thể học được

Câu hỏi duy nhất mà bạn cần tự hỏi là liệu bạn sẽ có trở thành người giỏi bán hàng hay không. May mắn là việc bán hàng là một kỹ năng có thể học được giống như tất cả các kỹ năng kinh doanh khác. Dù bạn chưa bao giờ bán cái gì cho bất cứ ai trước đây, nhưng bạn có thể học trở thành người bán hàng khá tự tin để bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp thành công.

Nếu vì bất cứ lý do gì bạn chưa giỏi bán hàng và bạn chưa quyết tâm thành người giỏi bán hàng, bạn chỉ có thể phát triển kinh doanh nếu bạn tìm được người khác bán hàng cho bạn. Nhưng rắc rối ở chỗ là những người giỏi bán hàng sẽ không chịu làm việc cho bạn ngay từ đầu hoặc sẽ muốn có một cổ phần lớn trong doanh nghiệp của bạn để đổi lại khả năng đem lại lợi tức của họ. Nhiều chủ doanh nghiệp nhỏ thuê người bán hàng, rồi sau đó trở nên hoàn toàn phụ thuộc vào người bán hàng đó. Nếu người bán hàng đó bỏ việc và đem nghề kinh doanh theo thì công ty ấy có thể sụp đổ.

KIỂM SOÁT HOA LỢI

Có một số có kỹ năng về kinh doanh mà bạn có thể sử dụng để làm việc cho người khác hoặc thuê người có các kỹ năng ấy làm cho mình. Còn có các kỹ năng khác mà bạn phải tự rèn luyện hết sức tích cực để thành thạo nếu bạn muốn vừa thành công vừa sung túc tài chính. Tiếp thị và bán hàng là hai kỹ năng then chốt của chủ doanh nghiệp mà không thể giao phó người ai khác đạt kết quả.

Bạn càng sớm trở nên xuất sắc về bán hàng, điều đó sẽ càng giúp bạn trở nên sung túc tài chính và tạo được cuộc sống bạn mong muốn.

Thomas J. Watson Sr., người sáng lập công ty IBM, bắt đầu là một chàng thanh niên đi bán các máy tính tiền cho công ty National Cash Register. Tin tưởng vào các kỹ năng bán hàng của mình, ông ta đã mua lại một công ty xử lý thẻ đục lỗ nhỏ và đổi tên nó là International Business Machines. Bằng cách tập trung vào việc tiêu thụ và thành một người kinh doanh, cuối cùng ông đã xây dựng IBM thành một trong những công ty thành công nhất trên thế giới.

Richard Sears, người đồng sáng lập công ty Sears, Roebuck and Company, bắt đầu sự nghiệp bằng cách mua đồng hồ đeo tay với giá sỉ và bán lẻ tại các nhà ga dọc theo tuyến đường sắt. Ông ta rất thích quá trình buôn bán như thế và đã thực hiện điều đó rất tốt, cuối cùng ông ta đã hợp tác với Alvin Roebuck tiếp tục xây dựng một trong những công ty bán lẻ thành công nhất trên thế giới.

Hầu hết mọi doanh nghiệp thành công đều bắt đầu với một người có thể bán sản phẩm hoặc dịch vụ. Việc đích thân bán hàng là điểm xuất phát đối với đa số những sự thành đạt vĩ đại ở Mỹ. Hãy quyết định học cách bán hàng xuất sắc ngay hôm nay.

PHÂN TÍCH KẼ HỖ CỦA CƠ HỘI

Sự phân tích kẽ hở của cơ hội là bài tập hữu ích để mở mang trí tuệ và hoạt động kinh doanh về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Với sự phân tích kẽ hở của cơ hội, bạn dùng khả năng sáng tạo của mình tìm ra các cách khác nhau để làm cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn được nhiều khách hàng quan tâm hơn.

Sau đây là 10 câu hỏi bạn có thể hỏi để tìm ra các cách phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn mới hơn hoặc tốt hơn.

1. Bạn có thể bán các sản phẩm của mình bằng các cách nào khác? Nhớ là có nhiều cách khác nhau mà chúng ta đã nhận định ban đầu. Chỉ cần lấy sản phẩm đang được bán bằng một cách và đem nó bán bằng một cách khác thì có thể biết được đâu là cách bắt đầu hoạt động kinh doanh thành công hoặc phải quay về cách tiêu thụ hiện thời.

2. Có thêm các khách hàng nào cho sản phẩm này? Các khách hàng tăng thêm này ở đâu? Các khách hàng tăng thêm này là ai? Tìm khách hàng mới làm cơ sở cho một sản phẩm hiện thời có thể là chìa khóa để tạo cho doanh nghiệp của bạn thành công.

3. Bạn có thể sửa đổi hoặc thay đổi các sản phẩm hoặc dịch vụ như thế nào để làm cho chúng thu hút khách hàng của bạn hơn? Bạn có thể thay đổi bao bì như thế nào? Thay đổi các tính năng như thế nào? Thay đổi các đặc điểm như thế nào? Tăng kích thước hoặc giảm tính phức tạp như thế nào? Giảm kích thước hoặc đơn giản hóa sản phẩm như thế nào? Tiếp tục tìm các cách cung ứng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn bằng cách sao cho nó thu hút nhóm khách hàng trước đây hoặc một nhóm khách hàng khác.

4. Bạn có thể phát triển sản phẩm này cho những ai chưa phải là khách hàng? Bạn có thể nghĩ ai có thể dùng sản phẩm, có được lợi ích từ sản phẩm và đòi hỏi được sản phẩm này, hiện nay ai chưa mua hàng của người nào? Vào thời điểm này các nhóm khách

hàng nào hiện đang không dùng sản phẩm này? Bạn có thể làm cách nào để thu hút những người này?

5. *Khách hàng của bạn muốn có các sản phẩm mới nào?* Nếu bạn đã có cơ sở khách hàng hiện thời, các khách hàng của bạn có nhu cầu gì khác mà bạn chưa cung cấp được cho họ? Bạn có thể sản xuất cái gì khác mà các khách hàng của bạn có thể dùng cùng với những gì bạn đã đang bán cho họ?

6. *Hiện có thêm những cách thức phân phối nào cho sản phẩm của bạn?* Bạn có thể cung cấp sản phẩm của mình cho khách hàng bằng cách nào khác? Hãy nghĩ đến các cách khác được đề cập ở phần đầu. Những cách nào có thể có tác dụng cho bạn?

7. *Bạn có thể phân phối thêm sản phẩm nào qua các kênh tiếp thị hiện thời của bạn?* Nếu bạn đã có các kênh phân phối – bán lẻ, bán hàng trực tiếp hoặc gửi thư trực tiếp – bạn có thể cung ứng thêm các sản phẩm nào khác bằng cách dùng cùng các kênh để có thể bán cho cùng các khách hàng?

8. *Bạn có thể phát triển các sản phẩm mới nào cho các kênh phân phối hiện thời hoặc các khách hàng hiện có của bạn?* Bạn có thể bán thêm những cái gì khác qua các kênh phân phối này cho các khách hàng hiện có?

9. *Hiện có thêm các thị trường nào cho các sản phẩm mới và các kênh phân phối hiện thời của bạn?* Nói cách khác, dân chúng hoặc khách hàng hiện nay chưa dùng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn ở đâu mà bạn có thể cung cấp tới nơi bằng các kênh phân phối hiện thời của bạn?

10. *Bạn có thể sản xuất thêm các sản phẩm nào bằng cách các phương tiện hiện có?* Với các cán bộ công nhân viên hiện có? Với kiến thức hiện có của bạn? Với các kỹ năng và năng lực hiện có

của bạn? Bạn có thể tạo ra thêm các sản phẩm và dịch vụ nào cho thị trường hiện thời của bạn?

Hầu hết các công ty và người ta đều bị kẹt ở vùng có khuynh hướng thỏa mãn. Họ bắt đầu tiêu thụ bằng một cách đặc biệt, rồi từ đó trở đi họ cứ tiếp tục bán và giao các sản phẩm mãi theo cùng một cách. Nhưng cái để đánh giá thực tế là *doanh số bán*. Doanh số bán của bạn có đủ cao không? Doanh nghiệp của bạn có kiếm được đủ lời không? Bạn có thể thay đổi cách nào để bán và giao hàng đạt được các kết quả tốt hơn không? Ở thời đại thay đổi nhanh chóng, bạn phải liên tục hỏi và trả lời các câu hỏi này, vì các đối thủ cạnh tranh của bạn đang đặt ra cho họ những câu hỏi như thế mỗi ngày.

TÌM CÁCH QUẢNG CÁO MIỄN PHÍ

Qua nhiều năm, cá nhân tôi đã dùng các kỹ thuật khác nhau để tính ra trị giá hàng chục ngàn đô la về việc quảng cáo miễn phí trên các báo, tạp chí, radio và TV. Các phương pháp này đều có tác dụng ở mọi nơi và đối với hầu hết mọi người. Thường khả năng của bạn tạo được sự quảng cáo miễn phí có thể là chìa khóa để bắt đầu và phát triển doanh nghiệp của bạn hoặc sản phẩm của bạn thành công.

Khi bạn có sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn sẵn sàng đưa ra thị trường, bắt đầu suy nghĩ ngay đến cách bạn có thể làm cho nó thành *lý thú đáng được đưa lên báo* để người ta sẽ viết về nó và bàn tán về nó mà bạn không phải bỏ tiền ra quảng cáo.

Sau đây là các nguyên tắc để tìm cách quảng cáo miễn phí:

Nguyên tắc 1. Yêu cầu điều đó

Nếu bạn muốn quảng cáo, hãy yêu cầu điều đó. Người ta sẽ không

tìm bạn để quảng cáo dùm bạn, nhưng họ thường hay quảng cáo cho bạn nếu bạn nhờ họ.

Nguyên tắc 2. Sẵn sàng đưa ra cuộc họp báo

Soạn ra một bản thông báo quảng cáo hoặc đưa ra cuộc họp báo và gửi nó cho tất cả các phương tiện truyền thông đại chúng thích hợp. Tra tìm trong Trang Vàng về mọi tờ báo, đài phát thanh, đài truyền hình, tạp chí và các ấn bản khác, rồi viết một lá thư bằng văn phòng phẩm của công ty (có in sẵn thông tin về công ty ở đầu giấy viết thư) gửi cho người phụ trách các mục này. Kèm theo một bản mô tả với 100 từ về sản phẩm hoặc dịch vụ mới của bạn. Viết bản mô tả này giống như một bản tin và tạo cho nó được lý thú.

Nguyên tắc 3. Tạo cho nó đáng được đưa thành tin

Đặt ra câu hỏi, “Nó có phải là tin tức không?” Tạo cho sản phẩm hoặc dịch vụ mới của bạn một dáng vẻ hấp dẫn. Cách nay ít năm, một chủ doanh nghiệp chi toàn bộ tiền của mình để nhập khẩu loại bóng điện tròn sử dụng bền lâu hư, sẽ đốt sáng được hàng ngàn giờ mà chưa phải thay. Ông ta cố bán nó trong 3 năm và gần bị sạt nghiệp vì không ai chịu trả giá cao hơn giá vốn ông đã phải bỏ ra.

Cuối cùng, ông ta đã làm cái gì đó để cho nó đáng được đưa thành tin. Ông ta tuyên bố bóng điện tròn của ông sẽ kéo dài tuổi thọ được “50.000 giờ.” Điều này đã gây được sự chú ý của phương tiện truyền thông đại chúng. Chẳng mấy chốc ông ta đã xuất hiện trên đài phát thanh và TV để nói về sự phát triển khoa học đáng kể này. Người ta háo hức nghe tin này mà họ cho rằng đó là chuyện thú vị. Hầu như ngày một ngày hai, doanh số bán của ông ta đã tăng lên khủng khiếp và ông đã trở nên thành công về mặt tài chính.

Nguyên tắc 4. Xác định chính xác khán thính giả, độc giả

Trả lời câu hỏi, “Ai là khách hàng hoặc trong địa hạt khách hàng của tôi?” Sau đó tìm các đài phát thanh, đài truyền hình, mà các khách hàng tiềm năng riêng biệt của bạn là khán thính giả và các tờ báo hoặc tạp chí được những khách hàng này đọc.

Nguyên tắc 5. Chọn kỹ phương tiện truyền thông đại chúng

Xem xét kỹ lưỡng rằng bạn nên liên hệ với các cơ quan truyền thông nào. Tra trong cuốn *Standard Rates and Data*. Đây là kinh thánh của ngành công nghiệp quảng cáo. Nó cung cấp cho bạn tên, địa chỉ, số điện thoại và tất cả các thông tin quan trọng về quảng cáo bằng phương tiện truyền thông đại chúng ở khu vực thị trường của bạn và ở khắp nước Mỹ. Cuốn sách này cho bạn biết các bài tường thuật và các mục mà phương tiện truyền thông quan tâm và chúng thu hút những thị trường nào.

Nguyên tắc 6. Tạo công cụ làm việc tốt

Những thứ bạn cần để kiếm được sự quảng cáo miễn phí là các bản sao có phần thông tin in ở đầu giấy viết thư tốt, nội dung trình bày rõ ràng, trang trọng và hấp dẫn. Nói cách khác, viết về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn để nó đáng được đưa thành tin. Viết nó giống như một bản tin. Viết bản mô tả để nhân viên có thể sao chép nó từ trong thư của bạn và tiếp tục đưa nó đi phát trên sóng hoặc in nó trên báo hoặc tạp chí mà không phải thay đổi gì. Tạo cho nó lý thú và hấp dẫn.

Nguyên tắc 7. Gửi hình ảnh

Gửi hình chụp sản phẩm của bạn đang được sử dụng. Nếu bạn có thể chụp được hình của người nào đó đang dùng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, thì điều này càng hấp dẫn và có thể đáng được

đưa thành tin hơn.

Nguyên tắc 8. Sử dụng thư gửi trực tiếp

Dùng thư gửi trực tiếp để chọn phương tiện truyền thông và các mục đặc biệt trên báo và tạp chí. Thí dụ, nếu bạn có một sản phẩm thu hút được phong cách sống, làm vườn hoặc những người say mê thể thao, hãy gửi thư tới người phụ trách bộ phận đặc biệt đó của báo hoặc tạp chí hoặc ở đài phát thanh hoặc truyền hình. Những người này luôn luôn tìm những mục đáng được đưa lên thành bản tin để phát tới khán thính giả, độc giả của họ.

Nguyên tắc 9. Tiếp cận đài phát thanh và truyền hình

Tìm cách thâm nhập vào các tiết mục nói chuyện trên sóng truyền thanh và truyền hình, nếu bạn có thể. Điều này giúp bạn lộ diện với hàng ngàn người khá nhanh và thường có thể dẫn tới các thương vụ lớn về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Bước đầu tiên để thâm nhập được vào các tiết mục nói chuyện, ngoài việc phải có sản phẩm hoặc dịch vụ đáng được đưa thành tin, bạn phải chuẩn bị một bản tường trình sự kiện cho người dẫn chương trình của đài. Chuẩn bị một bản tóm lược về các lợi ích hoặc các đặc trưng đáng chú ý của sản phẩm hoặc dịch vụ để người dẫn chương trình của đài có thể đọc lướt qua và sau đó bắt đầu phỏng vấn. Tạo cho bản tóm lược này dễ dàng tối đa cho người phỏng vấn xem và phát biểu thật tinh tế.

Nếu bạn tham gia một mục của chương trình truyền hình, hãy tạo ra một bản câu hỏi được coi như một bản nhắc lời thoại cho người dẫn chương trình ấy. Cung cấp cho người ấy một loạt 10 tới 12 câu hỏi bạn biết người ta sẽ quan tâm về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn mà họ có thể hỏi. Khuyến khích người dẫn chương

trình hỏi bạn các câu hỏi này để bạn có thể trả lời cho họ.

Khi bạn bắt đầu trả lời các câu hỏi trên sóng phát thanh hoặc truyền hình, đừng tỏ ra là người chủ động về chương trình này. Thay vào đó, hãy quảng cáo về thông tin có giá trị. Cung cấp càng nhiều thông tin có giá trị về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn càng tốt và nó có ích lợi ra sao cho người nghe trong khi bạn chỉ có thể có được thời gian ngắn nhất. Hãy suy nghĩ để nói về những lợi ích cho khách hàng.

Nguyên tắc 10. Cung ứng cái gì đó miễn phí

Bất cứ khi nào có thể tham gia một tiết mục phát sóng truyền thanh hoặc truyền hình, hãy cung ứng cái gì đó miễn phí cho khán thính giả. Mời họ gọi điện thoại cho bạn để tham gia vào danh sách hoặc biên bản những khách hàng miễn phí. Yêu cầu họ gửi phong bì ghi sẵn địa chỉ và dán tem để bạn cung cấp cho các khách hàng tương lai cái gì đó có giá trị. Gửi cho họ địa chỉ Internet của bạn để họ có thể tải xuống cái gì đó miễn phí mà có thể giúp ích cho cuộc sống hoặc công việc của họ. Những người liên hệ với bạn nhận được thứ gì đó miễn phí thường sẽ trở thành các khách hàng thanh toán tốt nhất của bạn.

Nguyên tắc 11. Để lại thông tin

Khi bạn thể hiện xong vai trò của mình trong một chương trình trên sóng truyền thanh hoặc truyền hình, hãy để lại tập quảng cáo, danh thiếp và bất kỳ thông tin nào khác về sản phẩm hoặc công ty của bạn mà bạn có thể cung cấp cho nhân viên tiếp tân. Bạn có thể hết sức ngạc nhiên khi vào một lúc nào đó sẽ có không biết bao nhiêu người gọi điện thoại tới đài phát thanh hoặc truyền hình để tìm bạn hoặc công ty bạn sau khi bạn đã lên sóng. Khi bạn để lại những thông tin này ở chỗ nhân viên tiếp tân, họ có thể đưa cho bất cứ ai gọi điện thoại đến.

Cách đây ít năm, tôi tham gia một cuộc phỏng vấn 1 giờ đồng hồ trong một tiết mục hộp thư truyền thanh vào giữa buổi sáng. Tôi đề nghị trao quà tặng cho bất cứ ai gọi điện đến. Đài phát thanh ấy đã nhận được quá nhiều cuộc gọi đến một giờ sau đó đến nỗi tổng đài đã thực sự bị chập mạch và phải đóng máy. Trước đây họ chưa bao giờ thấy số lượng cuộc gọi tới nhiều đến vậy.

Vài tháng sau, khi một vị khách mời khác đã không thể có mặt ở trường quay của đài phát thanh này, nên họ đã quyết định phát lại cuộc phỏng vấn với tôi, bằng cách dùng những lời giới thiệu và các lời dí dỏm khác đi. Một lần nữa, họ đã nhận được hơn 500 cuộc gọi và đã làm cháy mạch ở tổng đài điện thoại. Nhưng vào thời điểm này họ đã mất những thông tin của chúng đã đưa cho những nhân viên ở đây và những người gọi điện đến không có cách nào liên lạc được với chúng tôi. Chúng tôi đã mất số lượng khách hàng tiềm năng rất lớn.

Hãy luôn luôn để lại thông tin phía sau bạn, bất cứ nơi đâu bạn tới. Phải đặc biệt thân thiện với các nhân viên tiếp tân và các trợ lý. Hãy hòa nhã và lịch thiệp, đối xử với họ như họ là những nhân vật quan trọng. Tự giới thiệu bạn và cung cấp cho họ những thông tin cần thiết để khi người khác gọi điện đến họ có thể bắt liên lạc được với bạn.

CƠ HỘI Ở MỌI NƠI

Tục ngữ xưa có câu, “Người thành công tạo ra nhiều cơ hội hơn người ấy tìm thấy.” Trên thực tế thì cơ hội là vô tận đối với một ít người biết sáng tạo. Nếu bạn quyết tâm gia nhập vào giới chủ doanh nghiệp, để bắt đầu doanh nghiệp của bạn sẽ chẳng có giới hạn bạn sẽ hoàn thành được cái gì ngoài chính những giới hạn bạn tự đặt ra cho mình. Phần lớn các giới hạn đều do người ta tự đặt cho bản thân.

Mỗi ngày, gần 3.000 người đưa ra quyết định bản thân họ phải bước ra đời. Họ sẵn sàng đánh liều thực hiện những mơ ước về tự do, thành công và độc lập tài chính của họ xem sao. Và những gì họ làm được bạn cũng có thể làm được.

CHỈ CẦN THỰC HIỆN NGAY ĐIỀU ĐÓ!

Có nhiều cách để bạn bắt đầu. Ngày nay có nhiều cách để bạn thành công trong kinh doanh hơn là bạn có thể hình dung được. Có nhiều cách bán các sản phẩm và dịch vụ hơn cả bạn có thể khám phá ra trong suốt cuộc đời. Cái bạn cần phải có hơn bất cứ cái gì khác là *hành động*. Chẳng có gì thay thế được sự tập trung, tính bền bỉ và hành động liên tục hướng tới mục đích của bạn.

Khi bạn sẵn sàng thực hiện các hành động cần thiết, bạn sẽ học được các bài học bạn cần. Bạn sẽ tìm được người giúp bạn. Bạn sẽ khám phá ra các cơ hội bạn đang tìm kiếm. Bạn sẽ đạt được sự thành công bạn khao khát, nếu bạn dứt khoát hành động.

Hãy hành động ngay hôm nay. Thực hiện nó ngay bây giờ. Hành động không nghi ngờ, chần chừ hoặc do dự. Đừng chờ đợi. Chỉ cần thực hiện ngay điều đó!

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Đưa ra quyết định là bạn sẽ bắt tay vào hoạt động kinh doanh trong vòng 30 ngày nữa. Xác định sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn ưa thích và cảm thấy bạn có thể bán và thu xếp để đưa nó ra thị trường. Hãy tiếp tục điều đó.

2. Quyết định cách thức bán hàng được coi là hợp lý với sản phẩm hoặc dịch vụ bạn chọn, rồi sau đó tập trung chuyên tâm vào việc làm chủ kênh phân phối đó.

3. Nếu bạn đã hoạt động kinh doanh, lựa chọn cách tiêu thụ và

tiếp thị hiện bạn chưa sử dụng và tập trung vào học hỏi mọi thứ bạn có thể để cung ứng sản phẩm hoặc dịch vụ của mình theo cách thức mới.

4. Nghiên cứu các kênh phân phối của bạn và xác định bạn có thể làm gì khác để cung ứng thêm sản phẩm hoặc các sản phẩm khác theo các cách thức khác nhau cho những khách hàng khác. Luôn sẵn sàng tiếp thu cái mới và lạc quan.

5. Trau dồi thêm các kỹ năng bán hàng của bạn. Khoảng 95% những người chuyên bán hàng toàn thời gian có thể học được cách bán được nhiều hàng hơn, giỏi hơn và nhanh hơn họ đang thực hiện hôm nay. Quyết tâm đầu tư thời gian và tiền của cần thiết để trở thành xuất sắc về tiêu thụ hàng hóa.

6. Gần gũi với những người thích hợp. Lập thành nhóm cố vấn với những người khác trong cùng ngành kinh doanh và mỗi tuần tụ họp lại một lần để chia sẻ ý tưởng và kinh nghiệm. Bạn chẳng bao giờ sống đủ thọ để tự mình học được tất cả.

7. Hãy sẵn sàng chấp nhận thất bại trên con đường dẫn bạn tới thành công. Chẳng có gì đạt kết quả ngay lần đầu. Quyết cố gắng và cố gắng nữa. Hãy học từ mọi sai lầm và quyết tâm trước là bạn sẽ chẳng bao giờ bỏ cuộc.

“Một thực tế về kinh tế ở một thương trường cạnh tranh, tính hiệu quả của tiếp thị là yếu tố quyết định chủ yếu đến sự thành công trong kinh doanh”.

Sonia Rappaport

7

KIẾM ĐƯỢC SỐ TIỀN BẠN CẦN

“Bạn có các tài năng mà bạn chưa hề nghĩ tới. Bạn có thể làm những việc bạn chưa bao giờ nghĩ mình có thể làm được. Không có giới hạn bạn có thể làm gì, trừ những giới hạn của chính ý nghĩ của bạn”.

Darwin P. Kingsley

Có ba lý do chính tại sao người ta không bao giờ theo đuổi mơ ước mở doanh nghiệp riêng để đạt được sự sung túc tài chính mà họ khao khát. Lý do thứ nhất là *sợ thất bại*, là lý do lớn nhất để bị thất bại ở vào cuộc đời trưởng thành.

Tình trạng sợ thất bại khu trú ở từng phủ tạng (mạng các sợi và hạch thần kinh giao cảm ở trên cao phía sau bụng), làm tê liệt bạn, thậm chí ngăn chặn không để bạn thực hiện ngay bước đầu tiên. Để bạn có thể trở thành tất cả những gì bạn muốn, kể cả trở thành triệu phú, điều đầu tiên bạn phải học để thực hiện là đương đầu với sự sợ hãi của bạn. Bạn phải học cách kiểm soát những sự sợ hãi của chính mình, chế ngự chúng để hành động bất chấp sự sợ hãi của bạn.

SỰ THIẾU HIỂU BIẾT KÌM HẸM CON NGƯỜI

Lý do chủ yếu thứ hai để không đạt được thành tích tài chính và thất bại chỉ là điều *thiếu hiểu biết*. Đa số người ta không biết cách bắt đầu gây dựng một doanh nghiệp hoặc cách đầu tư vào cổ phiếu, trái phiếu, bất động sản hoặc các phương tiện tài chính

khác và vì lý do họ chẳng bao giờ chịu học hỏi. Họ sống âm thầm tuyệt vọng, ca tụng người khác có đầu óc sáng tạo, nhưng họ chẳng làm gì cho bản thân. Họ chôn vùi cuộc đời bằng lời ca tiếng nhạc.

THIẾU TIỀN

Lý do thứ ba tại sao người ta không khởi sự thành công doanh nghiệp được là do người ta nghĩ mình thiếu tiền. Họ nghĩ rằng họ không có đủ tiền và họ cảm thấy họ không thể kiếm được số tiền họ cần ở những nguồn khác.

Những người hết sức khao khát trở thành chủ doanh nghiệp sẽ đi tới ngân hàng ở địa phương của họ vay tiền để đầu tư tiền vào các ý tưởng gây dựng doanh nghiệp của họ. Khi họ bị các ngân hàng từ chối nhiều lần, thì họ kết luận là ngân hàng không có sẵn tiền cho họ vay. Đi đến kết luận này rồi họ thôi không đi vay nữa và quay trở về làm việc kiếm tiền.

Dường như hầu hết các tài sản có giá trị lớn mà bạn có được đều đi từ hoài bão, nghị lực, trí tưởng tượng và khát vọng cháy bỏng về sự thành công tài chính. Nếu bạn có các phẩm chất này, cộng với sự sẵn sàng làm việc và hy sinh, cuối cùng bạn sẽ kiếm được, thu hút được hoặc đạt được tất cả số tiền bạn cần.

TIỀN CÓ SẴN Ở MỌI NƠI

Có một số nguồn tiền bạn có thể thu hút cho mình để bắt đầu gây dựng doanh nghiệp. Trong quá trình phát triển doanh nghiệp của tôi, việc bắt đầu gây dựng các doanh nghiệp dần dần theo năm tháng, tôi đã dùng mọi cách để thu hút nguồn tài chính, như sau:

Tìm ở nguồn tiết kiệm

Đầu tiên và thường quan trọng nhất là tài khoản tiết kiệm của riêng bạn. Ở đầu chương 1 tôi đã nhấn mạnh đến tầm quan trọng của nguồn tiền tiết kiệm đối với bạn như thế nào. Nếu bạn không tự buộc mình phải tiết kiệm và tích lũy tiền bạc để bắt đầu gây dựng thì chắc chắn là bạn không có được tính cách và kỷ cương để thành công khi doanh nghiệp của bạn đi vào hoạt động.

Bán một số tài sản

Bạn có thể huy động vốn bằng cách bán một số tài sản. Bạn có thể bán nhà đất, xe hơi hoặc một số đồ đạc. Bạn có thể bán mọi thứ bạn có. Bạn có thể rút tiền mặt từ hợp đồng bảo hiểm nhân thọ khi có giá trị hoàn lại tiền mặt cao. Đôi khi bạn có thể bán cổ phiếu, trái phiếu hoặc chứng khoán hoặc thanh lý tài khoản hưu bổng lấy tiền mặt bạn cần để mở doanh nghiệp riêng.

Phần đông người ta khi bắt đầu mở doanh nghiệp lần đầu họ phải đi tới chỗ bán mọi thứ họ có để có đủ tiền đáp ứng cho doanh nghiệp của họ.

Sử dụng thẻ tín dụng

Một nguồn tiền khác mà bạn có thể khơi nguồn để thành lập doanh nghiệp của mình hoặc xây dựng nó là thẻ tín dụng. Nhiều doanh nghiệp thành công ở Mỹ đều bắt đầu với chủ doanh nghiệp rút tối đa nguồn tiền từ nhiều thẻ tín dụng khi họ đang làm việc và có mức đánh giá khả năng chi trả chắc chắn, dựa vào đó họ vay được và sống nhờ vào các thẻ tín dụng đó trong 2 hoặc 3 năm cho tới khi doanh nghiệp của họ bắt đầu có lãi.

Một người bạn của tôi làm việc cho công ty Fortune 500, có mức đánh giá khả năng chi trả lên tới \$50.000 trị giá tiền mặt trên các thẻ tín dụng của anh ta trước khi anh ta xin thôi việc. Sau đó anh ta có thể mở doanh nghiệp và cuối cùng anh trở nên thành đạt về

tài chính nhờ vào nguồn tiền mặt từ thẻ tín dụng.

Đây không phải là một chiến lược hay và cũng không được khuyến khích thực hiện. Nguồn tiền mặt từ thẻ tín dụng rất mắc, đôi khi phải trả lãi suất 18% mỗi năm. Nhưng nếu nhờ nó mà chắc chắn có thể đủ duy trì doanh nghiệp vượt qua khỏi giai đoạn khó khăn không phải đi tới chỗ sạt nghiệp, thì đây là cách thông dụng ngày càng được các chủ doanh nghiệp dùng để đưa doanh nghiệp của họ đi vào hoạt động.

Tiền cho vay cá nhân

Bạn có thể nhận được các khoản cho vay cá nhân. Đây là các khoản tiền cho bạn vay dựa trên cơ sở công ăn việc làm của bạn, mức đánh giá khả năng chi trả trước đây của bạn và tính cách của bạn. Đôi khi bạn có thể nhận được chính sách tín dụng tư nhân của ngân hàng dựa trên cơ sở tài sản của bạn. Bạn có thể dùng chính sách tín dụng này để cam kết đầu tư kinh doanh cho tới khi đạt được đủ doanh số bán và có lãi.

Chủ yếu bạn phải tạo nên được mức đánh giá khả năng chi trả tốt và bạn phải duy trì mức đánh giá đó. Nếu bạn đang suy nghĩ đến việc mở một doanh nghiệp trong tương lai, thì ý tưởng bắt đầu đi vay rồi thanh toán tiền vay đúng hạn của ngân hàng là suy nghĩ đúng để các chủ ngân hàng biết rõ mức đáng tin cậy của bạn.

Ngân hàng muốn tạo ra khoản cho vay chắc chắn sẽ thu hồi được

Mục đích của cán bộ tín dụng hoặc giám đốc ngân hàng là tạo được các khoản cho vay được thanh toán đúng hạn và có lãi. Khi bạn thuyết phục được các viên chức ngân hàng bạn là người vay đáng tin cậy, họ sẽ cho bạn vay toàn bộ số tiền mà họ cảm thấy bạn có thể sử dụng đúng mục đích và hoàn trả. Nhưng bạn phải

có được mức đánh giá khả năng chi trả trước khi có thể bắt đầu.

Một người bạn của tôi tự hào về việc thanh toán mọi thứ ngay bằng tiền mặt. Anh ta chẳng vay mượn, không dùng thẻ tín dụng và chưa hề vay ngân hàng để lấy tiền mua bất cứ thứ gì. Khi anh ta quyết định mở một doanh nghiệp, dù anh ta đã tích lũy được số tài sản có giá trị và anh ta đáng tin cậy về mọi phương diện, nhưng chẳng có ngân hàng nào chịu cho anh ta vay đồng nào vì anh ta chưa bao giờ có quá trình vay mượn trước đây.

Một nguyên tắc cơ bản để tạo được mối quan hệ tín dụng với ngân hàng là “vay nhiều và trả sớm.” Nếu cần, nhờ người nào đó có độ tin cậy cao cùng ký vào khế ước vay tiền với bạn; rồi sau đó trả tiền vay trước hạn. Sau khi bạn thực hiện điều này đôi lần, bạn sẽ có mức đánh giá khả năng chi trả và bạn có thể vay tiền mà không cần phải nhờ người khác cùng ký. Bạn nên kinh qua việc tạo dựng độ đáng tin cậy của mình trong khi còn đang làm việc ăn lương và ngay trước khi bạn bắt đầu mở doanh nghiệp.

Khoản vay có thể chấp

Bạn có thể vay tiền bằng cách nhận được từ khoản vay được gọi là khoản vay có thể chấp. Bạn có thể vay dựa vào thứ bạn đang sở hữu. Bạn có thể vay bằng cách thế chấp xe hơi, đồ đạc, tàu và ngay cả bạn có thể vay bằng cách thế chấp nhà. Nhiều doanh nghiệp được bắt đầu bằng cách chủ doanh nghiệp thế chấp tài sản, huy động vốn hoặc vay dựa vào mọi thứ đơn giản họ làm chủ.

Kiểm được đồng tiền yêu thương

Nguồn cơ bản của việc huy động vốn mạnh nhất cho doanh nghiệp mới thành lập, hầu như đến 99% là vốn được gọi là “đồng tiền yêu thương.” Đồng tiền yêu thương là số tiền người cho hoặc

cho bạn mượn vì họ yêu thương bạn. Đây là nguồn tiền của bạn bè, thân nhân, người cùng cộng tác, cha mẹ, vân vân.

Việc mới thành lập doanh nghiệp hết sức mạo hiểm và các ngân hàng không phải là doanh nghiệp chịu mạo hiểm. Họ hoạt động kinh doanh *tránh rủi ro*. Vì lý do này, rất ít ngân hàng sẽ cho người mới mở doanh nghiệp vay, trừ khi họ tin chắc người đó có đủ tiền của và tài sản thế chấp để hoàn trả vốn vay dù doanh nghiệp ấy có thể thất bại.

Chỉ những người chịu chấp nhận rủi ro với một doanh nghiệp mới là những người yêu thương bạn. Họ sẽ ứng trước tiền cho bạn vì họ tin tưởng vào bạn và hy vọng được điều tốt nhất.

Vay vốn kinh doanh

Nhận được tiền vay vốn kinh doanh. Khoản cho vay kinh doanh đòi hỏi mức bảo hiểm tài sản lưu động ít nhất \$2 cho mỗi \$1 mà bạn muốn vay. Vốn vay kinh doanh còn đòi hỏi doanh nghiệp có quá trình kinh doanh thành công tối thiểu từ 1 tới 2 năm. Để vay tiền cho doanh nghiệp của bạn, bạn sẽ phải có các bản báo cáo tài chính cập nhật, cộng với các bảo lãnh cá nhân bao gồm mọi thứ bạn sở hữu hoặc sẽ sở hữu.

Nhiều người sẽ bảo bạn đừng chịu bảo lãnh cá nhân khi bạn nhận tiền vay cho doanh nghiệp của mình. Điều này thật ngớ ngẩn. Trước khi ngân hàng cho bạn vay tiền kinh doanh, họ muốn có sự bảo lãnh cá nhân không những bạn mà ở cả người phối ngẫu của bạn và thường cả cha mẹ bạn nữa. Các ngân hàng không hoạt động kinh doanh liều lĩnh.

Năm nhân tố mà ngân hàng tìm kiếm

Có năm nhân tố mà các ngân hàng tìm kiếm trước khi cho bạn

vay hoặc cho bất cứ người kinh doanh nào vay. Các nhân tố này gồm: *tài sản thế chấp, tính cách, mức đánh giá khả năng chi trả, vốn tự có và độ đáng tin cậy* để cho vay hoặc đi vay. Bạn phải sẵn sàng chứng minh tất cả 5 nhân tố này khi bạn đến ngân hàng xin vay.

1. *Tài sản thế chấp*. Trước hết, ngân hàng tìm kiếm tài sản thế chấp. Bạn sẽ đưa ra các tài sản nào để bảo đảm cho khoản vay? Tài sản thế chấp là cái có thể được bán thu tiền mặt khá nhanh để hoàn trả cho ngân hàng trong trường hợp doanh nghiệp của bạn không thành công.

2. *Tính cách*. Ngân hàng tìm kiếm tính cách. Bản thành tích trước đây liên quan đến vốn vay như thế nào? Tính cách của bạn về tính trung thực và độ đáng tin cậy ra sao? Ai quen biết bạn? Ai sẽ cam đoan cho bạn?

3. *Mức đánh giá khả năng chi trả*. Ngân hàng tìm kiếm mức đánh giá khả năng chi trả hiện thời của bạn. Bạn đã vay bao nhiêu tiền và đã hoàn trả trước đây như thế nào? Hiện nay mối quan hệ tín dụng của bạn tốt đẹp ra sao?

Cách đây ít năm, với tư cách là một chủ doanh nghiệp nhỏ, tôi đã đặt cọc 20% số tiền mua một căn nhà mới và xin thế chấp tài sản này để vay số tiền còn lại ấy. Đây thường là một khoản vay thông thường và dễ được chấp thuận. Nhưng vài năm trước đó, một hóa đơn thẻ tín dụng được gửi đến bằng đường bưu điện trong khi tôi đi vắng ít tuần và đã bị quá hạn thanh toán mất 30 ngày. Một dấu đen đã điểm vào mức đánh giá khả năng chi trả của tôi và đã khiến cho đơn xin vay có thể chấp tài sản của tôi bị từ chối mất vài năm sau đó.

Theo quan điểm của tôi thì mức đánh giá khả năng chi trả của bạn là một thứ rất quý giá, nó luôn theo bạn bất cứ bạn đi đâu. Tôi biết nhiều người ở vào tuổi đời hoàn toàn trưởng thành đã bị

tiêu tan sự nghiệp vì họ tùy tiện hoặc không coi trọng chữ tín. Họ đã không thanh toán thẻ tín dụng, thanh toán tiền xe hơi, thanh toán tiền các tiện ích công cộng hoặc thanh toán tiền thuê nhà khi đến hạn phải trả. Một vài trường hợp này, họ đã bị báo cáo với sở thẩm định tín dụng quốc gia. Mức đánh giá khả năng chi trả không tốt sau đó đã theo họ mãi đến 10 năm sau, bất cứ họ đi đâu, ở bất cứ đâu trong nước Mỹ. Đừng để điều này xảy ra với bạn.

4. *Vốn tự có.* Ngân hàng muốn biết nguồn vốn tự có của bạn. Bạn sẵn sàng đầu tư bao nhiêu tiền của mình? Đây là thước đo sự gắn bó của bạn với sự thành công của doanh nghiệp tới mức độ nào?

5. *Độ đáng tin cậy.* Nhân tố cuối cùng mà các ngân hàng dùng để xác định xem có cho bạn vay tiền hay không là tùy vào mức tin tưởng của họ đối với bạn. Trong sự phân tích cuối cùng, cá nhân chủ ngân hàng phải có niềm tin là bạn là loại người sẽ thành công trong kinh doanh để người ấy cho bạn vay tiền để bắt đầu thành lập hoặc xây dựng doanh nghiệp.

Mối quan hệ với ngân hàng hoàn thiện theo thời gian

Việc vay tiền của các ngân hàng là một loạt tiến bộ về các giao dịch tài chính phát triển theo thời gian. Lần đầu bạn cố gắng vay tiền, hầu hết các ngân hàng sẽ muốn bạn thế chấp tài sản trị giá \$5, vốn đầu tư của cá nhân và các tài sản khác cho mỗi \$1 họ cho bạn vay. Họ cũng cần có các sự bảo lãnh cá nhân để bao quát cho cả tình trạng bị phá sản, nếu bạn tuyên bố điều đó. Nhưng sau khi một ngân hàng đã có một số năm kinh nghiệm làm việc với bạn, đi tới chỗ quen biết bạn và tin tưởng ở bạn, thì các quy định cho vay từng bước sẽ ít đi.

Sau 5 năm vay mượn và hoàn trả tiền của ngân hàng có kết quả tốt, các quy định về tiền mặt, tài sản thế chấp, tài sản có và ngay cả các việc bảo lãnh cá nhân sẽ lần lượt được bỏ đi. Các viên chức

ngân hàng sẽ đồng ý cho bạn cam kết nguồn vốn lưu động tiền mặt và tài sản của doanh nghiệp hỗ trợ cho các khoản xin vay để bạn rút tiền vay. Vào thời điểm nào đó, thậm chí họ sẽ đến chỗ bạn đưa ra đề nghị cho bạn vay thêm tiền để mở rộng doanh nghiệp của bạn hoặc tạo các nguồn vốn đầu tư khác.

Hợp đồng thuê

Một cách khác mà bạn có thể huy động vốn cho doanh nghiệp là thông qua hợp đồng thuê. Thay vì bạn thanh toán ngay tiền xe hơi, đồ đạc, nhà đất hoặc thiết bị văn phòng bằng tiền mặt, bạn có thể thanh toán tiền thuê hàng tháng hoặc thuê chúng từng tháng hoặc từng năm. Đây là một cách bắt đầu hoạt động kinh doanh khôn khéo, nhất là vì doanh số bán và nguồn tiền mặt lưu động của bạn thường không thể dự đoán được vào các giai đoạn ban đầu của doanh nghiệp.

Trong thời kỳ bùng nổ các công ty hoạt động thương mại điện tử ở thung lũng Silicon và ở khắp nước Mỹ vào cuối thập niên 1990, những người kinh doanh chưa có kinh nghiệm đã có thể huy động khoản vốn đầu tư mạo hiểm lớn trên cơ sở các kế hoạch kinh doanh đại cương. Sau đó họ vướng phải sai lầm đã nhấn chìm số lượng tiền mặt khổng lồ vào các tòa nhà văn phòng đẹp, đồ đạc sang trọng, các xe ô tô nhập khẩu, máy bay và mục quảng cáo ở các giải bóng bầu dục Super Bowl. Chắc chắn họ đã cạn kiệt tiền mặt và không thể vay mượn thêm được nữa. Vì thế các doanh nghiệp của họ nhanh chóng sụp đổ và các nhà đầu tư đánh mất mọi thứ. Bất cứ khi nào có thể, hãy hợp đồng thuê hoặc thuê thay vì mua.

Vươn lên bằng nỗ lực bản thân để đi đến thành công

Cách tốt nhất để cấp vốn và xây dựng doanh nghiệp, là một trong các chiến lược phổ biến và hiệu quả nhất trong kinh doanh, được

gọi là “vươn lên bằng nỗ lực bản thân.” Sự vươn lên bằng nỗ lực bản thân đòi hỏi bạn phải bắt đầu từ nhỏ, tạo ra doanh số bán và lợi nhuận, tái đầu tư lợi nhuận của bạn trở lại doanh nghiệp, rồi sau đó tạo ra doanh số bán nhiều hơn và lặp lại quá trình ấy nhiều lần.

Hàng ngàn người ngày nay đã trở thành những triệu phú và đại triệu phú bắt đầu với một ít tiền hoặc bằng tay trắng và đã gây dựng cơ đồ của họ mỗi lần một đô la trong quá trình nỗ lực vươn lên của bản thân. Dù cho bạn bắt đầu bằng cách tự mình cố gắng vươn lên sẽ chậm hơn, nhưng trong nhiều trường hợp, tạo được một sự tiến bộ nhất định trong quá trình này làm cho nó sẽ có giá trị hơn là mới đầu đã có sẵn nhiều tiền.

Phát huy tính sáng tạo và học hỏi nhanh

Khi bạn bị buộc phải vươn lên bằng chính nỗ lực bản thân để gây dựng doanh nghiệp của mình từ từ, bạn phải bỏ công sức làm việc vất vả và sáng tạo để bù lại tiền bạc và vốn đầu tư. Bạn phải làm việc với những gì bạn có, ngay ở nơi của bạn. Vì bạn có quá ít tiền, bạn không thể đủ sức trả cho trường hợp mắc phải sai lầm. Điều này làm cho bạn càng sắc bén hơn và nhanh nhạy hơn những người sống xa xỉ phải cần đến quá nhiều tiền ở ngân hàng. Nhớ rằng những gì đã xảy đến với những triệu phú của các công ty hoạt động thương mại điện tử mà nhiều người trong số họ ngày nay phải sống nhờ nhà cha mẹ họ.

Nhiều doanh nghiệp bắt đầu với quá nhiều tiền, nhanh chóng vướng vào khó khăn vì họ không học hỏi cách quản lý tiền bạc. Khi bạn vươn lên bằng chính nỗ lực bản thân, bạn luôn có ý thức và hiểu rõ mọi đồng tiền đi vào doanh nghiệp của bạn hoặc ra khỏi nó. Bạn sẽ nhạy bén hơn những người khác rất nhiều. Khi bạn tăng thêm doanh số bán và nguồn tiền mặt lưu động cho doanh nghiệp, bạn càng có thể tạo cho doanh nghiệp kéo dài

trong nhiều năm.

Huy động vốn khách hàng

Bạn có thể cấp vốn cho doanh nghiệp bằng cách dùng cái được gọi là “huy động vốn khách hàng.” Với phương thức này, các khách hàng của bạn cung cấp cho bạn nguồn tiền bạn cần để sản xuất hàng hóa và dịch vụ bạn bán cho họ để thu tiền mà họ đã trả trước cho bạn.

Ross Perot, ngày nay là một đại triệu phú, đã thành lập EDP Industries với \$1.000 mượn được của mẹ (đồng tiền yêu thương!) Sau nhiều cuộc gọi điện để bán hàng, cuối cùng ông ta tìm được một khách hàng sẽ mua cổ phần ý tưởng của ông về việc quản lý tất cả các dịch vụ quản trị dữ liệu công ty của vị khách hàng ấy. Perot thảo luận với khách hàng đầu tiên của ông ta ứng trước lệ phí thanh toán 50% để Perot có thể có đủ khả năng mua thiết bị máy tính và giao các dịch vụ tới nơi ngay. Mọi sự kiện khác đã thành lịch sử.

Yêu cầu đặt tiền cọc

Nhiều doanh nghiệp sẽ yêu cầu 50% tiền đặt cọc cho đơn đặt hàng khi họ tạo được một thương vụ. Với số tiền này, sau đó họ sẽ mua nguyên liệu thô và trả công lao động để sản xuất sản phẩm họ bán. Lợi nhuận của họ trong 50% kia họ thu khi giao hàng hoặc dịch vụ hoàn tất.

Nhận thanh toán trước

Nhiều công ty sử dụng nguồn cấp vốn của khách hàng để bắt đầu tiến hành. Họ tạo ra thương vụ và yêu cầu khách hàng thanh toán toàn bộ hoặc một phần đơn đặt hàng khi đơn đặt hàng phải bỏ vốn. Nếu điều này không thể xảy ra thì họ yêu cầu khách hàng

đồng ý thanh toán ngay khi giao hàng, thay vì chờ 30, 60 hoặc 90 ngày sau. Sau đó họ nhận tiền để trả cho nhà cung cấp của họ.

Điều này được gọi là “sắm sửa đồ nghề” và rất phổ biến ở các doanh nghiệp nhỏ. Bạn thu xếp điều khoản thanh toán sau 30 hoặc 60 ngày với nhà cung cấp của mình. Bạn bán sản phẩm, nhận thanh toán, sau đó quay vòng và trả cho nhà cung cấp của bạn trước khi hóa đơn đến hạn. Bằng cách này, bạn không bị kẹt vốn. Bằng cách bán sản phẩm, nhận thanh toán, sau đó trả cho nhà cung cấp của mình, bạn thực sự có thể hoạt động doanh nghiệp với một ít vốn hoặc không phải đầu tư tiền mặt, nếu không dễ bị rơi vào tình thế khó khăn.

Bán hàng đăng ký trả trước

Một cách huy động vốn khách hàng khác là bán hàng qua các bản tin, hội thảo để đăng ký trả trước với nhiều hình thức. Khách hàng trả tiền trước cho sản phẩm hoặc dịch vụ, trước khi được giao hàng. Với phương thức đăng ký trả trước, các khách hàng trả toàn bộ một năm mua sản phẩm trước khi nhận được số hàng đầu tiên.

Bán hàng bằng thư trực tiếp

Tiếp thị bằng thư trực tiếp là một hình thức khác để huy động vốn khách hàng. Bạn phải bỏ vốn đầu tư vào quảng cáo trước, nhưng sau đó bạn nhận được các đơn đặt hàng trước khi bạn thực hiện và giao sản phẩm. Thực ra bạn nhận được tiền mặt hoặc thẻ tín dụng trước khi bạn phải mua hàng để giao sản phẩm hoặc dịch vụ. Các khách hàng của bạn thực sự trả cho công việc ấy khi bạn bắt đầu tiến hành.

Cấp tác quyền

Bạn có thể huy động vốn khách hàng bằng cách cấp tác quyền để sản xuất hoặc tiêu thụ một sản phẩm mà bạn sở hữu hoặc kiểm soát để đổi lấy tiền bản quyền phát minh hoặc lệ phí.

Nhận tiền thuê trả trước

Bạn có thể huy động vốn khách hàng về việc tư vấn. Nhiều doanh nghiệp nhỏ bắt đầu với một người có kiến thức chuyên môn về một lĩnh vực đặc biệt. Người ấy đi giao dịch để cung ứng các dịch vụ làm tư vấn, được gọi là “phương thức nhận tiền thuê trả trước”. Theo phương thức này, các thân chủ trả cho bạn tiền thuê trả trước hàng tháng để bạn làm việc với họ trong một số ngày hoặc một số giờ mỗi tháng. Trong quá trình tư vấn, họ sẽ thanh toán tăng dần (theo tiến độ công việc), thường vào đầu tháng.

Nếu bạn làm việc tư vấn theo phương thức nhiều ngày hoặc hàng tuần bạn có thể tính hóa đơn khách hàng theo công việc bạn thực hiện theo phương thức hàng tuần hoặc hàng tháng. Bằng cách này, khách hàng sẽ cấp vốn cho các hoạt động của bạn.

Tiếp thị đa cấp

Tiếp thị đa cấp (*Multilevel Marketing*) là một cách khác để huy động vốn khách hàng. Trong tiếp thị đa cấp, thứ duy nhất bạn cần có là bộ hàng mẫu để khởi sự. Sau khi minh họa hàng mẫu, bạn có thể dùng đơn đặt hàng để khách hàng đặt hàng và thu tiền thanh toán. Sau đó bạn có thể mua các sản phẩm của nhà sản xuất, giao hàng theo đơn đặt hàng và giữ lại tiền lời.

Bao thanh toán khoản phải thu

Nhiều công ty sử dụng các ngân hàng để bao thanh toán các đơn mua hàng của các khách hàng của họ. Nhất là nếu bạn nhận được một đơn đặt hàng của một công ty lớn có tiếng tốt, thì đơn mua

hàng ấy là chứng từ bảo đảm thanh toán cho trường hợp khi bạn giao sản phẩm hoặc dịch vụ của mình. Vì khách hàng của bạn có độ đáng tin cậy, nên ngân hàng sẽ cho bạn vay 70% hoặc 80% mệnh giá của đơn mua hàng ấy. Sau đó họ sẽ tính lãi tiền vay theo số dư nợ này trong khoảng thời gian từ khi cho bạn vay tiền tới lúc bạn thu được tiền của khách hàng để hoàn trả cho ngân hàng.

Nhượng độc quyền kinh doanh

Huy động vốn khách hàng là một cách phổ biến để huy động nguồn vốn mà bạn thấy lúc nào bạn cũng cần dùng. Thí dụ, việc nhượng độc quyền kinh doanh là một hình thức huy động vốn khách hàng. Người nhượng độc quyền sẽ mở rộng công việc kinh doanh bằng cách bán quyền sử dụng hệ thống kinh doanh và thương hiệu của người ấy ở một khu vực thị trường khác. Người nhận độc quyền kinh doanh phải trả lệ phí nhượng độc quyền kinh doanh và cung cấp số tiền cần thiết để hỗ trợ doanh nghiệp được nhượng độc quyền mới thành lập. Hiện nay McDonald có 30.000 cửa hàng độc quyền kinh doanh ở khắp thế giới dựa vào khái niệm huy động vốn khách hàng.

Tìm kiếm vốn mạo hiểm

Một số công ty được cấp vốn bằng nguồn vốn mạo hiểm. Đây là số tiền phức tạp được người giàu kinh nghiệm quản lý, số tiền được góp chung này là vốn để đầu tư vào các công ty có tiềm năng phát triển nhanh có rủi ro cao. Loại tiền này gây được tiếng vang nhưng rất khó nắm giữ.

Nhiều chủ doanh nghiệp trẻ cố huy động vốn mạo hiểm để thành lập doanh nghiệp. Họ hết sức ngạc nhiên vì sao việc huy động vốn quá khó. Không đến 1% các dự thảo thành lập doanh nghiệp được các nhà tư bản mạo hiểm chấp nhận hùn vốn vì các doanh

ngành mới thành lập rất dễ bị rủi ro. Đến 99% tất cả các kế hoạch kinh doanh và các dự thảo thành lập doanh nghiệp được gửi cho các nhà tư bản mạo hiểm xem xét cuối cùng bị ném vào sọt rác. Các nhà tư bản mạo hiểm không hoạt động kinh doanh để làm tiêu tan tiền bạc khách hàng của họ.

Ba quy định về vốn mạo hiểm

Ngày nay, các nhà tư bản mạo hiểm sẽ chỉ đầu tư vào một doanh nghiệp khi doanh nghiệp ấy có 3 thứ áp dụng cho loại vốn này. Thứ nhất, nó phải có đủ hồ sơ chứng tỏ đạt thành tích. Doanh nghiệp ấy phải hoạt động thành công ít nhất 2 năm. Ở giai đoạn này, chủ doanh nghiệp thăm dò ý kiến các nhà tư bản mạo hiểm về vấn đề vốn để mở rộng doanh nghiệp lợi dụng các cơ hội thị trường lớn hơn.

Thứ hai, chủ doanh nghiệp hoặc chủ cơ sở kinh doanh phải gửi kế hoạch kinh doanh hoàn chỉnh để được xem xét. Một kế hoạch kinh doanh hoàn chỉnh có thể thi hành ở bất cứ nơi đâu từ 2 tới 6 tháng sản xuất và có thể đòi hỏi phải từ 100 tới 300 giờ. Có thể phải chi phí từ \$25.000 tới \$50.000 ở bất cứ nơi đâu để mượn chuyên viên tư vấn ở bên ngoài cho dự án ấy. Nhà tư bản mạo hiểm thậm chí sẽ không thảo luận với một người nào về việc đầu tư mà không có dự án kinh doanh đầy đủ chi tiết hoàn chỉnh được chủ doanh nghiệp hiểu thấu đáo và có thể giải thích cặn kẽ từng trang, từng con số.

Thành phần thứ ba và thường là nhân tố quan trọng nhất mà các nhà tư bản mạo hiểm tìm kiếm trước khi họ sẽ đầu tư vào công ty của bạn, là ban quản lý có trình độ năng lực thích hợp. Ngày nay các nhà tư bản mạo hiểm khảo sát kỹ kinh nghiệm của các giám đốc của công ty hơn bất cứ nhân tố nào khác khi đưa ra quyết định cho vay tiền.

Nếu vì bất cứ lý do nào bạn không có hồ sơ chứng minh thành tích đầy đủ về việc xây dựng và hoạt động doanh nghiệp có lãi, cộng với kế hoạch kinh doanh hoàn chỉnh giải thích chính xác tại sao bạn cần tiền và bạn có ý định làm gì với số tiền đó, cũng như bạn quản lý chứng tỏ có đủ năng lực trình độ thích hợp, thì tốt hơn nên tìm các nguồn vốn khác hơn là từ các nhà tư bản mạo hiểm.

Tham khảo nguồn SBA

Bạn thường có thể thu hút nguồn vốn từ cơ quan Quản trị doanh nghiệp nhỏ (SBA- Small Business Administration). SBA sẽ khảo sát các kế hoạch kinh doanh được gọi là “người cho vay phương sách cuối cùng”. Điều này có nghĩa là cơ quan này sẽ chỉ xem xét kế hoạch kinh doanh và đơn xin vay của bạn khi bạn đã bị ít nhất hai ngân hàng hoặc hai cơ quan tài chính khác bác bỏ hoặc từ chối.

May mắn là vì SBA là một tổ chức của chính phủ, dù họ không chấp thuận đơn xin vay của bạn, nhưng cán bộ ở đây sẽ giúp bạn điều hành doanh nghiệp thành công hơn. Họ sẽ cung cấp cho bạn các dịch vụ tư vấn với giá thấp và đôi khi được miễn phí. SBA cũng có các ấn bản, sách, tập hướng dẫn, vân vân mà chúng có thể giúp bạn tiếp thị, huy động vốn, bán hàng và các khía cạnh kinh doanh khác. Nhiều công ty vừa và nhỏ đã được cơ quan Quản Trị Doanh Nghiệp Nhỏ cứu vãn hoặc vực dậy.

Tìm kiếm nguồn vốn từ các công ty đầu tư doanh nghiệp nhỏ

Đôi khi bạn có thể huy động vốn thông qua các công ty đầu tư doanh nghiệp nhỏ (SBIC- Small Business Investment Companies). Đây là các nhóm người đầu tư mạo hiểm góp vốn chung với nhau để đầu tư vào các công ty nhỏ có triển vọng thành công. Họ giống như các nhóm nhà tư bản mạo hiểm, họ cũng đòi hỏi phải có

thành tích nào đó trong quá khứ trước khi họ sẽ đầu tư vào nơi bạn.

Cả các nhà cung cấp vốn liên doanh lẫn các công ty đầu tư doanh nghiệp nhỏ đều sẽ đòi hỏi bạn phải có vốn tự có trong công ty của bạn. Họ cũng rất thường đòi hỏi được kiểm soát số vốn cổ phần này, 51% hoặc hơn trong tổng số vốn doanh nghiệp của bạn, trước khi họ đầu tư. Nếu bạn không thực hiện được lời hứa của mình và tạo được lợi nhuận bạn đã hứa, thì họ đòi hỏi được ở tư thế tiếp quản công ty của bạn, được quyền thay ban quản trị doanh nghiệp để thu hồi vốn đầu tư của họ.

Phát hành chứng khoán ra công chúng

Bạn có thể huy động vốn cho doanh nghiệp của bạn bằng việc bán chứng khoán ra công chúng. Trong thời kỳ bùng nổ các công ty hoạt động thương mại điện tử, nhiều công ty tham gia vào thị trường chứng khoán, bán cổ phiếu để huy động nguồn vốn lớn thậm chí trước khi họ xây dựng hoặc bán được một sản phẩm hoặc dịch vụ. Họ được gọi là các công ty “thu nhập trước”. Loại đầu tư này – phát hành cổ phiếu trước khi doanh nghiệp hoạt động – chẳng bao giờ xảy ra trước thời kỳ đó (thập niên 90) và chắc là không bao giờ sẽ xảy ra nữa.

Thông thường, việc bán chứng khoán ra công chúng đòi hỏi phải có hồ sơ chứng minh thành tích làm ăn có lãi, thường trong 7 năm, phải có các báo cáo tài chính được kiểm toán từ 2 tới 3 năm. Việc bán chứng khoán ra công chúng được thực hiện thông qua công ty môi giới chứng khoán, họ sẽ nghiên cứu giải quyết hầu như mọi chi tiết, rồi sau đó bán chứng khoán ra công chúng hoặc cho khách hàng của họ.

Tỷ lệ giá-lợi nhuận

Việc bắt đầu phát hành cổ phiếu là một trong các cách nhanh nhất để trở nên giàu có ở Mỹ. Bằng cách xây dựng doanh nghiệp với thành tích tăng trưởng lợi nhuận trong quá khứ, bạn có thể bán chứng khoán cho công chúng dựa vào đó để tăng nhân lợi nhuận lên gấp bội. Thí dụ, tỷ lệ giá-lợi nhuận trung bình của các công ty theo chỉ số S&P 500 (chỉ số giá cả 500 chứng khoán của công ty S&P) khoảng 15:1 trong 50 năm qua có biến động giá cả. Điều này có nghĩa là nếu công ty của bạn kiếm được \$1 triệu lợi nhuận mỗi năm, thì thị trường chứng khoán sẽ đạt giá trị \$15 triệu và bạn có thể ấn định giá cổ phiếu dựa vào sự đánh giá này.

Nếu người mua ở thị trường chứng khoán tin rằng công ty của bạn sẽ phát triển và tăng thêm lợi nhuận trong nhiều năm nữa, thường họ sẽ trả gấp 20 và 30 lần lợi nhuận dự tính cho chứng khoán ấy. Trong thời kỳ bùng nổ các công ty hoạt động thương mại điện tử, các công ty không có lợi nhuận sẽ bán tăng lên gấp 300 lần lợi nhuận dự kiến. Những nhà đầu tư lanh trí sẵn sàng thanh toán các khoản quá lớn dựa vào các dự kiến lạc quan khác thường. Nhưng thời buổi đó đã vĩnh viễn trôi qua.

Đòi hỏi phải công bố cổ phần đầy đủ

Thường bạn có thể đưa ra bán chứng khoán *riêng tư* cho các nhà đầu tư cá nhân sẽ đầu tư vào công ty của bạn mà bạn không phải bắt đầu phát hành cổ phiếu. Trong cả hai trường hợp, các nhà đầu tư sẽ đòi hỏi phải có báo cáo “chuyên sâu” về công ty của bạn. Điều này có nghĩa là họ sẽ đòi hỏi phải có các chuyên gia đánh giá kỹ lưỡng về mọi từ và con số trong các báo cáo tài chính và các dự án, bao gồm mọi chi tiết về quá trình lịch sử của bạn để họ chắc chắn được mọi điều bạn nói là hoàn toàn đúng và có thể thực hiện được.

Điều tuyệt vời về việc bán chứng khoán *công khai* là nó cung cấp cho thị trường các cổ phần của bạn trong công ty. Khi công ty của

bạn bắt đầu phát triển và bạn bắt đầu phát hành cổ phiếu, bạn có thể bán 30% hoặc 40% chứng khoán của công ty vào thị trường chung. Sau đó giá thị trường công khai sẽ ấn định giá trị các cổ phần của chứng khoán còn lại của bạn. Với giá trị được thị trường công khai ấn định, bạn có thể vay mượn dựa vào chứng khoán bạn sở hữu, sử dụng nó để huy động vốn bằng cách phát hành cổ phiếu và thậm chí sử dụng chứng khoán của bạn để mua các công ty khác.

Huy động vốn nhà cung cấp

Bạn có thể huy động tiền mặt cho doanh nghiệp bằng cách được gọi là “huy động vốn nhà cung cấp”. Nhiều công ty cung cấp cho bạn hàng hóa và các dịch vụ để bán cho khách hàng của bạn mà họ sẽ cho bạn trả chậm, nếu bạn yêu cầu điều đó. Nếu bạn có thành tích trong quá khứ và mức đánh giá khả năng chi trả tốt, thì họ thường sẽ sẵn sàng chờ thanh toán trong 60 hoặc 90 ngày. Điều này cho bạn cơ hội mua các sản phẩm và dịch vụ, ngay cả nguyên liệu thô của các nhà cung cấp của bạn để sản xuất hàng hóa và dịch vụ bạn sẽ bán cho khách hàng của mình, rồi sau đó thanh toán cho họ, suốt thời gian trước khi thanh toán đều dựa vào các nhà cung cấp của bạn.

Với uy tín tốt, một người có thể mở doanh nghiệp, tạo ra các thương vụ, thỏa mãn các thương vụ ấy để kiếm lời từ lâu trước khi phải trả cho sản phẩm hoặc dịch vụ (của nhà cung cấp) đã bán xong. Khả năng thực hiện điều này tùy thuộc vào rất nhiều ở tính cách, uy tín, mức đánh giá khả năng chi trả của bạn, niềm tin của nhà cung cấp vào bạn và khả năng thanh toán của bạn.

Những nguồn tín dụng tốt hơn

Đây là một điểm quan trọng đáng lưu ý: Các công ty càng nhỏ hoặc mới thành lập thì càng có thể cung ứng cho bạn điều kiện

cho thanh toán sau (cho thiếu chịu) hơn các công ty lớn. Các công ty càng nhỏ hoặc mới thành lập thường dễ thỏa thuận mua bán hơn vì họ có ít thương vụ và háo hức làm ăn.

Chìa khóa để có được các điều kiện cho thanh toán sau rộng rãi từ các nhà cung cấp ủng hộ bạn là ghé đến thăm *riêng* họ. Cho biết về các thương vụ hoặc thuyết phục trưởng phòng tín dụng tin bạn và lý do bạn cần được cho thanh toán sau. Đem theo báo cáo tài chính của bạn. Trình bày kế hoạch kinh doanh của bạn. Giải thích những gì bạn sẽ thực hiện, các nhà cung cấp của bạn rất hay tăng thêm thời gian thanh toán sau cho bạn và giúp bạn xây dựng doanh nghiệp.

Trong một câu chuyện được nhiều người biết đến, Victor Kiam đã mua Remington Products, một công ty trị giá \$150 triệu gần như 100% được các chủ sở hữu cổ phần trong công ty ấy cấp vốn. Những người muốn bán công ty đã cấu kết thỏa thuận mua bán với nhau bằng cách họ có thể cấp hầu như toàn bộ vốn cho việc mua công ty ấy và họ sẽ thu hồi vốn của họ sau này ngoài nguồn vốn lưu động tiền mặt và lợi nhuận của công ty.

CÁC YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH TÍN DỤNG

Có hai nhân tố ảnh hưởng đến việc huy động vốn dù bạn có thể huy động được hoặc phải huy động vốn cho doanh nghiệp của mình. Thứ nhất là loại hình doanh nghiệp hoặc ngành kinh doanh mà bạn sẽ đi vào. Nếu bạn đi vào con đường kinh doanh phải giao dịch phần lớn bằng tiền mặt thì bạn sẽ khó huy động được vốn dài hạn. Các nhà cung cấp vốn sẽ mong chờ bạn thu tiền hàng và thanh toán lại cho họ ngay khi bạn tiêu thụ xong.

Nhân tố thứ hai sẽ ảnh hưởng đến việc huy động vốn dù bạn có thể huy động được hoặc phải huy động vốn là khu vực địa lý bạn sẽ hoạt động. Một số nơi trong thành phố, quận huyện, tỉnh hoặc

trong nước dễ vay tiền để khuyến khích trường hơn các nơi khác.

Trong một số khu vực có mức tăng trưởng nhanh, các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác rất sẵn sàng cho bạn vay tiền. Ở một số khu vực khác, họ sẽ rất thận trọng và thường sẽ không cho bạn vay đồng nào, dù kế hoạch kinh doanh của bạn đáng tin cậy như thế nào.

CHỌN NGÀNH NGHỀ KINH DOANH THÍCH HỢP NHẤT VỚI BẠN

Bạn nghĩ sẽ đi vào ngành nghề kinh doanh nào? Cách trả lời tốt nhất cho câu hỏi này đối với bạn là thử thực hiện trước ở nhà. Theo tạp chí *Inc.*, các doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất ở Mỹ, theo từng lĩnh vực, như sau: dịch vụ nói chung chiếm 47%, về sản xuất chiếm 23%, phân phối chiếm 15%, bán lẻ chiếm 8% và xây dựng chiếm 7%.

Về ngành công nghiệp, các doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất là công nghiệp máy tính hoặc công nghệ cao chiếm 29%, dịch vụ kinh doanh chiếm 17%, hàng hóa tiêu dùng chiếm 14%, xây dựng chiếm 8%, thiết bị công nghiệp chiếm 7%, xuất bản và phương tiện truyền thông chiếm 4%, viễn thông chiếm 3% và thiết bị y khoa và dược phẩm chiếm 3%. Các số liệu này thay đổi mỗi năm.

Chọn ngành nghề kinh doanh tăng trưởng theo khu vực phát triển

Bạn biết được tỷ lệ phần trăm này thật quan trọng vì các ngân hàng và các cán bộ tín dụng nghiên cứu chúng kỹ lưỡng khi quyết định liệu có cho một doanh nghiệp nhất định nào đó vay hay không.

Bạn biết được các số liệu thống kê này cũng rất quan trọng khi bạn quyết định đi vào ngành nghề kinh doanh nào. Các doanh nghiệp làm dịch vụ, doanh nghiệp về máy tính và các dịch vụ kinh doanh đều là các doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất và thành công nhất ở Mỹ. Lưu ý các tỷ lệ phần trăm này sẽ thay đổi liên tục, vì vậy phải kiểm tra số liệu thống kê ở địa phương của bạn và luôn cập nhật.

Tỷ lệ phần trăm của các doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất và đáng tin cậy nhất sẽ khác nhau tùy theo tiểu bang, thành phố và nơi này so với nơi khác trong nước. Trên thực tế bạn có thể tạo được nhiều tiến bộ hơn trong một khoảng thời gian ngắn hơn theo một ngành nghề kinh doanh phát triển nhanh, ở vùng có tốc độ tăng trưởng nhanh trong nước, hơn là bạn có thể làm việc suốt cả cuộc đời theo một ngành nghề kinh doanh bị suy thoái hoặc ở vùng chậm phát triển và mật độ dân số giảm đi hoặc mất thị phần.

Nơi thích hợp nhất để đặt trụ sở

Biến số mẫu chốt để xác định các lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất và thịnh vượng nhất để đặt trụ sở là số các doanh nghiệp mới được thành lập mỗi năm về một lĩnh vực nhất định. Tỷ lệ hình thành doanh nghiệp mới là chỉ số đơn giản nhất cho biết một khu vực tăng trưởng nhanh ở mức độ nào.

Theo các nhà kinh tế học, 8 tới 10% việc làm bị mất ở bất kỳ một lĩnh vực nhất định nào mỗi năm do sự thu hẹp quy mô, khối lượng công việc giảm, tạm ngưng hoạt động, phá sản, sát nhập công ty và các lý do khác. Đối với một lĩnh vực tăng trưởng kinh tế, không những phải thu hút được 8 tới 10% việc làm đang bị mất mỗi năm, mà còn phải tạo ra thêm được việc làm bổ sung vì lực lượng lao động mới hình thành.

Tạp chí *Fortune* cho rằng dự báo khả quan nhất về sự tăng trưởng kinh tế là các khu vực thành phố nơi tập trung nhiều sinh viên tốt nghiệp đại học, cộng với nhiều lối sống đặc trưng thu hút những người sáng tạo. Trên cơ sở này, một số vùng thành phố tăng trưởng nhanh nhất ở Mỹ trở nên hình thành ở Boston, Palo Alto, Los Angeles, San Diego, Austin, Raleigh-Durham, Atlanta, Miami và Seattle. Các vùng này có nhiều dân học thức cộng với các lối sống đặc trưng thu hút khiến cho người ta muốn sống ở đó và phát sinh thêm các gia đình mới.

Lối sống vươn cao

Thí dụ, hai trong các thành phố nổi tiếng nhất hiện nay ở Mỹ là San Diego và Atlanta. Sở dĩ như vậy vì chất lượng cuộc sống sẵn có ở các thành phố đó. Ngày càng nhiều người sẽ quyết định nơi họ muốn sống trước khi họ quyết định muốn làm gì. Sau đây là các thành phố đứng đầu về phát triển doanh nghiệp – xếp theo thứ tự.

Los Angeles. Các vùng tăng trưởng nhanh nhất ở Mỹ có thể dự đoán trong tương lai sẽ là các thành phố như Los Angeles. Hiện nay nó là trung tâm có mật độ dân số và việc làm đứng số 1 trong cả nước. Nó có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất và tạo ra việc làm và công ty mới nhiều hơn bất cứ thành phố nào trong cả nước.

New York/New Jersey. Trung tâm mạnh nhất đứng thứ hai về các công ty mới thành lập và tạo ra việc làm mới là New York, nhất là ở các vùng ven của thành phố tới Hudson River và phía bên kia thuộc New Jersey.

Dallas. Khu vực đứng thứ ba về tăng trưởng nhanh là Dallas. Dallas có nền kinh tế đa dạng bền vững, không còn phụ thuộc vào dầu mỏ và sẽ trở thành một trong những thành phố sinh hoạt tốt nhất trong tương lai có thể thấy trước.

San Diego. Khu vực nổi tiếng nhất đứng thứ tư là San Diego và khu vực đại San Diego. San Diego đã trở thành thành phố có sức lôi cuốn dân chúng và sự ra đời của các doanh nghiệp mới, cùng với khí hậu tốt nhất và trở thành một trong những thành phố có lối sống thu hút nhất ở Mỹ.

Houston. Houston là thành phố nổi tiếng nhất đứng thứ năm về phát triển các doanh nghiệp mới và phát triển dân số ở Mỹ. Nó trở thành một trung tâm lớn về y khoa, công nghệ và phần mềm máy tính.

Boston. Khu vực tăng trưởng nhanh nhất đứng thứ sáu ở Mỹ là Boston và các vùng phụ cận của nó. Sự phát triển công nghệ cao chung quanh Boston phần lớn được cho là do nó có các trường đại học và cơ sở giáo dục tập trung nhiều nhất ở Mỹ. Khu vực Boston có nhiều trường đại học tính theo đầu người hơn bất kỳ khu vực thành phố nào khác ở Bắc Mỹ.

Atlanta. Thành phố tăng trưởng nhanh nhất ở Mỹ đứng thứ bảy là Atlanta. Nó đang có tốc độ tăng trưởng nhanh trong thập niên qua và đang tiếp tục mở rộng. Câu nói đùa ở Atlanta là thành phố lúc nào cũng “đang xây dựng”.

Các thành phố khác có mức tăng trưởng nhanh

Có hai thành phố nữa được cho là tăng trưởng nhanh chóng là Austin ở Texas và Raleigh–Durham ở Bắc Carolina. Cả hai thành phố này đều gần các trường đại học. Chúng đang có đà tăng trưởng dân số đều đặn. Với số lớn các doanh nghiệp mới được thành lập có nghĩa là có sự tăng thêm việc làm nhanh ở khu vực này.

Mặc dù các khu vực có mật độ dân số ít hơn và đà tăng trưởng chậm hơn ở Mỹ ngày nay (năm 2004) như San

Bernardino/Riverside, California và Las Vegas, Nevada, nhưng các doanh nghiệp đang khởi động ở các thành phố này với tốc độ nhanh, hàng ngàn các việc làm mới đang được tạo ra và sự phát triển bất động sản đang bùng nổ. Điều này rất có thể còn tiếp tục xảy ra trong nhiều năm.

BẠN CÓ THỂ BẮT ĐẦU HÔM NAY

Bạn có thể bắt đầu bằng cách vay mượn bằng thẻ tín dụng, vay dựa vào hợp đồng bảo hiểm nhân thọ của bạn và các tài sản cá nhân của bạn. Thậm chí bạn có thể vay của chủ thuê bạn hiện thời hoặc các khách hàng tương lai của bạn. Bạn có thể tiết kiệm tiền bạc bằng cách chịu khó làm việc và hy sinh để gây vốn. Bạn có thể làm thêm giờ để nghiên cứu học hỏi thêm về doanh nghiệp của bạn. Hàng ngàn các doanh nghiệp đã rất thành công được khởi sự với số vốn nhỏ nhoi và thường gây dựng từ nhà để xe, chủ yếu là sự đầu tư thời gian và công sức của người thành lập nó.

Bất cứ cái gì người khác đã làm được trước đây hợp lý thì hôm nay bạn cũng có thể bắt đầu làm được như vậy. Các câu hỏi duy nhất bạn phải trả lời là “Bạn có thể chịu đựng được gian nan cỡ nào?” và “Bạn có sẵn sàng trả giá không?” Nếu bạn muốn bắt đầu gây dựng doanh nghiệp đủ bền vững và bạn sẵn sàng trả giá trước để đạt được thành công, thì chẳng cái gì có thể ngăn cản được bạn với điều kiện bạn không chịu bỏ qua khi chưa tiến bộ.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Xác định chính xác bạn sẽ cần bao nhiêu tiền để bắt đầu gây dựng doanh nghiệp của mình thành công, để bắt đầu các sản phẩm mới và để mở rộng hoạt động của bạn. Bạn phải biết rõ ràng và chính xác.
2. Quyết định một hoặc nhiều phương pháp huy động vốn cho

doanh nghiệp của bạn và bắt đầu dùng khẩu hiệu kỳ diệu để thành công trong kinh doanh là “hỏi”. Nhớ rằng câu trả lời là “không”, trước khi bạn hỏi. Bạn chẳng có gì để mất.

3. Bắt đầu ngay hôm nay thu xếp mức đánh giá khả năng chi trả của bạn cho tốt và các giao dịch tài vụ cho đầu vào đầy. Điều này có thể giúp ích cho bạn trong suốt những năm tháng của cuộc đời làm ăn.

4. Bắt đầu tạo dựng dần mức đánh giá khả năng chi trả chắc chắn bằng cách vay mượn và trả sớm. Tạo mối quan hệ tốt với giám đốc ngân hàng của bạn. Tạo dựng uy tín của bạn về tính cách con người và năng lực làm việc.

5. Vươn lên bằng nỗ lực bản thân của bạn để thành công về tài chính bằng cách bắt đầu ngay tại nơi bạn ở và tạo ra các thương vụ để kiếm lời.

6. Suy nghĩ liên tục cách tạo ra thu nhập – tạo ra các thương vụ, giao hàng bạn bán và nhận thanh toán nhanh.

7. Duy trì các tài khoản tài chính chính xác và sổ sách ghi chép về mọi chi phí và giao dịch. Thuê chuyên viên kế toán hoặc kế toán viên, làm toàn bộ thời gian hoặc bán thời gian. Luôn theo dõi các số liệu. Đừng bao giờ phó mặc chúng cho may rủi.

“Tất cả mọi thứ đều có con đường dẫn đến và nếu chúng ta có đủ ý chí chúng ta sẽ luôn luôn có đủ phương tiện”.

François de la Rochefoucauld

8

SUY NGHĨ LÀM GIÀU LÊN

“Vì mục đích của kinh doanh là tạo ra khách hàng, doanh nghiệp có hai nhiệm vụ cơ bản – và chỉ hai nhiệm vụ này là: tiếp thị và sáng kiến. Tiếp thị và sáng kiến tạo ra các kết quả; còn tất cả các cái khác đều là “phí tổn”.

Peter Drucker

Có lẽ bạn đã nghe thấy người ta nói nhiều lần về cách để trở thành giàu có là “làm việc chăm chỉ và tiết kiệm tiền của”. Câu nói này có phần đúng, có phần sai. Có nhiều người làm việc cần mẫn và cần cù, nhưng họ chỉ đủ sống qua ngày.

Dù sao nguyên tắc này cũng có phần nào đích thực. Làm việc chăm chỉ hết sức quan trọng, cũng như cần phải tiết kiệm và gây dựng vốn liếng. Tuy nhiên, thực tế đáng buồn là bạn không thể trở thành giàu có chỉ bằng cách làm việc cần cù tích cực nhiều giờ hơn nữa. Bạn còn phải làm việc *lanh lợi* hơn. Bạn phải biết cách khơi dậy các khả năng sáng tạo của bạn và 90% khả năng trí tuệ của bạn khu trú ở trí tuệ thuộc tiềm thức và *siêu ý thức*.

Có mối quan hệ trực tiếp giữa mức độ bạn vận dụng tính sáng tạo của mình và mức độ bạn trở thành giàu có. Điều duy nhất bạn cần là ý tưởng có giá trị để đưa bạn bước vào con đường dẫn tới giàu có.

Ở chương này, bạn sẽ tìm hiểu tại sao tính sáng tạo để thành

công lại quan trọng đến thế, một số cản trở đến tính sáng tạo bạn cần phải loại bỏ và một số cách để khơi dậy tính sáng tạo của bạn đều đặn hàng ngày. Bạn sẽ tìm hiểu một số câu hỏi then chốt bạn có thể hỏi để kiểm tra giá trị của các ý tưởng mới và cách phát huy các phẩm chất của thiên tài.

BẠN CÓ THỂ TRỞ THÀNH MỘT THIÊN TÀI

Nhiều năm tôi nghiên cứu về khả năng thông minh và giảng dạy về tính sáng tạo, công việc này đã làm cho tôi tin rằng người nào cũng có mầm mống thiên tài nằm trong người họ. Bạn có thể khơi dậy khả năng tưởng tượng sáng tạo của mình để nó mang về cho bạn mọi thứ mà bạn thực sự có thể muốn có trong cuộc sống. Công việc của bạn là học cách để đến được kho ý tưởng của trí tuệ này.

Mục đích của bạn phải học cách sử dụng óc sáng tạo để *đạt được* bất kỳ mục đích nào, *khắc phục* bất kỳ trở ngại nào và *giải quyết* mọi vấn đề trên con đường trở thành một triệu phú tự lập. Nếu bạn muốn có được sự thành công về tài chính đủ mạnh mẽ và sẵn sàng làm việc chăm chỉ, thì chẳng có gì có thể ngăn cản được bạn. Trí tuệ của bạn sẽ chỉ cho bạn biết con đường ấy.

TẠI SAO TÍNH SÁNG TẠO QUAN TRỌNG ĐẾN VẬY

Có ba lý do chủ yếu tại sao tính sáng tạo để xây dựng cơ đồ của bạn lại quan trọng. Thứ nhất, việc giải quyết các vấn đề và đưa ra các quyết định là các nhiệm vụ then chốt của chủ doanh nghiệp. Đến 50% tới 60% thời gian của bạn trong doanh nghiệp và cuộc sống phải dành cho việc giải quyết các vấn đề nào đó. Bạn càng trở nên suy nghĩ được các cách sáng tạo để giải quyết các vấn đề trong công việc và đời sống hằng ngày mà chúng thường xảy ra không sao tránh khỏi và đưa ra được các quyết định hiệu quả thì bạn sẽ càng thành công hơn.

Thứ hai, mỗi người trong chúng ta đều muốn kiếm được nhiều tiền. Tất cả chúng ta đều muốn được thành đạt hơn và có nhiều uy tín hơn, được quý trọng hơn và được nhiều người biết đến. Khả năng giải quyết các vấn đề của bạn là yếu tố quyết định cốt lõi đến việc bạn kiếm được bao nhiêu tiền và bạn sẽ trở nên thành công ra sao?

Thứ ba, bạn chỉ có thể kiếm được nhiều tiền hơn bằng cách sản xuất được nhiều sản phẩm hơn. Bạn chỉ có thể trở nên giàu có bằng cách làm các công việc nhanh hơn, tốt hơn hoặc rẻ hơn và bằng cách sản xuất ra nhiều sản phẩm hơn. Bạn chỉ có thể đạt được đỉnh cao bằng cách thực hiện được các công việc có giá trị cao hơn và điều này đòi hỏi bạn phải sử dụng óc thông minh và tính sáng tạo của bạn nhiều hơn.

SỬ DỤNG ÓC THÔNG MINH CỦA BẠN NHIỀU HƠN

Đa số người ta làm việc chẳng mấy sáng tạo. Một người trung bình sẵn có óc thông minh rất lớn mà người ấy thường có thói quen không dùng đến nó.

Bạn đã nghe nói một người trung bình sử dụng không đến 10% năng lực trí tuệ, cho nên trí tuệ của họ tiềm tàng bên trong. Theo viện não Stanford, thực ra khối lượng não chiếm gần 2% khối lượng cơ thể. Số lượng nhỏ này thường xuyên phải dành cho các hoạt động hằng ngày, làm các việc giống nhau theo cách tương tự như trước, chẳng hạn như, xem TV và thường thực hiện dưới mức tiềm năng của trí tuệ xa.

Do đó một người trung bình có 90% hoặc hơn tiềm năng trí tuệ của họ ở dạng dự trữ, *không dùng đến*. Khi bạn học cách khơi nguồn năng lực dự trữ to lớn đó, bạn sẽ có thể làm bất cứ cái gì bạn thực sự muốn trong cuộc đời. Bạn sẽ bắt đầu thực hiện ở trình độ thiên tài.

NHÂN CÁC KẾT QUẢ CỦA BẠN LÊN

Bằng cách làm cho các kỹ năng suy nghĩ của bạn trở nên sắc bén và rèn luyện các năng lực sáng tạo bẩm sinh của bạn, bạn có thể nhân giá trị của các nỗ lực của bạn lên gấp bội và tăng thêm số lượng phần thưởng của bạn. Bạn có thể làm cho mình có giá trị nhiều hơn về mọi việc bạn làm. Bạn có thể hoàn thành công việc được nhiều hơn trong một khoảng thời gian ngắn hơn.

May mắn là tính sáng tạo là một kỹ năng có thể *học* được và có thể làm tăng nhanh sự phát triển chuyên môn và phát huy bản thân bạn rất nhiều. Giống như chơi thể thao hoặc chơi âm nhạc, khả năng sáng tạo của bạn có thể tiến bộ bằng cách thực tập. Bạn thực sự có thể làm cho mình lanh lợi hơn và nhanh trí hơn bằng cách làm các việc gì đó theo một cách nào đó khi bạn tìm hiểu ở các trang kế tiếp.

TRONG SAO THÌ NGOÀI VẬY

Tất cả mọi thứ bạn có hoặc sẽ có là kết quả trực tiếp của cách bạn suy nghĩ. Thế giới bên ngoài bạn là sự phản chiếu của thế giới bên trong bạn (định luật tương ứng). Nếu bạn phát huy năng lực suy tư, bạn chắc chắn sẽ rất mau cải thiện được chất lượng cuộc sống của bạn. Chẳng có cách nào chắc chắn sẽ đạt được các mục đích của bạn và cũng chẳng có giới hạn nào, trừ các giới hạn mà bạn tự bắt mình phải chịu với những hoài nghi về khả năng lanh lợi thực sự của bạn như thế nào.

KÍCH THÍCH KHẢ NĂNG SUY TƯ CỦA BẠN

Về mặt thể xác, có những thực phẩm sẽ đem lại cho bạn lợi ích tốt hơn những thực phẩm khác, chúng sẽ cung cấp cho bạn sức khỏe dồi dào, đầy sinh lực và sinh khí. Cách tương tự như vậy, có các thực phẩm tinh thần cũng sẽ kích thích khả năng suy nghĩ của

bạn và làm cho bạn có thể đưa ra các quyết định tốt hơn, đạt được các kết quả tốt hơn và thành đạt các mục tiêu giàu có và độc lập tài chính nhanh hơn và dễ dàng hơn. Giống như với luyện tập thể xác, càng rèn luyện trí não, bạn càng trở nên sắc bén và lanh lợi hơn. Bạn sẽ phát huy được tính sáng tạo bẩm sinh của bạn nhiều hơn khiến cho bạn có được sự hiểu biết sâu sắc hơn và các ý tưởng giá trị hơn để đạt được các mục đích tài chính.

Suy nghĩ tích cực

Chất kích thích đầu tiên ảnh hưởng đến óc sáng tạo là thái độ suy nghĩ tích cực. Nó là một quyết định đi trước để thấy lạc quan ở mọi hoàn cảnh. Sở dĩ như vậy vì thái độ suy nghĩ tích cực được định nghĩa rõ là “phản ứng xây dựng với trường hợp căng thẳng”.

Hầu hết những người có óc sáng tạo thường là *người lạc quan*. Phần lớn thời gian họ suy nghĩ và bàn luận về những gì họ muốn và các bước họ có thể thực hiện để đạt được các mục đích của họ. Họ tìm kiếm mặt tích cực trong mọi hoàn cảnh. Họ tìm kiếm các bài học hết sức giá trị trong mọi lần tụt hậu hoặc gặp cảnh khó khăn. Họ tự tin mong đợi đạt được điều gì đó từ mọi vấn đề hoặc cảnh thất vọng.

Sự suy nghĩ tích cực là điều bạn hầu như luôn luôn phải chọn và có ý nghĩa lớn. Khi bạn phát huy thói quen suy nghĩ tích cực, bạn sẽ trải qua các mức độ tự tin cao hơn và tự khẳng định được mình. Bạn càng trở nên suy nghĩ tích cực về chính mình và tương lai của mình, bạn càng sẵn sàng thử thách những việc khác lạ hơn và thậm chí thái độ như vậy nghe có vẻ khờ khạo hoặc tỏ ra ngớ ngẩn.

Hôm nay hãy quyết tâm trở thành *người suy nghĩ có thể làm được* trong cuộc đời bạn. Suy nghĩ là “Tôi có thể!” thay vì “Tôi không thể!”. Suy nghĩ liên tục về mọi cách khác nhau mà các mục đích

của bạn có thể đạt được, thay vì suy nghĩ về những trở ngại và các vấn đề có thể kìm hãm bạn ngay bây giờ.

Đặt các mục đích và mục tiêu rõ ràng

Viết suy nghĩ của bạn lên giấy. Ngồi xuống và viết ra các mục đích và mục tiêu rõ ràng mà bạn nhất định nhắm đến. Không có gì kích thích óc sáng tạo của bạn nhanh chóng và có thể đoán trước được hơn sau khi bạn đưa ra quyết định rõ ràng chính xác bạn muốn gì, rồi sau đó đặt kế hoạch để đạt được nó.

Nhớ rằng bạn sẽ trở nên những gì bạn thường hay nghĩ tới nhất. Suy nghĩ liên tục về các mục đích của bạn. Để tâm vào chúng suốt ngày. Nghĩ đến chúng cuối cùng trước khi bạn đi ngủ vào buổi tối và đầu tiên khi bạn thức dậy vào buổi sáng.

Chính sự tác động của việc suy nghĩ đến các mục đích của bạn và làm cách nào bạn có thể đạt được chúng sẽ làm cho bạn trở thành người tích cực và sáng tạo hơn. Bạn càng suy nghĩ về các mục đích của mình, bạn càng thường xuyên làm cho trí tuệ thuộc tiềm thức và ý thức của mình hoạt động để đem lại cho bạn những ý tưởng, những suy nghĩ sâu sắc và nghị lực cần thiết để thực hiện chúng. Việc suy nghĩ đến các mục đích của bạn sẽ kích thích định luật hấp dẫn và bắt đầu thu hút vào cuộc sống của bạn những người và các hoàn cảnh có thể giúp bạn đạt được chúng bằng các cách thậm chí bạn chưa hề có thể tưởng tượng được hôm nay. Nhờ vào việc suy nghĩ đến các mục đích của bạn, bạn biến trí tuệ của bạn thành trường năng lượng trong vũ trụ kéo bạn về phía các mục đích và kéo các mục đích về phía bạn.

Kích thích trí tuệ của bạn

Tự nuôi dưỡng bạn bằng chế độ kích thích trí tuệ. Liên tục cung cấp cho trí não bạn những cuốn sách, các khóa học, các chương

trình học bằng băng audio, các tạp chí khác nhau, các buổi hội thảo, trao đổi và các dạng thông tin chọn lọc. Bạn càng kích thích trí tuệ của mình với các ý tưởng, con người và các quan điểm khác nhau và mới lạ, bạn càng có thể theo kịp những ý tưởng sẽ dẫn tới giải quyết được các vấn đề của bạn và vượt qua được các trở ngại của bạn.

Dường như có mối quan hệ trực tiếp giữa số lượng ý tưởng mới bạn tự nêu ra được và khả năng bạn sẽ bắt gặp chính xác ý tưởng hữu lý cho bạn vào đúng lúc.

Hầu hết các ý tưởng mới đều không có tác dụng, ít nhất không có ở hình thức ban đầu của chúng. Nhưng đôi khi hai hoặc nhiều ý tưởng được kết hợp, thì một sự đột phá chợt nảy ra có thể làm thay đổi cuộc đời tài chính của bạn. Luôn luôn giữ đầu óc của bạn phóng khoáng.

Tập hình dung sáng tạo

Cách tuyệt vời để kích thích sự suy nghĩ của bạn và nảy sinh thiên tài trong bạn là liên tục tưởng tượng và hình dung mục đích của bạn như thể nó đã đạt được. Bạn càng có thể tạo cho mục đích của mình khao khát được rõ ràng trong tâm trí, bạn càng bắt kịp được các ý tưởng giúp làm cho mục đích của bạn thành hiện thực. Ngoài ra, khi bạn hiểu rõ chính xác bạn muốn gì, hãy tạo ra các hình ảnh rõ ràng trong tâm trí về chính mình như đang thực hiện thực sự những việc mà bạn sẽ phải làm để đạt được mục đích ấy.

Nếu bạn cần trình bày công việc kinh doanh, đàm phán vay vốn hoặc kiếm sự hợp tác hoặc trợ giúp của người khác, hãy tập “tập nhắm trong đầu”. Giống như nếu bạn đang tập thủ một vở kịch trên sân khấu, diễn tập sự kiện sắp xảy ra trong đầu của bạn. Thảo luận chi tiết toàn bộ cuộc họp hoặc trình bày nhắm trong

đầu, từ lúc bắt đầu cho tới khi kết thúc và tưởng tượng mọi chi tiết trong mọi tình huống. Hình dung và tự cho bạn là người bình tĩnh, tự tin và không có gì căng thẳng. Coi người khác phản ứng lại với bạn theo cách tích cực, cởi mở và ân cần. Hãy đóng lại cảnh này tới lui cho tới khi bạn cảm thấy thoải mái và tự tin về khả năng diễn xuất của bạn đạt nhất. Đây là một cách kích thích óc sáng tạo của bạn hiệu quả.

Biết cách khôi hài

Một trong những cách tốt nhất để bạn luôn tích cực và sáng tạo là phát huy tính khôi hài về chính mình và cuộc sống của bạn. Bạn càng biết khôi hài, bạn sẽ càng có nhiều ý tưởng. Tạo thói quen không những lạc quan mà còn biết khôi hài về con người, hoàn cảnh và kinh nghiệm. Đừng làm cho bạn tỏ ra quá nghiêm túc.

Bạn càng tươi cười, hóm hỉnh bao nhiêu thì bạn càng sáng tạo liên quan trực tiếp đến các tình huống ấy bấy nhiêu. Mỗi lần bạn cười, bạn phóng thích chất endorphine và dopamine vào não của bạn, chúng kích thích óc sáng tạo của bạn và làm cho bạn cảm thấy vui tươi hơn. Người thường hay tươi cười sẽ có óc sáng tạo nhiều hơn những người không có thói quen đó.

Khi chúng tôi lấy một nhóm doanh nghiệp tập nêu ra ý kiến hay đột xuất, chúng tôi khuyến khích họ bắt kịp được hầu hết những ý kiến có thể khôi hài. Mọi người đều có thể cười hoặc phê bình, nhưng không ai được chỉ trích hoặc chế nhạo. Thông thường, các giải pháp hay nhất cho các vấn đề phức tạp nảy ra do một nhóm người vui chuyện với nhau và đưa các ý kiến ngộ nghĩnh ấy ra thảo luận. Càng nhiều người góp chuyện vui với nhau, dường như họ càng nắm bắt được nhiều ý tưởng có chất lượng.

Nhanh nhẹn năng động

Một cách tuyệt hay để khơi dậy tính sáng tạo là thông qua luyện tập thể chất tích cực. Khi bạn tiến hành các bài tập thể dục nhịp điệu, chẳng hạn như, chạy, đạp xe hoặc bơi lội hay bất cứ hoạt động nào khác để tăng nhịp tim và làm cho bạn ra mồ hôi, bạn sẽ tăng thêm được dòng máu oxy hóa cao tới não. Sau 20 tới 25 phút tập thể dục tích cực, bạn bắt đầu trải qua “tác dụng của sự rèn luyện thân thể”. Não của bạn phóng thích endorphine, tạo cho bạn cảm thấy mình rất nhạy bén, óc thông minh của bạn tăng thêm và làm cho bạn cảm thấy vui vẻ và thư giãn hơn.

Trong các cuộc nghiên cứu liên tiếp, các nhà nghiên cứu nhận thấy tập thể dục nhịp điệu vào buổi sáng càng làm cho có khả năng sáng tạo và thông minh hơn suốt cả ngày hơn những người không tập. Họ minh mẫn hơn, sắc bén hơn và lanh lợi hơn. Họ nắm bắt được những thông tin mới nhanh hơn và có trí nhớ tốt hơn. Thậm chí họ đạt số điểm cao hơn trong các cuộc thử nghiệm chuẩn. Chỉ số IQ của họ thực sự tăng lên.

Bạn càng sung sức hơn và khỏe mạnh hơn nhờ vào việc tập thể dục hằng ngày, bạn càng giải quyết được các vấn đề, đưa ra các quyết định và nắm bắt được các giải pháp sáng tạo và có sáng kiến để giúp bạn đạt được các mục đích. Sự sung sức về thể chất có thể có sức thuyết phục trong hoạt động kinh doanh và cuộc đời.

Thực hành tập trung cao độ

Một cách tốt nhất để cải thiện tính sáng tạo của bạn là bằng cách tập luyện có chủ đích tạo được sự tập trung cao độ. Trí tuệ của bạn giống như cơ bắp. Khi bạn làm việc phải dùng sức, cơ thể bạn sẽ bơm máu đến cơ bắp nhiều hơn khiến cho chúng tăng trưởng và trở nên khỏe mạnh hơn. Khi bạn làm việc bằng đầu óc, cơ thể của bạn sẽ dồn nhiều máu tới não hơn, kích thích tăng trưởng và hoạt hóa thêm các tế bào thần kinh, hạch thần kinh và đuôi gai

(tế bào nơ-rôn).

Chìa khóa để hoạt hóa thêm nhiều năng lực trí tuệ bằng sự tập trung là mỗi lần bạn phải tập trung vào một thứ. Bạn có thể tập trung vào những thông tin thu thập được – thí dụ, tập hợp mọi mẫu dữ liệu có giá trị về một vấn đề hoặc dự án cá biệt. Điều này thường tạo ra sự hiểu biết thấu đáo, các ý tưởng và các giải pháp. Bạn có thể tập trung vào việc trình bày các vấn đề rõ ràng và về việc xác định rõ nó bằng một số cách khác nhau. Bài tập này có thể dẫn tới các cách tiếp cận mới và các cách giải quyết vấn đề khác nhau. Bạn có thể tập trung vào việc tạo ra nhiều giải pháp cho một vấn đề, thay vì phải chịu giải quyết theo ý tưởng đầu tiên bạn nắm bắt được.

Bạn càng tập trung, bạn càng trở nên khôn khéo. Bạn càng tập trung, bạn càng trở nên có được óc thông minh sẵn có của mình. Bạn càng tập trung, bạn càng khám phá được nhiều giải pháp sáng tạo và giá trị hơn.

Mong đợi điều tốt đẹp nhất

Một cách khác để kích thích tính sáng tạo của bạn là phát huy thái độ mong đợi tích cực hoặc khả năng tự tin. Bạn càng tự tin mong đợi thành công và có được các kết quả bạn khao khát, bạn sẽ càng lạc quan và vui tươi. Khi bạn mong đợi một cách tự tin là có giải pháp tốt nhất hoặc giải quyết được bất kỳ vấn đề nào bạn phải đối đầu, hầu như bạn sẽ luôn tìm được câu trả lời.

Người càng tạo được thói quen sáng tạo để tiếp cận bất kỳ vấn đề nào với niềm tin tưởng hợp lý thì giải pháp khả thi chỉ còn chờ được tìm ra. Dù họ phải trải qua khó khăn nhiều đến mấy, họ vẫn tiếp tục tiến hành như thể kết quả thành công đã được định trước. Họ vẫn bình tĩnh, tích cực và vui tươi. Đáng ngạc nhiên là thái độ này hầu như luôn luôn làm cho họ tìm ra được giải pháp,

tìm thấy được điều tốt trong mọi vấn đề hoặc học được bài học vô giá từ mọi cảnh khó khăn.

Chịu trách nhiệm cuộc sống của bạn

Một trong những chìa khóa quan trọng để kích thích tính sáng tạo là nhận trách nhiệm về chính mình 100% và bất kể các vấn đề gì. Bất cứ khi nào bạn gặp khó khăn nào đó, hãy giữ vững *tinh thần* ngay về tình huống ấy bằng cách nói, “Tôi chịu trách nhiệm”. Khi bạn nhận trách nhiệm, ngay lập tức bạn kiểm soát được đầu óc và tình huống. Với sự ý thức về sự kiểm soát này, sự tự tin và lòng tự trọng của bạn sẽ tăng lên. Bạn sẽ cảm thấy có nhiều năng lực và tự tin hơn. Bạn sẽ cảm thấy có nhiều khả năng đưa ra các quyết định thích hợp và hành động có lý. Trên hết, bạn sẽ hoạt hóa các năng lực trí tuệ của bạn cao hơn và sử dụng tài năng sáng tạo của bạn nhiều hơn.

Nguyên nhân gốc rễ của hầu hết tất cả các cảm xúc tiêu cực là khuynh hướng mà nhiều người hay *đổ lỗi cho người khác* về các vấn đề của họ, cả trước đây và hiện tại. Đáng tiếc là khi bạn đổ lỗi cho một người khác thì bạn lại vô tình tự mình đứng vào tư thế là một nạn nhân. Thay vì cảm thấy đầy năng lực và khả năng giải quyết được bất cứ cái gì xảy đến với bạn trong cuộc sống, thì hành động đổ lỗi cho người khác thành một vấn đề hoặc tình trạng gay go làm cho bạn cảm thấy tức giận và bất lực. Những phần tốt nhất trong não của bạn đóng lại và toàn bộ cảm xúc của bạn thành ra hướng vào lý luận và biện minh cho các cảm xúc tiêu cực của bạn.

Nhưng khi bạn nhận hoàn toàn trách nhiệm để đạt được mục đích hoặc giải quyết một vấn đề, ngay lập tức bạn cảm thấy khỏe mạnh hơn và tự tin hơn. Bạn chuyển từ tức giận và tiêu cực thành suy nghĩ lạc quan và tích cực. Ngay lúc bạn nhận trách nhiệm về hoàn cảnh của mình, óc sáng tạo của bạn đi vào làm

việc để tạo ra sự hiểu biết sâu sắc và các ý tưởng bạn có thể dùng để giải quyết vấn đề hoặc cải thiện được hoàn cảnh ấy.

Phát huy khát vọng cháy bỏng

Chìa khóa cuối cùng để kích thích tính sáng tạo của bạn là khát vọng ra sao. Bạn phải có khát vọng cháy bỏng đạt được một mục đích đặc biệt cũng như khát vọng cao độ thực hiện như một người toàn năng. Bạn phải thực sự muốn trở thành người có bất cứ những gì mà bạn có khả năng.

Hoài bão là lực thu hút khiến cho bạn phấn đấu liên tục đạt tới tất cả những gì bạn có thể. Có đủ hoài bão và khát vọng cháy bỏng, bạn có thể thoát ra khỏi vùng có khuynh hướng thỏa mãn, bạn sẽ dám mạo hiểm và tiến lên. Bạn càng có hoài bão, bạn càng có thể đưa ra được các ý tưởng đột phá sáng tạo bạn cần có để đạt được tất cả các mục đích.

CÁC PHẨM CHẤT CỦA THIÊN TÀI

Các thiên tài đã được người ta nghiên cứu trong suốt các thời đại, quay về hàng ngàn năm trước. Trong việc phân tích cuộc sống và các hoạt động của những nhà tư tưởng vĩ đại trong các thời kỳ, các nhà nghiên cứu đã kết luận là các thiên tài dường như có ba phẩm chất chung. Mỗi phẩm chất này đều là một thói quen suy nghĩ hoặc ứng phó với thế giới mà bạn có thể học được bằng cách thực tập và lặp đi lặp lại nhiều lần. Khi bạn thực hiện, bạn thực sự trở nên lanh lợi hơn.

Nhiều người tin rằng thiên tài là một vấn đề về IQ, thường được chứng minh bằng khả năng đạt được các trình độ giỏi về học vấn. Tuy nhiên, có vô số câu chuyện về những người chẳng được học hành bao nhiêu hoặc không đạt được điểm thật cao trong các cuộc thử nghiệm IQ theo quy ước, tuy thế, họ lại thực hiện được ở

trình độ thiên tài trong cuộc sống sau này. Thiên tài không phải là vấn đề của trình độ cao hoặc đạt điểm cao trong các cuộc thử nghiệm. Thay vì thế nó phản ánh *cách hành động* của bạn. Nếu bạn hành động thông minh, bạn sẽ tỏ ra mình lanh lợi. Nếu người nào đó hành động ngốc nghếch, thì họ không khôn, bất kể IQ hoặc học vấn của họ đến đâu.

Hóa ra nhiều thiên tài sáng tạo trong lịch sử chỉ có IQ trung bình hoặc trên trung bình một chút, nhưng họ đã tự nỗ lực để trở thành người kiệt xuất.

Như đã nói, có ba cách hành động mà tất cả các thiên tài dường như đều có giống nhau. Mỗi cách này đều làm tăng óc thông minh và tính sáng tạo, tạo cho bạn có đủ khả năng hơn để đạt được các kết quả quan trọng nhất đối với bạn.

Học cách tập trung vào một mục đích duy nhất

Trước hết, các thiên tài phát triển khả năng tập trung vào một mục đích duy nhất *mỗi lần một việc*. Khả năng tập trung vào một công việc dường như có liên quan chặt chẽ đến sự thành công của bất kỳ lĩnh vực nào có sự nỗ lực. Mọi thành tựu vĩ đại đều được đi trước bởi một thời gian dài sự tập trung liên nỉ, đôi khi trong nhiều tháng và thậm chí nhiều năm, trước khi sự thành tựu trở thành hiện thực.

Khi chúng ta đề cập đến chủ đề *sự thành thạo* ở ngay phần đầu cuốn sách này, tôi đã đưa ra vấn đề là phải mất 5 tới 7 năm để một người thành thạo được tay nghề hoặc một chuyên môn. Phải mất 5 tới 7 năm để trở thành một bác sĩ giải phẫu thần kinh giỏi hoặc một người kinh doanh đứng đầu. Phải mất nhiều năm nỗ lực tập trung chuyên sâu để trở nên xuất sắc về lĩnh vực của mình để bạn đạt được giá trị cao nhất mà bạn có khả năng.

Người tài giỏi không thể tập trung hoặc cố gắng làm quá nhiều việc cùng một lúc và không làm được việc nào có kết quả tốt sẽ thất bại nặng nề về sau. Một người trung bình tập trung vào một mục đích hoặc kết quả và đem tất cả sức lực để dồn vào một điểm đó cho tới khi nó được hoàn tất, sẽ làm việc tốt hơn người không thể tập trung vào một mục đích rất nhiều lần.

Tiếp cận có hệ thống

Đặc điểm thứ hai của thiên tài được các nhà nghiên cứu nhận biết là tất cả họ dường như đều sử dụng cách tiếp cận *có hệ thống* để giải quyết các vấn đề, khảo sát các vấn nạn và đưa ra các quyết định. Nhất là các thiên tài viết những suy nghĩ của họ lên giấy. Dù họ thông minh đến đâu, họ vẫn viết mọi thứ ra để họ có thể nhìn thấy nó trước mặt. Thói quen viết ra các sự kiện chi tiết làm cho họ có thể nghĩ sâu xa về các vấn đề phức tạp hơn và đi vào chi tiết hơn, họ bắt kịp được các ý tưởng tốt hơn và khả thi hơn trong một khoảng thời gian ngắn.

Tất cả những người thành công đều viết những suy nghĩ của họ lên giấy. Họ thường xuyên viết đi viết lại, đặt ra các kế hoạch tới lui. Chính hành động viết những suy nghĩ lên giấy làm cho bạn sắc bén hơn và trở thành người suy nghĩ sáng tạo hơn. Thói quen viết các suy nghĩ lên giấy làm cho bạn tác động tốt hơn đến bất cứ việc gì bạn làm. Khi bạn thu thập thông tin, hãy ghi lại để bạn có thể so sánh với các lần ghi chú khác và viết các ý tưởng của bạn ra, các hoạt động của đầu óc của bạn sẽ chính xác và rõ ràng hơn nhiều nếu khi ấy bạn cố ghi nhớ được những suy nghĩ và thông tin.

Giải quyết các vấn đề có hệ thống

Một cách giải quyết vấn đề có hiệu quả và đưa ra quyết định bao gồm 7 bước sau:

Bước 1. Xác định vấn đề cho rõ ràng bằng cách viết ra. Chính xác bạn cố đạt được cái gì, tránh vướng vào cái gì hoặc duy trì cái gì? Cái gì đang kìm hãm bạn? Còn có thể là vấn đề gì nữa? Chẩn đoán chính xác là đã chữa khỏi được một nửa.

Bước 2. Lập danh sách tất cả các nguyên nhân có thể về vấn đề này hoặc điều trở ngại. Nó đã xảy ra như thế nào? Nó xảy ra khi nào? Nó xảy ra ở đâu? Liên can đến ai? Khảo sát vấn đề ấy thật kỹ trước khi bạn bắt đầu tìm kiếm giải pháp.

Bước 3. Nhận dạng tất cả các giải pháp có thể xảy ra đối với vấn đề ấy. Tất cả các việc gì khác bạn có thể làm để giải quyết vấn đề này? Còn giải pháp nào nữa không? Nếu bạn không làm được gì cả thì sao?

Bước 4. Chọn điều gì dường như là giải pháp tốt nhất cho vấn đề vào lúc này. Đừng cố được hoàn hảo. Đôi khi giải pháp một nửa cần được thực hiện ngay sẽ tốt hơn là giải pháp phức tạp có thể hoặc không thể thực hiện được vào thời gian sau này.

Bước 5. Giao trách nhiệm cho một người cụ thể về vấn đề ấy. Chính xác ai sẽ thực hiện giải pháp?

Bước 6. Xác định cách đo lường sự thành công của giải pháp như thế nào? Liệu bạn biết được giải pháp ấy có hiệu quả ra sao? Bạn sẽ áp dụng các biện pháp hoặc tiêu chuẩn nào?

Bước 7. Đặt ra thời hạn chót để thực hiện giải pháp này rõ ràng và sự thành tựu của mục đích. Đặt thêm các thời hạn chót nếu cần. Vào thời hạn chót, đánh giá tiến trình và đưa ra bất cứ quyết định nào cần thiết để tiếp tục tiến đến giải pháp.

Dù bất kỳ cách giải quyết vấn đề có hệ thống nào đi nữa, có còn hơn không. Trong mọi lĩnh vực chuyên môn hóa, có các phương

pháp hệ thống được xác minh là giải quyết được các vấn đề và đạt được các mục đích về lĩnh vực đó. Bạn càng thuần thục với các phương pháp giải quyết vấn đề thì càng dễ dàng nắm bắt nhanh chóng được các giải pháp tốt nhất để đem lại các kết quả bạn mong muốn.

Luôn luôn có đầu óc phóng khoáng

Đặc tính thứ ba của các thiên tài qua các thời đại là khả năng luôn luôn có đầu óc phóng khoáng về bất cứ vấn đề gì. Có đầu óc phóng khoáng đòi hỏi phải linh hoạt về cách tiếp cận vấn đề. Điều này đòi hỏi phải sẵn sàng xem xét bất cứ đề tài hoặc vấn đề nào ở mọi phương cách khác nhau.

Suy nghĩ máy móc

Các cuộc nghiên cứu được tiến hành qua nhiều năm đã chia người ta thành hai dạng dựa vào cách họ suy nghĩ. Nhóm thứ nhất, những người suy nghĩ máy móc (thiếu sáng tạo) là những người thường cứng nhắc và thiếu linh động về cách suy nghĩ của họ. Khi họ quyết định về một quá trình hành động nào đó hoặc đi theo một ý kiến cá biệt thì họ không thể thay đổi hoặc nhận xét một cách tiếp cận giải quyết khác được.

Những người suy nghĩ máy móc thường e sợ, nghi ngờ và dễ bị dao động. Họ sợ bất cứ ý kiến nào cho là cách nghĩ và hành động họ ưa thích không hoàn chỉnh sẽ đe dọa họ. Họ thiếu lòng tự trọng và tự tin. Họ giữ mãi các cách thử cho đúng và đâm ra lo lắng suy nghĩ vẩn vơ đến chuyện khác.

Suy nghĩ thích ứng

Loại người thứ hai là những người suy nghĩ thích ứng. Những người này luôn có đầu óc phóng khoáng, linh hoạt và ham hiểu

biết khi đối diện vấn đề mới hoặc trở ngại nào đó. Những người suy nghĩ thích ứng hành động để vấn đề luôn được cởi mở càng lâu càng tốt, tránh khuynh hướng bản năng nhảy vào các kết luận hoặc làm bế tắc việc thảo luận và tranh luận.

Người suy nghĩ thích ứng tin rằng mọi vấn đề luôn mở ra những thông tin mới. Họ luôn luôn sẵn sàng xem xét các khả năng khác nhau.

Từ nay trở đi, bạn nên tập thành người suy nghĩ thích ứng. Luôn luôn có đầu óc phóng khoáng và linh động đối với bất cứ vấn đề hoặc khó khăn nào bạn đang phải đối đầu. Luôn luôn bắt đầu bằng sự thừa nhận rằng có thể có cách làm điều đó tốt hơn hoặc có giải pháp tốt hơn cho vấn đề.

Bác học Einstein có lần đã nói, “Mọi đứa trẻ được sinh ra đều là thiên tài”. Hầu như đến 95% các trẻ được thử nghiệm cho thấy có tính sáng tạo cao cho tới 5 tuổi. Bạn được sinh ra với khả năng suy nghĩ không theo thông lệ và tư duy trừu tượng. Bạn có năng lực sáng tạo bẩm sinh để mừng tượng thế giới bằng nhiều cách giàu tưởng tượng mới lạ. Khi bạn khơi dậy được thiên tài bên trong mình, bạn sẽ khơi dậy được nguồn ý tưởng sâu xa có thể giúp bạn giải quyết mọi vấn đề bạn đối đầu và đạt được bất kỳ mục đích nào bạn đặt ra cho mình.

SUY NGHĨ SÁNG TẠO HƠN

Có ba cách chủ yếu để kích thích suy nghĩ sáng tạo là có được các mục đích khát vọng mãnh liệt, các vấn đề cấp bách và các câu hỏi trọng tâm. Bạn nên dùng tất cả ba cách này thường xuyên và nhất quán để có được các ý tưởng bạn cần có để đạt được các mục đích của mình.

Các mục đích khát vọng mãnh liệt

Các mục đích khát vọng mãnh liệt là những thứ bạn thực sự muốn có và bạn có khát vọng cháy bỏng. Bạn càng mong mỗi mãnh liệt đạt được một mục đích đặc biệt nào đó, trí tuệ tiềm thức của bạn càng đem đến cho bạn những ý tưởng và sự hiểu biết sâu sắc cần thiết để làm cho nó trở thành hiện thực.

Nhiều người đặt ra các mục đích cho chính họ vì họ nghĩ người khác muốn họ đạt được các mục đích này. Nhưng nếu các mục đích của bạn không phải do đích thân bạn muốn đạt được thì chúng sẽ không có năng lực hoặc động cơ thúc đẩy bao nhiêu. Đây là lý do tại sao nó lại quan trọng đến nỗi các mục đích bạn đặt ra là những chuyện mà chính bạn muốn đạt được.

Các vấn đề cấp bách

Các vấn đề cấp bách, được xác định rõ ràng với những lợi ích cụ thể để giải quyết chúng là các cách có tác động kích thích mạnh đến khả năng sáng tạo của bạn. Bạn càng đánh giá rõ ràng các vấn đề và các trở ngại cụ thể kìm hãm bạn, bạn càng sẽ khơi dậy được nhiều ý tưởng giá trị hơn để giúp bạn giải quyết chúng.

Các câu hỏi tiêu điểm

Các câu hỏi tiêu điểm xuyên thấu giữa hoàn cảnh hoặc các sự hiểu biết sâu sắc thường khơi dậy vấn đề và các ý tưởng sẽ dẫn tới các bước đột phá trong cuộc đời hoặc công việc. “Tại sao chúng ta làm điều đó bằng cách này?” “Còn cách nào có thể tốt hơn không?” “Sự thừa nhận của chúng ta trong hoàn cảnh này như thế nào?” Nếu sự thừa nhận của chúng ta sai thì sao? Bạn càng đặt ra nhiều câu hỏi về mục đích hoặc hoàn cảnh của mình, bạn càng có thể khơi dậy được các ý tưởng tiến bộ.

CÁC CÁCH LÀM GIÀU CỦA CHÍNH BẠN

Sau đây là các cách khác nhau để bạn đạt được sự sung túc tài chính.

Theo dõi sổ sách sát sao

Hãy mua một cuốn sổ gáy lò xo. Luôn mang theo mình nếu bạn có thể và viết ra mọi ý tưởng nảy sinh với bạn trong suốt ngày.

Xem lại ý tưởng này thường xuyên. Đôi khi bạn nảy ra được một ý tưởng trong khi đang lái xe, ngồi ở đâu đó, đang đọc sách báo, xem TV hoặc trong một cuộc nói chuyện đều có thể là sự hiểu biết thấu đáo sẽ dẫn tới điểm bắt đầu cho tương lai.

Nguyên tắc là “Bắt lấy ý tưởng và viết nó ra”. Nếu bạn không viết nó ra nhanh, bạn sẽ thường rất hay bỏ qua. Như người Trung Quốc nói, “Mực lợt nhất còn rõ hơn trí nhớ thật tốt”.

Thư giãn và phản hồi

Thường xuyên có thời gian tạm nghỉ để thư giãn và phản hồi về các mục đích của bạn và các trở ngại đang kìm hãm bạn đạt được chúng. Trong những lần thư giãn này, các ý tưởng thường xuất hiện bất chợt trong tâm trí của bạn có thể tiết kiệm cho bạn hàng giờ, nhiều ngày hoặc hàng năm làm việc vất vả.

Một trong những bài tập suy nghĩ sáng tạo nhất trong tất cả là tập thường xuyên ở một mình. Điều này thường được gọi là “đi vào thình lạng”. Bạn ngồi yên lặng 30 tới 60 phút, không bị chia trí và chỉ cần để tâm trí bạn tuôn chảy thoải mái.

Ở nơi vắng vẻ, bạn cố ý để tâm trí mình lơ lửng. Đừng lo phải tập trung hoặc suy nghĩ về bất cứ mục đích hoặc vấn đề nào. Chỉ cần thư giãn. Khi bạn đang ngồi im lặng ở đó, những suy nghĩ sâu sắc và các ý tưởng kỳ diệu thường rất hay nảy ra trong tâm trí bạn.

Kỹ thuật đưa thần kỳ diệu

Tập cách mừng tượng thường xuyên. Đôi khi điều này được gọi là “kỹ thuật đưa thần kỳ diệu”. Hãy tưởng tượng bạn có một đũa thần kỳ diệu và bạn có thể phát nó làm phép màu cho hoàn cảnh hoặc vấn đề hiện tại. Hãy tưởng tượng nhờ vào việc phát đũa thần kỳ diệu này sẽ làm xua tan mọi trở ngại ngăn cản giữa bạn và mục đích của mình.

Hoàn cảnh của bạn thể hiện ra sao nếu bạn đã đạt được mục đích của mình? Hoàn cảnh trông ra sao nếu bạn đã đạt đến đó? Tự đánh giá về sự giàu có của bạn. Tự đánh giá về sức khỏe, hạnh phúc và cuộc sống hiện tại mà bạn khao khát. Hãy tưởng tượng cuộc sống của bạn lý tưởng về mọi phương diện. Mô tả nó lên giấy.

Đây là các câu hỏi then chốt: “Điều gì sẽ phải xảy đến với bạn để có thể tạo được lối sống lý tưởng?” Bước đầu tiên bạn phải thực hiện ngay bây giờ sẽ như thế nào? Bước thứ hai sẽ như thế nào? Quá trình bạn sẽ cần đi qua để tạo được cuộc sống lý tưởng mà bạn khao khát sẽ như thế nào?

Dự kiến trước và nhớ lại

Hãy tưởng tượng mục đích của bạn để xây dựng một doanh nghiệp thành công về một lĩnh vực riêng biệt. Tính trước 3 tới 5 năm và tưởng tượng bây giờ bạn có một doanh nghiệp thành công về lĩnh vực đó. Nó trông như thế nào? Nó có quy mô ra sao? Bạn đang làm việc với những loại người nào? Uy tín của bạn có trên thương trường như thế nào? Doanh số bán và khả năng lợi nhuận của bạn ra sao? Bạn sẽ tiếp tục tiến hành doanh nghiệp này như thế nào? Và đặc biệt là bạn có thể bắt đầu làm gì ngay bây giờ để làm cho mơ ước tương lai này trở thành hiện thực?

Điền câu hoàn chỉnh

Đây là một bài tập suy nghĩ sáng tạo mà bạn có thể tập, được gọi là điền câu hoàn chỉnh. Đây là một cách có tác dụng kích thích mạnh để có các ý tưởng và suy nghĩ sâu sắc mà bạn có thể sử dụng ngay để đạt được các mục đích của mình nhanh hơn và dễ dàng hơn.

Trong cách hoàn chỉnh câu, bạn đưa ra một mệnh đề (chính), rồi sau đó bạn nghĩ về càng nhiều cách càng tốt để hoàn tất nó.

Thí dụ, bạn có thể nói, “Chúng tôi có thể tăng gấp đôi doanh số trong 12 tháng tới nếu chúng tôi...” rồi hãy hoàn tất câu này. Hoặc bạn có thể nói, “Chúng tôi có thể tăng gấp đôi lợi nhuận trong 12 tháng tới nếu chúng tôi...” rồi hoàn tất câu này.

Đôi khi bạn có thể làm điều này với một nhóm người. Mỗi người trong số các bạn có thể đóng góp ý kiến và các cách để hoàn tất câu ấy. Hình thức giải quyết vấn đề theo nhóm thường khơi dậy được những suy nghĩ và sự hiểu biết sâu sắc đáng phải chú ý.

Đưa ra câu trả lời của cá nhân

Ở mức độ cá nhân, bạn có thể bắt đầu với câu, “Tôi có thể tăng gấp đôi thu nhập của mình trong 12 tháng tới nếu tôi...” và hoàn tất câu này bằng 10 hoặc 20 câu trả lời khác nhau để tăng gấp đôi thu nhập của bạn. Lần đầu bạn làm điều này, bạn có thể hết sức ngạc nhiên về các kết quả bạn đạt được.

Sau đây là một số câu hỏi điển hình bạn có thể điền vào mà chúng có thể đem đến cho bạn các câu trả lời sẽ làm thay đổi cuộc đời bạn:

· “Tôi có thể đạt được mục đích của mình nếu tôi...”

- “Tôi có thể bắt đầu một doanh nghiệp ngay nếu tôi...”
- “Tôi có thể làm cho doanh nghiệp của mình trở nên thành công nếu tôi...”
- “Tôi có thể giải quyết xong vấn đề này nếu tôi...”
- “Tôi có thể kiếm được số tiền tôi cần nếu tôi...”

Bạn có thể tập hoàn chỉnh câu cho bất kỳ vấn đề hoặc mục đích nào mà bạn đang phải giải quyết. Nhớ rằng *chất lượng* của các ý tưởng bạn nêu ra sẽ tỷ lệ trực tiếp với *số lượng* các ý tưởng bạn bắt kịp. Bạn càng bỏ ra nhiều thời gian để đưa ra các giải pháp xây dựng cho các vấn đề và các mục đích, bạn càng có nhiều ý tưởng nảy sinh suốt cả ngày.

Phương pháp luyện trí tuệ cho mọi vấn đề

Có lẽ phương pháp kích thích suy nghĩ sáng tạo mạnh nhất được gọi là “luyện trí tuệ” hoặc phương pháp 20 ý tưởng. Nhiều người trở nên giàu có, kể cả tôi đều dùng ý tưởng này hơn bất kỳ phương pháp suy nghĩ sáng tạo nào khác đã từng được phát hiện. Thực ra, ở sách này điều bạn cần học nhất chính là phương pháp đơn giản này và nếu bạn học và đem áp dụng nó một cách thích hợp, thì chỉ cần một kỹ thuật này thôi cũng có thể làm cho bạn trở nên giàu có bằng cách của mình.

Phương pháp này đơn giản. Lấy một vấn đề hoặc mục đích của bạn và viết nó lên đầu một tờ giấy ở dạng câu hỏi. Thí dụ, nếu mục đích của bạn là tăng gấp đôi thu nhập trong 12 tháng tới, thì bạn sẽ viết, “Tôi có thể tăng gấp đôi thu nhập trong 12 tháng tới bằng cách nào?”

Sau đó bạn buộc mình phải viết ít nhất 20 câu trả lời cho câu hỏi đó. Bạn có thể viết hơn 20 câu trả lời nếu bạn muốn, nhưng bạn

phải rèn luyện trí óc và dùng ý chí để viết ít nhất 20 câu trả lời.

Vạn sự khởi đầu nan

Bạn sẽ thấy là 3 tới 5 câu trả lời đầu tiên khá dễ. 3 tới 5 câu trả lời kế tiếp sẽ khó hơn. Nhưng một số câu trả lời cuối cùng sẽ hết sức khó. Thường đầu óc của bạn trở thành trống không. Bạn sẽ ngồi đó ngó tờ giấy và hoàn toàn không thể suy nghĩ thêm được bất cứ câu trả lời nào nữa cho câu hỏi ấy.

Nhưng may mắn là nếu bạn tự buộc mình ở đó cho tới khi bạn viết ra được ít nhất 20 câu trả lời, thì những cái tinh hoa sáng tạo của bạn sẽ bắt đầu tuôn chảy. Từng cái một, các ý tưởng mới sẽ nảy sinh trong tâm trí của bạn và xuất hiện trên tờ giấy ngay trước mặt bạn. Đáng ngạc nhiên là cũng chính đúng câu trả lời cuối cùng, câu trả lời thứ 20 trên trang giấy ấy là ý tưởng đột phá làm thay đổi toàn bộ hướng đi của cuộc đời hoặc công việc.

Từ nay trở đi, bất cứ khi nào bạn có một câu hỏi hoặc vấn đề gì đó, hãy viết lên đầu trang giấy ở dạng câu hỏi và buộc mình phải đưa ra ít nhất 20 câu trả lời cho câu hỏi đó. Hãy làm điều này cho mọi mục đích của bạn. Hãy làm như vậy với mọi vấn đề. Làm như thế với mọi trở ngại hoặc khó khăn bạn phải đối mặt. Hãy hoàn tất bài tập này bình thường và tự nhiên như bạn hít thở hoặc đánh răng.

Chất lượng và số lượng của ý tưởng bạn sẽ tạo ra bằng cách dùng phương pháp luyện ý chí sẽ làm cho bạn thấy ngạc nhiên. Bạn càng thường xuyên luyện tập phương pháp này, bạn sẽ càng trở nên nhanh trí, sắc bén và sáng tạo hơn.

Nếu bạn thực hiện bài tập này đầu tiên vào buổi sáng, ngay sau khi bạn viết ra các mục đích của mình, trí óc của bạn sẽ lóe lên những ý tưởng suốt cả ngày. Trong mọi tình huống, tâm trí của

bạn sẽ rộn lên với những ý tưởng và các cách mới mẻ để đạt được các mục đích của bạn và giải quyết các vấn đề. Chẳng bao lâu người ta sẽ đem đến cho bạn các vấn đề của họ để nhờ bạn cho ý kiến. Đôi khi bạn sẽ có nhiều ý tưởng hơn bạn có thể thực hiện hoặc hơn người khác có thể xử lý.

Vận dụng trí tuệ tập thể cho cách làm giàu của bạn

Một phương pháp nổi tiếng và đầy năng lực để phát sinh các ý tưởng sáng tạo được gọi là “làm quân sư” hoặc “vận dụng trí tuệ tập thể”. Phương pháp khó tin này liên quan đến việc ngồi lại cùng với một nhóm người khác với tinh thần hòa hợp để đưa ra các ý tưởng để đạt được các mục đích của bạn hoặc giải quyết vấn đề. Khi một nhóm người cùng nhau tập trung toàn bộ đầu óc vào một vấn đề hoặc câu hỏi, thì chất lượng và số lượng của các câu trả lời nảy sinh có thể làm cho hết sức ngạc nhiên.

Chìa khóa để vận dụng trí tuệ tập thể hiệu quả cho bạn là cùng đồng ý về định nghĩa của một vấn đề hoặc câu hỏi với nhau trước. Viết nó lên bảng hoặc bảng giấy lật. Phải chắc chắn mọi người biết chính xác nhóm sẽ tập trung và bàn về cái gì.

Bạn tự đưa ra thời gian giới hạn nhất định, khoảng từ 15 tới 45 phút. Đồng ý trước với nhau là sẽ không bị chế diễu, chỉ trích hoặc đánh giá gì hết. Mục đích là để nêu ra câu trả lời cho câu hỏi vận dụng trí tuệ tập thể càng nhiều càng tốt với thời lượng nhất định. Bạn đang phải tranh thủ thời gian.

Chúng ta đã đưa ra các bài tập vận dụng trí tuệ tập thể cho công ty Fortune 500 cách nay một vài năm. Nhóm ấy gồm các cán bộ điều hành cấp cao, các cán bộ điều hành cấp trung, một số thư ký và trợ lý riêng. Mỗi người trong số họ ngồi theo nhóm riêng chung quanh bàn tròn. Sau đó chúng tôi đưa ra cho họ một câu hỏi thông thường và khuyến khích họ cùng nhau hoàn tất để

xem bàn nào đưa ra được số ý tưởng nhiều nhất cho câu hỏi vận dụng trí tuệ tập thể.

Vào 20 phút cuối, chúng tôi dừng cuộc thực tập lại và đếm số câu trả lời. Số câu trả lời trung bình ở mỗi bàn của cán bộ điều hành cấp cao và cấp trung đưa ra được là 52 giải pháp. Nhưng điều đáng ngạc nhiên nhất là bàn gồm 5 thư ký đã nêu ra được 177 ý kiến, đa số các ý kiến đều khá hay. Trong một buổi vận dụng trí tuệ tập thể, chẳng khi nào bạn có thể nói được thành phần nào sẽ có nhiều ý tưởng và suy nghĩ sâu sắc.

Đưa ra câu hỏi “Nếu ... thì sao?”

Bạn có thể dùng kỹ thuật đưa ra giả thuyết để kích thích khả năng sáng tạo của bạn. Bằng cách đưa ra giả thuyết, bạn chỉ cần nêu ra tất cả trở ngại và hỏi “Nếu... thì sao?”. Chẳng hạn như, bạn hỏi, “Nếu chúng ta làm điều đó bằng cách này hoặc thôi làm điều đó hoàn toàn thì sao?” Bạn hỏi các câu hỏi “Tại sao?”, chẳng hạn như, “Tại sao chúng ta đang làm điều đó bằng cách này?” hoặc “Nếu chúng ta hiện không làm điều đó bằng cách này, liệu chúng ta có phải bắt đầu lại điều này không?” Nhớ là hầu hết người ta hay mắc phải trạng thái thích được nhàn nhã và tiếp tục làm những việc giống như trước đây mãi mà không đặt ra câu hỏi, “Còn có cách nào tốt hơn không?”

Cải thiện cuộc sống cá nhân

Bạn có thể dùng phương pháp đưa ra giả thuyết này trong cuộc sống cá nhân của mình. Hãy viết mô tả rõ ràng về lối sống lý tưởng của bạn. Mô tả môi trường làm việc lý tưởng của bạn. Mô tả công việc lý tưởng của bạn hoặc chức vụ lý tưởng của bạn. Mô tả thu nhập lý tưởng và mối quan hệ lý tưởng của bạn với các thành viên trong gia đình. Sau đó bắt đầu tự hỏi tại sao bạn đang làm các việc nào đó và tại sao bạn không làm các việc khác. Nếu bạn

làm các việc này hoàn toàn khác hoặc thôi làm các việc bạn đang làm trong một thời gian dài thì sao?

Đây là một bài tập mà tôi đã đưa ra cho nhiều học viên của mình. Tôi chỉ nói, “Nếu bạn không hài lòng với bất cứ vai trò nào trong cuộc sống của bạn, hãy dành ít phút viết ra chính xác kiểu hoàn cảnh mà bạn sẽ được hạnh phúc nhất.”

Khi bạn ngồi xuống và bắt đầu viết mô tả rõ ràng về cuộc sống hoàn hảo và công việc trong tương lai của mình, thì bạn bắt đầu đặt ra các câu hỏi, như “Tại sao tôi lại không thích thú với công việc này hoặc việc làm này hay lối sống này?”

Bạn có thể hỏi, “Tôi phải thay đổi như thế nào để bắt đầu làm cho hoàn cảnh hiện nay của tôi giống với hoàn cảnh lý tưởng của tôi nhiều hơn?” “Cái gì sẽ phải xảy đến với tôi để bắt đầu tiến gần đến việc tạo ra kiểu sống tôi mong muốn?”.

SỰ MINH BẠCH RẤT CẦN THIẾT

Lý do chủ yếu người ta không hoàn tất được các chuyện họ muốn trong cuộc sống là vì họ chưa biết rõ về những chuyện này như thế nào. Nếu bạn yêu cầu một người bất hạnh mô tả lối sống lý tưởng của họ, trong hầu hết các trường hợp, người ấy sẽ chẳng có ý tưởng gì. Đây là lý do chính khiến người ấy chẳng bao giờ đạt được nó.

Lối sống lý tưởng của bạn sẽ như thế nào? Công việc hoặc doanh nghiệp lý tưởng của bạn sẽ như thế nào? Nếu bạn có thể làm bất cứ việc gì bạn muốn, sống ở bất cứ đâu bạn muốn, làm việc với bất cứ ai bạn muốn hoặc làm bất cứ loại nghề nghiệp gì, chúng sẽ như thế nào? Bạn sẽ phải làm gì, bắt đầu từ hôm nay để làm cho ước mơ và mục đích của mình trở thành hiện thực?

Hãy hình dung các mục đích lý tưởng của bạn càng nhiều chi tiết càng tốt, như thể chúng đã là thực tại. Hành động của sự hình dung không những khơi dậy suy nghĩ sáng tạo, mà còn hoạt hóa định luật hấp dẫn và bắt đầu kéo vào cuộc sống của bạn những người, các hoàn cảnh, các ý tưởng và các cơ hội giúp bạn làm cho nó trở thành hiện thực.

Tự dự tính trước cho tương lai như thể bạn đã đang làm những gì bạn muốn làm và sống trong cuộc sống bạn muốn sống. Sau đó nhìn lại ngày nay và từ vị trí thuận lợi, hãy tưởng tượng các bước bạn có thể thực hiện, bắt đầu từ ngày hôm nay để vươn tới các ý tưởng của bạn.

Tự dự tính trước 3 năm, rồi quay lại hiện tại và hỏi, “Tôi sẽ làm gì ở vị trí của tôi vào lúc này để đạt được vị trí tôi muốn có trong 3 năm nữa kể từ hôm nay?” Liệt kê mọi bước bạn nghĩ mình có thể thực hiện được để bắt đầu tiến vào hướng đó. Hãy lập danh sách theo thứ tự ưu tiên và chọn việc đầu tiên bạn có thể làm. Sau đó tự buộc mình phải thực hiện ngay một hành động. Một hành trình ngàn dặm bắt đầu với bước đi đơn giản.

ĐÁNH GIÁ CÁC Ý TƯỞNG CỦA BẠN

Khi bạn đã đưa ra các ý tưởng khác nhau bạn có thể sử dụng để giải quyết các vấn đề và đạt được các mục đích của bạn, bước kế tiếp là bạn phải đánh giá chúng trước khi bỏ thời gian, tiền của và công sức vào thực hiện chúng. Bạn phải ngồi xuống để xem xét các ý tưởng bạn đã nêu ra và phân loại chúng, chọn lựa các ý tưởng tốt và loại bỏ các ý tưởng không có mấy giá trị.

Hầu hết các ý tưởng đều không thực tế hoặc đáng giá, ít nhất chúng ở dạng ban đầu. Bản thân các ý tưởng chẳng có giá trị bao nhiêu. Đó là lý do tại sao chúng ta phải nhấn mạnh vào tính sáng tạo liên tục và đưa ra nhiều ý tưởng. Phần lớn chúng sẽ không có

tác dụng.

Các ý tưởng có thể không có giá trị

Khi bạn đã nêu ra được một ý tưởng mà bạn xét thấy có giá trị, thì có ba việc bạn phải nhớ. Thứ nhất, nội dung và bản thân các ý tưởng không có giá trị. Chúng chỉ là điểm khởi đầu của quá trình sáng tạo. Như Thomas Edison đã nói, “Thiên tài chỉ có 1% là thiên phú và 99% là đổ mồ hôi”. Khi bạn nảy sinh được một ý tưởng hay, bấy giờ công việc thực sự mới chỉ bắt đầu.

Luôn giữ khách quan

Thứ hai, luôn giữ khách quan đối với các ý tưởng của bạn. Hỏi những người am hiểu khác cho ý kiến của họ và lắng nghe với đầu óc sẵn sàng tiếp thu cái mới. Đừng vướng phải sai lầm hóa ra yêu thích ý tưởng ấy chỉ vì nó là của mình, rồi sau đó bỏ hết công sức phụ thuộc vào nó. Hãy sẵn sàng nhận trách nhiệm về ý tưởng của mình, dù cho bạn thích nó đến đâu, có thể nó vẫn không khả thi.

Để chúng bình lặng

Thứ ba, hãy để các ý tưởng của bạn bình lặng trong một khoảng thời gian trước khi bạn bắt đầu tiến tới. Đôi khi một ý tưởng dường như hôm nay bạn thấy sáng chói sẽ mất hầu hết sức lôi cuốn hoặc hấp dẫn sau ba ngày. Hãy tập giữ trạng thái một mình im lặng và phản hồi. Tìm chỗ ngồi tĩnh lặng trong một giờ và suy tư cân nhắc ý tưởng ấy. Cố xem xét nó một cách bình thản và không để cảm xúc chi phối. Hãy kiên nhẫn. Các quyết định làm ăn nhanh chóng thường là các quyết định sai lầm.

Đặt ra các câu hỏi thích hợp

Sau đây là một số câu hỏi bạn có thể hỏi để xác định xem ý tưởng

của bạn có phải là ý tưởng đúng hay không.

- Nó có hiệu quả không?
- Liệu nó có tiến triển không?
- Liệu nó có tác dụng cho công việc không?
- Nó có đủ sức tạo nổi sự khác biệt có ý nghĩa không?
- Nó có đủ năng lực không?
- Nó có phải là một sự cải tiến về cái mà nhiều người hiện đang sử dụng không?
- Người ta có thể dùng nó mà không phải thay đổi thái độ cơ bản của họ không?

Việc đầu tư vào ý tưởng chắc chắn là sự tiến bộ đáng kể so với những gì nó đã được thực hiện. Ngoài ra, một vấn đề then chốt mà nhiều chủ doanh nghiệp vướng phải là họ nghĩ rằng khách hàng sẽ thay đổi thái độ của họ để sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ mới chỉ vì nó tốt hơn hoặc rẻ hơn. Đây là trường hợp ít khi xảy ra.

Người ta mua bằng cách nào

Cách đây không lâu, có các chủ doanh nghiệp dự đoán rằng trong tương lai gần mọi người sẽ mua sắm hàng tạp hóa qua Internet, TV hoặc điện thoại. Nhưng có rất ít người mua hàng tạp hóa theo cách này. Tại sao như thế? Vì thực ra người ta thích đi đến các cửa hàng tạp hóa và đích thân họ xem thấy các thực phẩm khác nhau có sẵn ở đó trước khi mua. Họ sẽ không phải thay đổi thái độ của họ hoàn toàn và bỏ hẳn cái thú mua sắm được ngắm nghía để đặt hàng qua điện thoại hoặc Internet.

Nếu một sản phẩm hoặc dịch vụ mới khiến cho người ta phải thay đổi nhiều về cách họ làm các thứ và thói quen mua hàng của họ hoặc đòi hỏi phải như vậy, thì nó ít khi nào thành công được.

Bạn muốn nó mãnh liệt tới mức nào?

Đây là câu hỏi khác: Ý tưởng này có hợp với các mục đích *của bạn* không? Bạn muốn nó mãnh liệt tới mức nào? Nhiều lần, bạn đạt đến được một ý tưởng có thể ở lĩnh vực không gây cho bạn quan tâm. Bạn có thể phát triển niềm say mê về ý tưởng này hoặc sản phẩm hoặc dịch vụ này không? Nhớ là bất cứ doanh nghiệp nào bạn bắt đầu đều là một sự mở rộng của chính cá tính của bạn. Nó là sự mở rộng của các niềm tin, các mục đích, tính cách và khát vọng của bạn. Do đó, ý tưởng chỉ hữu ích nếu bạn có thể trở thành say mê nó và sau đó thu hút được những người khác cũng say mê nó.

Đặt các câu hỏi quan trọng

Sau đây là một số câu hỏi bổ sung bạn có thể hỏi trước khi bạn bắt đầu tiến hành một ý tưởng mới:

- Nó có hợp thời không?
- Hiện nay nó có thiết thực không?
- Liệu nó còn thiết thực khi nó được hoàn thành không?
- Ý tưởng này có khả thi không?
- Nó có thể đã được thực hiện chưa?
- Nếu nó có thể đã được thực hiện, tiến hành nó có giá trị không?
- Nó có đơn giản không?

Câu hỏi cuối cùng thường là câu hỏi quan trọng nhất trong tất cả. Sự giản dị hết sức cần thiết cho sáng kiến thành công. Về cơ bản tất cả các ý tưởng mới thành công đều khá đơn giản. Nếu không đơn giản, chắc là sẽ không thành công. Nó phải dễ giải thích, dễ bán, dễ hiểu và dễ dùng. Nó càng phải qua nhiều bước, nó càng trở nên phức tạp và nó rất ít có thể sẽ thành công.

Có lẽ điểm quan trọng hơn tất cả là phải nhớ rằng đối với mọi trở ngại hoặc vấn đề xen vào giữa bạn và mục đích trở thành giàu có và độc lập tài chính của bạn, thì sẽ có giải pháp nào đó đang chờ được tìm ra. Sự thành công trong cuộc đời của bạn sẽ tỷ lệ trực tiếp với mức độ bạn sử dụng khả năng tưởng tượng sáng tạo của mình để đạt được các mục đích và giải quyết các vấn đề của bạn hữu hiệu như thế nào. May mắn, khả năng tưởng tượng của bạn giống như cơ bắp tăng trưởng thêm khả năng khi nó được vận dụng và luyện tập. Bạn càng khơi dậy nguồn sáng tạo được nhiều thì bạn càng trở nên lanh lợi, sắc bén, tinh táo và thông minh hơn. Hãy năng động, bắt đầu dùng óc tưởng tượng sáng tạo của bạn ngay hôm nay.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

- 1.** Các câu hỏi trọng tâm khuyến khích tâm trí và kích thích khả năng sáng tạo của bạn. Quyết định chọn mục đích, rồi tự hỏi, “Tại sao tôi không sẵn sàng cho mục đích này?” Lý do chính là gì?
- 2.** Xác định trở ngại lớn nhất giữa chính bạn và mục đích độc lập tài chính của mình. Luyện trí tuệ về vấn đề này bằng cách phát biểu nó như một câu hỏi, rồi sau đó khai triển 20 câu trả lời cho câu hỏi đó.
- 3.** Lấy một sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn muốn cung ứng hoặc bạn đang gặp rắc rối về tiêu thụ và phân tích nó bằng cách hỏi một số câu hỏi được liệt kê ở chương này. Phải chắc chắn sản

phẩm hoặc dịch vụ của bạn là khả thi, có thể bán được và có thể có lợi nhuận.

4. Tập vận dụng trí tuệ tập thể với các cộng tác viên của bạn và gia đình bạn. Đồng ý định nghĩa về một vấn đề hoặc trở ngại, rồi sau đó thách thức chính bạn tạo ra nhiều cách giải quyết nó khác nhau càng nhiều càng tốt từ 15 tới 45 phút.

5. Tập ở một mình thường xuyên. Đi tìm chỗ ngồi yên lặng và để cho tâm trí bạn thả nổi và thư giãn. Hãy sẵn sàng với sự lóe sáng của trực giác cho bạn những hiểu biết sâu sắc và các ý tưởng để đạt được các mục đích của bạn.

6. Tưởng tượng cách tiếp cận của bạn với một vấn đề đặc biệt bạn có thể bị sai hoàn toàn hoặc cách bạn đang theo đuổi một mục đích sẽ không đúng. Nếu bạn sai, bạn sẽ phải thực hiện một loạt các hoạt động khác như thế nào?

7. Viết đi viết lại liên tục các mục đích của mình mà bạn có thể làm cho rõ ràng càng nhiều càng tốt. Bài tập này có tác động kỳ lạ đến việc khuyến khích khả năng sáng tạo của bạn và để lộ ra thiên tài bên trong bạn.

“Óc tưởng tượng quan trọng hơn kiến thức. Kiến thức thì có hạn. Óc tưởng tượng đi vòng quanh thế giới”.

Albert Einstein

9

HỌC TỪ NHỮNG CÁI HAY NHẤT

“Hãy bắt đầu tưởng tượng kết quả khát khao ấy sẽ như thế nào. Ôn lại các hình ảnh này trong tâm trí, phác họa các chi tiết và những cải tiến. Bạn tự luyện chúng lặp đi lặp lại cho tới khi chúng trở nên thực tại của bạn”.

Maxwell Maltz

Chỉ có hai cách để học những gì bạn cần học để trở nên giàu có. Bạn có thể học từ những sai lầm và kinh nghiệm *của chính mình* hoặc bạn có thể học từ những sai lầm và kinh nghiệm *của người khác*.

Phương pháp thứ hai, học từ các sai lầm và kinh nghiệm của người khác là rẻ nhất và dễ nhất so với mọi thứ. Nó còn ít được dùng nhất. Tuy nhiên, bạn có thể tăng trưởng và tiến bộ nhanh hơn rất nhiều về sự thành công tài chính bằng cách nghiên cứu có hệ thống và bắt chước những người thành công đã đi trước bạn.

Ở chương này, bạn sẽ học những gì các triệu phú tự lập khác đã làm để trở thành giàu có. Bạn sẽ học được những gì mà các doanh nghiệp thành công nhất đã thực hiện để vượt lên đứng đầu các ngành kinh doanh của họ. Bạn sẽ học những chiến lược, các kỹ thuật và các phương pháp được các tổ chức và các cá nhân thành

công nhất sử dụng để đạt được các mục đích vượt xa những người bình thường.

BẮT CHƯỚC NHỮNG CÁI HAY NHẤT CHO CÔNG VIỆC CỦA BẠN

Một trong những kỹ thuật phát triển cá nhân mạnh nhất được gọi là “rập khuôn”. Phương pháp này đòi hỏi phải tìm được người đã thành công, nghiên cứu cách suy nghĩ và hoạt động của họ, rồi sau đó bắt chước giống hệt họ. Những người đạt đỉnh cao trong mọi lĩnh vực từ hoạt động nghệ thuật cho tới âm nhạc, kể cả thể thao và kinh doanh, tất cả đều bắt đầu bằng cách học từ người xuất sắc nhất trong các lĩnh vực của họ.

Nguyên tắc ấy là nếu bạn muốn trở thành thắng cuộc về bất cứ lĩnh vực nào của cuộc sống, hãy bắt đầu đi, nói chuyện và hành động giống như những người thành công khác. Do đó chẳng bao lâu họ sẽ bắt đầu suy nghĩ và cảm thấy giống như người thành công và đạt được cùng các kết quả giống với những người ấy. Bạn sẽ bắt đầu tin rằng bạn được sinh ra để chiến thắng và chẳng cái gì có thể ngăn cản bạn. Dần dần niềm tin này sẽ trở thành thực tại của bạn.

CÁC PHẨM CHẤT CỦA NHỮNG NGƯỜI XUẤT SẮC

Cách đây ít năm, viện Gallup (thăm dò dư luận quần chúng) đã phỏng vấn 1.500 người cả nam lẫn nữ, được liệt kê trong cuốn sách có tựa *Who's Who in America*. Cuốn sách này thường được gọi là “Sổ xã hội”. Nó trình bày về tất cả những người được khâm phục, quý trọng và có uy tín nhất ở Hoa Kỳ.

Các nhà nghiên cứu ở viện Gallup đã phỏng vấn chéo tầng lớp các người Mỹ đứng đầu này và hỏi họ, trong số các câu hỏi kia có câu, “Tại sao anh/chị cảm thấy đạt được sự thành công to lớn như vậy

trong quá trình hoạt động của cuộc đời?”

Bằng cách kết hợp các kết quả của các cuộc phỏng vấn này, họ phân tích và nhận thấy 5 phẩm chất mà những người đứng đầu đưa ra để giải thích lý do tại sao họ làm được tốt hơn những người ở cùng vị trí với sự nỗ lực trong cùng lĩnh vực.

Lễ thường thật bình thường

Phẩm chất thứ nhất là tất cả họ đều đồng ý điều đó là lễ thường. Những người được phỏng vấn nói đi nói lại nhiều lần lễ thường là phẩm chất nền tảng và là bí quyết thành công của họ.

Sau đó các nhà nghiên cứu hỏi họ, “Ý anh/chị muốn nói ‘lễ thường’ là như thế nào?”. Định nghĩa chính xác nhất họ chấp nhận là “Lễ thường là khả năng có các kinh nghiệm, khả năng nhận xét các kinh nghiệm này và sau đó rút tỉa từ các kinh nghiệm đó ra các nguyên tắc chung và các nguyên tắc chỉ đạo có thể áp dụng được vào các kinh nghiệm xảy ra sau này.”

Nói cách khác, lễ thường là khả năng *học được từ kinh nghiệm* và để phát huy sự khôn ngoan đi cùng với việc học hỏi. Triết gia Hy Lạp Aristotle có lần đã nói, “Sự khôn ngoan là thước đo ngang bằng kinh nghiệm cộng với khả năng nhận xét”. Người dường như có sự hiểu biết thường tình cao là những người không những có được các kinh nghiệm khác nhau mà họ còn bỏ thời gian để nhận xét các kinh nghiệm đó và học được từ chúng ở mức sâu xa hơn.

Không học được từ những sai lầm

Có nhiều người có nhiều năm kinh nghiệm, nhưng họ chẳng bao giờ bỏ thời gian ngồi xuống suy xét các kinh nghiệm của họ. Họ quá bận rộn không sao nhận xét và đánh giá được các kinh

nghiệm ấy để họ có thể rút ra các nguyên tắc chung và quy tắc mà họ có thể áp dụng cho tương lai.

Ở thế kỷ 21, các bí quyết thành công là kiến thức và khả năng biết vận dụng. Lời của Aristotle có thể được diễn giải thành, *Sự khôn ngoan ngày nay trước hết là sự kết hợp của kiến thức cộng với kinh nghiệm và khả năng nhận xét*. Việc có được sự khôn ngoan ngày nay đòi hỏi trước hết phải học những gì bạn cần biết về lĩnh vực của mình cho thật xuất sắc. Sự khôn ngoan đòi hỏi phải ứng dụng những thông tin vào từng kinh nghiệm xảy ra sau này, tiếp nhận phản hồi và sau đó nhận xét về những gì bạn đã học được. Sự khôn ngoan liên tục đòi hỏi bổ sung thêm kho kiến thức và kinh nghiệm của bạn để bạn có thể cải thiện được năng suất và làm được công việc của mình ngày càng tốt hơn vào lần sau.

Trí thông minh là chính hành động thông minh

Phẩm chất thứ hai của những người Mỹ đứng đầu được nhận thấy trong cuộc nghiên cứu là óc thông minh. Hầu như tất cả những người được phỏng vấn đó đều nói rằng họ đạt được thứ bậc cao nhờ vào óc thông minh của họ. Sau đó các nhà nghiên cứu đã chỉ ra nhiều người trong số họ chưa có trình độ đại học và một số không học hết trung học. Trong số những người tiếp tục học đại học, nhiều người không phải là sinh viên giỏi. Nhiều người trong các thành phần được ghi trong sách *Who's Who in America* chỉ có trình độ trung bình hoặc dưới trung bình.

Do đó có hai định nghĩa về óc thông minh. Định nghĩa thứ nhất là óc thông minh mà đa số người ta hành động theo. Đó là “chỉ số thông minh” hoặc IQ. Phần đông người ta ước tính IQ của họ dựa vào thành tích học tập của họ ở trường học. Người bình thường không có trình độ giỏi về học tập, thường nghĩ mình có chỉ số IQ dưới trung bình. Niềm tin này có thể ảnh hưởng đến họ trong suốt cuộc đời còn lại của họ.

Trình độ của bạn không xác định tương lai của bạn

Thực tế là có nhiều người không có trình độ giỏi về học tập, nhưng họ trở nên rất thành công trong cuộc đời trưởng thành. Một số cuộc nghiên cứu cho thấy các chủ doanh nghiệp thành công thường có cùng đặc tính như những đứa trẻ bị rối loạn thiếu sự chú ý. Họ ham hiểu biết, thiếu kiên nhẫn, năng động và không quan tâm đến chuyện linh tinh hoặc chi tiết của môn học hoặc trong cuộc sống sau này và chi tiết về công việc. Tuy nhiên, họ rất thông minh.

Bác sĩ Howard Gardner thuộc trường đại học Harvard đã nhận thấy cái được ông gọi là “Thông minh gấp bội”. Đây là các dạng thông minh khác nhau, chẳng hạn như, trí thông minh không gian trực quan, cảm giác vận động hoặc thể chất và trí thông minh âm nhạc, không có trí thông minh nào được đo lường ở nhà trường. Các cuộc thử nghiệm chỉ số IQ chuẩn chỉ đo lường hai chiều của hoạt động trí tuệ, ngôn ngữ phát biểu và toán học. Cái mà bác sĩ Gardner tìm thấy là một người có thể trở thành thiên tài (chẳng hạn như, Mozart) về trí tuệ âm nhạc, nhưng lại kém về các môn ở đại học.

Trí thông minh được trả giá cao

Trí thông minh được trả giá cao ở Mỹ ngày nay là “trí thông minh xã hội” được định nghĩa là khả năng làm việc thích ứng với nhiều loại người khác nhau và “trí thông minh doanh nghiệp” được định nghĩa là khả năng nhìn thấy được các cơ hội để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mà người ta thiếu và cần đến và có thể được bán với giá có lời. Hai dạng trí thông minh này chưa hề được kiểm tra ở nhà trường. Bạn có thể là thiên tài ở một trong hai dạng hoặc cả hai dạng trí thông minh này, nhưng nếu bạn có trình độ kém, bạn có thể xét thấy mình kém thông minh hơn người khác. Điều này hoàn toàn không đúng.

Thực tế là phạm vi toàn diện của trí thông minh không thể được đo lường bằng cách trắc nghiệm chỉ số IQ chuẩn. Định nghĩa tốt nhất về trí thông minh mà tôi tìm ra là *trí thông minh là một cách hành động*. Nếu bạn hành động thông minh ở một tình huống nhất định, theo định nghĩa này bạn là một người thông minh. Nếu bạn hành động dại dột ở một tình huống cá biệt nào đó, theo định nghĩa này bạn là người ngớ ngẩn. Chẳng có ăn nhập gì đến trình độ bạn đạt được ở nhà trường.

Hành động thông minh

Nếu bạn đồng ý rằng người hành động thông minh thì nhanh trí, còn người hành động không thông minh thì không nhanh trí, vậy thì câu hỏi hợp lý kế tiếp là “Cái gì là cách hành động thông minh?”

Nó như sau: Cách hành động thông minh là khi bạn hành động theo một cách phù hợp với việc đạt được các mục đích tự quyết, tự nhận. Mỗi lần bạn làm một hành động mà nó đưa bạn tiến tới chỗ hoàn thành điều gì đó quan trọng đối với bạn thì bạn đang hành động thông minh. Đó là sự chọn lựa của bạn về những gì bạn thực sự muốn mà nó sẽ xác định xem liệu các hành động của bạn có thông minh hay không.

Mỗi lần bạn làm điều gì đó *không* đưa bạn tiến đến điều gì đó quan trọng đối với bạn hoặc thậm chí tệ hơn, điều gì đó đưa bạn *đi hẳn nơi khác*, thì bạn đang xử sự một cách không thông minh. Luôn kiên trì với mọi thứ khác, bạn thông minh tới mức độ bạn thực hiện các bước trước sau như một mà chúng đưa bạn đạt tới sự thành công ở các mục đích của mình. Nếu các mục đích của bạn là phải được hạnh phúc, khỏe mạnh, giàu có và có cuộc sống gia đình tuyệt vời, điều quan trọng nhất bạn làm là đưa bạn tiến tới bất cứ một trong các điều này, theo định nghĩa của chính bạn, là cách hành động nhanh trí. Điều đó rất thông minh.

Làm công việc của bạn thật tốt

Phẩm chất thứ ba của người kiệt xuất được nhận thấy trong cuộc khảo sát là sự thành thạo. Sự thành thạo được định nghĩa là “khả năng làm công việc hết sức tốt”. Bạn có sự thành thạo khi bạn được công nhận là một trong những người thực hiện đứng đầu trong lĩnh vực của mình, có khả năng đạt được các kết quả cần phải có ở cương vị của bạn.

Tất cả những người trong cuộc nghiên cứu đã đạt trình độ nổi bật về lĩnh vực của họ chỉ sau khi họ quyết định trở thành thật giỏi về những gì họ đang làm. Họ đã trở nên thành công chỉ sau khi họ hoàn toàn nhất quyết trở thành cá nhân xuất sắc về nghề nghiệp của họ. Đáng tiếc là đa số người ta đều bỏ qua sự hiểu thấu được vấn đề đơn giản này. bạn sẽ chẳng bao giờ tìm được bất cứ ai trở nên thành công ở bất kỳ lĩnh vực nào bằng cách thực hiện một cách trung bình hoặc tầm thường. Ngay cả thực hiện trên mức trung bình vẫn chưa đủ. Chỉ có sự nhất quyết nhất quyết đạt xuất sắc mới đẩy bạn tới được đỉnh cao ở lĩnh vực của bạn.

Quyết tâm trở thành xuất sắc

Những người thực sự trở nên thành công, họ bắt đầu con đường bay lên cao nhờ vào sự miệt mài của chính họ để “trở thành xuất sắc” về bất cứ cái gì họ đang làm. Họ nhất quyết trở thành tinh nhuệ.

Như tôi đã viết ở đầu, có nhiều cuộc nghiên cứu được thực hiện qua nhiều năm về chủ đề “tinh thông”. Điểm mấu chốt của các cuộc nghiên cứu là đạt được sự thành thạo phải mất từ 5 tới 7 năm và ứng dụng 10.000 giờ để bạn vượt lên vào top 10% người đứng đầu về lĩnh vực của mình. Điều này dường như đúng với sự thành công trong doanh nghiệp hoặc thành công trong kinh doanh tương đương với thời gian học khoa giải phẫu thần kinh

hoặc hành nghề luật.

Không có con đường tắt nào để thành thạo về lĩnh vực của bạn. Dựa vào hàng ngàn cuộc phỏng vấn, thì như thế phải mất khoảng 2 năm làm việc về một lĩnh vực nhất định để bạn biết được liệu đây có phải là nghề nghiệp thích hợp với bạn hay không. Về doanh nghiệp, phải mất khoảng 2 năm chịu lỗ trước khi một doanh nghiệp bắt đầu kiếm được nhiều tiền hơn phí tổn để duy trì doanh nghiệp tiếp tục mở cửa.

Bạn cần phải có thêm 2 năm nữa để xác định xem bạn có mong muốn và có khả năng vươn tới đỉnh cao về lĩnh vực của mình hay không. Trong doanh nghiệp, vào năm thứ 3 và 4 bạn mới kiếm đủ tiền để trả cho các khoản nợ bạn phải gánh cho 2 năm đầu. Sau 4 năm, nếu bạn hoạt động ở vào lĩnh vực hoặc ngành nghề thích hợp, bạn bắt đầu vượt lên trên những người cùng lĩnh vực với bạn, giống như các vận động viên mạnh hơn chạy trong cuộc đua maratông. Sau 4 năm bạn sẽ có đủ kinh nghiệm để đưa ra được các quyết định ngày càng hữu hiệu hơn và đạt được các kết quả ngày càng tốt hơn.

Bảy năm tới thành tích lớn lao

Vào khoảng năm thức bảy, nếu bạn đã đặt toàn bộ quyết tâm để làm công việc của mình bằng cách tốt nhất có thể và liên tục nâng cao kiến thức và các kỹ năng, bạn sẽ đột phá lên dẫn đầu. Bạn sẽ nằm vào tốp 10% những người đứng đầu và bắt đầu hưởng được thành quả và các phần thưởng lớn lao hơn gấp nhiều lần so với người trung bình trong lĩnh vực của bạn. Khi bạn lọt vào tốp 1 hoặc 2% ở lĩnh vực hoặc ngành nghề của bạn, bạn sẽ kiếm được nhiều hơn gấp 20 tới 30 lần so với người chịu lê bước ở mức độ thành tích trung bình.

Đôi khi trong các buổi hội thảo của tôi, khi tôi giải thích các

nguyên tắc này và số năm cần thiết để trở thành tinh thông, người ta kêu ca và cãi lý với tôi, họ nói “Như thế thì quá dài!” Nhưng khi tôi chỉ cho họ thấy cái gì ngăn cản họ trên con đường thăng tiến chắc chắn, tôi chỉ muốn nói là “Dù sao thời gian cũng sẽ đi qua”.

5 tới 7 năm bạn sẽ già đi bao nhiêu? Thực ra bạn sẽ già đi 5 tới 7 tuổi. Dù sao thời gian cũng sẽ đi qua. Câu hỏi duy nhất là “5 tới 7 năm nữa bạn có thành người đứng đầu lĩnh vực của bạn hay không, với tất cả những phần thưởng đi cùng với sự thành công lớn lao hoặc bạn vẫn tiếp tục chạy theo sau nhóm người ấy cùng với những người đạt được thành tích trung bình khác?”

Nhưng *dù sao thời gian cũng sẽ đi qua*. Dù bạn ở bất kỳ lĩnh vực nào, phải chắc chắn nó là lĩnh vực thích hợp với bạn, sau đó bỏ toàn bộ tâm huyết vào để trở thành kiệt xuất về những gì bạn làm. Dù có mất 5, 6 hoặc 7 năm cũng sẽ không thành vấn đề. Vấn đề quan trọng nhất là lúc nào đó trong tương lai bạn sẽ đạt tới đỉnh cao. Khi bạn thực hiện, tất cả đau khổ và hy sinh bạn cam chịu để đạt đến đó sẽ biến mất. Cái còn lại là cảm xúc tự hào tuyệt vời, năng lực cá nhân và lòng tự trọng. Điều đó đáng để bạn phải dồn mọi nỗ lực để trở thành xuất sắc về những gì bạn làm. Như Frank Sinatra đã nói, “Thành công vượt trội là hành động trả thù tốt nhất”.

Chịu trách nhiệm về cuộc sống của bạn

Phẩm chất thứ tư của những người đứng đầu trong cuộc nghiên cứu của viện Gallup là sự tự lực hoặc tự chịu trách nhiệm. Những người đứng đầu luôn luôn tin vào chính mình là *sức mạnh sáng tạo chủ yếu* trong cuộc sống của họ. Họ coi mình là người phải chịu trách nhiệm lớn nhất về sự thành công của chính họ. Họ coi mình như thể đã hoàn toàn phải chịu trách nhiệm về việc đặt ra các mục đích để đạt được chúng là điều quan trọng đối với họ.

Những người đứng đầu không chịu bỏ qua cho họ. Khi họ mắc sai lầm, họ nhanh chóng tự thú nhận, sửa chữa sai lầm, tiếp tục làm lại. Họ không mong đợi người khác làm cho họ. Họ không thích đổ lỗi hoặc hóa thành tức giận người khác làm cho họ khó chịu. Họ không chỉ trích hoặc quy tội cho kẻ khác. Họ luôn tin vào chính mình như là các diễn viên chính trong vở kịch trên sân khấu của chính cuộc đời họ.

Bước phi thường dẫn tới sự thuần thực

Sự nhận trách nhiệm cá nhân về chính bạn, về mọi thứ ở bạn hiện nay và về mọi thứ bạn sẽ trở thành là bước phi thường dẫn tới sự thuần thực và thành tích cao. Nhiều người làm hỏng cuộc đời mình do liên tục tự gợi nhớ về những kinh nghiệm bất hạnh đã xảy ra trong quá khứ. Họ vẫn còn giận cha mẹ, anh em, hôn nhân không may mắn, các sếp không tốt và các kinh nghiệm đầu tư thua lỗ. Họ không thể bỏ qua chúng. Họ tiếp tục nhắc tới nhắc lui tới chuyện dĩ vãng với chính họ hoặc với người khác. Do đó, thực ra họ đã đưa chân vào thắng để chặn đứng khả năng của chính họ. Họ tự kìm hãm chính mình.

Một trong những sự biểu hiện của những người xuất chúng là họ *để dĩ vãng trôi đi*. Họ không để thành bối rối về điều gì mà họ không thể thay đổi hoặc không làm được gì. Và tình trạng này sẽ bao gồm tất cả các sự kiện trong quá khứ. Cách tốt nhất để đối phó với quá khứ là *học* ở nó, phát huy sự khôn ngoan và hiểu biết hơn, rồi sau đó đạt được sự tiến bộ trong cuộc đời còn lại.

Nếu bạn vẫn tức giận người nào đó làm hại bạn, hãy tập nguyên tắc tinh thần về *tha thứ* và để người khác đi thoải mái. Bất cứ khi nào bạn nghĩ về người nào đó trong quá khứ mà bạn vẫn còn bất bình, hãy nói ngay, “Tôi tha thứ cho người ấy mọi thứ”. Sau đó, thật hăng hái làm việc cho các mục đích của riêng bạn để không còn thời gian đâu mà nghĩ đến những gì người đó đã làm hoặc đã

không làm hoặc những gì có thể đã xảy ra trước đây.

Bỏ qua các cảm xúc tiêu cực

Cách tốt nhất để tránh hoặc bỏ bất kỳ cảm xúc tiêu cực nào là chỉ cần lặp lại lời khẳng định, “Tôi chịu trách nhiệm! Tôi chịu trách nhiệm! Tôi chịu trách nhiệm!” Vì trí tuệ ý thức của bạn có thể chỉ lưu giữ duy nhất mỗi lần một ý nghĩ, tích cực hoặc tiêu cực, bạn có thể sử dụng định luật thay thế có thể hủy bỏ cảm xúc tiêu cực bằng cách nói nhanh, “Tôi chịu trách nhiệm!”.

Vì các cảm xúc tiêu cực nhất kìm hãm bạn bén rễ từ sự đổ lỗi nào đó, bất cứ khi nào bạn nói “Tôi chịu trách nhiệm!” Bạn kéo chốt đóng sự đổ lỗi đó và tự đẩy bạn vào ghế ngồi của người điều khiển chiếc xe cuộc đời của bạn. Bạn cảm thấy càng có thêm nhiều năng lực ngay và kiểm soát được các cảm xúc và hoàn cảnh của bạn.

Chừng nào bạn còn đổ lỗi cho bất kỳ người nào khác về bất cứ điều gì làm cho bạn không vui, là bạn đang tự đặt mình thành một nạn nhân. Nếu người đó là cha mẹ mà bạn giận họ, bạn đặt mình vừa thành một đứa con vừa là một nạn nhân. Khi bạn đổ lỗi hoặc chỉ trích, bạn làm cho chính mình bị yếu đuối trong khi ấy làm cho người khác (trong tâm trí của bạn) mạnh mẽ. Thực ra là bạn để cho người khác kiểm soát các cảm xúc của bạn từ xa. Ngay khi bạn nghĩ về họ, bất cứ họ ở đâu, bạn trở nên tức giận và không vui ngay. Bạn rơi vào cái bẫy đào dưới chân mình và làm hỏng tương lai của bạn do không để cho các kinh nghiệm không vui xảy ra trong quá khứ ra đi.

Hoàn thành công việc

Phẩm chất thứ năm của người kiệt xuất ở trong mọi cuộc nghiên cứu, kể cả các cuộc nghiên cứu về thành tích đỉnh cao, là “định hướng kết quả”. Định hướng kết quả là sự quyết tâm mà những

người đạt đỉnh cao liên tục phải nghĩ về các kết quả. Họ tập trung chỉ theo đuổi một mục đích duy nhất để làm xong công việc ấy thật tốt, nhanh chóng và đáng tin cậy.

Người có định hướng kết quả đặt ra các mục đích, chỉ tiêu và thứ tự ưu tiên rõ ràng. Họ tập trung vào những gì thích hợp và quan trọng, họ gắn bó với công việc cho tới khi hoàn tất. Do đó, họ sản xuất được nhiều hơn những người bình thường không rèn luyện được các thái độ này.

Trong sự phân tích cuối cùng, kết quả là cái quan trọng bậc nhất. Bạn sẽ luôn luôn được đền đáp cho chất lượng và số lượng của các kết quả bạn đạt được trong công việc hoặc cương vị của mình. Hãy luôn tự hỏi, “Người ta mong đợi các kết quả gì ở tôi?” Trong tất cả các kết quả người ta mong đợi ở bạn, kết quả nào là quan trọng nhất? Bạn có thể tổ chức cuộc sống ra sao để bạn sẽ đạt được ngày càng nhiều các kết quả quan trọng nhất mà chúng xác định sự thành công và thu nhập của bạn?

SỰ SUY NGHĨ NHƯ MỘT NHÀ VÔ ĐỊCH

Trong các chương trình luyện tập riêng của chúng tôi, chúng tôi đào tạo các chủ doanh nghiệp và các cán bộ điều hành suy nghĩ về “tốc độ hàng giờ”. Điều này hầu như lúc nào cũng đem đến sự ngạc nhiên. Đại đa số các chủ doanh nghiệp và các cán bộ điều hành đều nghĩ về mỗi tháng hoặc mỗi năm họ kiếm được bao nhiêu tiền. Nhưng những người xuất chúng – những người đạt thành tích cao, các chủ doanh nghiệp thành công và các cán bộ điều hành xuất sắc – nghĩ về *mỗi giờ* họ kiếm được bao nhiêu. Do đó, họ sử dụng thời gian tốt hơn những người bình thường rất nhiều và đạt được các kết quả lớn lao hơn nhiều so với những người ở chung quanh họ.

Định luật 3 nhiệm vụ áp dụng vào công việc của bạn, tức là có 3

thứ bạn làm trong công việc sẽ giải thích cho khoảng hơn 90% kết quả của bạn. Khả năng bạn xác định được ba nhiệm vụ này là chìa khóa để đạt thành tích đỉnh cao và các kết quả tối đa.

Đây là bài tập dành cho bạn: Lập danh sách mọi thứ bạn làm cho công việc trong quá trình hàng tuần hoặc hàng tháng. Xem lại danh sách này, đặt câu hỏi, “Nếu tôi chỉ làm *một việc* ở danh sách này, thì hoạt động nào sẽ góp phần vào giá trị lớn nhất cho bản thân tôi và doanh nghiệp của tôi?”

Việc quan trọng nhất bạn làm tại nơi làm việc của bạn có thể sẽ vượt khỏi danh sách này. Sau đó bạn đặt câu hỏi lần thứ hai, “Nếu tôi chỉ có thể làm *hơn một việc* ở danh sách này suốt cả ngày, thì nó sẽ là hoạt động nào?”

Khi bạn đã chọn nhiệm vụ số 2 của mình, hãy áp dụng câu hỏi này một lần nữa cho tới khi bạn nhận ra được *ba nhiệm vụ hàng đầu*. Nếu bạn muốn vươn tới đỉnh cao ở lĩnh vực của bạn, tăng gấp đôi thu nhập và trở thành một trong những người thành công nhất trong doanh nghiệp của bạn, từ nay trở đi hãy tập trung vào ba nhiệm vụ đó hoặc ba hoạt động này suốt cả ngày.

Công thức đơn giản ấy sẽ làm cho bạn có thể tăng sự đóng góp của bạn và thu nhập của bạn nhanh hơn bất cứ thứ gì khác bạn có thể làm được. Bằng cách trở nên định hướng kết quả cao độ, dồn tâm huyết làm ngày càng nhiều một ít việc mà chúng góp phần vào giá trị lớn lao nhất và làm các công việc ấy ngày càng tốt hơn. Đây là một trong những phần việc quan trọng nhất để làm giàu bằng cách của bạn.

THEO NHỮNG NGƯỜI ĐỨNG ĐẦU

Chúng ta đã nói đến ở đầu là *rập khuôn* hoặc bắt chước các thái độ của người khác đã đạt được các mục đích nào đó mà bạn muốn

đạt được là một trong những cách khôn khéo và nhanh nhất mà bạn có thể nhấn ga để tăng tốc cho cuộc đời mình. Như Albert Schweitzer có lần đã nói, “Anh phải dạy người ta ở nhà trường tấm gương điển hình để họ sẽ không phải học ở người khác nữa”.

Thế giới chung quanh bạn đầy rẫy những người có các tấm gương điển hình đáng phải thi đua. Bác sĩ David McClelland thuộc trường đại học Harvard, trong cuốn sách của ông, *The Achieving Society* (Xã hội thành đạt) kết luận rằng sự chọn lựa của bạn về “nhóm tham khảo”, những người mà bạn giao thiệp và kết bạn, có một ảnh hưởng rất đặc biệt đến mọi thứ bạn thực hiện trong cuộc đời. Khả năng của bạn chọn được người bạn kính trọng và thần phục, rồi sau đó bỏ thời gian quan hệ với họ, điều đó có thể có ảnh hưởng rất lớn đối với sự thành công của bạn hơn bất cứ nhân tố nào khác.

CÁC PHẨM CHẤT CỦA NGƯỜI ĐỨNG ĐẦU

Các chủ doanh nghiệp và các người kinh doanh thành công có một số phẩm chất nào đó mà bạn có thể kết nạp vào thái độ của riêng mình như là kết quả của việc hỏi và thực hành.

Tầm nhìn

Phẩm chất thứ nhất của người xuất chúng dường như là họ có một *tầm nhìn rõ ràng về tương lai lý tưởng* mà họ muốn tạo ra cho bản thân và gia đình họ.

Trong 3.300 cuộc nghiên cứu về phẩm chất của người đứng đầu được Jame Cribben chỉ đạo, việc tìm kiếm các phẩm chất phổ biến nhất ở những người xuất chúng, ông nhận thấy “tầm nhìn” là một phẩm chất xuất hiện ở mọi cuộc nghiên cứu lui trở về năm 600 TCN. Những người đứng đầu có tầm nhìn, còn những người không đứng đầu không có tầm nhìn. Mọi hành động tạo ra tầm

nhìn cho cuộc đời của bạn bắt đầu làm cho bạn thành người đứng đầu đối với cả bản thân bạn và người khác.

Tưởng tượng tương lai lý tưởng của bạn

Một cách phát huy tầm nhìn cho chính bạn và công việc của bạn là tập “sự lý tưởng hóa”. Dự tính trước 3 tới 5 năm trong cuộc đời bạn và tưởng tượng cuộc đời bạn thật lý tưởng về mọi phương diện. Nó trông như thế nào?

Tưởng tượng công việc hoặc sự nghiệp của bạn thật lý tưởng về mọi phương diện. Bạn sẽ làm gì? Bạn sẽ kiếm được bao nhiêu tiền? Tưởng tượng tình hình tài chính của bạn thật lý tưởng. Bạn sẽ có bao nhiêu tiền ở ngân hàng? Giá trị tài sản thực của bạn thế nào? Tưởng tượng hoàn cảnh gia đình bạn thật hoàn hảo về mọi phương diện. Bạn sẽ có lối sống như thế nào? Bạn sẽ chi bao nhiêu tiền của cho gia đình? Tưởng tượng sức khỏe của bạn thật tốt về mọi phương diện. Bạn sẽ cân nặng bao nhiêu? Bạn sẽ có thể hình như thế nào? Hôm nay bạn sẽ làm cái gì khác biệt?

Trong phim, *South Pacific* (Nam Thái Bình Dương) có lời nhạc phim, “Bạn bắt đầu có mơ ước nếu bạn muốn làm cho ước mơ trở thành sự thật”. Napoleon Hill trong cuốn *Think and Grow Rich* (Suy nghĩ và làm giàu lên), nói, “Bất cứ cái gì mà đầu óc con người có thể thai nghén và tin tưởng thì điều đó có thể thành đạt”. Tất cả những người đứng đầu đều để cho chính họ mơ ước, rồi sau đó họ đi làm để biến các ước mơ ấy trở thành sự thật.

Dự tính trước cho tương lai

Trong việc gây dựng doanh nghiệp hoặc nghề nghiệp, hãy bỏ ít thời gian để suy nghĩ về điều đó sẽ thấy như thế nào trong tương lai nếu nó trở thành tốt đẹp. Nếu bạn muốn doanh nghiệp của mình xuất sắc nhất về ngành nghề ấy, hãy mô tả xem từ *bên*

ngoài nó sẽ thể hiện như thế nào khi bạn đạt được mục đích đó.

Khi tôi vạch ra kế hoạch chiến lược cho các công ty, chúng tôi bắt đầu tưởng tượng công ty ấy là công ty sẽ đứng đầu ngành nghề ấy 5 năm nữa trong tương lai. Sau đó chúng tôi đi chung quanh bàn và hỏi, “Những người khác sẽ cho là chúng ta như thế nào nếu chúng ta là công ty xuất sắc nhất về hoạt động kinh doanh này?”

Chúng tôi thường có được 20 hoặc 30 sự mô tả lý tưởng khác nhau đề cập đến mọi phương diện của doanh nghiệp. Sau đó chúng tôi hỏi, “Những sự mô tả nào quan trọng hơn bất cứ những sự mô tả khác?”

Sau đó chúng tôi sắp xếp các sự mô tả lý tưởng theo thứ tự ưu tiên và thảo luận về các hoạt động riêng biệt mà chúng tôi có thể thực hiện ngay để bắt đầu tạo nên tương lai lý tưởng. Bạn có thể làm điều này cho bản thân, cho doanh nghiệp của bạn và cho bất cứ phần việc nào trong cuộc sống. Nó là một cách tập luyện đầy năng lực thường làm thay đổi toàn bộ hướng đi của cuộc đời bạn.

Phát huy ý thức nhiệm vụ

Những người đứng đầu có ý thức nhiệm vụ. Họ say mê về những gì họ làm và hoàn toàn quyết chí làm điều đó thật tốt. Những người đứng đầu hình dung doanh nghiệp của họ sẽ trông như thế nào khi doanh nghiệp xuất sắc ở ngành nghề ấy. Họ xem các mục đích và các chỉ tiêu của họ như đã thành hiện thực từ lâu trước khi chúng thực sự xảy ra.

Một trong những kỹ thuật nhiều năng lực nhất bạn có thể thực hiện được gọi là nhớ “lại từ tương lai”. Với kỹ thuật này, bạn dự tính trước trong đầu từ 3 tới 5 năm và tưởng tượng là cuộc sống và công việc của bạn hoàn hảo về mọi phương diện. Từ điểm ưu thế trong tương lai, bạn nhìn lại hiện tại và hỏi, “Điều gì sẽ xảy ra

với tôi để đạt được từ nơi tôi bắt đầu hiện nay tới nơi tôi muốn trở thành trong tương lai?”

Thông thường bài tập này tạo cho bạn nắm rõ các hoạt động bạn cần thực hiện kế tiếp. Bằng cách nhớ lại từ tương lai, bạn có thể thấy ngay các việc bạn sẽ bắt đầu làm hoặc thôi làm ngay. Bạn thấy các việc sẽ cần phải thay đổi cách này hay cách khác. Bạn sẽ thấy các việc bạn cần làm nhiều hơn hoặc ít hơn.

Tin tưởng vào ước mơ của bạn

Ngày xưa, một đạo diễn phim chưa có tiếng, tên là George Lucas có một tầm nhìn về một phim mạo hiểm không gian về lai khác hẳn với bất kỳ phim nào đã từng có. Ông bỏ ra hết tháng này tới tháng nọ đi hết xưởng phim này tới xưởng phim kia để cố tìm được sự hỗ trợ và ủng hộ ý tưởng của ông ta. Nhưng ý tưởng đó quá cấp tiến. Hết lần này tới lần khác ông ta đều bị từ chối.

Tuy nhiên, George Lucas vẫn không chịu bỏ cuộc. Ông ta vẫn kiên trì và cuối cùng ông đã kiếm được đủ tiền để làm phim *Star Wars* (Chiến tranh giữa các vì sao), nó đã trở thành một trong những phim thành công nhất trong lịch sử. *Star Wars* đã trở thành kỷ nguyên của các phim ăn khách nhất kiếm được mỗi phim hơn \$100 triệu. Cuối cùng, công ty của ông, Lucasfilms đã tạo được hàng tỷ đô la doanh số bán bộ phim *Star Wars* 3 tập, cuốn phim *Star Wars* và các phim ăn khách khác trên khắp thế giới. Ông ta không gặp trở ngại gì về việc huy động vốn cho các dự án của ông.

Là người hoàn toàn lạc quan

Ngoài tầm nhìn rộng và ý thức về nhiệm vụ, một phẩm chất của những người đứng đầu và các doanh nghiệp thành công là họ có mức lạc quan cao. Vì tính lạc quan này, họ có “sự mong đợi phi

hiện thực” về sự thành công. Họ tuyệt đối tin rằng sớm muộn gì, bằng cách này hay cách khác, họ cũng sẽ thành công ở những gì họ làm.

Những người lạc quan dường như có hai phẩm chất đáng chú ý. Thứ nhất vì họ có các mong đợi thành công phi hiện thực, họ *thử thêm nhiều việc*. Nếu việc gì đó không có tác dụng, họ thử việc khác và sau đó lại thử tiếp việc khác nữa. Họ sẵn sàng chịu thất bại hơn nhiều lần so với người bình thường để đạt được thành công mà họ tin là hoàn toàn chắc chắn.

Định luật xác suất cho là bạn càng thử nhiều thứ, điều đó càng có thể làm cho bạn sẽ *thành đạt*. Hầu như tất cả những người thành công đều thử và thất bại vô số lần trước khi cuối cùng họ mới phát huy được sự hiểu biết và kinh nghiệm làm cho họ có thể thử và thành công. Họ sử dụng định luật xác suất cho chính họ. Như Phil Knight thuộc công ty Nike có lần đã nói, “Bạn chỉ thành công được lần *cuối cùng*”.

Phẩm chất sắt đá của sự thành công

Phẩm chất thứ hai mà những người lạc quan đích thực có được là họ *bền chí*. Họ chẳng bao giờ chịu bỏ cuộc. Họ liên tục thử làm những việc mới lạ khác và nếu việc ấy không có tác dụng, họ thử việc khác.

Hơn nữa, họ dùng định luật xác suất cho chính họ. Nếu bạn thử thêm nhiều thứ và bạn bền chí, khả năng cuối cùng bạn sẽ thử đúng việc vào đúng lúc và tạo được sự đột phá.

Đại tá Harland Sanders nổi bật lên ở tuổi 65 nhờ bán công thức làm món ăn của ông ta, gồm bí quyết pha trộn thảo dược và gia vị để làm món gà rán. Ông ta đã gọi điện cho hơn 1.000 nhà hàng để chia sẻ với họ về công thức này của ông và ông cũng bị từ chối đủ

1.000 lần. Nhưng ông vẫn tiếp tục gọi điện, sống rong ruổi với chiếc xe cũ kỹ của ông cùng với mấy cái xoong, nồi quanh mình. Ông ta không hề chịu bỏ cuộc.

Cuối cùng, sau khi đi lên đi xuống vùng ven biển Đại Tây Dương trong nhiều tháng trời, ông ta đã tìm được một chủ nhà hàng đồng ý trả cho mỗi món gà theo cách thức của ông là 5 xu. Chẳng bao lâu ông đã tìm được một nhà hàng khác và rồi lại một nhà hàng khác nữa. Các sự kiện còn lại đã thành lịch sử. Gà rán Kentucky đã trở thành một trong những hoạt động nhượng độc quyền kinh doanh thành công nhất trong lịch sử với hơn 7.000 điểm tiêu thụ ở khắp thế giới. Harland Sanders đã trở thành một đại triệu phú và là một trong những nhân vật nổi tiếng nhất và phổ biến nhất về kinh doanh ở khắp thế giới.

Biết rõ bên trong và bên ngoài doanh nghiệp

Một phẩm chất quan trọng của các chủ doanh nghiệp thành công đã trở thành triệu phú là họ nghiên cứu mọi chi tiết của doanh nghiệp. Họ liên tục khảo sát đi khảo sát lại những thông tin để tìm ra những nhân tố đáng chú ý có thể dẫn tới thành công lớn.

Những người sáng lập của đại lý độc quyền cửa hàng tiêu dùng đầu tiên, Mac's Milk Stores, thấy rằng các cửa hàng tạp hóa lớn chỉ mở cửa trong giờ làm việc chuẩn, từ 8 giờ sáng tới 6 giờ chiều. Sau 6 giờ chiều, hầu như không thể chọn được 2 panh sữa hoặc 1 pao bơ. Họ thấy rằng có cơ hội thị trường trong hoàn cảnh này, nên họ bắt đầu cuộc nghiên cứu chi tiết bằng cách phỏng vấn những người đi mua hàng lúc ra khỏi các cửa hàng tạp hóa vào giờ cao điểm lúc 5 giờ và hỏi xem những người mua hàng đã mua gì. Họ thấy rằng 80% những người mua hàng đều nói đến 346 mặt hàng và 90% vụ mua hàng ấy tiêu biểu cho khoảng 700 mặt hàng.

Dựa vào những thông tin này, họ mở cửa hàng tiêu dùng thêm giờ hoạt động từ 7 giờ tối cho tới 11 giờ tối. Họ chỉ trữ 700 mặt hàng phổ biến nhất, các nhãn hiệu phổ biến và có kích thước phổ biến của các thương hiệu đó. Các sự kiện còn lại đã trở thành lịch sử.

Trong vòng một vài năm, có hàng ngàn cửa hàng tiêu dùng mở ở mọi nơi, phát sinh doanh số bán hàng tỷ đô la. Do đó, nhiều người đã đi vào lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng đã trở thành triệu phú.

Tìm kiếm cơ hội ở mọi nơi

Các chủ doanh nghiệp và những người kinh doanh thành công dường như rất giỏi tìm ra các cơ hội thị trường bằng hình thức sản phẩm và dịch vụ mà người ta cần đến và có nhu cầu, nhưng hiện không có sẵn. Sau đó họ thiết kế, chế tạo hoặc kiếm được quyền phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ mới hay tốt hơn để phục vụ nhu cầu thị trường đó. Họ tìm kiếm nhu cầu và thỏa mãn nó.

William Kelly thấy nhu cầu ngày càng tăng đối với các nhân viên thư ký mà họ có thể điều khiển thiết bị văn phòng. Ông ta đã bắt đầu thuê mướn và đào tạo những người này cho các doanh nghiệp để làm việc theo phương thức tạm thời. Công ty của ông, Kelly Services hiện nay có các văn phòng ở khắp nước Mỹ cung cấp nhân viên đủ mọi loại cho các doanh nghiệp ở mọi nơi. William Kelly, từ một văn phòng nhỏ ở Detroit, đã trở thành đại triệu phú. Ông ta đã tìm ra nhu cầu và thỏa mãn nó.

Tom Golisano, một nhân viên kế toán làm việc ở Rochester, New York thấy các thân chủ của anh ta là các chủ doanh nghiệp nhỏ cần giúp theo dõi cập nhật bảng lương và các luật lao động liên tục thay đổi. Ông ta đã mở doanh nghiệp Paychex để xử lý các nhu cầu về tính toán bảng lương cho các khách hàng của ông và

xây dựng nó thành một trong những công ty thành công nhất ở nước này. Hiện nay Tom Golisano được tạp chí Forbes xếp vào một trong những người giàu nhất nước Mỹ với giá trị tài sản thực hơn 1 tỷ đô-la. Ông ta đã tìm ra nhu cầu và thỏa mãn nó.

TÌM RA "CÁNH ĐỒNG KIM CƯƠNG" CỦA BẠN

Có vô số cơ hội để bạn tìm ra hoặc tạo ra một doanh nghiệp mới và hầu hết chúng đều nằm ngay dưới chân bạn. Bạn phát triển khả năng của mình làm sao để nối tiếp những người đứng đầu và tìm ra các cơ hội bạn có thể lợi dụng để làm giàu ở Mỹ? Có một bước bạn có thể thực hiện.

Bước 1. Thu thập thông tin

Trước hết, bắt đầu thu thập thông tin về những người và doanh nghiệp ở lĩnh vực mà bạn quan tâm. Đặt mua tất cả những tạp chí và các tập san thương mại về lĩnh vực đó. Gửi xin tài liệu khuyến mãi của các công ty, nghiên cứu, so sánh và phân tích nó. Nói chuyện với các nhân viên, khách hàng và những người kinh doanh khác về những người đứng đầu ngành nghề kinh doanh và các công ty đang thành đạt về lĩnh vực bạn quan tâm.

Tham dự các buổi hội thảo được các chuyên gia trình bày về lĩnh vực bạn chọn. Hỏi các chuyên gia các câu hỏi vào giờ giải lao. Nhờ họ tư vấn và giới thiệu bạn phải làm gì và đọc gì. Bắt đầu tập hợp khối lượng thông tin về lĩnh vực bạn chọn, rồi sau đó xem đi xem lại. Hãy trở thành một chuyên gia. Năng lực của một chuyên gia có giá trị rất lớn.

Bước 2. Coi mình như đã thành công rồi

Bắt đầu hình dung mình đã thành công ở ngành nghề kinh doanh đó. Tạo ra một hình ảnh rõ ràng trong đầu về bề ngoài của bạn sẽ

trông ra sao, đi đứng, ăn mặc, nói chuyện, hành động và sống như sự thành công mà bạn đã định trong tương lai. Kết hợp sự hình dung của bạn với hành động. Làm công việc tích cực và có tính cách xây dựng mọi ngày mà nó sẽ đưa bạn tiến tới mục đích thành công của bạn ở lĩnh vực này.

Các nhà tâm lý đã khám phá ra rằng bạn có thể hành động theo cách bạn tin vào khả năng thành công của mình bằng cách giả bộ là bạn đã thành công về lĩnh vực bạn muốn rồi. Bạn càng đi đứng, nói chuyện và hành động giống như đã thành công, bạn càng cảm thấy điều đó, tin vào điều đó và điều đó sẽ nhanh chóng trở thành một phần tính cách của bạn.

Bước 3. Luôn để ý tìm kiếm

Tìm kiếm mọi cơ hội kiếm tiền ở mọi nơi. Các cơ hội tồn tại ở hầu hết mọi công việc. Thí dụ, Jerry Gordon đã bắt đầu là một người nấu ăn ở cửa hàng kinh doanh độc quyền gà rán Kentucky. Ông ta đã thấy nhu cầu về máy rây bột mì chạy bằng mô-tơ điện vì họ vẫn thường rây bột mì bằng tay. Ông ta bắt đầu chế tạo chúng ở nhà để xe vào thời gian rảnh.

Trong vòng một năm, ông ta đã có thể bán 12 cái máy rây bột mì loại này cho đại tá Sanders (triệu phú gà rán Kentucky). Sanders đã có ấn tượng đến nỗi ông ta đã cho Gordon vay \$10.000 để bắt đầu mở doanh nghiệp riêng. Jerry Gordon tiếp tục trở thành một triệu phú sản xuất thiết bị chế biến thực phẩm để tiết kiệm thời gian và tiền của cho các doanh nghiệp chế biến thức ăn nhanh.

Nhìn vào tầm ngắm của bạn

Trong kinh doanh và sản xuất có một khái niệm được gọi là “lý thuyết tầm ngắm”. Điều khái niệm này muốn nói là mỗi người có thể thấy các cơ hội để cải tiến trong *tầm ngắm* của mình. Bạn

nhìn vào tầm ngắm, ngay nơi bạn ở. Hầu như lúc nào bạn cũng có thể thấy có lý do cần cải tiến về những gì bạn đang làm.

Bạn có thể có được những ý tưởng giá trị từ các vấn đề thông thường. Người sáng lập Coffeematic theo dõi thời gian làm việc bị lãng phí do các nhân viên phải đi xuống phố uống cà phê giải lao. Ông ta đã giới thiệu với các chủ doanh nghiệp chiếc máy lọc cà phê sẽ trả giá cho chính những người này để tiết kiệm thời gian làm việc trong doanh nghiệp của họ như thế nào. Ông ta đã không lắp ráp máy móc cho mục đích gì lớn lao cả và đã kiếm ra tiền nhờ vào cà phê và máy lọc cà phê mà ông cung cấp. Bây giờ máy lọc cà phê Coffeematic hoặc một cái máy tương tự thế hầu như đều có ở bất cứ văn phòng nào trên khắp thế giới.

Bắt đầu từ nhỏ và dùng cách huy động vốn khách hàng

Bạn không cần phải có nhiều tiền để khởi sự. Bạn có thể bắt đầu từ nhỏ và huy động vốn của khách hàng. Daniel K. Ludwig bắt đầu với rất ít tiền, nhưng có ý tưởng rất hay. Ông ta thấy rằng nếu ông ta có thể tham gia vào một hợp đồng thuê tàu dài hạn với công ty dầu để chở dầu của họ bằng tàu chở dầu, sau đó ông có thể đưa hợp đồng thuê bao này đến ngân hàng để vay tiền thiết kế đóng mới các tàu chở dầu. Phí thuê tàu được các đại công ty dầu bảo chi thanh toán tiền vay ngân hàng và đã phát sinh lợi nhuận khổng lồ. Sau đó ông ta lặp đi lặp lại cách thức này, ký hợp đồng thuê tàu với công ty dầu, vay tiền ngân hàng để thiết kế đóng mới tàu chở dầu, rồi thanh toán tiền vay bằng nguồn lợi tức. Trong vòng ít năm, ông đã trở thành tỷ phú và là một trong những người đàn ông giàu nhất trên thế giới bằng cách làm việc bằng tiền của người khác.

Tìm kiếm những giải pháp chung

Tìm kiếm các giải pháp có thể được mô phỏng cho những khách

hàng khác. Tìm kiếm điều gì bạn có thể làm đi làm lại cho người khác. Tìm kiếm các vấn đề và các giải pháp cho một số lượng lớn khách hàng. Luôn luôn hỏi, “Có thị trường nào cho ý tưởng này không? Thị trường có đủ lớn không? Thả con săn sắt bắt con cá rô. Tìm kiếm các thị trường lớn nhất thay vì các thị trường nhỏ nhất.

Công ty Xerox đã bắt đầu với giải pháp tạo ra nhiều bản sao tài liệu mà không dùng giấy than. Công ty ấy đã phát triển bằng sáng chế kỹ thuật sao chụp bằng máy photocopy và đã làm biến đổi giới doanh nghiệp. Sau đó giải pháp Xerox phát triển được áp dụng vào mọi công ty.

Chắc chắn có thể bán được

Tìm kiếm giải pháp cho sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được những người kinh doanh có trình độ bình thường bán được. Luôn luôn hỏi các câu sau: “Ai sẽ bán các sản phẩm hoặc dịch vụ này?” và “Họ sẽ bán nó bằng cách nào?”

Nhớ là vì bạn chỉ tìm loại người kinh doanh có trình độ bình thường, nên phải là sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được người kinh doanh bình thường bán. Nếu sản phẩm hoặc dịch vụ đòi hỏi phải có người có trình độ cao mới bán được hoặc lắp ráp được, thì chắc là sẽ không thành công.

Dùng cách quảng cáo truyền miệng

Tìm kiếm giải pháp cho một vấn đề thực sự có tác dụng và có thể quảng cáo cho chính nó bằng miệng. Đến 84% thương vụ ở Mỹ bằng cách này hay cách khác đều được xác định nhờ vào quảng cáo truyền miệng. Nếu bạn tìm được giải pháp, chẳng hạn bóng đèn tròn có tuổi thọ kéo dài 50.000 giờ, và bạn kiếm được người quảng cáo truyền miệng về sản phẩm này, thì đó có thể là một

chiến lược tiếp thị của bạn.

Tìm kiếm những sản phẩm và những dịch vụ có lời

Tìm kiếm các giải pháp cho những vấn đề có mối quan hệ (hiệu suất phí tổn) giá–vốn có lợi nhất. Ít nhất bạn phải kiếm được lãi cộng vốn bằng 3:1. Điều này có nghĩa là nếu giá thành sản phẩm là \$1, bạn sẽ có thể bán nó ở thương trường ít nhất là \$3.

Tốt hơn trong sản xuất nên kiếm được lãi cộng vốn bằng 1 vốn 3 lời hoặc 1 vốn 4 lời hoặc thậm chí 1 vốn 9 lời. Nhiều sản phẩm được sản xuất, nhất là các sản phẩm nhập khẩu khi bán lẻ phải kiếm được nhiều tới mức 1 vốn 9 lời. Mức lời cộng vốn này giúp cho bạn có đủ khả năng có được sản phẩm thông qua các giai đoạn khởi nghiệp, kiếm được đủ lời để phát triển kinh doanh và tạo thêm được đủ lời để giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới trong tương lai.

THÀNH NGƯỜI MỚI VÀO NGHỀ

Một cách khác để “đi theo người đứng đầu” trong bất cứ ngành nghề nào đối với bạn là dành thời gian ngoài giờ hoặc ngay cả toàn bộ thời gian vào lĩnh vực bạn chọn. Bạn có thể có được kinh nghiệm bằng cách bắt đầu công việc ngoài giờ ở lĩnh vực bạn đang tính đến chuyện đi vào làm ăn. Bạn có thể tìm được những người đồng nghiệp có kiến thức, người có nhiều năm kinh nghiệm ở lĩnh vực đó và học được ở họ.

Bạn có thể học hỏi được những kiến thức và kinh nghiệm của người khác bằng cách tham gia các khóa học đặc biệt về lĩnh vực của mình. Bạn có thể thuê người nào đó, như một nhân viên tư vấn có kiến thức chuyên môn cần thiết, thì bạn sẽ không phải học nó một mình.

Nguyên tắc là “kiến thức là sức mạnh”. Một trong những lý do chính mà người ta thất bại trong kinh doanh là vì họ không biết đầy đủ những chi tiết về hoạt động kinh doanh đặc biệt của họ để thành công. Trái lại, một trong những lý do chủ yếu để thành công trong kinh doanh là chủ doanh nghiệp học được mọi thứ người ấy cần biết về hoạt động kinh doanh mà người ấy sắp bước vào.

THUÊ HOẶC MUA KIẾN THỨC BẠN CẦN

Một trong những việc khôn khéo nhất bạn có thể làm ngay lúc đầu hoạt động kinh doanh là phỏng vấn hoặc thuê chuyên gia về khía cạnh đặc biệt của doanh nghiệp. Phải sẵn sàng để lúc nào cần cũng có nhân viên tư vấn kinh doanh, nhân viên tư vấn tiếp thị, nhân viên tư vấn quảng cáo hoặc nhân viên tư vấn bán hàng trực tiếp bằng thư. Bạn có thể thuê bất cứ người nào bạn cần để có được kiến thức chuyên môn bạn cần có để thành công. Thuê đầu óc của họ cũng giống như bạn đi bác sĩ, nha sĩ, luật sư hoặc chuyên viên kế toán. Đi tới nhân viên tư vấn có nhiều năm chuyên về một lĩnh vực đặc biệt và mua kiến thức và kinh nghiệm của người chuyên môn đó.

Đưa người đã thành công đi ăn trưa và hỏi han họ. Hầu như lúc nào cũng vậy, những người thành công sẽ giúp người khác để được thành công, nếu bạn hỏi họ. Chọn người ở lĩnh vực hoặc cộng đồng của bạn mà bạn khâm phục nhất và mời họ đi ăn trưa hoặc ít nhất mời họ uống cà phê. Bạn phải bỏ tiền bao họ khi bạn làm điều này. Một vài phút gần gũi với người thành công thường là cách đầu tư rẻ nhất mà bạn có thể thực hiện để kiếm được những hiểu biết sâu sắc đáng kể mà bạn cần có để thành công trong lĩnh vực đó.

XIN LỜI KHUYÊN

Nếu họ quá bận rộn không uống cà phê hoặc ăn trưa được, hãy xin họ 10 phút để họ cho bạn lời khuyên về các cách hay nhất để thành công trong hoạt động kinh doanh này. Khi bạn gặp họ, hãy nói, “Tôi thực sự khâm phục sự thành công mà anh đã đạt được ở lĩnh vực này và tôi tự hỏi không biết anh có thể cho tôi vài lời khuyên giúp tôi thành công được như anh không.”

Hỏi, “Tôi nên đọc các sách gì?” “Tôi nên tham gia các khóa học nào?” “Tôi nên nghe các chương trình học bằng băng audio nào?” Một vài lời khuyên của những người thành công khác có thể tiết kiệm cho bạn nhiều năm làm việc vất vả và nhiều ngàn đô la.

NGHIÊN CỨU CÁC CÔNG TY THÀNH CÔNG

Một cách khác để học hỏi bằng cách rập khuôn là nghiên cứu một công ty thành công khác. Ít nhất bạn sẽ phải giỏi bằng đối thủ cạnh tranh của mình và thường là phải giỏi hơn để tiếp tục tồn tại và thành đạt ở bất cứ ngành nghề nào. Tìm một công ty thành công, tốt nhất là công ty đứng đầu và bạn có thể bắt chước được càng nhiều thứ mà công ty ấy thực hiện càng tốt. Sau đó, cố gắng làm tốt hơn công ty đó; nhắm vào chất lượng tốt hơn ở phương diện nào đó mà khách hàng cho là quan trọng.

Công ty thu hút được khách hàng như thế nào?

Khi bạn nghiên cứu một doanh nghiệp thành công khác, trước hết tìm xem công ty ấy làm gì để thu hút khách hàng. Công ty ấy khuyến mãi, quảng cáo và phát sinh lợi tức bằng cách nào?

Công ty bán hàng như thế nào?

Công ty ấy sử dụng các kỹ thuật gì để tiêu thụ? Các phương pháp bán hàng thành công nhất của công ty ấy như thế nào? Nó cung ứng cái gì? Nó cung cấp loại bảo hành hoặc bảo đảm gì? Nó cung

ứng loại dịch vụ hậu mãi gì cho khách hàng?

Ai mua sản phẩm hoặc dịch vụ?

Công ty bán cho loại khách hàng nào? Ai là các khách hàng cho sản phẩm hoặc dịch vụ riêng biệt này? Mô tả về họ chi tiết dựa vào tuổi tác, thu nhập, học vấn, giới tính, nghề nghiệp và khả năng tài chính.

Công ty tính giá cả như thế nào?

Công ty tính giá sản phẩm bao nhiêu và họ tính bằng cách nào? Công ty có đòi hỏi phải thanh toán ngay không? Họ có cho thanh toán theo phương thức hàng tháng không? Có phải trả toàn bộ bằng tiền mặt không? Họ cho các điều khoản thanh toán nào?

Công ty tặng thêm cái gì?

Cái gì được kèm thêm hoặc được tặng thêm cho sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty ấy? Nếu bạn đang cạnh tranh với một công ty khác, bạn phải biết mọi thứ công ty đó đang dùng để lôi cuốn hoặc giữ khách hàng. Cái gì được cho vào trong bao bì của món hàng ấy để tặng.

Công ty tiêu thụ ở đâu?

Hầu hết sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty ấy bán ở đâu? Các địa điểm nào tốt nhất cho các cửa hàng hoặc văn phòng của công ty ấy? Thành phố nào? Tỉnh nào? Nơi nào trong thành phố?

Một khi bạn đã thu thập được tất cả những thông tin này về các đối thủ cạnh tranh tiềm năng của bạn, bạn phải tự hỏi, “Chúng ta có thể làm gì để chất lượng tốt hơn họ?”

12 chìa khóa để đi theo những người đứng đầu.

Chìa khóa 1. Tìm ra mọi thứ bạn có thể về những người và các công ty đứng đầu về lĩnh vực bạn chọn.

Chìa khóa 2. Bắt chước mọi thứ và bất cứ thứ gì người khác đang làm đạt thành công. Nhớ là sự cạnh tranh là một trong những hình thức cao nhất về sự tôn vinh. Nếu các đối thủ cạnh tranh là những người bạn khâm phục vì họ làm được việc gì đó thành công, hiển nhiên là vậy, hãy bắt chước họ và chính bạn sử dụng điều đó. Khi bạn bắt đầu đạt tới những ý tưởng và các phương pháp thành công, thì chắc chắn người ta cũng bắt chước bạn.

Chìa khóa 3. Khâm phục các đối thủ cạnh tranh thành công của bạn. Về mặt tâm lý, điều này rất quan trọng. Hãy luôn luôn nghĩ và nói chuyện bằng các ngôn từ tích cực và ngưỡng mộ những người và các công ty đứng đầu trong ngành nghề kinh doanh của bạn và sau đó tìm các cách làm tốt hơn họ. Đừng bao giờ chê bai về đối thủ cạnh tranh của bạn. Luôn luôn nói về họ bằng các ngôn từ tỏ ra tôn trọng.

Chìa khóa 4. Tìm kiếm các phương cách để thành công mà bạn có thể chuyển nhượng hoặc phỏng theo từ một ngành nghề kinh doanh hoặc một hoạt động kinh doanh này sang một hoạt động kinh doanh khác.

Có lẽ thí dụ nổi tiếng nhất về chuyển nhượng một cách thức thành công từ một ngành nghề kinh doanh này sang một ngành nghề kinh doanh khác là trường hợp của McDonald. Cái mà người thành lập Ray Kroc đã thấy được là khả năng áp dụng phương pháp của xưởng in nhanh vào bánh nhân thịt băm. Ông ta đã thấy sự sản xuất nhanh chóng hàng loạt sản phẩm của anh em McDonald ở thành phố San Bernardino (Nam California). Ông ta tự hỏi không biết sao ông lại không thể chuẩn hóa quy trình đó và lặp đi lặp lại điều đó nhiều lần. Đó là lúc bắt đầu sự kiểm soát hoàn toàn của McDonald mà hiện nay nó có đến 30.000 cửa hàng

đại lý độc quyền kinh doanh ở khắp thế giới, mỗi cửa hàng này đều sử dụng phương pháp sản xuất dây chuyền được áp dụng cho thực phẩm ăn nhanh.

Một thí dụ khác về phương thức sản xuất có thể được chuyển nhượng từ một ngành nghề kinh doanh này sang một ngành nghề kinh doanh khác là các hiệu giặt đồ tự phục vụ và các chỗ rửa xe hơi tự phục vụ. Khi chúng được thiết lập và cho máy hoạt động bằng cách bỏ đồng tiền vào và chúng có thể được sao chép các thao tác giống nhau lặp đi lặp lại nhiều lần.

Một thí dụ khác về phương thức được chuyển nhượng từ một lĩnh vực này sang lĩnh vực khác là trường hợp được các câu lạc bộ sách sử dụng, chẳng hạn như, Literary Guild. Hiện nay các câu lạc bộ này đã trở thành các câu lạc bộ CD, câu lạc bộ mỹ thuật, câu lạc bộ âm nhạc cổ điển, câu lạc bộ sưu tập tiền đồng, câu lạc bộ sưu tập đĩa và các câu lạc bộ băng đĩa video và DVD.

Chìa khóa 5. Tìm kiếm các vùng về mỗi lĩnh vực nơi mà sẽ kiếm được lợi nhuận lớn. Tập trung vào các vùng đó. Tập trung vào sản phẩm và dịch vụ có giá trị gia tăng cao. Nhớ rằng 20% doanh số bán ở bất cứ lĩnh vực nhất định nào sẽ giải thích cho 80% lợi nhuận. Nhớ là các cửa hàng của Mac's Milk hoặc 7-Elevens (7 giờ tối tới 11 giờ tối), phương thức của cửa hàng tiêu dùng. Luôn luôn tập trung vào bán các sản phẩm hoặc dịch vụ có lời cao trong ngành kinh doanh của bạn.

Chìa khóa 6. Xem xét các doanh nghiệp nhỏ đang thành công làm gì và sau đó xem xét khả năng xây dựng một tổ chức lớn cũng làm tương tự như thế ở quy mô lớn. McDonald's và Century 21 Real Estate, mỗi công ty đều lấy phương thức có tác dụng đối với một hãng hoặc một ngành nghề kinh doanh và sau đó nhân lên hàng trăm và hàng ngàn lần. Domino's Pizza lấy cách thức của món pizza giao hàng nhanh và nhân nó lên thành hàng ngàn

điểm tiêu thụ. Các cửa hàng đại lý độc quyền thành công nhất là các thí dụ điển hình về việc sao chép phương thức thành công từ lĩnh vực này sang lĩnh vực khác.

Chìa khóa 7. Xem xét các công ty khổng lồ có uy tín đang làm gì, rồi sau đó cung cấp cho khách hàng với sự chọn lựa thay thế với giá rẻ hơn. Các công ty lớn có mức chi phí quản lý cao. Thông thường bạn có thể xét thấy họ đang làm gì và sau đó cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ tương đương hoặc tốt hơn với giá thấp hơn và cung ứng tại địa phương.

Chìa khóa 8. Tìm kiếm một vùng nơi bạn có thể dùng tốc độ và khả năng linh động để cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ nhanh hơn, rẻ hơn hoặc tốt hơn các công ty lớn trong ngành nghề kinh doanh đó. Một trong những ưu thế lớn của công ty nhỏ hơn là bạn có thể di chuyển *nhanh hơn*. Bạn có thể cung cấp thêm các dịch vụ riêng cho cá nhân. Bạn có thể quan tâm đến cá nhân khách hàng nhiều hơn. Điều này cấu tạo nên giá trị thực sự mà người ta sẵn sàng bỏ tiền ra.

Chìa khóa 9. Xem xét các sản phẩm bán chạy ở lĩnh vực của bạn và tìm cách cải thiện chúng. Bạn chỉ cần đạt được sản phẩm hoặc dịch vụ có giá trị tốt hơn 10% để bắt đầu con đường dẫn tới một doanh nghiệp thành công.

Robin Cook, tác giả của cuốn tiểu thuyết bán rất chạy *Coma* (Đầu sao chổi), ông ta đã dùng cách thức này. Ông ngồi đọc tới cuốn cuối cùng thứ 100 các sách bán rất chạy theo danh sách truyện giả tưởng của tờ *New York Times*. Khi đọc các cuốn sách này, ông đã nêu ra được một cách thức để viết sách bán chạy. Ông ta đã viết cuốn *Coma* dựa vào cách thức đó và nó đã trở thành cuốn sách bán rất chạy trong ngày một ngày hai.

Robin Cook hiện nay đã viết một loạt sách bán rất chạy cũng

bằng cách dùng cùng cách thức tương tự lặp đi lặp lại. Nhiều tác giả thành công, như Harold Robbins, Tom Clancy và John Grisham cũng đã làm giống như thế.

Chìa khóa 10. Luôn luôn đi theo những người đứng đầu. Đừng đi đầu với sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Hãy để những công ty khác mạnh hơn đi qua quá trình thử dò dẫm ban đầu cho bạn. Để họ thử mạo hiểm xem sao. Các công ty lớn có thể đài thọ số tiền rủi ro về các sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong khi các công ty nhỏ không thể đài thọ nổi. Khi một doanh nghiệp, sản phẩm hoặc dịch vụ chứng tỏ thành công, thì bạn có thể nhập cuộc và tìm kiếm cách cải tiến nó.

Chìa khóa 11. Nhớ rằng không ai có thể lấy được bằng sáng chế cho ý tưởng kinh doanh hay. Hãy mượn ý kiến của người khác thoải mái. Bất cứ lúc nào bạn thấy một người có ý tưởng kinh doanh hay, hãy dùng nó để bạn tiến hành. Đôi khi người dùng ý tưởng ấy để tiến hành sẽ có kết quả tốt hơn nhiều so với người nghĩ ra được nó ban đầu.

Chìa khóa 12. Bạn đạt tới đỉnh cao và giữ mãi nó bằng cách quan sát các công ty khác, nhất là đối thủ cạnh tranh của bạn, rồi sau đó làm theo các *cách thức đã chứng tỏ thành công*. Đừng bao giờ ngưng học hỏi và áp dụng những phương pháp đã chứng tỏ thành công ở bất kỳ lĩnh vực nào. Học ở các chuyên gia, rồi sau đó làm theo những gì họ làm lặp đi lặp lại cho tới khi bạn đạt được cùng các kết quả.

TỰ DÒ DẪM HỌC HỎI

Sự nỗ lực của con người trong mọi lĩnh vực, bạn có thể tự dò dẫm học hỏi để thành công. Dần dần bạn tạo dựng được kho kiến thức làm cho bạn có thể đưa ra các quyết định đúng đắn thay vì là các quyết định sai lầm. Bạn có thể học một biết mười nhờ vào cách

quan sát kỹ những người khác và các doanh nghiệp khác, làm theo những cái hay nhất mà họ thể hiện ra.

Bạn có khả năng đạt được sự thành công tài chính ở bất kỳ một trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Lúc này có thể bạn chưa có ý tưởng nào hay nhất cho mình, nhưng cách nhanh nhất để bạn trở nên thành công về tài chính là có thói quen luôn luôn sẵn sàng học tập những người đứng đầu về lĩnh vực của bạn, học mọi chi tiết có thể về công việc bạn quan tâm và sau đó lúc nào cũng ở vị trí đứng đầu.

Đôi khi trong tương lai, người ta sẽ học tập bạn và các cách thức hoạt động kinh doanh của bạn để biết cách làm giàu. Trong khi ấy, tiếp tục học hỏi và mỗi ngày phát triển thêm, lợi dụng kinh nghiệm của người khác và tiết kiệm cho bạn vô số tiền của và thời gian. Nhớ đừng bỏ phí tiền bạc!

BÀI TẬP THỰC HÀNH

- 1.** Chọn một hoạt động kinh doanh, ngành nghề kinh doanh hoặc người mà bạn hết sức ngưỡng mộ và bắt đầu nghiên cứu các hoạt động và phẩm chất đáng phục nhất; quyết tâm học được những điều hay nhất.
- 2.** Chọn một hoạt động kinh doanh bạn quan tâm và bắt đầu thu thập thông tin về người và công ty làm cách nào đã thành công ở lĩnh vực đó. Học cả những sự thành công cũng như những thất bại của người khác.
- 3.** Chọn một vai trò gương mẫu trong doanh nghiệp là người mà bạn đặc biệt ngưỡng mộ và khâm phục. Học mọi thứ bạn có thể về người này và thực hành những suy nghĩ và hành động bạn cho rằng người ấy sẽ suy nghĩ và làm như vậy.

4. Điều tra nghiên cứu trước khi bạn đầu tư thời gian, tiền của hoặc cảm xúc vào một việc kinh doanh hoặc sản phẩm mới; tìm ra các đối thủ cạnh tranh tiềm năng đang làm gì ở lĩnh vực này để phát sinh các thương vụ và lợi nhuận.

5. Hãy tưởng tượng doanh nghiệp của bạn hoặc một phương diện nào đó của cuộc sống của bạn vào một lúc nào đó trong tương lai sẽ thật tốt đẹp. Nó sẽ trông như thế nào? Nó được người ta mô tả ra sao?

6. Trong việc thẩm định một cơ hội kinh doanh, hãy nhận rõ các sản phẩm và dịch vụ cung cấp trong khu vực đó có thể có lãi nhất. Bạn có thể cải tiến chúng như thế nào để trở nên xuất sắc nhất về hoạt động kinh doanh ấy?

7. Nhận rõ ba việc quan trọng nhất bạn phải làm trong công việc – Ba nhiệm vụ hoặc hoạt động này giải thích cho hầu hết sự đóng góp của bạn; hãy tổ chức thời gian của bạn sao cho bạn làm việc gần như toàn bộ thời gian ở ba phạm vi này.

“Dùng thời gian của bạn để cải thiện chính mình qua văn từ của người khác để bạn sẽ dễ dàng trở nên những gì người khác đã phải lao động vất vả”.

Socrates

10

ĐỨNG ĐẦU LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG

“Đừng húc. Hãy nhắm ra ngoài sân bóng chày. Nhắm vào công ty của những người bất hủ”.

David Ogilvy

Trong tiến trình của cuốn sách này, tôi đã tập trung vào các cách mà hầu hết người ta đều trở nên giàu có: Họ cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ cần thiết có chất lượng tốt với giá hợp lý. Họ tăng giá trị về phương diện nào đó và duy trì một phần giá trị đó. Họ tiếp tục tìm kiếm các cách tốt hơn, nhanh hơn và rẻ hơn để làm được nhiều việc cho nhiều người hơn.

BA CON ĐƯỜNG

Ở chương cuối cùng này, tôi muốn giới thiệu với bạn ba con đường khác dẫn tới sự giàu có cho *việc làm giàu bằng cách của bạn*. Mỗi con đường này đi theo sự thành đạt của hàng trăm ngàn và thậm chí hàng triệu người đã đạt được sự sung túc tài chính.

Kiểm công việc tốt và làm thật tốt

Con đường đầu tiên là chỉ cần kiếm được một công việc tốt và bằng cách tiến thân ở một công ty thành công trong quá trình sự nghiệp của bạn. Khoảng 10% các triệu phú tự lập ở Mỹ làm việc

cho các công ty khác suốt cuộc đời họ. Họ trở nên giàu có bằng cách trở thành thật giỏi ở việc họ làm, họ được trả lương rất hậu cho công việc họ làm và sau đó dành dùm tiền của bằng cách gửi tiết kiệm, đem đầu tư và đầu tư vào các quyền chọn chứng khoán.

Trở thành chuyên nghiệp

Con đường thứ hai mà người ta trở nên giàu có là bằng cách đạt được tiếng tăm trong giới chuyên môn, chẳng hạn như, luật, y khoa, kiến trúc hoặc kỹ thuật, rồi sau đó dần dần đạt tới đỉnh cao ở lĩnh vực của họ.

Đến 10% các triệu phú tự lập ở Mỹ đều là các nhà chuyên môn, được định nghĩa là người có trình độ cao, vươn tới tốp 10% những người đứng đầu trong các lĩnh vực của họ. Do đó họ được trả lương rất hậu cho những gì họ làm. Họ nằm vào số 20% những người co chuyên môn kiếm được 80% tiền bạc ở loại nghề nghiệp đó.

Trở thành người kinh doanh đứng đầu

Con đường thứ ba mà bạn có thể trở thành triệu phú tự lập, chiếm khoảng 5% các triệu phú tự tay làm nên là bằng cách trở thành người kinh doanh đứng đầu ở lĩnh vực của bạn.

Trong kinh doanh, nguyên tắc 80/20 cũng vẫn có giá trị. 20% số người kinh doanh ở tốp đứng đầu kiếm được 80% tiền bạc của ngành kinh doanh đó. Điều này có nghĩa là khi bạn tính toán theo nguyên tắc này thì thu nhập trung bình của 20% số người kinh doanh trong tốp đứng đầu gấp 16 lần thu nhập trung bình của 80% số người đứng dưới cuối.

Nhưng đạt được thành tích tốt hơn thì 20% số người đứng đầu trong số tốp 20% những người đứng đầu hoặc là 4% số người

kinh doanh kiếm được 80% số tiền ở top 20% những người đứng đầu. Điều này có nghĩa là 4% doanh số bán đứng đầu có thể kiếm được thu nhập gấp 25 lần hoặc hơn doanh số bán trung bình của những người ở nhóm 80% người đứng dưới cuối.

Qua nhiều năm, tôi trình bày ở các hội nghị kinh doanh được tổ chức để tôn vinh những người có thành tích cao ở các tổ chức, công ty. Tại hai trong các cuộc hội nghị này về các ngành nghề kinh doanh khác nhau, thì thu nhập trung bình của người có mặt trong hội nghị là 850.000 đô-la mỗi năm. Thu nhập trung bình của người kinh doanh bình thường trong cùng các ngành nghề kinh doanh đó là 24.000 đô-la mỗi năm.

CÁC MẪU SỐ CHUNG

Điều đó hóa ra có hai mẫu số chung của những người đứng đầu ở các lĩnh vực của họ. Thứ nhất, những người đứng đầu đó đều bắt đầu ở nhóm dưới cùng. Trước đây họ chẳng biết gì về lĩnh vực đó. Mọi thứ họ đã từng làm được họ đều phải học hỏi và tự làm lấy.

Thứ hai, vào giai đoạn ban đầu trong sự nghiệp, họ đã đưa ra quyết định “phải xuất sắc” về những gì họ đang làm. Họ bắt đầu từ sớm và làm việc chăm chỉ và bền bỉ hơn. Họ dần thân không biết mệt mỏi, không ngừng phát triển bản thân và chuyên môn. Họ quyết tâm “trả giá” cho bất cứ cái gì để đạt được sự thành công lớn lao về lĩnh vực họ đã chọn.

Trong mỗi con đường khác nhau để trở thành triệu phú này, có ba chìa khóa dẫn tới thành công. Thứ nhất, đặt mục đích phải trả giá mắc nhất có thể trong lĩnh vực của bạn. Thứ hai, quyết định trở thành hoàn toàn xuất sắc về cái bạn làm cho tới sự phát huy liên tục bản thân và chuyên môn. Thứ ba, quyết tâm tiết kiệm và đầu tư từ 10% tới 20% thu nhập của bạn trong suốt quá trình làm việc.

Bằng cách làm ba việc này, tương lai tài chính của bạn sẽ được bảo đảm.

BÍ QUYẾT VỀ SỨC KHỎE, SỰ GIÀU CÓ, HẠNH PHÚC

Trong nhiều năm và trong sách này, chúng tôi đã tiết lộ một số bí quyết cho cuộc sống và hưởng được cuộc sống tuyệt hảo. Sau đây là một số nguyên tắc và cách thực hành theo những người đương thời đạt được sự hạnh phúc nhất, khỏe mạnh nhất và thành đạt tài chính nhất. Có thể có nhân vật sẽ thích hợp với bạn.

Làm những gì bạn thích làm

Mẫu số chung của những người thành công ở mọi lĩnh vực là họ làm những gì họ ưa thích. Họ phân tích và quyết định về những khả năng và tài năng bẩm sinh của họ, sau đó họ chọn nghề nghiệp sao cho phù hợp. Rồi họ tổ chức cuộc sống để họ có thể tập trung hoàn toàn vào việc thực hiện điều gì đó mà họ thực sự thích thú và từ đó họ có được sự mãn nguyện và hoan hỉ hết sức to lớn.

Nhận ra các năng lực cốt lõi của bạn

Bất cứ lĩnh vực của bạn là gì, trước hết bạn phải nhận ra các năng lực cốt lõi của mình, những việc bạn làm đặc biệt tốt và sau đó tổ chức cuộc sống ở mọi chỗ để thực hiện công việc càng ngày càng tốt hơn nữa. Bạn phải nhận ra lĩnh vực chuyên môn hóa về công việc mà bạn có thể đạt thành tích tốt nhất và tạo được sự đóng góp có giá trị nhất.

Dem hết tâm huyết vào những gì bạn làm

Sống với niềm say mê! Khi bạn đã xác định cái gì bạn thực sự có thể làm thật tốt và những gì bạn thích thú nhất, bạn phải đem hết tâm huyết vào làm bất kể nó là công việc gì. Chỉ để một còn

đường tiến và bạn gắn bó hết mình với nó. Như Ralph Waldo Emerson nói, “Không có cái gì vĩ đại từng được hoàn thành mà không có sự nhiệt tình.”

Nhất quyết đạt đến xuất sắc

Không có lối đi tắt nào cho sự xuất sắc về cá nhân và chuyên môn. Nguyên nhân chủ yếu khiến người ta không đạt được thành tích như mong đợi và “phải sống với sự âm thầm tuyệt vọng” là họ liên tục không đạt được kết quả tốt hơn cho những gì họ làm. Họ không chịu dần thân để học hỏi không ngừng. Họ có trình độ học vấn căn bản, đôi khi có cả trình độ đại học, rồi cố gắng lao vào sự nghiệp chỉ bằng những kiến thức đã tích lũy. Điều này không sao tránh khỏi thất bại. Bạn phải quyết tâm trở thành xuất sắc và sau đó bạn phải trả bất cứ giá nào để đạt được điều đó.

Trở thành người học tập suốt đời

Để trở thành xuất sắc nhất, bạn phải liên tục nghiên cứu về lĩnh vực của mình. Bạn phải nghe các chương trình học bằng băng audio khi ở trên xe thay vì lái xe đi lòng vòng và nghe nhạc. Bạn phải tham dự mọi buổi hội thảo và khóa học bạn có thể tìm thấy sẽ giúp bạn tiến bộ về lĩnh vực của mình. Đôi khi một ý tưởng hoặc sự thay đổi nhỏ về cách tiếp cận của bạn hoặc cách giải quyết hoàn cảnh nào đó mà nó có thể thay đổi hướng nghề nghiệp của bạn và dẫn bạn tới sự thành công lớn lao.

Những người đứng đầu ở mọi lĩnh vực không nhất thiết là những người sinh ra đã tài tình hơn người khác. Thay vì thế họ là những người dùng thời gian để học hỏi những gì họ cần biết để trở thành giỏi hơn đối thủ cạnh tranh của họ.

Kiểm được phần thưởng tốt hơn

Nếu bạn muốn có được cuộc sống tốt đẹp hơn, bạn phải trở thành xuất sắc hơn những người khác ở lĩnh vực của bạn. Thị trường đem lại những phần thưởng hết sức đặc biệt chỉ dành cho thành tích phi thường. Nó đem lại những phần thưởng trung bình cho thành tích bình thường và thị trường đem lại những phần thưởng dưới trung bình, tình trạng bấp bênh và thất nghiệp cho những thành tích dưới trung bình. Hãy quyết tâm lọt vào top 10% những người đứng đầu kiếm được nhiều tiền ở lĩnh vực của bạn.

Tiết kiệm tiền của bạn

Làm việc cho người khác bạn cũng rất có thể trở thành giàu có. Nhiều nhà chuyên môn đứng đầu, các cán bộ điều hành cao cấp và các người kinh doanh siêu sao kiếm được hàng trăm ngàn đô la mỗi năm. Thậm chí một số họ còn có thể kiếm được nhiều hơn. Nhưng ngay cả chỉ có thu nhập 50.000 đô-la mỗi năm, nếu bạn tiết kiệm 10% thu nhập này, 5.000 đô-la mỗi năm và có được lãi suất $8\frac{1}{2}$ tới 10% từ tuổi 25 tới 65 tuổi, bạn sẽ trở thành triệu phú.

Dù bạn kiếm được bao nhiêu, ngay cả mức lương trung bình, nếu bạn bỏ ra 10% hoặc hơn từ thu nhập của mình liên tục suốt cuộc đời làm việc và không hề đụng chạm tới nó, thì bạn có thể trở thành triệu phú.

Nếu bạn bắt đầu kiếm được 50.000 đô-la, 60.000 đô-la, 70.000 đô-la và hơn nữa, tiết kiệm 10% thu nhập, thì khả năng trở thành triệu phú của bạn hoặc triệu triệu phú gần như chắc chắn.

Phát huy năng lực ngay nơi bạn làm

Không phải mọi người đều có thể hoặc sẽ trở thành chủ doanh nghiệp để bắt đầu gây dựng doanh nghiệp của mình. Ngày nay

khoảng 90% người ta làm việc thích hợp nhất với công việc bên trong cơ cấu của tổ chức lớn, nơi họ có thể dùng các tài năng chuyên môn của họ vào hoàn cảnh thuận lợi nhất. Bạn có thể hết sức thích hợp với việc giúp xây dựng công ty. Bạn có thể thoải mái hơn trong môi trường công ty.

Peter Drucker nói, “Mục đích của tổ chức là tăng tối đa sức mạnh và làm cho những điểm yếu không còn thích hợp.” Lý do các công ty hình thành là vì các chủ đầu tư thừa nhận rằng họ cần nhiều loại người khác nhau có những tài năng chuyên môn để hoàn thành các mục tiêu của họ về sản xuất sản phẩm, các dịch vụ và tiếp thị chúng hiệu quả.

Nếu bạn có tài năng chuyên môn hoặc năng lực, thực ra bạn có thể làm việc trong doanh nghiệp sẽ có giá trị hơn làm việc cho riêng mình. Bạn có thể làm việc trong một lĩnh vực nơi tài năng chuyên môn hoặc khả năng của bạn được đánh giá cao và tạo được sự đóng góp tối đa vào các kết quả mà công ty ấy phải đạt được để tồn tại và phát triển lớn mạnh.

ĐƯA SỰ NGHIỆP CỦA BẠN VÀO CON ĐƯỜNG BỀN VỮNG

Có một số chiến lược bạn có thể thực hiện để đưa sự nghiệp của bạn vào con đường bền vững và bảo đảm bạn kiếm được thu nhập nhiều nhất có thể trong thời gian ngắn nhất.

Tự tạo cho bạn thành người không thể thiếu

Trước hết và có lẽ quan trọng nhất, hãy tự tạo cho bạn thành người không thể thiếu được. May mắn là ý tưởng này không chợt nảy sinh ra ở quá nhiều người. Khi bạn bắt đầu làm việc để trở thành người không thể thiếu được, bạn đạp vào chân ga tăng tốc cho sự nghiệp của riêng bạn.

Nguyên tắc này là: Bạn sẽ luôn luôn được trả lương tỷ lệ trực tiếp với những gì bạn làm, làm việc đó tốt đến đâu và khó có ai thay thế được bạn. Mục đích của bạn là phải tập trung vào việc trở thành thật có giá trị và quan trọng đối với công ty của bạn đến nỗi công ty không thể bỏ bạn được. Sự đóng góp của bạn sẽ cần thiết đến nỗi thậm chí không có bạn thì trường tiêu thụ của công ty sẽ bị suy sụp và phải ngưng sản xuất, bạn sẽ trở thành một trong những người cuối cùng mà công ty có thể loại bỏ.

Hãy luôn tự hỏi, “Công ty của tôi cần gì ở tôi?” và “Trong số tất cả những việc tôi có thể làm được, một số việc nào tôi có thể đóng góp giá trị lớn nhất cho công ty của tôi?”

Trong chương trình huấn luyện cao cấp cho các cán bộ điều hành thành công và các chủ doanh nghiệp, chúng tôi liên tục khuyến khích người ta hỏi câu hỏi, *“Nếu tôi chỉ có thể làm được một việc suốt ngày, thì việc ấy sẽ là việc gì?”* Câu trả lời cho câu hỏi này hầu như lúc nào cũng là một nhiệm vụ hoặc một hoạt động mà bạn đóng góp giá trị lớn nhất cho công ty của bạn và cho những người chung quanh bạn.

Làm việc chăm chỉ hơn người khác

Phát huy tiếng tốt làm việc thật chăm chỉ. Chẳng có cái gì sẽ đưa sự nghiệp của bạn vào con đường bền vững nhanh chóng hơn đối với bạn là phát huy tiếng tốt là một trong những người làm việc chăm chỉ nhất trong cơ quan của bạn.

Đáng tiếc là, phần đông người ta thường biếng nhác. Tuy nhiên, họ sẽ chẳng bao giờ thừa nhận điều đó, họ bắt đầu công việc vào phút trễ nhất có thể, họ dùng mọi bữa ăn trưa hoặc uống cà phê giải lao có thể được và họ ngưng làm việc vào thời gian sớm nhất có thể. Họ luôn luôn có đủ lý do bị bệnh vào mọi ngày nghỉ ốm được cho phép trong quá trình một năm và họ nhất định phải đi

ngủ hè, ngủ lễ và các ngày kỷ niệm của bản thân. Vô tình họ coi công việc như là hình phạt. Họ tìm kiếm mọi cách để làm được càng ít việc càng tốt và biến khỏi nơi làm việc càng sớm càng hay.

Nhưng tâm địa này không thích hợp với bạn. Làm việc chăm chỉ làm cho bạn quan tâm tới ưu điểm của mình nhanh hơn bất cứ phẩm chất đơn giản nào khác mà bạn có thể biểu lộ. Nguyên tắc ấy luôn luôn là, “Bắt đầu từ sớm, làm việc chăm chỉ hơn và ở lại trẻ hơn.”

Những người đạt được cương vị cao ở bất cứ tổ chức nào, lúc nào cũng là người làm việc chăm chỉ hơn những người trung bình trên con đường thăng tiến của họ. Những người này nhạy bén và nhận biết ngay được những người khác bên dưới họ trong cơ quan cũng là những người chịu khó làm việc. “Mã tầm mã, ngư tầm ngư.” Những người đứng đầu liên tục tìm kiếm người khác có thể được đề bạt và kéo lên vị trí của họ. Những người làm việc chăm chỉ tìm được cửa ngõ cơ hội mở cho họ bất cứ khi nào họ đi.

Làm liên tục công việc của bạn

Có lẽ nguyên tắc quan trọng nhất để thành công trong công việc của bạn là phải làm việc liên tục công việc của bạn! Đừng lãng phí thời gian.

Làm liên tục công việc của bạn. Nguyên tắc đơn giản này làm cho bạn có thể nhảy vọt qua đối thủ cạnh tranh của mình. Khi bạn đến vào buổi sáng, đi làm việc ngay. Đừng uống cà phê, đọc báo, tán gẫu với đồng nghiệp hoặc kiểm tra e-mail cá nhân. Thay vào đó, bắt tay ngay vào nhiệm vụ quan trọng của bạn, nhiệm vụ mà sếp của bạn coi là có giá trị nhất và làm việc đó tận tụy cho tới khi xong. Làm việc đó như thể cuộc sống của bạn phụ thuộc vào nó.

Nếu có người vào gạ, “Tán gẫu một lúc chứ?” Bạn nói ngay, “Bây

giờ không được. Ngay bây giờ tôi phải mắc làm việc rồi!” Gợi ý bạn sẽ góp mặt nói chuyện sau giờ làm việc. Từ chối xem nơi làm việc giống như câu lạc bộ giao du tập thể, nơi bạn bỏ thời gian tán gẫu với đồng nghiệp của mình. Đây là con đường nhanh nhất dẫn tới thất bại và không đạt được thành tích như mong đợi.

Đầu tư thêm thời gian

Những cơ hội để được đề bạt, thăng quan tiến chức, nhận trách nhiệm lớn hơn, được đào tạo và học hành thêm dường như đến với người sẵn sàng bỏ thêm thời gian và làm thêm giờ. Các công ty luôn luôn sẵn sàng đầu tư vào nhân sự khi họ cảm thấy rằng việc đầu tư đó sẽ mang lại kết quả tăng năng suất và thành tích. Đó là lý do tại sao các cơ hội đào tạo và trách nhiệm lớn hơn dường như hướng về những nhân viên chăm chỉ, giống như mặt sắt bị thỏi nam châm hút.

Tuần làm việc của cán bộ điều hành cấp trung khoảng chừng 60 giờ. Hầu như tất cả những người được trả lương cao làm việc nhiều giờ hơn những người được trả lương thấp. Có rất ít người trên con đường thăng tiến nhanh ở bất kỳ công việc hoặc nghề nghiệp nào mà họ lại chỉ làm mỗi tuần 5 ngày hoặc 40 giờ. Tất cả những người đứng đầu đều làm việc nhiều giờ hơn và làm liên tục công việc họ làm.

Nếu bạn muốn hưởng được cuộc sống của một cán bộ điều hành, điều đó đơn giản là: Bạn phải sẵn sàng bỏ ra số giờ làm việc bằng với các cán bộ điều hành đầu tư vào công việc của họ. Vì định luật gieo và gặt bất khả xâm phạm, bạn phải sẵn sàng bỏ ra số giờ đó trong một thời gian dài. Bạn phải sẵn sàng làm việc trong hàng tháng, thậm chí hàng năm trước khi bạn bắt đầu gặt hái được những phần thưởng mang lại từ nhiều giờ làm việc bền bỉ.

Khai triển công việc

Đây là một chiến lược đơn giản mà nó có thể khai triển công việc của bạn. Quyết tâm từ nay trở đi *bắt đầu làm việc sớm hơn một giờ*. Điều này sẽ đòi hỏi bạn phải tắt TV vào buổi tối, thức dậy sớm hơn một chút và đi vào sở làm để bạn có thể bắt đầu công việc trước người khác một giờ. Nguyên tắc là một giờ làm việc không bị gián đoạn sẽ cho bạn năng suất bằng với ba giờ làm việc bị gián đoạn khi người ta thường hay phải đi ra đi vào khi làm việc.

Phần việc thứ hai của chiến lược đối với bạn là phải *làm việc qua giờ ăn trưa*. Vì điều kiện học ở trường lúc còn bé và lúc mới bắt đầu đi làm, nhiều người cho rằng giờ ăn trưa là khoảng thời gian bất khả xâm phạm mà phải được tôn trọng dù vấn đề gì xảy ra đi nữa. Điều này hoàn toàn không đúng. Từ nay trở đi, quyết tâm làm việc cả vào giờ ăn trưa, khi mọi người khác đã vắng mặt. Điều này sẽ cho bạn có thêm một giờ với thời gian hầu như hoàn toàn không bị gián đoạn, trong khi bạn có thể theo kịp các nhiệm vụ và trách nhiệm của bạn và công việc của bạn vượt hơn được người khác.

Cuối cùng, quyết tâm *làm việc lâu hơn một giờ* so với bất kỳ người nào khác bằng cách ở lại làm việc trễ hơn. Trong khoảng thời gian này, bạn có thể theo kịp công việc của bạn và kế hoạch cho ngày sắp tới, trả lời thư tín, hoàn tất các đề nghị, báo cáo và trở nên xuất sắc về công việc của bạn.

Tăng thêm giờ làm việc

Bằng cách bắt đầu làm việc sớm hơn một giờ, làm việc qua giờ ăn trưa và sau đó ở lại làm việc trễ hơn một giờ, bạn sẽ tăng thêm được một ít giờ làm việc. Bằng cách đến làm việc sớm hơn bạn sẽ tránh được hầu hết giờ cao điểm dễ bị kẹt xe và rời sở làm trễ bạn sẽ về nhà sau giờ cao điểm.

Nếu ngày làm việc bình thường của bạn từ 8 giờ 30 sáng tới 5 giờ

chiều, quyết tâm từ nay trở đi bắt đầu làm việc vào lúc 7 giờ 30 sáng và làm cho tới 6 giờ chiều. Bạn sẽ lấy làm ngạc nhiên về sự khác biệt mà điều đó sẽ ảnh hưởng đến nghề nghiệp của bạn.

Trước hết, mỗi ngày bạn sẽ có thêm được 3 giờ làm việc có năng suất. Vì hầu như thời gian này sẽ không bị gián đoạn, nên bạn sẽ có thể có năng suất nhiều gấp 2 hoặc 3 lần so với những người chung quanh bạn. Bạn sẽ cảm thấy điềm tĩnh và tự tin hơn. Bạn sẽ cảm thấy tích cực hơn và kiểm soát được công việc. Và hơn hết, những người có thể giúp bạn đa số đều sẽ chú ý đến số giờ bạn làm thêm và năng suất của bạn ra sao. Điều này mở các cánh cửa để bạn lên nhanh hơn bất cứ việc gì khác mà bạn có thể thực hiện.

Nhận trách nhiệm 100%

Một trong những chiến lược hay nhất để đưa sự nghiệp của bạn vào con đường thẳng tiến nhanh đối với bạn là nhận hoàn toàn trách nhiệm về các kết quả công việc của bạn. Luôn luôn nhủ thầm lặp đi lặp lại các từ, “Tôi chịu trách nhiệm!” Không chịu bỏ qua hoặc đổ lỗi cho người khác về các tình trạng bị chậm trễ hoặc các vấn đề nảy sinh bất ngờ. Thay vào đó, hãy nhận hoàn toàn trách nhiệm và có trách nhiệm về công việc của bạn.

Có mối quan hệ trực tiếp giữa mức độ bạn sẵn sàng nhận trách nhiệm về các kết quả của cơ quan bạn và mức độ về năng lực, sự ảnh hưởng, tư cách, uy tín và tiền lương bạn sẽ đạt được trong công ty đó.

Xác định thứ tự ưu tiên của bạn

Có hai lĩnh vực chủ chốt về trách nhiệm bạn phải dẫn thân để hoàn thành. Thứ nhất, phải chắc chắn cho sếp của bạn thấy rõ về những việc quan trọng nhất bạn làm cho công ty ấy. Việc bạn xác

định mức độ ưu tiên sẽ không có tác dụng làm cho bạn làm việc chăm chỉ và xuất sắc về việc gì đó mà sếp của bạn không cho là quan trọng nhất. Nhưng điều đó có thể giúp bạn bắt đầu và hoàn tất nhiệm vụ rất tốt mà sếp của bạn sẽ cho là có giá trị.

Nhận nhiệm vụ từ sếp của bạn

Thứ hai, hãy nhận trách nhiệm về các nhiệm vụ mà sếp của bạn không muốn làm. Cách đây ít năm, khi tôi làm việc cho một cán bộ điều hành cấp cao, ông ta cho phép tôi duyệt thư của ông mỗi buổi sáng trước khi ông vào. Tôi thấy ngay các vấn đề nhỏ mà mình có thể giải quyết nhanh và hiệu quả sẽ tiết kiệm được thời gian cho ông ta và tránh phiền phức cho ông ta phải giải quyết chúng.

Tình cờ thôi vì trước đây không có ai làm việc cho ông chịu tự nguyện nhận các trách nhiệm nhỏ bé này. Tôi lấy làm ngạc nhiên thấy ông ta đánh giá cao biết bao việc không phải làm các chi tiết lặt vặt này. Tôi càng nhận lấy những nhiệm vụ tầm thường này cho ông, thì ông ta càng quý tôi và cuối cùng ông ta đã tăng lương cho tôi. Sau này tôi mới biết là trong quá trình làm việc với công ty đó ông ta đã trả lương cho tôi cao hơn bất cứ ai khác có năng lực gì đi nữa đã làm việc cho ông.

Đừng bao giờ thỏa mãn

Chiến lược thứ ba liên quan đến trách nhiệm có lẽ là quan trọng nhất. Nó đơn giản là: *yêu cầu thêm*. Cách tiếp cận này có thể tạo nên sự nghiệp cho bạn.

Đôi khi tôi được mời nói chuyện với các học viên tốt nghiệp các lớp kinh doanh thương mại. Những người tổ chức cho tôi biết là những thanh niên này sắp sửa bắt tay vào nghề. Họ bắn khoăn và thiếu tự tin. Họ không biết cần phải làm gì để trở nên thành công.

Tôi có thể đưa ra những nhận xét của mình để nói chuyện về những mối quan tâm này không?

Lời khuyên của tôi luôn luôn gồm ba phần. Thứ nhất, tôi cho họ biết là công việc chính của họ là phải hoàn toàn hiểu rõ những gì sếp của họ muốn họ làm và sau đó làm các công việc đó nhanh chóng và thật tốt. Đặt các thứ tự ưu tiên về thời gian của họ và luôn luôn làm nhiệm vụ quan trọng nhất trước tiên vì sếp của họ sẽ xác định được các nhiệm vụ này.

Thứ hai, khi bạn đã đạt thành tích cao nhất trong công việc của mình, đi gặp sếp của bạn và nói, “Tôi muốn nhận thêm trách nhiệm.” Từ nay trở đi và trong suốt sự nghiệp của bạn, điều này trở thành câu thần chú của bạn: “Tôi muốn nhận thêm trách nhiệm.”

Trước hết, sếp của bạn sẽ cảm ơn bạn về sự đề nghị đó và bảo bạn để cho họ “suy nghĩ về chuyện đó.” Nhưng mỗi lần bạn gặp sếp của mình, khi bạn đã đạt thành tích cao nhất trong công việc, hãy nói rằng bạn muốn đóng góp thêm giá trị vào công ty và bạn “muốn nhận thêm trách nhiệm.”

Khám phá vận may

Tôi lưỡng lự bước vào chiến lược này cách nay ít năm khi tôi bắt đầu làm việc cho một công ty lớn. Vì tôi bắt đầu làm từ sớm, làm việc chăm chỉ và ở lại làm trễ, nên tôi luôn luôn có thành tích đứng đầu trong công việc của mình, nếu không thì cũng vượt trội. Tôi có nhiều năng lực tiềm tàng và muốn nhận thêm việc. Vì vậy tôi bắt đầu yêu cầu nhận thêm trách nhiệm. Và cuối cùng tôi đã nhận được điều đó.

Điều này đưa tôi đến đề nghị thứ tư của tôi. Khi sếp của bạn giao cho bạn thêm trách nhiệm, hãy nắm lấy nó lóng ngóng như mới

chơi môn bóng bầu dục và chạy thật nhanh trên sân. Dồn mọi tâm huyết vào việc hoàn thành trách nhiệm nhanh chóng và thật tốt để được tiếng có tốc độ.

Bất cứ khi nào sếp của tôi giao thêm trách nhiệm cho tôi, dù vào chiều thứ sáu, tôi lao vào công việc ngay và làm không ngừng nghỉ cho tới khi xong việc. Đôi khi tôi làm tới suốt cuối tuần cho bằng xong để kế hoạch đề xuất và báo cáo được hoàn tất trước sáng thứ hai. Điều này luôn luôn làm cho sếp của tôi hết sức ngạc nhiên vì chẳng có ai trong công ty có được sự ý thức về tình trạng cấp bách như vậy.

Đừng bao giờ nói ra

Nhiều dịp tôi nỗ lực hết mình để nhận công việc phải làm xong nhanh chóng, chẳng hạn như là kế hoạch đề xuất hoặc báo cáo cần phải được hoàn tất sớm hơn nhiều so với dự kiến ban đầu của sếp tôi. Nhưng điều đó luôn luôn được sẵn sàng và sếp của tôi hết sức hài lòng. Do đó ông đã giao thêm cho tôi ngày càng nhiều trách nhiệm.

Mỗi lần bạn nhận một trách nhiệm mới, bạn có được cơ hội học hỏi, phát huy và trở nên có giá trị hơn. Mỗi lần bạn hoàn tất trách nhiệm mới nhanh chóng, bạn làm tăng thêm uy tín của mình mà không cần phải nói ra. Chẳng bao lâu, bất cứ khi nào sếp của bạn cần làm xong nhanh chóng việc gì quan trọng, thì bạn sẽ là người đầu tiên xuất hiện trong đầu óc của ông ta. Chiến lược này có tác động rất mạnh và hiệu quả đến nỗi nó có thể làm biến đổi toàn bộ sự nghiệp của bạn.

Thăng tiến nhanh

Trong một cuộc khảo sát, 104 giám đốc điều hành được hỏi những phẩm chất nào sẽ giúp ích nhất cho thanh niên trong các

cơ quan của họ để được tăng lương và được đề bạt nhanh hơn. Khoảng 86% trong số họ đồng ý về hai phẩm chất để được thăng quan tiến chức nhanh. Thứ nhất họ nói là khả năng đặt ra thứ tự ưu tiên. Họ tìm kiếm những người có thể tách những cái thích hợp ra khỏi những cái không thích hợp. Họ coi trọng những người có thể làm những nhiệm vụ như vậy tiêu biểu cho 80% giá trị của toàn bộ công việc.

Phẩm chất thứ hai họ tìm kiếm là khả năng làm việc nhanh. Họ tìm kiếm “sự ý thức về tính cấp bách.” Điều đó không hẳn phải là làm nhiệm vụ quan trọng nhất của bạn. Điều người ta đòi hỏi bạn là làm xong việc nhanh chóng và thật tốt. Đây là hai phẩm chất mà một người có nhiều triển vọng được đề bạt nhanh nhất và cả hai phẩm chất này đều có thể học được thông qua thực hành tới lui nhiều lần.

Phát triển chiến lược thích hợp

Phương pháp đầy năng lực để đưa sự nghiệp của bạn vào con đường bền vững được gọi là “chiến lược thích hợp.” Chiến lược này đòi hỏi bạn phải làm được đúng việc mà các kết quả của công việc ấy hết sức cần thiết cho sự thành công của doanh nghiệp hoặc tổ chức.

Dù có quy mô như thế nào đi nữa, nguồn vốn tiền mặt hầu như luôn luôn là nhân tố quyết định của công ty hoặc tổ chức. Bất cứ sự gián đoạn nào của nguồn tiền mặt đều có thể đe dọa đến sự sống còn của công ty. Chiến lược thích hợp đòi hỏi bạn phải thấy được chức trách quan trọng nhất trong các hoạt động của công ty vì nó có ảnh hưởng đến nguồn tiền mặt, rồi sau đó bạn phải làm được đúng cương vị quan trọng ở lĩnh vực đó.

Có 6 lĩnh vực hoạt động trong hầu hết các công ty, bất kỳ lĩnh vực nào trong số này đều có thể là một hoạt động rất cần thiết sẽ định

đoạt đến nguồn tiền mặt của doanh nghiệp. Công việc của bạn trước hết là phải hiểu được cách công ty bạn hoạt động ra sao và lợi tức của nó phát sinh từ đâu, rồi sau đó xác định lĩnh vực chủ chốt đó.

Tiếp thị và bán hàng

Nguồn tiền mặt lưu động chủ yếu đối với đa số các công ty là tiếp thị và bán hàng. Sự sống còn của công ty phụ thuộc chính vào nguồn hàng tiêu thụ và lợi tức liên tục. Sự thành công của phòng kinh doanh và tiếp thị là trung tâm hoặc nòng cốt của tổ chức ấy.

Nếu tiếp thị và bán hàng là lĩnh vực then chốt trong công ty bạn và bạn muốn nhanh chóng vượt những người khác, thì bạn phải làm được đúng cương vị trong công việc tiếp thị và bán hàng. Bạn phải học cách bán hàng mà bạn có thể học được qua nghiên cứu và thực hành. Sau đó bạn phải dồn hết quyết tâm làm công việc của mình xuất sắc và trở thành không thể thiếu được bạn trong lĩnh vực đó.

Tài chính

Lĩnh vực có tầm quan trọng thứ hai trong một công ty có thể là tài chính. Sự sống còn của một số công ty phụ thuộc vào khả năng đàm phán vay vốn và huy động vốn ở thị trường tài chính. Người ở trong công ty đó có khả năng huy động vốn tốt nhất sẽ giao dịch được với những người làm trung gian tài chính, chẳng hạn như, các ngân hàng và các nhà tư bản mạo hiểm, trở thành người quan trọng nhất trong tổ chức đó.

Sản xuất

Một lĩnh vực khác quyết định đến nguồn tiền mặt lưu động, là phải xoay sở được việc sản xuất sản phẩm hoặc dịch vụ. Trong

một số trường hợp, người chịu trách nhiệm sản xuất sẽ quan trọng hơn bất cứ ai khác trong doanh nghiệp ấy.

Thí dụ, một nhà máy bia có uy tín giữ vị thế độc nhất vô nhị trên thị trường của nó. Vì sự cạnh tranh, thị phần cho một loại bia đặc biệt nào đó phải hết sức vững chắc. Nó không được dao động tăng giảm quá nhiều ở tháng này so với tháng khác. Tuy nhiên, nếu một thương hiệu bia cá biệt nào đó vì bất cứ lý do nào đó người ta không thể mua được ngay, thì người mua sẽ không chờ. Họ sẽ mua của thương hiệu bia khác ngay và họ thường đổi hẳn sang mua thường xuyên thương hiệu bia ấy.

Do đó cương vị quan trọng nhất trong nhà máy bia cũng là vị trí có liên quan đến nguồn tiền mặt là kỹ sư trưởng bảo trì. Tại sao như vậy? Vì sự thành công hay thất bại của nhà máy bia phụ thuộc vào sự sản xuất đều đặn, liên tục và đáng tin cậy sẽ duy trì bia có đầy ở quầy hàng. Bất cứ sự gián đoạn nào về sản xuất bia ở nhà máy bia ngay lập tức khiến cho toàn bộ doanh nghiệp từ từ dừng lại. Doanh thu không có, lợi tức bị cắt đứt đột ngột và sinh lực tài chính của nhà máy bia có thể bị đe dọa.

Điều này có nghĩa là kỹ sư trưởng bảo trì ở nhà máy bia thực sự quan trọng hơn chủ tịch công ty. Chủ tịch công ty và các cán bộ điều hành khác có thể đi đi lại lại, nhưng nếu kỹ sư trưởng bảo trì không thể bảo đảm toàn bộ thiết bị đi vào hoạt động tốt thì các hoạt động của nhà máy bia có thể từ từ dừng lại.

Đảo mắt quanh công ty của bạn. Chẳng ai thừa nhận có đủ năng lực nòng cốt thật cấp bách cho một lĩnh vực cá biệt nào đó. Đôi khi bạn có thể nhận biết được công việc hoặc vị trí hết sức quan trọng đến sự sống còn của công ty ấy. Bằng cách làm được vào đúng vị trí then chốt đó, bạn có thể tăng thêm giá trị của mình gấp bội. Thực ra bạn có thể trở thành người không thể thiếu được.

Các kênh phân phối

Trong một số tổ chức, kênh phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ có thể cung cấp cho bạn chiến lược thích hợp. Sự thành công của các nhà phân phối và sự duy trì các kênh phân phối có thể quan trọng hơn bất cứ hoạt động nào khác.

Thí dụ, các nhà sản xuất xe hơi cần phải có một mạng lưới các nhà buôn để phát sinh nguồn tiền mặt lưu động liên tục. Hầu như tất cả các sản phẩm được sản xuất vì lý do đó hoàn toàn phụ thuộc vào các nhà phân phối của họ. Người có ảnh hưởng mạnh nhất đối với các kênh phân phối hoặc mạng lưới các nhà buôn thường là người quan trọng nhất trong công ty.

Nếu việc phân phối là chìa khóa dẫn tới sự thành công của tổ chức, thì điều này có thể là chiến lược thích hợp mà bạn nên làm được đúng vào cương vị ấy. Bằng cách bỏ thời gian làm việc với người hoặc tổ chức phân phối sản phẩm của bạn, bạn có thể trở nên quan trọng đối với việc bảo đảm nguồn tiền mặt lưu động mà doanh nghiệp của bạn trông đợi.

Các mối quan hệ lao động

Chiến lược thích hợp có thể được áp dụng vào các mối quan hệ lao động. Đôi khi sự thành công của một tổ chức, nhất là một công ty chưa có tổ chức công đoàn sẽ hoàn toàn dựa vào khả năng duy trì lực lượng lao động của nó làm việc nhịp nhàng đều đặn. Nếu các mối quan hệ lao động là thành phần then chốt của doanh nghiệp, bằng cách trở nên xuất sắc về các hoạt động quản lý lao động bạn có thể trở thành người hết sức cần thiết cho doanh nghiệp của mình, do đó bạn sẽ được trả mức lương cao.

Các mối quan hệ với chính phủ

Một lĩnh vực khác nơi mà chiến lược thích hợp có thể áp dụng là phải thu xếp được các mối quan hệ với chính phủ. Một số tổ chức hoàn toàn phụ thuộc vào khả năng tìm được sự chấp thuận của chính phủ. Họ cần duy trì các mối quan hệ có ý nghĩa đặc biệt với các quan chức chính phủ chủ chốt, những người quyết định và kiểm soát các hoạt động của doanh nghiệp. Nếu đây là trường hợp của doanh nghiệp bạn, thì một trong những cương vị quan trọng nhất trong công ty của bạn sẽ là người gặp gỡ và liên hệ với các quan chức chính phủ để bảo đảm công ty có thể tiếp tục phát triển và tiếp thị các sản phẩm của mình.

Thí dụ, các công ty dược phẩm ở Mỹ hiện nay đều phụ thuộc vào cơ quan FDA (Quản lý thuốc và Thực phẩm) chấp thuận cho sản xuất và phân phối thuốc. Một quy trình trở nên quá phức tạp đến nỗi phải mất từ 7 tới 10 năm và tốn gần cả tỷ đô la, cộng với một xe tải nhỏ chở đầy giấy tờ và báo cáo để được chấp thuận cho một loại thuốc đơn giản. Người trong công ty có thể đàm phán quy trình này hiệu quả sẽ hết sức quan trọng đến sự thành công của tổ chức và được trả lương cao.

Trở nên thật có ích, rồi thành người không thể thiếu

Dù chiến lược thích hợp trong tổ chức của bạn như thế nào đi nữa, một trong các cách hay nhất để vượt qua những người khác trong doanh nghiệp của bạn là bạn phải làm được đúng lĩnh vực hoạt động quan trọng về nguồn tiền mặt lưu động và thật cần thiết cho sự thành công của doanh nghiệp. Công việc của bạn là phải trở nên xuất sắc đứng đầu và sau đó là người không thể thiếu được ở lĩnh vực đó. Bạn sẽ hết sức ngạc nhiên sao mình lại được đề bạt nhanh chóng đến vậy và được trả lương hậu hĩ cho công việc của bạn đến thế.

Phát triển kiến thức chuyên môn

“Kiến thức là sức mạnh.” Kiến thức chuyên môn hoặc các kỹ năng trong một lĩnh vực quan trọng sẽ tăng thêm khả năng được đề bạt của bạn. Việc kiểm soát những thông tin quan trọng cũng là sức mạnh.

Nguyên tắc này là: *Học tất cả những gì bạn có thể về công việc bạn chọn, nhưng đừng bao giờ nói ra tất cả những gì bạn biết.* Bạn càng có thông tin và kiến thức chuyên môn, bạn càng trở nên có giá trị hơn và khó có ai thay thế được bạn. Điều này không có nghĩa là bạn phải giấu giếm thông tin. Bạn sẽ chia sẻ nó vô tư với những người cần nó để làm công việc của họ được tốt. Bạn càng chia sẻ những kiến thức chuyên môn, bạn càng tỏ ra thông minh hơn và có giá trị hơn.

Trong khi ấy, hãy bỏ thời gian để trau dồi cho trở thành thật thông thạo về công việc của bạn, nhất là về lĩnh vực chuyên môn mà bạn làm. Cung cấp và chia sẻ thông tin khi người ta yêu cầu bạn. Nhưng nếu người ta không yêu cầu, hãy giữ kín thông tin ấy.

Bạn càng có nhiều thông tin độc quyền sở hữu thật quan trọng đối với sự thành công của công ty bạn, bạn càng trở nên quan trọng hơn đối với công ty ấy, bạn càng được đề bạt nhanh hơn và bạn càng được trả lương cao hơn.

Hoàn thành công việc nhanh chóng

Tiến nhanh tới các cơ hội. Làm xong công việc nhanh chóng. Được coi là người hoàn thành công việc nhanh chóng.

Được tiếng là làm việc có *tốc độ* có ý nghĩa hơn bất cứ thứ gì khác bạn có thể làm, sẽ đưa sự nghiệp của bạn tiến nhanh về phía trước. Bằng cách làm các việc nhanh chóng, bạn sẽ tăng khả năng có thể được giao thêm nhiều cơ hội để nhận thêm nhiều trách nhiệm. Khi bạn đảm nhận các trách nhiệm này với ý thức được

tính cấp bách và hoàn thành chúng nhanh chóng và đáng tin cậy, bạn sẽ thu hút sự chú ý của những người có thể giúp bạn.

Ngày nay, có “nhu cầu về tốc độ.” Người làm các việc *nhANH hơn* được cho là *lANH lợi hơn* và có năng lực hơn người phải mất thêm thời gian để hoàn tất công việc ấy. Quyết định của bạn tiến tới nhanh khi cơ hội đến hoặc các đòi hỏi về trách nhiệm, có thể tạo cho bạn sự sắc bén để thành đạt ở lĩnh vực của bạn.

Tạo một mối quan hệ rộng

Đưa ra kế hoạch tạo mối quan hệ rộng gắn bó với những người khác, cả ở bên trong và bên ngoài tổ chức của bạn. Điều này có thể giúp bạn nhiều hơn bạn có thể lường tượng được và dẫn tới đủ mọi loại cửa ngõ sẵn sàng mở cho bạn. Trong một cuộc nghiên cứu gần đây so sánh các trưởng phòng thành công được đề bạt nhanh với các trưởng phòng có sự nghiệp dường như thăng tiến chậm hơn, các nhà nghiên cứu thấy rằng thói quen của việc tạo mối quan hệ rộng là nhân tố then chốt tiêu biểu giữa hai nhóm.

Cuộc nghiên cứu ấy gồm các trưởng phòng có *hiệu quả* được định nghĩa là các trưởng phòng hoàn thành công việc. Nhưng các trưởng phòng *thành công* được định nghĩa là những người thường được đề bạt nhanh hơn. Khảo sát về sử dụng thời gian ở cả hai nhóm, họ thấy rằng các trưởng phòng có hiệu quả là những người hoàn thành công việc, chỉ bỏ khoảng 14% thời gian của họ để tạo mối quan hệ rộng và trao đổi với những người ở bên trong và bên ngoài các bộ phận của họ và các công ty.

Tuy nhiên, các trưởng phòng thành công, là những người được đề bạt nhanh, bỏ 54% thời gian của họ tạo mối quan hệ rộng. Họ ăn sáng với những người bên trong và bên ngoài ngành nghề kinh doanh của họ. Họ ăn trưa với những nhân vật then chốt ở bên trong và bên ngoài tổ chức của họ. Họ tham gia các hiệp hội

ngành nghề và tham dự các buổi họp và trình bày ở các cuộc hội thảo. Họ kết thân và giao du với những người bên trong doanh nghiệp của họ và ở các tổ chức khác.

Quen biết nhiều người hơn

Nhờ vào hoạt động mạng liên tục này, họ trở nên quen biết với rất nhiều người. Vì thế càng nhiều người biết bạn và quen biết bạn theo hướng có ích, bạn càng có sự nghiệp thành công hơn.

Người ta thích làm ăn với những người họ quen biết. Người ta thích thuê và đề bạt những người họ quen biết. Người ta thích giới thiệu và nói đến những người họ quen biết. Một lời đề cập hoặc giới thiệu về bạn do sự giao thiệp của bạn trước đây có thể làm thay đổi toàn bộ hướng đi sự nghiệp của bạn. Điều này thường hay xảy ra với các trưởng phòng hoạt động mạng liên tục.

Chiến lược tạo mối quan hệ rộng

Để sử dụng chiến lược tạo mối quan hệ rộng, bước đầu tiên của bạn là tham gia vào hiệp hội ngành nghề. Thắt chặt quan hệ với phòng thương mại của bạn. Gia nhập hiệp hội doanh nghiệp ở địa phương bạn và tạo mối quan hệ. Đừng chỉ đóng hội phí và dự họp. Thay vào đó, tình nguyện phục vụ một ủy ban then chốt. Tìm cách góp phần vào tổ chức ấy.

Bất cứ khi nào bạn gia nhập vào một tổ chức, bạn sẽ có được danh sách các thành viên và sơ đồ tổ chức. Xem xét các ủy ban khác nhau và những người có chức vụ ở các ủy ban đó. Bạn tự hỏi, “Các cá nhân nào ở trong tổ chức hoặc hiệp hội này bạn quen biết sẽ có ích nhất?”

Nhận biết những người đó và các ủy ban mà họ phục vụ, sau đó tham gia vào một trong các ủy ban ấy và tình nguyện nhận trách

nhệm. Bất cứ khi nào việc gì đó cần được thực hiện, hãy giơ tay của bạn lên. Qua làm việc với những người ở các hiệp hội tình nguyện bạn có thể gây được sự chú ý của những người đưa ra quyết định quan trọng trong một môi trường không bị ảnh hưởng bởi thế lực nào. Đây chính là những người có thể giúp bạn và mở các cánh cửa cho bạn bước vào tương lai.

Công thức thành công

Đây là một trong những công thức hay nhất để thành công mà tôi đã từng thấy. Nó đơn giản là “ $T \times R = P$.” Công thức này có nghĩa là: Tài năng (T- talent) nhân với các mối quan hệ (R- Relationship) bằng năng suất (P- Productivity). Công thức này dự đoán và xác định tổng số tiền cuối cùng bạn sẽ được trả và bạn sẽ lên cao đến đâu.

Công thức đơn giản này giải thích sự thành công của nhiều người. Khi bạn nhân các tài năng với các mối quan hệ của bạn hoặc số người bạn quen biết, thì năng suất, thành tích và tính hiệu quả, tiền lương và khả năng đề bạt của bạn sẽ tăng lên.

Chất lượng và số lượng những người bạn quen biết và người quen biết bạn theo ý nghĩa tích cực, sẽ định đoạt phần lớn đến sự thành công của bạn trong doanh nghiệp và trong cuộc sống của bạn. Mục tiêu của bạn là phải liên tục mở rộng mối quan hệ trong suốt sự nghiệp của bạn.

Học đứng thuyết trình

Một cách tuyệt vời để sự nghiệp của bạn thăng tiến nhanh hơn là học cách đứng thuyết trình. Đây là một trong những kỹ năng có giá trị và quý trọng nhất trong doanh nghiệp. Và may mắn là ngày nay hầu hết người ta đều có thể diễn đạt tốt bằng lời nói mà trước đây phải trình bày bất cứ chuyện gì thì hết sức áy náy.

Nhưng nhờ vào việc học hỏi cách thực hiện điều đó, họ đã trở thành những diễn giả hoàn hảo.

Tham gia nhóm nói trước đám đông

Cách hay nhất để học cách đứng diễn đạt bằng lời nói trước đám đông là tham gia Toastmasters International (nhóm những người tuyên bố nâng cốc chúc mừng tại các buổi tiệc tùng quốc tế). Toastmasters được thành lập vào năm 1923 bởi một thương gia nhận thấy là có nhiều người kinh doanh khác muốn và cần học cách diễn đạt điều luyện và tự tin trước những người khác.

Ông đã phát triển một quy trình đơn giản mà các nhà tâm lý gọi là “Giảm cảm thụ hệ thống”. Với quy trình này, bạn lặp đi lặp lại thái độ ứng xử nhiều lần cho tới khi cuối cùng bạn trở thành *bị giảm cảm thụ* với thái độ đó. Nếu bạn đứng lên và diễn đạt nhiều lần lặp đi lặp lại, mỗi tuần, cuối cùng bạn không còn biết sợ phải nói trước đám đông. Đây là phương pháp Toastmasters International căn bản.

Hầu như mọi người đều có thể tham gia; Toastmasters là một tổ chức thiện nguyện. Lật các Trang Vàng của bạn để tìm tên và số hiệu hội Toastmasters gần bạn nhất (ở Mỹ), sau đó gọi điện và sắp xếp để tham dự cuộc gặp mặt. Nếu bạn tham dự cuộc họp mặt ấy và thích những người ở đấy, họ sẽ khuyến khích bạn gia nhập và bắt đầu tham dự các cuộc gặp gỡ mỗi tuần. Tại mỗi cuộc gặp gỡ, bạn sẽ có cơ hội đứng lên chia sẻ một số tư tưởng và ý kiến với những người khác. Cuối cùng, bạn sẽ đạt tới mức độ hoàn toàn không còn biết sợ nói trước đám đông. Kinh nghiệm này có thể làm biến đổi cuộc đời.

Theo khóa học của Dale Carnegie

Một cách khác giúp bạn có thể học đứng diễn đạt bằng lời nói là

tham gia khóa học của tổ chức Dale Carnegie (tác giả của nhiều sách học làm người được Nguyễn Hiến Lê dịch sang Việt văn. LMC) cung cấp một trong những khóa học cấp tốc tinh tế nhất ở Mỹ về việc học đứng diễn đạt bằng lời nói. Trong 12 tới 14 tuần, các giáo viên sẽ giúp bạn trở nên tự tin, thành thạo và thoải mái hơn. Bạn sẽ học cách làm đề cương trình bày và đọc diễn văn nhanh trước bạn bè hoặc người lạ. Ngoài ra, tổ chức Dale Carnegie được ghi trong bất cứ cuốn danh bạ điện thoại nào (ở Mỹ).

Trở thành thực sự thiết tha học hỏi

Khi bạn học đứng diễn đạt bằng lời nói, đọc sách về nói trước đám đông. Nghe các chương trình học bằng băng audio về khả năng diễn đạt bằng lời nói hiệu quả. Nhớ rằng nói trước đám đông là một kỹ năng có thể học được. Bạn càng có được kỹ năng này tốt, bạn càng ít e ngại và càng trở nên có đủ năng lực.

Việc học nói trước đám đông còn có thêm lợi ích, là vì bạn càng trở nên có thêm khả năng diễn đạt bằng lời nói trước đám đông, bạn càng tự tin và càng gây được ấn tượng trong các cuộc nói chuyện tay đôi. Là một người có đủ trình độ diễn đạt bằng lời nói trước đám đông sẽ gây thêm ấn tượng sâu sắc cho người khác rất mạnh, nhất là về kinh doanh. Điều đó cũng có thể làm tăng thu nhập của bạn.

Đừng để sự e ngại kìm hãm

Nếu bạn hơi e ngại hoặc băn khoăn về việc gặp gỡ người lạ, hãy đưa ra quyết định để khắc phục điều đó. Bạn càng tự tin, các mối quan hệ của bạn sẽ càng rộng hơn. Bạn càng gặp gỡ và giao thiệp với những người khác, bạn càng nhanh chóng thăng tiến trong cuộc sống. Chính hành động học hỏi cách diễn đạt bằng lời nói trước đám đông một cách tự tin có thể tiết kiệm cho bạn từ 10 tới

20 năm làm việc vất vả để đạt đến cùng mức độ sự nghiệp của bạn.

Khi bạn có thể đứng diễn đạt bằng lời nói, những người nghe bạn nói sẽ thực sự nghĩ rằng bạn là người khôn khéo, có nhiều kiến thức hơn và có tài năng hơn người không làm được điều đó. Người ta cho rằng bạn giỏi hơn cả khả năng thực sự của bạn bởi chính sự kiện bạn có thể đứng phát biểu thay vì ngồi đó đờ người ra vì sợ. Phần thưởng cho việc đầu tư việc học nói trước đám đông có thể hết sức lớn lao.

Trở nên xuất sắc

Đưa ra quyết định ngay hôm nay như tôi đã nói ở đầu, phải luôn xuất sắc. Đưa ra quyết định phải trở nên xuất sắc ở những gì bạn làm. Đưa ra quyết định gia nhập vào top 10% những người đứng đầu ở lĩnh vực của bạn. Nguyên tắc ở đây là: *Nếu bạn không thích cái bạn đang làm đủ để muốn trở thành xuất sắc về nó, điều đó có nghĩa là bạn đang làm không đúng việc hoặc nghề nghiệp không thích hợp.*

Người làm đúng công việc dành cho họ, họ sẽ thật phấn khởi về ý tưởng tạo được sự tiến bộ ngày càng tốt hơn về lĩnh vực đó. Họ háo hức đọc sách, nghe các chương trình audio và tham gia các khóa học. Họ thật phấn khởi được làm việc chăm chỉ hơn để họ có thể thăng tiến nhanh hơn. Nếu bạn không trải qua cảm xúc này ở công việc hiện tại, điều đó không có nghĩa là có vấn đề gì đó không đúng với nghề nghiệp của bạn, mà nó chỉ có nghĩa là có sự không tương xứng giữa tài năng đặc biệt và các khả năng của bạn với những đòi hỏi ở cương vị hiện nay của bạn. Điều đó có thể có nghĩa là bạn đang làm công việc không đúng hoặc nghề nghiệp không thích hợp.

Xác định các lĩnh vực có kết quả then chốt

Trong mọi công việc đều có “các lĩnh vực có kết quả then chốt”. Đây là các kết quả mà bạn phải hết sức tích cực đạt được để làm cho công việc của bạn thật khả quan. Trong kinh doanh, quản trị và doanh nghiệp, có các lĩnh vực có kết quả quan trọng rất cần thiết ở mỗi công việc của các lĩnh vực đó. Công việc đầu tiên của bạn là phải xác định các kết quả quan trọng nhất bạn cần phải có và sau đó đưa ra kế hoạch trở thành xuất sắc ở mỗi công việc của các lĩnh vực đó.

“Đứa con chậm nhất”

Đây là một khám phá quan trọng. *Kỹ năng chủ chốt yếu kém nhất* của bạn đặt ra đỉnh cao thành tích và thu nhập từ công việc của bạn. Bạn có thể trở nên xuất sắc ở mọi lĩnh vực có kết quả quan trọng, trừ một lĩnh vực ở công việc của bạn. Duy nhất một lĩnh vực kỹ năng yếu kém đó có thể kìm hãm bạn hơn bất cứ nhân tố nào khác.

Đôi khi tôi hỏi thính giả của mình, “Nếu một nhóm những trẻ được cho đi bộ đường dài, thì đứa trẻ nào đặt ra tốc độ mà cả nhóm phải đi theo?” Chẳng phải do dự gì nhiều, họ trả lời, “Đứa con chậm nhất”.

Tương tự như vậy, “đứa con chậm nhất” của bạn là kỹ năng yếu kém nhất của bạn. Đây là kỹ năng định đoạt việc bạn sẽ thăng tiến nhanh tới mức độ nào trong công việc. Bạn thường xuyên tự hỏi câu hỏi mấu chốt này: “Một kỹ năng duy nhất nào sẽ có ảnh hưởng tích cực lớn nhất đến sự nghiệp của tôi, nếu tôi phát huy và vận dụng nó liên tục một cách xuất sắc?”

Câu trả lời của bạn cho câu hỏi đó sẽ có thể là kỹ năng yếu kém nhất. Việc tăng năng lực của bạn về lĩnh vực này sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến các kết quả chung hơn bất cứ bạn làm cái gì khác. Công việc của bạn là phải nhận ra được lĩnh vực kỹ năng duy

nhất này, tự mình xác định được nó hoặc thảo luận với sếp của bạn và sau đó dần dần quyết tâm học và vượt trội về lĩnh vực đặc biệt đó.

Sự thành thạo là chìa khóa

Lĩnh vực kỹ năng yếu kém nhất của bạn thường là cái mà bạn đặc biệt không thích làm. Bạn không yên tâm về nó. Đôi khi bạn không thích nó hoặc sợ nó. Nhưng nhớ điều này: Lý do duy nhất bạn không yên tâm về lĩnh vực kỹ năng đặc biệt nào đó là vì bạn chưa thành thạo kỹ năng đó. Bạn sẽ không thấy lo lắng hoặc băn khoăn về bất cứ lĩnh vực nào mà bạn cảm thấy có đủ trình độ và tự tin.

May mắn là tất cả các kỹ năng hoạt động kinh doanh đều có thể học được. Bất cứ kỹ năng kinh doanh nào bạn cần học để sự nghiệp của mình thăng tiến nhanh hơn, thì bạn đều có thể đạt được. Hãy đặt nó là một mục tiêu, lập kế hoạch và sau đó làm việc để mỗi ngày trở thành tiến bộ hơn về lĩnh vực đó một ít. Trong một tuần, một tháng hoặc một năm, bạn sẽ xem lại và bạn sẽ thật ngạc nhiên về mức độ nhuần nhuyễn của bạn ở công việc đó. Vào thời điểm đấy sự lo ngại và băn khoăn về lĩnh vực công việc này sẽ biến mất và sự nghiệp của bạn sẽ ở trên con đường thăng tiến chắc chắn.

Kỹ năng còn thiếu

Đây là điểm cuối cùng để trở nên xuất sắc. Có thể bạn chỉ còn *thiếu một kỹ năng* duy nhất để tăng gấp đôi năng suất, thành tích, sản lượng và thu nhập. Bằng cách học thêm một kỹ năng chủ chốt nữa cộng vào nền tảng kỹ năng hiện có của bạn, bạn thành ra có thể đạt được trình độ cao hơn rất nhiều so với trình độ trước đây của mình. Đừng tự kìm hãm sự nghiệp của bạn chỉ vì một kỹ năng đơn giản có thể học được mà bạn chưa có được nó.

Phát huy các thói quen làm việc tốt

Để tự đưa bạn vào con đường phát triển chắc chắn thì phải trở thành người quản lý thời gian tốt và phát huy được các thói quen làm việc có năng suất thật là quan trọng.

Trong cuộc sống, bạn sẽ luôn luôn được trả công theo chất lượng và số lượng của sự đóng góp của bạn. Bạn sẽ luôn luôn và chỉ được trả công cho các kết quả mà bạn đạt được, không phải số giờ bạn đã bỏ vào đó.

Sự tập trung đóng góp là chuẩn đánh giá về hiệu quả cá nhân. Bạn tự hỏi liên tục, “Tại sao tôi được trả với mức lương ấy? Tôi được thuê để làm hoàn thành cái gì? Người ta mong đợi ở tôi các kết quả gì?”

Bạn và chỉ một mình bạn?

Đây là một câu hỏi quan trọng nhất: “Tôi có thể và chỉ mình tôi có thể làm cái gì nếu nó được hoàn thành tốt sẽ tạo ra sự khác biệt thực sự cho công ty của tôi?” Câu trả lời cho câu hỏi này và khả năng của bạn bắt buộc mình phải làm để trả lời câu hỏi này, có thể làm cho bạn thăng tiến nhanh hơn bất cứ cái gì khác bạn có thể làm. Bằng cách hỏi và trả lời câu hỏi này, bạn sẽ có thể liên tục tập trung vào các lĩnh vực có kết quả quan trọng của bạn.

Đa số những người làm việc trong công sở (ở Mỹ) là những người quản lý thời gian kém. Theo viện Robert Half International, nhân viên trung bình làm việc với 50% hoặc dưới 50% năng lực của họ. Những nhân viên bình thường bỏ 37% thời gian của họ để tán gẫu vô ích với đồng nghiệp. Họ lãng phí 13% kia do đi trễ, nghỉ sớm, giải lao và ăn trưa lâu, đọc báo, uống cà phê và vào lướt trên Internet.

Trong khi 50% thời gian còn lại họ thực sự phải làm việc gì đó cho công việc bắt buộc của họ, họ thường làm các công việc có ưu tiên thấp mà họ thường để dở dang. Họ chần chừ, chậm trễ, rồi sau đó kêu ca về tình trạng công việc bị dồn dập.

Làm việc mỗi năm ít hơn

Theo các cuộc nghiên cứu gần đây, tuần làm việc trung bình của người Mỹ trong nhiều năm đã giảm xuống từ 44 giờ, hiện nay xuống còn khoảng 32 giờ. Khoảng thời gian bạn phải bỏ ra để ăn trưa, giải lao, các ngày nghỉ cá nhân, các ngày nghỉ ốm, tình trạng chậm trễ và đủ loại nhân tố khác, một nhân viên trung bình làm việc khoảng 32 giờ mỗi tuần, người ấy lãng phí khoảng 50% thời gian. Chẳng lấy làm lạ khi người ta kêu ca thu nhập của họ không tăng theo tỷ lệ lạm phát. Sở dĩ như vậy vì không ai có thể có đủ sức trả cho một người làm việc ít mà nhiều lương hơn.

Đừng lãng phí thời gian

Để bước vào con đường sự nghiệp thăng tiến vững chắc, đừng lãng phí thời gian. Thay vào đó, hãy hình dung bạn sẽ nhận được số tiền nhất định mỗi giờ để thực hiện một lượng công việc nhất định. Hãy hình dung bạn lúc nào cũng bị theo dõi để chắc chắn bạn phải làm việc mà bạn sẽ được trả công. Hãy hình dung bạn phải kiếm được thu nhập mỗi giờ theo “tốc độ hằng giờ”. Hãy làm liên tục công việc của bạn.

Điều hay nhất là bạn càng làm nhiều khi ở nơi làm việc, bạn càng làm xong được nhiều việc. Bạn càng làm xong được nhiều, bạn càng cảm thấy khỏe hơn. Chính sự hoàn thành nhiệm vụ sẽ phóng thích endorphin vào não tạo cho bạn cảm thấy vui tươi, phấn khởi và dồi dào sinh lực. Các chất endorphin kích thích và thúc đẩy bạn làm được nhiều việc còn quan trọng hơn nữa. Mức lương cao nhất trả cho nhân viên làm việc chăm chỉ và hoàn

thành các nhiệm vụ quan trọng làm cho bạn bắt đầu cảm thấy thật sự hài lòng về chính mình, về công việc và cuộc sống của bạn.

Phát triển nền tảng năng lực

Bắt đầu ngay hôm nay xây dựng một nền tảng năng lực trong công ty của bạn và trong cộng đồng của bạn. Bạn càng nhận thức được phải có năng lực, càng nhiều cánh cửa sẽ mở ra cho bạn và bạn sẽ càng được nhiều cơ hội đem đến.

Có ba hình thức năng lực căn bản trong bất cứ tổ chức nào. Các hình thức này được gọi khác nhau là *năng lực cá nhân*, *năng lực chuyên môn* và *năng lực chức vụ*. Bạn phát triển chúng theo thứ tự.

Năng lực cá nhân

Năng lực cá nhân liên quan đến khả năng hòa hợp tốt của bạn với những người khác để được nhiều ngưỡng mộ, thân thiện và được các đồng nghiệp của bạn quý mến. Càng có nhiều người quý mến và thích quan hệ với bạn vì bạn cố gắng hòa hợp tốt với họ, họ càng sẽ ngưỡng mộ bạn và coi trọng các ý tưởng và ý kiến của bạn. Họ còn sẽ gán cho bạn có thêm các đặc điểm về trình độ năng lực và tính hiệu quả. Vì họ thích bạn, thực vậy, người ta sẽ ủng hộ bạn và muốn bạn làm được thật tốt.

Năng lực chuyên môn

Bạn phát huy năng lực chuyên môn bằng cách chuyên tâm về công việc của mình và làm công việc ấy một cách xuất sắc. Bạn càng ý thức được phải có chuyên môn hơn về phần việc quan trọng trong công ty của bạn, càng nhiều người sẽ ngưỡng mộ và khâm phục bạn. Bạn càng trở nên thành thạo công việc hơn, bạn sẽ càng được những nhân vật quan trọng ở nơi làm việc chú ý đến

hơn mà họ có thể đề bạt bạn và trả lương cho bạn cao hơn. Sự phát triển năng lực chuyên môn hết sức cần thiết nếu bạn muốn trở nên giàu có trong quá trình sự nghiệp của mình. Tiền luôn luôn theo sau thành tích xuất sắc.

Năng lực chức vụ

Năng lực chức vụ phải phù hợp với chức vụ và cấp bậc. Nếu bạn có một cương vị nào đó trong một công ty, mà điều này cho bạn quyền thuê mướn và sa thải nhân viên, quyền thưởng phạt, quyền ra quyết định và quyền xác định các kết quả của các sự kiện. Khi bạn đạt được năng lực chức vụ và làm việc một cách xuất sắc, thì tiền bạc, phần thưởng và các cơ hội nhanh chóng đi theo sau bạn.

Quá trình tích lũy năng lực

Mỗi một hình thức năng lực này rất cần thiết cho sự thành công lâu dài và làm giàu bằng cách của bạn. Trước hết, bạn phát triển năng lực cá nhân bằng cách là một thành viên trong đội. Bạn làm việc chăm chỉ và hợp tác tốt với những người khác. Bạn làm và nói các việc cần thiết cho những người thích bạn và cảm thấy bạn dễ chịu.

Trong khi đó, bạn đọc, nghe, học tập và tham gia các khóa học để trở thành hoàn toàn xuất sắc về công việc của bạn. Bằng cách làm tốt công việc của mình, bạn phát huy được năng lực chuyên môn. Nhờ vào năng lực cá nhân và năng lực chuyên môn, hầu như tự động bạn sẽ được trao cho năng lực chức vụ, mà bạn có thể sử dụng để thăng cấp nhanh hơn trong tổ chức của bạn.

Định luật hỗ tương

Có lẽ nguyên lý có tác động mạnh nhất của các mối quan hệ của

con người được gọi là định luật hỗ tương. Định luật này cho rằng trong sâu kín tiềm thức mỗi người đều có một khao khát được trao đổi lẫn nhau hoặc đền đáp lại những gì người khác đã làm cho mình. Người ta muốn đáp trả một cách tích cực hoặc tiêu cực.

Định luật hỗ tương này cho rằng người ta sẽ sẵn sàng giúp bạn đạt được các mục tiêu đến mức độ mà bạn giúp họ đạt được các mục tiêu của họ. Sở dĩ như vậy vì việc thực hiện tốt nhất bạn có thể kết hợp vào các mối quan hệ của bạn là nguyên tắc vàng: *Hãy làm cho người khác như bạn sẽ được họ làm cho bạn.*

Hãy kết hợp định luật hỗ tương và nguyên tắc vàng vào tất cả các hoạt động của bạn. Tiếp tục tìm kiếm các cách để giúp đỡ những người có thể giúp bạn, bằng cách giúp họ *trước*. Mọi thứ bạn làm giúp người khác được thành công trong công việc sẽ khiến cho họ cũng giúp bạn được thành công trong công việc như vậy.

Liệt kê những người có thể giúp bạn

Đây là một kỹ thuật đơn giản. Lập một danh sách tất cả những người sẽ có ích để bạn quen biết. Bên cạnh tên của họ, ghi những gì bạn nghĩ bạn có thể làm để giúp từng người này bằng cách nào đó. Bạn có thể làm cho họ ân huệ gì? Bạn có thể giải quyết công nợ của họ ra sao? Lập danh sách tất cả những người bạn cảm thấy có thể giúp bạn, rồi bắt đầu thực hiện chiến lược “gieo và gặt” của bạn.

Bạn có thể gieo ân huệ, lòng tốt, điều ích lợi hoặc sự trợ giúp bằng cách như thế nào, liệu thời gian sắp đến những điều này có khiến cho người ta giúp bạn không? Đây là một chiến lược vừa ích kỷ vừa vị kỷ. Vị kỷ vì bạn tìm các cách giúp người khác trước khi họ giúp bạn. Nguyên tắc ấy là bất cứ khi nào bạn làm điều gì tốt cho người khác mà không mong đền đáp lại, thì phần thưởng sẽ trở

lại với bạn bằng các cách hết sức bất ngờ.

Hỏi người khác, “Có điều gì tôi có thể làm cho bạn không?” Liên tục tìm kiếm các cách giúp người ta trong công việc và cuộc sống cá nhân. Sẵn sàng gieo trước khi bạn gặt. Sẵn sàng bỏ vào trước khi bạn lấy ra. Tạo thói quen gieo rắc mầm mống thi ân để sớm muộn gì bạn cũng sẽ gặt hái được lòng tri ân.

Giữ gìn sự liêm chính của bạn như vật linh thiêng

Để tự đưa bạn vào con đường thẳng tiến chắc chắn, hãy thực hành liêm chính tuyệt đối trong mọi điều bạn làm. Như Ralph Waldo Emerson viết, “Giữ gìn sự liêm chính của bạn như vật linh thiêng; cuối cùng chẳng cái gì linh thiêng ngoài sự liêm chính của tâm hồn bạn.”

Sự liêm chính có lẽ là phẩm chất quan trọng nhất để thành công và giữ vai trò đứng đầu vì một số lý do. Thứ nhất, sự tin tưởng là cơ sở của tất cả các mối quan hệ. Sự tin tưởng là cơ sở của các mối quan hệ của bạn với các đồng nghiệp và cấp trên ở nơi làm việc. Sự tin tưởng là cơ sở của các mối quan hệ với gia đình của bạn. Sự tin tưởng là cơ sở của các mối quan hệ với bè bạn, với các chủ ngân hàng, các nhà cung cấp, các khách hàng, người cấp dưới, vân vân.

Sự tin tưởng là chất keo giữ tất cả các mối quan hệ lại với nhau và sự tin tưởng rất mong manh. Sự tin tưởng dựa vào sự liêm chính tuyệt đối, đáng tin cậy, trước sau như một và có thể đoán trước ở phần sự của bạn. Chìa khóa để xây dựng được sự tin tưởng là phải đáng tin tưởng. Trong thâm tâm người ta phải biết là họ có thể tin tưởng bạn tuyệt đối sẽ giữ lời và tin bạn sẽ làm điều bạn nói.

Tin vào chính mình

Chìa khóa để phát huy được sự tin tưởng của người khác là tin vào chính bạn. Và chìa khóa để tin tưởng chính mình là bạn phải trung thực với chính mình ở mọi chuyện dù lớn hay nhỏ.

Shakespeare đã viết, “Đến bản thân bạn thành trung thực thì khi ấy điều đó phải xảy ra như ngày rồi đến đêm, bạn không thể giả dối với ai.”

Trung thực với chính bạn có nghĩa là trung thực với cái tốt nhất trong bạn. Điều đó có nghĩa là giữ lời hứa của bạn. Việc xây dựng niềm tin đòi hỏi bạn phải luôn luôn làm đúng theo lời hứa của bạn. Sự tin tưởng có nghĩa là bạn làm điều bạn nói, khi bạn nói bạn sẽ làm thì dù bạn có cảm thấy thích hay không thích bạn cũng sẽ làm.

Người ta nói sức mạnh của lời nói của con người đo được khi nó làm người ấy tốn tiền thực hiện lời hứa của họ. Lời nói suông chẳng có giá trị gì. Nó chỉ có giá trị khi bạn chứng minh lời nói của bạn bằng hành động và của cải mà bạn biểu lộ cho chính mình và cho người khác thấy rõ điều đó, thì lời nói của bạn mới thực sự có giá trị bấy nhiêu.

Thực hành châm ngôn phổ biến

Hãy sống bằng đời sống phù hợp với những giá trị ở tận trong đáy lòng và niềm tin chắc chắn. Thực hành châm ngôn phổ biến của triết gia Immanuel Kant: “Hãy sống đời sống của bạn như thể mọi hành vi của bạn đều trở thành luật chung.”

Hầu như tất cả các vấn đề chúng ta gặp trong các mối quan hệ và xã hội đều tồn tại vì người ta không tự hỏi họ những câu hỏi bên dưới. Họ quen làm những thái độ mà nếu mọi người cũng đều làm những thái độ đó thì sẽ khiến cho xã hội suy đồi. Sau đây là bốn câu hỏi bạn có thể tự hỏi để luôn giữ cho chính bạn ở trên

con đường thẳng tiến suốt cuộc đời:

1. *Thế giới của bạn.* Trước hết, hãy hỏi chính bạn, “*Thế giới của tôi sẽ thuộc loại nào nếu mọi người ở trong đó cũng đều giống như tôi?* “

Thế giới này sẽ như thế nào nếu mọi người trong đó đều sống cuộc sống của họ giống như cách bạn sống? Thế giới sẽ như thế nào nếu mọi người đối xử với người khác và coi các trách nhiệm của họ đối với công việc và gia đình của họ giống y như cách bạn đối xử? Nếu bạn trung thực, chắc bạn sẽ thừa nhận là có một số lĩnh vực bạn có thể cải thiện.

2. *Quốc gia của bạn.* Hãy hỏi chính bạn, “*Nước của tôi sẽ thuộc loại nào nếu mọi người ở trong đó đều giống như tôi?*”

Nếu mọi người ở trong nước đều đối xử giống y như cách bạn đối xử về các trách nhiệm công dân và xã hội, tuân theo pháp luật, làm việc và đầu tư, thanh toán hóa đơn và ngay cả điều khiển xe tham gia giao thông, liệu đây có phải là một quốc gia tốt hơn hay không? Nếu bạn trung thực, bạn sẽ thừa nhận rằng còn có một số lĩnh vực bạn có thể cải thiện.

3. *Công ty của bạn.* Câu hỏi thứ ba bạn có thể hỏi chính mình là, “*Công ty của tôi sẽ thuộc loại nào nếu mọi người ở trong đó đều giống như tôi?*”

Nếu mọi người ở công ty của bạn đều đến làm việc, làm công việc của họ và đối xử với mọi người khác giống như cách bạn đối xử hằng ngày, liệu công ty của bạn có phải là một công ty tốt hơn hay không? Nếu bạn hỏi và trả lời câu hỏi này trung thực, chắc bạn sẽ nêu ra các ý kiến để có thể cải thiện. Quyết tâm từ nay trở đi thành một người mẫu mực.

4. *Gia đình của bạn.* Cuối cùng hãy hỏi chính bạn, “*Gia đình của tôi sẽ thuộc loại nào nếu mọi người trong đó đều giống như tôi?*”

Nếu mọi người trong gia đình bạn đối xử với mọi người khác giống y như cách bạn đối xử, liệu gia đình của bạn có tuyệt vời, đầm ấm, yêu thương và là nơi yên lành để sống và trưởng thành lên không? Có sự cải thiện nào mà bạn có thể thực hiện bằng cách đối xử với các người trong gia đình của bạn sẽ cải thiện và nâng cao chất lượng cuộc sống gia đình của bạn không?

Nếu bạn hỏi các câu hỏi này thường xuyên và đặt chúng như các tiêu chuẩn của bạn cho các thái độ và tư cách đạo đức của mình, bạn sẽ thấy toàn bộ cuộc sống sẽ trở nên tốt hơn. Không những bạn sẽ tiến nhanh trên con đường thẳng tiến sự nghiệp vững chắc mà còn sẽ bắt đầu trở nên một con người xuất chúng.

Thật thà là cha khôn ngoan

Tất cả những người đứng đầu đáng tin cậy đều đã từng là những người đi theo đáng tin cậy. Họ trở nên những người đứng đầu vì những người khác muốn họ ở cương vị lãnh đạo. Và các phẩm chất chủ yếu chúng ta tìm kiếm ở những người đứng đầu là thật thà, có đủ năng lực, liêm chính và nghị lực. Khi bạn phát huy nghị lực bằng cách trở thành một người hoàn toàn trung thực và có đủ năng lực bằng cách trở thành xuất sắc về những gì bạn làm, thì mọi cánh cửa sẽ mở ra chào đón bạn.

Tập trung vào tương lai

Một trong những nguyên tắc để thành công là *bạn từ đâu đến không thành vấn đề; vấn đề quan trọng là bạn sẽ đi đâu*. Hầu như mọi người đều có cảm xúc bứt rứt là mình đã bỏ phí nhiều thời gian và tiềm năng trong quá khứ. Nếu họ gặp phải điều đó xảy ra lần nữa họ sẽ không còn có cảm xúc như trước nữa. Đáng tiếc,

những người làm cho cảm xúc hối tiếc này như cái thắng kìm hãm cuộc đời họ. Thay vì cống hiến cuộc đời họ trở lại cho những năm tháng lý thú còn ở phía trước, họ lại tự để cho mình bị chôn vùi bởi những lỗi lầm mà họ đã gây ra trước đây. Đừng để điều này xảy đến với bạn.

Thay vì thế, hãy suy nghĩ đến tương lai và nơi bạn sẽ đi tới. Nghĩ đến những gì bạn có thể làm ngay bây giờ để kiến tạo tương lai bạn muốn tượng ra cho mình. Học hỏi những gì có thể từ những sai lầm ở quá khứ của bạn và quên đi những gì còn lại. Quyết tâm của bạn hướng đến tương lai sẽ tạo cho bạn nghị lực và sự hăng hái. Và chẳng có gì hạn chế tương lai của bạn ngoài khả năng tưởng tượng của mình.

Hoàn thiện tài năng

Trong dụ ngôn về tài năng trong Kinh thánh, có dòng nói rằng, “Hỡi đầy tớ trung tín và được việc, anh đã làm tốt những việc nhỏ, tôi sẽ cho anh cai quản những việc lớn.”

Một bài học thật hay cho cuộc sống ở dụ ngôn đó. Dụ ngôn cho rằng nếu bạn làm tốt việc nhỏ, thì bạn sẽ trở nên người cai quản những việc lớn. Nếu bạn làm tốt công việc của mình ngay nơi bạn, thì chẳng còn bao lâu nữa bạn sẽ có các cơ hội làm những việc lớn hơn, tốt hơn và quan trọng hơn.

Mọi người đứng đầu, mọi sự thành công lớn lao đều đã từng có lúc là thuộc hạ trẻ đã làm tốt việc nhỏ. Những người ngày nay đứng đầu đã khởi đầu từ dưới chót. Khi họ bắt đầu từ dưới cùng, họ đi từ việc hoàn thiện tài năng, khả năng, năng khiếu, các cơ hội và đã phát triển bản thân dần dần theo năm tháng. Theo thời gian họ ngày càng giỏi hơn, họ từ từ đi lên các cương vị có trách nhiệm lớn hơn và cuối cùng tới vị trí lãnh đạo. Kết quả, họ được trả lương hậu và được thăng tiến nhanh hơn. Họ trở nên giàu có

theo cách của họ. Và bạn cũng có thể làm như vậy. Chẳng có giới hạn nào.

Bắt đầu từ nơi bạn đang đứng

Thực ra bạn có thể trở nên giàu có, giống như hàng triệu người khác. Bạn có thể bắt đầu ngay nơi bạn đang đứng, ngay bây giờ và bắt tay vào việc hoàn thiện bản thân.

Bạn có thể bắt đầu tiết kiệm 10% thu nhập của mình, kiểm soát chi phí sinh hoạt và trả hết công nợ của bạn. Bạn có thể bắt đầu dồn hết tâm huyết vào những gì bạn đang làm ngay bây giờ. Bạn có thể quyết tâm trở thành xuất sắc ở lĩnh vực bạn chọn. Bạn có thể quyết tâm đi xa thêm một dặm và luôn luôn làm nhiều hơn tiền công bạn được trả. Bạn có thể dần dần thực hiện bất kỳ nỗ lực, bất cứ hy sinh nào để đạt được ước mơ.

Bạn có thể trở nên giàu có trong suốt quá trình cuộc đời làm việc bằng cách học tập những gì người khác đã làm để trở thành giàu có trước bạn. Sau đó bạn có thể quyết tâm làm những việc như vậy hết lần này tới lần khác cho tới khi bạn có được cùng các kết quả.

Nếu một chàng trai đầu óc chậm chạp với nghề sửa chữa đồ đạc và sống trong nhà tập thể, mỗi tháng tiết kiệm \$100 mà có thể trở thành triệu phú, thì chắc chắn bạn cũng có thể làm được ít nhất như vậy, nếu không nói là còn nhiều hơn thế nữa. Nhưng bạn phải bắt đầu được điều đó.

Phát triển một ý thức thành đạt

Điểm bắt đầu của tất cả mọi sự thành công tài chính là bạn phải phát triển một ý thức thành đạt. Hãy nghĩ bạn như một người đang rèn luyện để trở thành giàu có và công việc đang tiến triển.

Viết đi viết lại các mục tiêu của bạn. Lập kế hoạch hành động chi tiết và xem lại các kế hoạch của bạn mỗi ngày một lần. Hình dung ngày nào đó bạn sẽ thành công lớn lao. Để ý cảm xúc bạn trải qua niềm vui mừng và hân hoan về sự thành đạt to lớn. Những gì bạn thấy trong tâm tư của mình là những cái cuối cùng sẽ có trong thực tại của bạn.

Những ý kiến vĩ đại nhất trong lịch sử đã kết luận rằng cuộc sống bên ngoài chính là sự phản ảnh lại cuộc sống bên trong của bạn. Những gì bạn trải nghiệm trong thực tế là sự biểu lộ ra ngoài về các niềm tin và những suy tư từ tận đáy lòng. Chẳng có các trở ngại thực sự nào đối với sự thành công ở *bên ngoài* bạn. Tất cả các rào cản thành tích chỉ tồn tại *bên trong* ở dạng lo sợ và không hiểu biết. Bạn có thể vượt qua những trở ngại tinh thần này bằng cách quyết định ngay bây giờ, ngay hôm nay, ngay phút này để làm việc gì đó thật tốt trong cuộc sống của bạn.

TRỞ THÀNH MỘT NGƯỜI KHÔNG BỊ GIỚI HẠN

Điều đó cũng dễ như đạt được sự thành công tài chính và làm giàu bằng cách của bạn, giống như phải phấn đấu mà vẫn còn túng thiếu và phải mất nhiều thời gian. Bằng cách làm việc chăm chỉ hơn một ít vào lúc bắt đầu, bạn sẽ có được các phần thưởng hết sức to lớn sau này. Khi bạn bắt đầu thực hành một số ý tưởng trong sách này, bạn sẽ bắt đầu lao vào, giống như một hỏa tiễn tiến tới sự sung túc tài chính. Cuối cùng bạn sẽ trở thành một trong những người quan trọng nhất ở cộng đồng của bạn. Bạn sẽ có nhà, xe hơi, cuộc sống sang trọng, tài khoản ở ngân hàng, sự thỏa mãn và niềm tự hào ở trong lòng và lòng tự trọng đi cùng với sự thành công lớn lao.

Tất cả đều tùy thuộc vào bạn. Tiến tới và tiếp tục tiến tới. Đừng bao giờ bỏ cuộc. Bạn có thể làm được điều đó!

BÀI TẬP THỰC HÀNH

- 1.** Quyết định chính xác bạn muốn cái gì! Lập một danh sách 10 mục tiêu bạn muốn đạt được vào 12 tháng sau. Trong những mục tiêu này mục tiêu nào sẽ có ảnh hưởng tích cực nhất đến cuộc sống của bạn? Viết nó vào đầu mỗi tờ giấy rời.
- 2.** Đặt hạn chót cho mục tiêu của bạn. Cũng đặt thêm hạn chót phụ. Một ngày tháng nhất định có tác động như “cách thức bắt buộc” trí tuệ trong tiềm thức và ý thức của bạn khơi dậy chúng đi vào hoạt động thay cho bạn.
- 3.** Nhận biết tất cả các trở ngại ngăn cách giữa bạn và mục tiêu của bạn. Tại sao bạn chưa đạt được mục tiêu đó? Chọn một trở ngại lớn nhất và tập trung loại bỏ nó trước bất kỳ trở ngại nào khác.
- 4.** Xác định thêm những kiến thức và kỹ năng bạn cần có để đạt được mục tiêu lớn nhất của mình. Lập kế hoạch để đạt được chúng, bắt đầu ngay hôm nay.
- 5.** Xác định những người, nhóm và những tổ chức có sự chung sức và trợ giúp mà bạn sẽ cần có để đạt được mục tiêu của mình. Xác định bạn sẽ phải đề nghị họ hỗ trợ bạn cái gì và hãy làm điều đó cho họ trước.
- 6.** Lập kế hoạch thực hiện chi tiết, tổ chức theo tuần tự và mức độ ưu tiên (Cái gì bạn phải làm trước khi bạn làm cái khác). Bắt tay vào thực hiện kế hoạch của bạn ngay.
- 7.** Làm việc gì đó mỗi ngày mà nó đưa bạn tới chỗ hoàn thành mục tiêu quan trọng nhất của mình. Có quyết tâm trước, dù cho điều gì xảy ra đi nữa, bạn sẽ không bao giờ bỏ cuộc. Bạn sẽ bền bỉ cho đến khi bạn thành công.

“Không có gì trên đời có thể thay thế được sự bền bỉ. Tài năng sẽ không thể, không gì thường thấy hơn những người có tài không thành đạt. Thiên tài sẽ không thể; hầu như ai cũng biết những thiên tài không được thưởng công. Học vấn sẽ không thể; thế giới đầy những người học thức bị bỏ quên. Chỉ có sự bền bỉ và quyết tâm là có sức mạnh vô hạn”.

Clavin Coolidge

VỀ TÁC GIẢ

Brian Tracy – Diễn giả chính, nhà tư vấn, người đứng đầu về hội thảo chuyên đề.

Brian Tracy là một thương gia thành công và một trong những diễn giả chuyên nghiệp hàng đầu trên thế giới. Ông đã bắt đầu, gây dựng, quản lý hoặc xoay sở thành công 22 doanh nghiệp khác nhau. Mỗi năm Brian Tracy diễn thuyết trước hơn 250.000 người ở khắp nước Mỹ, Canada, châu Âu, Úc châu và châu Á.

Các bài diễn văn, các bài nói chuyện và các cuộc hội thảo chính của Brian Tracy theo yêu cầu của khách hàng và đáp ứng nhu cầu cho mỗi khán giả. Chúng được cho là có nội dung “truyền cảm, thú vị, nâng cao kiến thức và tạo động lực thúc đẩy”. Ông đã làm việc với hơn 500 công ty, tổ chức hơn 2.000 cuộc nói chuyện và diễn thuyết trước hơn 2.000.000 người.

Một số bài nói chuyện và hội thảo của ông gồm:

Khả năng đứng đầu trong thiên niên kỷ mới – Cách để trở thành người đứng đầu đạt thành quả hơn về mọi lĩnh vực của sự nghiệp kinh doanh. Tìm hiểu các chiến lược đứng đầu thực dụng và đầy năng lực nhất từng được phát hiện để quản trị, tạo động lực và đạt được các kết quả tốt hơn bao giờ hết.

Suy nghĩ ở thế kỷ XXI – Cách suy nghĩ sâu sắc hơn, đặt ra kế hoạch chính xác hơn và thực hiện khả năng cạnh tranh của bạn tốt hơn. Học cách đạt được các kết quả cao hơn trong môi trường kinh doanh năng động và thay đổi nhanh chóng.

Tâm lý về thành tích đỉnh cao – Những người đứng đầu suy nghĩ và hành động trong mọi lĩnh vực về đời sống riêng tư và sự nghiệp kinh doanh ra sao. Bạn tìm hiểu một loạt các phương pháp thực dụng, đã được chứng minh và các chiến lược để đạt sự thành công tối đa.

Các chiến lược kinh doanh xuất sắc – Cách bán hàng nhiều hơn, nhanh hơn và thuận lợi hơn cho các khách hàng có nhu cầu ở các thị trường cạnh tranh gay gắt. Tìm hiểu cách bán các sản phẩm và dịch vụ có giá cao ngược lại với các đối thủ cạnh tranh giá thấp.