

Đam mê khám phá

ĐAM MÊ KHÁM PHÁ!

Đam mê khám phá

Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: publication@alphabooks.vn

Liên hệ về dịch vụ bản quyền: copyright@alphabooks.vn

CRUSH IT!

Why NOW Is the Time to Cash In on Your Passion

Copyright © 2009 by Gary Vaynerchuk

Published by arrangement with HarperStudio, an imprint of HarperCollins Publishers.

All rights reserved.

ĐAM MÊ KHÁM PHÁ!

Bản quyền tiếng Việt © 2010 Công ty Sách Alpha

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Sách Alpha.

Bìa: Nguyễn Ngọc Thùy

Biên tập viên Alpha Books: Lý Hồng Điệp

Đam mê khám phá

GARY VAYNERCHUK

ĐAM MÊ KHÁM PHÁ!

*Kiến tạo thành công từ sức mạnh
của truyền thông mạng xã hội*

Trần Thị Thanh Bình *dịch*

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

Alphabooks trân trọng giới thiệu

CÁC CUỐN SÁCH MARKETING & BÁN HÀNG

1. **Marketing du kích trong 30 ngày**, tác giả: Jay Conrad Levinson, số trang: 416, giá bìa: 59.000 đ
2. **Marketing 101**, tác giả: Don Sexton, số trang: 520, giá bìa: 69.000 đ
3. **100 ý tưởng bán hàng hay nhất mọi thời đại**, tác giả: Ken Langdon, số trang: 200, giá bìa: 29.000 đ
4. **Bán hàng tức thì**, tác giả: Cyril Charney, số trang: 332, giá bìa: 49.000 đ
5. **Kinh thánh về nghệ thuật bán hàng**, tác giả: Jeffrey Gitomer, số trang: 576, giá bìa: 69.000 đ
6. **Kinh doanh bằng tâm lý**, tác giả: Bryan Tracy, số trang: 296, giá bìa: 54.000 đ
7. **Marketing trong thời đại Net**, tác giả: Thái Hùng Tâm, số trang: 168, giá bìa: 34.000 đ
8. **Bí quyết kinh doanh trên mạng**, tác giả: Joe Vitale, số trang: 364, giá bìa: 59.000 đ
9. **Kỹ năng bán hàng**, tác giả: Bill Brooks, số trang: 276, giá bìa: 45.000 đ
10. **Tiếp thị tại Sao Kim**, tác giả: Hermawan Kartajaya, số trang: 326, giá bìa: 54.000 đ

LỜI GIỚI THIỆU

(Cho bản tiếng Việt)

Format

Đã đến lúc chúng ta cần tận dụng tối đa niềm đam mê của mình!

Internet đại diện cho một trong những chuyển giao văn hóa lớn nhất kể từ thời đại báo in ngày nay. Cùng với sự phát triển như vũ bão của nó, các trang truyền thông mạng xã hội đã tạo nên một cuộc cách mạng trong cách thức sống và hoạt động kinh doanh của con người trên toàn cầu. Người nào có thể xây dựng nội dung hấp dẫn nhất và tạo dựng được liên kết cộng đồng mạnh mẽ nhất thì người ấy có thể chiếm lĩnh thị trường và thu về hàng tỷ đô-la lợi nhuận. Nhưng mặc cho sự đổi thay và cơ hội lớn lao này, phần lớn mọi người vẫn tiếp tục làm những công việc không đem lại hạnh phúc cho mình, các doanh nghiệp vẫn tiếp tục bỏ qua những lợi ích marketing và quan hệ công chúng hiệu quả có thể tìm thấy trên các trang mạng xã hội.

Lời giới thiệu

Gary Vaynerchuk được biết đến như một người tiên phong trong lĩnh vực marketing online. Anh là nhà kinh doanh tài ba, đồng thời là một chuyên gia về rượu, đã cách mạng hóa các hoạt động PR và marketing trong ngành rượu với những video blog trên trang Wine Library TV, phát triển công việc kinh doanh rượu của gia đình từ quy mô 4 triệu đô-la lên tới 60 triệu đô-la trong vòng 5 năm khi tập trung vào Internet và tận dụng các công cụ truyền thông mạng xã hội như Facebook, Twitter, Blog, Wordpress, YouTube, v.v...

Gary Vaynerchuk cho rằng bất kỳ ai cũng có thể xây dựng một sự nghiệp kinh doanh thành công dựa trên niềm đam mê của họ. Trong cuốn sách này, anh đưa ra những phân tích và chiến lược cụ thể ở cả hai cấp độ nền tảng và cấp độ cao, chỉ cho bạn biết cách nắm bắt môi trường kinh doanh hiện tại, đồng thời trang bị kiến thức và phương tiện để bạn sẵn sàng thu được thành công khi thời đại thay đổi. Cuốn sách giúp bạn tìm hiểu được nhiều vấn đề then chốt như:

- Vì sao truyền thông mạng xã hội có thể cân bằng sân chơi, phá hủy những “người gác cổng” đã từng thống lĩnh kênh phân phối nội dung.
- Làm thế nào để đánh bại nạn thất nghiệp và tạo ra những cơ hội làm giàu qua việc xây dựng và duy trì thương hiệu cá nhân.

Lời giới thiệu

- Làm thế nào có thể xây dựng được sự nghiệp kinh doanh trực tuyến (online) dựa trên niềm đam mê mà không cần từ bỏ công việc hàng ngày của bạn.
- Tại sao Facebook và Twitter chỉ là những công cụ chứ không phải chiến lược truyền thông mạng xã hội.
- Tại sao sự minh bạch và sống thật với chính mình lại đánh bại những công thức marketing.
- Làm thế nào để xây dựng và gìn giữ cộng đồng mạng gắn với đam mê và thương hiệu của bạn.
- Tại sao yếu tố di sản trong thời đại Internet bị đánh giá không đúng tầm.

Cuốn sách nhận được nhiều lời khen từ các doanh nhân nổi tiếng thế giới, như Tony Hsieh – CEO của Zappos.com, Kevin Rose – sáng lập viên Digg.com, Tim Ferriss – tác giả cuốn bestseller số 1 *New York Times* – ***Tuần làm việc bốn giờ*** và Chris Abraham – đồng sáng lập và trưởng nhóm Tư vấn Abraham Harrison LLC. Tuy vậy, nhiều độc giả không đồng tình với lời khuyên nên bỏ việc đang làm để theo đuổi đam mê nếu bạn không được làm nghề nghiệp bạn thực sự yêu thích mà Gary Vaynerchuk đưa ra trong cuốn sách này. Họ cho rằng, lời khuyên và chia sẻ kinh nghiệm của Gary Vaynerchuk là bất khả thi với những ai không có nền tảng tài chính. Bởi Gary được thừa hưởng sự nghiệp kinh doanh 4 triệu đô-la từ người cha, và chỉ cần phát triển, mở rộng nó. Điều đó chẳng dễ dàng gì với những người khởi nghiệp từ hai bàn tay trắng, hoặc phải có trách nhiệm với gia đình cùng rất nhiều khoản chi tiêu khác

Lời giới thiệu

trong cuộc sống hàng ngày. Cuốn sách này chỉ như một sản phẩm để Gary tự quảng bá thương hiệu cá nhân của mình – một sự tự PR cho bản thân.

Thực ra, không cần đợi đến những giải trình của Gary, người đọc vẫn có thể nhận ra thông điệp mà Gary muốn gửi gắm trong cuốn sách này. Làm mọi việc để thỏa mãn đam mê và đạt được thành công không bao giờ là việc dễ dàng và xảy ra chỉ trong một đêm. Theo Gary, bạn cần phải xắn tay áo lên và đi một chặng đường dài. Phần thưởng sẽ đến cho những nỗ lực của bạn. Nhưng quan trọng hơn hết, là bạn được làm những gì mình yêu thích, và công việc sẽ đánh thức bạn vào mỗi sớm bình minh”. Bởi thế, bạn chẳng cần bỏ việc, bạn chỉ cần nỗ lực và thật sự muốn sống với đam mê của mình.

Có đam mê là có tất cả. Hãy kiên nhẫn thực hiện từng bước một, *Đam mê khám phá* sẽ là bản “hướng dẫn viết tay cuối cùng cho kinh doanh hiện đại”.

Xin trân trọng giới thiệu tới quý độc giả cuốn sách này!

Tháng 08 năm 2010

CÔNG TY SÁCH ALPHA

MỤC LỤC

- 1 . Đam mê là tất cả 11
- 2 . Thành công nằm ở DNA của bạn 31
- 3 . Xây dựng thương hiệu cá nhân của bạn ...**Error! Bookmark not defined.**
- 4 . Một thế giới hoàn toàn mới**Error! Bookmark not defined.**
- 5 . Tạo dựng nội dung thú vị...**Error! Bookmark not defined.**
- 6 . Lựa chọn bến đỗ của bạn..**Error! Bookmark not defined.**
- 7 . Hãy thành thật... rất thật....**Error! Bookmark not defined.**

- 8 . Tạo dựng cộng đồng: Đào rãnh Internet của bạn
Error! Bookmark not defined.
- 9 . Chiến lược Marketing tốt nhất từng có.....**Error!**
Bookmark not defined.
- 10 L
àm thế giới lắng nghe.....**Error! Bookmark not**
defined.
- 11 B
ắt đầu kiếm tiền..... **Error! Bookmark not defined.**
- 12 L
ăn xả với nó..... **Error! Bookmark not defined.**
- 13 D
ì sản lớn hơn tiền bạc.....**Error! Bookmark not**
defined.

KẾT LUẬN: THỜI ĐẠI LÀ BÂY GIỜ, THÔNG DIỆP LÀ
MÃI MÃI..... 178

PHỤ LỤC A: BẠN CÓ QUÊN ĐIỀU GÌ KHÔNG? 180

PHỤ LỤC B: 5 Ý TƯỞNG KINH DOANH MÀ TÔI SẼ
KHÔNG ĐỤNG ĐẾN –
CHÚNG LÀ CỦA BẠN .. **Error! Bookmark not**
defined.

Mục lục

1

ĐAM MÊ LÀ TẤT CẢ

Bạn muốn thành công đến mức nào? Đó là thứ cảm xúc chỉ nhằm thỏa mãn bản thân? Có khi nào bạn thức trắng đêm, tràn ngập các ý tưởng và những giấc mơ? Bạn có sẵn sàng làm tất cả để đổi lấy cơ hội sống hoàn toàn theo cách của mình? Nếu có, bạn thật may mắn. May mắn bởi vì bạn sống trong một thời đại mà cơ hội dành cho bất kỳ ai có đủ sự kiên nhẫn và những giấc mơ lớn. Bạn nên biết, bởi đó là tất cả những gì tôi sẽ đề cập trong cuốn sách này.

Ba năm trước, tôi là một gã kỳ quặc với những kỹ năng công nghệ rất hạn chế. Tôi đã sử dụng các trang

truyền thông mạng xã hội như Facebook, Twitter và Tumblr để xây dựng một thương hiệu cá nhân sinh lợi nhuận. Khi đó, nhiều người không sẵn sàng chấp nhận sự thật rằng thế giới kinh doanh-xã hội đang thay đổi, và nếu tôi cố gắng nói với bạn rằng bạn có thể xây dựng một sự nghiệp kinh doanh tạo ra sự giàu có và hạnh phúc nhất bạn từng biết mà không cần gì hơn ngoài niềm đam mê và một quyết tâm sẵn sàng làm việc quên mình, bạn có thể sẽ không tin tôi. Mặc dù vậy, trong thời đại này, cơ hội là bất tận – tôi không nghĩ có nhiều người hiểu được rằng xã hội, công việc kinh doanh và thậm chí là Internet đã thay đổi như thế nào – và câu chuyện mà tôi sắp sửa kể ra đây sẽ trở nên ít lạ lẫm hơn. Nếu bạn có đủ sự quyết tâm và mong muốn, nó có thể trở thành câu chuyện của bạn, với ít thời gian và tiền bạc hơn.

Đây là ví dụ cho thấy sự thay đổi đã diễn ra nhanh thế nào: tôi giúp trông coi cửa hàng rượu nhỏ của cha tôi, Shopper's Discount Liquors (cửa hàng rượu giảm giá), và đã “thối bùng” nó từ 4 triệu đô-la lên 50 triệu đô-la trong vòng tám năm (1998-2005). Tôi tự hào vì điều đó. Nhưng bên cạnh hàng núi công việc, tôi đã bỏ hàng triệu đô-la vào quảng cáo trên tờ *New York Times*, *Wine Spectator*, và những ấn phẩm khác cũng như quảng cáo trên đài phát thanh và truyền hình địa phương. So với khi tôi bắt đầu xây dựng thương hiệu cá nhân vào tháng 2 năm 2006 – đến tận ngày hôm nay

Đam mê là tất cả

tôi đã tiêu ít tiền hơn (ít hơn 15 nghìn đô-la) và tốn ít mồ hôi công sức hơn, và tôi đang có nhiều niềm vui hơn tôi từng có trong cuộc đời mình. Bạn cũng đổ mồ hôi công sức, đúng không? Bạn có thể không có các mối quan hệ, hoặc bằng cấp, hoặc của cải, nhưng với đủ niềm đam mê và mồ hôi công sức, bạn có thể biến tất cả thành hiện thực.

3 NGUYÊN TẮC

Có thể bạn mua cuốn sách này vì bạn muốn biết bí mật dẫn tới thành công của tôi. Được thôi, bí mật của tôi là tôi sống chỉ với ba nguyên tắc khá đơn giản:

Yêu gia đình của mình.

Làm việc cật lực.

Sống với đam mê.

Chỉ đơn giản như thế. Lưu ý là tôi không nhắc đến Internet, các công cụ truyền thông mạng xã hội, thậm chí là công nghệ kỹ thuật, mặc dù chúng quan trọng đến tất cả những gì tôi đã đạt được trong những năm gần đây. Đó là bởi tôi đo lường thành công bằng niềm hạnh phúc của bản thân, chứ không phải công việc làm ăn lớn như thế nào hay kiếm được bao nhiêu tiền. Và nhờ tuân thủ ba nguyên tắc trên, tôi hoàn toàn hạnh phúc.

Bạn không tin tôi ư? Cho rằng đó là điều không thể? Tôi cam đoan với bạn là đúng như thế đấy.

Nếu bạn vốn đã không sống theo nguyên tắc số 1, thì hãy thay đổi ngay từ bây giờ, bởi vì những gì tôi đang chuẩn bị nói với bạn trong cuốn sách này sẽ là vô nghĩa nếu như bạn không quan tâm đến gia đình của mình. Gia đình luôn là quan trọng nhất. Nhưng nếu như bạn đã đặt ưu tiên đó lên hàng đầu, bạn làm việc chăm chỉ, nhưng bạn vẫn không hoàn toàn hạnh phúc, có thể là do bạn không sống với đam mê của mình. Và vì thế, hỏi những người bạn của tôi, mặc dù đó chỉ là 1/3 bí mật dẫn tới thành công, nhưng đó là chiếc chìa khóa nguyên vẹn để mở ra cho bạn cánh cửa bước vào thế giới kinh doanh mới mẻ mà chúng ta đang sống ngày nay.

Hãy sống với niềm đam mê của bạn. Điều này có nghĩa là gì? Có nghĩa là mỗi sáng thức dậy đi làm, bạn được nạp đầy năng lượng vì bạn sẽ nói hoặc làm những gì bạn hứng thú nhất. Bạn không sống để chờ các kỳ nghỉ vì bạn không cần cảm giác được thoát khỏi những thứ bạn đang làm – công việc, vui chơi và thư giãn đều chỉ là một. Thậm chí bạn không cần quan tâm bạn làm việc bao nhiêu tiếng một ngày bởi vì đối với bạn, đó không chỉ là công việc. Bạn đang kiếm tiền, nhưng bạn sẽ làm tất cả những gì bạn đang làm mà không cần được trả công một đồng nào.

Cái này nghe có giống bạn không? Bạn đang sống, hay chỉ đơn giản đang kiếm sống? Bạn tiêu quá nhiều thời gian vào công việc, vậy tại sao lại lãng phí nó để làm những thứ bạn không thích? Cuộc sống quá ngắn ngủi để lãng phí. Bạn nợ bản thân để tạo nên một sự thay đổi to lớn cho điều tốt đẹp hơn, và tất cả những gì bạn phải làm là hãy online và bắt đầu sử dụng những công cụ đang chờ sẵn bạn.

ĐIỀU BẠN CẦN PHẢI BIẾT

Trong cuốn sách này, tôi sẽ giải thích từng bước một cách thức sử dụng tất cả các công cụ truyền thông mạng xã hội để đạt được thành công có thể làm rung chuyển thế giới với những chủ đề không nhắc đến, những sản phẩm bạn muốn đặt vào tay tất cả mọi người – và không chỉ xây dựng cho mình một công việc kinh doanh, bạn còn xây dựng thương hiệu cá nhân uy tín, đem lại tiền bạc cho bạn và quan trọng hơn, đem đến cho bạn tất cả niềm hạnh phúc mà bạn có thể mong muốn. Những ai đã sống với đam mê nhưng vẫn khát khao thúc đẩy việc kinh doanh của mình tiến xa hơn nữa sẽ tìm thấy vài ý kiến tươi mới để đạt được điều đó, cũng như bất kỳ ai muốn xây dựng một thương hiệu mạnh cho một sản phẩm hay dịch vụ đã tồn tại sẵn cũng sẽ tìm thấy điều hay trong cuốn sách này.

Đam mê là tất cả

Chúng ta sẽ đề cập đến các chủ đề sau:

- Làm thế nào để truyền tải hết đam mê của bạn vào trang nhật ký online (blog) được theo dõi bởi hàng nghìn người có hứng thú với thương hiệu cá nhân của bạn.
- Thế nào là sự bon chen thực sự.
- Làm thế nào thu hút được sự chú ý của các nhà quảng cáo cứ suốt ngày làm phiền bạn, để lấy được một phần trong tỉ đô lợi nhuận quảng cáo của họ.
- Tại sao việc xây dựng một thương hiệu cá nhân thông qua truyền thông mạng xã hội lại có tính quyết định đối với sự tồn tại và tiến bộ nghề nghiệp của bạn, dù lĩnh vực bạn làm là gì chẳng nữa.
- Tại sao bạn nên lập kế hoạch phát triển sự nghiệp xoay quanh thương hiệu cá nhân của bạn và rời bỏ nghề nghiệp hiện tại cho dù thậm chí bạn đang có một công việc ưng ý đi chẳng nữa.
- Truyền thông mạng xã hội cung cấp cho bạn những dữ liệu cần thiết để tìm ra xu hướng xã hội và cơ hội tài chính tiếp theo như thế nào.
- Tại sao các nhà truyền thông xã hội khôn khéo lại là khách mời trong những bữa tiệc hoành

Đam mê là tất cả

trắng và làm thế nào bạn có thể trở thành một trong số đó.

- Làm sao để kiếm tiền từ những cuộc nói chuyện giao dịch trực tuyến.
- Chiến lược marketing hiệu quả nhất.
- Nơi nào để “câu” những nguồn lợi nhuận khác nhau.
- Các công ty nên sử dụng truyền thông mạng xã hội thế nào để định hình câu chuyện của họ và củng cố thương hiệu công ty.
- Làm thế nào tạo dựng được di sản, thứ quan trọng hơn trăm lần tiền bạc và là nền tảng để xây dựng một thương hiệu và công việc kinh doanh thành công bền vững.

Truyền thông mạng xã hội đem đến cho các doanh nhân và doanh nghiệp cơ hội chưa từng thấy để hiểu rõ và truyền tải thông điệp tới khách hàng. Những ai có thể nuôi dưỡng niềm đam mê, tin vào khả năng tiếp cận đáng kinh ngạc và sức mạnh của những công cụ truyền thông mạng xã hội sẽ sẵn sàng gạt hái được thành công ở mức chưa từng thấy.

CUỘC CHƠI ĐÃ THAY ĐỔI

Ai cũng biết Internet đại diện cho một trong những sự chuyển giao văn hóa lớn nhất kể từ thời báo in, nhưng tôi nghĩ chúng ta quá chậm trong việc nhận ra rằng nó đại diện cho sự chuyển biến lớn lao nhất trong lịch sử kinh doanh từ trước đến nay. Nó đã phát triển từ một nơi tập trung của những tên nghiện máy tính thành ngôi nhà thứ hai cho đa số người Mỹ, những người vẫn dành hàng tiếng đồng hồ mua sắm trực tuyến và ngày càng nhiều người trong số họ chuyển cuộc sống xã hội của mình lên mạng nhờ có các trang mạng xã hội như Facebook, Youtube, Flickr, Tumblr, và Twitter. Sẽ hoàn toàn hợp lý nếu đây là nơi các con mắt tinh tường hướng tới, nơi việc kinh doanh sẽ phải được triển khai. Đồng tiền luôn theo sát con người – nơi nào có một khách hàng thì các nhà quảng cáo đều háo hức theo đuổi. Họ từng chi tiền vào các phương tiện truyền thông truyền thống – đài, truyền hình, báo chí. Những phương tiện truyền thông đó đang mất dần lãnh địa của mình, nhường chỗ cho thế giới trực tuyến đang từng ngày từng giờ phát triển. Nhiều công ty chưa bổ sung mô hình kinh doanh tốt hơn, hiệu quả hơn vào chiến lược kinh doanh của họ. Họ sẽ lụi tàn. Nếu các công ty chỉ sử dụng phương tiện truyền thông truyền thống còn trụ lại được mà không thay đổi cho phù hợp với đối thủ cạnh tranh mới, ba mươi năm sau, con cháu chúng ta sẽ được chiêm ngưỡng họ trong các viện bảo tàng

cùng với sự tò mò mà chúng dành cho xương khủng long và hóa thạch.

Tôi đang sắp sửa phát ngôn những câu nghe có vẻ to tát, mạnh bạo trong cuốn sách này, nhưng để tôi trấn an bạn rằng không phải tôi cố gắng trở thành một tên bông đùa thích gây sốc. Tôi sẽ không bao giờ phát ngôn điều gì nếu như tôi chưa nghĩ kỹ về nó.

Các nhà quảng cáo và các công ty cần tiêu tiền để sống, vậy tại sao họ lại không đầu tư vào bạn? Bằng việc xây dựng một thương hiệu cá nhân sử dụng mạng lưới truyền thông xã hội, bạn đang thực sự giúp đỡ họ. Vì chi phí bỏ ra để sử dụng những trang này vào việc phát triển kinh doanh chỉ là chút ít thời gian và công sức, những công cụ này mở rộng cửa chào đón bất kỳ ai có đủ dũng khí bước vào cuộc chơi. Và người đó là bạn, đúng không?

KHÔNG BÀO CHỮA

Nhưng, Gary này, một vài người có thể sẽ nói, niềm đam mê của tôi không phải thứ gì đó hay ho và thích hợp cho bán lẻ như rượu. Tôi rất thích cuốn sách *Thế giới của nghệ thuật chiến tranh* (World of Warcraft). Tôi

say mê múa bụng. Tôi thường xuyên làm vợ tôi giận vì tôi thích nhất là trốn dưới tầng hầm với bạn bè chơi bài. Tôi muốn xây dựng một công việc kinh doanh, nhưng lại không thể kiếm được tiền từ đó. Hơn nữa, tôi còn tiền thuê nhà, tiền trả góp, cha mẹ già và con nhỏ, các khoản nợ nần từ thời sinh viên và phí chi trả cho ô tô.

Tốt thôi, Perez Hilton, Ze Frank, Veronica Belmort, Heather Cocks và Jessica Morgan (gofugyourself.typepad.com) cũng đã từng như vậy. Họ đã hoàn toàn thành công và bạn cũng có thể như vậy. Hãy bắt tay vào thực hiện ngay bây giờ.

Nhưng, ai đó có thể hỏi, Gary này, anh có theo dõi tin tức những năm vừa qua không? Nền kinh tế rơi vào khủng hoảng, nhiều người mất việc làm, người tiêu dùng không còn tiêu pha như trước, và các nhà quảng cáo càng thận trọng hơn nữa. Vì thế, tôi đọc cuốn sách này để tìm kiếm khi nào nên bắt đầu một sự nghiệp kinh doanh.

Không có thời điểm tôi để bắt đầu một sự nghiệp kinh doanh trừ phi bạn đang bắt đầu một sự nghiệp kinh doanh tâm thường. Tôi nghĩ suy thoái kinh tế là một cơ hội lớn cho tất cả mọi người để tập trung quyết tâm và bắt đầu thành công. Người có thể chiếm ưu thế trong những giai đoạn khó khăn là người có thể chiếm lĩnh thời đại. Quả thật, chúng ta đã thấy nhiều người phải

đóng cửa hàng trong những năm qua, nhưng nếu họ đưa ra một *sản phẩm hoặc dịch vụ thích hợp và khác biệt*, có khả năng lớn trong việc đáp ứng nhu cầu khách hàng, họ sẽ không phải đóng cửa.

Có thể bạn đang thất nghiệp và bạn nghĩ mình sẽ bắt chước vài ý tưởng trong cuốn sách này sau khi bạn đã gửi đơn xin việc và gọi vài cuộc điện thoại (loại đơn xin việc truyền thống sắp sửa lỗi thời, nhưng tôi sẽ nói về vấn đề này sau). Tuy nhiên, hãy nói cho tôi biết: Mỗi sáng bạn có nhảy căng lên háo hức đi làm công việc mà bạn vừa mất? Nếu không, tại sao bạn lại tìm kiếm một công việc giống hệt? Bạn đang có một cơ hội khó tin. Hãy sử dụng tất cả thời gian rỗi bạn có để đầu tư cho bản thân hoặc đi theo một con đường hoàn toàn khác với con đường bạn từng đi, có thể là con đường mà thứ duy nhất ở phía cuối không phải là một chiếc đồng hồ được chạm khắc dòng chữ: “Cảm ơn vì sự cống hiến của bạn” và một bữa ăn tối chia tay thịnh soạn để tiễn bạn về nghỉ hưu. Bạn có thể làm tốt hơn thế nếu như bạn sẵn sàng sống và thổi bùng đam mê của mình. Hãy làm điều đó, và bạn sẽ không còn phân biệt giữa cuộc sống công việc và cuộc sống riêng tư của bạn nữa. Bạn chỉ đang sống, và yêu thích công việc của mình.

Với những ai vẫn đang đi làm, kể cả đang có một công việc ưng ý, cuốn sách này cũng dành cho bạn. Hãy chú ý những lời nói của tôi, nếu bạn muốn sống

có ích và có thể cạnh tranh trong những năm sau – tôi không quan tâm dù bạn ở lĩnh vực nào: bán hàng, công nghệ, tài chính, xuất bản, báo chí, tổ chức sự kiện, phát triển thị trường, bán lẻ, dịch vụ, v.v, bạn vẫn sẽ cần phát triển và xây dựng thương hiệu cá nhân. Tất cả mọi người – TẤT CẢ – cần bắt đầu suy nghĩ về bản thân như một thương hiệu. Nó không còn là sự lựa chọn; nó là sự cần thiết.

DNA¹ của tôi khiến tôi muốn kinh doanh, muốn chinh phục thế giới, chiến thắng trong các cuộc cạnh tranh và mua được New York Jets². Nhiều người trong số các bạn đã nhìn thấy những gì tôi làm và nghĩ rằng: “Ồ, thật tuyệt vời!”. Tôi có nhiều thứ muốn chia sẻ với các bạn. Nhưng nếu điều đó không hợp với bạn, tôi nghĩ tôi vẫn có thể giúp đỡ các bạn. Có thể DNA của bạn khác hoàn toàn với của tôi. Bạn chỉ muốn sống một cách thoải mái, chu cấp cho những người thân yêu, chuẩn bị cho tương lai mà không phải lo lắng quá nhiều. Bạn không muốn phải thay đổi công việc của mình. Bạn có thể kiếm được một mức lương trung bình của xã hội bằng cách làm công việc bạn yêu thích

¹ DNA hay ADN: chữ viết tắt của Acid Deoxyribonucleic là một phân tử acid nucleic mang thông tin di truyền mã hóa cho hoạt động sinh trưởng và phát triển của các dạng sống bao gồm cả một số virus.

² New York Jets, còn gọi là Gang Green, là đội bóng bầu dục chuyên nghiệp của Mỹ.

hoặc công việc bạn căm ghét. Nhưng làm ơn hãy chọn công việc bạn yêu thích!

Tất nhiên tiền bạc và sự an toàn là quan trọng, và tôi ý thức rất rõ nhiều người sống bằng tiền lương. Nhưng tôi muốn nhắc lại rằng quá trình mà tôi đang sắp sửa nói ở đây tốn nhiều thời gian, công sức, và sự tập trung, nhưng không tốn nhiều tiền, thậm chí không cần dùng đến tiền. Mọi thứ đã thay đổi, bất kỳ ai cũng đều có cơ hội, chứ không chỉ những người có nhiều tiền.

Học cách sống theo niềm đam mê của mình, bạn sẽ có tất cả số tiền bạn cần và bạn sẽ có quyền kiểm soát hoàn toàn số phận của mình. Đó là một điều thật tuyệt vời, bạn sẽ nói thế đúng không?

ĐIỀU ĐÓ ẮM CHỈ BẠN

Chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn không có năng khiếu và kỹ năng kinh doanh? Đừng lo, kỹ năng là thứ rẻ tiền, đam mê mới là vô giá. Nếu bạn tin tưởng vào bản thân, có niềm đam mê, bạn biết điều đó và làm tốt hơn bất kỳ ai, thậm chí chỉ với một vài kỹ năng kinh doanh thiết yếu, bạn có tiềm năng tạo dựng một sự nghiệp kinh doanh hàng triệu đô-la.

Giả sử bạn thích câu cá và bạn tình cờ biết rất nhiều về sâu. Thực tế, bạn cảm thấy xấu hổ về việc bạn thích

sâu đến mức nào và việc bạn thích nói về sâu ra sao. Nhưng không có cách nào bạn có thể kiếm tiền nhờ sâu, đúng không? Sai. Bạn có thể sử dụng Internet để xây dựng một nơi chia sẻ những gì bạn muốn nói về sâu xuất phát từ chính trái tim bạn. Đam mê rất dễ lan tỏa. Nếu bạn chuyển tải đam mê đó với nội dung hấp dẫn và truyền bá nó thông qua các công cụ truyền thông mạng xã hội tôi giới thiệu trong cuốn sách này, một ai đó như tôi chẳng hạn, một người giỏi phát triển thị trường sẽ có lúc tìm thấy trang của bạn và trở thành người hâm mộ³. Một ngày nào đó, khi tôi nghe nói bạn có thể sử dụng một loài sâu đặc biệt để bắt được nhiều hơn 80% số cá, tôi sẽ xem xét cơ hội kinh doanh và liên lạc với bạn. Chúng ta có thể cùng nhau tạo nên một chương trình trực tuyến, viết blog hoặc một chương trình phát thanh trên mạng nói về đam mê của bạn để tiếp cận thị trường câu cá, ngành công nghiệp hàng tỷ đô. Chúng ta truyền tải nội dung và mọi người lập tức sẽ bị thu hút, chúng ta xây dựng một cộng đồng bằng việc tận dụng tất cả các công cụ truyền thông mạng xã hội và công nghệ có sẵn, chúng ta làm việc cật lực hết sức và chẳng mấy chốc công ty mỗi cá lớn nhất nước sẽ hỏi xin quảng cáo trên trang mạng của chúng ta. Từ đó, chúng ta bắt đầu xây dựng chiến lược quảng bá truyền miệng và mở thêm nhiều

³ Chúc năng Become a fan – Trở thành người hâm mộ/ Thích giống như trên Facebook.

nguồn lợi nhuận, rồi chiếc máy đếm tiền tự động sẽ liên tục kêu “ka-ching!”

Niềm đam mê của bạn đối với loài sâu cùng niềm đam mê phát triển thị trường của tôi tất yếu sẽ dẫn đến một sự nghiệp kinh doanh thành công. Nhờ tính dễ truy cập và dễ tiếp cận của truyền thông mạng xã hội và không mất chi phí, bất kỳ ai cũng có thể làm được điều này. Nhân viên bán hàng Steve – người đã làm tăng doanh số bán hàng cho Blockbuster cần tìm kiếm một người như Stan để thiết lập trang người hâm mộ Fellini và xây dựng sự nghiệp kinh doanh phê bình phim hàng triệu đô-la. Joanne Jogger chuyên ghi chép các buổi huấn luyện marathon cần đến nhà marketing Marvin và tạo một trang blog về chạy marathon thành công, thu hút Nike làm nhà tài trợ nhờ trang blog này. Có đủ chỗ cho tất cả mọi người trong thế giới của truyền thông mạng xã hội, cũng như có đủ chỗ cho mọi người trong thế giới kinh doanh ngày nay.

Truyền thông mạng xã hội

=

Kinh doanh x Thời đại⁴.

⁴ Nếu bạn muốn được giải thích kỹ càng hơn về toàn bộ điều này, hãy gửi thư đến cho tác giả theo địa chỉ gary@vaynermedia.com

Tất cả mọi người đều chiến thắng trong giả thuyết này. Stan và Joanne có vẻ là những người thắng cuộc lớn bởi vì họ đang tận hưởng chút ít sự nổi tiếng, tuy nhiên họ vẫn chỉ ở phía sau. Khi Steve và Marvin sống với đam mê của họ, tin tôi đi, họ đang tận hưởng thành công lớn hơn nhiều. Thực tế, với tất cả sự nổi tiếng trên Internet, xuất hiện trên kênh truyền hình quốc gia và trên các ấn phẩm báo chí, chính việc xây dựng thương hiệu mới đem đến cho tôi niềm hạnh phúc hơn bất kỳ thứ gì.

Có thể bạn đang đọc cuốn sách này và nghĩ: *“Tuyệt, tôi là một nhà kinh doanh, tôi không phải nghĩ về niềm đam mê của mình, tôi chỉ phải tìm ai đó có lòng đam mê và sử dụng đam mê của họ để tạo ra một công việc kinh doanh.”* Có thể thế. Nếu niềm đam mê của bạn, niềm đam mê thực sự của bạn, không phải là phát triển thị trường, marketing hay bán hàng, bạn cần tìm ra nó là gì và hãy làm điều đó, nếu không bạn sẽ thất bại. Tuy nhiên, nếu bạn dành niềm đam mê đó cho phát triển thị trường, bạn có thể không cần một người cộng sự nào cả. Tôi cũng vậy.

ĐIỀU ĐÓ TÙY THUỘC VÀO BẠN

Những thông điệp trong cuốn sách này là mãi mãi: **Hãy làm những gì khiến bạn hạnh phúc. Biến nó thành điều đơn giản. Nghiên cứu. Làm việc chăm**

chỉ. Nhìn thẳng về phía trước. Còn nhớ khi tôi mở Wine Library TV vào năm 2006, Facebook vẫn chỉ là một trò chơi của sinh viên; tôi không muốn trở thành một gã đáng sợ cứ cố rao bán rượu cho trẻ vị thành niên; nên tôi không thể sử dụng Facebook để mang khách hàng đến với chương trình trực tuyến của mình. Twitter vừa mới ra đời và không ai biết nó là gì. Tuy vậy, khi những phương tiện truyền thông xã hội này bắt kịp với đại đa số, tôi đã sử dụng tất cả và biết cách bắt chúng làm việc cho mình; nhưng chúng chỉ thúc đẩy thành công – chứ không tạo ra thành công của tôi. Hãy nhớ điều đó khi bạn bắt đầu biến những giấc mơ và kế hoạch của bạn thành hành động. Các công cụ chúng ta chuẩn bị thảo luận trong cuốn sách này sẽ giúp bạn lan truyền ý tưởng của mình và đem đến nhiều sức hút hơn cho thương hiệu cá nhân của bạn với ít thời gian và tiền bạc hơn nhiều, *nhưng chỉ người sử dụng mới tạo được cho chúng quyền lực.*

Sức mạnh của chúng cũng chỉ như người thể hiện chúng mà thôi. Công nghệ, sự tân tiến và nhu cầu người tiêu dùng đang cùng thay đổi ở một tốc độ nhanh đến nỗi trước khi bạn đọc xong cuốn sách này, một vài khả năng và tầm với của những phương tiện này có thể đã thay đổi. Bất chấp những thay đổi nhỏ chúng ta nhìn thấy ở người tiêu dùng hoặc những nét đặc trưng riêng của các công cụ này, chúng sẽ không ảnh hưởng đến bức tranh toàn cảnh – bạn có thể thay

đổi tay lái, nhưng điều đó không khiến cho tầm quan trọng của việc bạn đi xe thay đổi theo. Những công cụ này sẽ đưa bạn đến với khán giả, nơi bạn có thể đi theo họ, tiếp cận và khiến họ lắng nghe.

Tôi có thể chỉ cho bạn cách sử dụng truyền thông mạng xã hội để trồng một khu vườn hay xây cả một ngôi nhà hoàn toàn mới. Vài người trong số bạn muốn trở thành thị trường của một thành phố rất bình thường, tôi có thể giúp bạn đạt được điều đó. Nhưng cho dù bạn đặt mục tiêu cao xa hay khiêm tốn như thế nào, bạn phải tiếp tục định hướng, điều chỉnh và tạo ra sự cải thiện một khi tôi không còn tư vấn nữa. Dù bạn có thành công như thế nào, bạn cũng không thể ngơi nghỉ, nếu không cỏ sẽ mọc, sơn sẽ phai, và con đường sẽ bắt đầu nứt nẻ. Ngừng ép buộc bản thân cố gắng, mọi thứ bạn học được ở đây sẽ trở nên vô nghĩa. Thành công của bạn hoàn toàn phụ thuộc vào bạn.

BIẾN NƯỚC THÀNH RƯỢU

Đây là thỏa thuận: Nếu bạn thực sự muốn thì tiền ở đây, thành công ở đây, và sự hoàn thiện cũng ở đây. Tất cả những gì bạn phải làm là nắm bắt nó. Bởi thế hãy ngừng than khóc, ngừng những lý do bao biện. Nếu bạn đã có một công việc giờ hành chính, bạn có thể làm được rất nhiều vào giữa 7 giờ tối và 2 giờ sáng

(9 giờ tối đến 3 giờ sáng nếu bạn có con nhỏ), nên hãy học cách yêu thích công việc trong những giờ trước bình minh này. Tôi hứa sẽ không khó khăn gì nếu bạn làm công việc bạn yêu thích chứ không phải bất kỳ điều gì khác. Tôi không quan tâm nếu bạn vẫn đang lục lọi tìm kiếm niềm đam mê của mình, một khi bạn học cách đặt mọi thứ vào trong thế giới công nghệ đang mời gọi, bạn có thể biến nước lã thành rượu – bạn có thể biến niềm yêu thích của mình thành một sự nghiệp kinh doanh huyền thoại đem lại cho bạn một đồng tiền, và bạn vẫn là chính mình.

Điều cuối cùng, cuốn sách này không nói về cách tạo ra hàng triệu đô-la, mặc dù nó có thể giúp bạn làm điều đó. Cuốn sách đề cập đến việc đảm bảo hạnh phúc của bạn bằng việc cho phép bạn sống mỗi ngày một cách đam mê và hiệu quả. Kinh doanh không chỉ là tạo ra đồng tiền, và nếu bạn nghĩ như thế, bạn sẽ cháy túi. Nếu bạn đã quen thuộc với các công cụ tiếp thị xã hội mà chúng tôi đề cập trong cuốn sách này, tôi hy vọng bạn sẽ chú ý đến bức tranh toàn cảnh. Quá dễ dàng để quên đi điều gì thực sự quan trọng một khi bạn đào sâu vào những nhánh này.

Hãy học cách định hướng dòng nước kĩ thuật số của tiếp thị xã hội để xây dựng một sự nghiệp kinh doanh và quảng bá thương hiệu cá nhân dựa trên điều bạn yêu thích nhất, và bạn sẽ chỉ bị giới hạn bởi độ xa bạn muốn chèo thuyền tới mức nào. Các công cụ

Đam mê là tất cả

truyền thông mạng xã hội – Facebook, Twitter, Flickr và tất cả những cái còn lại – là những con tàu hiện đại sẽ đưa bạn đến thế giới mới, cho phép bạn chia sẻ đam mê của mình, phân biệt bạn với các đối thủ cạnh tranh và truyền bá thương hiệu của bạn đến với vô số khách hàng.

Bí quyết thành công của tôi chỉ là cách một gã đàn ông làm việc, tất nhiên là thế, nhưng làm theo cách của mình – thích ứng với những gì phù hợp với DNA của bạn, và tất nhiên – hạnh phúc trọn vẹn là của bạn.

2

THÀNH CÔNG NẪM Ở DNA CỦA BẠN

Tôi là một thực thể mâu thuẫn. Không ai tin tưởng vào bản thân mình nhiều hơn tôi, nhưng tôi lại ý thức rõ tầm thiếu quan trọng của mình. Tôi ít quan tâm xem người khác nghĩ gì về mình, nhưng tôi thực sự tôn trọng và chú ý đến những gì họ nói. Khi người xem đăng bình luận trong một bài gần đây trên DiggNation (một trong những trang video blog lớn nhất trên Internet) nói rằng tôi xúc phạm diễn đàn của chương trình, tôi đã thức đến 4 giờ sáng xin lỗi từng người một. Tôi thích khởi nghiệp và xây dựng sự

ngiệp kinh doanh, nhưng lý do duy nhất tôi quý trọng đồng tiền là tôi sẽ cần rất nhiều tiền khi mua New York Jets (tôi không đùa tí nào đâu, tôi thực sự muốn sở hữu Jets! Nó đã ám ảnh tôi kể từ khi tôi học lớp ba). Và mặc dù câu chuyện làm thế nào tôi trở thành người mà *ABC News* gọi là “người bán rượu của truyền thông mạng xã hội”, được *Slate* nhắc đến như là “bậc thầy về rượu trong thời đại YouTube” và *Nightline* đặt tên “kẻ cuồng rượu bậc nhất thế giới của Wayne” theo một cách nào đó là câu chuyện về dân nhập cư tạo dựng thành công phổ biến nhất từng được kể, thì nó cũng là một điều kỳ lạ, không chỉ bởi kỹ thuật biến nó thành hiện thực mới chỉ xuất hiện một vài năm trước mà còn vì không một ai khác có DNA của tôi.

Đối với một doanh nhân, tôi nói khá nhiều về DNA, và cuốn sách này sẽ không là ngoại lệ. Đó là vì tôi tin tưởng chắc chắn rằng con đường dẫn đến sự nghiệp thành công của bạn nằm ở những vòng xoáy và vòng quay ở hai vành tai của bạn. Thực tế, tôi có thể chỉ nên ghi nhận sự thành công của Wine Library TV, một video blog nếm thử rượu trực tuyến đã đưa tôi lên bản đồ của marketing mạng xã hội nhờ vào cha mẹ tôi, người đã cho tôi DNA giúp tôi đưa sự nghiệp của mình lên tầm cao. Hơn nữa, nhiều người tham vọng được sinh ra với DNA xuất chúng, tuy nhiên cuối cùng lại thấy họ dậm chân tại chỗ ở nghề nghiệp

của mình, nhăn nhó, khổ sở, bế tắc. Tại sao? Bởi vì họ không làm điều họ say mê hơn bất kỳ thứ gì khác trên đời; họ không làm những gì họ được sinh ra để làm.

BẠN PHẢI LÀ CHÍNH MÌNH

Tôi là một người may mắn. Từ khi còn rất nhỏ, tôi đã biết và chấp nhận mệnh lệnh DNA của mình, rằng tôi được sinh ra để trở thành người của công chúng và để xây dựng sự nghiệp kinh doanh. Đó đã và luôn là đam mê của tôi. Tôi biết tôi được sinh ra để trở thành một doanh nhân và chưa lần nào tôi thử làm thứ gì khác, như đã được chứng minh bởi những bảng điểm toàn D và F mà tôi mang về nhà khiến mẹ tôi phát điên. Mặc dù tôi ghét phải làm cho mẹ khóc, tôi cũng biết tôi phải là chính mình, và nếu điều đó có nghĩa là tôi phải giấu đi bản *Hướng dẫn chơi bóng chày Beckett* (Beckett Baseball Guide) trong quyển sách Toán khi ngồi trong lớp để có thể chuẩn bị kỹ cho buổi trao đổi thẻ bóng chày tiếp theo, đó là điều bắt buộc phải xảy ra. Tuy nhiên quá nhiều người làm ngơ DNA của họ để tuân thủ theo những gì gia đình hoặc xã hội trông đợi. Nhiều người cũng quyết định rằng thành công sự nghiệp phải nhìn theo một hướng chắc chắn. Đó là lý do tại sao người được sinh ra để thiết kế xe đạp cuối cùng lại trở thành một luật sư, hoặc ai đó yêu thích thử nghiệm với công việc trang điểm mỗi ngày lại

quần quanh trong các khu mua sắm ở thị trấn, hoặc ai đó không thể đi đâu một ngày mà không đặt bút viết những dòng suy nghĩ cho bài thơ mới của họ lại sử dụng hầu hết thời gian ở quanh bánh lái của một khu IT khẩn cấp. Đối với tôi điều đó thật điên rồ.

Tôi cố gắng hết mình cho cuốn sách này, không phải vì tôi nghĩ tôi có thể giúp tất cả những ai muốn trở thành triệu phú – mặc dù tôi khá chắc chắn là tôi có thể – mà bởi vì nó đã khiến tôi phát điên khi biết rằng vẫn có những người ngoài kia chưa nhận ra rằng họ không cần phải ổn định. Không có sự bào chữa cho bất kỳ ai sống hết cuộc đời mà chỉ làm những công việc họ không yêu thích, thậm chí là căm ghét, dưới cái có tiền lương hay cảm giác trách nhiệm. Internet đã biến mọi thứ trở nên có thể cho bất kỳ ai muốn sống đúng hoàn toàn với bản thân và kiếm tiền mặt thực sự bằng cách biến những gì họ yêu thích nhất thành thương hiệu cá nhân của họ. Không còn sự khác biệt giữa bạn là ai và bạn làm nghề gì.

Ngay bây giờ, dù thông điệp đi theo tiếng gọi hạnh phúc của bạn nghe có vẻ dễ chịu và ấm cúng thế nào, đừng hiểu lầm – nếu bạn làm mọi thứ theo cách tôi bảo, bạn sẽ làm việc vất vả hơn bạn đã từng làm việc trong cuộc sống. Nhưng tôi tán thành với quan điểm rằng gian khổ rèn giũa chúng ta. Đi lên từ bàn tay trắng thật có ích đối với gia đình tôi. Nó cũng đem đến cho tôi niềm khao khát có được tất cả và sự thông

thái để biết rằng không có chuyện gì đáng để bận tâm. Thực tế là tôi tin rằng nếu mọi thứ dễ dàng hơn với gia đình tôi trong những ngày đầu, tôi sẽ không bao giờ đạt được đến vị trí hiện tại. Để kể câu chuyện đó, chúng ta phải quay lại thời quá khứ.

ĐẶT CHÂN LÊN NƯỚC MỸ

Gia đình tôi chuyển đến đây từ Belarus thuộc Xô Viết cũ, vào năm 1978. Bố tôi, Sasha, được truyền cảm hứng đi đến Mỹ bởi một ông bác đã nhập cư nhiều năm trước. Ông quay trở lại Belarus để thăm em gái mình và vì thế bố tôi biết được rằng nước Mỹ là nơi mà bạn có thể xây dựng một cuộc sống của riêng mình theo những quy tắc của bạn, và bạn cũng không phải chờ sáu tiếng xếp hàng chỉ để mua một ổ bánh mì. Là một thương gia bẩm sinh, bố tôi biết nước Mỹ là nơi mà tương lai của cả gia đình đặt ở đó. Là những người Do Thái, chúng tôi được phép xin tị nạn chính trị ở nước ngoài, và sau hàng tháng trời trải qua thói quan liêu và chờ đợi mỏi mòn ở Áo và Ý, cuối cùng chúng tôi cũng đặt được chân đến Queens, New York. Thật không may, bác tôi đã qua đời đột ngột ngay trước khi chuyển khởi hành của chúng tôi bắt đầu, nhưng con của bác ấy đã rất tốt với chúng tôi – mẹ tôi, cha tôi, một cậu nhóc ba tuổi là tôi (lúc đấy được gọi là Gennady), bà tôi và các cụ của tôi – cho đến khi chúng

tôi có thể chuyển đến một căn hộ nhỏ được thu xếp bởi một tổ chức người Do Thái. Lúc bấy giờ, chúng tôi tin chắc rằng phố xá đều được lát vàng danh tiếng.

Bà ngoại tôi bị sát hại khoảng sáu tuần sau đó. Nền kinh tế đang suy thoái, và công việc xây dựng mà bố tôi đã sắp đặt trước khi đặt chân đến đất nước này bốc hơi chỉ trong một vài tháng. Một lần nữa gia đình của bác tôi đã giúp đỡ bằng cách đề nghị bố tôi làm công việc đưa hàng cho các cửa hàng rượu ở Clark, New Jersey.

Thời gian đó quả là khó khăn. Tôi vẫn còn xúc động khi nhớ lại lúc cha mẹ tôi đi bộ vài dặm đến và ra khỏi Kmart để mua cho tôi không chỉ một, mà hai nhân vật trong phim hành động *Chiến tranh giữa các vì sao* cho sinh nhật sáu tuổi của tôi. Đối với những gia đình sống với khoản thu nhập eo hẹp như chúng tôi – em gái tôi, Elizabeth ra đời vào thời gian đó – thì đó là một khoản lớn. Mặc dù vậy, tôi không thấy thành viên nào trong gia đình kêu ca nhiều về tiền nong, hay bất kỳ điều gì khác liên quan. Chúng tôi có sức khỏe và sống nương tựa vào nhau, chúng tôi còn cần gì hơn thế nữa?

Chúng tôi hòa nhập nhanh chóng – cha mẹ tôi đổi tên tôi thành Gary khi chúng tôi đến Mỹ – nhưng ở nhà, tôi vẫn được gọi là Gennady. Không đời nào mẹ tôi làm rơi lát thịt cho bữa tối như những bà mẹ người

Mỹ. Ở nhà, chúng tôi ăn bắp cải nhồi và cá trích đóng hộp. Chúng tôi chưa từng phải dùng đến thuốc men, chỉ có trà; và nếu ai đó ốm, chúng tôi sẽ xoa vodka lên ngực. Tôi không bao giờ muốn kể cho bất kỳ ai việc tôi bị đứt tay hoặc bong tay bởi vì họ sẽ ngay lập tức gợi ý rằng tôi nên tè vào đấy.

Bố tôi rất thông minh và khéo xoay xở, nên không mất nhiều thời gian để ông làm việc theo cách của mình và trở thành quản lý, sau đó là chủ một cửa hàng rượu nhỏ ở Clark. Trước năm 1993, ông cùng người bạn mua một cửa hàng nhỏ, và sau này ông đã có cửa hàng rộng tới hơn 12.000m². Nhiều năm sau, sau khi tôi tham gia công việc kinh doanh, chúng tôi đã xây dựng Wine Library bây giờ ở cùng địa điểm. Nó rộng tới hơn 120.000 m², khác xa so với cửa hàng ban đầu, được gọi là Shopper's Discount Liquors và trông giống hệt hình dung của bạn về một cửa hàng rượu giảm giá.

Bố mẹ tôi khát khao – khát khao nuôi nấng gia đình, và khát khao chiến thắng. Bố tôi làm việc cật lực, đến nỗi tôi không biết gì nhiều về ông đến tận khi tôi 14 tuổi. Tuy nhiên tôi dành niềm kính trọng lớn lao đối với những gì ông đã làm cho chúng tôi. Nhờ sự làm việc chăm chỉ và liều lĩnh của ông, chúng tôi đã trở thành ví dụ điển hình cho câu chuyện thành công của nước Mỹ. Vào năm 1978, chúng tôi trắng tay và không nói được tiếng Anh; đến năm 1985, tôi là đứa

trẻ đầu tiên ở khu nhà có máy chơi điện tử cầm tay Nintendo. Bạn có thể hiểu lý do tại sao bố tôi là người hùng trong lòng tôi. Sự biết ơn của tôi đối với những gì ông làm đã thúc đẩy tôi có tham vọng đưa sự nghiệp kinh doanh của mình đến những tầm cao mới.

SỰ LÊN NGÔI CỦA DOANH NHÂN

Nhìn bề ngoài bố tôi và tôi rất khác nhau, mặc dù tôi mang trong mình rất nhiều sự nhiệt huyết và tháo vát của ông. Tôi giống mẹ ở nhiều điểm, rất linh hoạt, là chính mình, cởi mở với mọi người và có nội tâm mạnh mẽ. Cha tôi là người khó kết thân. Không dễ gì để ông mở rộng cánh cửa tâm hồn mình, nhưng một khi ông làm điều đó, xem như bạn đã là người trong nhà. Tôi ngưỡng mộ ông vô cùng, nhưng tôi ước nhiều người có thể có cơ hội hiểu ông hơn. Sự khác biệt lớn giữa chúng tôi là bố tôi cho phép cảm xúc điều khiển các quyết định của mình. Tôi sống vì đam mê, nhưng để cho cảm xúc chi phối các quyết định kinh doanh sẽ là điều bất khả.

Mặc dù vậy, nếu quan sát tôi từ lúc bé, không ai có thể phủ nhận rằng DNA doanh nhân của cha tôi đã chảy mạnh mẽ trong cơ thể tôi. Thứ duy nhất tôi đam mê hơn cả kinh doanh và kiếm tiền là New York Jets. Khi tôi còn bé, người hàng xóm của tôi nói rằng mùa nào cũng có việc để làm. Vào mùa hè tôi sẽ lau xe cho

cô ấy, mùa thu tôi sẽ cào lá trong vườn và trong suốt mùa đông, tôi sẽ dọn sạch tuyết. Có một mùa xuân, tôi cắt hoa trong sân nhà cô ấy, sau đó tôi đã bấm chuông cửa và bán cho cô ấy một bó hoa. Tôi vẫn tự hào về bước đầu ấy, lợi nhuận bên lề thật đáng kinh ngạc.

Tôi thực sự học được bài học kinh doanh đầu tiên khi nghiên cứu môn bóng chày. Mẹ tôi đưa tôi đến một khu chợ trời, ở đó tôi đã mua một vài bộ thẻ bóng chày và quyển *Hướng dẫn giá cả chơi bóng chày Beckett* (Beckett Baseball Card Price Guide). Nó hé mở cho tôi thấy những tấm thẻ tôi đã mua thực sự có giá trị. Tôi vẫn còn nhớ cảm xúc khi nhận ra thế giới của mình đã thay đổi. Cảm xúc ấy vẫn vẹn nguyên khi sau này tôi nhận ra tiềm năng thị trường rượu, khi lần đầu tiên tôi tiếp cận Internet, và khi tôi xem video blog đầu tiên. Trò chơi kết thúc. Tạm biệt những quầy bán nước chanh di động, xin chào những thẻ bóng chày. Chúng tôi chuyển đến Hạt Hunterdon, New Jersey khi tôi học lớp tám. Những thẻ bóng chày giống như Donkey Kong⁵ ở ngôi trường mới của tôi, và chỉ trong vài tuần tôi đã kiếm được bộn tiền.

Một ngày nọ, nhân viên khu thương mại địa phương thông báo họ đang đăng cai một chương trình thẻ bóng chày, và không đời nào tôi bỏ lỡ dịp này. Tôi đã kiếm được hàng trăm đô-la nhờ bán thẻ cho các

⁵ Donkey Kong: Một chuỗi trò chơi video do Shigeru Miyamoto sáng tạo.

bạn học lớp tám,,nên tôi gom hết can đảm xin cha tôi con số lớn nhất tôi có thể nghĩ đến – 1000 đô-la. Không thể tin được (mặc dù sau này tôi nhận ra đơn giản đó chỉ là con người bố tôi), ông đã đưa số tiền đó cho tôi. Số tiền đang nóng bỏng trong túi quần tôi, nên tôi lập tức đi đến Costco và dùng số tiền đó mua nhiều hộp thẻ. Tôi biết đó không phải là một năm thuận lợi nhưng tôi đã thiếu kiên nhẫn (lần cuối cùng tôi như thế). Đúng như dự đoán, khi tôi mở chúng ra và tìm giá trị của chúng trong cuốn hướng dẫn giá cả, tôi phát hiện ra chúng chỉ đáng giá khoảng 200 đô-la. Ôi trời ơi, tôi đã thực sự gặp rắc rối!

Mẹ tôi chở hai người bạn của tôi, Jason Riker và John Churcak, và tôi đến khu thương mại để chúng tôi mua một cái bàn ở buổi trình diễn. Chúng tôi đã nhất trí trước là sẽ không mua bàn nếu nó tốn hơn 20 đô-la. Chúng tôi hỏi người tổ chức và người đàn ông Ý nặng hơn 180kg xuất hiện. “Chào ông”, tôi nói, “Bao nhiêu tiền cho buổi trình diễn thưa ông?” “150 đô-la”. 150 đô-la! Tôi đưa tiền, bắt tay ông ấy, và đi ra ngoài, bỏ mặc các bạn tôi đang há hốc mồm kinh ngạc. Lý trí mách bảo tôi đó là một ý tưởng tệ hại, nhưng sự liều lĩnh nói với tôi rằng: “Hãy chấp nhận nó”, và tôi luôn luôn lắng nghe sự liều lĩnh của mình.

Trước khi về nhà và kể cho bố mẹ tôi những gì tôi đã làm, tôi gần như sắp khóc, và đúng như tôi nghĩ, họ đã không bóp cổ tôi, mặc dù tôi chắc là họ đã muốn

làm như thế. Thay vì vậy, cha tôi nói ông ấy hy vọng việc mất số tiền đó đáng giá với một bài học kinh nghiệm. Cha tôi là một người thông thái. Tôi vào phòng của mình quyết tâm chứng tỏ cho ông thấy tôi tham gia điều này không chỉ để thu về một bài học. Ngọn lửa quyết tâm hùng hực cháy và không đời nào tôi chịu thua cuộc.

Ngày hôm sau chúng tôi dựng bàn và điều đầu tiên tôi làm là nghiên cứu thị trường – tôi đi bộ xung quanh buổi trình diễn thăm dò xem mọi người đang bán thứ gì. Sau đó tôi điều chỉnh, hạ giá tất cả số thẻ chúng tôi có và đảm bảo rằng nó thấp hơn bất kỳ ai đang bán thẻ như chúng tôi. Chúng tôi đã thành công và kiếm được tiền. Từ đó, tôi trình diễn tất cả những gì mình có thể. Mẹ tôi, người buôn thẻ và mẹ của Brandon Warneke, bạn thân nhất của tôi sẽ chở chúng tôi đi dù trời có tuyết hay mưa đến Bridgewater, Hillsborough, Edison, Raritan, bất cứ nơi nào có buổi biểu diễn, và lần nào tôi cũng chiến thắng. Tôi đã học được một trong những bài học kinh doanh đầu đời – sự khan hiếm tạo ra ham muốn. Chiến lược của tôi khá đơn giản, tôi mua những bộ thẻ không được nhắc đến trong cuốn sách của Beckett và quảng cáo chúng để tạo ra thị trường. Bạn đang nghĩ tôi là một tay buôn gian lận. Không hề. Tôi là một người lạc quan. Một người bi quan sẽ thấy những tấm thẻ không có trong cuốn sách là vô giá trị. Tôi, trái lại, nghĩ một

cách vô tư rằng nếu những tấm thẻ này không có trong sách hướng dẫn, chúng chắc hẳn phải có giá trị.

Tôi trả lại cho cha tôi một nghìn đô-la đã mượn trong khoảng ba hay bốn tháng, và sau đó tôi tiếp tục kiếm tiền. Rồi tôi bước sang tuổi 15 và bị kéo ra khỏi khu thương mại và bước vào cửa hàng rượu.

HỌC KINH DOANH

Từ một “ông vua” kinh doanh thẻ bóng chày tự làm của Hạt Hunterdon ngập trong tiền đến việc lau bầu với hai đô-la một giờ quả là một sự tuột dốc khó khăn. Phải đến lúc 16 tuổi, tôi mới được phép đứng trên sàn nhà và làm một người thu ngân. Không quá thú vị, nhưng còn hơn hàng tiếng dọn đá và lau kệ giá. Tôi không được uống bất cứ thứ gì chúng tôi bán (cha mẹ tôi rất nghiêm khắc), nhưng tôi rất giỏi ghi nhớ dữ liệu, nên khi việc buôn bán chậm lại, tôi lướt qua các tạp chí kinh doanh để giết thời gian và sau đó ứng dụng những gì tôi học được để giúp đỡ khách hàng. Một trong những cuốn tạp chí đó là *Wine Spectator*. Bởi thế, cửa hàng được đặt tên *Cửa hàng rượu giảm giá* là vì lý do đó. Công việc kinh doanh của chúng tôi chủ yếu là bán đồ uống “nặng”. Bia cũng là một thứ bán chạy – chiếm khoảng 33% lượng đồ uống cả cửa hàng. Nhưng tôi đã học được hai điều từ khoảng thời gian đứng sau bàn thu ngân. Đầu tiên, nhờ có *Wine*

Spectator, tôi học được rằng có cả một nền văn hóa uống rượu đặc sắc và người ta sưu tầm nó giống như cách tôi sưu tầm các thẻ bóng chày, những món đồ chơi *Star Wars* và truyện tranh. Điều đó thật thú vị với tôi. Tôi cũng bắt đầu để ý một quy luật: mọi người sẽ bước vào để mua Absolut hay Johnnie Walker và tôi biết rằng tôi hay bất kỳ nhân viên nào có nói rõ cả họ về những nhãn hiệu khác, họ vẫn bước ra với chai Absolut hay Johnnie Walker. Những nhãn hiệu đó đã quá vững chắc. Mặc dù vậy, người mua rượu thường bước vào với vẻ hơi lưỡng lự và dành mười phút nhìn một cách ngập ngừng vào các nhãn hiệu như thể hy vọng một chai rượu sẽ nhảy ra và giải thoát cho họ khỏi việc đưa ra sự lựa chọn. Tôi rút ra từ kinh nghiệm kinh doanh thẻ bóng chày rằng mọi người muốn được khuyên cái gì tốt và có giá trị, và rằng họ thích cảm giác lần đầu được trải nghiệm thứ gì đó mà không phải ai cũng có thể cảm nhận được.

Kể chuyện là kỹ năng bị coi nhẹ nhất từ trước đến nay trong kinh doanh.

Những người mua rượu, không như những khách hàng mua đồ uống có cồn mạnh, đón nhận những gợi ý tôi đưa ra, và tôi nhận ra họ tượng trưng cho cơ hội.

Tôi nhận ra xu hướng xã hội đủ để biến cái bắt đầu như một sở thích ngẫu nhiên đối với rượu trở thành nỗi ám ảnh. Tôi đã bắt đầu khởi nghiệp ở Shopper's Discount Liquors, ban đầu cảm ghét từng giây phút ở đó, nhưng bây giờ tôi đã quyết tâm biến nơi này trở thành cửa hàng rượu số một nước Mỹ.

BIẾN ĐỔI THẾ GIỚI RƯỢU

Không ai nuôi ảo tưởng rằng tôi sẽ trở thành một học giả danh tiếng khi tôi bắt đầu học lớp mười một ở trường trung học. Kế hoạch của tôi chỉ là cố gắng tốt nghiệp và dành toàn bộ thời gian làm việc ở cửa hàng rượu. Vào tháng 2, mẹ tôi hỏi tôi định vào trường đại học nào. Đại học ư? Thật may mắn, tôi nhận được lá thư từ trường Mount Ida ở Newton, Massachusetts vài ngày sau đó. Tôi điền thông tin vào, và đến mùa thu, Mount Ida đã trở thành ngôi nhà của tôi. Mặc dù vậy, trước đó, cuộc sống của tôi là cửa hàng, và tôi sẽ vẫn về nhà vào mỗi cuối tuần để làm việc ở cửa hàng.

Tháng 9 năm 1995, khi đang ngồi chơi trong phòng ký túc của một người bạn thì anh ấy bật máy tính lên và giới thiệu cho tôi thứ được gọi là Internet. Tôi để bạn bè lang thang khắp các phòng chat bắt chuyện với các cô gái, sau đó tôi đá họ ra và dùng hết thời gian

lần mò các diễn đàn trao đổi thẻ bóng chày và tính toán xem tôi sẽ sử dụng thứ này thế nào để phát triển cửa hàng. Tôi tin chắc hoàn toàn rằng đây sẽ là công việc kinh doanh trong tương lai của mình. Sẽ mất một năm nữa để tôi có can đảm đề cập với cha tôi về việc bán rượu qua mạng. Tôi có thể nói gì đây, cha tôi là một con người đáng sợ. Đầu tiên ông phản đối. Nhưng ông đặt niềm tin ở tôi, và ngay khi ông mỉm cười tôi đã bắt đầu bước vào cuộc đua.

Winelibrary.com ra đời vào tháng 6 năm 1997 (bản thân cửa hàng đã không lấy tên là Wine Library cho đến tận năm 1999). Cửa hàng bán được 2-3 triệu đô-la vào năm 1994. Tôi bắt đầu làm việc toàn thời gian sau khi tốt nghiệp vào năm 1998 và phát triển công việc kinh doanh từ 4 triệu lên 10 triệu đô-la trong khi số tiền thu được từ bán hàng trực tuyến là con số 0. Trước năm 2001, chúng tôi đã kiếm được 20 triệu đô-la. Không tồi. Không tồi chút nào. Cuộc sống tốt đẹp và công việc kinh doanh nở rộ. Hầu hết những gã đàn ông ở tuổi tôi sẽ nghĩ rằng họ đã thành công.

Sau đó, vào sinh nhật lần thứ 30 của tôi, ngày 14 tháng 11 năm 2005, lúc đang lái xe từ công ty về nhà, nghĩ về những tháng ngày đã qua, tôi nhận ra rằng dù cuộc sống có vẻ hoàn hảo như thế nào, tôi vẫn không hạnh phúc trọn vẹn. Tôi biết từ đáy sâu tâm hồn mình sẽ không bao giờ tôi mua được Jets nếu tôi cứ dậm chân trên con đường bán lẻ. Đã đến lúc để làm một cú huých lớn.