

BEST-SELLER

**"Cuốn sách có mọi điều bạn muốn biết
về khởi nghiệp kinh doanh nhưng không biết hỏi ai".**

Mark Strudwick, CBE, Giám đốc Điều hành Quỹ Prince's Scottish Youth Trust

10 From Acorn... lời khuyên khởi nghiệp



**CÁC BƯỚC CƠ BẢN
ĐỂ XÂY DỰNG THÀNH CÔNG
MỘT DOANH NGHIỆP**

Caspian Woods



NHÀ XUẤT BẢN
LÀO ĐỘNG - XÃ HỘI

Ebook miễn phí tại : www.Sachvui.Com

Lời giới thiệu

Trong những năm qua, tôi được gặp khá nhiều chủ doanh nghiệp trẻ. Hầu hết đều chia sẻ với tôi những khó khăn giống nhau. Rất nhiều người cảm thấy mệt mỏi và dường như có chung tâm trạng “Ước gì mình tìm được người quản lý giỏi”; “Ước gì mình được khởi sự lại để không va vấp”...

Trong những cuộc trò chuyện này, tôi rất ngạc nhiên là nhiều chủ doanh nghiệp khi thành lập công ty hầu như chưa chuẩn bị cho mình đủ kiến thức khởi nghiệp, họ không biết mình phải làm gì, không có kế hoạch hành động, không biết các kỹ năng cần thiết để quản lý, nhân sự, tổ chức. Đó là lý do đa phần các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam đều yếu và không có nền tảng vững chắc. Đó cũng là lý do mà tỷ lệ doanh nghiệp Việt Nam vững mạnh rất thấp. Hiện nay, theo số liệu thống kê, Việt Nam có khoảng 340.000 doanh nghiệp vừa và nhỏ với khoảng 50.000 doanh nghiệp mới được thành lập hàng năm. Nhưng tôi tin rằng chỉ một số ít trong đó được xây dựng và phát triển trên nền tảng thật sự. Do không có nền móng vững chắc ngay từ đầu nên việc phát triển tiếp và đưa doanh nghiệp lớn mạnh hơn, đi xa hơn là rất khó khăn. Ngay bản thân chúng tôi, những người sáng lập Alpha Books cũng vấp phải tình trạng này khi lập nghiệp.

Ở Việt Nam, mặc dù tỷ lệ các công ty phá sản thấp nhưng lại hoạt động cầm chừng, nhiều doanh nghiệp không nhìn thấy lối thoát cho mình. Họ sa lầy trong bài toán tiến thoái lưỡng nan, phát triển tiếp không được mà đóng cửa cũng không xong. Nhiều bạn trẻ đã không chú tâm đúng mức cho việc nghiên cứu và chuẩn bị kiến thức khởi sự doanh nghiệp. Họ không tìm kiếm lời khuyên và kinh nghiệm từ những người đi trước, không đọc sách và tìm hiểu bài học thực tiễn từ các công ty đã và đang phát triển, trong khi, đó là cách học rất nhanh, đơn giản và tiết kiệm.

Đó chính là lý do Alpha Books lựa chọn và xuất bản hàng loạt cuốn sách về khởi thuật, về nghệ thuật khởi nghiệp nhằm cung cấp cho các bạn trẻ những kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm thành lập và phát triển doanh nghiệp. Trong hai năm qua, Alpha Books đã xuất bản các cuốn sách về chủ đề này như *Khởi thuật* của Kawasaki; *Những người*

khổng lồ bé nhỏ của Bo Burlingham, và lần này, với cuốn *Từ những hạt sồi...* của Caspian Woods, một trong những nhà tư vấn xuất sắc của Anh.

Khi mới khởi nghiệp, bạn thường cảm thấy mình chỉ như một hạt sồi, còi cọc nhỏ bé dưới cái bóng khổng lồ của những cây sồi trưởng thành xung quanh. Nhưng bạn cần biết rằng, những công ty hàng đầu thế giới đã bắt đầu từ phòng ngủ, những quầy hàng trong chợ hay trên xe tải. Hàng triệu người ngày ngày đang lặng lẽ theo đuổi giấc mơ của mình chính là những câu chuyện về thành công bạn cần học hỏi.

Như tạp chí *Esquire* của Anh nhận xét, đây là “cuốn sách phù hợp nhất cho ai muốn khởi nghiệp”, chúng tôi hy vọng các bạn đang khao khát khởi sự doanh nghiệp yêu thích cuốn sách này và thấy nó thật hữu ích. Chúng tôi cũng rất mong nhận được những phản hồi, bí quyết và ý kiến của các bạn để có thể chia sẻ lại với các doanh nhân trẻ khác.

Tháng 1 năm 2009

NGUYỄN CẢNH BÌNH

CÔNG TY SÁCH ALPHA

10 lời khuyên cho doanh nhân

1. Luôn bán hàng

Kinh doanh không hề dễ dàng. Nếu có nhiều khách mua hàng của bạn với giá cao hơn số tiền bạn đã bỏ ra thì gần như bạn đã đạt được mục đích. Có nhiều việc khiến bạn lơ là công việc kinh doanh, song bạn luôn phải dành ít nhất 50% thời gian của mình để bán hàng.

2. Tạo sự khác biệt

Trên thị trường, có rất nhiều công ty, sản phẩm nhảm chán. Việc động não không hề tiêu tốn tiền và chỉ cần suy nghĩ một chút, bạn đã có thể tạo ra sự khác biệt và dẫn đầu trong cuộc cạnh tranh.

3. Đừng để tâm tới lời từ chối

Bạn sẽ gặp rất nhiều lời từ chối trong kinh doanh – bí quyết ở đây là đừng để những điều đó khiến bạn nhụt chí. Thất bại là mẹ thành công.

4. Hãy thuê người quản lý tài chính

Bạn chưa bán được cái gì cho đến khi khách hàng chuyển tiền vào tài khoản của bạn. Việc thiếu tiền thậm chí có thể làm phá sản cả một doanh nghiệp thịnh vượng nhất. Hãy thuê người quản lý tài chính cho bạn.

5. Sử dụng thời gian hợp lý

Nguồn lực khan hiếm nhất trong kinh doanh là gì? Chính là thời gian. Hãy chỉ đầu tư nó vào những lĩnh vực mang lại giá trị lớn nhất. Hãy



sử dụng thời gian hợp lý – có thể bạn sẵn sàng làm việc chỉ với 50 xu một giờ, nhưng bạn sẽ không tìm thấy bất kỳ ai muốn làm như bạn.

6. Tăng giá sản phẩm

Hãy nâng giá sản phẩm của bạn cho đến khi khách hàng phải kêu lên vì đắt. Luôn nhớ, giá bán là giá khách hàng thuận mua. Chi phí chỉ cho biết liệu bạn có được thương vụ tốt hay không thôi.

7. Đừng ngồi trong phòng mà phải tiếp xúc với thực tế

Đừng lãng phí thời gian trau chuốt một bản kế hoạch kinh doanh rồi quẳng vào ngăn kéo. Hãy thường xuyên nghĩ về định hướng kinh doanh của bạn, ngay cả khi kế hoạch của bạn chỉ là vài dòng viết vội vàng lênh mặt sau phong bì thư.

8. Tìm cố vấn

Khởi nghiệp kinh doanh cũng giống như việc leo núi bằng dép tông với một chiếc bản đồ duy nhất trong tay. Tại sao bạn không xin lời khuyên từ những người có kinh nghiệm?

9. Linh hoạt

Dù quyết tâm đạt được mọi thứ, bạn cũng phải chuẩn bị tinh thần nhanh chóng đưa ra những quyết định mang tính thay đổi. Kiên định với đích đến, song hãy sẵn sàng thay đổi con đường đến đích.

10. Kiên trì

Chiến thắng vẻ vang nhất không phải là không bao giờ vấp ngã, mà là tự đứng dậy sau mỗi lần vấp ngã. Hãy tìm kiếm những người ủng hộ, nhờ vậy bạn có thể duy trì động lực của mình ngay cả khi mọi việc trở nên tồi tệ.

CHƯƠNG 1



Những cây sồi đều lớn lên từ những hạt sồi...

Vài năm trước, Marcus Samuel - một doanh nhân trẻ, thành lập một xưởng sản xuất nhỏ ở Đông London. Ông tô điểm những đường vân trên vỏ sò, một phần làm đồ trang trí, một phần cho những người thích sưu tầm. Ông bắt đầu tập trung chuyên môn hóa vào thị trường này.

Sau một thời gian, khi đã trở thành doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng này, ông nhận thấy mình có thể kiếm được nhiều tiền hơn nếu nhập vỏ sò từ vùng Viễn Đông và bán cho các cửa hàng khác. Công ty Vận chuyển và Thương mại Marcus Samuel ra đời.

Trong một chuyến công tác đến vùng Viễn Đông, con trai ông nhận thấy họ có thể mua dầu ở đây và cho đóng một chiếc tàu vận chuyển dầu chuyên dụng. Đó là năm 1890. Sau đó công ty đổi tên thành Công ty Vận tải và Thương mại Shell, tập trung vận chuyển mặt hàng vỏ sò. Khi nhu cầu dầu tăng mạnh và thay thế mặt hàng vỏ sò, công ty trở thành Công ty Dầu Shell.

Ngày nay, Shell là nhà bán lẻ dầu lớn nhất thế giới.

Bài học từ câu chuyện này là gì? Mọi doanh nghiệp đều bắt đầu chỉ như những hạt sồi. Do vậy, khi mới bước vào kinh doanh, bạn dễ nản lòng trước những doanh nghiệp lớn tựa như những cây sồi to lớn xung quanh. Bạn không nên hoảng sợ. Hãy nhìn vào tên tuổi của

những công ty kinh doanh mặt hàng gia dụng ngày nay: Marks & Spencer, Monsoon, Microsoft, JP Morgan. Họ đã bắt đầu từ những quầy hàng trong chợ, phòng ngủ, xe ba gác hay đằng sau xe tải.

Nhưng câu chuyện của Shell khiến tôi ngạc nhiên. Tại sao không có nhiều quầy hàng trong chợ trở thành những công ty đa quốc gia? Có điều gì đặc biệt ở Marcus Samuel khiến ông trở thành người khác biệt của thế giới?

Đó chính là mục đích của cuốn sách này. Hy vọng những bí quyết và lời khuyên của chính những người trong cuộc sẽ có ích với nhiều người. Nhưng điều quan trọng nhất chính là bạn – hãy thấm nhuần niềm tin và những hành động có thể giúp bạn luôn suy nghĩ và hành động như một doanh nhân.



CHƯƠNG 2



Nó giống như thế nào?

Điều quan trọng trước khi bước vào bất kỳ dự án kinh doanh mới nào là phải biết mình đang dấn thân vào việc gì.

Khi nhìn thấy những người tự kinh doanh, bạn thường nghĩ: “Ồ, những người may mắn, họ không có ông chủ, họ có thể làm việc bất kỳ lúc nào mình thích, họ có nhân viên làm những công việc lặt vặt, nhưng họ lại kiếm được rất nhiều tiền.”

Quả thật sự tự kinh doanh mang lại rất nhiều lợi ích và chúng ta sẽ tiếp tục đề cập tới vấn đề này. Nhưng trước tiên, hãy nghĩ đến những chi phí thực tế phải bỏ ra.

Rủi ro: Với một doanh nghiệp mới thành lập, rủi ro và lợi nhuận luôn song hành. Hầu hết mọi người đều bị mắc kẹt vì những lo lắng về rủi ro tài chính.

Tuy nhiên, nỗi sợ hãi lớn nhất mà bạn phải vượt qua là sợ người khác nhìn thấy mình thất bại, sợ “những người bạn” và đối thủ cạnh tranh nói “Tôi đã bảo như vậy rồi mà” và sợ bị tổn thương lòng tự trọng. Nếu bạn muốn biết thế nào là thất bại thật sự, hãy đọc Chương 24.

Công việc khó nhọc: Hiển nhiên, việc quản lý kinh doanh của bạn

trong thời gian đầu sẽ khó khăn hơn rất nhiều so với khi làm việc cho người khác. Khi đó, gia đình, bạn bè và cuộc sống xã hội sẽ thường xuyên bị xếp sau công việc kinh doanh. Bạn phải chắc chắn đây là thời điểm thích hợp trong cuộc đời khi bạn bắt đầu làm kinh doanh.

Trách nhiệm: Trong doanh nghiệp của bạn, khi bạn ngừng làm việc thì đồng nghĩa với việc tiền cũng sẽ ngừng sinh sôi. Và trách nhiệm cũng sẽ theo bạn về nhà, kể cả khi đi ngủ. Đừng chỉ nằm trên giường và lo lắng suốt đêm về chính sách tỷ giá của chính phủ, hoặc liệu cái cây của nhà hàng xóm có vươn sang nhà mình hay không, hãy suy nghĩ kỹ về những vấn đề khác mà bạn sẽ gặp phải khi làm kinh doanh.

Chọn đúng thời điểm là điều sống còn của một doanh nghiệp nhỏ. Nếu bạn không chắc chắn bấy giờ là thời điểm thích hợp, đừng nghĩ đến việc kinh doanh nữa. Hãy tạm ngưng kế hoạch, chờ đến thời điểm thích hợp để bắt đầu.

Tất nhiên, tự kinh doanh cũng có rất nhiều lợi ích, cụ thể:

Làm chủ vận mệnh của mình: Những người làm kinh doanh thường rất ghét phải làm việc theo sự sai khiến của người khác. Lợi ích lớn của việc tự kinh doanh là cơ hội được làm việc theo cách của mình. Chắc chắn điều này hơn hẳn việc phải làm việc cho ai đó mà bạn không tôn trọng. Tự kinh doanh ít bị căng thẳng hơn rất nhiều so với làm việc cho người khác. Trong thế giới không ngừng biến đổi này, đôi khi tự kinh doanh lại là một công việc ổn định.

Cơ hội khẳng định bản thân:

Tôi đang nói chuyện cùng một nhóm doanh nhân trong một buổi tọa đàm định hướng nghề nghiệp. Khi hỏi nhau về kết quả học tập ở trường, hóa ra tất cả chúng tôi đều là những học sinh xếp loại dưới trung bình, bỏ học, chèn mảng hoặc mờ mộng. Cuốn học bạ của tôi có ghi: "Caspian có thể đạt được một điều gì đó nếu em tỉnh dậy trong 5 phút và nhớ được sách của mình để đâu."

Từ các cuộc gặp gỡ và phỏng vấn nhiều doanh nhân thành đạt, tôi nhận ra rằng từ sâu thẳm, họ bị thôi thúc bởi ý nghĩ khẳng định bản thân với mọi người vì họ nhận thức sâu sắc về những điểm yếu của bản thân.

Về cơ bản, điều này bắt nguồn từ thời thơ ấu. Rất nhiều doanh nhân, như Richard Branson¹, mắc chứng khó đọc, một số người chuyển ra nước ngoài từ nhỏ, một số người khác vì công việc kinh doanh của cha bị phá sản phải chuyển từ trường tư dành cho con nhà giàu sang trường công dành cho đủ loại học sinh ở ngay cạnh đó. Dù là bất kỳ lý do gì, nỗ lực của họ hiển nhiên đã khiến thế giới này ngày càng tốt đẹp hơn. Kinh doanh là cách tuyệt vời để chứng minh những người khác sai và cảm thấy toại nguyện khi tự mình gây dựng cơ nghiệp.

Cơ hội tạo ra mọi thứ: Với nhiều người, cảm giác toại nguyện có thể từ việc tạo ra mọi thứ bắt đầu từ con số không hoặc được thỏa lòng đam mê của mình. Quả là một phần thưởng tuyệt vời khi bạn được làm những gì yêu thích và còn được trả tiền.

Tiền: Chúng ta không thể quên tiền! Khi tôi phát biểu yếu ót: “Tiền không mua được hạnh phúc” với người sửa xe, ông ta nói: “Hừm, tuần trước hàng xóm của tôi trúng xổ số ba triệu bảng nhưng từ đó trở đi nụ cười trên mặt anh ta cũng biến mất”.

Nếu bạn muốn trở nên thật sự giàu có thì tự kinh doanh chính là cách phù hợp. Vấn đề không phải là bạn có thể tự trả cho mình bao nhiêu tùy thích, mà là cơ hội thu về hàng triệu bảng. Tuy nhiên, tôi thận trọng đặt tiền ở vị trí cuối trong danh sách này. Vì trong rất nhiều cuộc phỏng vấn với các doanh nhân thành công, lời khuyên của họ đều là:



Trước tiên, hãy theo đuổi giấc mơ và tiền sẽ đến sau đó.



CHƯƠNG 3



Tôi là một doanh nhân?

Khi nghe đến từ ‘doanh nhân’, hình ảnh nào xuất hiện trong đầu bạn?

Những ông chủ như chủ tịch của Virgin có rất nhiều. Vâng, đó chính là doanh nhân tài ba đầy tham vọng Del- Boy Trotters¹ và đế chế của ông. Ông đã xây dựng lại nhãn hiệu vòi nước “Peckham Spring Water” rất lâu trước khi Coca- Cola bắt đầu làm các kế hoạch quảng cáo.

Chúng ta thường nghĩ về doanh nhân như là những con người thực dụng bẩm sinh. Họ không chỉ thuê mà thậm chí còn lợi dụng chính những người thân của mình.

Một số doanh nhân giống như vậy. Nhưng tôi thì không. Và rất nhiều doanh nhân mà tôi gặp giống vậy. Thực tế, hãy đưa ra bất kỳ hình mẫu doanh nhân nào, tôi sẽ chứng minh cho bạn thấy điều ngược lại:

- “Doanh nhân thường xuất thân từ một gia đình nghèo khó.” Điều này hiển nhiên không áp dụng cho Charles Dunstone - người sáng lập Carphone Warehouse², ông từng học ở một trường tư thục dành cho người giàu.
- “Doanh nhân phải là một đấng nam nhi, một người bán hàng máu lạnh.” Tôi không nghĩ bà Anita Roddick, người sáng lập Body Shop³ sẽ đồng ý với ý kiến này.

- “Nếu không bắt đầu công việc kinh doanh đầu tiên trước năm 10 tuổi thì bạn sẽ không thể trở thành doanh nhân.” Hãy gượm đã. Khi Ray Kroc sáng lập McDonald’s, ông đã bước vào tuổi 60.

Liệu tôi có phải là một doanh nhân bẩm sinh?

Hàng nghìn giờ học lý thuyết và các cuộc tranh luận nảy lửa ở quán rượu đã đi tìm cách trả lời cho câu hỏi này.

Chắc chắn khi gặp một doanh nhân kiểu mẫu, bạn sẽ thấy thật khó tưởng tượng họ lại có thể làm bất cứ điều gì khác ngoài kinh doanh. Thậm chí khi còn học ở trường tiểu học, họ từng bị nói rằng cuộc đời mình sẽ kết thúc trong tù hoặc thành triệu phú, và thường là cả hai.

Nhưng ngoài thiểu số những con người thực dụng này, còn rất nhiều doanh nhân thành công không thuộc nguyên mẫu đó. Vì vậy, đừng lo lắng nếu bạn thấy mình không giống họ. Nếu bạn hăng hái bắt đầu công việc và sẵn sàng chấp nhận rủi ro, bạn có thể nắm giữ cả thế giới.

“Tôi biết mọi thứ rồi sẽ ổn vì tôi đã nhận ra chính mình trong rất nhiều viễn cảnh mà bạn miêu tả.” (Kate, nhân viên xã hội)

Tôi thuộc kiểu doanh nhân nào?

Không có kiểu doanh nhân nào là “hoàn hảo” cả. Mục đích của nhiều người là được tự do tài chính để thực hiện những gì mình mong muốn và điều này có thể đến từ nguồn thu nhập 6.000 bảng chứ không hẳn phải là 600.000 bảng. Tuy nhiên, kiểu doanh nhân mà lúc đầu bạn muốn hướng tới sẽ ảnh hưởng đến nhiều quyết định kinh doanh sau này của bạn.

Doanh nhân nghệ sĩ: Bạn mong muốn có được một cuộc sống cá nhân tốt đẹp và làm chủ số phận của mình. Tuy nhiên, bạn không muốn có quá nhiều nhân viên cũng như trách nhiệm. Rất nhiều người không thích bị gọi là “doanh nhân nghệ sĩ”. Thật khó có thể hiểu lý do vì sao:

“John” là nhà thiết kế đồ họa chuyên về nhãn hiệu rượu

whisky. Sản phẩm kinh doanh gồm nhãn hiệu “John”, “Volvo” và “Labrador”. Vì nổi danh trên thế giới nên anh ra giá cao cho công việc của mình, anh được thỏa mãn và được quyền chọn lựa thời gian, địa điểm làm việc.

Hãy ghi nhớ những thách thức bạn sẽ phải đối mặt dưới đây:

- Nguồn lực quý giá nhất là thời gian. Nếu bạn không muốn thuê thêm người quản lý nhân viên thì hãy nhớ, một vài người hỗ trợ có thể giúp bạn nhẹ gánh những công việc lặt vặt.
- Hãy tính toán thời gian chính xác và học cách nói “không” với những công việc không phù hợp.
- Sự cô lập có thể gây hại cho bạn. Hãy chắc chắn bạn có một mạng lưới những người hỗ trợ.
- Có thể bạn sẽ có ít khách hàng hơn. Hãy chú trọng chăm lo mối quan hệ bền vững với khách hàng.

Người xây dựng đế chế: Đối với bạn, trở nên lớn mạnh rõ ràng là điều tuyệt vời! Bạn không thể biết loại hình kinh doanh nào sẽ đến, chỉ miễn là bạn có thể làm cho nó phát triển. Bạn nghĩ rằng Citizen Kane⁴ (Công dân Kane) là một hình mẫu hoàn hảo. Những giấc mơ của bạn không chỉ có tiền mà còn nên có lời khen ngợi những người ngang hàng.

- Thách thức quan trọng nhất chính là lĩnh vực kinh doanh. Hãy chắc chắn bạn đang đặt chân vào một ngành nghề sẽ tăng trưởng mạnh mẽ.
- Hãy đảm bảo có người quản lý dòng tiền, thuế và các vấn đề pháp lý khi bạn quá bận rộn với việc kinh doanh.
- Không ngừng lên kế hoạch.

Con đường phát triển của bạn sẽ bao hàm cả một vài thay đổi chiến lược.

- Xây dựng một đội ngũ những người giỏi hơn bạn ở một số chuyên

môn và biết cách trao quyền hợp lý.



Doanh nhân xã hội: Có thể chưa bao giờ bạn nghĩ mình sẽ là doanh nhân. Rõ ràng bạn không kinh doanh vì tiền. Tuy nhiên, bạn có khát vọng mạnh mẽ nhằm biến ước mơ thành sự thật, như mở một triển lãm tranh, dẫn những em nhỏ chịu nhiều thiệt thòi đến công viên Disneyland, hoặc thay đổi một điều luật phi lý. Một độc giả của tôi đang dành thời gian nghiên cứu loại dầu gội đầu trị bệnh rụng tóc. Một người khác đang điều hành một tổ chức tuyên truyền nhằm làm giảm số trẻ em bị tử vong trong xe ô tô – tỷ lệ này ở Anh là cao nhất châu Âu.

Bạn là doanh nhân như rất nhiều người khác và có nhiều điều để bạn học hỏi trong cuốn sách này.

Chủ một doanh nghiệp trong công ty lớn: Bạn có thể là người thành lập một doanh nghiệp dưới trướng của công ty bạn đang làm. Bạn không sở hữu cả công ty nhưng sẽ có mức thưởng cho hoạt động của mình.

Ajaz Ahmed làm nhân viên bán hàng ở công ty Dixons có mức lương 16-30 bảng một tuần. Anh quyết tâm trở nên giàu có. Anh mua máy vi tính và ngạc nhiên khi thấy không ai có thể hướng dẫn anh cách nối mạng Internet. Anh đề xuất với ông chủ là nên kinh doanh trên mạng. Điều này dẫn đến việc thành lập công ty Freeserve. Công ty phát triển và có thời điểm nó còn đáng giá hơn cả công ty mẹ Dixons. Khi công ty Dixons được bán với giá 1,6 tỷ bảng, dù chỉ là một cổ đông thiểu số, Ajaz đã tạo ra được một ý tưởng bonen tiền.

Và câu chuyện của Greg:

“Khi một công ty lớn mua lại công ty mà tôi đang làm việc mọi việc thật sự rất trẻ trung nên tôi quyết định thành lập doanh nghiệp riêng và mua cuốn sách này để lấy cảm hứng. Cuốn sách đã giúp tôi có quan điểm và lập luận kinh doanh tốt hơn. Nhờ đó, chỉ trong một thời gian ngắn tôi đã tìm ra một lĩnh vực mà công ty mới có thể kiếm được thêm 300 nghìn bảng. Họ đề nghị tôi đảm nhận vị trí Giám đốc phụ trách sản phẩm ở thị trường châu Âu để có thể xem xét những lĩnh vực cụ thể khác. Tôi sẽ bắt đầu công việc trong tương lai gần nhưng điều khiến tôi phấn chấn là biết rằng mình được thuê làm việc và vẫn có thể là một người kinh doanh thành công.”

Hãy nhớ, không có định nghĩa nào về doanh nhân. Bạn là doanh nhân không phải vì bạn là người như thế nào, mà là bạn làm được cái gì. Đó là vấn đề của hành động và hành vi. Câu nói của triệu phú Tom Hunter đúng trong trường hợp này:

Đó không phải là vấn đề về IQ, mà là ‘I CAN’ (Tôi có thể).

Và điều tuyệt vời nhất của việc này là gì? Nếu không phải là doanh nhân bẩm sinh, chúng ta có thể học cách hành động như một doanh nhân.

CHƯƠNG 4



Làm thế nào trở thành doanh nhân?

Theo *Từ điển tiếng Anh Collin*, từ “doanh nhân” bắt nguồn từ một từ tiếng Pháp là “đảm nhiệm” - có từ thế kỷ XIX. Định nghĩa chính xác là:

Người chủ một doanh nghiệp sử dụng sự mạo hiểm và sáng kiến để tạo ra lợi nhuận.

Muốn trở thành doanh nhân, bạn phải dành thời gian cho hai việc:

- mạo hiểm
- sáng kiến

Hãy trở thành
người săn sàng mạo hiểm

Tôi đã phải bỏ học một bằng kinh tế. Tuy nhiên, có một công thức kinh tế cơ bản luôn hiện lên trong đầu tôi giữa những lúc ngủ gà ngủ gật:



Lợi nhuận là phần thưởng cho sự mạo hiểm.

Để thành công, bạn phải chuẩn bị sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm.

Sự mạo hiểm rõ ràng nhất mà ai cũng nhìn thấy là mạo hiểm tài chính. Nhưng còn có một sự mạo hiểm lớn hơn mà không ai dám thú nhận. Đó là nỗi sợ hãi vì mình trở nên khác biệt với đám đông. Đó là nỗi sợ bị những người xung quanh đánh giá. Đó không phải là nỗi sợ thất bại, đó là nỗi sợ bị đồng nghiệp, gia đình, bạn bè và hàng xóm thấy mình thất bại, sợ bị coi là ngu ngốc. Xét cho cùng, đó là nỗi sợ bị từ chối. Nỗi sợ này là rào cản lớn nhất trên con đường trở thành doanh nhân.

Công việc kinh doanh đầu tiên của tôi là làm cuốn kỷ yếu cho năm học cuối ở trường đại học. Đó là một cuốn sách tồi vì có khá nhiều hình chưa được chỉnh sửa, một vài từ ngữ thô tục. Tôi đầu tư khoảng 1 nghìn bảng để in cuốn kỷ yếu này.

Rồi ngày tốt nghiệp cũng tới. Tôi dựng một quầy hàng và đứng bán, mỉm cười và cảng thẳng chờ đợi người đến mua sách. Người đầu tiên xuất hiện là một học giả ăn mặc nhếch nhác trông như Herman Munster¹. Ông ta nhặt một cuốn kỷ yếu lên, xem qua một lượt trong khi tôi đang cảng thẳng quan sát phản ứng của khách hàng đầu tiên. Ông ta quăng nó trở lại bàn và nói: "Thật tồi tệ! Một sự ô nhục tên tuổi của trường. Tôi sẽ khiến việc này phải chấm dứt ngay lập tức." Ông ta quay lưng và lê bước đi.

Tôi không nghe nói hay gặp lại ông ta nữa. Tiếp đó rất nhiều sinh viên kéo đến và mua (hay chính xác hơn là phụ huynh của họ). Tôi kiếm đủ tiền trả cho nhà in và công việc kinh doanh đầu tiên thành công.

Nhưng tôi cũng thật sự lo lắng. Những nhận xét của ông ta đã khiến tôi rất thất vọng và nhiều năm sau, tôi vẫn còn nhớ đến cảm giác sợ hãi của ngày hôm đó.

Thật không may, đây không phải là mạo hiểm duy nhất của việc đi vào phòng và nói với ông chủ rằng bạn nghỉ việc. Bạn phải trở thành

người luôn chấp nhận mạo hiểm trong kinh doanh.

- Rủi ro trong việc tạo ra sản phẩm/dịch vụ khác biệt.
- Rủi ro với chiến dịch marketing và quảng cáo để có cơ hội nhanh chóng vượt qua những lời đồn đại thị phi.
- Đối mặt với những sự từ chối không thể tránh khỏi khi bán ý tưởng của mình.

Nhưng bạn có thể học cách xử lý vấn đề tốt hơn. Làm doanh nhân là vấn đề về hành vi và chúng ta có thể thay đổi hành vi. Ngay khi vượt qua được nỗi sợ phát biểu trước đám đông, chúng ta có thể học cách trở thành những người dám đương đầu với rủi ro. Các nhà tâm lý ước tính là cần khoảng 7 đến 21 ngày để tạo lập một thói quen hoặc hành vi mới, vậy tại sao bạn không thực hành một vài bài tập dưới đây?

Bài tập 1: Loại bỏ những người cản trở bạn

Tôi đang làm tư vấn marketing cho nhà sáng lập của một công ty máy tính thành công. Đây là người có thể nói chuyện cả đêm. Ông nồng nhiệt và có nhiều câu chuyện hay về thuở sơ khai của máy tính, việc cùng uống rượu với Bill Gates, về lúc mới thiết lập hệ thống vệ tinh nhân tạo. Nhưng khi nhìn vào hình ảnh công ty và marketing thì quả thật rất ảm đạm, tệ nhạt và bình thường.

Tôi hỏi: "Sao ông không dành lòng nhiệt tình và sáng tạo cho công việc kinh doanh?" Ông nói: "Chúng tôi có một khách hàng là McTaggarts of Dundee. Đây là một công ty gia đình và có lịch sử hoạt động hàng trăm năm. Đối với chúng tôi, họ rất quan trọng và chúng tôi luôn phải mặc những bộ com-le và cà vạt chỉnh tề, nếu không họ sẽ không giao dịch với chúng tôi nữa."

Như vậy, họ đã để cho khách hàng McTaggarts of Dundee điều khiển hoạt động của họ dành cho 99% khách hàng còn lại,