

Nghề tay trái hái ra tiền

**Side Hustle: From Idea
to Income in 27 Days**

Trịnh Ngọc Minh dịch

*Chris
Guillebeau*

27 ngày
biến ý tưởng
thành
thu nhập

alphabooks®

NHÀ XUẤT BẢN
THÀNH NIÊN



Mục lục

1. Kế hoạch 27 ngày của bạn
2. Con đường làm thêm
3. Cây sinh tiền
4. Bạn cần gì và không cần gì
5. TUẦN 1. LẬP KHO Ý TƯỞNG
6. Ngày 1. dự đoán tương lai
7. Ngày 2. tiền mọc trên cây như thế nào?
8. Ngày 3. Động não, vay mượn hoặc “chôm” ý tưởng
9. Ngày 4. Cân nhắc cơ hội và thách thức của từng ý tưởng
10. Ngày 5. Dự đoán lợi nhuận trên mặt sau tờ khăn giấy
11. TUẦN 2. LỰA CHỌN Ý TƯỞNG TỐT NHẤT
12. Ngày 6. Dùng bộ lọc làm thêm để so sánh ý tưởng
13. Ngày 7. Trở thành thám tử
14. Ngày 8. Cuộc hẹn tưởng tượng với khách hàng lý tưởng
15. Ngày 9. Biến ý tưởng thành lời mời chào
16. Ngày 10. Tạo nên câu chuyện khởi đầu của bản thân
17. TUẦN 3. CHUẨN BỊ CẮT CÁNH
18. Ngày 11. Tập hợp những thứ cơ bản
19. Ngày 12. Quyết định ra giá lời mời chào
20. Ngày 13. Tạo giỏ mua hàng cho dự án làm thêm
21. Ngày 14. Thiết lập một cách để được trả công
22. Ngày 15. Thiết kế tiến trình công việc đầu tiên
23. Ngày 16. Dành thêm 10% thời gian vào những nhiệm vụ quan trọng nhất
24. TUẦN 4. ĐƯA Ý TƯỞNG CỦA BẠN ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI
25. Ngày 17. Công bố lời mời chào của bạn
26. Ngày 18. Bán hàng như nữ hướng đạo sinh
27. Ngày 19. Nhờ mười người giúp đỡ
28. Ngày 20. Thử, thử nữa, thử mãi

- 29. Ngày 21. Càn quét các cửa hàng
- 30. Ngày 22. Đóng khung tờ tiền đầu tiên
- 31. TUẦN 5. XỐC LẠI VÀ HOÀN THIÊN
- 32. Ngày 23. Theo dõi tiến độ và quyết định những bước đi tiếp theo
- 33. Ngày 24. Phát triển những gì hiệu quả, loại bỏ những gì không cần thiết
- 34. Ngày 25. Tìm tiền dưới đá
- 35. Ngày 26. Hãy tổng nó ra khỏi đầu
- 36. Ngày 27. Trở lại tương lai
- 37. PHỤ LỤC
- 38. Phụ lục 1: Bộ công cụ nhập môn làm thêm
- 39. Phụ lục 2: Làm cách nào để thông qua một ý tưởng với 10 đô-la và một tài khoản Facebook?
- 40. Phụ lục 3: Viết một lá thư gửi khách hàng lý tưởng
- 41. Phụ lục 4: Mua bất động sản cho thuê với 1.575 đô-la trả trước

Kế hoạch 27 ngày của bạn

TUẦN 1 – LẬP KHO Ý TƯỞNG

Công việc làm thêm có nhiều lợi ích, nhưng tất cả đều bắt nguồn từ một ý tưởng. Tuần đầu tiên này sẽ dạy bạn cách tạo nên những ý tưởng kinh doanh thực sự hiệu quả.

Ngày 1: Dự đoán tương lai

Hành trình từ ý tưởng đến thu nhập bắt nguồn từ câu trả lời cho một câu hỏi quan trọng: 27 ngày tính từ thời điểm này, điều gì sẽ thay đổi trong cuộc sống của bạn?

Ngày 2: Tiềm năng trên cây như thế nào?

Có một vài ý tưởng công việc làm thêm hay hơn những ý tưởng khác. Hãy nghiên cứu ba phẩm chất tạo nên một ý tưởng tuyệt vời và làm sao để tìm được ý tưởng có tiềm năng phát triển nhất.

Ngày 3: Động não, vay mượn hoặc “chôm” ý tưởng

Hãy vận dụng mọi kiến thức mà bạn đã học được về các ý tưởng giàu tiềm năng. Giờ là thời điểm để động não, vay mượn hay “chôm chia” ít nhất ba khả năng cho việc làm thêm của bạn.

Ngày 4: Cân nhắc cơ hội và thách thức của từng ý tưởng

Lúc này, bạn đã có một vài ý tưởng trong tay, hãy xem xét kỹ lưỡng hơn để xem ý tưởng nào trong số đó có tiềm năng nhất.

Ngày 5: Dự đoán lợi nhuận trên mặt sau của tờ khăn giấy

Để dự đoán được lợi nhuận từ công việc làm thêm, bạn không cần phải có bằng cấp tài chính hay một siêu máy tính. Bạn chỉ cần một tờ khăn giấy, một cây bút và năng lực đánh giá.

TUẦN 2 – LỰA CHỌN Ý TƯỞNG TỐT NHẤT

Sau khi đã có một vài ý tưởng, bạn cần xác định xem ý tưởng nào là tốt nhất. Hãy học cách xếp hạng và so sánh tất cả những gì mình có trong đầu để tự tin triển khai với khả năng thành công cao nhất.

Ngày 6: Dùng bộ lọc làm thêm để so sánh ý tưởng

Một khi bạn đã bắt đầu suy nghĩ về dự án làm thêm, các ý tưởng sẽ không ngừng tuôn ra. Công cụ này sẽ chỉ cho bạn cách áp dụng logic “động lực cho việc làm thêm” để lựa chọn ý tưởng tốt nhất vào bất cứ lúc nào.

Ngày 7: Trở thành thám tử

Trong lúc bạn tiếp tục với ý tưởng đã chọn, hãy quan sát những gì mà người khác đang làm. Hãy làm tốt hơn thế – hay chí ít là làm khác đi.

Ngày 8: Cuộc hẹn tưởng tượng với khách hàng lý tưởng

Ngoài kia có một người hoàn toàn phù hợp với mô tả về khách hàng tiềm năng của bạn. Bạn có thể học được gì từ người đó?

Ngày 9: Biến ý tưởng thành lời mời chào

Khi đã có một ý tưởng tuyệt vời và một khách hàng lý tưởng, bạn cần biến ý tưởng đó thành một lời mời chào. Trong lời mời chào đó có một lời hứa hẹn, một lời quảng cáo và một mức giá tiền.

Ngày 10: Tạo nên câu chuyện khởi đầu của bản thân

Như một anh hùng trong truyện tranh, công việc làm thêm của bạn cần có một lịch sử. Đừng chỉ đưa ra những thông tin, hãy kể một câu chuyện.

TUẦN 3 – CHUẨN BỊ CÁT CÁNH

Bạn đã xác định được ý tưởng, đã chuyển nó thành lời mời chào và đã biết khách hàng lý tưởng của mình là ai. Trong tuần này, bạn sẽ học cách giúp vị khách hàng lý tưởng đó hiểu lý do tại sao họ không thể sống thiếu sản phẩm của bạn mà không bị sa lầy vào những chi tiết nhỏ nhất.

Ngày 11: Tập hợp những thứ cơ bản

Khả năng xoay xở tháo vát là phẩm chất có giá trị nhất của một người làm thêm. Hãy chuẩn bị tất cả những gì bạn cần để bắt đầu dự án sớm nhất có thể.

Ngày 12: Quyết định ra giá lời mời chào

Định giá cũng có thể là một thử thách ngay cả với những người làm thêm dạn dày kinh nghiệm. Hãy sử dụng mô hình chi phí cộng thêm và theo hai chỉ dẫn đơn giản để tăng khả năng thành công.

Ngày 13: Tạo giỏ mua hàng cho dự án làm thêm

Dự án làm thêm của bạn có lẽ sẽ cần một số công cụ, nguồn lực và dịch vụ giao hàng. Hãy học cách tìm kiếm, thu thập hoặc tạo ra mọi thứ mà bạn cần trong giỏ hàng của mình.

Ngày 14: Thiết lập một cách để được trả công

Giờ đây, khi đã có nhiều hơn một ý tưởng, bạn đang trên hành trình trở thành một người làm thêm thực sự. Trước khi tiến hành, hãy đảm bảo rằng bạn cũng có một cách khả thi để nhận được tiền công.

Ngày 15: Thiết kế tiến trình công việc đầu tiên

Bạn đã đến gần tuần ra mắt lắm rồi. Bằng việc liệt kê các bước tiếp theo của mình theo trình tự, bạn sẽ tránh được những sai lầm không đáng có và trở nên tự tin hơn.

BƯỚC PHỤ THÊM

Ngày 16: Dành thêm 10% thời gian vào những nhiệm vụ quan trọng nhất

Nhiều người mới tập tành làm thêm thường dễ bị cuốn vào những tiểu tiết không đáng có. Hãy tránh những cái bẫy đó ngay từ đầu và chỉ tập trung sự chú ý của bạn vào hai thứ thôi.

TUẦN 4 – ĐƯA Ý TƯỞNG CỦA BẠN ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI

Sau khi đã lập kế hoạch cẩn thận, bạn đã sẵn sàng để đưa dự án làm thêm của mình ra thế giới. Giờ chính là thời điểm thích hợp! Hãy học tất cả những gì bạn cần về marketing, thử nghiệm và xông ra chiến trường trên một cỗ xe tăng.

Ngày 17: Công bố lời mời chào của bạn

Khi nào là thời điểm tốt nhất để giới thiệu lời mời chào của bạn và xem điều gì có thể xảy ra? Thường là trước khi bạn sẵn sàng.

Ngày 18: Bán hàng như nữ hướng đạo sinh

Ngay cả với những sản phẩm, dịch vụ hoàn hảo và một lời mời chào hấp dẫn, thì tiền vẫn không dễ gì từ trên trời rơi xuống. Hãy kết nối với nữ hướng đạo sinh bên trong bạn và bắt đầu bán hàng!

Ngày 19: Nhờ mười người giúp đỡ

Một cây làm chẳng nên non, rất ít người có thể thành công mà không cần đến sự giúp đỡ từ bạn bè hay người ủng hộ. Khi bạn bắt đầu làm thêm, đừng ngại gì mà không nhờ bạn bè, gia đình, thậm chí cả người đưa thư nữa, tham gia cùng với mình.

Ngày 20: Thử, thử nữa, thử mãi

Khi bắt đầu một dự án làm thêm mới, bạn thường không biết hướng tiếp cận nào sẽ hiệu quả nhất. Để tìm ra, hãy thử nhiều hướng và ghi nhận lại kết quả.

Ngày 21: Càn quét các cửa hàng

Có một lý do rất hay giải thích tại sao phần lớn chúng ta lại phá lệ để mua một thứ đang giảm giá. Hãy làm chủ các lợi ích của việc giảm giá, khuyến mãi và các chương trình đặc biệt – rồi khiến chúng kiếm tiền cho bạn.

BƯỚC PHỤ THÊM

Ngày 22: Đóng khung tờ tiền đầu tiên

Hãy nhớ ăn mừng những thành công đầu tiên của bạn. Bạn sẽ còn rất nhiều việc khác phải làm, nhưng những thắng lợi nho nhỏ có thể đem lại niềm vui lớn không ngờ.

TUẦN 5 – XÓC LẠI VÀ HOÀN THIỆN

Dự án làm thêm của bạn đã được trình làng! Chúc mừng – giờ hãy xem bạn có thể làm những gì để nâng cấp nó.

Ngày 23: Theo dõi tiến độ và quyết định những bước đi tiếp theo

Khi bạn tiếp tục tìm hiểu cách khách hàng phản ứng với công việc làm thêm của mình, hãy ghi nhận lại những yếu tố quan trọng nhất – rồi hành động dựa theo đó.

Ngày 24: Phát triển những gì hiệu quả, loại bỏ những gì không cần thiết

Khi công việc làm thêm của bạn phát triển, bạn có vô số lựa chọn để mở rộng. Đừng để bị phân tâm, hãy xác định những gì có hiệu quả để tập trung vào đó nhiều hơn.

Ngày 25: Tìm tiền dưới đá

Nếu mọi chuyện đều ổn thỏa, hãy tính đến việc thêm vào một phiên bản khác để phục vụ khách hàng tốt hơn. Nói cho cùng, nếu thấy 1 triệu đô-la trên đường thì bạn có nhặt không?

Ngày 26: Hãy tổng nó ra khỏi đầu

Mọi công việc kinh doanh đều có các hệ thống chủ chốt. Là một người làm thêm, bạn chứa những ý tưởng của mình trong đầu –

và đó không phải lúc nào cũng là một lựa chọn khôn ngoan. Để tạo ra những cải thiện rõ rệt (và tiết kiệm được nhiều thời gian) khi bạn mở rộng dự án của mình, hãy hệ thống hóa bất cứ khi nào có thể.

Ngày 27: Trở lại tương lai

Bạn đã đi đến cuối con đường... hay đó mới chỉ là khởi đầu? Hãy quyết định xem liệu có nên chia tay dự án đầu tiên và thử điều gì khác hay tiếp tục phát triển nó, hoặc đơn giản biến nó thành một nguồn thu nhập liên tục.

Con đường làm thêm

Khi một anh chàng quản lý công ty xây dựng người Anh viết loạt bài đánh giá về bể cá cho một trang web ít người biết tới, anh có chèn thêm mấy đường dẫn tới vài sản phẩm bán trên Amazon ở cuối bài viết. Anh biết mình sẽ nhận được một khoản hoa hồng nho nhỏ nếu có người vào mua hàng theo đường dẫn cuối bài đánh giá đó, nhưng lại quá bận rộn với công việc chính của mình đến mức quên bẵng đi mất. Vài tuần sau, một tờ séc được gửi đến trị giá 350 đô-la. Bạn gái anh còn không tin đó là sự thật cho đến khi anh chở cô đi ăn nhà hàng với khoản tiền này.

Vào lúc đó, anh hoàn toàn chưa hề hay biết dự án nhỏ vào cuối tuần của mình sẽ trở thành một công việc đem về hàng trăm đô-la. Anh cũng không hề biết rằng nhiều năm sau, cũng chính những đánh giá ấy vẫn tiếp tục đem về cho mình trung bình 700 đô-la một tháng, trong khi anh chẳng phải động tay vào thêm lần nào nữa. Khoản tiền này không đủ để anh được nghỉ hưu sớm, nhưng nó vẫn rất tuyệt vời.

Tương tự, khi một viên chức Chính phủ tại San Diego được nhờ chụp ảnh cưới cho bạn, anh không hề biết rằng đó lại là khởi đầu cho một khoản thu nhập tăng thêm trị giá 3.500 đô-la mỗi tháng. Tuy không muốn làm thợ chụp ảnh cưới toàn thời gian, song việc thỉnh thoảng chụp một bộ ảnh bất cứ khi nào cảm thấy hứng thú đã đem lại cho anh một khoản tiền tiết kiệm và sự bảo đảm.

Anh chọn những yêu cầu phù hợp với thời gian của mình và từ chối những cái còn lại, trong khi vẫn tiếp tục đều đặn nhận lương từ công việc chính.

Khi giám đốc bán hàng của một công ty xăng dầu tại Pennsylvania bắt đầu đăng ảnh lên Pinterest, cô không phải là một người nổi tiếng và cũng chẳng có “mô hình lợi nhuận” nào. Ngoài công việc chính, cô còn là một người mẹ, một giáo viên dạy yoga và cũng tích cực tham gia các hoạt động cộng đồng. Trong vòng một tháng, cô kiếm được hơn 1.000 đô-la trong sự ngạc nhiên lẫn vui mừng. Sau ba năm, cô thu về hơn 40.000 đô-la chỉ nhờ việc xem và đăng ảnh bất cứ khi nào rảnh rỗi trong một ngày dài đầy bận rộn của mình.

Tất cả những câu chuyện trên hoàn toàn là sự thật, cho thấy con đường của những người làm thêm được xác định là một dự án kiếm tiền ngoài công việc chính. Nói cách khác, đó là một cách để kiếm thêm thu nhập mà không phải hứng chịu rủi ro từ việc dấn thân “chơi tới bến” trong thế giới của những người tự làm chủ.

Tất nhiên với một số người, suy nghĩ nghỉ việc và tự làm chủ là một ý tưởng cực kỳ hấp dẫn. Song với nhiều người khác, ý nghĩ ấy có thể rất đáng sợ. Nói cho cùng, dù bạn đang có một gia đình để chăm sóc hay khoản vay thế chấp phải thanh toán, thì một công việc tạo ra thu nhập ổn định cùng bảo hiểm là thứ mà bạn khó (hay thậm chí là không thể) từ bỏ.

Nhưng sẽ ra sao nếu như bạn có thể đưa ra một ý tưởng hái ra tiền mà chỉ phải đầu tư một chút thời gian, tiền bạc và công sức – và có thể thực hiện nó bên cạnh công việc ổn định của mình? Cuốn sách này sẽ cho bạn thấy cách thực hiện, từng bước hướng dẫn bạn

từ việc đưa ra ý tưởng đến thực hiện chỉ trong 27 ngày. Cuốn sách này dành cho những người bận rộn và thiếu kiên nhẫn. Nó là tấm bản đồ chỉ đường chi tiết cho phép bạn động não, lựa chọn, triển khai và hái ra tiền chỉ trong chưa đầy một tháng.

Nhưng làm thêm không chỉ đơn giản là có thêm tiền đút túi. Trong thời đại ngày nay, không còn nhiều doanh nghiệp giữ chân nhân viên lâu dài, vậy nên công việc làm thêm là cách bảo đảm việc làm mới. Nó cho bạn khả năng ra quyết định. Khi nhận được thu nhập từ nhiều nguồn, bạn không còn phải nơm nớp lo sợ ý kiến của một ông chủ duy nhất nữa.

Nhiều thu nhập hơn cũng có nghĩa là nhiều lựa chọn hơn. Nhiều lựa chọn hơn có nghĩa là tự do hơn.

Trong những trang tiếp theo, bạn sẽ đọc được thêm nhiều câu chuyện như ở trên. Chúng thú vị và có một mục đích lớn hơn thế. Chúng cho bạn thấy rằng, bất cứ ai cũng có thể xây dựng được một con đường tắt dẫn tới tự do bằng cách tăng thu nhập với những kỹ năng vốn có. Bất kể vào ban ngày bạn có làm gì hay bạn có muốn tự coi mình là một “doanh nhân khởi nghiệp” hay không, bạn vẫn cần một công việc làm thêm. Theo đuổi kế hoạch sau đây, bạn sẽ có một công việc như vậy chỉ trong chưa đầy một tháng.

Và câu chuyện của bạn sẽ là gì?

Cây sinh tiền

Bạn đã bao giờ được nghe rằng tiền không mọc trên cây chưa? Các bậc phụ huynh thường nói vậy với bọn trẻ khi chúng muốn mua tất cả những gì lọt vào tầm mắt. Nhưng họ chỉ đúng một nửa thôi. Tiền có mọc trên cây – chỉ là bạn phải gieo đúng hạt giống, ở đúng nơi. Trong mỗi chương của cuốn sách này, bạn sẽ được đọc một câu chuyện về ai đó đã tìm thấy cây sinh tiền và khiến nó đơm hoa – chỉ đơn giản bằng việc biến ý tưởng thành hành động. Và bạn cũng sẽ học được cách để phát hiện và mở khóa một quy trình lặp lại mà bạn có thể chỉnh sửa cho phù hợp với chính mình.

Hy vọng rằng bạn sẽ tìm thấy cảm hứng trong những câu chuyện này, và quan trọng hơn thế, hy vọng chúng sẽ truyền cảm hứng cho bạn hành động. Cây sinh tiền đang chờ đợi bạn. Trong 27 ngày nữa, bạn sẽ học được cách để tìm thấy và nuôi dưỡng nó, rồi nhìn nó vươn cao.

Dù bạn không lạ gì những công việc làm thêm hay là lính mới hoàn toàn thì cuốn sách này cũng sẽ giúp bạn bắt đầu và thực hiện một dự án sinh lời trong thời gian ngắn. Tất cả các chi tiết sẽ trải đều trong những trang sắp tới. Nhưng trước tiên, bạn cần nắm rõ những điều sau:

Ai cũng nên có một công việc làm thêm. Ngay cả khi bạn yêu công việc hiện tại thì có nhiều hơn một nguồn thu nhập sẽ cho bạn có thêm tự do và chọn lựa.

Bắt đầu một dự án làm thêm thực ra không khó đến thế. Bạn có thể thực hiện trong chưa đầy một tháng bằng cách làm theo các bài học trong cuốn sách này.

Để thành công trong việc làm thêm, đầu tiên bạn cần hiểu cách tạo ra các ý tưởng hái ra tiền, rồi lựa chọn xem cái nào là tốt nhất tại một thời điểm nhất định. Bạn sẽ học được cả hai kỹ năng này trong nửa đầu cuốn sách.

Công việc làm thêm là hành động! Bạn cần phải tung ra ý tưởng của mình, thường là trước khi cảm thấy hoàn toàn sẵn sàng, rồi xóc lại và hoàn thiện sau khi thấy được kết quả ban đầu. Bạn sẽ học được cách thực hiện điều này ở nửa sau cuốn sách.

Bạn cần gì và không cần gì

Có rất ít yêu cầu ban đầu liên quan đến việc làm thêm. Để thành công trong mô hình này, chủ yếu bạn sẽ cần:

- **Lối suy nghĩ phù hợp**

Đặc biệt là thái độ sẵn sàng học hỏi và trải nghiệm. Ngay cả khi bạn đã là người lão luyện thì một số điều ở đây vẫn có thể mới mẻ với bạn. Để thấm thấu triệt để những bài học này, hãy sẵn sàng cởi mở đầu óc với một lối suy nghĩ khác.

- **Tinh thần sẵn sàng hành động**

Ngay cả khi tôi cố gắng viết một cuốn sách thực tế đến mức nào, thì việc chỉ đọc cũng sẽ không giúp được gì nhiều cho bạn. Bạn phải sẵn sàng làm theo hướng dẫn và thử các bài tập. Điều chỉnh một chút cũng không sao – chúng phải đem đến hiệu quả cho bạn – nhưng nếu muốn thành công, bạn không thể bỏ qua tất cả.

Bạn thấy đấy, danh sách những điều bạn cần khá đơn giản. Còn danh sách những điều bạn không cần dài hơn nhiều. Điều này rất quan trọng, bởi nhiều người nghĩ rằng, khả năng kiếm được tiền ngoài công việc chính của mình là bất khả thi. May mắn thay, họ đã sai. Hãy làm rõ ngay từ đầu:

- **Bạn không cần nhiều tiền**

Hãy cất thẻ tín dụng của bạn đi (ít nhất là những cái có hạn mức cao) và đừng lo lắng về việc phải huy động vốn hay hỏi vay ai. Quy trình mà tôi giới thiệu trong những ngày tới đây, cùng phần lớn các ý tưởng và câu chuyện mà bạn sẽ đọc, đều không đòi hỏi một khoản tiền lớn – thậm chí vài trường hợp còn không cần đến một xu.

- **Bạn không cần nhiều thời gian**

Nói đúng ra thì bạn vẫn cần dành cho nó chút thời gian, nhưng chỉ nên ở mức tối thiểu. Kế hoạch 27 ngày được thiết kế để có thể thực hiện song song công việc hiện tại của bạn và không cần hơn một giờ mỗi ngày. Nếu bạn muốn thực hiện nhanh hơn hay phát triển dự án lên một mức độ cao hơn, bạn hoàn toàn có thể dành thêm thời gian – nhưng không bắt buộc.

- **Bạn không cần phải có bằng cấp kinh doanh hay bất cứ nền tảng giáo dục chuyên môn nào**

Phần lớn các trường kinh doanh dạy bạn cách quản lý một công ty – cũng ổn thôi nếu đó là việc chính của bạn. Nhưng khi làm thêm, bạn bắt đầu việc kinh doanh của chính mình chứ không phải cho ai khác. Bạn không cần tấm bằng MBA. Bạn không cần phải dùng những phần mềm hay bảng tính phức tạp. Dự đoán tài chính của bạn có thể được viết ngay ở mặt sau tờ khăn giấy – quả thực, đó chính là những gì bạn sẽ học trong Ngày 5.

- **Bạn không cần nhân viên, trợ lý hay đối tác kinh doanh**

Đến một lúc nào đó, bạn có thể cần được hỗ trợ, nhưng không phải ngay từ đầu. Mục đích ở đây là tự mình bắt đầu, bằng chính những kỹ năng và nỗ lực sẵn có.

- **Bạn không cần kinh nghiệm để bắt đầu kinh doanh**

Bạn không cần phải là một “doanh nhân khởi nghiệp” thì mới có thể bắt đầu một công việc làm thêm. Ngay cả khi không có chút kinh nghiệm nào, với các lời khuyên trong cuốn sách và một chút tháo vát của bản thân, bạn vẫn sẽ dễ dàng đưa dự án làm thêm của mình từ ý tưởng thành lợi nhuận.

Thực tế là, một vài điều kể trên (tiền, thời gian rảnh rỗi hay thậm chí là bằng cấp) thực ra còn có thể gây bất lợi cho kế hoạch của bạn. Nếu có quá nhiều tiền, bạn sẽ tiêu hết nó. Nếu có quá nhiều thời gian, bạn sẽ lãng phí nó. Bất cứ điều gì học được về kinh doanh ở trường cũng có thể làm bạn đi chệch hướng, thậm chí ngăn bạn thực hiện các bước đi đơn giản cần thiết để biến ý tưởng thành hành động. Cuối cùng, vào một lúc nào đó bạn sẽ cần mở rộng đội ngũ, nhưng khi tự mình thực hiện tất cả, bạn sẽ phải bám vào những gì cần thiết nhất. Kế hoạch này sẽ cho bạn thấy cách thức để làm điều đó.

TẠI SAO TÔI VIẾT CUỐN SÁCH NÀY

Tôi đã khởi động và vận hành các dự án làm thêm trong suốt những năm tháng trưởng thành. Thực tế đó là con đường sự nghiệp duy nhất mà tôi biết. Trong hơn 20 năm, tôi đã sống thoải mái qua đủ thứ việc, từ nhập khẩu cà phê đến phát triển trang web. Có giai đoạn tôi đã dành vài năm làm nhân viên cứu trợ ở Tây Phi, rồi theo

đuổi (và hoàn thành) mục tiêu ghé thăm mọi quốc gia trên thế giới. Nếu bạn hỏi tôi làm sao để trở thành một nhân viên tốt hơn, tôi không thể cho bạn lời khuyên. Nhưng nếu bạn muốn biết cách tạo ra một nguồn thu nhập mới, tôi có thể hướng dẫn bạn từng bước qua hành trình này.

Bạn cũng có thể học về con đường làm thêm. Một khi đã nắm được kỹ năng sáng tạo ra ý tưởng, bạn sẽ không quá khó khăn để nghĩ ra ý tưởng mới vào bất cứ lúc nào. Và rồi, khi đã thành thục kỹ năng để biến ý tưởng thành hành động, bạn có thể chuyển đổi chúng thành thu nhập.

Nó giống như thuật giả kim vậy, trừ việc chẳng có ma thuật gì ở đây cả, mà hoàn toàn là thực tế.

Mục đích duy nhất của cuốn sách này là giúp bạn tăng thu nhập và sự bảo đảm, cho bạn nhiều lựa chọn và có thể làm thêm những gì mình mong muốn. Nếu bạn chấp nhận và kiên trì theo đuổi đến cùng, tôi hứa sẽ làm tất cả những gì có thể để giúp bạn trong hành trình này.

CÁCH SỬ DỤNG KẾ HOẠCH 27 NGÀY

Các kỹ năng làm thêm không được dạy ở trường. Trừ khi đặc biệt may mắn, còn không thì bạn cũng chẳng học được gì nhiều từ bố mẹ mình. Kiến thức ở trường chẳng có gì sai, chỉ có điều nó sẽ không giúp bạn được nhiều trong lĩnh vực này. Cách duy nhất để nắm bắt các kỹ năng làm thêm là bắt tay vào làm.

Một ngày nọ, tôi nói chuyện với một người đang bắt đầu công việc làm thêm đầu tiên của mình. Cô là ví dụ điển hình về kiểu người mà cuốn sách này hướng đến. Cô có một công việc tốt và

không hẳn muốn tự mình làm chủ, song cũng muốn phát triển thứ gì đó cho bản thân ngoài giờ làm việc chính. Bởi không biết gì nhiều về việc bắt đầu kinh doanh, cô theo đuổi thứ nghe có vẻ như một kế hoạch hành động bình thường và đăng ký vào một lớp khởi nghiệp kinh doanh kéo dài tám tuần của một trường đại học địa phương. Không may là khóa học này lại chỉ khiến cô bực mình. “Chỉ 15% những gì tôi được học là có ích, còn lại toàn là những điều không liên quan gì đến mục đích của tôi.”

Hãy coi cuốn sách này là một trường học khác. Thay vì dạy bạn cách viết các kế hoạch kinh doanh phức tạp hay dạy cách đi vay tiền, ngôi trường này sẽ chỉ bạn một quy trình hoàn chỉnh gồm lập kế hoạch và hành động, cô đọng trong một lịch trình 27 ngày.

Thay vì phải có mặt trên lớp vào đúng giờ mỗi ngày, bạn có thể học theo lịch của mình. Dù vậy, bạn nên làm theo kế hoạch tổng quát dưới đây, trong đó tất cả các bước được ghép với nhau thành một dự án làm thêm sinh lời.

Mỗi tuần tập trung vào một chủ đề được chia thành năm bước, ngoài ra có thêm các bước phụ thêm ở Tuần 3 và 4. Bạn đừng quá lo lắng về thời gian cần cho mỗi bước – một số có thể được hoàn thành nhanh chóng, số khác có thể khiến bạn chậm hơn một ngày, điều quan trọng là bạn cần đi theo đúng trình tự.

Dưới đây là mục tiêu cho mỗi tuần:

TUẦN 1: Học cách tạo ra những ý tưởng hái ra tiền.

TUẦN 2: Lựa chọn ý tưởng tốt nhất của bạn (không phải ý tưởng nào cũng tốt như nhau!).

TUẦN 3: Chuẩn bị để chia sẻ ý tưởng tốt nhất của bạn với nhóm người phù hợp.

TUẦN 4: Cho ra mắt – có thể là trước khi bạn sẵn sàng – và theo dõi kết quả của mình.

TUẦN 5: Xóc lại và hoàn thiện.

TUẦN 1: LẬP KHO Ý TƯỞNG

Ngày 1: Dự đoán tương lai

Ngày 2: Tiễn mọc trên cây như thế nào?

Ngày 3: Động não, vay mượn hoặc “chôm” ý tưởng

Ngày 4: Cân nhắc cơ hội và thách thức của từng ý tưởng

Ngày 5: Dự đoán lợi nhuận trên mặt sau của tờ khăn giấy

TUẦN 2: LỰA CHỌN Ý TƯỞNG TỐT NHẤT

Ngày 6: Dùng bộ lọc làm thêm để so sánh ý tưởng

Ngày 7: Trở thành thám tử

Ngày 8: Cuộc hẹn tưởng tượng với khách hàng lý tưởng

Ngày 9: Biến ý tưởng thành lời mời chào

Ngày 10: Tạo nên câu chuyện khởi đầu của bản thân

TUẦN 3: CHUẨN BỊ CẤT CÁNH

Ngày 11: Tập hợp những thứ cơ bản

Ngày 12: Quyết định ra giá lời mời chào

Ngày 13: Tạo giỏ mua hàng cho dự án làm thêm

Ngày 14: Thiết lập một cách để được trả công

Ngày 15: Thiết kế tiến trình công việc đầu tiên

Ngày 16: Dành thêm 10% thời gian vào những nhiệm vụ quan trọng nhất

TUẦN 4: ĐƯA Ý TƯỞNG CỦA BẠN ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI

Ngày 17: Công bố lời mời chào của bạn

Ngày 18: Bán hàng như nữ hướng đạo sinh

Ngày 19: Nhờ mười người giúp đỡ

Ngày 20: Thử, thử nữa, thử mãi

Ngày 21: Càn quét cửa hàng

Ngày 22: Đóng khung tờ tiền đầu tiên

TUẦN 5: XỐC LẠI VÀ HOÀN THIỆN

Ngày 23: Theo dõi tiến độ và quyết định những bước đi tiếp theo

Ngày 24: Phát triển những gì hiệu quả, loại bỏ những gì không cần thiết

Ngày 25: Tìm tiền dưới đá

Ngày 26: Hãy tổng nó ra khỏi đầu

Ngày 27: Trở lại tương lai

ĐẾN LƯỢT BẠN: BẮT TAY VÀO VIỆC THÔI!

Đến lúc này, bạn nên xác định xem liệu cuộc sống làm thêm có dành cho mình hay không. Dưới đây là một bài trắc nghiệm nhanh:

Bạn có thích ý tưởng có nhiều hơn một nguồn thu nhập không?

Bạn có sẵn sàng dành ra ít nhất 30 phút mỗi ngày để phát triển dự án làm thêm của mình, trong ít nhất là 27 ngày sắp tới?

Nếu câu trả lời cho hai câu hỏi trên là “Có”, kế hoạch này dành cho bạn. Tuy nhiên, có một cảnh báo nhỏ: Trong cuốn sách này, tôi sẽ hướng dẫn cụ thể về những việc bạn phải làm. Tôi đã làm thêm trong hơn 20 năm và làm việc với hàng nghìn người bắt đầu khởi

nghiệp. Tôi biết điều gì hiệu quả và điều gì không. Tôi muốn bạn thành công, không lãng phí thời gian và sức lực. Vì vậy, hãy tin vào quy trình này.

THEO DÕI TIẾN ĐỘ: CÁC CÔNG CỤ MIỄN PHÍ

Cuối cùng, mọi thứ bạn cần để thành công đều ở trong những trang sách này, nhưng tôi cũng tạo thêm vài công cụ nữa cho những ai muốn được giúp đỡ thêm đôi chút để hoàn tất hành trình. Đầu tiên là một công cụ theo dõi nhiệm vụ miễn phí giúp bắt kịp tiến độ. Đôi khi có một lời nhắc nhở trực quan về tình hình công việc sẽ giúp ích cho bạn rất nhiều. Thứ hai là một cộng đồng trực tuyến nơi những người làm thêm như bạn có thể tham gia cùng những người cũng đang đối diện với thách thức này. Bạn không phải làm điều này với một nhóm, song nhiều người thấy rằng làm như vậy khá hữu ích.

Cuối cùng, tôi sẽ đăng các tài liệu khác trên mạng, bạn có thể vào trang SideHustleSchool.com để đăng ký và nhận chúng.

Cho dù yêu công việc chính của mình hay đang khó chịu với nó, mọi người đều nên có nhiều hơn một nguồn thu nhập. Và bởi bạn là người đưa ra quyết định, nên nó cũng có thể khá thú vị – chỉ có điều không như những kiểu giải trí thông thường, sự thú vị này thực sự đem về cho bạn nhiều tiền. Hãy nhớ rằng, công việc làm thêm là một kiểu bảo đảm việc làm mới. Không có bất lợi nào, còn cơ hội lại là không giới hạn.

Giờ đây, hãy bắt đầu biến ý tưởng của bạn thành hiện thực!

Tuần 1

LẬP KHO Ý TƯỞNG

Công việc làm thêm có nhiều ích lợi, nhưng tất cả đều bắt nguồn với một ý tưởng. Tuần đầu tiên sẽ dạy bạn cách tạo nên những ý tưởng kinh doanh thực sự hiệu quả.

TUẦN 1: LẬP KHO Ý TƯỞNG

Ngày 1: Dự đoán tương lai

Ngày 2: Tiễn mọc trên cây như thế nào?

Ngày 3: Động não, vay mượn hoặc "chôm" ý tưởng

Ngày 4: Cân nhắc cơ hội và thách thức của từng ý tưởng

Ngày 5: Dự đoán lợi nhuận trên mặt sau một tờ khăn giấy

Ngày 1

DỰ ĐOÁN TƯƠNG LAI

Công việc làm thêm mang đến nhiều lợi ích và không hề có bất lợi. Tất cả bắt đầu với câu trả lời cho một câu hỏi quan trọng: 27 ngày tính từ lúc này, điều khác biệt gì sẽ xảy đến trong cuộc sống của bạn?

Trước khi bắt đầu, có một điều tôi cần nói rõ: Công việc làm thêm không chỉ là vấn đề có thêm tiền đổ vào tài khoản ngân hàng, dù việc đó có ích đến thế nào. Một công việc làm thêm thực sự có thể thay đổi cuộc sống của bạn. Khi bạn tự xây dựng điều gì đó cho chính mình, ngay cả khi vẫn đang tiếp tục công việc hàng ngày, bạn cũng sẽ trở nên mạnh mẽ hơn, quyền lực hơn. Bạn phát triển được sự tự tin. Bạn tạo được sự bảo đảm, cả ở việc tăng thu nhập lẫn mở ra nhiều cơ hội hơn cho bản thân trong tương lai. Vậy nên, ngay từ đầu cuộc hành trình này, hãy suy nghĩ về tương lai. Luôn giả định rằng công việc làm thêm này sẽ thành công. Điều đó có ý nghĩa thế nào với bạn? Cuộc sống của bạn sẽ thay đổi ra sao? Hãy xem ba mục tiêu phổ biến của việc làm thêm dưới đây, mục tiêu nào là phù hợp nhất với bạn?

Mục tiêu 1: Kiếm thêm tiền để đáp ứng một mục đích cụ thể, có thể là trả nợ, mua một món đồ có giá trị lớn, đi du lịch hoặc chỉ để lập quỹ phòng khi khẩn cấp.

Mục tiêu 2: Tạo ra một nguồn thu nhập bền vững và liên tục sẽ giúp thay đổi chất lượng cuộc sống của bạn.

Mục tiêu 3: Thay thế hoặc vượt qua thu nhập từ công việc chính hiện tại.

Hãy lưu ý rằng, không có mục tiêu nào trên đây là tốt hơn hay tốt nhất. Tùy vào sở thích và cách sống của bạn, có thể mục tiêu 1 là tốt hơn so với 2 hay 3. Ngoài ra, nếu từng làm thêm rồi thì mục tiêu bạn đặt ra vài năm trước có thể đã thay đổi, cũng như cuộc sống của bạn cũng dần thay đổi theo thời gian. Công việc làm thêm linh động và có thể đáp ứng nhiều vai trò khác nhau, ở những thời điểm khác nhau.

Tham khảo những quyết định của người khác dựa trên mục tiêu có thể giúp ích khi bạn đang suy nghĩ về mục tiêu của mình:

Mục tiêu 1: Nick muốn trả hết món nợ 2.500 đô-la; tuy không phải quá lớn, nhưng nó khiến anh bận tâm. Chỉ trong vòng vài tuần ngắn ngủi sau khi bắt đầu công việc làm thêm đầu tiên là bán lại các trò chơi điện tử kinh điển, anh đã trả hết nợ.

Mục tiêu 2: Bob và Barb, một cặp trung niên ở Philadelphia, đã quyết định cùng nhau làm thêm bằng cách may áo bóng chày. Về lâu dài, công việc này sẽ đem tiền thật về tài khoản của họ hàng tháng— thậm chí còn có thể phát triển hơn nữa – nhưng họ vẫn không coi đây là nguồn thu nhập chính của mình.

Mục tiêu 3: Sau mười năm làm giáo viên, Michael muốn có một bước chuyển trong cuộc sống, chuyển sang làm việc tự do, tự làm chủ. Do đã quá chán ngán với giá dịch vụ quá cao, anh nảy ra ý tưởng về một công việc làm thêm giúp mọi người giảm đáng kể hóa đơn phải trả. Mỗi ngày, anh thức dậy lúc 4 giờ sáng để thực

hiện dự án trước giờ lên lớp, nhưng nỗ lực bỏ ra là vô cùng xứng đáng: sau một năm, công việc đã phát triển đến mức anh có thể nghỉ dạy và kinh doanh độc lập.

Trên đây là vài mục tiêu lớn, nhưng một số người làm thêm còn có thể vì những mục tiêu cá nhân và cụ thể hơn: lập quỹ du lịch cho bản thân, trải nghiệm một dự án mà họ muốn theo đuổi, hỗ trợ cho một hội từ thiện mà họ tin tưởng hoặc một lý do nào khác. Mục tiêu thực sự là không giới hạn.

Công việc làm thêm giống như một thú vui, duy chỉ có một khác biệt lớn: hầu hết thú vui khiến chúng ta tốn tiền, trong khi việc làm thêm thì giúp chúng ta có tiền. Giống như bạn đang chơi trò kinh doanh, được trả tiền để thử điều gì đó mới mẻ và trau dồi thêm những kỹ năng.

Hãy nghĩ kỹ và lập kế hoạch trước về khoảng thời gian 27 ngày từ bây giờ. Nếu theo kế hoạch này, đó sẽ là thời điểm mà công việc làm thêm của bạn sẵn sàng hoạt động. Cuộc sống của bạn sẽ ra sao? Công việc làm thêm sẽ đưa bạn đến đâu?

Ngày 2

TIỀN MỘC TRÊN CÂY NHƯ THẾ NÀO?

Có một số ý tưởng công việc làm thêm tốt hơn những ý tưởng khác. Hãy nghiên cứu ba phẩm chất tạo nên một ý tưởng tuyệt vời và cách làm sao tìm được ý tưởng có tiềm năng phát triển nhất.

Julia Kelly, một nhà thiết kế đồ họa ở San Diego, muốn kiếm thêm tiền. Sau khi tốt nghiệp đại học, cô tạm thời làm họa sĩ vẽ tranh biếm họa tại một công viên giải trí địa phương. Cô rất có năng khiếu trong việc vẽ phác họa nhanh, và điều này khiến mọi người vui vẻ.

Nhưng bất chấp những kỹ năng sẵn có, công việc bán thời gian trong hè của Julia lại có một khởi đầu không hề dễ dàng: công viên có một quy tắc nghiêm ngặt là họa sĩ không được phác họa trước bằng bút chì, nên ngay từ đầu cô đã phải dùng bút lông không thể tẩy xóa. Nói cách khác là không có nút quay trở lại – không có cách nào để hoàn tác sai lầm hay xóa đi và bắt đầu lại. Việc vẽ trước một đám đông người xem đã đáng sợ nay lại càng đáng sợ hơn khi bạn phải bảo đảm mỗi nét vẽ của mình hoàn hảo từ đầu đến cuối.

Cuộc thử lửa tuy căng thẳng nhưng lại mang đến thành công không ngờ. Sau vài tuần, Julia không còn sợ hãi nữa. Thay vào đó, cô thấy tự tin. Cô thành thạo thêm một kỹ năng mới! Cô được thưởng bằng nụ cười vui vẻ của những đứa trẻ, cũng như sự

biết ơn của cha mẹ chúng, khi bước đi cùng một kỷ niệm hữu hình dán được lên cánh tủ lạnh hoặc thậm chí là đóng khung treo tường.

Nhưng có một vấn đề xuất hiện ở đây: mức lương tối thiểu – thứ Julia nhận được chủ yếu lại chỉ là những nụ cười. Những khuôn mặt hạnh phúc thì tốt đấy, nhưng không đổi được thành tiền.

Khi mùa hè kết thúc, Julia muốn tiếp tục vẽ chân dung và tất nhiên cũng muốn kiếm thêm tiền. Đó chính là lúc cô nhận ra mình có thể tự cung cấp dịch vụ. Cô viết thư cho mọi trường học trong vùng, hỏi xem liệu họ có muốn thuê cô đến sự kiện tiếp theo mà họ tổ chức không. Sau lần thử thứ tư, có người phản hồi rằng sẽ có sự kiện diễn ra trong tuần. Liệu cô có thể mang bút đến làm việc vài giờ không?

Julia thực sự đã làm vậy. Sự kiện này tiếp nối sự kiện khác, rồi một sự kiện khác nữa – chẳng bao lâu sau, cô kiếm được khoản thù lao 100 đô-la cho một giờ đồng hồ tham gia sự kiện liên quan đến doanh nghiệp, cao hơn nhiều so với mức từng kiếm được ở công viên giải trí. Đó đã là một thành công to lớn, nhưng Julia chưa dừng lại. Cô nung nấu một ý tưởng lớn hơn, có thể khiến thu nhập của cô thậm chí còn cao hơn nữa.

Với nhiều kinh nghiệm hơn, Julia học được cách vẽ biếm họa kỹ thuật số, một hình thức truyền thông mới vẫn chưa quá phổ biến. Thay vì vẽ bằng bút lông, cô dùng máy tính bảng. Khi vẽ xong, cô có thể in ra và gửi qua email cho khách hàng. Họ thường đăng lên Facebook cho bạn bè cùng xem.

Việc này đem đến cho sản phẩm của Julia sự ấn tượng mà không họa sĩ tự do nào khác trong vùng có được, giúp giá trị thu được từ dịch vụ của cô tăng vọt. Cô bắt đầu tính phí 250 đô-la cho

mỗi giờ, tập trung vào các sự kiện doanh nghiệp có ngân sách lớn cho những trải nghiệm phù hợp. Mức giá cao hơn này là quá sức đối với một số nhà tổ chức sự kiện, nhưng nhiều người khác thì sẵn lòng chấp nhận. Vậy là, giờ đây Julia kiếm được nhiều hơn gấp hai lần rưỡi trong khi vẫn giữ nguyên thời gian làm việc. Cây tiền của Julia mọc lên nhanh chóng.

MỘT SỐ Ý TƯỞNG TỐT HƠN NHỮNG Ý TƯỞNG KHÁC

Sau khi hiểu rằng tiền thực sự mọc được trên cây, bước tiếp theo của bạn là học cách gieo đúng hạt giống. Hạt giống cho cây tiền chính là những ý tưởng tạo ra tiền. Để cây đơm hoa kết trái, bạn cần bỏ công sức để biến những ý tưởng đó thành hành động. Bước đầu tiên của bạn là tìm ra đúng ý tưởng. Tuy rằng ban đầu có thể không rõ ràng, nhưng nếu tìm kỹ, bạn sẽ thấy không thiếu những ý tưởng chuyển được thành tiền đang chờ bạn nắm lấy.

Mọi công việc làm thêm đều bắt đầu bằng một ý tưởng – và để có kết quả tốt nhất, bạn có thể cần nhiều hơn chỉ một. Trước khi chúng ta tiếp tục, bạn hãy lưu ý một điều quan trọng về những ý tưởng làm thêm: không phải tất cả chúng đều như nhau. Thực tế là, khoản lợi nhuận mà mỗi ý tưởng đem lại có thể chênh lệch cực kỳ lớn. Trong trường hợp của Julia, một ý tưởng của cô có giá 8 đô-la/giờ, ý tưởng khác đem lại 100 đô-la, và một ý tưởng khác nữa thu được con số “khủng” lên đến 250 đô-la. Chúng ta có thể thấy rõ cách nào là tốt nhất.

Nhưng để tìm được cách làm tốt nhất không hề đơn giản, bởi không phải lúc nào bạn cũng có thể so sánh những ý tưởng tương tự nhau. Tuy nhiên, hầu như mọi ý tưởng làm thêm đáng theo đuổi

đều có ba đặc tính: khả thi, có khả năng sinh lời và có sức thuyết phục.

Ý TƯỞNG CỦA BẠN CÓ KHẢ THI KHÔNG?

Mục tiêu của bạn là bắt đầu một dự án trong khoảng thời gian ngắn để kiếm tiền ngoài thời gian làm công việc chính của mình. Nếu có bất cứ phần nào trong phương trình này không thể hiện rõ ràng ngay lập tức trong ý tưởng mà bạn đang cân nhắc thì đó không phải là một ý tưởng khả thi.

Bắt đầu một dự án/Kiểm được tiền/Trong khoảng thời gian ngắn

Bắt đầu một dự án: Bạn sẽ thực sự làm điều này, chứ không phải là chỉ nghĩ về nó. Khi nghĩ về một ý tưởng, bạn có cảm thấy phấn khích không? Bạn có thể hình dung ra các bước tiếp theo không? Nếu không, hãy từ bỏ ý tưởng đó.

Kiểm được tiền: Hãy nhớ, công việc làm thêm không phải là thú vui. Công việc làm thêm tạo ra thu nhập. Nếu bạn không nhìn thấy một cơ hội rõ ràng để được nhận thù lao, hãy từ bỏ ý tưởng đó.

Trong khoảng thời gian ngắn: Nếu ý tưởng của bạn đòi hỏi phải theo đuổi ba năm mới có thể bắt đầu, hãy từ bỏ ý tưởng đó.

Ý tưởng khả thi là ý tưởng mà bạn có thể biến thành hiện thực bằng các kỹ năng, thời gian và nguồn lực mình sẵn có. Nói một cách đơn giản thì một ý tưởng không khả thi thường không đáng để cân nhắc. Kể cả khi không biết hết tất cả các bước đi thì bạn cũng phải nắm được lộ trình hiện thực hóa ý tưởng. Trong trường hợp của Julia, cô thích vẽ tranh biếm họa và giỏi việc đó. Cô có cả kỹ

năng lẫn mong muốn biến ý tưởng thành hành động. Bởi biết rằng các công ty thường thuê họa sĩ vẽ chân dung, cô tự tin rằng ý tưởng của mình là thứ mà người ta sẽ chịu chi tiền. Và cuối cùng, vì sản phẩm không đòi hỏi nhiều công tác chuẩn bị, nên cô cũng biết rằng chỉ cần vài ngày để công việc làm thêm của mình có khởi đầu tốt đẹp.

Ý TƯỞNG CỦA BẠN CÓ KHẢ NĂNG SINH LỜI KHÔNG?

Bạn không tìm kiếm một ý tưởng chỉ đơn thuần nghe có vẻ hay hay, bạn đang tìm kiếm một ý tưởng có khả năng sinh lời. Để bảo đảm bạn hiểu được sự khác biệt, hãy xem xét hai ví dụ sau về hai ý tưởng hoàn toàn khác nhau. Đầu tiên là ý tưởng của một đầu bếp với tình yêu dành cho những món tráng miệng cao cấp:

“Tôi muốn bắt đầu một câu lạc bộ kem-của-tháng mang hương vị thơm ngon, được làm thủ công cho dân văn phòng. Dịch vụ này được tiếp thị đến các giám đốc nhân sự và CEO của các doanh nghiệp nhỏ, như một cách nâng cao tinh thần và đưa nhân viên xích lại gần nhau bằng những trải nghiệm xã hội thường xuyên.”

Trong ví dụ này, thị trường mục tiêu đã được xác định rõ ràng. Chắc chắn phần việc hậu cần về bảo quản và vận chuyển tất cả số kem đó có thể có chút phức tạp, nhưng đáng để khám phá nếu bạn biết cách có được nguyên liệu cũng như xác định được những khách hàng ban đầu của mình là ai. Ít nhất thì ý tưởng này cũng có khả năng sinh lời, và đó là điều bạn muốn.

Và giờ, hãy xem xét ý tưởng thứ hai, từ một sinh viên mới tốt nghiệp đang bắt đầu phần đầu ở một công ty tư vấn:

“Tôi muốn tạo nên một ứng dụng giới thiệu hình thức thanh toán mới cho những người không thích sử dụng thẻ tín dụng hay tiền mặt.”

Ý tưởng này có thú vị không? Hẳn rồi! Nhưng bạn sẽ bắt đầu xây dựng và tiếp thị nó như thế nào? Đó có thể là một khối lượng công việc khổng lồ và tốn kém, kể cả khi bạn đã có nền tảng công nghệ thông tin lẫn tài chính. Và ngay cả khi có thể dễ dàng xây dựng thì bạn sẽ làm thế nào để khiến nó nổi bật lên giữa tất cả những ứng dụng thanh toán khác đang có mặt trên thị trường? Trong trường hợp tốt nhất thì nó sẽ có một quy mô khổng lồ, đòi hỏi phải cống hiến và cố gắng rất nhiều. Việc làm thêm không phải là như thế.

Có một phép thử nhanh thế này: nếu cảm thấy khó có thể giải thích lợi ích chính trong một hoặc hai câu, bạn nên suy nghĩ lại về ý tưởng này. Nếu lợi ích chính không rõ ràng với các khách hàng tiềm năng, bạn sẽ không thể biến nhiều người trong số đó trở thành khách hàng sẵn sàng chi tiền cho bạn.

Công việc làm thêm sẽ đem tiền về, chứ không phải khiến bạn mất tiền. Nếu bạn không thấy tiềm năng kiếm được tiền từ ý tưởng đó, nhất là trong khoảng thời gian ngắn, có lẽ đó không phải là ý hay.

Ý TƯỞNG CỦA BẠN CÓ SỨC THUYẾT PHỤC KHÔNG?

Còn một yếu tố nữa cần cân nhắc khi bạn động não lựa chọn ý tưởng của mình. Có một ý tưởng tốt là chưa đủ, kể cả khi nó có tiềm năng sinh lời rất cao. Ý tưởng của bạn phải đến đúng thời điểm, có sức thuyết phục đến mức khách hàng khó có thể từ chối.

Mới đây, tôi đến một sự kiện nơi phí đỗ xe là 25 đô-la. Thông thường, phí đỗ xe ở đây là 5 đô-la, nhưng bởi có sự kiện đặc biệt nên đã tăng đến 500% chỉ sau một đêm. Tôi có vui vẻ trả 25 đô-la cho thứ có giá trị chỉ 5 đô-la không? Không. Nhưng tôi có trả không? Có. Cung và cầu đảm bảo rằng hôm đó chủ bãi xe đang cung cấp một dịch vụ rất thuyết phục.

Đôi khi, bạn sẽ có những ý tưởng chưa sẵn sàng. Không sao cả, bạn có thể giữ lại để dành. Tốt nhất hãy tập trung những nỗ lực hiện tại của bạn vào thứ đang có sức thuyết phục ngay lúc này. Để thành công, bạn cần có đúng ý tưởng, vào đúng thời điểm.

KHÁM PHÁ VÀ THEO ĐUỔI NHỮNG Ý TƯỞNG GIÀU TIỀM NĂNG

Không phải ý tưởng công việc làm thêm nào cũng đáng để theo đuổi, và khả năng tách biệt ý tưởng nhiều tiềm năng với những ý tưởng không ai quan tâm, hoặc ý tưởng chỉ đơn thuần thú vị là một kỹ năng then chốt để bắt đầu công việc làm thêm sinh lời nhanh chóng. Luyện tập một chút, bạn có thể làm được điều này ngay.

Những ý tưởng không ai quan tâm có các đặc điểm sau:

Trừu tượng, khó đơn giản hóa hoặc chuyển đổi thành hành động.

Là điều gì đó mà bạn không biết phải làm như thế nào (hoặc đòi hỏi những kỹ năng mà bạn không có).

Bạn mơ hồ, không có ý tưởng cụ thể về người nào sẽ trả tiền cho nó.

Cần nhiều chi phí bảo dưỡng hoặc đòi hỏi nhiều thời gian mới tạo ra kết quả.

Những ý tưởng giàu tiềm năng có các đặc điểm sau:

Lộ trình biến ý tưởng thành hiện thực đơn giản, có thể mô tả trong một câu.

Là điều gì đó mà bạn biết cách làm, hoặc có thể dễ dàng tìm ra cách làm.

Giải quyết một vấn đề hoặc khiến cho cuộc sống của ai đó trở nên dễ dàng hơn, theo một cách rõ ràng (và người ta sẵn sàng trả tiền cho nó).

Chi phí bảo dưỡng thấp và dễ dàng cung cấp, không cần quá nhiều sự chuẩn bị hay phải làm nhiều việc nối tiếp nhau.

Sẽ mang về thu nhập, không chỉ một lần mà là trên cơ sở định kỳ.

Khi xem xét giữa nhiều lựa chọn khác nhau, bạn hãy bỏ qua những ý tưởng chỉ đơn thuần thú vị. Thay vào đó, hãy chọn những ý tưởng có nhiều tiềm năng!

DANH SÁCH KIỂM TRA Ý TƯỞNG GIÀU TIỀM NĂNG

Có thể mô tả cách biến ý tưởng của mình thành hành động trong một câu không?

Cách để bạn kiếm được tiền với ý tưởng này có rõ ràng không?

Ý tưởng này có giải quyết một vấn đề nào đó cho ai đó không?

Có thể tìm được cách nào khiến ý tưởng này nhanh chóng diễn ra không?

Chi phí bảo dưỡng đòi hỏi cho ý tưởng này có tương đối thấp không?

Có thể được trả tiền nhiều hơn một lần cho ý tưởng này không?

Càng nhận được nhiều câu trả lời “Có” thì ý tưởng của bạn càng nhiều tiềm năng. Còn câu trả lời là “Có” cho tất cả những câu hỏi trên? Thế thì hãy bắt tay vào làm ngay thôi!

Julia, họa sĩ vẽ biếm họa, đã đưa ra một loạt lựa chọn thông minh, từ chỗ làm việc theo hợp đồng ngắn hạn ở công viên giải trí đến một họa sĩ tự do có mức thù lao cao. Bởi bản thân công việc vẽ biếm họa đã là một hình thức nghệ thuật, nên đầu tiên cô học việc tại công viên giải trí để nắm được những điều cần làm. Khi đã có được sự tự tin, cô chuyển từ một nhân viên hợp đồng sang làm việc tự do, khiến thu nhập mỗi giờ tăng từ 8 lên 100 đô-la. Cuối cùng, cái giá này tăng vọt lên thành 250 đô-la khi cô biết đến một hình thức truyền thông mới và bắt đầu cung cấp thứ mà chưa có ai trên thị trường từng cung cấp. Ý tưởng của cô là khả thi, có khả năng sinh lời và có sức thuyết phục.

Tháng 5 năm 2013, Julia nghỉ công việc chính thức và bắt đầu sống nhờ thu nhập từ công việc “phụ thêm” – khi ấy đã đem về hơn 100.000 đô-la mỗi năm, dù cô thường chỉ làm việc trực tiếp tại sự kiện một ngày mỗi tuần.

Hãy nhớ rằng, bạn không cần những ý tưởng thú vị đơn thuần. Bất cứ khi nào có một ý tưởng, hãy cân nhắc xem nó khả thi đến đâu và khả năng sinh lời ở mức nào. Ngoài ra, hãy cân nhắc xem nó

có sức thuyết phục hay không – có phải là ý tưởng đúng đắn ngay lúc này hay không?

Nếu bạn chưa có bất kỳ ý tưởng nhiều tiềm năng nào thì cũng đừng lo. Đến cuối bước ngay tiếp theo đây, bạn sẽ có.

Ngày 3

ĐỘNG NÃO, VAY MƯỢN HOẶC “CHÔM” Ý TƯỞNG

Ý tưởng về công việc làm thêm có ở khắp mọi nơi. Hãy sử dụng những kiến thức bạn đã học được về các ý tưởng giàu tiềm năng. Giờ là lúc để động não, vay mượn hoặc “chôm chia” ít nhất ba khả năng cho việc làm thêm của bạn.

Dan Khadem là lập trình viên cơ sở dữ liệu cho một bệnh viện ở Colorado. Bởi hết ngày này sang ngày khác phải quét qua hàng núi dữ liệu phức tạp, anh biết cách sắp xếp dữ liệu theo nhiều cách khá tài tình. Một trong những công cụ mà anh thường sử dụng nhất là Microsoft Access, phần mềm được sử dụng rộng rãi trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe.

Access khác một chút so với Microsoft Word hay Excel, vốn được thiết kế thân thiện với người dùng và không đòi hỏi bất kỳ sự đào tạo đặc biệt nào. Bất cứ ai cũng có thể mở Access và bắt đầu, nhưng để thực sự thành thạo được nó đòi hỏi rất nhiều thời gian và công sức mài mòn. Nếu không có hướng dẫn, nhiều khả năng bạn sẽ cảm thấy bị choáng ngợp.

Với Dan, việc lập trình cơ sở dữ liệu đến khá tự nhiên. Anh có bằng kỹ sư và đã dành hàng trăm giờ đồng hồ để khám phá mọi góc ngách của Access. Anh cũng thích nghi khá tốt với thế giới làm thêm. Kể từ khi tốt nghiệp phổ thông, Dan đã phải tự lo liệu tài chính cho bản thân, dần tích tụ thành khoản vay lên đến 45.000 đô-

la. Anh muốn trả hết số nợ này và để dành cho tuổi già, vậy nên anh bắt đầu theo đuổi vài công việc làm thêm khác nhau. Anh nghe ngóng thị trường bất động sản cho thuê và cuối cùng sở hữu hai căn. Anh thực hiện các khảo sát được trả phí, tham gia các nghiên cứu được trả công bằng cách tận dụng vị trí thuận tiện của nơi làm việc trong bệnh viện, nơi mà khá nhiều nghiên cứu loại này được tiến hành.

Dan biết rằng có rất nhiều người sử dụng Microsoft Access mỗi ngày, đặc biệt là trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe, ngoài ra còn có lĩnh vực năng lượng hay công nghiệp môi trường. Vậy nên anh tham gia vào một trang hướng dẫn, nơi mà bất cứ ai với chứng chỉ phù hợp cũng có thể cung cấp dịch vụ dạy kèm cho người học trên toàn thế giới. Bởi có chuyên môn nghiệp vụ nên chẳng mất nhiều thời gian, anh đã có khách hàng đầu tiên cho mình. Dan quyết định thu phí 55 đô-la mỗi giờ học trực tuyến, và 65 đô-la một giờ nếu học trực tiếp.

Mọi việc diễn ra khá suôn sẻ. Dan dạy vài tiếng mỗi tuần, kiếm được trung bình hơn 500 đô-la mỗi tháng, có khi lên tới 1.000 đô-la. Nhưng anh cũng để ý thấy một số học viên tìm đến mình còn có thêm những nhu cầu về cơ sở dữ liệu khác không thể đáp ứng chỉ đơn giản bằng việc dạy kèm. Những người này cần được trợ giúp nhiều hơn, thậm chí là cả một dịch vụ hoàn chỉnh. Ví dụ, một số người cần được giúp đỡ xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng, số khác lại cần một hình thức tư vấn chi tiết hơn. Dần dần, hoạt động gia sư trở thành cánh cửa dẫn đến những công việc cấp cao hơn, với chi phí dao động trong khoảng từ 80 đến 125 đô-la mỗi giờ.

Cũng như mọi công việc làm thêm khác, khoản tiền tăng lên thật tuyệt vời, nhưng Dan nhận thấy công việc này còn đem đến nhiều lợi ích khác nữa. “Tôi thích được gặp gỡ mọi người và xây dựng các mối quan hệ mới,” anh nói. “Mọi người khá dễ chịu, đặc biệt khi họ coi tôi là chuyên gia về thứ mà họ đang cần.” Anh cũng có cơ hội để đa dạng hóa kỹ năng của mình, tích lũy kinh nghiệm với các chức năng lập trình đa dạng hơn nhiều so với những gì vẫn làm hàng ngày – và còn được trả công để thực hiện việc đó.

Dan rõ ràng là một kỹ sư tài năng, giỏi về cơ sở dữ liệu, nhưng ngoài ra còn có một kỹ năng thậm chí còn quan trọng hơn thế: khả năng hình dung và hiện thực hóa các ý tưởng làm thêm. Nói cho cùng, không phải nhân viên nào trong bệnh viện cũng biết cách kiếm 200 đến 300 đô-la mỗi tháng từ việc tham gia vào các nghiên cứu. Không phải kỹ sư máy tính nào cũng thấy được cơ hội kiếm tiền trong việc dạy kèm kỹ năng cơ sở dữ liệu. Và cuối cùng, không phải mọi gia sư trực tuyến đều có thể nhận ra rằng học viên có thể dẫn họ đến những cơ hội tốt hơn từ các dự án theo yêu cầu. Dan đã khôn ngoan nhận ra rằng rất nhiều chuyên gia phải xoay xở với một khối lượng lớn dữ liệu, họ sẵn sàng trả tiền để học cách làm việc nhanh và hiệu quả hơn.

Để thành công trong việc làm thêm, đây là lời suy nghĩ mà bạn cần nắm được.

Ý TƯỞNG CÓ THỂ TRỞ THÀNH TÀI SẢN

Ý tưởng làm thêm luôn hiện diện xung quanh bạn. Rất nhiều trong số những ý tưởng này có thể được chuyển đổi thành tiền. Mục tiêu của việc tạo dựng công việc làm thêm là biến ý tưởng của

bạn thành tài sản, thứ có giá trị thực và tạo ra thu nhập theo thời gian. Khi nghĩ về tài sản, bạn có thể liên tưởng đến chứng khoán, cổ phiếu và các quỹ tương hỗ – tất cả đều là một dạng tài sản, theo nghĩa nếu bạn bỏ công sức đúng cách, chúng có thể được quy đổi ra tiền.

Giờ hãy tưởng tượng việc một người họ hàng giàu có vừa cho bạn một giấy chứng nhận cổ đông đáng giá rất nhiều tiền, ít nhất là trên giấy tờ. Dù vậy, bạn không thể đổi ra tiền thật nếu không có ai chấp nhận mua nó. Ngay cả khi số cổ phiếu đó có thể trị giá đến 1 triệu đô-la đi nữa thì cũng chẳng có nghĩa lý gì. Nếu không có cách nào đổi thành tiền, bạn có nó cũng như không.

Ý tưởng làm thêm cũng như tờ chứng nhận cổ đông đó. Chúng có tiềm năng đem lại giá trị thật – nhưng chỉ khi bạn chuyển đổi được mà thôi. Còn nếu vẫn nằm trong đầu bạn hay trong vài ghi chép vội vàng ở sổ tay, giá trị của chúng vẫn bị giữ lại trong thế giới của tiềm năng. Mục tiêu của bạn – một người muốn làm thêm – là phải mở khóa được tiềm năng đó và bắt đầu chuyển đổi ý tưởng thành lợi nhuận.

GIỜ HÃY CÙNG TẠO RA VÀI Ý TƯỞNG!

Để khởi động lối suy nghĩ giúp bạn tìm thấy các ý tưởng có thể tạo ra tiền, hãy tưởng tượng bạn đang lái xe ngoài phố. Hãy chú ý kỹ đến những thứ xung quanh dọc đường – bạn không thể biết được lúc nào một ý tưởng hay ho sẽ xuất hiện đâu.

Lúc này, điều đầu tiên có thể nhận ra là không phải chỉ có mình bạn di chuyển trên đường. Còn rất nhiều người khác cũng đang lái

xe, và họ đang đi đâu? Họ đang đi làm hay đi mua sắm? Tại đây, chúng ta bắt đầu nhận ra một số khả năng.

Đầu tiên, tất cả những người này đều cần đi đến một nơi nào đó. Nếu có xe và sống trong thành phố, bạn có thể đăng ký tham gia dịch vụ đi chung xe và đưa người ta đến nơi họ muốn – kể cả khi bạn chỉ có một tiếng đồng hồ để lòng vòng chở khách trước khi vào giờ làm. Cái hay của việc tham gia dịch vụ này là bạn quyết định được chính xác thời gian làm, và làm trong bao lâu. (Ghi chú: đây không nhất thiết là ý tưởng tốt nhất dành cho bạn, nhưng chúng ta sẽ nói về vấn đề này sau.)

Tiếp đến, hãy để ý những người không lái xe. Một vài người có thể đang dắt chó đi dạo, mang mấy túi quần áo mới giặt khô ngoài tiệm hay túi hàng tạp hóa. Nhiều người trong số này có thể sẵn lòng trả công hậu hĩnh để được giúp đỡ, đồng thời cũng có nhiều dịch vụ thuê ngoài mà bạn có thể tham gia và bắt đầu làm việc ngay hôm nay. Bạn thường có thể tự định mức tiền công, rồi tăng mức ấy lên khi đã bắt đầu được biết đến nhiều hơn. Hoặc bạn cũng có thể tự bắt đầu dịch vụ riêng, đi lòng vòng làm việc lặt vặt và kiếm thêm một, hai khoản thu nữa khi rảnh rỗi.

Bạn còn có thể để ý thấy một nhóm người xếp hàng bên ngoài quán cà phê hay cả một đoàn xe trước tấm bảng hiệu của tiệm rửa xe trọn gói. Tiếp tục đi theo luồng suy nghĩ, bạn hãy tự hỏi mình: “Những người này đang làm gì, và họ đang cần gì?”, nhiều khả năng bạn sẽ nhìn ra một vài cơ hội khác, ví dụ như:

- Giao cà phê cho dân công sở không ở gần các tiệm cà phê.
- Mở dịch vụ rửa xe di động gần đường nhánh dẫn vào cao tốc (bao gồm tấm biển: Wifi miễn phí trong khi chờ).

- Mở dịch vụ “tổ chức cuộc sống” giúp những người bận rộn lập kế hoạch trong tuần và trở nên hiệu quả hơn khi chạy việc vặt.

Bắt đầu với ý tưởng nào trong số này cũng đều tốt cả, nhưng nếu nghĩ kỹ hơn, bạn sẽ bắt đầu nhận ra còn có những ý tưởng thậm chí còn tốt hơn và đem về nhiều tiền hơn nữa. Nói cho cùng, công việc làm thêm không nên trở thành một công việc bán thời gian khác. Nó có vai trò giúp cuộc sống của bạn dễ dàng, thay vì khó khăn hơn.

Dưới đây là ví dụ về một công việc làm thêm đã vượt quá mức độ “ý tưởng ban đầu” của việc chạy lòng vòng chở khách hay rửa xe. Một ngày nọ, Steven Peterson – một nhà thiết kế web tại California – đang lái xe đi làm ở khu vực Vịnh San Francisco cùng hàng chục nghìn người khác. Giao thông tại California giờ cao điểm không phải là chuyện đùa, có rất nhiều người liên tục tìm kiếm những lối tắt, những mẹo đi đường hay bất cứ thứ gì có thể giúp cho việc di chuyển của họ nhanh và thoải mái hơn một chút. Ở thời điểm đó, không có một nguồn dữ liệu chuyên nhiệm, đơn nhất nào giúp mọi người thấy được tình hình giao thông và cập nhật được thông tin chính xác, tức thời về các chuyến xe buýt, các đoạn đường đang thi công hay bất cứ thông tin nào khác có liên quan. Bạn có thể đọc toàn bộ câu chuyện này vào Ngày 17, nhưng nói ngắn gọn thì Steven đã tạo nên một nguồn dữ liệu như thế và kiếm được hơn 7.500 đô-la mỗi tháng.

Bạn thấy cách nó hoạt động không? Trong trường hợp này, Steven kết hợp một kỹ năng sẵn có (phát triển web) với một nhu cầu rõ ràng (thông tin giao thông thời gian thực) để phục vụ một thị

trường lớn và sôi động (những người lái xe đi làm tại San Francisco). Steven hiện đang dành toàn bộ thời gian cho công việc này, và nó bắt đầu từ một ý tưởng nảy ra trong một buổi sáng lái xe đi làm.

Giờ thì đến lượt bạn. Hãy thử áp dụng lối suy nghĩ này vào bất cứ nơi nào bạn đi. Mỗi khi bạn gặp một nhóm người nào đó, hãy tự hỏi: Những người này đang cần hay muốn gì? Trong cuộc sống hàng ngày, hãy tự hỏi: Cơ hội kiếm lời nào đang chờ đợi phía trước? Nói cách khác, hãy tìm những cách để biến ý tưởng của bạn thành tài sản giá trị.

NHỮNG KIỂU VIỆC LÀM THÊM KHÁC NHAU

Nhìn chung, việc làm thêm gồm ba loại chính. Bạn có thể bán một sản phẩm (dù là của bạn hay của ai đó), cung cấp một dịch vụ hoặc làm trung gian cho một hoạt động nào đó.

Bán sản phẩm khá đơn giản: bạn làm, mua hay kiếm được thứ gì đó có thể bán lại cho người khác. Các sản phẩm này có thể hữu hình (như cà phê cao cấp cho người sành sỏi) hay vô hình (thông tin giao thông), nói chung là thứ có thể đưa, giao hay chuyển cho người khác bằng cách nào đó. Cung cấp dịch vụ cũng đơn giản như vậy: bạn làm việc gì đó cho ai đó để đổi lấy tiền công. Dù là chạy việc vặt, huấn luyện bán hàng hay giúp làm hồ sơ hoàn thuế, bất cứ khi nào bạn làm việc gì cho người khác nghĩa là bạn đang làm trong lĩnh vực dịch vụ.

Hai nhóm này, bán sản phẩm và cung cấp dịch vụ, đều có một điểm chung: khách hàng. Tất cả những gì bạn sẽ học về xây dựng,

tiếp thị lời chào hàng và xây dựng cơ sở khách hàng dài hạn đều liên quan đến nó.

Còn một nhóm việc làm thêm lớn khác nữa không liên quan gì đến việc tạo ra sản phẩm hay dịch vụ – ít nhất là không liên quan trực tiếp.

Một số việc làm thêm sinh lời rất lớn đang nằm ở khâu “giải mã” hay cải tiến những quy trình có sẵn, theo cách có thể mang lại thu nhập mà không tạo ra sản phẩm và không trực tiếp phục vụ bất cứ khách hàng nào. Ví dụ, trong Ngày 25, bạn sẽ được đọc về Trevor, một chuyên viên phân tích của Chính phủ. Anh đã rất thành công nhờ vào việc nắm vững quy trình từ khi hàng nhập kho đến khi giao tận tay khách hàng của Amazon.com. Anh thường mua các món hàng với giá thấp rồi bán lại qua Amazon với mức giá cao hơn. Nói đúng hơn thì anh có khách hàng, bởi thực sự có người mua hàng của anh – nhưng anh không hề biết họ là ai và trong hầu hết các trường hợp thì họ cũng chẳng có chút khái niệm nào về anh.

Kiểu kiếm tiền này tồn tại bởi thị trường hoạt động thiếu hiệu quả. Các món hàng mà Trevor mua (thường là linh kiện máy tính và đồ điện tử) được bán với nhiều mức giá khác nhau, ở những cửa hàng khác nhau. Mục đích của anh là mua thấp, bán cao – ít nhất cũng phải cao hơn một chút so với mức giá đã trả. Nếu không có sự chênh lệch trong mức giá của món hàng mà Trevor đã mua để bán lại, anh sẽ không thể có lời.

Kỹ năng cần thiết để thành công trong kiểu kinh doanh này khác hẳn với kiểu kinh doanh sản phẩm và dịch vụ truyền thống. Trevor không hẳn là chuyên gia về những thứ mà anh bán; anh là chuyên gia trong nghệ thuật mua đi bán lại và trong việc kết nối

người bán với người mua. Trevor chẳng thể làm gì nhiều để cải thiện sản phẩm của mình, bởi anh không tạo ra chúng. Anh cũng không thể cung cấp dịch vụ tốt hơn, bởi anh không thực hiện công việc giao hàng và thậm chí còn không có cả danh sách người mua.

Nhưng thứ mà anh có thể làm – và kiếm thêm tiền – là liên tục cải thiện quy trình nghiên cứu và thành thạo hơn trong việc xác định sản phẩm nào nên mua và bán lại. Khi kinh nghiệm ngày càng nhiều hơn, anh cũng biết được sản phẩm nào đem lại biên lợi nhuận cao nhất cũng như sản phẩm nào bán được nhanh nhất để sau đó tập trung mua đi bán lại những thứ đáp ứng được ít nhất một trong những yếu tố này.

Những cách kiếm tiền như thế xuất hiện rất nhiều xung quanh bạn. Bất cứ nơi đâu tiền bạc được trao đổi, thường sẽ có ít nhất một cơ hội để các cá nhân sáng tạo tìm ra được cách khiến quá trình này trở nên hiệu quả hơn và kiếm lời từ đó.¹

Ý TƯỞNG BAN ĐẦU VÀ Ý TƯỞNG NÂNG CAO

Khi học cách suy nghĩ nhiều hơn về các ý tưởng làm thêm, bạn sẽ thấy chúng có sự khác biệt. Một số là các ý tưởng “ban đầu” – tuy rằng không tệ, nhưng có những hạn chế nghiêm trọng. Một số là các ý tưởng “nâng cao” có tiềm năng dài hạn tốt hơn rất nhiều.

Trong chuyên đạo phổ tượng tượng của chúng ta, tôi có đề cập tới việc đi chung xe, về cơ bản là vận hành xe riêng của bạn như một chiếc taxi. Rất nhiều người đã bắt đầu làm thêm bằng cách lái cho Uber, Lyft hay các dịch vụ đi chung xe khác. Khởi đầu này không tệ chút nào; bạn có thể làm việc bất cứ khi nào mình muốn và phần lớn số tiền thu được thuộc về bạn. Dù vậy, nó cũng có một

hạn chế rất lớn: bạn chỉ kiếm được tiền khi lái xe, cũng có nghĩa bạn vẫn chỉ đang kiếm tiền công bị giới hạn bởi nhu cầu của thị trường, sự cạnh tranh của các tài xế khác, và tất nhiên là cả quỹ thời gian rảnh giới hạn của bạn nữa.

Trong cuốn sách mới nhất của tôi, *Born for This* (tạm dịch: Sinh ra vì điều này), tôi có kể về Harry Campbell, tài xế Uber đã tạo nên một cộng đồng trực tuyến được gọi là “Anh chàng chung xe”. Thay vì lòng vòng chở khách suốt ngày, giờ đây anh còn kiếm tiền từ việc hướng dẫn các tài xế khác và hoạt động như một chuyên gia phân tích về sự bùng nổ của lĩnh vực đi chung xe. Đây chính là ý tưởng nâng cao mà tôi muốn nói đến. Bạn thấy sự khác biệt chứ? Bởi các tài xế mới liên tục đăng ký tham gia, nhu cầu thị trường của Harry gần như vô tận.

Ý tưởng ban đầu: Lái xe cho Uber.

Ý tưởng nâng cao: Huấn luyện các lái xe Uber.

Một ví dụ khác: Từ hồi bắt đầu làm thêm chừng hai thập niên trước, tôi đã tạo danh sách nhiều món hàng khác nhau để bán trên các trang đấu giá trực tuyến. Đầu tiên, tôi liệt kê những món đồ không dùng đến trong nhà. Việc này vui, kiếm được khá, nhưng cũng có một hạn chế lớn thuộc về bản chất vấn đề: chẳng sớm thì muộn tôi cũng sẽ hết thứ để bán!

Sau đó, tôi học cách mua hàng từ nhiều sàn đấu giá rồi bán lại tại các sàn khác, kiếm lợi nhuận dựa vào chênh lệch giữa hai mức giá (giống như cách Trevor đã làm ở ví dụ trên). Ý tưởng này có tính bền vững hơn, bởi kho đồ của tôi liên tục được bổ sung và tôi cũng có cơ hội mua được những thứ khác nhau.

Ý tưởng ban đầu: Bán đồ của chính bạn.

Ý tưởng nâng cao: Mua đồ của người khác, rồi bán lại với giá cao hơn.

Nếu bạn chỉ mới bắt đầu, các ý tưởng ban đầu hoàn toàn ổn. Và nếu mục tiêu của bạn chỉ là kiếm thêm một khoản tiền thôi thì bạn cũng chỉ cần có thế. Nhưng dần dà, bạn sẽ muốn chuyển dịch sự chú ý của mình vào các ý tưởng nâng cao. Nếu bạn đang bị mắc kẹt giữa hai ý tưởng, trong đó có ý tưởng nâng cao, thì đó thường là lựa chọn tốt hơn. Và nếu như bạn không chắc liệu ý tưởng của mình có phải là ý tưởng nâng cao hay không, hãy tự hỏi rằng liệu nó có bất cứ hạn chế về bản chất nào không, ví dụ như số lượng khách hàng bạn có thể phục vụ hay thị trường của bạn có thể tái tạo được. (Tôi sẽ nói thêm về điều này trong Tuần 2).

VẪN KHÔNG CÓ Ý TƯỞNG? HÃY THỬ:

Ý tưởng việc làm thêm có ở khắp nơi, nhưng nếu bạn cần được giúp đỡ, tôi đã soạn ra một danh sách nháp để bạn bắt đầu. Hãy sử dụng chúng như điểm khởi đầu để từ đó có cảm hứng phát triển thêm theo cách riêng, điều chỉnh hay thích ứng chúng theo kỹ năng và hoàn cảnh của bạn, hoặc bạn cũng có thể áp dụng y nguyên.

Bán tranh ảnh, đồ mỹ thuật hay những món thủ công trên trang etsy.com.

Phát triển dịch vụ tư vấn lữ hành để giúp những người bị lỡ chuyến bay.

Cung cấp dịch vụ gia sư trực tuyến trong lĩnh vực chuyên môn của bạn.

Chủ trì một sự kiện networking – giao lưu và mở rộng quan hệ (thu một khoản phí tham gia thấp và tìm nhà tài trợ cung cấp đồ ăn).

Tạo và bán cảm nang cho khách du lịch đến thành phố hay thị trấn của bạn, hoặc xây dựng một trang web cho du khách, được tài trợ bởi quảng cáo.

Tạo một khóa học trực tuyến (hay trực tiếp) về chủ đề đặc biệt nào đó mà bạn rành rẽ.

Lập blog để đăng một bài học mới về một chủ đề cụ thể mỗi ngày.

Tạo một podcast và bán quyền tài trợ.

Đến các buổi hội chợ hoặc các cửa hàng bán đồ “cũ người mới ta” và mua những món có thể bán lại.

Cung cấp dịch vụ làm tự do đơn giản – làm bất cứ việc gì, từ kiểm tra thông tin cho đến hỗ trợ kỹ thuật hoặc việc gì đó trọn gói.

Trở thành nhà tổ chức cho gia đình, văn phòng, thậm chí là cuộc sống cá nhân.

Quản lý tài khoản mạng xã hội hay PR cho các doanh nghiệp nhỏ.

Mua và bán sách cũ cho sinh viên.

Làm cây bút tự do đưa ra những suy nghĩ hoặc nhận xét về các hoạt động kinh doanh, nghệ thuật hay văn hóa.

Xây dựng một trang web có hệ thống thành viên, tại đây, người dùng sẽ trả phí theo tháng hoặc năm để tiếp cận các thông tin hữu ích về một chủ đề cụ thể nào đó.

Viết và xuất bản một cuốn sách (nếu tôi làm được thì bạn cũng thế!)

Ghi chú: Nhiều ý tưởng trên đây sẽ không phù hợp với bạn, nhưng bên cạnh đó, vẫn còn những ý tưởng khác phù hợp! Bạn hãy xem hết danh sách và chọn ra những điều có vẻ hứa hẹn. Quan trọng nhất là hãy luôn để ý tìm kiếm các ý tưởng khả thi, có khả năng sinh lời và có tính thuyết phục trong cuộc sống hàng ngày của mình.

ĐẾN LƯỢT BẠN: ĐỘNG NÃO VỀ ÍT NHẤT BA Ý TƯỞNG CHẤT LƯỢNG

Trong chương trước, bạn đã hiểu được rằng, ý tưởng giàu tiềm năng cần phải khả thi, có khả năng sinh lời và có tính thuyết phục. Trong chương này, bạn đã biết được cách tạo ra nhiều ý tưởng khác nhau và cách phân biệt ý tưởng ban đầu với ý tưởng nâng cao. Giờ hãy sử dụng những gì bạn đã được học, động não và liệt kê ra ít nhất ba ý tưởng giàu tiềm năng. Đó có thể là điều gì đó bạn đã suy tính từ lâu, cũng có thể mới xuất hiện khi bạn đọc qua những trang sách này.

Bạn vẫn chưa phải cam kết gì cả mà chỉ mới đưa ý tưởng ra khỏi đầu, vào trang giấy để có thể tiếp tục khám phá nó. Nếu bạn cần trợ giúp thì có thể vay mượn, chỉnh sửa hoặc “chôm” trong danh sách được liệt kê ở trên.

Ý tưởng 1: _____

Ý tưởng 2: _____

Ý tưởng 3: _____

Trong bước tiếp theo, chúng ta sẽ đánh giá từng ý tưởng này để xem cái nào ít bị rào cản nhất để có thể bắt đầu nhanh chóng và cái nào có tiềm năng sinh lời nhiều nhất. Nếu sau này bạn cần quay lại giai đoạn hình thành ý tưởng thì cũng chẳng sao. Còn bây giờ, đã có được ba ý tưởng trong tay, hãy chuyển sang bước tiếp theo: chọn ra ý tưởng để biến thành tài sản.

Ngày 4

CÂN NHẮC CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA TỪNG Ý TƯỞNG

Gìờ đây, khi đã có một vài ý tưởng trong tay, hãy xem xét kỹ lưỡng để xem ý tưởng nào trong số đó có tiềm năng nhất.

Ban ngày, Joe Maiellano là giám đốc phát triển một trung tâm nghiên cứu ung thư tại Philadelphia. Ông mở một chiến dịch chống lại ung thư, làm phần việc quan trọng giúp các bác sĩ và nhà khoa học tìm cách chữa trị căn bệnh hiểm nghèo.

Trong thời gian rảnh, Joe hay la cà với ông bạn Jack của mình. Cả hai có cùng sở thích tìm hiểu về văn hóa cocktail. Mới vài năm trước, họ thậm chí đã cộng tác để hoàn thành công thức rượu gin (mà không cần đến bồn tắm). Một ngày nọ, có lẽ là sau vài ly, họ nảy ra một ý tưởng mà họ cho là tuyệt cú mèo: “Hãy mở một xưởng nấu rượu và bán rượu gin của chúng ta ra thế giới!”

Hỡi ôi, ý tưởng này không thể thành hiện thực! Khi bắt đầu nghiên cứu các quy định và quy trình vận hành một xưởng chưng cất rượu, dù chỉ là một xưởng nhỏ, họ nhận ra rằng tất cả bộ máy quan liêu sẽ tạo nên một thách thức khổng lồ. Các cơ quan quản lý cấp địa phương, cấp bang, cấp liên bang sẽ thay nhau kiểm soát mọi khía cạnh trong việc buôn bán rượu. Trở ngại không phải chỉ

đơn thuần về vấn đề giấy tờ: Joe và Jack ước tính chi phí để bắt đầu việc kinh doanh này cần từ 1 đến 3 triệu đô-la.

Thất vọng nhưng không nản chí, Jack nảy ra ý tưởng bán dụng cụ để mọi người có thể tự làm rượu gin ngay tại nhà – dự án đòi hỏi khoản vốn đầu tư ban đầu ít hơn nhiều. Và bởi Jack và Joe không thực sự bán rượu nên số cửa ải phải vượt qua cũng bớt đi, khiến ý tưởng này trở nên khả thi hơn rất nhiều để có thể tiến hành trong một thời gian ngắn.

Hai người bắt đầu bằng việc chuẩn bị 250 “bộ dụng cụ tự nấu rượu gin tại nhà” trong căn hộ 65m² của Joe và hoàn toàn không có bất cứ ý tưởng gì về ai sẽ mua chúng. Nhưng họ dần dà cũng được biết đến nhờ vào bạn bè và gia đình, cũng như vài trang web có lời giới thiệu sản phẩm. Từ đó, việc kinh doanh bắt đầu khởi sắc. Họ cải thiện quy trình, thiết kế lại trang web, hoạt động dự án trong những tối cuối tuần rảnh rỗi. Phần lớn thời gian, họ vẫn tiếp tục công việc chính của mỗi người.

Trong vòng bốn năm, Jack và Joe đã bán được 75.000 bộ dụng cụ. Phần lớn sản phẩm được các cửa hàng bán dụng cụ làm bếp lớn đặt hàng. Tờ New York Times đã đăng một bài nhận xét khá tích cực. Một người bạn nói rằng đã thấy bộ dụng cụ này trong bếp của một nhân vật nổi tiếng. Nhìn chung, việc làm thêm của họ khởi đầu từ đó.

Nói một cách công bằng, không phải mọi thứ đều dễ dàng trong thế giới của rượu gin tự làm. Khi việc làm thêm của họ phát triển thành một việc kinh doanh đích thực, không chỉ các tờ báo và khách hàng vui vẻ nhận thấy thành công này. Một số bắt đầu bắt chước, đưa ra những sản phẩm về cơ bản là y hệt; một số thậm chí

còn sao chép cả thương hiệu và bán các bản nhái gần như không có sự khác biệt. Đúng là có khó chịu, tất nhiên rồi, nhưng Jack và Joe nhận ra đó là một phần của việc tung ra một dự án khả thi, có khả năng sinh lời và có sức thuyết phục.

Nhìn chung, hai người bạn bắt đầu với tình yêu cocktail và theo đuổi một ý tưởng điên rồ không thể hài lòng hơn. Joe vẫn làm công việc chính của mình, nhưng giờ còn có sự bảo đảm từ công việc làm thêm không chỉ tạo ra tiền mà còn cho phép anh làm điều mà mình thích – vẹn cả đôi đường. Mặc dù anh không mở xưởng nấu rượu, nhưng kết quả hóa ra còn tốt hơn nhiều.

LÀM SAO ĐỂ XÁC ĐỊNH CÁC CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Trong câu chuyện về “bộ dụng cụ nấu rượu gin tại nhà”, bạn có thể thấy rõ rằng những thách thức xuất hiện trong ý tưởng ban đầu là mở một xưởng nấu rượu, cùng với cơ hội mà nó tạo ra. Nếu Joe và Jack tiếp tục bám vào kế hoạch tự sản xuất và bán rượu, họ có thể vẫn có được lợi nhuận tốt – nhưng mất nhiều thời gian công sức hơn và cũng rủi ro hơn rất nhiều. Bởi không có sẵn 3 triệu đô-la trong tay (một thách thức lớn), họ đã khôn ngoan từ bỏ ý tưởng này. Dù vậy, việc động não của họ đã tạo ra một ý tưởng khác tốt hơn (một cơ hội lớn, với ít thách thức hơn) mà họ quyết định theo đuổi.

Các ý tưởng của bạn cũng sẽ có thách thức cùng cơ hội. Bạn có thể không thấy được hết ngay từ đầu – Jack và Joe không hề biết việc mở một xưởng nấu rượu khó khăn thế nào cho đến khi họ bắt đầu nghiên cứu quá trình này – nhưng quan trọng là xác định được chúng càng sớm càng tốt. Nói vậy không có nghĩa là bạn phải từ bỏ

ngay lập tức mọi cơ hội đi kèm thách thức, mà thay vào đó, bạn nên cân đo chúng dựa trên tiềm năng tạo ra lợi nhuận. Nhờ đó, bạn không chỉ chọn được ý tưởng tốt nhất để thực hiện, mà còn nhận ra được những trở ngại phải vượt qua để biến ý tưởng thành hiện thực.

Những nhà sáng lập của “bộ dụng cụ nấu rượu gin tại nhà” đã dùng hai chiến lược đơn giản là động não và nghiên cứu để loại bỏ ý tưởng ban đầu của mình cũng như theo đuổi ý tưởng khác khả thi hơn. Bạn có thể dùng chính những chiến lược ấy để lập kế hoạch cho mình.

ĐỘNG NÃO: Chỉ với một chút logic, bạn có thể phát hiện được ít nhất một vài thách thức và cơ hội thuộc về bản chất trong sản phẩm và dịch vụ của mình. Hãy tự đặt ra câu hỏi: Điều gì là điểm mạnh và điểm yếu đặc trưng của dự án này? Nếu ý tưởng của bạn là bán xe điện nhỏ trên Mặt trăng cho phi hành gia, bạn nên biết ngay rằng ý tưởng đó có một số hạn chế nghiêm trọng: giới phi hành gia là một thị trường rất nhỏ, chi phí sản xuất vô cùng lớn và cũng rất khó để lên Mặt trăng mà mở cửa hàng.

Tương tự, nếu nghĩ về việc ai sẽ là người hưởng lợi từ sản phẩm của bạn và tại sao, các cơ hội nhìn chung cũng sẽ dễ dàng nhận thấy. Joe và Jack cuối cùng chọn sản xuất một thứ mà họ biết rằng nhiều tín đồ cocktail có thể mong muốn. Việc bản thân về căn bản cũng chính là đối tượng khách hàng mục tiêu đã giúp họ khá nhiều, đồng thời họ cũng khôn ngoan khi nhận ra bộ dụng cụ này sẽ là một món quà tuyệt vời. Tuy không hẳn là dễ dàng, nhưng nó rõ ràng là một cơ hội tốt hơn rất nhiều.

NGHIÊN CỨU: Bạn có thể sẽ cần nghiên cứu kỹ lưỡng hơn để xác định các thách thức và cơ hội trong ý tưởng của mình, nhưng

không nhất thiết phải đến thư viện và dành cả cuối tuần để đánh vật với một chồng sách. Phương thức nghiên cứu của Joe và Jack khá đơn giản: họ khảo sát xung quanh và tham khảo một số trang web để tìm hiểu các quy định về rượu tại địa phương. Sau khi tập trung hoàn toàn vào ý tưởng mới, việc nghiên cứu của họ chỉ đơn giản là tìm hiểu giá và nghĩ ra một vài ý tưởng sáng tạo để tiếp thị bộ dụng cụ nấu rượu gin của mình.

Dựa trên phán đoán logic của chính mình cùng một chút nghiên cứu, bạn có thể tự hỏi và trả lời những câu hỏi sau:

Bạn sẽ cần những gì để bắt đầu, phí tổn hết bao nhiêu?

Có trở ngại tiềm tàng nào khi bạn thực hiện ý tưởng không?

Việc bán được sản phẩm đầu tiên sẽ khó đến mức nào?

Đã có ai làm điều tương tự trước đây chưa?

Nếu mọi chuyện đều ổn thỏa, viễn cảnh tốt nhất sẽ là gì?

Nếu mọi chuyện đều hỏng bét, viễn cảnh xấu nhất sẽ là gì?

Khi bạn rút gọn dần danh sách ý tưởng làm thêm của mình, càng thu được nhiều thông tin, cơ hội để bạn tiếp tục với ý tưởng giàu tiềm năng nhất càng được tăng lên.

HÃY BẮT TAY VÀO VIỆC

Đến lúc này, bạn đã được đọc về nhiều ý tưởng làm thêm khác nhau, bao gồm cả những dự án thực tế lẫn các kịch bản giả định.

Hãy xem xét một số ý tưởng tiềm năng khác và thử đánh giá các thách thức cũng như cơ hội của chúng.

Ý TƯỞNG 1: GIÚP THỢ CHỤP ẢNH ĐÁM CƯỚI XỬ LÝ ẢNH.

Thách thức: Đòi hỏi kỹ năng chuyên môn và phải hoạt động liên tục (không thể tự động hóa), có thể mang tính thời vụ.

Cơ hội: Nhu cầu thị trường liên tục, các thợ ảnh giỏi nhất không chỉ được đặt kín lịch mà còn được trả hậu hĩnh, đồng nghĩa với có điều kiện để thuê người giúp đỡ.

Ý TƯỞNG 2: PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI TRÔNG NOM THÚ CÙNG TRONG KHU VỰC; NHẬN HOA HỒNG CHO MỖI LẦN ĐẶT LỊCH.

Thách thức: Số lượng chó mèo giới hạn, khó cạnh tranh với lực lượng lao động tuổi “teen”.

Cơ hội: Bạn không tự mình trông thú cưng, bạn là người điều phối. Điều này đồng nghĩa với việc không cần dành nhiều thời gian (cũng không phải dọn phân chó hay dắt chúng đi dạo giữa trời mưa).

Ý TƯỞNG 3: XÂY DỰNG MỘT TÀI KHOẢN CÓ TIẾNG TẦM TRÊN PINTEREST (HAY MẠNG XÃ HỘI TƯƠNG TỰ), KIẾM TIỀN TỪ QUẢNG CÁO VÀ CÁC CHƯƠNG TRÌNH GIỚI THIỆU SẢN PHẨM.

Thách thức: Khó để đạt được ngay một mức độ nổi tiếng nhất định, thành công phụ thuộc một phần vào quy mô của mạng lưới này.

Cơ hội: Có thể làm trực tuyến từ bất cứ đâu, dễ dàng phát triển với sự trợ giúp thuê ngoài sau khi đã trở nên nổi tiếng.

Ở bước trước, bạn đã chọn ra được – hoặc mượn từ tôi – ít nhất ba ý tưởng. Dù thế nào đi nữa, bạn cũng hãy dựa trên những gì đã học, lập ra một danh sách ngắn gọn về những thách thức và cơ hội của mỗi ý tưởng, từ đó đánh giá xem đâu sẽ là điểm tốt hay điểm xấu đặc trưng.

Bằng việc hiểu được ý tưởng của mình khó hay dễ thực hiện thế nào, bạn sẽ thấy rõ ý tưởng nào nên cất đi và có thể chọn ý tưởng nào để tiếp tục. Sau đó, chúng ta sẽ chuyển sang xem xét tiềm năng kiếm lời của mỗi ý tưởng. Đừng bỏ qua bước này: lợi nhuận bao giờ cũng tốt!

Ngày 5

DỰ ĐOÁN LỢI NHUẬN TRÊN MẶT SAU TỜ KHĂN GIẤY

Để dự đoán được lợi nhuận làm thêm, bạn không cần phải có bằng cấp tài chính hay khả năng tính toán khoa học. Bạn chỉ cần một tờ khăn giấy, một cây bút và năng lực nhận xét.

Luôn có dịch vụ hoặc ứng dụng kinh tế chia sẻ dành cho mọi thứ ngày nay. Bạn có thể được trả tiền để cho người hàng xóm chưa từng gặp mặt mượn một bộ dụng cụ. Bạn có thể đầu tư vào một dự án huy động vốn cộng đồng từ những người xa lạ ở một lục địa khác. Cũng có nhiều dịch vụ cho thuê xe theo giờ, ngày hoặc tuần cho ai đó cần; nếu bạn có một chiếc xe không cần phải sử dụng mỗi ngày thì đây là một trong những cách dễ nhất để kiếm thêm tiền.

Ở Los Angeles, Tahsir Ahsan đã đưa ý tưởng công việc làm thêm này lên một tầm cao mới. Sau khi tạo tài khoản trên Turo, một trong những dịch vụ kinh tế chia sẻ có chức năng trung gian giữa người cần thuê và chủ xe, anh nhanh chóng nắm được cách tối ưu hóa giá cả và cách để mang về nhiều giao dịch nhất có thể. Trong một khoảng thời gian ngắn, xe của anh được thuê trung bình 29 ngày mỗi tháng – gần như toàn bộ thời gian.

Sau khi trừ đi phí bảo hiểm và các khoản khác, Tahsir kiếm được hơn 1.300 đô-la mỗi tháng, chỉ bằng việc liên lạc với người

thuê xe qua email và quản lý việc đón tại sân bay không thường xuyên. Và đó là khi anh quyết định nâng tầm. Vài người trong số chúng ta có thể sẽ nghĩ đến việc cho thuê thêm một chiếc xe khác, thậm chí là hai nếu tham vọng, nhưng Tahsir quyết định cho thuê hẳn một đội xe –chính xác là 16 chiếc. Ở những lần thuê đầu, anh thường để giá khá thấp để bảo đảm xe sẽ nhanh chóng được thuê và ngay lập tức nhận được những đánh giá tích cực. Sau đó, anh tăng giá dần khi nhu cầu về xe tăng lên.

Anh cũng khéo léo hơn trong việc lựa chọn xe. Dựa trên nghiên cứu riêng, anh nhận thấy rằng cơ hội tốt nhất hoặc là ở mức rẻ tiền hẳn (người thuê muốn xe rẻ nhất có thể) hoặc là cao cấp (những người muốn lái một chiếc xe đẹp hay SUV, để đi chơi cuối tuần hay gây ấn tượng trong một cuộc hẹn). Và theo đó, Tahsir tái cấu trúc dàn xe của mình, chọn một vài chiếc xe đắt tiền và phần lớn xe rẻ hơn. Thực tế là anh đã kiếm được xe “rẻ bèo” trong một đợt ưu đãi khó tin vì nhà sản xuất đã tích trữ quá nhiều mẫu xe Chevrolet Cruze. “Hãy tưởng tượng bạn thuê một chiếc Chevy Cruze 18 đô-la mỗi tháng rồi cho thuê lại nó với giá 35 đô-la mỗi ngày,” anh viết trong một bài đăng trên blog. “Bạn không phải tưởng tượng, bởi đó gần như là điều tôi đang làm.”

Cho thuê 16 chiếc xe có vẻ là khoản đầu tư quá mạo hiểm cho một công việc làm thêm, nhưng Tahsir đã làm phép toán dựa trên kinh nghiệm ban đầu với một chiếc xe và biết nó sẽ đem về lợi nhuận – hoặc ít nhất, anh đã khá tự tin.

PHƯƠNG TRÌNH LỢI NHUẬN

Bí quyết để bắt đầu thu được lợi nhuận từ bất kỳ công việc kinh doanh hay đầu tư nào, cho dù là công việc làm thêm cho thuê xe hơi hay một tập đoàn đa quốc gia thì cũng đều có chung một nguyên tắc cơ bản: không chi nhiều hơn khoản tiền bạn thu được. Với nguyên tắc này, lợi nhuận dự đoán cho bất kỳ công việc làm thêm nào cũng có thể được tính toán bằng phương trình đơn giản sau đây:

Thu nhập dự đoán - Chi phí dự đoán = Lợi nhuận dự đoán

Tất nhiên, để có được thông tin có tính quyết định “Tôi có thể kiếm được bao nhiêu tiền với ý tưởng này?”, trước tiên bạn phải ước tính được những khoản thu nhập và chi phí đó. Để đưa ra ước tính cho từng yếu tố, bạn cần xác định một vài biến số khác. Như với ví dụ cho thuê xe ở trên, giả sử bạn chỉ cho thuê một chiếc (dự án dễ hơn 15 lần so với cho thuê 16 chiếc). Để ước tính được thu nhập dự kiến, bạn cần đưa ra dự đoán tốt nhất về hai điều:

Giá thuê trung bình mỗi ngày: khoản tiền mà người khác sẽ trả để thuê xe trong một ngày.

Số ngày cho thuê mỗi tháng: bạn sẽ cho thuê xe trong bao nhiêu ngày mỗi tháng.

Thu nhập cho thuê hằng tháng = Giá thuê theo ngày x Số ngày cho thuê

Sau đó, bạn đưa ra dự đoán tốt nhất về những khoản chi phí hàng tháng: tiền thuê, bảo hiểm, bảo trì, hoa hồng cho dịch vụ và mọi khoản chi phí khác. Hãy xem xét một dự đoán cơ bản dựa trên việc cho thuê một chiếc xe duy nhất.

Chi phí hằng tháng = Tiền thuê + Bảo hiểm + Bảo trì + Hoa hồng

Công thức lợi nhuận cuối cùng rất đơn giản:

Thu nhập từ cho thuê hằng tháng - Chi phí hằng tháng = Lợi nhuận

Bây giờ, hãy đưa các biến số vào một bảng tính đơn giản. Chờ đã... bảng tính ư? Đúng rồi, nhưng không việc gì phải lo cả. Bạn viết nguệch ngoạc trên mặt sau của tờ khăn giấy cũng được, định dạng bảng tính chỉ để giúp phép toán dễ dàng hơn thôi.²

Dự đoán trên khăn giấy về việc cho thuê một chiếc xe

Trong trường hợp này, bạn có thể dự đoán chắc chắn thu nhập hằng tháng với ít nhất là 300 đô-la. Dù đang bán gì, nếu có thể làm cho phương trình lợi nhuận hiệu quả tức là bạn đã thành công. Thế thôi!

Khoản	Thu nhập hoặc chi phí
Thu nhập từ tiền cho thuê mỗi ngày (chưa trừ chi phí)	40 đô-la
Chi phí phải bỏ ra mỗi ngày	13,30 đô-la
Thu nhập từ tiền cho thuê mỗi ngày (lợi nhuận)	26,70 đô-la
Số ngày cho thuê mỗi tháng	20
Thu nhập mỗi tháng (thực)	534 đô-la

Lưu ý là bạn có thể thay đổi bất cứ biến nào để tác động đến kết quả ròng của lợi nhuận dự đoán. Nếu thu nhập cho thuê theo

ngày của bạn là 26,70 đô-la và bạn có thể tăng từ 20 ngày cho thuê mỗi tháng lên 25 ngày, bạn sẽ đột nhiên kiếm được thêm 133,50 đô-la một tháng. Tương tự, nếu có thể tăng thu nhập cho thuê hàng ngày từ 26,70 đô-la lên 31,70 đô-la, bạn sẽ kiếm thêm được 100 đô-la một tháng ngay cả khi không tăng tổng số ngày cho thuê.

Dự đoán trên khăn giấy tăng thêm năm ngày cho thuê

Trong trường hợp này, chúng ta điều chỉnh số ngày cho thuê, dẫn đến 175 đô-la tăng thêm mỗi tháng.

Khoản	Thu nhập hoặc chi phí
Thu nhập từ tiền cho thuê mỗi ngày (chưa trừ chi phí)	40 đô-la
Chi phí phải bỏ ra mỗi ngày	13,30 đô-la
Thu nhập từ tiền cho thuê mỗi ngày (lợi nhuận)	26,70 đô-la
Số ngày cho thuê mỗi tháng	25
Thu nhập mỗi tháng (thực)	667,50 đô-la

Dự đoán trên khăn giấy tăng thêm 15% tiền thuê

Trong trường hợp này, bằng cách điều chỉnh giá cho thuê trung bình, lợi nhuận dự đoán của bạn sẽ tăng thêm 100 đô-la mỗi tháng.

Có rất nhiều cách để bạn chơi đùa với các ước tính. Hai ví dụ trên giả định rằng chỉ có một biến thay đổi. Tuy nhiên, bạn có thể tăng cả giá cho thuê lẫn số ngày cho thuê mỗi tháng, và bạn sẽ thấy lợi nhuận còn tăng nhiều hơn thế nữa. Thật tuyệt vời!

Tuy nhiên, thu nhập của bạn cũng có thể bị ảnh hưởng bất lợi bởi những khoản phí cao hơn. Có thể là chi phí bảo trì cao hơn dự kiến khiến lợi nhuận giảm đi rõ rệt. Hoặc bạn chỉ cho thuê được 18 thay vì 20 ngày mỗi tháng, điều này ảnh hưởng đến mức trung bình hàng ngày cũng như tổng số hàng tháng. Trong trường hợp này, bạn có thể sẽ xem xét tăng giá nhẹ hoặc tìm cách khác để cắt giảm chi phí.

khoản	Thu nhập hoặc chi phí
Thu nhập từ tiền cho thuê mỗi ngày (chưa trừ chi phí)	45 đô-la
Chi phí phải bỏ ra mỗi ngày	13,30 đô-la
Thu nhập từ tiền cho thuê mỗi ngày (lợi nhuận)	31,70 đô-la
Số ngày cho thuê mỗi tháng	20
Thu nhập mỗi tháng (thực)	634 đô-la

Bằng cách dự đoán lợi nhuận và chi phí với phép tính đơn giản như này, bạn có thể đưa ra quyết định cho việc làm thêm của mình một cách tự tin hơn nhiều so với việc chỉ ngồi mà đoán mò.

CÒN NHỮNG GÌ BẠN KHÔNG BIẾT THÌ SAO?

Thường thì phân tích trên mặt sau khăn giấy sẽ không đơn giản như ví dụ ở trên. Ngay cả với đội xe cho thuê đến 16 chiếc, Tahsir vẫn có thể dự tính được doanh thu với độ chính xác cao là bởi có rất ít thông tin bị ẩn. Anh biết tiền thuê xe và bảo hiểm tốn bao nhiêu. Anh cũng ước tính được khá tốt thu nhập hàng tháng dựa

trên mức giá cho thuê trung bình mỗi ngày cũng như số ngày trung bình có thể cho thuê trong tháng với mỗi chiếc xe. Nhưng trong trường hợp không có tất cả những thông tin ấy thì sao? Bạn sẽ cần thực hiện thêm một vài thao tác dù nhàm chán nhưng cần thiết để tìm ra điều gì sẽ khiến công việc làm thêm của mình sinh ra lợi nhuận.

Giả sử bạn muốn dạy một lớp học. Chủ đề của lớp học là điều gì đó mà bạn hiểu rõ – quan sát nhận dạng các loài chim hay khoa học tên lửa chẳng hạn. Bạn không chắc mình nên thu chính xác bao nhiêu tiền học phí cho một lớp (vào Ngày 12, bạn sẽ được tìm hiểu về việc chào giá cho đề nghị của mình dựa trên mức thu nhập tối thiểu có thể chấp nhận được), nhưng bạn đang cân nhắc trong khoảng 49 đến 79 đô-la. Bạn của bạn sẽ cho mượn tầng hầm nhà anh ấy làm địa điểm dạy học nên coi như bạn không phải bỏ ra chi phí gì cả.

Để tính ra lợi nhuận tiềm năng cho công việc làm thêm này, bạn cần xem xét đến các yếu tố như học phí mỗi lớp và số người đăng ký tham gia. Công thức như sau:

Học phí x Số người đăng ký = Lợi nhuận dự đoán

Vì giá học phí bao nhiêu hoàn toàn tùy thuộc ở bạn, nên “ẩn số” chính trong trường hợp này là số người đăng ký. Nhưng làm sao ước tính được con số đó? Bởi đã nhận diện được các hạn chế và cơ hội sẵn có của mình, bạn sẽ có thể ánh chừng một con số tương đối. Lúc này, hãy chọn mức giá thấp nhất có thể nhưng vẫn đủ để mở lớp dựa trên số học viên tối thiểu mà bạn có thể có. Nếu bạn có

nhiều học viên hơn (hoặc tính phí cao hơn) thì thật tuyệt, nhưng hãy lấy số học viên tối thiểu làm cơ sở.

ĐƯA RA MỘT LOẠT DỰ ĐOÁN

Làm thế nào để bạn biết dự đoán của mình là chính xác? Thường thì, bạn sẽ không biết được cho đến khi bắt tay vào việc và xem mọi người phản hồi như thế nào. Vì vậy, trừ khi bạn tự tin rằng có thể dự đoán chính xác cả (a) thu nhập ròng của mình (trừ đi các khoản chi phí) và (b) mình sẽ có bao nhiêu khách hàng, thì đừng chỉ đưa ra một dự đoán duy nhất. Ngoài dự đoán cơ bản ban đầu, bạn hãy làm thêm một dự đoán “lạc quan” dựa trên những kết quả tốt, cũng như một dự đoán “thận trọng” dựa trên những kết quả xấu. Bạn không phải làm nhiều lên gấp ba lần, mà thường chỉ cần thay đổi một biến số thôi là đã có thể có được những dự đoán lạc quan hay thận trọng. Trong ví dụ cho thuê xe, chúng ta có thể chỉ điều chỉnh số ngày cho thuê xe trong tháng.

Dự đoán cơ bản: 25 ngày/tháng

Dự đoán thận trọng: 21 ngày/tháng

Dự đoán lạc quan: 28 ngày/tháng

Tương tự, trong lớp học quan sát nhận dạng chim, dự đoán của bạn sẽ thay đổi dựa trên số lượng học viên, giá tiền mỗi lớp, hoặc cả hai. Hãy sử dụng công thức để xem một loạt kết quả:

Phạm vi giá cả với năm học viên (49 đô-la, 59 đô-la, 79 đô-la)

Trong trường hợp này, chúng ta điều chỉnh học phí của lớp. Số lượng học viên vẫn giữ nguyên, nhưng lợi nhuận của bạn tăng lên vì mỗi học viên trả nhiều hơn.

Học phí mỗi lớp	49 đô-la	59 đô-la	79 đô-la
Số người đăng ký	5	5	5
Lợi nhuận dự đoán	245 đô-la	295 đô-la	395 đô-la

Học phí cố định với số lượng học viên khác nhau (5, 10, 15)

Trong trường hợp này, chúng ta điều chỉnh số lượng học viên đăng ký học. Lưu ý rằng ngay cả khi giữ nguyên học phí ở mức 49 đô-la, bạn vẫn sẽ kiếm được nhiều tiền hơn do có nhiều người đăng ký hơn.

Học phí mỗi lớp	49 đô-la	49 đô-la	49 đô-la
Số người đăng ký	5	10	15
Lợi nhuận dự đoán	245 đô-la	490 đô-la	735 đô-la

Cũng như với những chiếc xe mà Tahsir cho thuê, bạn có thể điều chỉnh nhiều biến số cùng một lúc. Nếu bạn tính giá 59 đô-la

thay vì 49 đô-la và tăng từ năm lên mười học viên, lợi nhuận dự kiến của bạn sẽ tăng từ 245 lên 500 đô-la.

ĐỪNG ĐỢI ĐỂ SAU MỚI TÌM HIỂU CÁCH KIẾM TIỀN TỪ CÔNG VIỆC LÀM THÊM

Có một câu chuyện vui cũ về một quán bar ở Thung lũng Silicon, trung tâm của phong trào khởi nghiệp. Một quán bar mở ra và cực kỳ nổi tiếng – đại loại vậy. Một triệu người bước vào, nhưng không ai mua gì cả. Quán bar này tuyên bố thành công rực rỡ, rồi những người sáng lập “rút” bằng cách bán nó cho một nhóm các nhà đầu tư.

Đây là một minh chứng đắt giá phản ánh một trải nghiệm kinh doanh tồi tệ. Không quan trọng là bao nhiêu người bước vào, điều quan trọng là có bao nhiêu người mua hàng của bạn. Một tổ chức khởi nghiệp được đầu tư thừa mứa có thể kiên định với quy luật cốt lõi của kinh tế học (không chi nhiều hơn số tiền bạn kiếm được), nhưng với một người mới chập chững làm thêm, đây không phải chiến lược hiệu quả.

Công việc làm thêm của bạn nhất định phải có một kế hoạch rõ ràng để kiếm ra tiền. Đừng bỏ qua yêu cầu này và quyết định sẽ “tìm hiểu sau”. Nếu chỉ coi đó như một thú vui thì không thành vấn đề, nhưng với một công việc để bạn kiếm thêm tiền thì không. Nếu ở thời điểm này bạn đang có vài ý tưởng, hãy làm một số phép tính lợi nhuận cho từng ý tưởng ấy. Đừng lo lắng về việc phải chính xác từng chút một, vì mục đích chỉ là để so sánh tiềm năng lợi nhuận của các ý tưởng khác nhau và xem ý tưởng nào đáng theo đuổi hơn. Bất cứ ý tưởng nào không cho thấy lợi nhuận đều nên bỏ qua. Tiền

không phải là tất cả, nhưng đối với một công việc làm thêm thì tiền vô cùng quan trọng!

TÓM TẮT TUẦN 1

Sau khi đã đọc xong các bước của tuần này, bạn nên có trong đầu mình vài ý tưởng tiềm năng về công việc làm thêm. Hãy cân nhắc các hạn chế cùng cơ hội và tính toán lợi nhuận tiềm năng của từng ý tưởng. Nếu bạn chưa có ý tưởng nào, hãy đọc lại năm ngày đầu tiên một lần nữa. Sang Tuần 2, chúng ta sẽ quyết định xem nên biến ý tưởng nào thành hành động, vậy nên chỉ chuyển sang phần tiếp theo khi bạn đã có vài ý tưởng để có thể so sánh và xếp hạng chúng.

TRỌNG ĐIỂM

Tiền mọc trên cây, nhưng bạn phải gieo đúng hạt giống. Hãy bắt đầu chú ý đến cơ hội tiềm tàng ở bất cứ nơi nào bạn đến.

Hãy hiểu rằng không phải tất cả công việc làm thêm đều như nhau. Để có kết quả tốt nhất, ý tưởng của bạn nên khả thi, có khả năng sinh lời và có sức thuyết phục.

Những ý tưởng khởi đầu tuy hay, nhưng đến một thời điểm, bạn sẽ muốn chuyển tiếp sang ý tưởng nâng cao.

Dùng phân tích tài chính mặt sau khăn giấy (hoặc một bảng tính đơn giản) để ước tính lợi nhuận của ý tưởng (hoặc những ý tưởng) của bạn trước khi tiếp tục.

TUẦN 1: LẬP KHO Ý TƯỞNG

Ngày 1: Dự đoán tương lai

Ngày 2: Tiền mọc trên cây như thế nào?

Ngày 3: Động não, vay mượn, hoặc "chôm" ý tưởng

Ngày 4: Cân nhắc cơ hội và thách thức của từng ý tưởng

Ngày 5: Dự đoán lợi nhuận trên mặt sau một tờ khăn giấy

Tuần 2

LỰA CHỌN Ý TƯỞNG TỐT NHẤT

Sau khi đã có nhiều ý tưởng, bạn cần xác định xem ý tưởng nào là tốt nhất. Hãy học cách xếp hạng và so sánh những gì mình có trong đầu để tự tin triển khai với khả năng thành công cao nhất.

TUẦN 2: LỰA CHỌN Ý TƯỞNG TỐT NHẤT

Ngày 6: Dùng bộ lọc làm thêm để so sánh ý tưởng

Ngày 7: Trở thành thám tử

Ngày 8: Cuộc hẹn tưởng tượng với khách hàng lý tưởng

Ngày 9: Biến ý tưởng thành lời mời chào

Ngày 10: Tạo nên câu chuyện khởi đầu của bản thân

Ngày 6

DỪNG BỘ LỘC LÀM THÊM ĐỂ SO SÁNH Ý TƯỞNG

Một khi bạn đã bắt đầu nghĩ về dự án làm thêm, các ý tưởng sẽ tuôn ra không ngừng nghỉ. Công cụ này sẽ chỉ bạn cách áp dụng logic “Tinder cho việc làm thêm” để lựa chọn ý tưởng tốt nhất vào bất cứ lúc nào.

Gần một thế kỷ trước, trường Waldorf đầu tiên được thành lập tại Stuttgart, Đức. Một ý tưởng khác thường vào thời điểm ấy, và phần nào đến tận bây giờ vẫn vậy: phương pháp này nhấn mạnh vai trò của trí tưởng tượng trong học tập và khuyến khích giáo viên nuôi dưỡng khả năng sáng tạo và phân tích. Nhịp độ học tập được điều chỉnh dựa theo các giai đoạn phát triển thay vì những điểm số thông thường trên lớp. Mô hình Waldorf kể từ đó đã lan rộng khắp thế giới, với hàng nghìn trường học hoạt động tại hơn 60 quốc gia.

Meredith Floyd-Preston tự hào là một giáo viên Waldorf tại Oregon, nơi cô đã dành nhiều năm nghiên cứu và phát triển chương trình học hiệu quả nhất cho học sinh của mình. Cô cũng là một người đồng nghiệp đáng tin cậy, đặc biệt là với các giáo viên mới chưa quen hướng tiếp cận khác thường mà phương pháp Waldorf đòi hỏi. Tất cả những nỗ lực này đã dẫn cô đến một kết luận: việc thiết kế các bài giảng riêng cho học sinh rất tốn thời gian! Một trong những yếu tố cốt lõi của phương pháp Waldorf là giáo viên tự chuẩn bị chương trình học thay vì chỉ dạy theo sách giáo khoa –

nhưng đối với các giáo viên bận rộn, việc này có thể cực kỳ tốn thời gian và nhàm chán.

Trong nỗ lực tìm cách làm nhẹ bớt phần việc này, cả cho bản thân lẫn các giáo viên khác, Meredith nhận thấy có một số nguồn tài liệu đang được bán sẵn, nhưng chỉ các trường học mới có thể mua được, còn cá nhân giáo viên thì không. Ngoài ra, phương pháp Waldorf dù ngày càng thịnh hành hơn trong xu hướng giáo dục tại nhà, song các bậc phụ huynh lại thường không được đào tạo như các giáo viên chính thức và càng ít có khả năng tiếp cận tài liệu hơn.

Meredith khi ấy cũng đang tìm kiếm một việc làm thêm. Vốn thường đan len và thiết kế web trong thời gian rảnh rỗi, cô khá giỏi thực hiện cùng lúc nhiều nhiệm vụ. Đối với cô, việc giúp đỡ các đồng nghiệp và các bậc phụ huynh tự dạy con tại nhà tiết kiệm thời gian đồng thời có được hiệu quả cao hơn không chỉ là một mục tiêu đáng làm mà còn là một mục tiêu có thể sinh lời.

Để xác định được hướng tiếp cận đúng đắn đòi hỏi phải có một số phân tích. Cô đã nghĩ đến việc cung cấp các buổi tư vấn hay huấn luyện, song việc này có vẻ không khả thi. Các giáo viên bận rộn (lý do vì sao họ cần được hỗ trợ) nhưng Meredith cũng bận chẳng kém, trong khi các buổi huấn luyện một kèm một đòi hỏi phải đầu tư rất lớn về thời gian. Cô cũng nghĩ đến việc mở lớp trực tiếp, qua đó hướng dẫn nhiều giáo viên cùng lúc – nhưng tiềm năng sinh lời của phương án này khá thấp, bởi cô chỉ có thể ở một nơi, một thời điểm nhất định. Phương án thứ ba, tạo hướng dẫn xây dựng chương trình học có thể được mua trực tuyến, là lựa chọn hấp dẫn nhất. Các hướng dẫn này khá rẻ, vì thế cô sẽ không kiếm được

là bao khi bán lẻ, nhưng nhờ khả năng nhân rộng rất lớn nên thiếu hụt về biên lợi nhuận được bù đắp bởi số lượng bán ra. Ngoài ra, một khi những hướng dẫn đã được hoàn thiện và đăng tải, hầu như toàn bộ những gì cô kiếm được đều sẽ là lợi nhuận.

Và cô quyết định sẽ làm như thế. Sau khi viết xong hướng dẫn và soạn thảo với định dạng PDF đơn giản, cô đăng lên mạng và âm thầm cho mọi người biết rằng chúng hiện đang được bày bán. Với các phản ứng ban đầu khá thuận lợi, cô bắt đầu nghĩ đến việc tạo ra cả một loạt tài liệu cho việc chuẩn bị, một dự án dù ban đầu đòi hỏi nhiều công sức nhưng sau đó sẽ chỉ toàn lợi ích và cũng không cần làm thêm gì nữa.

Meredith đã tìm được một hướng tiếp cận khả thi, sinh lời và thuyết phục. Vì mỗi năm đều có những giáo viên mới tham gia vào phương pháp Waldorf nên nguồn cung khách hàng gần như là vô tận. Với Meredith, công việc làm thêm này là một sự kết hợp tuyệt vời.

“TINDER CHO CÔNG VIỆC LÀM THÊM”

Thế giới hẹn hò trực tuyến được ước tính thu về 2 tỷ đô-la mỗi năm. Với khoản lợi nhuận lớn như thế, chẳng mấy ngạc nhiên khi các trang hẹn hò thành công nhất thường đầu tư những khoản tiền khổng lồ để điều chỉnh thuật toán “ghép đôi” vô cùng tỉ mỉ. Các trang này đều hiểu rằng, một người bình thường đang tìm kiếm nửa kia – dù là cho suốt cuộc đời hay chỉ một thời gian ngắn ngủi – đều không muốn bị ghép ngẫu nhiên với người mà mình không quan tâm cũng như chẳng quan tâm đến mình. Họ muốn một lựa chọn giới hạn những người có thể sẽ thực sự tốt cho họ. Vậy nên một

trang hẹn hò chỉ phát triển khi cung cấp được cho người dùng của mình các ứng viên lý tưởng, chứ không phải là một danh sách vô tận và không sàng lọc những người xa lạ.

Hay nói cách khác, vấn đề không phải là nhiều lựa chọn hơn, mà là lựa chọn phù hợp hơn.

Vậy làm sao để bạn áp dụng logic “Tinder cho việc làm thêm” vào kế hoạch của mình? Bạn nhìn vào rất nhiều ý tưởng, loại bỏ phần lớn và đây dựa với một số trong đó, và rồi – hy vọng là – sẽ dần ổn định cho một giai đoạn thử nghiệm với ý tưởng hấp dẫn và toàn diện nhất. Trong phần đầu tiên, bạn đã học cách tạo ra ý tưởng. Bây giờ, bạn sẽ học một thuật toán đơn giản có thể dùng để so sánh những ý tưởng và tìm ra sự kết hợp lý tưởng cho mình. May mắn là việc này thường dễ dàng hơn tìm kiếm bạn tâm giao rất nhiều.

BỘ LỌC LÀM THÊM: XẾP HẠNG VÀ SO SÁNH CÁC Ý TƯỞNG NHƯ THẾ NÀO?

Nếu bạn đã biết mình sẽ chọn theo đuổi công việc làm thêm nào trong kế hoạch 27 ngày, thật tuyệt vời! Nhưng bởi yếu tố cốt lõi trong công việc làm thêm là học cách động não và tạo ra nhiều ý tưởng, nên việc học cách so sánh các ý tưởng với nhau để tìm ra cái tuyệt vời nhất là rất đáng giá.

Trong tuần đầu tiên, bạn đã học về tính khả thi, sinh lời và thuyết phục, ba yếu tố cốt lõi cho dự án làm thêm thành công. Đây là một vài tóm tắt giúp bạn nhớ lại:

Tính khả thi: Là khả năng bắt đầu thực hiện ý tưởng trong thời gian ngắn.

Tính sinh lời: Là tiềm năng kiếm được tiền từ ý tưởng, cũng trong thời gian ngắn.

Tính thuyết phục: Đây không chỉ là một ý tưởng tuyệt vời, mà còn là một ý tưởng tuyệt vời vào lúc này.

Để sàng lọc danh sách của chúng ta kỹ hơn nữa, hãy đưa vào thêm hai yếu tố mới:

Tính hiệu quả: Việc này có thể được hoàn thành trong bao lâu?

Động lực: Bạn thấy phân khích ra sao về ý tưởng này?

Thời gian rất quan trọng, bởi đó là thứ bạn không có nhiều, vậy nên bạn sẽ muốn lựa chọn một ý tưởng càng hiệu quả càng tốt. Thứ hai, động lực cũng quan trọng. Dự án làm thêm của bạn ít ra cũng phải đem lại chút niềm vui, đúng hơn thì càng nhiều càng tốt. Bạn chắc chắn không muốn kiệt quệ vì nó. Bạn muốn nó là thứ gì đó đáng trông đợi, chứ không khiến bạn lo sợ hay một thứ nghĩa vụ phải làm.

Để so sánh nhiều ý tưởng, bạn nên áp dụng thang đánh giá Cao, Trung bình, Thấp đối với năm yếu tố ở trên. Việc thực hiện khá đơn giản: dựa trên những thông tin sẵn có, bạn tự đặt câu hỏi xem ý tưởng của mình đạt được mức nào trong mỗi yếu tố, rồi điền vào bảng sau.

Ý TƯỞNG CỦA BẠN			
	Cao	Trung bình	Thấp
Tính khả thi			
Tính thuyết phục			
Tiềm năng sinh lời			
Tính hiệu quả			
Động lực			

Như công cụ tính lợi nhuận ở mặt sau tờ khăn giấy, phân tích này được thực hiện rất nhanh. Bạn có thể phải đoán một chút lúc xếp hạng bởi không phải thông tin nào cũng sẵn có, nhưng không sao cả. Mục đích của việc so sánh nhiều ý tưởng là để xem liệu có người thắng cuộc nào rõ ràng hay không mà thôi. Nếu có một ý tưởng được đánh giá cao hơn hẳn trong phần lớn các yếu tố, đó chính là ý tưởng để bạn thử tiến hành.

Hãy dùng câu chuyện của Meredith để thử xem chính xác bộ lọc làm thêm hoạt động như thế nào. Cô đã xác định được một nhu cầu rõ ràng: giúp các giáo viên Waldorf tiết kiệm thời gian và cải thiện hoạt động giảng dạy. Cộng thêm việc bản thân vốn là một giáo viên Waldorf có tình yêu lâu dài với chương trình, cô thừa khả năng để đáp ứng nhu cầu đó. Nhưng cô sẽ làm như thế nào? Những khả năng được đưa ra bao gồm: huấn luyện cá nhân trực tiếp, lớp học, các tài liệu hướng dẫn về chương trình học (ý tưởng mà cuối cùng cô đã chọn).

Để đơn giản, hãy thử tưởng tượng Meredith đang phân vân giữa các buổi huấn luyện cá nhân trực tiếp với bộ tài liệu hướng

dẫn chương trình học. Bằng việc sử dụng bộ lọc làm thêm, cô có thể nhanh chóng so sánh và phân biệt hai ý tưởng này. Đây là ý tưởng đầu tiên:

Ý TƯỞNG 1: DẠY TRỰC TIẾP CHO GIÁO VIÊN			
	Cao	Trung bình	Thấp
Tính khả thi		x	
Tính thuyết phục	x		
Tiềm năng sinh lời			x
Tính hiệu quả			x
Động lực		x	

Meredith biết mình là người có đủ thẩm quyền trong các chương trình học Waldorf. Cô cũng hiểu rằng giáo viên cần được hỗ trợ, do đó ý tưởng của cô rất có sức thuyết phục. Nhưng khi suy nghĩ về tất cả những việc liên quan trong ý tưởng làm thêm đầu tiên (huấn luyện cá nhân trực tiếp), Meredith nhận ra rằng điều này không thực sự khả thi. Yêu cầu về thời gian của nó rất cao (đòi hỏi phải trực tiếp có mặt để hướng dẫn), trong khi cô đã kín hết lịch. Hơn nữa, tiềm năng sinh lời lại thấp, vì cô chỉ có thể thực hiện được một số buổi giới hạn và cũng không muốn “hét giá” cao với các đồng nghiệp. Việc cô chỉ có thể tiến hành một buổi huấn luyện khiến toàn bộ việc này nhìn chung không tối ưu. Về phần động lực, đây cũng không hẳn là ý tưởng khiến Meredith phấn khích nhất, dù cô chắc chắn có đủ sự nhiệt tình và quyết tâm để thực hiện nó.

Giờ hãy xem xét phân tích tương tự, lần này là với ý tưởng bộ hướng dẫn chương trình học.

Ý TƯỞNG 2: BỘ HƯỚNG DẪN CHƯƠNG TRÌNH HỌC			
	Cao	Trung bình	Thấp
Tính khả thi	x		
Tính thuyết phục	x		
Tiềm năng sinh lời		x	
Tính hiệu quả	x		
Động lực		x	

Để so sánh nhanh, hãy giả định rằng nhiều yếu tố trong ý tưởng thứ hai cũng không thay đổi gì: cả hai ý tưởng đều thuyết phục như nhau, và đối với chúng, Meredith có cùng động lực như nhau. Tuy nhiên, trong ý tưởng thứ hai, ba yếu tố quan trọng còn lại thì khác hẳn: Bộ hướng dẫn được bán trực tuyến cho bất cứ ai cần đến nên tiềm năng sinh lời sẽ cao hơn, và một khi đã viết xong thì thời gian cần để duy trì chúng cũng ở mức tối thiểu. Điều đó khiến ý tưởng này không chỉ hiệu quả mà còn khả thi hơn đối với yêu cầu về thời gian. Với cả ba yếu tố đạt mức “Cao”, hướng dẫn chương trình học thắng áp đảo.

Bạn cũng có thể tùy chỉnh công cụ bộ lọc làm thêm căn bản theo nhiều cách khác nhau. Một là tập trung vào các yếu tố khả biến nhất định dựa trên những gì bạn coi là quan trọng vào thời điểm đó. Chẳng hạn, nếu lợi nhuận là quan trọng nhất, bạn có thể

nhân đôi giá trị của yếu tố này. Hoặc, để phân tích kỹ lưỡng hơn, bạn có thể đánh giá các yếu tố trên thang điểm từ 1 đến mười thay vì lựa chọn Thấp, Trung bình hoặc Cao. Điều quan trọng ở đây là phải thống nhất để tránh cảnh “so quả táo với trái cam”. Hãy nhớ rằng, mục đích của bạn là để xếp hạng và so sánh các ý tưởng khác nhau, từ đó lựa chọn ý tưởng tốt nhất.

VẤN PHÂN VẤN? HÃY ĐỌC ĐIỀU NÀY:

Nếu giống tôi, đôi khi bạn sẽ gặp khó khăn trong việc lựa chọn giữa các ý tưởng cho công việc làm thêm của mình. Tôi muốn thực hiện tất cả! Để tránh bị tê liệt trong việc ra quyết định, hãy nhớ ba quy tắc sau:

Bạn không phải đưa ra một quyết định trọn đời, bạn chỉ đang chọn ra một ý tưởng tốt nhất ở thời điểm đó. Cứ để dành tất cả những ý tưởng còn lại – có khi bạn sẽ quay lại với chúng vào một lúc nào đó sau này.

Bạn có thể giữ lại những ý tưởng dôi ra, nhưng đừng bao giờ để dành ý tưởng tốt nhất. Hãy dùng công cụ chọn lựa để tìm ra đâu là ý tưởng tốt nhất, có nhiều tiềm năng nhất rồi tiến hành nó.

Nếu bạn đã phân tích hết mà vẫn không thể quyết định được thì hãy cứ chọn điều cảm thấy đúng nhất vào lúc này. Có hành động gần như luôn tốt hơn là chẳng làm gì, đặc biệt là trong công việc làm thêm. Ngay cả nếu sau đó có thay đổi quyết định thì bạn vẫn sẽ thu được những kinh nghiệm quý giá và trau dồi được các kỹ năng quan trọng.

Sự tê liệt trong công việc làm thêm thường lại là hậu quả của những ý định tốt. Đừng để bản thân lạc lối hay mắc kẹt tại chỗ –

hãy chọn một ý tưởng và cứ thế tiến lên.

DANH SÁCH KIỂM TRA CUỐI CÙNG CHO Ý TƯỞNG

Đầu óc tràn ngập ý tưởng là điều tốt, nhưng sẽ còn tốt hơn nữa nếu bạn chuyên được ý tưởng tốt nhất của mình thành hiện thực và hái ra tiền. Từ tất cả những gì bạn đã đọc và suy nghĩ cho đến lúc này, hãy lựa chọn ý tưởng tốt nhất. Tạm thời từ bỏ hoặc cất những ý tưởng khác đi. Chúng ta sẽ đi tiếp với lựa chọn tốt nhất có thể!

Bạn đã sẵn sàng để bắt tay vào thực hiện một công việc làm thêm thực sự chưa? Hãy cùng kiểm tra nhanh một lần nữa:

Bạn có một ý tưởng có thể giải thích được bằng ngôn ngữ rất đơn giản không?

Ý tưởng của bạn có khả thi, sinh lời và thuyết phục không?

Cách đề ý tưởng này tạo ra tiền có rõ ràng không?

Khi nghĩ về ý tưởng này, bạn có cảm thấy phấn khích không?

Lý tưởng nhất là bạn có thể trả lời “Có” với tất cả các câu hỏi trên, hay ít nhất là với hầu hết. Nếu vẫn chưa được như vậy, hãy tiếp tục suy nghĩ và đánh giá các lựa chọn khác nhau. Cơ hội thành công của bạn sẽ cao hơn nhiều nếu bạn xắn tay áo lên và bắt đầu thực hiện ý tưởng của mình ngay sau khi hoàn thành công đoạn này. Đã đến lúc đưa ý tưởng vào hoạt động.

Ngày 7

TRỞ THÀNH THÁM TỬ

Trong lúc bạn tiếp tục với ý tưởng đã chọn, hãy quan sát việc mà người khác đang làm. Hãy làm tốt hơn thế – hay chí ít là làm khác đi.

Khi chuyển từ Tây Ban Nha đến Texas, Andrea Hajal đã tìm được tình yêu đích thực nhưng lại phải bỏ lại thú cưng của mình. Hôn phu của cô là người Mỹ; sau khi cùng nhau đi đây đó vài năm, họ quyết định tiến tới hôn nhân và định cư tại Austin. Andrea thích công việc chuyên gia dinh dưỡng của mình, nhưng cô lại thực sự yêu động vật, đặc biệt là chó. Một ngày nọ, khi đang cùng chồng ở một căn hộ cho thuê trong chuyến du lịch đến Canada, cô nảy ra ý tưởng: “Phải chỉ có một thứ như Airbnb³ dành cho chó nhỉ? Khi đó, chủ nhân sẽ có thể đi du lịch và để chúng lại một nơi tốt hơn là mấy cái cũi?” Một năm sau, cô tình cờ tìm thấy Rover.com – dịch vụ hoạt động tương tự như mong ước của cô, cơ bản là tạo ra một nền tảng để những chủ nhà yêu động vật có thể đem chiếc ổ chó dư của mình ra cho “khách bốn chân” thuê.

Andrea hăm hở tạo tài khoản, quảng cáo nhà của mình là nơi luôn chào đón mọi giống chó. Cô yêu việc chăm sóc chó và cũng đủ khôn khéo trong kinh doanh để nhận ra rằng, giữa hàng tá những chủ nhà yêu chó khác đang cùng cạnh tranh đơn đặt hàng, chỉ mỗi kỹ năng chăm sóc thôi là chưa đủ để giúp cô biến khoản đầu tư này thành một công việc làm thêm thành công. Thế nên, cô bắt đầu tiến

hành một điều tra nho nhỏ: âm thầm nghiên cứu các tài khoản và đánh giá của những chủ nhà khác, tìm ra sự khác biệt trong cách làm của những người thành công so với những người còn lại.

Andrea nhanh chóng nhận thấy những người trông chó được ưa chuộng nhất sở hữu không chỉ một mà là vô số ảnh trong phần mô tả của họ. Điều này khiến cô thêm phần tự tin, đăng lên hơn 50 tấm hình mình đang chơi đùa với hàng chục chú chó khác nhau. Chẳng bao lâu sau, cô nhận được đơn hàng đầu tiên, và các đơn hàng cứ ồ ạt kéo tới sau đó. Sau khi được khách hàng (những người chủ, không phải những chú chó) nhiệt tình khen ngợi, cô bắt đầu nhận được yêu cầu đặt chỗ gần như mỗi ngày. Công việc làm thêm này trở thành một cách để cô lại được bầu bạn cùng những chú cún cưng, điều mà cô vẫn hằng nhung nhớ kể từ khi rời Tây Ban Nha. Thu nhập trung bình vào khoảng 80 đô-la một ngày, đôi khi lên đến 200 đô-la trong các tuần nghỉ lễ – không tệ chút nào cho một công việc làm thêm bán thời gian.

NHIỆM VỤ TRÌNH SÁT

Trước khi chọn địa điểm bán lẻ cho một cửa hàng hay quán cà phê mới, phần lớn các ông chủ đầy quyết tâm đều phải thực hiện khảo sát chi tiết khu vực xung quanh. Khu vực ấy như thế nào? Mọi người hay tụ tập ở đâu, họ thường xài tiền vào đâu?

Chủ quán cà phê mới chắc hẳn không muốn mở quán tại nơi có mặt tiền nhỏ, không những thế lại có đến ba quán cà phê trên cùng một con đường. Quá chật chội! Dù vậy, cũng có người không muốn làm quán duy nhất trong khu vực. Không phải lúc nào làm người tiên phong cũng tốt, đôi khi cứ đi theo người ta mới là điều tốt nhất.

Giống như người chủ quán cà phê kia, bạn cũng nên làm một cuộc trinh sát về bối cảnh cạnh tranh trước khi quyết định đầu tư vào ý tưởng của mình. Hãy dành thời gian tìm hiểu khu vực mới và nghĩ về nơi bạn có thể đặt đại bản doanh.

Nhiệm vụ trinh sát này không cần phải quá phức tạp. Bạn chỉ cần biết hai điều sau:

Còn ai khác nữa đang thực hiện điều tương tự hay y hệt bạn không?

Ý tưởng của bạn tốt hơn hay khác biệt với người ta như thế nào?

Liệu thứ mà bạn đang định cung cấp đã tồn tại ở một dạng nào đó hay chưa? Nếu rồi, hãy tìm hiểu càng nhiều càng tốt về những “người đi trước”, họ đã làm đúng và sai điều gì?

Sau khi hoàn thành, bạn sẽ muốn xác định những điểm mình có thể làm tốt hơn hay khác với đối thủ cạnh tranh. Bạn không cần phải tốt hơn về mọi mặt – nói thật là chắc chắn bạn sẽ không làm được đâu. Dù vậy, khi quan sát kỹ lưỡng đối thủ cạnh tranh, bạn có thể nhặt nhạnh được những điểm mà họ hoặc không nhận ra, hoặc không có thời gian để xử lý. Ví dụ, khi xây dựng dự án “Airbnb cho chó”, Andrea nhận ra rằng những người trông chó dắt khách nhất trên trang Rover.com đều có nhiều ảnh đẹp trên trang cá nhân. Có thể bạn nghĩ cô hơi quá đà khi đăng tải đến hơn 50 tấm hình chơi đùa cùng những người bạn lăm lăm, nhưng với một người đang phân vân giữa các dịch vụ thì chính việc Andrea nhiệt tình và chịu khó đến mức đăng ngàn ấy ảnh cũng có thể coi là một điểm cộng lớn cho cô.

Tương tự, Andrea đề ý thấy rằng nền tảng “nhà trọ” cho chó khuyến khích người cung cấp dịch vụ đăng ảnh thú cưng cho chủ nhân của chúng thấy. Nền tảng sẽ theo dõi và cập nhật mức độ thường xuyên của việc này, cũng như thời gian phản hồi trung bình mỗi khi chủ nhân hỏi thăm tình hình thú cưng. Từ phát hiện này đưa đến hai mục tiêu nữa: Andrea quyết định nhắm đến tỷ lệ gửi hình ảnh 100% và thời gian phản hồi dưới một giờ. Nhờ chú ý đến những mục tiêu ấy mà cô đã dần leo lên đỉnh của danh sách, thường xuyên lọt vào top 5 trong số hơn 40 người trông chó trong khu vực.

ĐI THEO DÒNG TIỀN

Khi đã có những người khác hoạt động trong lĩnh vực mà bạn muốn đặt chân vào, bạn thường sẽ làm vài điều đơn giản để tìm hiểu thêm về cách vận hành của họ: xem qua trang web, đọc các đánh giá của khách hàng, ngó nghiêng những gì được đăng trên mạng xã hội, thậm chí tự mình trải nghiệm dịch vụ hay sản phẩm. Dù vậy, trong một số trường hợp, bạn có thể sẽ phải làm thám tử điều tra một chút, chẳng hạn xem người ta đã tốn bao nhiêu tiền để khởi đầu và số tiền thu về là bao nhiêu. Quay lại lúc mới bắt đầu bán đầu giá online, tôi đã chú ý đến những món hàng được bán hết liên tục. Rồi tôi lần tới các nhà bán sỉ hay phân phối những món hàng đó để hỏi giá. Từ đó, tôi dễ dàng biết được không chỉ người ta đang bán những gì, với giá bao nhiêu, mà còn biết được cả giá gốc mà người bán nhận được. Nếu thấy có vẻ là một cơ hội kiếm lời, tôi sẽ đặt hàng với nhà bán sỉ và tự tạo danh sách hàng của riêng mình.

Tất nhiên việc này không phải lúc nào cũng đơn giản. Khi “đi theo dòng tiền”, mục tiêu của bạn không chỉ là ước lượng tính khả

thi và khả năng sinh lời của ý tưởng mà còn cả những việc mà đối thủ của bạn đang làm để kiếm tiền. Cuối cùng, bạn sẽ muốn tìm hiểu xem liệu có thể áp dụng và cải tiến các chiến lược của họ bằng cách nào.

Khi Andrea chú ý kỹ đến các danh sách được ưa thích nhất, ngoài việc hiểu được thời gian phản hồi trung bình có vai trò rất quan trọng, cô còn thấy rằng những người trông chó thành công nhất không chỉ trông chó – họ còn đồng thời thực hiện các dịch vụ khác nữa, như các chuyến thăm đột xuất hay dắt chó đi dạo trong khi chủ nhân của chúng đang làm việc. Cô thêm các dịch vụ ấy vào danh sách của mình và thu nhập hàng tuần tăng thêm 20%.

KIỂM CHỨNG Ý TƯỞNG VỚI 10 ĐÔ-LA VÀ MỘT TÀI KHOẢN FACEBOOK

Bạn có 10 đô-la chứ? Bạn có tài khoản Facebook chứ? Tôi đoán khả năng trả lời “Có” cho cả hai câu trên phải đến 99% hoặc hơn. Nếu bạn có một ý tưởng lớn và muốn có những phản hồi thực tế (không chỉ từ bạn bè) trước khi tiếp tục, hãy thử tạo một quảng cáo và xem người ta phản ứng thế nào. Không cần thiết phải thuê cả một biển quảng cáo ngoài trời – với Facebook bạn có thể bắt đầu trong chưa đầy một giờ và chưa tới 10 đô-la.

Trong Phụ lục 2, bạn có thể thấy một kế hoạch mười bước về cách thực hiện việc này. Các chi tiết có thể hơi mang tính kỹ thuật, vậy nên tôi cũng để ở đó đường dẫn tới một trang web với ảnh chụp màn hình.

NẾU CÔNG VIỆC LÀM THÊM CỦA BẠN LÀ MỘT DỰ ÁN TIỀN PHONG THÌ SAO?

Ngay cả khi ý tưởng của bạn hoàn toàn mới mẻ và không có gì để so sánh, bạn vẫn có thể tìm ra cách để khiến nó nổi bật hơn. Khi đang tạo ra hay giới thiệu một thứ chưa từng được thực hiện trước đó, bạn sẽ muốn đảm bảo rằng nó có thể dễ dàng được giải thích và nắm bắt. Thuyết phục người khác rằng họ muốn mua một thứ mà họ chưa từng nghe và không biết mình cần đến có thể là cả một thử thách, vậy nên bạn sẽ có lợi thế cực lớn nếu ý tưởng của bạn rõ ràng và dễ hiểu.

Hãy cùng xem xét vài ví dụ dưới đây, tất cả đều lấy từ quá trình nghiên cứu để soạn ra cuốn sách này.

Bộ dụng cụ làm rượu gin tại nhà (xem Ngày 4).

Tám biển trang trí được chạm khắc theo hình dạng bang Pennsylvania (Ngày 21).

Kẹo hình trái tim theo ý khách hàng (Ngày 11).

Dù khác biệt thế nào thì những ý tưởng trên đều có hai điểm giống nhau quan trọng. Đầu tiên, chúng đơn giản. Chỉ cần một câu duy nhất, thậm chí là chỉ vài từ, bạn đã hiểu được chính xác chúng là gì. Thứ hai, lợi ích từ chúng rất rõ ràng: chúng thú vị. Điều này rất quan trọng, bởi con người thường ngần ngại chi tiền khi không hiểu nếu mua thì mình sẽ được lợi gì. Tất nhiên, bạn không cần bắt cứ thứ gì trong số chúng – cuộc sống sẽ cứ thế tiếp diễn như thường bất kể bạn có bắt đầu làm rượu gin tại nhà hay không. Dù vậy, những lời chào mời này vẫn thuyết phục bởi chúng tồn tại một lợi ích trực tiếp, dễ hiểu cho những khách hàng tiềm năng.

Andrea chẳng gặp mấy khó khăn khi thực hiện ý tưởng “Airbnb cho chó” của mình – cô nhận được yêu cầu trông chó đầu tiên chỉ trong vòng một tuần. Nhưng sau đó, cô đã “chơi tới bến”, làm tất cả những gì có thể nhằm để lại ấn tượng tốt nhất trong mắt “cha mẹ” của lũ thú cưng tiềm năng. Cô tiếp tục đăng thật nhiều hình ảnh và trả lời mọi câu hỏi một cách nhanh chóng, chủ yếu bởi điều đó giúp những người chủ an tâm, ngoài ra cũng nhằm tăng tương tác tích cực, giúp tăng lợi thế nhờ các thuật toán của nền tảng.

Sự quan tâm đến chi tiết từ việc quan sát xem tại sao một số người lại đạt hiệu quả tốt hơn nhiều so với những người khác đã khiến Andrea trở nên nổi bật.

Không mất nhiều thời gian, Andrea đã có một lượng người theo dõi ấn tượng trong khu vực, với vô số lời tán dương từ tất cả những người đã sử dụng dịch vụ của cô. Khi đi Tây Ban Nha thăm gia đình trong một tháng, cô tạm đóng tài khoản, và khi mở lại sau khi trở về nhà, cô nhận được ngay ba lượt đặt chỗ mới trong ngày đầu tiên. Các khách hàng vẫn nhớ đến cô, và cô nhanh chóng quay trở lại vị trí dẫn đầu trong khu vực. Airbnb cho chó một lần nữa lại sẵn sàng đón khách.

Ngày 8

CUỘC HẸN TƯỞNG TƯỢNG VỚI KHÁCH HÀNG LÝ TƯỞNG

Ngoài kia có một người hoàn toàn phù hợp với mô tả về khách hàng tiềm năng của bạn. Bạn có thể học được gì từ họ?

Ngày này sang ngày khác, Shannon Mattern phải kéo mình ra khỏi giường và lê đến một văn phòng không cửa sổ đơn điệu với các sắc thái màu be. Tường màu be, bàn màu be và một cuộc đời cũng màu be nốt. Cô thường xuyên cảm thấy mệt mỏi, trì trệ và bị cầm tù bởi công việc IT của mình. Shannon cần một sự thay đổi, và cô biết sự thay đổi đó sẽ không từ trên trời rơi xuống. Nếu muốn mọi việc khác đi, cô sẽ phải thôi phàn nàn và bắt tay vào hành động.

Một ngày nọ, khi đang vật lộn với bản báo cáo đáng sợ phải thực hiện mỗi tháng, cô để ý thấy rằng một trang Wordpress mà cô xây dựng cho công ty đã đem về lượng giao dịch trị giá 7.000 đô-la mỗi tháng. Cô biết mình có thể tạo ra được một trang tương tự như thế chỉ trong một tuần – nhưng quan trọng là ai sẽ thuê cô đây?

Trong công việc chính của mình, Shannon là bậc thầy về công nghệ được mọi người tin tưởng, người đã phát triển trang web gần tám năm. Cô để ý thấy nhiều người có những ý tưởng kinh doanh

thú vị nhưng lại thiếu kỹ năng tạo ra một trang web hấp dẫn để thu hút khách hàng. Từ quan sát đó, một ý tưởng làm thêm ra đời.

Một ngày nọ, trong phòng gym, một người phụ nữ đã hỏi cô làm nghề gì. Cô trả lời rằng mình làm IT cho một tổ chức phi lợi nhuận và ngoài ra còn làm thêm việc thiết kế trang web tự do – dù chưa có khách hàng thực thụ nào.

Thế là người phụ nữ kia nói rằng công ty của bà đang tìm một người giúp nâng cấp trang web và đề nghị gặp nhau ở quán cà phê để bàn chuyện thêm. Cuộc trò chuyện đó giúp Shannon có công việc tự do đầu tiên với trang web của một công ty khác, và cô bắt đầu nghĩ về việc sử dụng kỹ năng của mình để kiếm thêm tiền. Vấn đề duy nhất là việc thiết kế tốn khá nhiều thời gian, trong khi cô cũng đang có một công việc chính thức.

Đó là lúc Shannon quyết định thay vì phát triển trang web cho người khác, cô sẽ chỉ họ cách tự làm điều đó trên nền tảng Wordpress. Việc bắt đầu dễ đến không ngờ. Mỗi ngày, cô lại đăng một đường dẫn về một khóa học miễn phí lên nhóm Facebook cho những người khởi nghiệp, sau đó sẽ có người đăng ký vào danh sách nhận email. Người này sau đó mua một sản phẩm mà cô giới thiệu và Shannon nhận được một khoản hoa hồng. Ngay lập tức, cô biết rằng mình đang cung cấp đúng thứ mà mọi người cần đến.

Cô gọi công việc làm thêm của mình là “bạn thân Wordpress” và phát triển nó như một lựa chọn khác ngoài dịch vụ tư vấn hay hỗ trợ kỹ thuật đa chức năng thông thường. Khi tôi hỏi cô tưởng tượng khách hàng tiềm năng nhất của mình như thế nào, Shannon đã đưa ra một danh sách các đặc điểm: một phụ nữ khoảng 25-30 tuổi muốn kiểm soát thời gian và thu nhập của mình tốt hơn; người này

có thể muốn đi du lịch, ở nhà với con cái, quản lý hoạt động kinh doanh tại nhà – hoặc cũng có thể là cô ta chẳng biết mình muốn gì ngoài việc biết rằng mình đang không thỏa mãn với công việc hiện tại.

Khi phác họa xong mô tả chi tiết này về khách hàng, Shannon dừng lại. Như nhận ra một chân lý, cô cảm thán: “Ôi, đó là mình mà!” Cô chính là hình mẫu khách hàng lý tưởng của bản thân và vì thế hiểu được rõ nhu cầu hơn bất cứ ai khác. Nhận ra điều này, cô bắt đầu tập trung thời gian vào các chương trình và sản phẩm được thiết kế cho những người giống mình. Đến cuối năm làm thêm đầu tiên, cô kiếm được hơn 20.000 đô-la. Đến giữa năm thứ hai, cô vượt mốc 30.000 đô-la, trong khi đã cắt giảm việc thiết kế để tập trung vào các thu nhập thụ động hơn. Cô vẫn giữ công việc chính, nhưng nhận thấy việc làm thêm của mình đủ thỏa mãn để khiến cuộc sống bỗng chốc không còn ảm đạm như trước nữa.

BẮT ĐẦU VỚI MỘT NGƯỜI

Mọi công việc làm thêm đều có khách hàng mục tiêu, một kiểu người cụ thể mà các sản phẩm và dịch vụ được thiết kế để nhắm đến. Đôi khi những khách hàng mục tiêu này được gọi là “hiện thân”, nhưng bạn cũng có thể coi họ là người ủng hộ của mình. Và càng hiểu rõ những người này – họ là ai, họ cần gì, “niềm đau” của họ nằm ở đâu – bạn càng được trang bị tốt hơn để phục vụ họ.

Sau đây là ví dụ về một người đã đạt được thành công khi nhận ra người ủng hộ của mình là ai. Khi John Lee Dumas ở San Diego bắt đầu podcast có tên Nhà khởi nghiệp Máu lửa, anh đã tràn trề hy vọng. Anh muốn có một lượng khán giả lớn và vươn tới thật nhiều

người. Tầm nhìn này chẳng có gì là sai, nhưng ngay từ khi bắt đầu anh đã mắc phải một sai lầm lớn thường gặp. Vì không xác định rõ đối tượng khán giả của mình, anh không thể hình dung được rõ ràng đối tượng mà podcast (và qua đó là cả cộng đồng) thực sự hướng đến.

Ba tháng trôi qua, John Lee đã đạt được một số thành công. Anh thích làm podcast và anh biết mình có thể theo đuổi công việc làm thêm này lâu dài. Nhưng anh cũng cảm thấy cần phải định hướng lại, bắt đầu nghĩ xem thính giả của mình là ai. Và rồi anh còn đi xa hơn thế. Không chỉ xác định thính giả của mình, anh nghĩ rằng đâu đó ngoài kia có một thính giả lý tưởng, một người mà podcast Nhà khởi nghiệp Máu lửa của anh phù hợp đến hoàn hảo.

Anh lấy một mảnh giấy và bắt đầu viết về nhân vật tượng tượng ấy. Anh gọi anh chàng này là “Jimmy” và thêm một loạt chi tiết về anh ta. Jimmy 34 tuổi, là bố của hai đứa trẻ, có vợ ở nhà nội trợ, hằng ngày lái xe mất đúng 27 phút để đến văn phòng, làm việc trong một công ty nhỏ.

Giống như Shannon, một nhân viên IT ngoài đời, “Jimmy tượng tượng” cũng không thích công việc của mình. Anh ta cần mẫn thực hiện những gì sếp giao nhưng liên tục nhìn đồng hồ, đúng 5 giờ chiều là xách cặp về nhà. Ở nhà, anh ta tập thể dục, dành thời gian với lũ trẻ, ăn tối cùng gia đình rồi thư giãn một hoặc hai tiếng trước ti vi. Những khi không chìm đắm vào chương trình sitcom mới nhất, Jimmy lại cảm thấy bức bối. “Tại sao mình lại làm việc này? Chẳng nhẽ không còn gì tốt hơn sao?” Anh ta tự hỏi.

Cũng như Shannon, Jimmy muốn thay đổi, thậm chí là nghỉ việc và bắt đầu tự kinh doanh, nhưng lại không biết làm thế nào.

Anh ta cảm thấy đơn độc với rất nhiều câu hỏi, bởi tất cả bạn bè của anh ta đều là những người làm công ăn lương, chưa ai từng thử con đường khởi nghiệp mà Jimmy đang ngày càng thấy tò mò.

Đến khi ngừng bút, ghi chú về “Jimmy” của John Lee (chưa hết đâu – đây mới chỉ là những điểm nổi bật thôi) đã dài hơn 1.300 từ. Việc này giúp anh cảm thấy nắm bắt được rõ hơn đối tượng thính giả của mình: họ là ai, quan tâm đến điều gì và có mong muốn gì. Anh tiến hành những thay đổi nhỏ trong chương trình của mình, tập trung vào những hoạt động và những điều truyền cảm hứng nhằm giúp “Jimmy” có thêm tự tin để có bước đi đầu tiên trong việc khởi nghiệp.

John Lee gọi phương pháp này là “bắt đầu với một người”, xây dựng dựa trên nguyên tắc căn bản là có một người – gọi đó là hiện thân hay là khách hàng lý tưởng đều được – đang rất cần những gì bạn có thể cung cấp. Bắt đầu nghĩ về người đó và tập trung hoàn toàn vào việc phục vụ họ.

Mọi người thường nghĩ: Tôi không muốn bỏ ai lại cả. “Nhưng điều đó hoàn toàn sai! Đó là kiểu suy nghĩ ngắn hạn. Khi tập trung tất cả nỗ lực của mình vào một người, người hoàn hảo cho bạn, bạn sẽ phục vụ được nhiều người hơn thế,” John Lee chia sẻ.

Trong ngày đầu tiên quay lại với chương trình podcast, John Lee có ba lượt tải về, trong đó bao gồm một từ anh, một từ bạn gái anh, và lượt thứ ba, anh coi đó là từ “Jimmy” – vị khách hàng lý tưởng. Sau 600 tập, giờ đây mỗi tập đã đều đặn nhận được 30.000 lượt tải về hoặc hơn. Anh cho rằng thành công này đạt được là nhờ việc hình dung chi tiết về kiểu người mà mình phục vụ, bắt đầu từ anh chàng tưởng tượng kia.

Một điều khá thú vị là từ khi bắt đầu, John Lee cũng nhận được nhiều email cảm ơn từ những người nghe có vẻ giống hệt như Jimmy. Anh bắt đầu với một người, và dần dần đã phát triển để phục vụ nhiều hơn thế.

VIẾT THƯ CHO KHÁCH HÀNG LÝ TƯỞNG

Viết 1.300 từ về Jimmy – vị khán giả lý tưởng của chương trình podcast – giúp John Lee Dumas có hiểu biết rõ ràng hơn về những người mà mình muốn phục vụ. Mô tả này thậm chí còn bao gồm cả tên tuổi của lũ trẻ tưởng tượng nhà Jimmy, bài thể dục yêu thích và cả chương trình truyền hình mà anh ta thường xem khi đi làm về.

Bạn có thể không chi tiết được đến thế trong việc mô tả hiện thân của mình, nhưng đừng bỏ qua phần quan trọng nhất: hiểu được khó khăn mà người đó đang phải trải qua. Trong trường hợp của “Jimmy”, khó khăn nằm ở công việc ban ngày: anh dành hàng giờ giam mình trong căn phòng chật chội, không tìm được bất cứ ý nghĩa nào trong công việc nhưng vẫn phải làm để nuôi sống gia đình.

Nếu bạn đã có ý tưởng về khách hàng của mình nhưng lại gặp rắc rối trong việc xác định “niềm đau” của họ, thì việc trao đổi (dù mang tính một chiều) có thể giúp bạn. Có một cách để làm điều này, đó là viết một lá thư cho khách hàng lý tưởng, cho người này thấy rằng bạn hiểu được nhu cầu của họ, đưa ra một giải pháp và xây dựng mối quan hệ với người đó. Bạn càng hiểu rõ về con người tưởng tượng này bao nhiêu – và tất nhiên, cả cách mà bạn có thể giúp họ nữa – công việc làm thêm của bạn sẽ càng thành công bấy

nhiều. Hãy lật đến Phụ lục 3 để đọc bức thư mẫu cho khách hàng cùng với phân tích những phần nào là quan trọng nhất.

VƯỢT KHỎI CÁC DỮ LIỆU NHÂN KHẨU CƠ BẢN

Shannon là một chuyên viên thiết kế giỏi, đáng tin cậy – hai phẩm chất sẽ đem lại cho cô sự thành công vừa phải trong công việc làm thêm. Nhưng công việc làm thêm của cô chỉ thực sự khởi sắc khi cô tập trung hơn vào những người mà mình muốn phục vụ. Một khi nhận ra ý tưởng rõ ràng về người đó – người “cũng giống như mình” – cô bắt đầu thấy mình thu về được nhiều tiền hơn, đặc biệt là khi phát triển các chương trình và sản phẩm không tốn quá nhiều thời gian như thiết kế hoàn chỉnh.

Bạn có lẽ đã nghe về dữ liệu nhân khẩu, vốn thường bao gồm các mục đơn giản như giới tính, tuổi tác, trình độ giáo dục... Những yếu tố này không hoàn toàn vô nghĩa trong việc giúp bạn hiểu được khách hàng mục tiêu, và tùy thuộc vào những gì bạn cung cấp, chúng có thể trở nên đặc biệt quan trọng. Nếu cung cấp dịch vụ hướng dẫn thực hiện bài SAT, bạn sẽ muốn giới thiệu nó tới các học sinh phổ thông có ý định vào đại học. Nếu dịch vụ của bạn giúp đàn ông tạo trang cá nhân hẹn hò trực tuyến bắt mắt hơn, bạn nên lựa chọn ngôn ngữ hoàn toàn thu hút cánh mày râu.

Song, đôi khi mọi chuyện không đơn giản như vậy. Một số sản phẩm và dịch vụ vượt qua các ranh giới về nhân khẩu và được sử dụng bởi những người có hoàn cảnh đa dạng. Tạo ra một hiện thân – một nhân vật tưởng tượng cụ thể duy nhất – cho phép bạn đào sâu hơn và có thông tin chính xác hơn về đối tượng mà mình đang nhắm đến.

Shannon bắt đầu hướng dẫn trên Wordpress sau khi cảm thấy không hài lòng với công việc phục vụ khách hàng. Cô cân trọng cân nhắc thị trường và thiết kế lại toàn bộ hoạt động quanh những người giống như mình.

John Lee phát triển podcast bằng việc nghĩ lâu và sâu về “Jimmy”, vị khán giả tưởng tượng đang gặp bế tắc trong công việc và mong muốn làm một thứ gì đó lớn hơn.

Công việc làm thêm của bạn sẽ phục vụ những ai? Ai sẽ là người phải có những thứ bạn đang cung cấp? Bắt đầu với người đó, mời anh ta (hay cô ta) đến một quán cà phê tưởng tượng và tiếp tục suy nghĩ về họ khi công việc làm thêm của bạn tiếp tục phát triển. Thành công của bạn – có lẽ là của họ nữa – hoàn toàn phụ thuộc vào điều đó.

Ngày 9

BIẾN Ý TƯỞNG THÀNH LỜI MỜI CHÀO

Khi đã có một ý tưởng tuyệt vời và một khách hàng lý tưởng, bạn cần chuyển đổi ý tưởng đó thành một lời mời chào. Trong lời mời chào đó có một lời hứa hẹn, một lời quảng cáo và một lời chào giá.

Jake Posko làm việc trong trường đại học, quản lý một đội thể thao và đại diện cho trường trong các sự kiện địa phương. Ngoài ra, anh còn chơi guitar cho một ban nhạc nhỏ, chủ yếu để giải trí, nhưng đôi khi cũng được thuê biểu diễn tại các đám cưới hay sự kiện. Anh từng theo đuổi một số công việc làm thêm khác nhau trong mấy năm gần đây, một số thất bại hoàn toàn, nhưng cũng có một số đạt được vài thành công nho nhỏ.

Một ngày nọ, anh quyết định đem về một nguồn thu nhập mới bằng cách dạy chơi guitar. Nếu bạn đang nghĩ đây đâu phải ý tưởng độc đáo gì lắm, thì bạn đúng rồi đấy. Về việc chơi guitar, vấn đề là thế này: rất nhiều người biết chơi một vài hợp âm ngắn và họ không thực sự quan tâm đến việc nâng cao trình độ của mình. Cùng với đó, có rất nhiều người khác cũng đưa ra các bài học tương tự với vô số mức giá và chất lượng khác nhau. Nói cách khác, việc này không có nhiều nhu cầu, mà thị trường cũng vô cùng chật chội.

Jake hiểu rằng mình phải trở nên nổi bật bằng một cách nào đó. Nhưng sau khi điều tra một chút, theo cách bạn đã học vào Ngày 7,

anh nhận ra rằng dù có nhiều người dạy guitar nhưng phần lớn lại không quan tâm lắm đến các quảng cáo của mình. “Nhận dạy đàn guitar” là một tiêu đề khá thông thường – chính xác đấy, nhưng chẳng ấn tượng.

Mẫu quảng cáo đầu tiên của Jake, được anh đăng lên Craigslist, có một lời tuyên bố khá nổi trội:

“Khóa học guitar đỉnh nhất quả đất” nghe hấp dẫn hơn nhiều so với “Nhận dạy đàn guitar”. Dù tuyên bố này có hơi quá thì nó vẫn khá vui và lập tức thu hút được sự chú ý của mọi người. Tuy nhiên, dù khóa học guitar của Jake hứa hẹn có đỉnh đến đâu, anh vẫn không có khách hàng đến gõ cửa ngay. Phải mất một thời gian mới có học viên đầu tiên đăng ký, nhưng anh vẫn duy trì công việc làm thêm trong phần lớn thời gian rảnh rỗi giới hạn của mình suốt tám tháng sau đó.

Nhận ra rằng mẫu quảng cáo mạnh miệng có lẽ là công cụ tốt nhất có trong tay để thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng, anh quyết định mở rộng tầm lan tỏa của nó, chạy quảng cáo trên Google với giọng điệu tương tự về lý do tại sao các buổi học của mình lại đặc biệt đến thế. Chưa đầy một năm sau, anh đều đặn kiếm được 80 đô-la mỗi giờ dạy và quyết định nghỉ việc để tập trung phát triển công việc làm thêm của mình⁴.

TỪ Ý TƯỞNG ĐẾN LỜI MỜI CHÀO

Để có một công việc làm thêm ngoài đời thực, bạn cần chuyên được ý tưởng của mình thành lời mời chào. Ít nhất thì lời chào mời

này cần cho người khác biết chính xác họ sẽ nhận được những gì từ khoản tiền bỏ ra – cũng như làm rõ lợi ích đó đòi hỏi bao nhiêu tiền. “Học đàn guitar” không phải là một lời mời chào. “Học đàn guitar chỉ 50 đô-la một giờ” nghe hấp dẫn hơn một chút, nhưng tốt hơn sẽ là:

“Học chơi đàn guitar cơ bản vừa nhanh chóng (lại vừa vui) từ một người hướng dẫn dày dặn có 20 năm kinh nghiệm biểu diễn. Để đăng ký học đàn guitar với giá chỉ 50 đô-la một giờ, bạn hãy gọi ngay đến đường dây nóng 555.”

Khi đưa ra lời mời chào, bạn cần chắc chắn rằng mình đã cung cấp mọi thông tin có liên quan mà người ta cần để đặt hàng. Một lời mời chào hoàn chỉnh cần bao gồm các yếu tố sau:

Lời hứa hẹn: Công việc làm thêm này của bạn sẽ thay đổi cuộc đời ai đó thế nào.

Lời thuyết phục: Tại sao người ta nên mua hay đăng ký ngay.

Lời chào giá: Cần chi bao nhiêu tiền cho việc mua hay đăng ký này (cùng cách để làm việc đó).

Lời hứa hẹn nên tập trung vào lợi ích mà mọi người sẽ nhận được từ bạn, bất kể bạn bán thứ gì. Bạn nên viết một câu ngắn, hùng hồn thu hút sự chú ý và khiến khách hàng nhận ra được các lợi ích ngay lập tức. “Khóa học guitar đỉnh nhất quả đất” là một hứa hẹn tuyệt vời thể hiện được khái niệm này.

Lời quảng cáo nên cung cấp tất cả mọi thông tin cần được biết, nhưng không sa đà vào những chi tiết chẳng liên quan. Một yếu tố cốt lõi trong lời quảng cáo là tính cấp thiết, liên quan đến khái niệm thuyết phục mà bạn đã học ở Ngày 2. Một lời mời chào màu mè mạnh mẽ là khởi đầu tốt, nhưng để đạt được kết quả tối ưu, bạn

cũng cần đưa ra câu trả lời thuyết phục cho câu hỏi tối quan trọng:
Tại sao người ta lại cần hành động ngay?

Lời chào giá nên thể hiện cho khách hàng tiềm năng biết không chỉ về giá của sản phẩm hay dịch vụ bạn cung cấp mà cả những gì bao gồm trong đó và những gì người ta cần làm để có được nó. Yếu tố sau cùng này còn được gọi là lời kêu gọi hành động. Ví dụ như: bấm vào nút này, gọi đến số này, đăng ký ở đây... Chúng nên đơn giản và rõ ràng.

Một lần nữa, hãy xét đến một số ý tưởng mà bạn đã được đọc cho đến lúc này – cùng cách chúng được chuyển từ ý tưởng thành lời mời chào:

Ý tưởng: Hướng dẫn về chương trình học (Ngày 6).

Lời mời chào: “Bạn sẽ thích cuốn hướng dẫn chi tiết về chương trình giảng dạy địa lý Bắc Mỹ cho học sinh lớp 5. Hướng dẫn này bao gồm hơn 35 trang thông tin, ngoài ra còn có một bảng liệt kê để học sinh thấy cách thực hiện các dự án trong lớp cùng các câu hỏi định hướng giúp việc thực hiện chúng dễ dàng hơn. Bạn sẽ nhận được tất cả với giá chỉ 20 đô-la.”

Ý tưởng: Khóa học về cơ sở dữ liệu (Ngày 3).

Lời mời chào: “Đăng ký một khóa học riêng về cách sử dụng Microsoft Access để tiết kiệm thời gian và tăng hiệu quả làm việc. Các buổi học có giá 55 đô-la một giờ nếu học trực tuyến và 65 đô-la nếu gặp trực tiếp. Số lượng có hạn – hãy đặt trước ngay qua trang DatabasePro.com.”

Ý tưởng: Tự làm rượu gin (Ngày 4).

Lời mời chào: “Muốn gây ấn tượng với khách mời của bạn bằng ly cocktail đúng điệu nhà làm? Chỉ cần bạn mua bộ dụng cụ

làm rượu gin của chúng tôi (49,95 đô-la) và tự làm rượu gin trong bồn tắm... hay trong tủ lạnh. Hãy mua ngay trước khi thời kỳ cấm rượu trở lại.”

Đó chỉ là những ý tưởng cơ bản. Trước khi tiếp tục, hãy xem liệu bạn có thể chuyển ý tưởng của mình thành một lời mời chào đơn giản (nhưng cụ thể) hay không.

Ý tưởng của bạn: _____

Lời hứa hẹn: _____

Lời quảng cáo: _____

Lời kêu gọi hành động: _____

Giờ thì hãy gộp hết chúng vào vài dòng ngắn gọn và thu hút:

Lời mời chào của bạn: _____

NĂM CÁCH TẠO RA SỰ CẤP BÁCH

Một lời mời chào thành công không chỉ cho người ta thấy tại sao họ cần thứ bạn đang bán, mà còn phải cho thấy tại sao họ cần nó ngay. Dưới đây là một vài gợi ý để đảm bảo lời kêu gọi hành động của bạn tạo được cảm giác cấp thiết nhất có thể:

Dùng những từ như ngay bây giờ và ngay hôm nay khi kêu gọi hành động. Ngay cả khi lời mời chào chẳng bao giờ thay đổi và chẳng bao giờ hết hàng đi nữa, từ ngữ cấp bách cũng sẽ góp phần thúc đẩy khách hàng của bạn hành động.

Nếu muốn khách hàng hành động nhanh chóng (“mua ngay”), bạn cũng cần khẩn trương hơn. Khi bạn nhận được câu hỏi từ khách hàng, hãy trả lời nhanh nhất có thể. Một nghiên cứu của Harvard Buýtiness Review cho thấy khi các công ty trả lời yêu cầu về thông tin ban đầu của khách hàng trong vòng một giờ, khả năng bán được hàng của họ cao hơn gấp bảy lần.

Khi chúng ta nói về việc thử nghiệm ở Ngày 20, bạn sẽ học được rằng những chi tiết nhỏ như màu sắc đặc biệt nào đó dùng cho trang web hay trong marketing không phải điều quá quan trọng. Dù vậy, vẫn có một ngoại lệ: dùng chữ màu đỏ để thể hiện tính cấp thiết, đặc biệt là khi bạn đưa ra khuyến mãi giảm giá hay những lời kêu gọi hành động với thời gian giới hạn.

Thông báo trước khi bạn định tăng giá, nhưng cho mọi người đủ thời gian để mua hay đăng ký trước khi thay đổi này có hiệu lực (19,97 đô-la chỉ trong tuần này!). Về bản chất, đây là một cách khác để bán hạ giá mà không gọi là hạ giá.

Khi bán hàng online, bạn hãy thêm ứng dụng đồng hồ đếm ngược vào trang thanh toán của mình. (“Thời gian còn lại để mua hàng: 3 giờ, 14 phút, 3 giây...”) Không có luật nào nói rằng bạn không thể đặt lại thời gian sau khi nó đã đếm ngược về 0.

NGÔN NGỮ QUẢNG CÁO ĐƠN GIẢN

Jake gọi chiến lược quảng cáo của mình “chỉ là mấy thứ ngôn ngữ quảng cáo đơn giản”, và nói thế cũng chẳng sai, anh không phải là người làm thêm đầu tiên sử dụng phép phóng đại (“Khóa học đỉnh nhất quả đất”) hay đưa ra một lời hứa hẹn hùng hồn. Dù

vậy, nó vẫn hiệu quả, bởi không có nhiều người khác trong thị trường này nghĩ giống anh.

Như Jake đã phát hiện ra, lựa chọn sử dụng từ ngữ trong lời mời chào sao cho nó nghe hấp dẫn hơn chỉ một chút so với các đối thủ cạnh tranh cũng có thể cho bạn một lợi thế lớn. Bạn không được dạy cách viết này ở trường, nhưng chỉ cần thực hành một chút, việc nắm bắt được kỹ thuật này cũng không phải quá khó.

Viết cho một người, không phải một nhóm. Hãy nhớ đến khách hàng lý tưởng của bạn ở Ngày 8: nói chuyện trực tiếp với người đó và giả vờ rằng trên thế giới này không còn lại bất kỳ ai khác.

Lựa chọn từ ngữ với mục đích cụ thể. Không có sự thừa thãi trong một bài viết quảng bá tốt. Mọi thông tin và gạch đầu dòng đều ở đó vì một lý do nhất định. Hãy viết thật nhiều bản nháp và chỉnh sửa tỉ mỉ từng chút một.

Dùng con số. Có một lý do quan trọng giải thích tại sao nhiều tiêu đề lại bao gồm chữ số: chúng thu hút sự chú ý của chúng ta nhanh hơn là từ ngữ. Nguyên tắc này không chỉ áp dụng cho các tiêu đề, nên hãy dùng nó cho lời quảng cáo của bạn. Khóa học guitar đỉnh nhất quả đất đỉnh như thế nào? Nó đỉnh hơn khoảng 36% so với khóa học đỉnh thứ hai!

Dùng những từ ngữ giúp gợi lên niềm vui, sự bất ngờ, sự yên tâm và những cảm xúc tích cực khác. Hãy viết với văn phong vui vẻ và sống động, đừng chỉ liệt kê một loạt tính năng mà hãy duy trì sự tập trung vào lời mời chào của bạn khiến người khác cảm thấy tốt hơn theo một cách nào đó.

Giúp khách hàng cảm thấy như họ là một phần của câu chuyện. Một cách hay để làm điều này là sử dụng những lời khen của khách hàng – thứ đem lại hiệu ứng lan truyền thông tin. Hãy cho các khách hàng tiềm năng thấy rằng có ai đó “giống như họ”, cũng phấn khích với lời mời chào của bạn.

Dùng các động từ hành động. Người làm thêm tung ra lời mời chào. Khách hàng ngay lập tức đặt hàng. Hành động này khiến đôi bên cùng vui vẻ.

Thể hiện sự phấn khích! Bạn tin vào lời chào mời của mình. Bạn biết rằng nó sẽ cải thiện cuộc sống của người khác theo một cách có ý nghĩa. Sự nhiệt tình khá dễ lây lan, vì vậy đừng ngại ngần mà không cho mọi người thấy nó.

Bạn hãy súc tích, nhưng cũng nhớ đảm bảo đừng để sót một thông tin nào có thể dùng để thuyết phục những khách hàng tiềm năng. Hãy luôn nhớ trong đầu ba yếu tố: lời hứa hẹn, lời quảng cáo và lời chào giá.

Khi bắt đầu, Jake Posko thu 50 đô-la mỗi giờ cho “Khóa học guitar đỉnh nhất quả đất”. Anh dần tăng phí đến khi chạm tới mức mà anh nghĩ thị trường có thể chấp nhận, trong khoảng từ 80 đến 120 đô-la một giờ tùy theo địa điểm và số buổi đăng ký trước. Trong tháng đầu tiên, anh kiếm được 420 đô-la. Tháng thứ hai, anh kiếm 1.535 đô-la. Sáu tháng sau, anh thu về đến 2.800 đô-la chỉ trong một tháng và có thể nghỉ việc – và anh đã làm vậy thật!

Jake giờ có thu nhập sau thuế vào khoảng 5.000 đến 6.000 đô-la một tháng, làm việc từ 20-25 giờ mỗi tuần. Với một lượng khách hàng đều đặn và liên tục được giới thiệu, công việc làm thêm này

đã trở thành nguồn thu nhập chính cho phép anh dành thêm nhiều thời gian ở nhà với vợ và con nhỏ. Nó, nói cách khác, thật là đỉnh!

Ngày 10

TẠO NÊN CÂU CHUYỆN KHỞI ĐẦU CỦA BẢN THÂN

Như một anh hùng trong truyện tranh, công việc làm thêm của bạn cần có một lịch sử. Đừng chỉ đưa ra những thông tin, hãy kể một câu chuyện.

David Venn, anh chàng người Canada, đã tìm thấy tình yêu của mình tại Amsterdam khi gặp Praj, cô gái đến từ Kathmandu, Nepal. Bạn có theo kịp không? Dù sao thì, họ đã đính hôn và muốn tổ chức đám cưới theo phong tục truyền thống tại quê nhà của Praj. Đây là lần đầu tiên David tới Nepal, và anh yêu mọi thứ về đất nước này – từ con người, tất nhiên, đến nghệ thuật, và đặc biệt là thời trang. Dây núi Himalaya rét buốt là nơi sản xuất phần lớn len cashmere cho thế giới, và việc dệt những chiếc áo len và khăn quàng quý phái đã luôn là một đặc trưng nổi bật trong văn hóa Nepal suốt nhiều thế hệ.

Sau tuần trăng mật tại Nepal, cặp đôi dự định sẽ định cư tại Canada, một miền đất cũng nổi tiếng với cái lạnh căm căm. Nhận thấy sản phẩm len cashmere tại Nepal rẻ hơn rất nhiều so với bất cứ nơi nào khác, David tự hỏi liệu có thị trường nào cho những sản phẩm này tại chính quê hương lạnh lẽo của mình hay không. Dù giá cao nhưng len cashmere rất được ưa chuộng tại Canada, vì thế

David biết rằng mình sẽ không phải tốn quá nhiều thời gian để giải thích cho mọi người đó là gì. Một ý tưởng làm thêm đã ra đời!

Vài tuần sau đó khá ảm đạm. David và Praj đi gặp vài chục nhà sản xuất địa phương để tìm kiếm đối tác. Cuối cùng, họ cũng tìm ra được một người cùng chia sẻ tâm huyết trong việc sản xuất phụ kiện quần áo với sự tỉ mỉ và chú ý tới từng chi tiết. Họ bắt đầu với đơn hàng 100 khăn choàng nữ, chi ra khoảng 2.000 đô-la để mua và nhập về Canada.

Coral Cashmere mở cửa vào đúng mùa nghỉ lễ. Sau khi được giới thiệu trong mục thời trang của một tờ báo thành phố, cặp đôi mới cưới đã bán hết số khăn choàng, đem về lợi nhuận kha khá khoảng 3.000 đô-la, số tiền chủ yếu được dùng vào việc tái đầu tư kinh doanh. Kiếm được tiền là tốt, nhưng hai vợ chồng không phải là những người duy nhất được lợi: ngay từ đầu, họ đã quyết định rằng Coral Cashmere sẽ giúp đỡ lại những cộng đồng nơi sản xuất nguyên liệu. Praj biết rằng nhiều người chần chừ ở vùng núi Nepal không có đủ điều kiện để chi trả tiền học cho con cái, vấn đề tác động tới các bé gái nặng nề hơn cả. Vì vậy, họ lập tức gửi 5% lợi nhuận đến một tổ chức từ thiện tại địa phương, cùng với một đơn hàng khác cho phép họ tiếp tục phát triển công việc làm thêm của mình.

ĐỪNG CHỈ ĐƯA RA THÔNG TIN, HÃY KỂ MỘT CÂU CHUYỆN

Như mọi câu chuyện trong cuốn sách này, câu chuyện của Coral Cashmere cũng là thật. Dù vậy, hãy tưởng tượng nếu như tôi kể cho bạn một phiên bản khác nhé: David và Praj muốn kiếm

chác, nên quyết định nhập khẩu khăn choàng cashmere từ Nepal rồi bán lại kiếm lời tại quê nhà Canada. Tèn ten!

Câu chuyện đó có vấn đề gì không? Nó vẫn đúng sự thật, và rõ ràng muốn kiếm tiền chẳng có gì sai cả. (Đó là lý do tại sao bạn đọc cuốn sách này!) Song, nếu chỉ có vậy thì chán phèo! Câu chuyện không có chiều sâu, cũng chẳng có gì để thu hút hay truyền cảm hứng cho độc giả... hoặc một khách hàng tiềm năng.

Giờ hãy xem xét các chi tiết trong câu chuyện:

David và Praj yêu nhau, trở về quê hương của cô để làm đám cưới.

Ý tưởng kinh doanh nảy ra khi họ khám phá Nepal và nói chuyện với các nhà cung cấp địa phương.

Coral Cashmere tác động tích cực đến trẻ em vùng núi Himalaya. Khách hàng cảm thấy vui hơn khi mua hàng vì biết nó được thu mua có trách nhiệm và một phần lợi nhuận được dành ra để giúp đỡ cộng đồng.

Bạn còn nhớ việc đơn hàng đầu tiên gồm 100 khăn choàng đã được bán hết phần lớn nhờ vào sự giới thiệu của truyền thông không? Nếu không có một câu chuyện phía sau, khả năng nó được đưa lên báo sẽ thấp hơn rất nhiều – cũng như chẳng có mấy khả năng độc giả sẽ quan tâm đến nó. Câu chuyện của Coral Cashmere là một câu chuyện khởi đầu tuyệt vời: lời kể hấp dẫn và đầy cảm hứng về lý do đằng sau công việc làm thêm này. Bất kể là bạn bán thứ gì, bạn cũng cần một câu chuyện khởi đầu như vậy.

TRỞ THÀNH ANH HÙNG TRONG CÂU CHUYỆN KHỞI ĐẦU CỦA BẠN

Cụm từ “câu chuyện khởi đầu” xuất phát từ thể giới truyện tranh, khi họa sĩ xây dựng lại quá khứ về cách các siêu anh hùng hay ác nhân có được sức mạnh và trở thành nhân vật độc đáo được nhớ đến. Một câu chuyện khởi đầu hấp dẫn thường có một bước ngoặt hay khoảnh khắc biến đổi, tại đó nhân vật có sự phát triển đáng kể hay nhận được một nhiệm vụ phải hoàn thành. Trừ phi bạn bán một sản phẩm rất phổ thông (và bạn có lẽ không nên làm thế), khả năng thành công sẽ lớn hơn rất nhiều nếu bạn cho khách hàng của mình biết một chút về lịch sử, về cách mà công việc làm thêm của bạn khởi đầu.

Ngay cả khi khởi đầu công việc làm thêm của bạn không có những chi tiết như tìm thấy tình yêu ở Amsterdam hay đi trăng mật ở Nepal, thì đâu đó vẫn có những câu chuyện khác để kể lại. Hãy nhớ lại thứ đã dẫn bạn đến đây – tại sao bạn lại quan tâm tới việc làm thêm này? Sau đó, khi đã có ý tưởng, bạn lấy cảm hứng từ đâu? Nếu nghĩ ra nhiều hơn một, tại sao bạn lại chọn ý tưởng này?

Hãy cùng điểm qua câu chuyện khởi đầu của một vài công việc làm thêm mà bạn đã đọc trong sách cho đến lúc này:

Một người yêu động vật cảm thấy nhớ thú cưng phải để lại ở quê nhà sau khi chuyển từ Tây Ban Nha đến Texas, cô đã tìm ra một cách để tiếp tục bầu bạn với những người bạn bốn chân mỗi ngày – đồng thời cung cấp dịch vụ hữu ích cho những người chủ có việc đi xa – khi bắt đầu một “Airbnb cho chó” tại nhà.

Một giáo viên đặc biệt với tình yêu dành cho chương trình giảng dạy của mình đã tìm cách giúp các đồng nghiệp giảm bớt thời gian lên kế hoạch giảng dạy và tăng thời

gian cho học sinh bằng cách tạo ra các tư liệu dạy học được thiết kế riêng.

Các công ty lớn biết hết về mấy chuyện này, hay chí ít họ nghĩ là mình biết. Các công ty bảo hiểm trị giá hàng tỷ đô-la nóng lòng kể cho bạn nghe những câu chuyện âm lòng, khiêm nhường về cách mà họ đã cung cấp sự bảo đảm tài chính cho các gia đình “từ thế hệ này sang thế hệ khác” – ít nhất với điều kiện bạn tiếp tục trả phí và không yêu cầu nhiều quyền lợi. Một nhà bán lẻ quy mô lớn với hàng nghìn cửa hàng sẽ sử dụng xuất phát điểm từ một gian hàng nhỏ bé của mình nhiều nhất có thể, tất cả nhằm để được coi là kẻ chiếu dưới đầy quyết tâm thay vì một tập đoàn khổng lồ.

Các tập đoàn khổng lồ ấy thực sự có lợi thế kinh doanh lớn, từ quy mô đến mã số thuế, nhưng đừng lo, đây là lĩnh vực mà công việc làm thêm của bạn có cửa trên. Một tập đoàn đa quốc gia có thể cố kể lể về nguồn gốc khiêm nhường, nhưng nếu sự chân thực là thứ được tìm kiếm thì họ khó mà thắng được một câu chuyện đòi thường của người làm thêm. Những người làm thêm chẳng gặp khó khăn gì để tỏ ra khiêm nhường cả – bởi họ vốn là như thế! Bạn tốt hơn nhiều so với một tập đoàn đa quốc gia giả vờ rằng mình “cũng chẳng khác gì” hàng triệu người dùng. Bạn có một câu chuyện khởi đầu thực sự, và bạn là anh hùng trong đó.

Điều này dẫn đến một ý tưởng. Trừ khi bạn có lý do để không bao gồm bất cứ thông tin nào về bản thân trong câu chuyện khởi đầu thì việc thêm vào một chút yếu tố cá nhân gần như luôn là ý hay. Nói cho cùng, không phải bạn đang xây dựng một tập đoàn khổng lồ (ít nhất không phải lúc này) – bạn đang xây dựng thứ gì

đó cho chính mình, vì chính mình. Bạn chính là câu chuyện về công việc làm thêm này, vậy nên nếu có một thông tin vu vơ ngẫu nhiên nào đó về lý do tại sao lại thích công việc này, hãy dùng nó! Những thông tin ấy không hề thừa thãi hay không liên quan tới nhiệm vụ của bạn; trên thực tế, chúng là tối quan trọng.

Các thông tin cá nhân cũng sẽ giúp bạn tạo nên liên kết cảm xúc với khách hàng lý tưởng. Bạn còn nhớ Shannon Mattern, chuyên gia IT ở Ngày 8, người đã thấy công việc làm thêm của mình cất cánh khi nhận ra rằng bản thân chính là khách hàng lý tưởng không? Trang web của cô liệt kê những chứng chỉ chuyên môn và hồ sơ tóm tắt, tất nhiên – song đó không phải là tất cả. Trên trang giới thiệu được thiết kế kỹ lưỡng, bạn còn thấy đủ thứ thông tin khác, như bài hát của Taylor Swift mà cô thích nhất, cách cô tập gym để bù lại cuối tuần bí tỉ với bia Miller Lite và cảm giác khi có được khách hàng đầu tiên. Là một người ngoài cuộc, bạn có thể nghĩ: Oài, quá dư thông tin... ai mà quan tâm tới mấy thứ ấy? Nhưng đó chính là mấu chốt của vấn đề: Không phải ai cũng quan tâm, nhưng khách hàng lý tưởng của cô thì có. Những khách hàng ấy giống cô, và cách tiếp cận này giúp cá nhân họ thấy gần gũi với cô hơn nhiều.

CÂU CHUYỆN LÀM THÊM: ĐIỀN VÀO CHỖ TRỐNG

Để tạo ra câu chuyện khởi đầu, đầu tiên hãy xét đến lý do tại sao bạn lại theo đuổi công việc làm thêm này. Trong tất cả những ý tưởng có thể chọn, điều gì khiến ý tưởng này trở nên hấp dẫn, đặc biệt, hay chỉ đơn giản vì nó thú vị? Những gợi ý sau đây có thể giúp bạn:

Tôi vốn luôn bị thu hút bởi _____, vậy nên tôi quyết định thử _____.

Tôi thấy khó chịu vì _____, và biết rằng có cách làm tốt hơn thế. Tôi tạo ra _____ để giúp những người có cùng vấn đề.

Tôi bắt đầu công việc làm thêm này bởi để ý thấy rằng _____. Có vẻ như chẳng ai quyết định làm gì với nó (hoặc có làm, nhưng vẫn còn thiếu thứ gì đó quan trọng), vậy nên tôi tạo ra _____.

Dựa vào mẫu cơ bản trên, dưới đây là một số ví dụ về cách những con người siêu anh hùng khác trong cuốn sách có thể sẽ kể lại câu chuyện khởi đầu của họ:

“Có lần tôi đi nghỉ trên tàu và khá bức bối vì không thể tìm được câu trả lời cho vài câu hỏi đơn giản của mình. Tôi tạo một blog để giúp những người khác gặp cùng vấn đề. Giờ đây nó đem về hơn 4.000 đô-la mỗi tháng.”

– Tanner Callais, Cruzely [Ngày 13]

“Như hơn 300.000 người khác tại Khu vực Vịnh, mỗi ngày tôi đều lái xe đi làm. Lúc đó chưa có các ứng dụng điện thoại tích hợp thông tin giao thông và phương tiện công cộng lại thành một nguồn dữ liệu duy nhất, vậy nên tôi đã phát triển nó. Giờ nó được hơn 40.000 người sử dụng mỗi ngày.”

– Steven Peterson, Routesy [Ngày 17]

Quay lại Canada, Corala Cashmere đang cất cánh. Sau khi làm mới thương hiệu một chút (cái tên ban đầu là Karma Cashmere), David và Praj bắt đầu tăng thêm các mẫu thiết kế và màu sắc. Tầm nhìn dài hạn là ít nhất một trong hai người sẽ theo đuổi công việc này toàn thời gian. Tuy nhiên, vào lúc này, họ vẫn đang để nó phát

triển tự nhiên, với phần lớn các đơn hàng được thực hiện nhờ kết quả tìm kiếm và các lời giới thiệu.

Như chúng ta thấy từ câu chuyện này, bạn càng khích lệ được khách hàng tiềm năng ủng hộ bạn và nhiệm vụ của bạn bao nhiêu thì càng dễ biến tiềm năng thành sự thực bấy nhiêu. Hãy đào sâu để tìm ra câu chuyện và đừng ngại ngần chia sẻ nó rộng rãi khi bạn phát triển công việc làm thêm của mình.

TÓM TẮT TUẦN 2

Bạn đã học cách phát triển ý tưởng cho công việc làm thêm (nhớ nhé, nó ở bất cứ đâu!) và cách để lựa chọn từ nhiều ý tưởng khác nhau. Bạn đã tìm ra khách hàng lý tưởng và có được một câu chuyện khởi đầu để truyền cảm hứng. Và cuối cùng, bạn đã biến ý tưởng cho công việc làm thêm của mình thành một lời mời chào đích thực. Trong chương sau, chúng ta sẽ đào sâu tất cả những gì cần thiết để đưa lời mời chào của bạn vào thực tế. Tiến lên!

TRỌNG ĐIỂM

Có một số ý tưởng tốt hơn những ý tưởng khác. Dùng bộ lọc làm thêm để tìm ra ý tưởng tốt nhất bằng cách so sánh chúng theo một danh sách các yếu tố.

Bạn không cần phải tốt hơn đối thủ cạnh tranh của mình về mọi mặt, nhưng ít ra phải khác biệt. Hãy làm thám tử, khảo sát khu vực xung quanh để tìm hiểu xem thế giới đang có những gì.

Xác định thật rõ ràng xem ai là hiện thân hay khách hàng lý tưởng của bạn. Bắt đầu với những yếu tố căn bản rồi mới xét đến những câu hỏi sâu hơn: Người ta thực sự

muốn gì? Họ có hy vọng và giấc mơ gì? Những câu trả lời này sẽ định hướng cho bạn khi chuẩn bị ra mắt để đạt được tác động tối đa.

TUẦN 2: LỰA CHỌN Ý TƯỞNG TỐT NHẤT

Ngày 6: Dùng bộ lọc Làm thêm để so sánh ý tưởng

Ngày 7: Trở thành thám tử

Ngày 8: Cuộc hẹn tưởng tượng với khách hàng lý tưởng

Ngày 9: Biến ý tưởng thành lời mời chào

Ngày 10: Tạo nên câu chuyện khởi đầu của bản thân

Tuần 3

CHUẨN BỊ CẮT CÁNH

Bạn đã lựa chọn được ý tưởng. Tuần này bạn sẽ học cách để nhanh chóng thực thi nó mà không bị sa lầy vào những chi tiết không quan trọng.

TUẦN 3: CHUẨN BỊ CẮT CÁNH	
Ngày 11:	Tập hợp những thứ cơ bản
Ngày 12:	Quyết định ra giá lời mời chào
Ngày 13:	Tạo giỏ mua hàng cho dự án làm thêm
Ngày 14:	Thiết lập một cách để được trả công
Ngày 15:	Thiết kế tiến trình công việc đầu tiên
Ngày 16:	Dành thêm 10% thời gian vào những nhiệm vụ quan trọng nhất

Ngày 11

TẬP HỢP NHỮNG THỨ CƠ BẢN

Khả năng xoay xở tháo vát là phẩm chất giá trị nhất của một người làm thêm. Hãy chuẩn bị tất cả những gì bạn sẽ cần để bắt đầu dự án sớm nhất có thể.

Nếu không thể tìm thấy thứ mình đang tìm kiếm, hãy tự làm ra nó, cho chính bạn cũng như cho bất cứ ai có thể cũng đang mong muốn nó. Bài học kinh doanh kinh điển này đã dẫn Sarah Hannington đến một công việc làm thêm trị giá hàng trăm nghìn đô-la. Trong trường hợp này, cô đã tìm kiếm những viên kẹo hình trái tim có in chữ theo yêu cầu để gửi cho khách hàng nhằm phục vụ cho công việc marketing của mình. Nghe có vẻ đó là một ý tưởng dễ thương cho món quà ngày Valentine, nên chắc cũng không quá khó tìm đâu... đúng không?

Nhưng Sarah đã tìm ngược tìm xuôi vẫn không thấy một ai có vẻ như đang bán chính xác thứ cô nghĩ đến. Tuyệt vọng, cô liên lạc với các nhà sản xuất kẹo. Một trong số này trả lời qua tin nhắn Facebook rằng có dịch vụ đó, với mức giá khá phải chăng.

Dù vậy, khi tìm hiểu thông tin chi tiết về nhà sản xuất này trên mạng, cô lại không thu được gì. Trang web của công ty gần như không cho biết gì về công việc của họ hay cách mà khách hàng có thể đặt hàng. Sarah liền nhấn lại rằng mình làm trong ngành marketing và có thể giúp cải thiện diện mạo trực tuyến, song họ

thậm chí còn chẳng buồn xem xét lời đề nghị này. Khi cô cuối cùng cũng nói chuyện được với một quản lý bán hàng qua điện thoại, ông ta còn không biết chút gì về trang web của công ty và cũng chẳng mấy nhiệt tình. Dù vậy, ông ta vẫn sẵn sàng đáp ứng mọi đơn hàng mà cô cần.

Là một người làm marketing, Sarah coi sự phản hồi thiếu tích cực của họ như một thử thách. Cô không biết gì về ngành chế biến kẹo, cũng chẳng có nhiều kinh nghiệm khởi nghiệp, nhưng marketing thì lại rất rành, vậy nên cô quyết định vận dụng những kỹ năng này của mình. Ngày Valentine đang đến gần, cô nhanh chóng lập một trang web theo mẫu có sẵn và quảng cáo các viên kẹo hình trái tim được dập theo yêu cầu khách hàng với mức giá cao hơn nhà sản xuất lãnh đạm kia đưa ra. Bởi chẳng có ai khác cạnh tranh, chỉ trong vài ngày trang web này đã đứng đầu kết quả tìm kiếm của Google. Trong cùng hôm đó, cô nhận được đơn hàng đầu tiên – và ba đơn khác liền sau đó.

Trong vòng hai tuần, các đơn đặt hàng đến từng ngày. Cho dù chỉ bán lại, tức là tất cả những gì Sarah phải làm chỉ là chuyển các đơn hàng đến nhà sản xuất lãnh đạm kia và theo dõi việc giao hàng, số lượng đơn hàng vẫn là quá nhiều và cô phải rất vất vả mới có thể bắt kịp. Và không chỉ mỗi mình cô, cả phía sản xuất cũng hụt hơi. Trong đợt cao điểm đặt hàng, vị quản lý bán hàng không mấy nhiệt tình nọ gửi một email giải thích rằng họ không làm kịp và sẽ không thể hoàn thành tất cả các đơn hàng vào đúng dịp lễ. Hừm hừm!

Kẹo hình trái tim dập theo yêu cầu khách hàng là một công việc mang tính mùa vụ, với 90% lượng đơn hàng đến vào giai đoạn từ sáu đến tám tuần trước dịp Valentine. Với mùa năm sau, Sarah

quyết tâm tránh lệ thuộc vào một nhà cung cấp không đáng tin cậy. Nhưng cô có thể làm được gì? Cô giỏi về marketing nhưng gần như không biết gì về dây chuyền sản xuất và các thiết bị dập khuôn công nghiệp.

Theo mô típ đã trở nên quen thuộc với những người làm thêm kiếm tiền, Sarah quyết định tự mình tìm hiểu. Và việc tìm kiếm rộng hơn đã dẫn cô đến một nhà cung cấp Trung Quốc, người tuyên bố rằng mình có cỗ máy thực hiện được tất cả những gì Sarah cần. Nhưng trời ạ, khi cỗ máy được giao đến một tháng sau đó, nó không hoạt động. Không nản lòng, cô bắt đầu gọi đến tất cả những công ty nảy ra trong đầu, dù lớn hay nhỏ. Và năm tuần trước mùa Valentine, cô tìm được nơi cam kết sẽ bán cho cô một cỗ máy có thể thực sự hoạt động. Cuộc mua bán này ngốn hết toàn bộ doanh thu của năm đó, nhưng đây chỉ là một công việc làm thêm, không phải nguồn thu nhập chính của Sarah – và nếu nó hoạt động, cô sẽ được chuẩn bị tốt hơn nhiều cho mùa sau.

Các đơn hàng bắt đầu đổ về khiến Sarah lo lắng. Nhờ trời, công ty mới này thực hiện đúng cam kết: họ không chỉ giao máy đúng lịch mà quan trọng hơn, nó thực sự hoạt động được. Để đáp ứng nhu cầu khổng lồ, Sarah và một nhóm phụ tá vận hành máy 12 giờ mỗi ngày, 7 ngày mỗi tuần mà chỉ vừa kịp hoàn thành và gửi đi đơn hàng cuối cùng qua dịch vụ chuyển phát qua đêm để đảm bảo rằng tất cả khách đều nhận được hàng đúng hẹn. Cả một núi công việc, nhưng giờ cô đã có một vị thế thuận lợi hơn cho năm sau: vị trí dẫn đầu trên Google cho một sản phẩm mà rất nhiều người rõ ràng muốn có, và cả khả năng tự mình đáp ứng từ đầu đến cuối.

MỌI THỨ ĐỀU CÓ THỂ ĐƯỢC TÌM RA

Bạn tôi, Marie Forleo, thường nói rằng, mọi thứ đều có thể “được tìm ra”. Bài học này được minh họa rõ nét qua câu chuyện của Sarah. Sarah xa lạ với quá nửa những thứ cần thiết để bắt đầu công việc kinh doanh của mình, nhưng dần dà, cô đã tìm hiểu được tất cả. Khi đối mặt với vấn đề, cô tìm cách để xử lý; khi gặp chướng ngại, cô tìm cách để lách qua.

Vấn đề: Không thể tìm được nhà cung cấp kẹo dẻo theo ý khách hàng trên mạng.

Giải pháp: Nhờ các nhà sản xuất kẹo giới thiệu.

Vấn đề: Quá phụ thuộc vào một nhà sản xuất không đáng tin cậy.

Giải pháp: Tìm cách tự mình làm lấy, thông qua việc sản xuất tại nhà.

Vấn đề: Chiếc máy đầu tiên không hoạt động (nhờ máy gã Trung Quốc!).

Giải pháp: Đầu tư toàn bộ doanh thu của mùa để mua một chiếc máy mới.

Sarah có nhiều kỹ năng khác nhau, nhưng quan trọng nhất có lẽ là tài xoay xở. Cô xác định được điều mình muốn làm và đã tìm ra cách để biến nó thành sự thật.

Những người làm thêm nhìn chung thường khá tháo vát, và tài xoay xở thường có giá trị hơn bất cứ kinh nghiệm hay kiến thức nào. Không biết làm sao để có được giấy phép kinh doanh? Lên mạng gõ “giấy phép kinh doanh” cùng với tên tỉnh, bang hay đất nước của mình. Không chắc về cách kê khai thuế thu nhập cho

công việc làm thêm? Chỉ cần thu xếp 30 phút làm việc với một kế toán viên.

Nói chung, thứ mà một số người có thể coi là rào cản thì với những người làm thêm lại chỉ là các tiểu tiết. Chúng chẳng khó tìm hiểu đến thế, và như câu chuyện của Sarah cho thấy, tốt nhất hãy dành thời gian cho những thứ sẽ giúp công việc làm thêm của bạn hái ra tiền.

KHỞI NGHIỆP VỚI 100.000 ĐÔ-LA

Chiếc máy làm kẹo trái tim của Sarah được làm theo yêu cầu nên không rẻ chút nào. Bởi là yêu cầu tùy chỉnh và đòi hỏi gấp rút, nó tốn của cô hơn 100.000 đô-la. Khoan đã, không phải bạn nên tiết kiệm khi bắt đầu một công việc làm thêm sao? Mà cái máy đó đắt khủng khiếp! Nhưng nhớ này: Sarah không chi khoản tiền đó khi chưa kiểm chứng mô hình của mình. Khoản đầu tư đầu tiên của cô, một trang web nhanh chóng và đơn giản với các mẫu sẵn có trên mạng, gần như không tốn một xu.

Chỉ sau khi nhận được cả núi đơn hàng trong hai mùa liên tiếp (và chỉ sau khi các lựa chọn khác đều không hiệu quả), Sarah mới quyết định tự mua lấy máy móc. Vào lúc đó, khi đã ước tính được doanh thu hàng năm cao hơn chi phí mua máy, cô tự tin rằng đây là một canh bạc an toàn. Hơn nữa, cô biết rằng trong năm tiếp theo biên lợi nhuận sẽ còn cao hơn nhiều bởi không còn phải mua thêm máy móc đắt tiền nữa.

Bạn không nhất thiết phải tiêu tiền để kiếm tiền, nhưng đôi khi, một khoản đầu tư lớn cho công việc làm thêm đã được kiểm chứng có thể rất đáng giá.

BỘ CÔNG CỤ MINI

Sau khi viết cuốn *The \$100 Startup* (tạm dịch: Khởi nghiệp với 100 đô-la), tôi lên đường thực hiện một chuyến quảng bá sách khá quy mô. Trên hành trình đó, tôi đã làm khách mời của nhiều chương trình phát thanh cũng như truyền hình khác nhau, nơi mọi người được mời gọi tới và hỏi về những điều căn bản trong việc khởi sự kinh doanh. Có điều ngạc nhiên là có một lượng lớn câu hỏi từ thính giả và khán giả liên quan tới thuế, giấy phép kinh doanh và các nghĩa vụ quản lý lẻ tẻ khác. Tại sao tôi lại ngạc nhiên? Bởi trong nhiều trường hợp, những câu hỏi này đến từ những người hoàn toàn không có ý niệm gì về thứ mà họ định kinh doanh hay việc nó sẽ sinh lời bằng cách nào.

Hỏi rằng “Ý tưởng này có khả thi và sinh lời hay không?” quan trọng hơn nhiều so với “Tôi nên dùng phần mềm kế toán nào?” Những câu hỏi thủ tục – kho bãi – giao nhận kiểu này đều có thể được trả lời, nhưng nếu không có kế hoạch để tạo ra thu nhập, bạn sẽ không có một công việc làm thêm nào cả.

Nhưng dù cho bạn có tháo vát cỡ nào thì thử bắt đầu với một bộ công cụ mini cũng chẳng ảnh hưởng tới ai – vậy nên đây là một số đề xuất. Các gợi ý này, dựa trên những năm tháng làm thêm và làm việc cùng hàng nghìn chủ doanh nghiệp nhỏ của tôi, có thể giúp bạn đưa ra một số quyết định. Cảnh báo một chút: tình huống của bạn có thể khác biệt, và không một lời khuyên nào ở đây có thể áp dụng cho mọi trường hợp. Dù vậy, những nguyên tắc cơ bản này có thể áp dụng cho nhiều người và nhiều kiểu làm thêm khác nhau.

Tạo một tài khoản ngân hàng dành riêng cho công việc làm thêm của bạn. Không có nhiều khác biệt giữa thứ mà các ngân hàng gọi là tài khoản “doanh nghiệp” và “cá nhân”, vậy nên cứ lựa chọn cái nào dễ nhất cho bạn. Điều quan trọng là tách bạch ngân sách.

Tương tự, tạo một thẻ tín dụng hay thẻ ghi nợ chỉ dùng cho những chi phí liên quan đến công việc làm thêm. Gợi ý thêm: nhớ đảm bảo rằng bạn vẫn kiểm được các ưu đãi khấu trừ từ chúng!

Chi trả mọi chi phí ngay từ đầu. Điều này không chỉ hạn chế việc phải đầu tư thêm ngoài khả năng chi trả, mà trả ngay từ đầu thay vì 30 hay 60 ngày cũng tạo ra cảm giác dễ chịu hơn. Bạn sẽ tối giản chi phí hoạt động và bớt lo lắng hơn nhiều khi không nợ nần bất cứ ai.

Dành ra ít nhất 25% thu nhập từ công việc làm thêm của bạn cho thuế. Một lần nữa, tình huống của bạn có thể khác biệt – nhưng trừ khi bạn được miễn thuế vì một lý do nào đó, đừng quên dành tiền cho khoản đóng góp hằng năm hay hằng quý cho Chính phủ.

Ghi chú ngoài lề: Đóng thuế cho thu nhập bạn kiếm được không phải là một vấn đề, mà là một phụ phẩm của thành công. Tôi từng vướng vào một cuộc trao đổi lê thê kéo dài qua 22 email với một người bất mãn vì phải đóng khoản thuế bổ sung 100 đô-la cho mỗi 25.000 đô-la ông ta kiếm được. Đó đâu phải là lý do để phàn nàn! Hãy biết ơn vì bạn đã kiếm được tiền trước đã.

Nhanh chóng xử lý hóa đơn. Trả tiền cho người khác sớm là một điều tốt, song nhận được tiền từ người khác sớm thậm chí còn tốt hơn thế. Đừng dồn hóa đơn lại một ngày

cuối tháng. Khi bạn đã thực hiện xong công việc hay bán được hàng, hãy gửi luôn hóa đơn đi.

Bất cứ khi nào có thể, hãy yêu cầu hợp đồng giấy cho các công việc về dịch vụ. Không cần thiết phải là một xấp hợp đồng dày cộp 20 trang được soạn thảo bởi một luật sư thứ thiệt, bạn chỉ cần viết ra giấy những điều khoản căn bản để tránh bất cứ tranh chấp hay hiểu nhầm nào trong tương lai. Ở trang sau có một email được tùy chỉnh, bạn có thể tham khảo để dùng như một thỏa thuận cơ bản.

Tư cách pháp nhân. Vận hành với cương vị chủ sở hữu duy nhất là điều hoàn toàn chấp nhận được cho nhiều công việc làm thêm. Nếu bạn cần thành lập một doanh nghiệp từ dự án làm thêm của mình thì có thể tự làm điều này qua mạng với chi phí thấp hơn nhiều so với việc đi thuê luật sư. (Một lần nữa, tình huống của bạn có thể khác biệt.)

Ngay từ đầu, hãy thiết lập một hệ thống kế toán thật đơn giản. Thứ này nên rẻ thôi, hoặc miễn phí, và sẽ phát triển cùng công việc làm thêm của bạn, nhưng nhìn chung một công cụ để theo dõi doanh thu và chi phí là thứ cần có. Bạn hãy xem một số lựa chọn ở Ngày 23.

Nếu có thể, hãy dành ra một nơi làm việc riêng cho công việc làm thêm, dù chỉ là một góc nhỏ cũng được, trong nhà bạn. Nếu điều này không khả thi thì hãy tạo ra một nơi di động. Ví dụ, nếu bạn thích làm việc trong quán cà phê, hãy tới một chỗ cố định vào một thời điểm cố định, thậm chí tại một bàn cố định nếu được. Mục đích là để tạo lập một thói quen hay hình mẫu giúp bạn thực hiện công việc làm thêm của mình nhất quán hơn.

Khi bạn bắt đầu làm ra tiền, hãy trả công cho mình trước tiên. Hãy thiết lập một hệ thống để chuyển lợi nhuận từ

tài khoản làm thêm đến tài khoản cá nhân mà bạn sử dụng hằng ngày. Đừng đặt chế độ chuyển tiền tự động mỗi khi bán được hàng (điều này khiến việc theo dõi và ghi nhận về sau thêm phức tạp), nhưng nhớ đều đặn rút ít nhất là một phần lợi nhuận. Việc được trả công sẽ tiếp sức cho bạn!

“PHẢI VIẾT RA U?” PHẢI, NHƯNG DỄ THÔI MÀ

Đừng chột dạ khi nghe đến từ “hợp đồng”. Nếu bạn là người làm tự do hay nhìn chung thực hiện công việc theo hợp đồng với khách hàng, bạn hoàn toàn nên có một kiểu thỏa thuận giấy. Không cần phải là văn bản dài dòng với chi chít ghi chú, mà điều quan trọng nhất là đảm bảo sự rõ ràng trong trao đổi về công việc phải thực hiện, thời hạn hoàn thành và mức phí bạn sẽ được trả.

Thay vì một hợp đồng đúng kiểu thì sau khi kết thúc cuộc gọi với khách hàng mới, bạn có thể gửi một email ngắn gọn như thế này:

“Paul này, cảm ơn vì cuộc gọi nhé! Tôi tóm tắt lại một chút, chúng ta thỏa thuận rằng tôi sẽ đến chỗ làm của anh một lần mỗi tháng, trong ba tháng tới, để hỗ trợ nâng cấp thiết kế nội thất và bộ cục văn phòng. Phí của tôi cho việc này (bao gồm một báo cáo chi tiết và bất cứ trao đổi có liên quan nào khác) là 1.500 đô-la. Anh sẽ trả 50% bây giờ và 50% còn lại sau khi nhận được báo cáo chi tiết. Anh kiểm tra lại xem có chính xác không nhé? Nếu đúng, tôi sẽ gửi hóa đơn cho 50% đầu tiên để có thể bắt đầu công việc ngay!”

Một email như vậy tổng kết tất cả các yếu tố quan trọng mà không bị vướng vào nhiều chi tiết quá cụ thể. Nếu gặp phải bất cứ

vấn đề gì, hay nếu khách hàng muốn yêu cầu thêm việc mà không trả thêm tiền, bạn có thể nhanh chóng viện đến email trao đổi này.

Sarah tiếp tục công việc chính của mình ngay cả khi hoạt động sản xuất kẹo trái tim của cô đã trở thành một doanh nghiệp bền vững trị giá sáu con số. Vì phần lớn đơn hàng đến vào dịp Valentine nên cô có thể lập kế hoạch từ trước và việc vận hành cũng không tốn quá nhiều thời gian trong phần còn lại của năm. Không chỉ tạo thêm thu nhập, trải nghiệm khởi nghiệp kinh doanh này của Sarah còn có một lợi ích quan trọng khác: sếp của Sarah hiểu cô vẫn đi làm là vì cô muốn thế, chứ không phải vì cô phải thế. Điều đó đã đưa đến một mức lương cao hơn, cũng như việc các kỹ năng và giá trị của Sarah được công nhận xứng đáng.

Nếu bạn không đi làm bởi vì bạn muốn thế, bạn sẽ cần một câu chuyện thành công ngọt ngào như Sarah. Câu chuyện bắt đầu khi bạn bắt đầu kiếm được tiền từ thứ mà bạn thực sự quan tâm.

Ngày 12

QUYẾT ĐỊNH RA GIÁ LỜI MỜI CHÀO

Định giá có thể là một thử thách ngay cả với những người làm thêm dày dạn kinh nghiệm. Hãy sử dụng mô hình chi phí cộng thêm (cost-plus) và làm theo hai chỉ dẫn đơn giản để có khả năng thành công cao hơn.

Sara Everett có ít nhất hai công việc: cô là một quản lý dự án xây dựng, đồng thời cũng là một nghệ sĩ. Trong vai trò đầu tiên, cô làm việc với các chủ công trình, kiến trúc sư và đội ngũ lập kế hoạch cho những căn hộ mới ở Seattle. Quản lý dự án xây dựng lớn với nhiều yếu tố khả biến rất phức tạp, nhưng Sara yêu thích việc giải quyết vấn đề và giúp mọi người tìm được các giải pháp để cùng vượt qua trở ngại.

Vốn nhạy cảm với nghệ thuật nên cô thường thấy khó chịu mỗi lần đi ngang qua khu vực chung của một tòa nhà mới. Đó là nơi thường treo những tấm áp phích, có điều chúng chán phèo và thiếu sáng tạo, trông như kiểu áp phích được in hàng loạt để trang trí cho phòng ký túc xá hay các căn hộ giá rẻ. Là một nghệ sĩ, Sara nhìn thấy một cơ hội ở đây. Phần lớn các chủ công trình trong khu vực đều không hiểu nhiều về nghệ thuật, và trong suy nghĩ của họ, nghệ thuật “đích thực” rất tốn kém. Tất nhiên, đúng là mấy bức tranh trưng trong bảo tàng hay trong biệt thự của các tỷ phú đắt thật, song

Sara biết rằng một tác phẩm không cần phải có giá hàng triệu đô-la thì mới có giá trị nghệ thuật thực sự.

Từ mối liên hệ sẵn có với giới nghệ sĩ trong vùng, Sara biết một số họa sĩ giỏi, những người sẽ hứng thú với việc tạo ra những tác phẩm nghệ thuật sáng tạo với mức giá không nằm ngoài mức chi phí của dự án. Nghệ sĩ và chủ công trình chỉ cần một bà mối, và Sara chính là lựa chọn phù hợp: không một ai am hiểu nhiều về cả lĩnh vực phát triển bất động sản và các nghệ sĩ trong khu vực hơn cô. Cả hai thế giới ấy, tiện thay, đều nằm trong cùng một thành phố lớn, song lại không có ai nối kết họ với nhau.

Dự án đầu tiên của cô là một tác phẩm nghệ thuật sáng tạo cho một công trình mới, một dự án đầy tham vọng và cũng đòi hỏi rất nhiều công sức. Ở thời điểm đó, không có mấy chủ công trình ở Seattle từng thử đặt nhiều tác phẩm nghệ thuật đến thế vào cùng một chỗ. Đó cũng là một khái niệm hoàn toàn mới cho cả Sara lẫn các chủ công trình. Đến lúc thương thảo một mức giá, cô không chắc mình nên đề nghị bao nhiêu, và cuối cùng đã đề xuất 12.000 đô-la, chia ra trả từng tháng trong thời gian một năm. Đây quả thực là một con số khá tùy hứng, dựa trên ước lượng về khoảng thời gian dự tính sẽ hoàn thành.

Dự án thành công lớn. Cư dân trong tòa nhà hết lời khen ngợi, nhấn mạnh đến vai trò của nghệ thuật trong việc bồi đắp tinh thần cộng đồng. Điều tiêu cực duy nhất là Sara phải tốn thời gian hơn rất nhiều so với dự tính. Ban đầu cô khá hào hứng với việc có thêm 1.000 đô-la mỗi tháng để làm công việc mà mình yêu thích, song đến lúc hoàn thành và tổng kết lại, cô mới nhận ra mình đã đánh giá

thấp công việc đến mức nào, và vì thế cũng không được trả công xứng đáng cho thời gian của mình.

Tuy nhiên, không có gì phải hối hận, cô nghĩ; đó là một bài học kinh nghiệm tuyệt vời để học hỏi. Trong lần thứ hai, cô đề nghị mức phí theo giờ thay vì khoản tiền cố định. Cô đưa ra số giờ làm việc ước tính với điều khoản sẽ liên hệ lại với khách hàng nếu dự án mất nhiều thời gian hơn dự kiến. Cách tính đó cho cô sự bảo đảm kiếm được một khoản thu theo giờ hợp lý ngoài khoản thu nhập cố định từ công việc chính của mình.

ĐỊNH GIÁ LỜI MỜI CHÀO CỦA BẠN THẾ NÀO

Ở Ngày 9, bạn đã học cách biến các ý tưởng thành lời mời chào. Bạn học được rằng một công việc làm thêm sẽ không hoàn chỉnh nếu thiếu một lời mời chào, trong đó bao gồm việc chào giá. Mức giá có thể thay đổi, có thể thương lượng – nhưng nếu bạn không có sẵn trong đầu ít nhất một vài ý tưởng về mức phí dự định thì việc bạn sắp làm chỉ là thú tiêu khiển chứ không phải một công việc làm thêm.

Ở Ngày 7, bạn đã học được cách điều tra dự án làm thêm và khảo sát toàn cảnh môi trường cạnh tranh để xem những người khác đang ra giá thế nào cho các sản phẩm hay dịch vụ tương tự. Nhưng nếu công việc làm thêm của bạn là thứ chưa từng có ai thử trước đó thì làm sao biết được mức giá thế nào là xứng đáng – hay quan trọng hơn, sẽ khiến khách hàng chịu chi?

Điều đầu tiên bạn cần biết là thường sẽ có một khoảng giá khả dĩ mà bạn có thể đặt ra thành công. Bạn muốn nó đủ thấp để không khiến khách hàng quay lưng đi mất, nhưng đồng thời vẫn đủ cao để

bạn kiếm được tiền. Nếu muốn tối đa hóa lợi nhuận thì mục tiêu dài hạn của bạn là tìm được một điểm đặc địa ở tầm trên trong khoảng mà khách hàng chịu mở hầu bao.

Đó là mục tiêu dài hạn. Dù vậy, nếu mới bắt đầu thì có lẽ bạn chỉ muốn đảm bảo rằng mức giá của mình đủ cao để đáng đồng tiền bát gạo. Có một mô hình đơn giản gọi là chi phí cộng thêm mà bạn có thể dùng để xác định cách đạt được mục tiêu ngắn hạn đó. Có một chút khác biệt tùy theo việc bạn bán sản phẩm hay dịch vụ, vậy nên chúng ta sẽ chia nó ra:

1. BÁN MỘT SẢN PHẨM

Khi định giá theo chi phí cộng thêm cho một sản phẩm, đầu tiên cần tìm hiểu xem bạn sẽ tốn bao nhiêu để cung cấp sản phẩm đó, rồi cộng thêm một mức biên lời (có thể tính như một khoản tiền hay tỷ lệ phần trăm) sẽ là lợi nhuận của bạn. Bạn nên thêm vào bao nhiêu? Ồ, đây là một câu hỏi ma thuật, và câu trả lời cũng khác nhau tùy mỗi người. Đầu tiên, hãy thử xác định xem doanh thu trên sản phẩm là bao nhiêu thì đáng công với bạn, tính cả chi phí cùng thời gian bạn phải bỏ ra để làm sản phẩm đó.

Bạn cũng nên nghĩ về khối lượng dự tính của mình: bạn muốn bán được một số lượng nhỏ sản phẩm (khối lượng thấp) hay số lượng lớn (khối lượng cao). Đối với sản phẩm khối lượng cao, bạn có thể đặt mức giá chỉ nhỉnh hơn chi phí một chút mà vẫn tạo ra lợi nhuận, nhưng với các sản phẩm khối lượng thấp hơn, biên lợi nhuận của bạn sẽ phải đặt cao hơn nhiều.

Ngay cả vậy, mức lợi nhuận nhỏ nhất chấp nhận được cũng tùy thuộc vào mỗi người, tùy vào mục tiêu bạn đặt cho mình ở Ngày 1

hay vào bản chất đặc trưng của dự án. Ở Ngày 6, bạn đã gặp Meredith Floyd-Preston, người bán bộ hướng dẫn chương trình học cho các giáo viên Waldorf khác. Cô chủ đích đặt mức giá thấp cho các hướng dẫn này, chủ yếu trong khoảng từ 8 đến 20 đô-la. Mức giá này là ổn với cô – bởi sau khi các hướng dẫn đã hoàn thành thì gần như chẳng tốn thêm bao nhiêu để bán hay phân phối – và cô thấy vui khi giúp được các giáo viên vốn chẳng mấy dư giả tiền bạc. Ngược lại, Andrew Church, người mà bạn sẽ gặp ở Ngày 21, đã tạo ra các phiến đá trang trí được khắc tay. Chi phí trực tiếp và công sức cho mỗi sản phẩm nhiều hơn, vậy nên mỗi sản phẩm của anh có giá 175 đô-la hoặc hơn. Trong từng ví dụ, cả Meredith và Andrew đều đã tính đến chi phí và khoản lợi nhuận mà họ muốn tạo ra từ công việc làm thêm của mình.

2. BÁN MỘT DỊCH VỤ

Nếu bạn cung cấp một dịch vụ, như Sara làm cho các chủ công trình, chi phí trực tiếp liên quan đến công việc là không nhiều. Lẽ dĩ nhiên, như thế không có nghĩa là cô nên đưa ra mức giá thấp. Khách hàng của Sara trả tiền cho các kỹ năng và chuyên môn của cô, cũng như thời gian cô dành để hoàn thành dự án.

Để đặt mức giá giới thiệu cho dịch vụ mới, hãy bắt đầu với việc quyết định xem thu nhập theo giờ thấp nhất mà bạn chấp nhận được là bao nhiêu. Khi đưa ra quyết định này, bạn đừng chỉ tính đến thời gian cung cấp dịch vụ thực tế; hãy nhớ bao gồm cả thời gian chuẩn bị hay thời gian “mất” dành cho những công việc liên quan nhưng không có trong hợp đồng. Khi cân nhắc tất cả, Sara quyết định rằng 100 đô-la một giờ là hợp lý cho công việc của mình. Cô đề xuất

mức phí này với các chủ công trình về sau trở thành khách hàng, và họ đồng ý.

Có một quy tắc chung khá hay là mức thu nhập theo giờ thấp nhất bạn chấp nhận ít nhất nên bằng với thu nhập theo giờ trong công việc chính thức của bạn, và có thể hơn. Bởi thực hiện dự án này trong thời gian rảnh, thu nhập bạn kiếm được nên xứng đáng với thời gian nghỉ ngơi mà bạn phải hy sinh.

Lý tưởng là bạn sẽ không chỉ kiếm được mức thu nhập thấp nhất chấp nhận được – bạn sẽ kiếm được hơn thế! Nhưng nếu coi con số kia là mức sàn, mức thấp nhất có thể chấp nhận, bạn sẽ có cơ sở để từ đó xây dựng lên. Và nếu bạn không thể khiến công việc làm thêm của mình khả thi với tiêu chuẩn tối thiểu thì đó là một dấu hiệu cho thấy bạn cần một công việc làm thêm khác.

Hãy ghi nhớ tóm tắt này trước khi bạn tiếp tục:

Với sản phẩm: lợi nhuận tối thiểu chấp nhận được cho mỗi sản phẩm hay mỗi lần bán.

Với dịch vụ: thu nhập theo giờ tối thiểu chấp nhận được hay mức giá cố định.

Sara thấy rằng việc thu phí theo giờ có lợi cho mình hơn. Khi ra giá cố định trong dự án đầu tiên, số tiền cô thực kiếm được ít hơn nhiều so với mức 100 đô-la một giờ yêu cầu trong lần thứ hai. Dù vậy, mức giá cố định cũng có một lợi ích quan trọng: khi bạn làm việc nhanh hơn bằng cách dần cải thiện khả năng cung cấp dịch vụ, bạn sẽ được thưởng thêm chứ không mất gì. Đôi khi bạn sẽ cần thử nghiệm một chút trước khi tìm ra được mức giá tốt nhất cho lời mời chào của mình.

NẾU CHỈ “HÒA VỐN”, BẠN THỰC RA ĐANG MẤT TIỀN

Một công việc làm thêm nên khiến bạn thoải mái, nhưng như giờ bạn đã biết, nó cũng cần phải có khả năng sinh lời. Hãy thử xem xét nền tảng Fiverr.com mà chúng ta sẽ nghiên cứu sâu hơn trong một vài câu chuyện tới đây. Chợ dịch vụ online này và các trang web tương tự (chẳng hạn như TaskRabbit) là nơi tuyệt vời để thử trải nghiệm các công việc làm thêm: bạn có thể lập tài khoản và bắt đầu thực hiện yêu cầu từ người khác gần như ngay lập tức. Có gì mà không thích cơ chứ? Ồ thì, trang web này được gọi là Fiverr⁵ cũng là có lý do – mức giá cho tất cả các dịch vụ được đưa ra đều bắt đầu với chỉ 5 đô-la. Nền tảng này có thể được dùng như bộ phóng để phát triển lên một mức độ cao hơn và thử nghiệm hệ thống giá thấp này để làm quen với việc làm thêm cũng hoàn toàn ổn thôi, nhưng về lâu dài, bạn có lẽ sẽ muốn kiếm được nhiều hơn 5 đô-la mỗi lần.

Vì nhiều lý do, các tập đoàn đôi khi chấp nhận một dự án chỉ đủ hòa vốn, thậm chí thua lỗ để kiếm được một thứ khác. Song công việc làm thêm không có cổ đông hay các trung tâm lợi nhuận đỡ dằn. Nếu bạn dành 20 giờ mỗi tuần để làm thêm và tất cả những gì đạt được là hòa vốn, bạn thực ra đã mất tiền vì thời gian của bạn đáng giá hơn nhiều. Lợi nhuận phải được tích hợp vào công việc làm thêm ngay từ đầu.

Điều tuyệt vời về công việc làm thêm là bạn có thể đặt giá dựa trên cảm giác phù hợp. Với phương pháp định giá này, bạn quyết định mức lợi nhuận mong muốn rồi điều tra xem cần làm những gì để đạt được mục tiêu đó. Nếu bạn vượt mục tiêu, quá tuyệt rồi! Hãy

coi mục tiêu đó là tiêu chuẩn thành công tối thiểu của bạn. Bất cứ điều gì tốt hơn mức đó sẽ càng củng cố thêm ý tưởng thành công của bạn và đem thêm nhiều tiền về tài khoản.

HÃY THEO NHỮNG BIẾN BÁO GIÁ CHỈ ĐẾN NGÂN HÀNG

Định giá vừa là khoa học vừa là nghệ thuật. Ở Ngày 20, bạn sẽ đọc về phép thử A/B khi đưa ra nhiều mức giá và xem cách nó tác động đến tỷ lệ chuyển đổi khách hàng. Đó là phương pháp khoa học – còn nếu muốn một phương pháp sáng tạo hơn, hãy xem qua các gợi ý dưới đây:

Bất cứ khi nào có thể, nhớ thiết kế công việc làm thêm của bạn để tạo ra lợi nhuận thường xuyên. Tại sao lại chỉ bán một lần khi bạn có thể tiếp tục bán hết lần này đến lần khác? Lợi nhuận thường xuyên không phải lúc nào cũng khả thi cho mọi công việc làm thêm, nhưng đó là điểm đáng để lưu tâm khi so sánh giữa các ý tưởng khác nhau. Nếu mọi yếu tố khác đều như nhau nhưng một ý tưởng có tiềm năng tạo ra lợi nhuận thường xuyên hơn – như một khoản phí thành viên hay các nâng cấp tính phí – thì đó là ý tưởng mà bạn nên lựa chọn.

Thử tính đến việc đưa ra nhiều mức giá khác nhau, khách hàng có thể trả nhiều hơn để có được nhiều hơn. Sẽ tốt hơn khi bạn cho mọi người có chút lựa chọn, miễn là đừng quá nhiều. Bạn đã bao giờ đến nhà hàng nào có đến 150 món trong thực đơn hay một nơi quảng cáo nhiều trường phái ẩm thực khác nhau chưa? Nếu chưa thì cũng chẳng có gì phải tiếc nuối cả – bạn sẽ rất khó quyết định được nên gọi món gì và đồ ăn ở những nơi đó cũng chẳng

mấy khi ngon. Tạo một lời mời chào cũng tương tự vậy. Khi nói về giá, chỉ hai hoặc ba lựa chọn là đủ rồi.

Cẩn thận, đừng khôn lỏi và hãy để mấy cái mảnh lỏi lại cho các trang mua sắm tại gia. Trào lưu nghe có vẻ khôn khéo “trả theo ý bạn” gần đây đang quét qua thế giới của các khóa học trực tuyến và sách điện tử. Đây không phải là một ý tưởng khôn ngoan – nó khiến khách hàng bối rối và cuối cùng thường sẽ trả ít hơn so với khi bạn chịu khó dành thời gian để tìm một mức giá tối ưu. Thay vì định giá khôn lỏi như thế, hãy tạo ra một sản phẩm tốt và một mức giá (cố định) hợp lý.

Đừng đi quá xa giá thị trường. Còn nhớ cách mà Jake Posko, thầy dạy guitar, bắt đầu với mức 50 đô-la, rồi dần tăng lên 80 đến 120 đô-la một giờ không? Bạn có thể tự hỏi tại sao Jake không tiếp tục đẩy giá lên cao nữa? Rõ ràng là bởi sau khi thử nhiều mức giá khác nhau, Jake đã phát hiện ra mức giá trần tự nhiên cho nghề nghiệp mới của mình. Dù “khóa học guitar đỉnh nhất quả đất” của anh có đỉnh đến đâu, 80 đến 120 đô-la là mức giá cao nhất chấp nhận được cho một buổi học guitar thông thường. Nếu định giá cao hơn thế, anh sẽ mất khách hàng. Nếu định giá thấp hơn thế, anh sẽ mất tiền. Nói cho cùng, nếu có thể cứ tăng giá mãi mà không mất vị khách nào thì ai cũng đã ngồi múa tay trong biệt thự rồi.

BẠN CẢM THẤY THẾ NÀO VỀ MỨC GIÁ NÀY?

“Tôi quyết định mức giá cho thứ gì đó thế nào? Tôi nghĩ về cảm giác của mình đối với mức giá đó.” Lần đầu tôi biết tới khái niệm này là nhờ Danielle LaPorte, người bạn lâu năm của tôi tại Vancouver, Canada. Cô là người làm ra những cuốn lịch đặt mục

tiêu, trang sức theo ý khách hàng và nhiều thứ khác, đồng thời là một tác giả sách bán chạy.

Phải thừa nhận rằng khi mới nghe như thế, tôi chẳng hiểu tí gì. “Ý cô là sao, cảm giác của cô với mức giá đó nghĩa là sao?” tôi hỏi.

Khi đó Danielle mới giải thích rằng mỗi khi phải quyết định mức giá cuối cùng cho sản phẩm mới, cô tập trung vào cảm giác của bản thân về một con số cụ thể. Và rồi cô lựa chọn một mức giá cuối cùng.

Phương pháp này nghe có vẻ “trên trời”, nhưng vấn đề là cảm giác của Danielle không từ trên trời rơi xuống, mà nó có những thông tin hỗ trợ. Cô là một doanh nhân khởi nghiệp giàu kinh nghiệm, người đã khởi nghiệp và quản lý nhiều công ty thành công – và kinh nghiệm là thứ cho cô trực giác để đưa ra lựa chọn.

Thời gian trôi qua, tôi ngày càng nghĩ nhiều về khái niệm này. Tôi vẫn tự hỏi cùng một câu hỏi mỗi khi cần định giá. Không phải lúc nào nó cũng cho tôi tất cả những thông tin tôi cần, nhưng thường có thể xác nhận cho tôi biết liệu mình có đi đúng hướng hay không.

Sara, nhà quản lý dự án xây dựng kiêm tư vấn viên về nghệ thuật, giờ đây đã hoàn thành mười dự án. Mô hình giá theo giờ mà cô chuyển sang áp dụng tiếp tục mang lại hiệu quả cho cả cô lẫn khách hàng. Năm ngoái, vài người bạn của cô quyết định cùng đi xem một vở kịch ở London và mời cô đi cùng. Nếu là trước khi làm thêm, Sara sẽ không có đủ kinh phí cho một việc xa xỉ như thế; nhưng lần này, khi họ nói: “Nếu cậu có thể đi cùng thì sẽ rất tuyệt!” Sara đã có thể trả lời: “Sao lại không chứ?” rồi mua ngay vé máy bay từ Seattle đến Heathrow. Cô dùng tiền làm thêm của mình để

chi trả cho chuyến đi bất chợt, cảm thấy hoàn toàn xứng đáng chứ không hề căng thẳng. Cô đã làm việc chăm chỉ để có được khoản tiền này, nên xứng đáng được thưởng công.

Như Sara, bạn có lẽ sẽ cần điều chỉnh mô hình giá của mình sau khi hiểu ra cách chúng vận hành trong thực tế. Nhưng nhớ là, bạn vẫn phải đặt ra một mức giá và vẫn phải thấy được lợi nhuận. Hãy đặt ra mức giá tối thiểu, dần phát triển đến mức tối ưu (như trong câu chuyện của Jake, 80 đô-la một giờ là tốt hơn rất nhiều so với 50), và thử nghiệm các lựa chọn mới. Phải đưa ra lời mời chào và xem xét cách khách hàng phản ứng thì bạn mới biết mức giá của mình có phù hợp hay không.

Ngày 13

TẠO GIỎ MUA HÀNG CHO DỰ ÁN LÀM THÊM

Dự án làm thêm của bạn có lẽ sẽ cần một số công cụ, nguồn lực và thành phẩm nhất định. Hãy học cách tìm kiếm, thu thập hoặc tạo ra mọi thứ mà bạn cần trong giỏ hàng của mình.

Mùa thu năm 2015, Tanner Callais và vợ nhận được một món quà cưới dưới dạng voucher đi nghỉ trên du thuyền. Cả hai người đều chưa từng đi du lịch kiểu đó và cũng không quá hào hứng – nhưng rốt cuộc họ vẫn đi và có được một trải nghiệm tuyệt vời.

Một phần lý do cho sự ngần ngại ban đầu là bởi họ không tìm được nhiều thông tin trên mạng về trải nghiệm này. Đúng là hãng tàu cũng có một trang web chi tiết về chuyến đi, nhưng nội dung chủ yếu là để quảng cáo, trong khi hai vợ chồng muốn biết trải nghiệm thực sự là như thế nào. Họ cũng tìm thấy một số diễn đàn nơi những du khách kỳ cựu trao đổi kinh nghiệm và đề xuất, nhưng ở đó lại có một vấn đề khác: với hàng nghìn ý kiến được đưa ra, lẽ dĩ nhiên là khá nhiều trong đó đối nhau chán chường. Tanner không muốn phải bơi qua hàng đống chủ đề nơi mọi người tranh cãi xem ăn tôm hùm ở đâu ngon nhất, anh chỉ cần một số thông tin căn bản, khách quan để tiết kiệm chi phí và có được trải nghiệm tốt nhất có thể.

Sự thiếu vắng thông tin thực tế, dễ tiếp cận đó đã thôi thúc anh ra tay lấp đầy khoảng trống. Với nghề nghiệp chính là người viết nội dung, anh quá rành việc truyền tải thông tin theo cách hữu ích và thú vị. Vậy là sau khi trở về từ chuyến du lịch, Tanner đã bắt tay vào xây dựng một trang web mà chính anh muốn được tham khảo trước khi lên đường.

Việc đầu tiên Tanner làm chỉ đơn giản là viết. Anh mở một file văn bản mới trên laptop và viết ra đủ thứ ý tưởng để làm chủ đề. Ban đầu anh không mấy quan tâm tới những chi tiết mà đơn giản chỉ muốn có một lượng chủ đề kha khá có thể dùng để lấp đầy trang web sau khi nó ra đời.

Và rồi, sau khi nhanh chóng tạo ra một trang web đơn giản, anh chuyển sự chú ý sang tối ưu hóa công cụ tìm kiếm, hay thường được gọi là SEO. Mục tiêu của anh là dành 0 đồng vào việc marketing và tập trung toàn bộ nỗ lực tiếp thị vào việc đạt được thứ hạng cao trong kết quả tìm kiếm của Google và các công cụ tìm kiếm khác cho những từ và cụm từ nhiều khả năng được du khách sử dụng. Bởi bản thân cũng từng là một du khách mới với rất nhiều câu hỏi không tìm được lời giải, anh biết mọi người cần những thông tin nào và sử dụng những cụm từ nào để tìm kiếm.

Dưới đây là một ví dụ: trước khi đi nghỉ, Tanner thắc mắc liệu có thể xem Netflix ở trên tàu hay không. Có hàng chục triệu người đăng ký tài khoản Netflix và có thể nhiều người trong số đó đi tàu nghỉ dưỡng – nhưng Tanner không tìm được bất cứ ai trả lời câu hỏi này một cách ngắn gọn và đầy đủ. Vì thế, một trong những chủ đề đầu tiên trên trang web mới là “Đã trả lời: Có thể xem Netflix trên du thuyền không?”

Sau khi bài viết được đăng tải, trang này nhảy lên top đầu một vài kết quả tìm kiếm của Google và ngay lập tức lượng truy cập tăng lên. Tanner áp dụng chiến lược này hết lần này đến lần khác, trả lời các câu hỏi thường gặp (song không thường được trả lời) của những du khách tò mò.

Đây không phải là thú tiêu khiển, đây là một công việc làm thêm. Để kiếm tiền, Tanner thêm quảng cáo và các chương trình liên kết vào trang web. Nhờ đó, anh được trả tiền khi có người nhấn vào quảng cáo hay tham gia một chương trình liên kết. Dù hào hứng khi trang web mới mang về 100 đô-la trong tháng đầu tiên, nhưng anh không dừng lại ở đó. Anh tiếp tục thêm trang, trả lời các câu hỏi mới và tối đa hóa cho Google. Trong chưa đầy một năm, công việc làm thêm này đã đem về hơn 3.000 đô-la mỗi tháng.

CÔNG THỨC CHO MỘT DỰ ÁN LÀM THÊM THÀNH CÔNG

Đến lúc này, bạn đã xác định được một ý tưởng làm thêm, biến ý tưởng đó thành một lời mời chào và quyết định sẽ ra giá bao nhiêu cho lời mời chào đó. Bạn đã sẵn sàng để bắt đầu! Nhưng mọi công việc làm thêm đều yêu cầu một số khâu chuẩn bị: một danh sách những thứ mà bạn sẽ cần tìm nguồn cung cấp, thu thập hay chuẩn bị để đưa lời mời chào của mình ra thế giới thực.

Điều tuyệt vời trong ý tưởng trang web về du lịch của Tanner nằm trong cả tính đơn giản lẫn tính thực tế của nó. Tất nhiên, đó là một ý tưởng hay – nhưng như đến giờ bạn đã biết, ý tưởng hay không nhất thiết đồng nghĩa với một công việc khả thi hái ra tiền. Ý tưởng này vừa hay lại vừa đơn giản để tiến hành. Bởi yêu cầu cần

thiết ở công việc làm thêm là trở thành một dự án kiếm tiền có thể nhanh chóng cất cánh, bạn sẽ muốn thiết kế được một quy trình đơn giản và hiệu quả để đi từ ý tưởng đến thực hiện trong thời gian càng ngắn càng tốt.

Hãy hình dung bạn định kiếm thêm chút tiền bằng việc bán bánh mì mới ra lò tại một chương trình địa phương, mà bạn lại chưa từng nướng bánh bao giờ. Có thể trình độ thực của bạn đã ngang tầm những chuyên gia như Martha Stewart hay Rachael Ray, nhưng trong ví dụ này, hãy cứ giả vờ rằng bạn cũng giống như tôi: chỉ giỏi mỗi khoản đun nước sôi và đổ vào ấm cà phê, lâu lâu thì nướng được một lát bánh mì. Còn lại, kỹ năng của bạn chỉ giới hạn trong việc tạt vào tiệm bánh hay gọi đồ ăn giao ngay.

Trong tình huống này, bạn phải tự làm bánh từ đầu – không được đặt bên ngoài. Có một số cách để tiếp cận dự án này. Bạn có thể đào xới biên niên sử của việc làm bánh, cắm trại trong thư viện để nghiên cứu về ngành khoa học bánh mì. Bạn cũng có thể thu xếp ghé qua nửa tá lò bánh để phỏng vấn các chuyên gia, so sánh câu trả lời của họ về tỷ lệ bột và nước, mức nhiệt độ trong lò... kiểu kiểu vậy.

Hoặc bạn có thể bỏ qua đồng lý thuyết đó và đơn giản là bắt tay vào việc. Trong kế hoạch nướng bánh cấp tốc, bạn lên mạng tìm một công thức đơn giản và có thể thu được kết quả chỉ trong 30 giây. Không cần phải cố gắng quá sức, nhiệm vụ của bạn chỉ đơn giản là:

Tìm một công thức chuẩn.

Chuẩn bị các nguyên liệu cần thiết.

Làm theo từng bước hướng dẫn.

Hoàn thành ba bước đơn giản này, nhiều khả năng bạn sẽ hoàn thành nhiệm vụ nướng bánh của mình trong thời gian ngắn. Đó có thể không phải là ổ bánh ngon nhất thế giới và bạn chắc hẳn cũng không cạnh tranh nổi với mấy lò bánh gia truyền đâu, nhưng nếu làm theo đúng hướng dẫn, bạn vẫn có khả năng hoàn thành ở mức tạm ổn.

Những người làm thêm thành công cũng xây dựng hoặc có được một công thức tương tự để biến công việc làm thêm của mình từ ý tưởng thành hiện thực. Mỗi bước trong quá trình đó đều sẽ đòi hỏi “nguyên liệu” – các công việc phải hoàn thành, các nguồn lực cần sở hữu và các sản phẩm mà bạn cần tạo ra – để công thức được thành công. Bạn càng đơn giản hóa ý tưởng và tách nhỏ quy trình thực hiện thành các bước rõ ràng, cụ thể bao nhiêu thì càng dễ đưa nó vào hoạt động bấy nhiêu.

Công thức cụ thể thế nào còn tùy vào mỗi người, bạn hãy xem quy trình của Tanner làm ví dụ. Sau khi nghĩ ra ý tưởng và quyết định cách thức thực hiện, công thức xây dựng dự án làm thêm của anh gồm có ba bước: viết nội dung, tối ưu hóa trang web và tạo ra doanh thu.

Bước 1: Viết nội dung. Tanner bắt đầu với việc tạo ra một danh sách các câu hỏi. Sau đó, tất cả những gì anh phải làm là ngồi xuống và viết dựa trên chủ đề trong danh sách ấy. Những chủ đề này là “nguyên liệu” đầu tiên. Anh chọn lối hành văn ngắn gọn, gần gũi và khuyến khích độc giả tiếp tục chuyển tiếp sang những bài

viết khác. Sau khi đã trả lời được một lượng đáng kể, anh tạm để chúng qua một bên và chuyển sang công đoạn tiếp theo.

Bước 2: Tối ưu hóa. Có người từng hỏi, nếu một trang web không có người xem thì liệu nó có thực sự tồn tại không? Tanner biết ngoài việc phải viết rất nhiều chủ đề hữu ích, anh cũng phải bỏ công sức để đảm bảo rằng những bài viết ấy có người xem. Đó là lý do của “nguyên liệu” thứ hai: anh ứng dụng kiến thức về trang web và SEO của mình, lập ra một trang web đơn giản, chọn đúng từ khóa và theo dõi kết quả tìm kiếm để xem trang nào đem lại hiệu quả tốt nhất. Rồi anh lại áp dụng phương pháp đó cho tất cả các trang còn lại và tiếp tục theo dõi hiệu quả hoạt động mỗi tuần.

Bước 3: Tạo ra doanh thu. Tanner có một ý tưởng hay, anh biết cách viết bài và thu hút khách truy cập trang – nhưng như vậy vẫn chưa đủ. Anh cần một mô hình lợi nhuận nữa! May mắn là trong trường hợp này, anh có một lựa chọn khá dễ thấy. Người truy cập là những “khách hàng mục tiêu” (tức là họ xem vì một lý do cụ thể: họ có quan tâm đến du thuyền), vậy nên cũng hoàn toàn hợp lý khi cài vào quảng cáo Google, “nguyên liệu” cuối cùng. Kế hoạch để được trả công là rõ ràng: dụ mọi người tới, phục vụ họ thật tốt và được thưởng công khi họ nhấn vào quảng cáo. Mọi thứ mà Tanner cần thực hiện hay cần cung cấp đều nằm gọn trong ba bước này. Anh đi từ ý tưởng đến công việc thực sự trong thời gian kỷ lục và được trả công hết sức xứng đáng.

CÁC BƯỚC NƯỚNG BÁNH MÌ CĂN BẢN

Để hiểu được cách tạo hay thu thập nguyên liệu cần thiết để bắt đầu, bạn hãy xem quy trình thu thập tài nguyên áp dụng cho hai dự

án tiềm năng như thế nào. Trong mỗi tình huống, chúng ta sẽ xem cần có những gì để sản xuất cũng như một số thành phần bổ sung khác có liên quan đến mỗi dự án.

MỤC TIÊU 1: XÂY DỰNG DỊCH VỤ TƯ VẤN HỒ SƠ XIN VIỆC

Tóm tắt: Bạn muốn giúp sinh viên đại học có nhiều cơ hội được phỏng vấn và nhận được nhiều lời mời làm việc tốt hơn bằng cách giúp họ chuẩn bị hồ sơ xin việc nổi bật so với các ứng viên khác.

Thành phần: Trang web để giới thiệu, chấp nhận thanh toán và sắp xếp lịch hẹn.

CÁC BƯỚC:

Copywriting: Giải thích lời mời chào của bạn, bao gồm lời hứa hẹn, thuyết phục và chào giá (quay lại Ngày 9 để nhớ lại nhé).

Thiết kế trang web: Ngoài việc đăng tải các thông tin trong bước 1, hãy xây dựng một cơ chế để được trả tiền, cũng như một hệ thống xếp lịch để mọi người có thể đặt hẹn.

Marketing: Nghĩ ra một kế hoạch để khuyến khích những sinh viên hài lòng giới thiệu bạn cho bạn bè của họ.

MỤC TIÊU 2: THIẾT KẾ VÀ BÁN TẠP CHÍ TỰ THIẾT KẾ

Tóm tắt: Bạn muốn thiết kế và in một tạp chí hài hước, độc đáo và khác biệt so với những sản phẩm khác trên thị trường.

Thành phần: Bản thân tạp chí đó và một trang web để trưng bày sản phẩm cũng như để người mua thanh toán.

CÁC BƯỚC:

Thiết kế: Quyết định loại tạp chí mà bạn muốn xuất bản và trông nó sẽ như thế nào.

Sản xuất: Xác định xem tạp chí của bạn sẽ được in ở đâu và như thế nào.

Marketing: Động não tìm cách lan truyền thông tin về cuốn tạp chí của bạn đến các khách hàng tiềm năng. Bạn có nên thử một chiến dịch kêu gọi vốn cộng đồng để gây quỹ và tạo ra lãi ban đầu?

Giao hàng: Thiết lập một hệ thống hiệu quả để thực hiện đơn hàng và giao tạp chí đến tay khách hàng.

TẠO GIỎ MUA HÀNG CỦA BẠN

Không có hai công thức nấu ăn nào giống hệt nhau, và công thức cho công việc làm thêm cũng như vậy. Thành phần của bạn có thể thay đổi khác đi so với ba kế hoạch này, nhưng dưới đây là một số thành phần phổ biến.

Trang web. Rất nhiều, nếu không phải là phần lớn, công việc làm thêm ngày nay nên có một kiểu trang web nào đó. Về căn bản đó là một ngôi nhà trên mạng – và chắc hẳn bạn không muốn mình trở thành kẻ vô gia cư. Một trang web gồm có: hosting – nơi trang web tồn tại, và một hệ thống quản lý nội dung – như Wordpress hay Squarespace – giúp người sử dụng dễ dàng đăng tải các bài viết. Đừng chi quá nhiều vào một trang web: bạn có thể sở hữu tất cả bằng thông và không gian lưu trữ mình cần chỉ với vốn vụn 5 đô-la mỗi tháng.

TÀI KHOẢN MẠNG XÃ HỘI. Đừng lo về việc phải cố gắng cùng lúc xuất hiện ở khắp mọi nơi trên mạng xã hội. Hãy chọn ra một hay hai trang rồi tập trung thời gian vào chúng. Dù vậy, hãy cứ đăng ký tên bạn (hay tên công việc làm thêm của bạn, nếu phù hợp) ở những trang mạng xã hội phổ biến nhất – ngay cả khi bạn không có ý định sử dụng chúng – để đảm bảo không có ai chiếm mất chúng trước. Gõ “social name checker” để tìm được một số trang web cho phép bạn kiểm tra xem liệu tên đăng ký của bạn còn có sẵn trên các mạng xã hội hay không.

CÔNG CỤ SẮP XẾP LỊCH. Rất quan trọng với các huấn luyện viên, tư vấn viên hay bất cứ ai có giao kết thời gian liên quan tới người khác. Hãy tránh bài ca muôn thuở “Anh chị thấy giờ nào thì tiện?” bằng một chương trình tự động thể hiện thời gian phù hợp nhất cho cả hai bên.

TIỀN TRÌNH CÔNG VIỆC. Một quy trình bán hàng hay dịch vụ chi tiết, hoặc một chiến dịch lôi kéo khách hàng mới. Bạn sẽ học cách thực hiện điều này ở Ngày 15.

HỆ THỐNG THANH TOÁN. Nó có thể bao gồm một giỏ hàng trên trang web của bạn, một tài khoản PayPal, một hệ thống hóa đơn hay bất cứ lựa chọn nào khác mà bạn sẽ học trong ngày tiếp theo.

Ghi chú: Tôi không liệt kê bất cứ phần mềm hay thương hiệu cụ thể nào ở đây, bởi có thể chúng sẽ không còn phù hợp vào thời điểm bạn đọc cuốn sách này nữa. Thay vào đó, bạn hãy vào trang web SideHustleSchool.com/resources để xem danh sách được liên tục cập nhật.

ĐẾN LÚC THỬ NGHIỆM CÔNG THỨC RỒI

Một công thức tốt được đánh giá dựa trên sản phẩm hoàn chỉnh mà bạn lấy ra khỏi lò. Vì vậy, để tự xây dựng công thức cho mình, câu trả lời cho hai câu hỏi dưới đây nên được bạn hết sức lưu tâm:

Mọi người sẽ trải nghiệm điều gì sau khi mua sản phẩm của bạn?

Điều gì cần phải thực hiện để bạn có thể cung cấp trải nghiệm đó cho họ?

Câu hỏi đầu tiên dẫn đến sản phẩm hay dịch vụ hoàn chỉnh mà bạn mời chào khách hàng. Còn câu thứ hai giúp bạn quyết định lựa chọn công thức nào cũng như đảm bảo rằng mình có đủ nguyên liệu cần thiết để có thể thành công hay không.

Nguyên liệu chủ yếu của Tanner là các câu trả lời về du lịch dưới dạng bài viết trên blog. Sau khi xây dựng được kết cấu hệ thống, tất cả những gì anh phải làm là viết các câu trả lời tốt và hữu dụng hơn, trong khi tiếp tục tối ưu hóa trang web của mình để cạnh tranh hiệu quả hơn và đứng đầu kết quả tìm kiếm.

Trong trường hợp của Tanner, câu trả lời cho hai câu hỏi trên đến một cách tự nhiên: mọi người sẽ tiếp nhận các thông tin đa dạng (song vẫn dễ tiếp cận) về những thứ mà họ trông đợi trong kỳ nghỉ của mình. Cuộc sống của họ được cải thiện bởi họ có thể lên kế hoạch tốt hơn và cảm thấy tự tin trước khi khởi hành.

Điều tuyệt vời trong công việc làm thêm của Tanner là một khi anh thành thực được quy trình này, việc liên tục lặp lại nó trở nên dễ dàng hơn. Quả thực, như mọi công thức tuyệt vời khác, nếu bạn

nghĩ ra một quy trình tốt, kết quả sẽ không ngừng được cải thiện sau mỗi lần bạn thực hiện.

Và tất nhiên, Tanner được trả công – hằng tháng. Anh đã vạch được lộ trình và dong buồm đến miền đất hứa của lợi nhuận thường xuyên.

Ngày 14

THIẾT LẬP MỘT CÁCH ĐỂ ĐƯỢC TRẢ CÔNG

Gìờ bạn đã có nhiều hơn một ý tưởng – bạn đang trên con đường trở thành một người làm thêm thực sự. Trước khi tiến hành, hãy đảm bảo rằng bạn cũng có một cách thực sự để nhận được tiền công.

Parker McDonald luôn bị cuốn hút bởi thế giới của các công việc làm thêm. Ngoài công việc chính là quản lý IT, anh muốn làm thêm chút đỉnh và xây dựng một nguồn bảo đảm tài chính lâu dài. Anh có nghe qua về trang Fiverr, nơi có thể đăng các công việc nhận làm thuê. Chẳng có gì để mất, anh đăng ký và bắt đầu thực hiện các dự án nhỏ.

Kết quả ban đầu không mấy khả quan. Anh nhận được một số việc, nhưng chúng chỉ đem lại các khoản tiền công tối thiểu. May mắn là một trong những dự án ban đầu ấy sớm phát triển thành một dự án lớn hơn. Một khách hàng nước ngoài cần tìm người nói tiếng Anh giọng bản xứ đã nhờ Parker tạo video phục vụ cho việc kinh doanh nhỏ của ông ta. Đoạn video thành công ngoài mong đợi, và Parker cảm thấy ngạc nhiên trước tình yêu của mình dành cho công việc. Khách hàng này giới thiệu anh với những người khác, anh liền nhận được thêm nhiều yêu cầu thuyết minh, công xá cao hơn so với mấy công việc hiệu đính vớ vẩn nhận được qua Fiverr. Hơn nữa, chi phí để bắt đầu cực kỳ thấp: anh chỉ cần mua một chiếc

micro giá 100 đô-la và tải về một số phần mềm chỉnh sửa âm thanh miễn phí trên mạng.

Khi Parker lập tài khoản Fiverr, hệ thống này yêu cầu thông tin tài khoản ngân hàng của anh, và cứ mỗi tháng hai lần, bất cứ khoản tiền nào anh kiếm được đều tự động được chuyển về. Chỉ trong chưa đầy một năm và với thời gian bỏ ra không đáng kể, công việc thuyết minh của anh đã đem về 8.000 đô-la – quá đủ để chi trả cho chi phí xe cộ, một cuộc hẹn với vợ mỗi tuần và bắt đầu một tài khoản tiết kiệm trọn đời.

NẾU KHÔNG CÓ CÁCH ĐỂ NHẬN TIỀN, BẠN KHÔNG CÓ MỘT CÔNG VIỆC LÀM THÊM

Hiển nhiên là nếu muốn kiếm tiền, bạn cần có cách để người khác trả tiền cho bạn. Vậy mà tôi vẫn không bao giờ thôi ngạc nhiên trước số lượng các trang web bán lẻ có nút thanh toán hoặc là khó hoặc là không thể tìm thấy, hay số lượng những nhà tư vấn mới không rành rẽ về quy trình lập hóa đơn. Có lần tôi đã phải liên hệ với người bán tận năm lần để xem tôi đang nợ họ bao nhiêu và làm sao để thanh toán – chính họ đã khiến việc nhận thù lao trở thành một thử thách gian nan! Nhiều người làm thêm mà tôi từng gặp có cách để được trả công, song quy trình khó khăn một cách quá mức cần thiết⁶.

Đừng mắc phải sai lầm này. Trước khi giới thiệu công việc làm thêm của mình với thế giới, bạn cần phải chuẩn bị sẵn một hệ thống để thanh toán, và hệ thống này cần thay đổi tùy thuộc vào loại hình công việc làm thêm của bạn. Trong cuốn sách này, tôi đã phân biệt giữa việc bán một sản phẩm và bán một dịch vụ, và ở Ngày 12 bạn

đã được học về các mô hình định giá khác nhau phù hợp nhất cho từng loại. Với công việc làm thêm về sản phẩm, dù là sản phẩm hữu hình hay sản phẩm kỹ thuật số, mức giá của bạn nên thể hiện chi phí cộng thêm một mức lợi nhuận tối thiểu chấp nhận được cho mỗi sản phẩm hay mỗi lần bán. Với công việc làm thêm về dịch vụ, về bản chất là bạn đang bán thời gian hay kỹ năng của mình, và bạn sẽ cần đặt mức giá ban đầu dựa trên thu nhập mỗi giờ tối thiểu chấp nhận được, hay đặt một mức phí cố định dựa theo giá trị thời gian của bạn.

Mô hình định giá của bạn thường phụ thuộc vào công việc làm thêm thuộc thể loại nào, phương pháp thanh toán được lựa chọn cũng tương tự. Nếu bạn bán sản phẩm, một hệ thống thanh toán đơn giản sẽ đáp ứng được nhu cầu của bạn; còn với công việc làm thêm về dịch vụ, bạn sẽ cần một phương pháp dễ dàng để gửi hóa đơn cho khách hàng.

HỆ THỐNG THANH TOÁN ĐƠN GIẢN

Nếu đã có một hệ thống thanh toán sẵn sàng, bạn có thể bỏ qua phần này. Nhưng nếu bạn chỉ mới bắt đầu hay đang tìm kiếm sự đơn giản thì dưới đây là ba giải pháp tốt. Mỗi giải pháp lại có những điểm mạnh, điểm yếu khác nhau mà bạn nên chú ý và dựa vào đó để ra quyết định.

PAYPAL. Đã được kiểm chứng và cực kỳ đơn giản, PayPal được sử dụng tại gần như mọi quốc gia trên thế giới bởi hơn 200 triệu khách hàng. Nếu bạn chưa có tài khoản PayPal, đầu tiên hãy tự cấu hình một cái để đảm bảo rằng bạn không ngủ trong hang suốt 20 năm qua, sau đó hãy vào [PayPal.com](https://www.paypal.com) và đăng ký miễn phí.

Bạn có thể thêm nút hay đường dẫn tới trang web của mình để chấp nhận thanh toán qua PayPal, hoặc có thể trực tiếp thu tiền qua hệ thống.

SHOPIFY. Nếu bạn bán sản phẩm với lượng cố định (trái ngược với một dịch vụ hay sản phẩm có số lượng không giới hạn như sách điện tử hay ứng dụng), lợi ích của hệ thống này là một giỏ mua hàng dễ sử dụng và một công cụ quản lý kho hàng. Ngoài ra, bạn còn có thể tạo ra một trang web cơ bản từ chính giao diện này. Với hàng trăm nghìn người sử dụng, Shopify tập trung vào phục vụ những người bán cá nhân thay vì công ty lớn. Để dùng thử miễn phí xem liệu có phù hợp với mình không, hãy truy cập Shopify.com/sidehustle.

STRIPE. Đây là hệ thống thanh toán có thể kết hợp với nhiều hệ thống khác để đưa việc thanh toán trực tiếp vào trang web của bạn – rẻ hơn PayPal và dễ tùy chỉnh hơn Shopify, nhưng cũng cần nhiều cài đặt hơn. Hãy chọn sử dụng nó nếu bạn biết mình đang làm gì, hay nếu dự án làm thêm của bạn tiến triển tốt và bạn muốn nâng lên một tầm cao mới.

Trên đây chỉ là một số trong rất nhiều hệ thống thanh toán đang khả dụng, và dựa vào trình độ thành thạo công nghệ của bạn, một số có thể dễ sử dụng hơn số còn lại. Dù bạn chọn gì thì cũng hãy đảm bảo rằng nó dễ dàng cho bạn lẫn khách hàng.

THÔNG BÁO THANH TOÁN LÀ NIỀM VUI

Muốn tận hưởng cảm giác như “chôm” được máy thu ngân mà không phải vào tù? Hãy kết nối chiếc điện thoại thông minh của bạn với hệ thống thanh toán, rồi bật chế độ thông báo thanh toán.

Để có kết quả tốt nhất, hãy cài đặt thông báo thanh toán với âm báo nghe như tiếng máy thu ngân (“cha-ching!”).

Vâng, tôi biết – suốt ngày bạn đã bị réo bởi đủ thứ tin nhắn, thông báo Facebook và cả đồng thứ khác rồi, liệu có thực sự cần thêm một nguồn léo nhéo khác nữa hay không? Nhưng cứ tin tôi đi: nhận được thông báo rằng có tiền mới được chuyển vào tài khoản ngân hàng không hề khó chịu chút nào đâu. Rất tuyệt vời nữa là đăng khác. Nếu có một lúc nào đó nó thực sự gây mất tập trung, bạn có thể tắt nó đi. Còn cho đến ngày đó, hãy cứ tận hưởng niềm vui khi chiếc điện thoại thu ngân của bạn báo cáo một thương vụ thành công mới.

HÓA ĐƠN ĐƠN GIẢN

Một số công việc làm thêm, đặc biệt là khi liên quan đến dịch vụ, đòi hỏi phải gửi hóa đơn tới khách hàng vào một thời điểm nào đó trong quy trình. Nếu bạn cảm thấy nó nghe như một núi các công việc giấy tờ chán ngắt, hãy nghĩ như này: nếu không có cách để gửi hóa đơn đúng lúc và sau đó làm bất cứ điều gì để đảm bảo những hóa đơn ấy được thanh toán thì bạn, về bản chất, đang tự gán thêm việc không công.

Lịch thanh toán có thể khác nhau, nhưng bởi chúng ta đang cố làm đơn giản nhất có thể nên bạn có lẽ sẽ muốn chọn lựa một trong ba cách sau đây:

Thanh toán toàn bộ trước khi bắt đầu công việc.

Thanh toán một phần trước khi bắt đầu và phần còn lại sau khi hoàn thành công việc.

Thanh toán toàn bộ sau khi hoàn thành công việc.

Lựa chọn của bạn sẽ phụ thuộc phần lớn vào loại hình dịch vụ mà bạn cung cấp. Nếu nghĩ trên cương vị của một khách hàng thì vào những thời điểm khác nhau, bạn có lẽ đã thực hiện tất cả ba loại hình trên, với những người hay doanh nghiệp khác nhau. Chẳng hạn, khi lên xe buýt đi làm buổi sáng, bạn không trả “nửa trước nửa sau” mà đưa cho tài xế tiền hoặc vé, và họ cho bạn lên xe. Nhưng nếu là dịch vụ cung cấp truyền hình cáp hay Internet, hẳn là bạn không trả hết một lần mà sẽ trả một khoản phí đăng ký ban đầu rồi sau đó thanh toán hằng tháng, thường là tự động trích từ tài khoản ngân hàng. Cuối cùng, khi đến gặp bác sĩ hay nha sĩ, chúng ta lại thường đưa cho nhân viên tiếp tân một tấm séc hay thẻ tín dụng (hay ký hóa đơn bảo hiểm) trên đường ra khỏi cửa sau khi đã được khám xong xuôi.

Hãy đơn giản hóa, lựa chọn bất cứ phương thức thông dụng nào trong ngành của bạn (dù rằng nếu được lựa chọn thì trả trước gần như luôn là phương án tốt nhất). Dù bạn có chọn gì thì phần công việc thiết lập lựa chọn phương thức thanh toán cũng thường được chia nhỏ ra thành:

Quyết định lựa chọn thanh toán mà bạn chấp nhận (thẻ tín dụng, séc, chuyển khoản ngân hàng...).

Nếu lập hóa đơn, hãy quyết định cách bạn sẽ chuẩn bị và gửi nó.

Nếu lập hóa đơn, hãy quyết định thời hạn và quy trình đối với khách hàng không trả đúng hạn (ví dụ: kế hoạch gửi tiếp một email nhắc nhở vào ngày thứ hai sau hạn thanh

toán, rồi gọi điện nếu vẫn chưa được trả tiền vào ngày thứ năm sau hạn).

Không cần phải phát minh ra cả một hệ thống mới cho hóa đơn làm gì. Bạn chỉ cần bảo đảm là nó thuận tiện cho mình và tron tru cho khách hàng.

HỢP ĐỒNG ĐƠN GIẢN

Mục đích của một hợp đồng là để ghi nhận những vấn đề căn bản trong khi vẫn cân bằng hợp lý giữa sự an toàn và sự tin tưởng. Dù có nhận ra hay không thì mỗi ngày chúng ta đều tham gia vào hợp đồng khi mua hàng qua mạng, hay đôi khi thậm chí là mua thứ gì đó từ cửa hàng.

Không phải lúc nào cũng cần có một hợp đồng chi tiết cho tất cả mọi thứ bạn bán, và thực tế thì một hợp đồng phức tạp và cực kỳ khắt khe đôi khi còn khiến khách hàng quay lưng. Ví dụ, có lần tôi thuê một người làm một dự án nhỏ cho mình. Công việc không mấy phức tạp và tổng chi phí vào khoảng 250 đô-la. Cô gái ấy đã khiến tôi ngạc nhiên bằng việc gửi một hợp đồng tám trang với đủ mọi điều khoản và giới hạn. Tôi vốn định đề nghị thanh toán toàn bộ trước khi cô ta bắt đầu, nhưng cuối cùng đã quyết định không ký nữa.

Một hợp đồng cực kỳ căn bản nên làm rõ những gì bạn sẽ làm, khoản tiền bạn sẽ nhận và khi nào bạn sẽ được nhận. Vây thôi. Như đã nói ở Ngày 11, bạn thậm chí còn có thể viết nó dưới dạng email (vâng, nó vẫn có giá trị pháp lý) thể hiện đầy đủ chính xác những điều như sau:

Việc bạn sẽ làm.

Khoản tiền bạn được trả.

Khi nào bạn sẽ được nhận.

Một hợp đồng cơ bản cũng nên ghi rõ bất cứ điều khoản nào bạn thấy cần thiết. Ví dụ, sẽ xử lý thế nào nếu công việc chỉ được hoàn thành phân nửa? Hay với các công việc sáng tạo thì đã xác định rõ ai sẽ sở hữu tác phẩm được tạo ra chưa? Phần lớn những điều khoản này có thể được ghi nhận chỉ trong tối đa vài trang giấy.

Thiết lập một cách để bạn nhận được thanh toán khá là đơn giản, song cũng vô cùng quan trọng. Tiền phải tìm được đường chui vào tài khoản ngân hàng của bạn! Hãy quyết định ít nhất một phương thức thanh toán và đảm bảo nó sẵn sàng hoạt động (và hoạt động hiệu quả) trước khi bạn bắt đầu.

Ngày 15

THIẾT KẾ TIỀN TRÌNH CÔNG VIỆC ĐẦU TIÊN

Bạn đã vào guồng và gần như sẵn sàng cho ra mắt dự án làm thêm của mình. Bằng việc liệt kê các bước kế tiếp theo trình tự, bạn sẽ tránh được những sai lầm không đáng có và cảm thấy tự tin hơn.

Từ Thung lũng Quabbin thanh bình ở Trung Massachusetts, Amanda MacArthur cùng chồng điều hành một công ty tiếp thị bằng nội dung. Cô đã làm việc này hơn sáu năm và yêu thích việc quản lý cũng như phục vụ các công ty phần mềm trên khắp thế giới.

Cô cũng thích nấu ăn và tuân thủ một chế độ đặc biệt gọi là ketogenic (như Paleo, nhưng không có tinh bột hay đường). Vài năm trước, cô bắt đầu đăng các công thức lên một trang web, chủ yếu là để dễ theo dõi. Và bởi công việc chính liên quan đến quản lý trang web, cô khó cưỡng lại việc thêm thắt một chút marketing vào, tạo một mẫu email và đường dẫn đến với một số sản phẩm có liên quan.

Không mấy để tâm tới trang web này, nhưng một ngày nọ Amanda phát hiện ra có hơn 3.000 người đã theo dõi trang. Tuyệt thật, cô nghĩ, nhưng cô cũng bận việc và chỉ coi đó hoàn toàn là một thú tiêu khiển cá nhân thay vì một công việc làm thêm tiềm năng. Cuối cùng, khi số lượng người theo dõi lên đến con số 6.000

một vài tháng sau đó, cô mới gửi email đầu tiên cho nhóm thành viên và nói rằng mình đang định viết một cuốn sách nấu ăn – và có ai trong số họ muốn đặt trước hay không?

Bất ngờ là có rất nhiều người đồng ý. Đến cuối ngày hôm đó, cô thu về 1.000 đô-la.

Trong vài tuần tiếp theo, Amanda sống trong lo sợ người ta sẽ gọi cô là bịp bợm và đòi hoàn lại tiền. Song, thay vào đó, cô lại nhận được rất nhiều lời khen ngợi và cảm ơn. Độc giả rõ ràng thích thứ cô đang cung cấp cho họ.

Khi trang web tiếp tục thu hút thêm nhiều người, Amanda được một nhà xuất bản liên hệ, họ muốn chính thức in công thức của cô thành sách. Khởi đầu từ những bản e-book, công việc làm thêm này giờ đây mang về cho cô ít nhất 2.000 đô-la một tháng. Amanda cảm giác mình có thể đầu tư thêm thời gian để xem liệu nó có đi xa hơn được nữa không, nhưng cô vẫn đang yêu thích công việc chính – vì vậy, hiện tại công việc này vẫn chỉ là phụ thêm mà thôi.

TẠO TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC VÀ CHUẨN BỊ ĐỂ LÀM THÊM!

Bạn đã đưa ra các quyết định ban đầu, giờ là lúc để đưa mọi thứ vào guồng. Điều xảy ra tiếp theo sẽ biến bạn từ một người có ý tưởng thành một người bắt tay vào hành động và biến được ý tưởng thành hiện thực. Trong phần tới, chúng ta sẽ làm rõ hơn về cách trình bày ý tưởng của bạn cho các khách hàng tiềm năng. Sau đó, chúng ta sẽ nói về cách để gửi nó đến những khách hàng này trong một thử nghiệm ở thế giới thực. Để đảm bảo là bạn đã sẵn sàng,

đầu tiên hãy tạo một danh sách tất cả những gì cần diễn ra. Danh sách này được gọi là tiến trình công việc.

Tiến trình công việc về cơ bản là một chuỗi các hoạt động hay quy trình phải xảy ra để hoàn thành dự án. Trong trường hợp của công việc làm thêm, đó là tất cả những gì cần xảy ra để khách hàng mua và nhận được thứ mà họ đã chi trả, bất kể đó là gì. Như tất cả những bài tập khác trong cuốn sách này, bạn không cần các phần mềm tính vi hay bằng cấp chuyên gia thì mới tạo ra được một tiến trình công việc. Bạn chỉ cần viết vài ghi chú, hoặc theo danh sách, hoặc theo những cách trực quan hơn, như bạn sẽ thấy dưới đây.

Trong câu chuyện trên, tiến trình công việc của Amanda bắt đầu trước khi cô có khách hàng thực sự: khi cô bắt đầu đăng các công thức miễn phí lên mạng và tập trung hoàn toàn vào việc cung cấp các thông tin hữu ích thay vì tạo ra lợi nhuận. Dù vậy, cô đã làm một việc rất khôn ngoan để dọn đường cho các dự án sau này: gửi lời mời độc giả đăng ký vào danh sách email, qua đó mở cánh cửa liên lạc theo cách không đòi hỏi họ phải liên tục truy cập trang⁷.

Tiến trình công việc cho việc tạo lập danh sách email sẽ tương tự thế này:

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC ĐĂNG KÝ DANH SÁCH EMAIL

1. Quyết định một dịch vụ danh sách email và lập một tài khoản.



2. Thêm mã do dịch vụ danh sách email cung cấp vào ít nhất một trang trên trang web.



3. Viết một lời kêu gọi hành động hấp dẫn để độc giả chịu tham gia vào danh sách.



4. Viết một lời chào gửi cho những người tham gia. Cho họ biết bạn là ai và họ có thể trông đợi gì trong tương lai.

Với danh sách này, Amanda gần như ngay lập tức biến những vị khách ghé qua blog của mình từ độc giả đơn thuần thành khách hàng tiềm năng. Và khi cô quyết định thử bán cuốn e-book đầu tiên cho tất cả những người tìm đến cô vì các công thức nấu ăn, tiến trình công việc sẽ giống thế này:

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC QUY TRÌNH MUA CỦA KHÁCH HÀNG

1. Khách hàng tiềm năng ghé qua trang bán hàng để tìm hiểu về cuốn sách.



2. Khách hàng nhấn để đặt cuốn sách và được dẫn đến một hệ thống thanh toán.



3. Sau khi mua hàng, khách hàng được dẫn tới một trang có thể tải về cuốn sách.



4. Khách hàng cũng được gửi một email xác thực, cảm ơn họ đã mua hàng và hướng dẫn họ cách tải cuốn sách về (thừa một chút cũng không sao).



5. Khách hàng được thêm vào một danh sách email mới để nhận được các cập nhật miễn phí và thông tin thêm.

Chú ý rằng tiến trình công việc này được thể hiện theo góc độ khách hàng: một người nào đó vì quan tâm tới chế độ ăn này nên ghé qua trang của Amanda, mua sách, nhận được sách... Quy trình thực của Amanda để thực hiện những việc này có thể khác biệt đôi

chút hoặc có đòi hỏi thêm một số bước, nhưng hình dung từ phương diện khách hàng giúp cô đảm bảo đã chuẩn bị đầy đủ tất cả những gì cần làm để đem lại cho khách hàng trải nghiệm dễ chịu nhất có thể.

KIỂM TRA SỰ CỐ

Một trong những điều tuyệt vời nhất của việc tạo ra tiến trình công việc khách hàng là nó giúp bạn xác định được những điểm dễ xảy ra sự cố. Ví dụ, bước 4 trong tiến trình công việc của Amanda yêu cầu khách hàng tải sách về sau khi thanh toán. Tôi cũng từng tạo tiến trình công việc như thế, để rồi lại mắc phải một lỗi nào đó, như gõ sai đường dẫn cho trang tải về hay đăng lên nhầm file.

May mắn là Amanda khôn ngoan hơn tôi. Cô kiểm tra sự cố trong quá trình này một cách cẩn thận, tự mua hàng của mình bằng một địa chỉ email khác với địa chỉ dùng để tạo tài khoản. Nhờ đó, cô có thể kiểm tra và xác nhận mọi thứ hoạt động đúng như dự kiến: đầu tiên là ghé vào trang tải về được tự động chuyển đến sau khi mua hàng, rồi kiểm tra email để xem thư xác nhận đã đến chưa, cuối cùng là tải về cuốn sách theo cả hai cách.

Một cách để kiểm tra sự cố trong bất cứ tiến trình công việc nào là thử tự đóng vai người dùng, như cách Amanda đã làm ở trên. Một cách khác là đơn giản tự hỏi: “Vấn đề gì có thể xảy ra?”

Để làm rõ hơn một chút, các câu hỏi kiểm tra sự cố khác có thể bao gồm:

Nếu hệ thống của bạn phụ thuộc vào việc liên lạc qua email, chuyện gì sẽ xảy ra nếu người khác không nhận được chúng?

Nếu bạn giao một sản phẩm, chuyện gì sẽ xảy ra nếu khách nhập sai địa chỉ giao hàng hay hàng hóa bị thất lạc?

Nếu bạn lên lịch hẹn trước cho một buổi hướng dẫn, liệu lịch của bạn có sự điều chỉnh theo múi giờ không? Chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn hay khách hàng cần thay đổi ngày hẹn?

Bằng việc chuẩn bị trước những tình huống khác nhau như vậy, bạn có thể xác định được các giải pháp đơn giản nhưng sẽ tiết kiệm được rất nhiều thời gian và công sức sau này. Lấy ví dụ, nếu mọi người cần nhận được một email, bạn có thể làm rõ điều đó khi họ mua hàng (“Quan trọng: Hãy kiểm tra hộp thư ngay để xem bạn đã nhận được email từ chúng tôi hay chưa. Nếu sau 24 giờ bạn vẫn không nhận được, hãy gửi email tới help@mysite.com”).

Bạn sẽ không thể phòng tránh được tất cả mọi sự cố, tất nhiên là vậy. Cách tốt nhất để bạn cải thiện công việc làm thêm của mình là qua kinh nghiệm tương tác thực tế với khách hàng. Nhưng dù có thế, mục đích của việc kiểm tra tiến trình là để tránh những sự cố thường gặp có thể đẩy công việc làm thêm của bạn trật bánh.

CÒN CẦN THÊM ĐIỀU GÌ NỮA?

Những ví dụ trong ngày hôm nay nên khiến bạn nghĩ về tiến trình công việc của bản thân, nhưng bởi mỗi công việc làm thêm đều khác biệt, vậy nên bạn sẽ cần lập ra một danh sách chính của mình, trong đó có thể có một số quy trình cụ thể liên quan tới ý tưởng của bạn mà chỉ mình bạn biết. Hãy dành chút thời gian để viết chúng ra theo bất cứ định dạng nào mà bạn thích.

Những câu hỏi sau đây có thể giúp bạn:

Làm thế nào để khách hàng tiềm năng biết đến ý tưởng của bạn?

Điều gì sẽ xảy ra nếu có ai đó mua hoặc đăng ký bất cứ thứ gì bạn đang chào bán?

Cần thêm điều gì để khách hàng có thể thanh toán và nhận được sản phẩm hay dịch vụ của bạn?

Bạn sẽ tiếp tục thế nào nếu cuốn sách này dừng ở đây nhưng bạn vẫn sẽ phải khởi động công việc làm thêm sau 12 ngày nữa?

Hãy tạo một danh sách chính yếu gồm những nhiệm vụ, hành động và các bước tiếp theo của bạn, càng chi tiết càng tốt. Bạn có không hiểu rõ về điều gì đó cũng chẳng sao cả, hãy cứ liệt kê tất cả những nhiệm vụ và ý tưởng mà bạn có trong đầu. Bạn sẽ cảm thấy thoải mái hơn với tiến trình công việc khi thấy được cách mà nó có thể khiến cả bạn lẫn khách hàng đều dễ thở hơn.

Ngày 16

DÀNH THÊM 10% THỜI GIAN VÀO NHỮNG NHIỆM VỤ QUAN TRỌNG NHẤT

Nhiều người mới tập tành làm thêm bị cuốn vào những chi tiết lặt vặt và tiêu tốn thời gian đáng ra nên dành cho những công việc quan trọng hơn. Để tránh cái bẫy này, bạn hãy tập trung vào chỉ hai thứ thôi.

Oliver Asis là một kỹ sư dân sự làm việc cho chính quyền bang California. Anh cũng là một nhiếp ảnh gia phong cảnh không chuyên với con mắt nghệ thuật và kỹ năng tốt. Khi được một người bạn nhờ chụp ảnh cưới, anh vui vẻ nhận lời – nhưng rồi chỉ một giờ sau, anh bắt đầu phát hoảng với tình cảnh mà mình vừa tự bước chân vào. Anh chưa bao giờ chụp ảnh cưới, thậm chí còn chẳng mấy khi đi đám cưới. Anh biết phần lớn ảnh cưới được chụp theo một quy tắc chung và nên chụp cô dâu thật nhiều, nhưng anh cũng nhận ra rằng chụp ảnh cưới là một trong những việc mà anh sẽ không thực sự học được cho đến khi tự thực hiện.

Rất nhiều người trong hoàn cảnh của Oliver sẽ phát hoảng và cố gắng cấp tốc học tất cả những gì có thể về việc chụp ảnh cưới: đăng ký một lớp trong trường nghệ thuật, cày hết cả chồng sách hướng dẫn hoặc có lẽ là đọc hết mọi thứ tìm thấy trên mạng về chủ đề này. Oliver có ý hay hơn. Thay vì bắt đầu một dự án nghiên cứu tốn kém thời gian như thế, anh quyết định đầu tư thời gian vào việc

tích lũy kinh nghiệm thực tế qua đề nghị chụp ảnh cưới với giá rẻ bèo cho cặp đôi đầu tiên đồng ý. Anh đăng lên Craigslist: Thợ chụp ảnh cưới rẻ-nhưng-siêng sẵn sàng nhận thuê; giá 250 đô-la cho người đầu tiên liên hệ!

Anh thẳng thắn thừa nhận khi kể lại câu chuyện cho tôi: “Tôi không muốn làm hỏng lễ cưới của bạn mình, nhưng nhờ mà có làm hỏng lễ cưới của một người lạ mặt thì tôi cũng sẽ không quá áy náy.”

Sau khi lên lịch hẹn với một cô dâu khá giản dị, anh nhận ra mình không có bộ ảnh mẫu nào để giới thiệu cả. Nhanh trí ứng biến, anh lục tìm một số tấm ảnh phong cảnh ưng ý nhất – chẳng liên quan gì tới đám cưới, nhưng đó là tất cả những gì anh có – và in chúng ra. Bởi toàn bộ việc này chỉ là một thử nghiệm nên Oliver cho rằng việc phí hàng giờ để chụp một bộ ảnh mới là hoàn toàn vô nghĩa. Thời gian nên dành để chuẩn bị cho công việc sắp tới thì tốt hơn.

May mắn là anh đã không làm hỏng đám cưới đó. Đó là một kinh nghiệm giúp anh thêm tự tin trong những lần tiếp theo, và cô dâu cũng thích bộ ảnh đó. Công việc thử nghiệm đầu tiên này tuy tốn nhiều công sức nhưng chỉ đem về có 250 đô-la, và trong đám cưới của người bạn vào tháng sau, anh được trả thêm 500 đô-la – nhưng với kinh nghiệm nhiếp ảnh sẵn có của bản thân cùng kinh nghiệm chụp ảnh đám cưới, Oliver đã có thể sớm nâng giá hơn thế. Giờ đây anh chụp cho ít nhất một đám cưới mỗi tháng với mức giá khởi điểm là 3.500 đô-la.

Câu chuyện của Oliver là một điển hình về việc làm thêm. Anh không biết cách thực hiện, nên anh tự mày mò tìm hiểu. Nó cũng

minh họa một nguyên tắc quan trọng khác: làm những việc quan trọng nhiều hơn và những việc không quan trọng ít đi. Oliver không bị cuốn vào cả mớ chi tiết rắc rối, anh tập trung hoàn toàn vào việc áp dụng kỹ năng của mình để tạo ra trải nghiệm tuyệt vời cho khách hàng.

Về sau, khi phát triển công việc làm thêm của mình, Oliver cũng khôn ngoan tập trung vào những việc giúp tăng thu nhập lên đáng kể. Anh chọn đối tượng quảng cáo là những khách hàng chịu chi và nâng cao giá trị của dịch vụ bằng cách đăng tải các nhận xét tích cực mà mình nhận được. Hai khía cạnh tổng quát này – tạo ra nhiều giá trị hơn và kiếm được nhiều tiền hơn – nên là những mục tiêu chính để bạn tập trung khi chuẩn bị cho ra mắt công việc làm thêm của mình, cũng như sau này khi bạn phát triển nó.

LĨNH VỰC CHÚ TRỌNG #1: THAY ĐỔI CUỘC ĐỜI CỦA KHÁCH HÀNG

Rất nhiều người đang tìm kiếm đường tắt đến với thành công. Trong suy nghĩ của họ, đường tắt sẽ cho phép chúng ta bỏ qua một loạt các bước mà nghiêm nhiên bước lên hàng đầu. Trong công việc làm thêm, thủ thuật quả thực rất hữu dụng. Chúng có thể giúp bạn trở nên hiệu quả hơn. Chúng có thể giúp bạn làm việc năng suất hơn. Và ở một mức độ nào đó, chúng có thể đem về cho bạn nhiều tiền hơn.

Thủ thuật tuyệt hơn hết thảy là làm gì đó có thể thay đổi cuộc đời của người khác, ít nhất là của những khách hàng lý tưởng đã được xác định ở Ngày 8.

Nhưng cách để bạn thành công về lâu dài không liên quan gì đến thủ thuật. Nếu chỉ xây dựng công việc làm thêm dựa trên thủ thuật hay mẹo vặt thì bạn không hề có một nền tảng thực sự – bạn sẽ chỉ có một cơ hội ngắn hạn chẳng chóng thì chầy sẽ kết thúc. Trong trường hợp của Oliver, khi hẹn gặp khách hàng đầu tiên, anh có thể thử lừa cô này bằng một loạt giải thích chi tiết về từng dụng cụ và thiết bị kỹ thuật, hoặc bày ra một màn độc thoại lê thê về tầm nhìn và triết lý nghệ thuật. Đối với một nhiếp ảnh gia như anh mà nói, cả hai chủ đề ấy đều có thể tuôn ra dễ dàng, nhưng cả hai đều chẳng mấy quan trọng với một cô dâu. Nhìn chung, cô chỉ muốn được trả lời cho một câu hỏi đơn giản: Liệu anh có tất cả những gì cần thiết để làm tốt việc này hay không?

Oliver vốn đã là một thợ ảnh giỏi. Thứ anh cần học là cách trở thành một thợ ảnh đám cưới giỏi. Điều tốt nhất anh có thể làm nhằm chuẩn bị cho đám cưới của bạn mình là tích lũy kinh nghiệm từ một đám cưới khác, cũng chính là điều mà anh đang tập trung vào.

Bất kể công việc làm thêm là gì, bạn cũng luôn cần chú trọng cải thiện trải nghiệm cho khách hàng. Các phương thức để thực hiện việc này bao gồm:

- Hứa hẹn ít đi, thực hiện nhiều hơn. Kiểm soát kỳ vọng của khách hàng, nhưng nếu có điều kiện thì hãy làm hơn thế.
- Đáp lại những nhu cầu chưa nói ra. Ừ thì họ thuê bạn để thực hiện một việc nhất định nào đó – nhưng liệu còn thứ gì khác họ cần mà bạn cũng có thể dễ dàng cung cấp không? Nếu bạn phát hiện ra một việc như thế trong quá trình cung cấp dịch vụ, hãy đề nghị giúp đỡ họ ít nhất một lần miễn phí.

- Nhận mạnh những kết quả tích cực. Khi báo cáo với khách hàng, hãy cho họ thấy dịch vụ của bạn đã mang lại lợi ích cho họ như thế nào. Họ có thể không nhận ra rằng việc bạn làm đã khiến cuộc sống của họ dễ dàng, thuận tiện hay thú vị hơn; hoặc có thể là cả ba cùng lúc. Hãy nhẹ nhàng chỉ cho họ thấy.

LĨNH VỰC CHÚ TRỌNG #2: KIẾM THÊM TIỀN

Lĩnh vực được chú trọng tiếp theo là về bạn. Có rất nhiều lý do tuyệt vời để quyết định làm thêm, nhưng đừng bao giờ quên tiền là một trong số đó. Công việc làm thêm của bạn phải đem lại lợi nhuận! Khi dần tích lũy được kinh nghiệm, Oliver cũng dần bỏ bớt đi những mảnh khoe vớ vẩn (“Tôi sẽ chụp ảnh cưới chỉ với giá 250 đô-la”) và nhận đề nghị từ các cặp đôi dư dả tài chính hơn. Anh có thể tiếp tục bán dịch vụ của mình trên Craigslist, nhưng nhiều khả năng sẽ luôn phải cạnh tranh đơn thuần về giá chứ không phải chất lượng dịch vụ. Việc lựa chọn một thợ chụp ảnh đám cưới phần lớn phụ thuộc vào uy tín, vậy nên Oliver phải đảm bảo rằng uy tín của mình luôn ở mức cao nhất.

Những cách để kiếm thêm tiền có thể là:

- Có kế hoạch tăng giá thường kỳ. Mọi người đều hiểu rằng phần lớn các hoạt động kinh doanh đều tăng giá theo thời gian. Đôi khi ngoại lệ thì cũng tốt... nhưng không phải trong trường hợp này.
- Theo đuổi lợi nhuận gia tăng. Một khi bạn đã kiếm được tiền thì việc kiếm được thêm thường cũng sẽ không quá khó khăn. Hãy thử xem bạn còn có thể làm gì nữa để đem về lợi nhuận gia tăng mà không cần đầu tư quá nhiều thời gian.

- Bắt đầu công việc làm thêm của làm thêm! Hầu hết những người làm thêm đều thực hiện nhiều hơn chỉ một công việc làm thêm trong đời mình. Khi bạn đã phát triển xong một dự án, hãy tự hỏi tiếp theo là gì. Đoán xem còn gì tốt hơn có hai nguồn thu nhập? (Gợi ý: có một số “ba” nhé.)

DÀNH 25 PHÚT MỖI NGÀY ĐỂ LÀM MỘT VIỆC GIÚP PHÁT TRIỂN DỰ ÁN LÀM THÊM CỦA BẠN

Những người làm thêm thường rơi vào cái bẫy cố làm quá nhiều thứ. Không chỉ những người làm thêm bận rộn mà một số chủ kinh doanh nhỏ trong chúng ta – những người làm việc toàn thời gian – cũng không mấy khá hơn. Trên thực tế, là một người làm thêm, bạn có một lợi thế sẵn có là không thể làm thêm suốt ngày. Bạn cần làm việc thông minh, chứ không chỉ cần cù.

Cách đây khá lâu, tôi từng sống trong một bệnh viện lưu động trên tàu thủy ở Tây Phi. Ngoài công việc ban ngày là nhân viên cứu trợ tình nguyện, vào buổi chiều và sáng sớm, tôi làm thêm một công việc được đặt từ Mỹ. Chỉ có tôi với một trợ lý, cả hai đều có giờ làm rất giới hạn – và khi đã bắt đầu phát triển thì thực sự không bao giờ ngớt việc cần làm và email cần trả lời. Đôi khi tôi cảm thấy kiệt sức khi phải cố quản lý mọi thứ, đặc biệt khi ưu tiên chính vẫn là công việc đang làm ở những quốc gia đang khắc phục hậu quả chiến tranh như Liberia và Sierra Leone.

Đâu đó trong khoảng thời gian này, tôi bắt đầu thói quen mỗi sáng thực hiện một nhiệm vụ, tuy không liên quan gì đến việc điều hành kinh doanh, song lại quan trọng để phát triển kinh doanh. Trong khoảng thời gian vẫn eo hẹp – tôi thường chỉ có khoảng 25

phút – tôi chặn hết mọi thứ khác và chỉ thực hiện những việc liên quan tới phát triển. Tôi mang theo một cuốn sổ tay bên người để ghi lại ý tưởng cho “Thời gian thực sự làm việc”, như cách tôi hay gọi nó. Tôi tự ra quy định không bật laptop trước khi bắt đầu hay trước khi biết mình muốn làm gì trong 25 phút này. Nếu không, tôi chắc chắn sẽ bị phân tâm và chẳng hoàn thành được việc gì đáng kể.

Làm ngay việc này đầu tiên trong buổi sáng hóa ra đã đem lại khá nhiều lợi ích. Thứ nhất, khi sự hỗn loạn của một ngày mới bắt đầu, tôi cảm thấy hài lòng rằng dù có chuyện gì xảy ra đi nữa thì ít ra tôi vẫn đã thực hiện được nhiệm vụ của “Thời gian thực sự làm việc” ngày hôm đó. Tôi cũng nhận thấy rằng nếu không thực hiện được thói quen vào sáng sớm này, tôi sẽ rất khó tiếp tục được nó trong khoảng thời gian còn lại trong ngày. Khi kết thúc công việc ban ngày của mình, tôi đã rã rời. Tôi có thể ép mình trả lời càng nhiều email càng tốt, cũng có thể thực hiện một số công việc quản lý khác, nhưng khả năng tập trung lại vào lúc cuối ngày thực sự rất mong manh.

Khi tập trung vào điều quan trọng, bạn sẽ đạt được tiến triển tốt hơn. Vậy nên đừng để bị phân tâm khỏi hai điều quan trọng nhất trong công việc làm thêm: lợi ích của khách hàng và thu nhập của bạn. Hãy dành thêm ít nhất 10% thời gian cho mỗi lĩnh vực này và bớt thời gian vào những việc khác.

Công việc làm thêm giá rẻ trên Craigslist của Oliver khá tuyệt vời – nó cho anh kinh nghiệm và nhiều bài học. Nhưng anh không muốn làm với giá 5 đô-la/giờ, mức thu nhập có được sau khi trừ đi mọi thứ liên quan đến việc chuẩn bị, chụp và xử lý ảnh... Với kinh

nghiệm từ lần đầu tiên cũng như lần chụp sau đó cho bạn mình, anh cảm thấy tự tin hơn rất nhiều vào khả năng tạo được kỷ niệm đẹp cho cô dâu và chú rể tương lai. Cũng vì thế, anh tăng giá lên mức tương xứng với điều quan trọng bậc nhất: niềm vui mà anh đem tới cho cuộc sống của khách hàng.

TÓM TẮT TUẦN 3

Bạn đã đi từ phát triển ý tưởng sang đưa ra lời mời chào... và giờ là lúc chuyển sang khâu thực hiện! Bạn đã có một lời mời chào đúng điệu để trình bày với khách hàng cùng một cách để nhận được thù lao từ công việc, giờ là lúc để tiếp tục đến với bước mà bạn đang chờ đợi mỗi mòn: trình làng.

TRỌNG ĐIỂM

Ý tưởng phải được biến thành lời mời chào để người khác có thể trả công cho bạn. Một lời mời chào bao gồm lời hứa hẹn, lời quảng cáo và lời chào giá.

Dùng mô hình chi phí cộng thêm để định giá cho mình. Mức giá này cần đủ thấp để bạn không mất khách hàng, nhưng vẫn đủ cao để bạn kiếm được đủ tiền, để khiến công việc làm thêm này xứng đáng.

Khi ý tưởng đã được hình thành hoàn chỉnh, bạn hãy lập một tiến trình công việc và liệt kê tất cả những hành động cần để đưa khách hàng đi từ chỗ phát hiện đến mua hàng (sau đó xem xét một số tình huống thường gặp để tìm ra giải pháp cho những vấn đề có thể xảy ra).

Đảm bảo việc thanh toán của khách hàng dễ dàng nhất có thể. Luôn bắt đầu với các công nghệ đơn giản, bạn có thể nâng cấp chúng sau khi công việc làm thêm đã phát triển.

Khi bạn còn băn khoăn với cách sử dụng quỹ thời gian của mình, hãy tập trung ít nhất 10% thời gian vào hai việc: thay đổi cuộc sống của người khác và kiếm thêm tiền.

TUẦN 3: CHUẨN BỊ CẮT CÁNH

Ngày 11: Tập hợp những thứ cơ bản

Ngày 12: Quyết định ra giá lời mời chào

Ngày 13: Tạo giỏ mua hàng cho dự án làm thêm

Ngày 14: Thiết lập một cách để được trả công

Ngày 15: Thiết kế tiến trình công việc đầu tiên

Ngày 16: Dành thêm 10% thời gian vào những nhiệm vụ quan trọng nhất

Tuần 4

ĐƯA Ý TƯỞNG CỦA BẠN ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI

Sau khi lên kế hoạch cẩn thận, bạn đã sẵn sàng để đưa lời mời chào của mình ra thế giới. Thời điểm đó chính là đây!

TUẦN 4: ĐƯA Ý TƯỞNG CỦA BẠN ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI	
Ngày 17:	Công bố lời mời chào của bạn
Ngày 18:	Bán hàng như nữ hướng đạo sinh
Ngày 19:	Nhờ mười người giúp đỡ
Ngày 20:	Thử, thử nữa, thử mãi
Ngày 21:	Cần quét các cửa hàng
Ngày 22:	Đóng khung tờ tiền đầu tiên

Ngày 17

CÔNG BỐ LỜI MỜI CHÀO CỦA BẠN

Khi nào là thời điểm tốt nhất để giới thiệu lời mời chào của bạn và xem những gì có thể xảy ra sau đó? Thường là trước khi bạn sẵn sàng.

Khi phiên bản iPhone đầu tiên ra mắt vào năm 2008, Steven Peterson cảm thấy rất phấn khích. Anh đã làm công việc phát triển phần mềm suốt 16 năm và muốn học cách xây dựng thứ gì đó trên nền tảng iOS mới toanh của Apple.

Thời điểm đó, mỗi ngày anh đều đi làm từ San Francisco đến Palo Alto, hành trình dài chừng 50km và có thể mất đến hai giờ tùy thuộc vào tình hình giao thông. Hàng chục nghìn người đi lại trên Khu vực Vịnh này mỗi ngày, cũng như Steven, đều có cùng một câu hỏi: Giao thông hôm nay thế nào?

Có khá nhiều dữ liệu giao thông công cộng trên mạng, nhưng chúng lại không dễ tiếp cận hoặc không dễ hiểu với phần lớn mọi người. Steven có cảm giác rằng màn ra mắt của iPhone không chỉ đơn thuần là giới thiệu một sản phẩm. Anh nhìn thấy tiềm năng của nó trong việc cải thiện cuộc sống, và việc hàng triệu sản phẩm đã được khách hàng háo hức đặt trước càng củng cố thêm cho điều đó.

Apple dự tính tung ra sản phẩm cùng một kho App Store trực tuyến để người dùng vào chọn lựa các chương trình cho chiếc điện thoại mới của mình. Khi iPhone đã trở thành một món đồ thông

dụng phải có, mỗi ngày có đến hơn một nghìn ứng dụng mới được tung ra. Nhưng ban đầu, nền tảng này trông trải và chịu kiểm soát gắt gao hơn rất nhiều, bao gồm cả một quy trình chấp thuận rất khắt khe.

Vào tuần trước hạn cuối gửi ứng dụng để được xét duyệt đưa vào App Store trong ngày đầu bán sản phẩm, Steven xin nghỉ ở nhà. Anh quyết định dùng thời gian của mình để hoàn tất một ứng dụng tổng hợp dữ liệu giao thông và vận tải công cộng, thể hiện theo cách dễ nhìn dễ hiểu. Anh gọi nó là Routesy.

Steven, theo lời kể của chính anh, hoàn toàn bất ngờ khi Apple gửi email thông báo rằng ứng dụng này được chấp nhận. Khâu ý tưởng thì tuyệt vời, song khâu thể hiện thì... Nó đơ thường xuyên. Giao diện thì xấu. Một danh sách dài những tính năng dự tính đã phải bỏ giữa chừng bởi không đủ thời gian.

Anh biết dự án này còn cả một chặng đường dài phía trước, song việc được đưa vào đợt bán đầu tiên đã đem lại động lực để anh tiếp tục theo đuổi.

Kiểm tiền chỉ là mục đích thứ yếu đối với Steven. Anh phát triển ứng dụng này trước hết vì thích Apple và thích việc sáng chế. Anh cũng biết rằng một lượng lớn người dùng có thể được hưởng lợi từ một giải pháp lựa chọn đường đi làm buổi sáng tốt hơn, và vẫn chưa có ai tạo ra một thứ tương tự như Routesy. Dù vậy, suy nghĩ về việc kiếm được thêm chút tiền vẫn khá hấp dẫn, vậy nên anh đăng ký một hệ thống sẽ hiện các mẫu quảng cáo ở dưới màn hình của người dùng.

Vào ngày đầu ra mắt, tờ San Francisco Chronicle đăng một đoạn giới thiệu ngắn về ứng dụng này trong mục kinh doanh. Vừa

vẫn là Steven đã đọc thấy nó khi đang đứng xếp hàng chờ mua chiếc iPhone đầu tiên của mình. Nhìn thấy thứ mình làm ra được giới thiệu với thế giới, hay ít nhất là thế giới của những tín đồ công nghệ sống trong khu vực, luôn khiến người ta phấn khích. Với đầy những vấn đề kỹ thuật như thế, anh cũng chẳng trông đợi nó mang về khoản tiền nào đáng kể, nhưng khi Apple công bố báo cáo lợi nhuận cho tháng đầu tiên App Store trình làng, doanh thu của Steven là khoảng 2.700 đô-la.

THỜI ĐIỂM TỐT NHẤT ĐỂ BẮT ĐẦU LÀ VÀO NGÀY HÔM QUẢ

Đến lúc này, bạn đã nghe tôi nói nhiều hơn một lần rằng: hãy bắt đầu công việc làm thêm của bạn trước khi cảm thấy hoàn toàn sẵn sàng. Tại sao lại sớm hơn chứ không phải muộn hơn? Ừ thì, có một số lý do. Đầu tiên là minh chứng khái niệm (proof of concept), sự xác nhận rằng bạn đang đi đúng hướng. Ngay cả khi cảm thấy tự tin thì bạn cũng không bao giờ chắc được liệu ý tưởng của mình có thực hiện được không cho đến khi thực sự bắt tay vào làm. Vì vậy, bạn cần bắt đầu tìm hiểu cách mà khách hàng phản ứng với nó, ngay cả khi dữ liệu vẫn chưa hoàn chỉnh, càng sớm bao nhiêu càng tốt bấy nhiêu.

Steven đã có minh chứng khái niệm. Chỉ riêng sự chấp thuận ban đầu của Apple với ứng dụng thôi đã cho thấy anh đang đi đúng hướng. Đà phóng từ iPhone kết hợp với lời giới thiệu trên báo là những minh chứng khác đã đưa anh vượt qua tháng đầu tiên. Và rồi, khoản tiền 2.700 đô-la là hơn cả đủ để cho anh động lực tiếp tục nâng cấp ứng dụng.

Lý do thứ hai cho việc bắt đầu trước khi sẵn sàng là người cầu toàn khó trở thành người làm thêm tốt. Nếu bạn định chờ cho đến khi hoàn hảo, kế hoạch 27 ngày của bạn hoàn toàn có thể biến thành 27 năm. Bạn đã bao giờ nói chuyện với ai đó ấp ủ một dự án lớn suốt một thời gian dài chưa? Có thể việc đó là viết một cuốn sách, bắt đầu một công việc làm thêm hay bất cứ gì khác; khi hỏi họ việc đã đến đâu rồi, bạn thường nhận được những câu trả lời đại loại như: “Tôi vẫn đang cân nhắc”, “Tôi sẽ bắt đầu sớm thôi”, “Tôi phải nghiên cứu thêm đã”.

Những câu trả lời trên còn được gọi là thái độ trì hoãn, một thứ “bệnh” mà phần lớn chúng ta đều mắc phải ít nhất một lần trong đời. Ngay khi bạn xác định được việc mình muốn làm, cảm giác chần chừ hay lo ngại, mong muốn cứ từ từ thôi hay cứ làm những việc khác trước đi sẽ lại phát tác. Tôi nói điều này từ kinh nghiệm của chính mình: là một tác giả, mỗi khi viết một cuốn sách mới là lúc nhà tôi sạch sẽ nhất.

Dù vậy, tôi cũng biết rằng nếu có thể vượt qua được cản trở này, tôi sẽ hài lòng hơn nhiều khi thực sự bắt đầu công việc.

Khi phỏng vấn cho podcast hằng ngày Side Hustle School của mình, tôi đã được nghe những câu chuyện về cách mà mọi người bắt đầu trước khi họ sẵn sàng:

- Một cây bút tiểu thuyết lãng mạn tự xuất bản đã chào bán cuốn tiếp theo trong bộ sách của mình trước khi đặt bút viết.
- Một bà mẹ xây dựng một thương hiệu rượu vang riêng có tên “Stressed Mommy” dù không biết gì về ngành sản xuất rượu.
- Hai người bạn bắt đầu dự án làm thêm “Uber cho việc chăm sóc bãi cỏ” với mục đích cung cấp các chuyên gia chăm sóc bãi cỏ,

họ đã vừa làm vừa tự mày mò tìm hiểu (cuối cùng kiếm được hơn 1 triệu đô-la mỗi năm).

Tất cả những ví dụ trên đều củng cố cho bài học xuyên suốt cuốn sách này: Thứ tốt hơn sự hoàn hảo chính là bạn đã thực sự bắt tay vào làm. Bạn không biết chính xác phải thực hiện một buổi hướng dẫn như thế nào? Không có cách nào học hỏi tốt hơn là xắn tay lên thực hiện một buổi hướng dẫn. Bạn không biết gửi tranh của mình cho người mua ở nước ngoài tốn bao nhiêu tiền? Cứ ước tính đi. Nếu sau đó bạn phát hiện ra rằng ước tính của mình có sai cả dặm thì chỉ cần điều chỉnh lại mức giá cho những đơn hàng trong tương lai. Nói tóm lại: khi thấy băn khoăn... hãy bắt đầu!

TẠO TRANG FACEBOOK TRƯỚC KHI TẠO TRANG WEB

Có một việc đơn giản bạn có thể làm để đẩy mình vào guồng ngay: nếu bạn nghĩ sẽ có lúc dùng đến mạng xã hội cho công việc làm thêm của mình, hãy dành ra mười phút và tạo một trang Facebook cho nó. Bạn không cần phải lập trình, thiết kế hay làm bất cứ việc gì đáng kể ngoài đăng ký và viết một đoạn mô tả ngắn về thứ bạn định bán. Tại sao lại làm việc này trước khi tạo trang web? Ừ thì, đầu tiên là nó cực kỳ đơn giản – cứ xong sớm để còn gạch khỏi danh sách cần làm cái đã.

Nhưng đó không phải là lý do duy nhất. Khi mọi người bắt đầu tương tác với trang của bạn, Facebook sẽ tự động thu thập dữ liệu về họ. Một khi có đủ khách ghé qua (thường khoảng độ 1.000 người, có thể xê dịch đôi chút), bạn sẽ được quyền truy cập một mục gọi là “Insights”, ở đó có rất nhiều thông tin chi tiết sẽ giúp

tiếp cận – và phục vụ – tốt hơn những vị khách đó khi bạn cải thiện công việc làm thêm của mình.

Bạn sẽ thấy rằng chỉ đơn giản với việc có một trang Facebook (hay một tài khoản mạng xã hội tương tự) cũng sẽ khuyến khích bạn làm việc mau lẹ hơn. Một khi bạn đã có thứ gì đó được đăng tải, nó sẽ đem lại cảm giác rất chân thực – và bạn sẽ muốn hoàn thành tất cả các bước cần thiết tiếp theo để phát triển nó hơn nữa.

BẮT ĐẦU BẰNG BẢN BETA

Phải làm sao nếu bạn chưa sẵn sàng để bắt đầu? Hừm, bạn chẳng bao giờ hoàn toàn sẵn sàng đâu, vậy nên đây là một mẹo nhỏ. Bạn hãy cứ thế bắt đầu lời mời chào của mình, nhưng thêm vào cái nhãn “beta”, cũng có thể gọi là “phiên bản dùng thử” hay bất cứ tên gọi nào khác mà bạn thích. Như thế, bạn có thể tiếp tục bổ sung trong khi vẫn nhận được những phản hồi thực sự và hy vọng là cả chút doanh thu.

Bạn có thể duy trì giai đoạn “đã phát hành nhưng vẫn chưa hoàn chỉnh” này bao lâu cũng được. Gmail ở trong giai đoạn beta hơn năm năm trời dù đã có hơn 300 triệu người dùng cơ mà! Chuyện đó đã trở thành một đề tài châm chọc trong giới công nghệ – làm sao một dịch vụ với 300 triệu người dùng lại vẫn tự nhận là đang phát triển được cơ chứ? – nhưng cái chính tôi muốn nói ở đây là chẳng có luật nào quy định giai đoạn beta, dùng thử, hay trạng thái “sắp tới” của bạn phải chấm dứt vào một thời điểm nhất định. Nếu bạn thấy thoải mái hơn khi giải thích rằng mọi thứ vẫn chưa hoàn chỉnh thì cứ tự nhiên.

Có một cảm giác đặc biệt mà bạn sẽ nhận thấy khi đưa dự án của mình ra với thế giới. Ngay cả khi ban đầu chẳng có ai quan tâm, bạn vẫn có thể nhìn vào nó và nghĩ rằng tôi làm đây. Bạn thấy tự hào, và bạn nên như vậy. Rồi dần dà theo thời gian, khi bạn đạt được thêm nhiều mục tiêu trong công việc làm thêm và tung ra các dự án mới, chính bản thân cảm giác đặc biệt đó cũng có thể là một phần thưởng.

Steven đã giới thiệu ứng dụng giao thông công cộng của mình trước khi anh sẵn sàng và nhờ vậy anh đã tiếp cận được với các tín đồ công nghệ nhiệt tình. Từ ngày đầu tiên iPhone được bán ra, những người phải lái xe đi làm trong Khu vực Vịnh đã bắt đầu tải ứng dụng về và sử dụng. Gần một thập kỷ sau, ứng dụng đã có gần 40.000 người dùng mỗi ngày và được gần nửa triệu lượt tải về. Nó cũng tạo ra khoản thu nhập ổn định 7.500 đô-la mỗi tháng, cho Steven sự linh hoạt để thoải mái thiết kế cuộc sống của mình theo bất cứ cách nào anh thích.

Thời khắc của bạn là đây. Vẫn còn nhiều thứ phải làm, song chúng ta đã qua giai đoạn lên kế hoạch. Tất cả những thứ còn lại có thể để đến khi công việc làm thêm của bạn đã bắt đầu. Chúng ta đang bước vào thế giới của những hành động thực sự.

Ngày 18

BÁN HÀNG NHƯ NỮ HƯỚNG ĐẠO SINH

Ngay cả khi có những sản phẩm hay dịch vụ tuyệt vời, cộng với một lời mời chào tuyệt vời làm bùng nổ, thì tiền vẫn không dễ từ trên trời rơi xuống. Hãy kết nối với nữ hướng đạo sinh bên trong bạn và bắt đầu bán hàng!

Trước khi bắt đầu sự nghiệp tư vấn và theo đuổi công việc làm thêm, Julie Wilder đã có hơn một thập kỷ sở hữu nhà hàng. Tuy đem lại nhiều thỏa mãn, nhưng như bạn có thể tưởng tượng, khối lượng công việc của cô chất cao như núi. Julie cũng hứng thú với chiêm tinh học. Trong khoảng thời gian rảnh rỗi ít ỏi của mình, cô thiết kế một bộ lịch chiêm tinh và cập nhật nó mỗi năm. Nhiều khi cô cũng nghĩ đến việc bỏ sung gì đó cho nó, nhưng bởi phải dành quá nhiều thời gian cho nhà hàng, cô cứ thế trì hoãn ý tưởng của mình.

Chiêm tinh học là một thị trường toàn cầu khổng lồ. Nó cũng phần nào gây tranh cãi, điều thực ra lại tốt cho một dự án làm thêm, bởi điều đó cho thấy rằng người ta thực sự quan tâm và mạnh mẽ bảo vệ quan điểm của mình về nó. Bạn sẽ không muốn đặt chân vào một lĩnh vực mà ở đó ai cũng mặc kệ ra sao thì ra. Song, dù thị trường có quy mô như vậy, cho đến tận gần đây mới chỉ có ba sản phẩm chính cạnh tranh – và cả ba đều có mô típ tựa tựa nhau. Với những ai thích phong cách đó thì vậy là ổn, nhưng vẫn còn rất

nhiều người có thể cũng quan tâm tới chiêm tinh song lại thích một thiết kế hiện đại hơn. Julie đã xác định được trong thị trường này nhiều đối tượng vẫn chưa được phục vụ đúng mức, và thực tế cô đã dùng từ “đột phá” để mô tả dự án làm thêm của mình – bằng việc tạo ra một thiết kế hiện đại, phi giới tính mà vẫn bắt mắt, cô đã thu hút được sự chú ý của những người chưa từng quan tâm đến việc mua một bộ lịch chiêm tinh trước đây.

Cuối cùng, sau khi cập nhật thiết kế trong nhiều năm, cô quyết định thử bán bộ lịch này trên trang etsy.com – sàn thương mại điện tử cho những món hàng thủ công. Quyết định này chủ yếu xuất phát từ sự tò mò, song ngay lập tức, mọi người có vẻ thích thú mà cô đang chào bán. Điểm thuận lợi là trên thị trường không có thứ gì tương tự như vậy – nên sau khi bán nhà hàng, cô quyết định sẽ dành thời gian khám phá công việc làm thêm này trước khi bắt đầu một sự nghiệp mới hoàn toàn khác. Chỉ trong vài tháng, Julie đã kiếm được 5.000 đô-la chỉ với chút công sức và gần như không cần vốn đầu tư. Ngoài chút chi phí ban đầu cho nguyên liệu, công việc làm thêm này có thể tự gánh chi phí ngay từ tuần đầu tiên.

Với chi phí sản xuất mỗi bộ lịch chỉ 1 đô-la và bán giá 15 đô-la, biên lợi nhuận mà cô thu được tốt hơn nhiều so với việc điều hành nhà hàng – và cũng bớt căng thẳng hơn nhiều.

Julie đã xác định rõ ràng một nhu cầu, hay ít nhất là một khoảng trống lớn trên thị trường mà cô nghĩ mọi người sẽ đáp lại. Và họ đã làm đúng như thế, với số đơn hàng trị giá 5.000 đô-la hoàn toàn dựa trên các lượt chào hàng miễn phí mà etsy.com cung cấp cho người bán. Dù vậy, Julie không dừng lại ở đó. Chưa

marketing chút nào mà mọi người đã phản ứng tích cực rồi, vậy chuyện gì sẽ xảy ra nếu cô bỏ vào đó chút công sức?

Bước tiếp theo là thực hiện thêm một số công việc trong kế hoạch marketing. Cô tạo vài video hướng dẫn và viết một số bài blog. Để vượt ra ngoài phạm vi bạn bè và người quen, cô tham gia các diễn đàn Facebook về chiêm tinh, chia sẻ các đoạn video và bài viết của mình. Tiếp đến, cô liên hệ với sáu nhà chiêm tinh nổi tiếng và tặng mỗi người một bộ lịch. Đây là món quà thay lời cảm ơn cho những chia sẻ của họ trong những năm qua, đồng thời cũng là một chiến thuật khôn khéo, bởi cô hy vọng họ sẽ chia sẻ bộ lịch này với những người theo dõi.

CÂU CHUYỆN VỀ HAI VIỆC LÀM THÊM

Ở Portland, Oregon – nơi tôi sống – bạn gần như không thể đi hết một trục đường lớn ở trung tâm mà không gặp ít nhất một người kêu gọi quyên góp cho một mục đích nào đó. Đã quá quen với việc liên tục bị từ chối, những người vận động này đã nghĩ ra vô số phương thức sáng tạo để thu hút sự quan tâm của người đi đường. “Ông có thể dành ra vài phút cho gấu Bắc Cực không?” Họ có thể hỏi vậy. “Ông có quan tâm đến số phận của loài chuột rừng hiện đang nguy cấp không?”

Hỏi như thế thì dễ gì mà nói “Không”.

Song ngay cả khi hiệu quả đi nữa thì cách làm này rõ ràng cũng khá khó chịu. Những tổ chức cho người đi vận động trên phố coi đây là một trò chơi số học: 99 người làm lơ, nhưng chỉ cần một người nhượng bộ thì người đó có thể trở thành một người ủng hộ

trộn đời – và như vậy vẫn đáng với chi phí tiền công bỏ ra và họ sẽ tiếp tục cử người ra đường.

Trái ngược lại là một chiến thuật khác cũng diễn ra bên ngoài các cửa tiệm tạp hóa, trong bãi đỗ xe và bất cứ đâu vài tuần trong năm. Cứ mỗi độ xuân về là hoa nở, chim hót, và thú vị nhất là đội nữ hướng đạo sinh bắt đầu bán bánh quy – những cô bé mặc đồng phục, mở gian hàng bên ngoài tiệm tạp hóa và trung tâm mua sắm, bắt đầu công việc làm thêm. Câu quảng cáo của họ có thể chỉ đơn giản là: “Ông có muốn mua chút bánh quy hướng đạo sinh không?” Không hề xông ra chặn đường, không hề chât vắn lương tâm và sự cảm thông của bạn dành cho lũ gấu Bắc Cực, cũng không cả mấy mảnh lời bán hàng – vậy nhưng người ta vẫn mua ầm ầm.

Một trong hai cách mời gọi mà bạn vừa đọc mang tính thao túng và được thiết kế để nắm thóp bạn. Cách còn lại vẫn hấp dẫn mà chẳng tạo ra chút cảm giác tội lỗi nào, ít nhất ngoại trừ điều bạn sẽ cảm thấy sau khi chén sạch hộp bánh chỉ trong một hôm. Bạn muốn trở thành kiểu người bán hàng nào, người nài nỉ lôi kéo ngoài đường hay nữ hướng đạo sinh?

HÃY LÀ NỮ HƯỚNG ĐẠO SINH, ĐỪNG LÀ NGƯỜI ĐI NÀI NỈ NGOÀI ĐƯỜNG

Dự án làm thêm của bạn đã được giới thiệu ra bên ngoài, bạn đã mở cửa kinh doanh! Dù vậy, nhiều khả năng là sẽ có quá nhiều hoạt động đổ về ngay sau khi bạn nhấn nút đăng lên, gửi email hay cập nhật trên mạng xã hội. Vậy giờ sao đây?

Hãy nhớ rằng cả tiền lẫn người đều không từ trên trời rơi xuống. Bạn cần một chiến lược để thực sự lan truyền được lời mời

chào của mình. Chiến lược đó nên tương đồng với đội nữ hướng đạo sinh, những người làm thêm theo một cách hoàn toàn tự nhiên và không hề quá khích.

Tất nhiên, bánh quy ngon lành, lại còn của trẻ em nữa thì đúng là một trong những thứ dễ bán nhất rồi – và đó chính là điểm mấu chốt: bánh quy của đội nữ hướng đạo bán được không phải nhờ mách khéo thao túng hay chiến thuật thúc ép mua hàng. Chúng bán được là bởi người ta thích chúng.

Ngay cả khi không đủ tiêu chuẩn tham gia đội nữ hướng đạo sinh, bạn vẫn có thể áp dụng phương pháp của họ cho công việc làm thêm của mình. Và nếu bạn thấy khó chịu với việc bán hàng hay marketing nói chung, hãy nhớ hai điểm này:

Bạn đã bỏ rất nhiều công sức vào dự án. Bạn tự hào và phấn khích về thứ mình làm ra. Vì bản thân, bạn phải thực hiện các bước tiếp theo để đưa mình đến thành công.

Những người cần sản phẩm hay dịch vụ của bạn muốn được bạn tiếp thị! Họ muốn được biết về sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Nếu bạn không vượt qua được những điều phân tâm để tiếp cận họ, họ sẽ không bao giờ có cơ hội được thử qua thứ bạn làm.

Hãy để những nguyên tắc này dẫn dắt bạn qua các bước tiếp theo. Bất kể bạn muốn theo đuổi lâu dài hay chỉ để kiếm chác nhanh một (vài) lần, một chiến lược tiếp thị nhất quán vẫn là rất cần thiết.

KHI BẮN KHOẢN, HÃY GỬI EMAIL

Tôi từng có một nhóm khá đông trong danh sách email đã không liên hệ suốt một thời gian dài. Tôi muốn quảng cáo thứ mình mới làm, song cũng ngại “bỏ bom” hộp thư của họ. Tôi ngại rằng những người đăng ký sẽ cảm thấy khó chịu bởi sự liên lạc này – rằng tôi chỉ liên hệ với họ sau ngần ấy thời gian chỉ vì có thứ gì đó muốn bán.

Tôi quyết định thử liều, với một ghi chú nhỏ ở đầu thư rằng “Tôi trở lại rồi đây!” Đúng là tôi đã phải nhận về một vài phản hồi khá khó chịu, song bất ngờ là có một số lượng lớn hơn nhiều những tin nhắn từ độc giả nói rằng họ nhớ tôi. Một người thậm chí còn gửi email nói thế này: “Anh có thể thêm tôi vào tất cả danh sách của anh được không?”

Những phản hồi này khiến tôi nhận ra rằng mình hóa ra đã quá thận trọng. Sau kinh nghiệm đó, tôi bắt đầu gửi email thường xuyên hơn. Bạn hãy nhớ rằng nếu có ai đó ngừng đăng ký một danh sách email (hay nhìn chung thể hiện rằng họ không còn quan tâm nữa) thì cũng không nhất thiết luôn là việc xấu. Họ có thể không phải là khách hàng lý tưởng cho lời mời chào của bạn, và khi họ đi, bạn sẽ dễ tập trung vào những người phù hợp hơn.

DẪN DẮT BẰNG LỢI ÍCH, CÙNG CỐ VỚI TÍNH NĂNG

Ngay cả khi sản phẩm hay dịch vụ của bạn có tốt nhất trên thế giới, nó vẫn sẽ không đem lại ích lợi gì cho bạn nếu không có ai biết về nó. Đội nữ hướng đạo sinh không bán được 700 triệu đô-la bánh quy mỗi năm (xấp xỉ 200 triệu hộp!) chỉ bởi chúng ngon, mà bởi ai cũng biết rằng chúng ngon.

Vậy nên, khi bắt đầu lan truyền lời mời chào, bạn sẽ muốn đảm bảo rằng bạn đang cho mọi người biết sản phẩm và dịch vụ của mình tuyệt vời đến mức nào. Điều đó có nghĩa là bạn sẽ dẫn dắt họ bằng các lợi ích: Sản phẩm của bạn sẽ giúp mọi người như thế nào? Nó sẽ khiến cuộc sống của họ tốt hơn, dễ dàng hơn, thú vị hơn hay trọn vẹn hơn như thế nào? Hãy nhớ thể hiện những lợi ích này thật rõ ràng, cụ thể và có thể nhận ra ngay tức thì.

Vào cuối khóa học này, người tham gia sẽ _____.

Khi mua sản phẩm này, người dùng sẽ _____.

Tôi sẽ cải thiện cuộc sống của khách hàng bằng _____.

Những lợi ích lớn nhất thường có liên quan tới nhu cầu tâm lý nào đó. Ví dụ, người ta có thể đăng ký học nhảy để giảm cân và khiến mình hấp dẫn hơn. Họ muốn có ai đó giúp chăm sóc chó để không cảm thấy tội lỗi khi để chúng lại ở nhà trong khi đi đâu đó. Họ muốn một cuốn lịch chiêm tinh để biết liệu vị trí của Mặt trời và Mặt trăng có thể tác động đến cuộc sống của họ thế nào.

Những lợi ích trên khiến người khác cảm thấy tốt hơn. Bạn không nhất thiết phải đề cập trực tiếp đến những nhu cầu tâm lý, song hãy luôn nghĩ đến nó khi lựa chọn từ ngữ. Một người trông chó sẽ không nói thẳng là: “Cứ để chó lại cho tôi và không phải áy náy khi bỏ nó ở đây cả ngày đâu”, nhưng họ có thể nói rằng: “Với dịch vụ trông thú cưng của tôi, chú chó của bạn sẽ được yêu thương, được dắt đi dạo, được chơi đùa và chăm sóc khi bạn vắng nhà.” Thấy hay chưa?

Và rồi, hãy củng cố những lợi ích đó bằng tính năng. Dịch vụ trông chó của bạn có bao gồm việc đi dạo 30 phút hai lần mỗi ngày và cập nhật thông tin ba lần mỗi ngày qua email? Khóa học ballet

của bạn có bao gồm 99 bước nhảy? Thật tuyệt vời – hãy đảm bảo rằng mọi người đều biết những điều đó nhé. Julie đã đảm bảo rằng các khách hàng tiềm năng đều biết bộ lịch của cô có thiết kế mới mẻ, hiện đại và không bắt buộc phải là chuyên gia về thuật chiêm tinh mới có thể sử dụng.

Ngay cả những người bán hàng giỏi nhất đôi khi cũng lẫn lộn giữa lợi ích và tính năng. Có một quy tắc dễ nhớ thế này: lợi ích là những cải thiện mà sản phẩm có thể tạo ra đối với cuộc sống của ai đó, còn tính năng là cách thức chi tiết để thực hiện việc đó. Cả hai đều quan trọng, nhưng nếu khách hàng không tin lời mời chào của bạn rằng nó có thể khiến cuộc sống của họ tốt đẹp hơn thì một danh sách dài các tính năng cũng vô nghĩa. Hãy nhớ luôn dẫn dắt bằng lợi ích!

Còn nhớ lúc bạn viết lá thư cho khách hàng lý tưởng của mình chứ? Bạn có thể sẽ muốn bắt đầu lời mời chào của mình sau khi đã hoàn thiện câu nói sau: “Khách hàng lý tưởng của tôi đang gặp phải vấn đề với...”

Giả dụ khách hàng lý tưởng đang gặp vấn đề với việc quản lý thời gian. Quảng cáo của bạn có thể là: “Bạn sẽ tiết kiệm được 40 phút mỗi ngày với công cụ giúp lọc email này, cho bạn thấy những thư quan trọng và để những thư còn lại sau bữa trưa.” Ở đây, tiết kiệm 40 phút một ngày là lợi ích, khả năng lọc và sắp xếp email là tính năng. Đề cập đến cả hai là điểm cốt lõi giúp lời quảng cáo của bạn trở nên hấp dẫn và thuyết phục.

Cuối cùng, khi trình bày lời mời chào của mình, hãy phát triển giá trị trước khi đưa ra giá. Bạn đã bao giờ ghé qua một phòng tập gym chưa? Khi hỏi: “Phí ở đây là bao nhiêu?”, bạn hiếm khi nào

nhận được câu trả lời rõ ràng ngay. Thay vào đó, bạn sẽ được nhân viên lễ tân đề nghị dẫn đi vài vòng giới thiệu. Chỉ đến khi bạn đã xem hết, khi bạn đã bị ấn tượng bởi tất cả các thiết bị và phòng tập, họ mới mời bạn ngồi vào bàn để nói chuyện giá cả. Tương tự, khi trình bày lời mời chào của mình, bạn hãy nhớ kể những câu chuyện (hoặc cho họ xem ảnh hay những thứ nào đó khác mà bạn có) để thể hiện rằng sản phẩm giá trị, hữu ích, tuyệt vời đến mức nào. Hãy dẫn dắt bằng giá trị!

“BẠN KHÔNG MUỐN MÁY KHOAN, BẠN MUỐN MỘT CÁI LỖ.”

Tôi từng nhận được email từ một độc giả đang tìm kiếm lời khuyên. Cô viết: “Tôi có một dịch vụ hướng dẫn viết hồ sơ xin việc và trang giới thiệu bản thân trên LinkedIn, nó đã bắt đầu phát triển rồi, nhưng tôi không biết làm cách nào để bán thêm dịch vụ của mình cho những khách hàng hiện tại. Anh có ý tưởng nào không?⁸”

Tôi trả lời bằng việc gợi ý cô suy nghĩ xem tại sao người ta lại cần giúp đỡ khi viết hồ sơ xin việc và trang giới thiệu cá nhân. Có phải là bởi những thứ đó tự bản thân đã có sẵn giá trị? (Trả lời luôn: không hẳn.) Lý do phổ biến nhất là người ta muốn cải thiện hồ sơ xin việc hay trang giới thiệu bản thân, bởi tin rằng làm vậy sẽ tăng cơ hội kiếm được việc, hay có thể là một công việc tốt hơn. Hoặc họ nghĩ rằng nó sẽ giúp xây dựng mối quan hệ với đúng người, hoặc đơn giản là trở nên thành công hơn theo nhiều cách. Nói cách khác, người ta không mua máy khoan bởi muốn có một cái máy khoan; người ta mua máy khoan bởi muốn có một cái lỗ. Máy khoan chỉ là một công cụ để thực hiện mà thôi.

Hãy nghĩ theo cách như thế, tôi bảo với độc giả kia, và chắc chắn sẽ có rất nhiều cơ hội khác để giúp những người này thêm nữa. Và nếu họ đã tin tưởng cô, đã có trải nghiệm tích cực với thứ mua từ cô, nhiều khả năng họ sẽ muốn mua thêm những thứ khác nữa.

Hãy luôn nghĩ về thứ mà người ta thực sự muốn và lý do tại sao họ lại muốn. Với những thông tin này trong tay, bạn sẽ dễ dàng xác định được cách chào mời hơn rất nhiều.

LÀM SAO ĐỂ BÁN ĐƯỢC NHIỀU BÁNH QUY NỮ HƯỚNG ĐẠO SINH HƠN

Vài năm trước, cô bé tám tuổi Markita Andrews đã giành chiến thắng trong cuộc thi nữ hướng đạo sinh nào bán được nhiều bánh quy nhất nước Mỹ. Giải nhất là một chuyến du lịch vòng quanh thế giới, trùng hợp sao cũng chính là ước mơ cả đời của cô bé tám tuổi này.

Cô bé đã làm điều đó như thế nào? Trong một lần xuất hiện trên chương trình The Tonight Show, cô bé đã trả lời thế này:

“Cháu cứ gõ cửa từng nhà và hỏi: ‘Ông bà có thể quyên góp 30.000 đô-la cho đội nữ hướng đạo sinh được không ạ?’”

“Khi họ nói: ‘Không’, cháu hỏi tiếp: ‘Vậy ít nhất ông bà cũng mua một hộp bánh quy của đội nữ hướng đạo sinh được chứ ạ?’”

Cuối cùng cô bé bán được 80.000 đô-la.

Bài học ở đây là: Nếu bạn muốn bán được nhiều bánh quy hơn – hay nhiều bất cứ thứ gì khác hơn – thì đừng thúc ép khách hàng, nhưng cũng đừng ngại sáng tạo, và đừng ngại gì mà không hỏi.

Bộ lịch của Julie thành công một phần bởi sự khác biệt, nhưng một phần lớn hơn nhiều là từ những nỗ lực mà cô tích cực bỏ ra để theo đuổi khách hàng lý tưởng. Cô không ngại liên hệ với những người có ảnh hưởng trong lĩnh vực này và khuyến khích họ lan truyền sản phẩm. Bằng việc tạo video và đăng tải lên Facebook, cô bày bộ lịch của mình ra trước mắt những người thực sự muốn nó. Và kể từ đó, mọi chuyện trở nên rất đơn giản – một sản phẩm tuyệt vời gặp được một khách hàng lý tưởng, và một thương vụ được hoàn tất.

Nhiều khả năng là ngay cả với chất lượng tuyệt vời, sản phẩm của bạn cũng sẽ không thể tự nhiên mà bán được. Vậy nên đừng ngại ngần học theo đội nữ hướng đạo sinh: kê bàn trên một vỉa hè ai cũng biết và mời người ta ghé mua.

Ngày 19

NHỜ MUỖI NGƯỜI GIÚP ĐỠ

Một cây làm chẳng nên non, rất ít người có thể làm thêm thành công mà không cần đến sự giúp đỡ từ bạn bè hay người ủng hộ. Khi bạn bắt đầu làm thêm, đừng ngại ngần gì mà không nhờ tất cả những người quen biết cùng tham gia và loan tin ra thế giới.

Cho đến tận gần đây, “công việc chính” của Brianna Faith vẫn là một học sinh cấp ba. Như nhiều người trong số chúng ta còn nhớ, trải nghiệm thời phổ thông, hay cả giai đoạn dậy thì nói chung, có thể là một chuyến tàu lượn siêu tốc về tâm lý. Ngay cả khi có một gia đình hạnh phúc và không thiếu thốn gì, bạn vẫn phải trải qua rất nhiều thay đổi và chuẩn bị cho tuổi trưởng thành.

Không như nhiều thiếu nữ khác, Brianna chưa bao giờ trang điểm quá đậm, một phần bởi cô khá e thẹn và không muốn thu hút quá nhiều sự chú ý. Dù vậy, khi 16 tuổi, Brianna quyết định thay đổi hình ảnh. Cô bắt đầu dùng son môi đỏ rồi dần tự tin chuyển sang những màu khác. Đến khi dùng màu xanh neon và nhận ra rằng chẳng mấy ai thực sự quan tâm đến màu son mà cô dùng để trang điểm, cô cảm thấy cuối cùng cũng được là chính mình.

Brianna cũng quan tâm đến việc khởi nghiệp từ sớm. Sự tự tin được khơi dậy cùng với những màu son môi rực rỡ đã truyền cảm hứng cho một sứ mệnh mới: giúp người khác cảm thấy tự tin hơn

và không ngại thể hiện bản thân qua những phương pháp trang điểm độc đáo.

Ý tưởng ban đầu của Brianna là một hình thức bán sỉ, nhưng rồi một “sư phụ” có kinh nghiệm hơn một chút đã mở ra cho cô thấy thế giới ký gửi hàng hóa – nơi sản phẩm về căn bản được giao theo yêu cầu cụ thể cho khách và hoa hồng được trả bởi chủ hàng. Đó là lúc Brianna nhận ra mình không cần phải đợi cho đến khi lớn hơn và tốt nghiệp đại học mới có thể làm thêm, mà có thể bắt đầu thử nghiệm bán mỹ phẩm gần như ngay lập tức.

Khi mùa nghỉ lễ đến gần, Brianna bắt đầu đi tìm sự giúp đỡ. Nhờ một người giàu kinh nghiệm khác do người dẫn dắt đầu tiên giới thiệu, cô tìm được một vị trí bán lẻ nhỏ còn trống ở trung tâm Victoria, British Columbia để mở một cửa hàng lưu động không mất phí trong một tháng. Bởi bán dưới dạng cửa hàng ký gửi, lại thêm được vị trí miễn phí nên chi phí phải bỏ ra cực kỳ thấp. Cô chỉ chi khoảng 200 đô-la cho mấy thứ trang trí lặt vặt, văn phòng phẩm và biển hiệu.

Cửa hàng đi vào hoạt động chỉ trong vòng mười ngày kể từ lúc Brianna biết đến vị trí này và được mở sang cả tháng sau đó. Bởi khối lượng mua sắm trong dịp nghỉ lễ rất lớn nên đến cuối tháng, cô đã kiếm được khoản lợi nhuận hơn 7.000 đô-la, trong đó 2.000 đô-la được dành cho mục đích từ thiện. Hiện Brianna đang lên kế hoạch phát triển dòng sản phẩm của chính mình – chuyên phiêu lưu tiếp theo vào lĩnh vực bán lẻ – và không cần phải đợi học xong đại học để thực hiện điều đó.

VỚI SỰ GIÚP ĐỠ NHỎ NHỎ TỪ BẠN BÈ

Đừng hiểu lầm nhé, Brianna thực sự đã làm việc rất chăm chỉ. Trong suốt tháng nghỉ lễ, cô chỉ đóng cửa hàng duy nhất một ngày và luôn có mặt ở đó từ 7 rưỡi sáng đến tận 8 giờ tối. Khi về đến nhà, cô tiếp tục trả lời email và chuẩn bị cho một ngày dài mới. Cường độ làm việc như vậy có thể không ổn về dài hạn, nhưng tạm thời thì không sao. Vì mở cửa hàng theo mùa và cũng là một cơ hội lớn để khởi nghiệp khi còn rất trẻ, Brianna sẵn sàng làm hết mình.

Song, ngay cả với thái độ làm việc không mệt mỏi như vậy, cửa hàng cũng không thể thành công chỉ bằng nỗ lực của một người. Vào mỗi giai đoạn, cô cũng dựa vào những sự giúp đỡ từ bên ngoài.

Ví dụ, khi tôi hỏi làm cách nào để thu hút mọi người tới, câu trả lời của Brianna khá đơn giản: cô hào hứng về dự án của mình, và sự hào hứng đó dễ lây lan. Nhưng đó không phải là tất cả. Khi người dẫn dắt đầu tiên kết nối cô với các trưởng nhóm khác của mô hình ươm mầm khởi nghiệp trong khu vực, những người này cũng ấn tượng với sự năng nổ và tham vọng của Brianna. Họ giúp cô nhanh chóng nắm bắt cách sử dụng hệ thống bán hàng (POS), cách thực hiện việc kế toán sổ sách và quản lý kho hàng. Để điều hành cửa hàng, ban đầu cô nhờ bạn mình. Không bao lâu sau, những sự trợ giúp khác cũng bắt đầu xuất hiện mà không cần cô phải đi nhờ vả như trước. Một người đàn ông lớn tuổi quyên góp vài chiếc cốc mạ vàng để Brianna bán với bất cứ giá nào cô có thể đạt được. Một người khác thì ngày nào cũng tặng bánh từ quầy cà phê ở tầng trên, trong suốt một tháng.

Nói ngắn gọn, thành công mà Brianna đạt được là nhờ tham vọng tuổi trẻ và thái độ làm việc, cộng với sự giúp đỡ từ một đội

quân nho nhỏ những người ủng hộ đã giúp đưa tầm nhìn của cô thành sự thực.

ĐỪNG LÀM ĐỘI QUÂN MỘT NGƯỜI

Ngay cả khi một công việc làm thêm có thể được thực hiện một mình thì bạn cũng không đơn độc, hay ít ra không nên như vậy. Khi cho trình làng công việc làm thêm của mình, bạn sẽ muốn tiếp cận với những người quan trọng để được giúp đỡ – như Brianna đã làm. Giúp đỡ thế nào? Lý tưởng là bạn muốn một nhóm đa dạng có thể đỡ đần trong nhiều lĩnh vực và thực hiện nhiều công việc khác nhau. Một số người có thể có nhiều hơn chỉ một vai trò, nhưng nói chung sẽ được chia vào một trong bốn nhóm:

NGƯỜI ỦNG HỘ: Những cổ động viên chung chung, có thể giúp đỡ theo nhiều cách.

NGƯỜI DẪN DẮT: Những chuyên gia hay người hướng dẫn cho bạn những lời khuyên và phản hồi cụ thể⁹.

NGƯỜI ẢNH HƯỞNG: Những nhân vật quan trọng, được nhiều người tin tưởng, có khả năng kết nối bạn với những khách hàng tiềm năng và giúp bạn lan truyền thông tin.

KHÁCH HÀNG LÝ TƯỞNG: Những người đóng vai trò hiện thân của bạn và có thể đưa ra các ý kiến chi tiết, chân thật cho nhiều câu hỏi “Tôi nên làm thế này hay thế kia?” mà bạn sẽ có trong đầu.

Con đường của bạn sẽ dễ hơn nếu bạn xác định và lôi kéo được những người này ngay từ sớm. Một số có thể tham gia sau đó, như trong trường hợp của Brianna, nhưng bắt đầu với một đội ngũ gồm vài người sẽ cho bạn một khởi đầu thuận lợi.

ĐỪNG “BẮT NHẦM CÒN HƠN BỎ SÓT”, HÃY CHỌN LỌC

Cũng quan trọng như việc nhờ người khác giúp đỡ, bạn sẽ không muốn nhờ quá nhiều người đâu. Gặp ai cũng nhờ thì sẽ chẳng khác nào bạn cố phục vụ tất cả mọi người trên thế giới bằng công việc làm thêm của mình. Bạn sẽ thành công hơn khi tập trung vào một nhóm khách hàng cụ thể, và tương tự, cũng sẽ có được kết quả tốt hơn rất nhiều khi nhờ một nhóm người cụ thể để tiếp cận nhóm khách hàng này.

Marketing kiểu “bắt nhầm còn hơn bỏ sót” có thể hiệu quả trong một số trường hợp hãn hữu, nhưng ngay cả thế, thành công đó cũng thường không kéo dài. Chỉ đơn giản nói oang oang một thông điệp thôi sẽ không mấy hiệu quả đâu. Đó là lý do tại sao bạn nên bắt đầu với một danh sách cụ thể gồm mười người giúp mình truyền thông tin – con số nhiều hơn một vài, song ít hơn tất cả.

Hãy suy nghĩ thật cẩn thận về mười người này, lên danh sách rồi gọi hoặc viết thư cho họ để nói về dự án của bạn. Hãy nhớ rằng ai cũng đều bận rộn (bao gồm cả bạn!) nên hãy nhanh chóng vào chủ đề, và nhớ bao gồm một “lời nhờ vả” cụ thể mà họ có thể dễ dàng nói có hoặc không¹⁰.

Tôi đã nhận được rất nhiều lời nhờ vả từ những người cần sự giúp đỡ hay tư vấn của tôi về vấn đề gì đó và dĩ nhiên là tôi không thể nào trả lời tất cả. Trong gần đây năm, tôi đã được thấy một số lời nhờ vả hay, một số tệ hại và phần lớn còn chẳng để lại ấn tượng gì. Dựa trên kinh nghiệm đó, dưới đây là một số lời khuyên chủ quan khi hỏi nhờ ai đó để có được câu trả lời mà bạn muốn:

Hỏi một điều cụ thể thôi, chứ không phải cả một danh sách, và đảm bảo rằng đó là điều mà họ thực sự có khả năng và có điều kiện để thực hiện. Nếu bạn cần giúp về vấn đề tiếp thị dự án trên mạng xã hội chẳng hạn, đừng tìm đến một người không sử dụng Facebook hay Instagram.

Giải thích ngắn gọn về bản thân và nguyên nhân tại sao công việc làm thêm của bạn có thể giúp đỡ người khác và bằng cách nào.

Đừng tăng bốc quá mức. Bạn có thể thoải mái khen người ta khi giải thích tại sao lại tìm đến họ để nhờ giúp đỡ, nhưng không cần phải nhắc đi nhắc lại.

Nhẹ nhàng hỏi lại nếu bạn không thấy phản hồi – nhưng chỉ một lần thôi và không phải là ngay lập tức. Hãy cho người ta ít nhất một vài ngày.

Đừng kỳ vọng rằng tất cả mọi người đều nói có và luôn cảm ơn dù câu trả lời có thế nào.

Tôi muốn nói thêm về điểm cuối: Làm ơn đừng khiến người đối diện phải cảm thấy tội lỗi nếu họ không giúp được bạn ngay lúc đó. Thực tế là, đừng phản hồi bằng bất cứ hơi hướng tiêu cực nào mà hãy đáp lại bằng: “Cảm ơn anh/chị đã lắng nghe, tôi thực sự cảm kích vì điều đó.” Có thể người ta sẽ giúp bạn sau. Có thể bạn sẽ xây dựng được mối quan hệ và họ sẽ nhớ đến bạn khi có việc gì khác xảy ra. Ít nhất đừng làm tổn hại đến mối quan hệ này nhé!

ĐỪNG LÀ “GÃ ĐÓ”

Một nguyên tắc vàng trong việc phát triển quan hệ: đừng là “gã đó”. “Gã đó” là ai? Một vài ví dụ trong hộp thư của tôi nhé:

Một người trên LinkedIn nhờ tôi trực tiếp giới thiệu đến khoảng một chục người có danh tiếng – có điều tôi thậm chí còn không biết người yêu cầu đó là ai!

Một người làm marketing gửi email cho tôi nhờ quảng cáo, khi tôi nhẹ nhàng từ chối bởi cảm thấy không thực sự phù hợp thì gã nói: “Được thôi, hỏi vì anh có trong danh sách của tôi chứ thực ra cũng chẳng cần.” (Ồ, cảm ơn nhiều nha.)

Một người cực kỳ dai, gửi cùng một yêu cầu qua email, qua hộp thư thoại và qua ba tài khoản mạng xã hội của tôi – tất cả chỉ trong vòng một giờ – bởi “chỉ muốn đảm bảo tôi thấy nó”. Tin tôi đi, tôi đã thấy rồi!

Bạn hãy nhớ rằng, thế giới này nhỏ lắm. Người ta có nói chuyện với nhau đấy, và nếu bạn làm những việc “khó đỡ” như những người trong danh sách chuyện có thật ở trên, tiếng tăm của bạn sẽ đồn xa. Hãy là một người mà mọi người đều muốn giúp, đừng là “gã đó” mà ai cũng chỉ muốn tránh cho nhanh.

Một năm sau, Brianna hoàn tất trung học và vào đại học. Được khích lệ bởi thành công khởi nghiệp ban đầu, cô bắt đầu nhắm đến các mục tiêu khác. Liệu một mình cô có thể thành công được trong công việc làm thêm về mỹ phẩm không? Có thể – rõ ràng cô đủ chăm chỉ và quyết tâm. Song, may mắn là, cô không phải thực hiện một mình. Bằng việc nhờ đến bạn bè, người hướng dẫn, thậm chí cả anh chàng ở trung tâm mua sắm hay tặng bánh, cửa hàng lưu động của cô đã được định trước rằng sẽ thành công.

Hãy nhớ rằng, một cây làm chẳng nên non. Khi bạn xây dựng dự án làm thêm của mình, đừng ngần ngại hỏi xin một chút giúp đỡ từ bạn bè.

Ngày 20

THỦ, THỦ NỮA, THỦ MÃI

Khi bắt đầu một dự án làm thêm mới, bạn thường không biết hướng tiếp cận nào sẽ hiệu quả nhất. Để xác định được, hãy thử nhiều hướng và ghi nhận lại kết quả.

Tại Rockton, Pennsylvania, “chuyên gia” làm thêm Gabby Orcutt làm việc trong ngành công nghiệp khí tự nhiên với vai trò đại diện kinh doanh thương mại. Cô cũng là một giáo viên yoga có chứng chỉ, nhiếp ảnh gia và cố vấn về lối sống.Ồ, và trên hết thấy, cô còn có con nhỏ ở nhà. Cô làm được tất cả những việc đó bằng cách nào, tôi cũng không chắc, song dường như chúng vẫn chưa thể khiến cô đủ bận rộn, bởi vài năm trước, cô đã lại bắt đầu một công việc làm thêm mới toanh – hoàn toàn ngẫu nhiên.

Các mạng xã hội cứ đến rồi đi, song một số trong đó đã để lại dấu ấn trong văn hóa đại chúng. Pinterest là một trong những mạng xã hội như vậy, có ảnh hưởng không lồ trong thế giới online, đạt được hơn 175 triệu người dùng lúc đỉnh điểm. Trang này xoay quanh việc chia sẻ hình ảnh và các bài viết ngắn gọi là “pin”. Tỷ lệ người dùng nữ trên trang này rất cao – họ là những người dùng thường xuyên nhất – một số người còn cực kỳ nghiêm túc, dành ra hàng giờ mỗi ngày trên trang này dù không hề nhận được lợi ích vật chất hay mong muốn tạo ra thu nhập nào từ đó. Chỉ đơn giản là thích mà thôi!

Dù vậy, bất cứ nơi nào có một lượng lớn người dành một lượng lớn thời gian cho một trải nghiệm chung thì sẽ không thiếu cách để kiếm tiền từ đó. Như rất nhiều người dùng Pinterest, Gabby bắt đầu sử dụng trang này chỉ để cho vui, nhưng rồi máu khởi nghiệp của cô nhanh chóng đặt ra câu hỏi: Không biết liệu việc này có thể dẫn đến thứ gì đó lớn hơn không nhỉ?

Rất nhiều công việc làm thêm khởi đầu từ việc để ý đến cách các nhóm người dành thời gian trên mạng. Công việc làm thêm của Gabby là một trong số đó: cô tìm thấy một công ty quản lý các chiến dịch marketing cho các thương hiệu đang muốn gia tăng nhận diện với nhóm đối tượng khách hàng cụ thể. Cô đăng ký và bắt đầu hướng một số pin của mình theo chiến dịch của họ – nhưng chỉ khi nào thấy đó là lựa chọn tốt và phù hợp với những người theo dõi mình.

Trong mắt các thương hiệu, Gabby được coi là người có sức ảnh hưởng, về cơ bản nghĩa là có nhiều người theo dõi. Cũng chẳng cần thêm nhiều tiêu chuẩn, bởi lượng người theo dõi thường là đủ để nói lên tất cả. Và nhờ những người theo dõi trung thành này, cô có thể thu được tiền từ đam mê, bằng việc được các công ty trả công cho lượng truy cập trang web mà cô đưa về cho họ qua các pin của mình.

Trong tháng đầu tiên, cô kiếm được hơn 1.000 đô-la. Cô không tin nổi là lại được trả tiền cho việc xem hình trên Internet và đăng lại những tấm mình thích, nhưng tiền là thực.

Đây chỉ là một công việc làm thêm bên cạnh rất nhiều dự án khác, và ban đầu nó không được Gabby dành nhiều thời gian. Dù vậy, sau tháng đầu tiên, cô bắt đầu nhìn nhận nó nghiêm túc và

quyết định làm tích cực hơn. Vào tất cả các ngày trong tuần, trong khoảng thời gian rảnh rỗi rất giới hạn, cô pin và pin và pin – vào buổi sáng khi vừa mở mắt dậy và buổi tối trước khi nhắm mắt ngủ. Cứ khi nào không ngủ được, cô lại dậy và pin thêm một lúc nữa.

Không chỉ làm việc cần cù, Gabby còn làm việc thông minh. Pinterest sắp xếp hình ảnh thành các bảng có liên quan đến nhau. Gabby có nhiều bảng với chủ đề liên quan đến đồ thủ công và nhiếp ảnh – những mục rất được ưa chuộng trên Pinterest, nhưng cô còn tiếp tục chia nhỏ thêm thành nhiều chủ đề nhỏ hơn. Cứ thử nghiệm lần lượt nhiều lựa chọn khác nhau, cô đã nắm được cách để điều chỉnh pin của mình theo những mối quan tâm cụ thể.

Đặc biệt, trong những ngày đầu, mạng xã hội thường có hiện tượng “đã giàu còn giàu hơn”, ai đó vốn đã có nhiều người theo dõi có thể dễ dàng tăng số lượng này nhanh hơn nhiều so với một người mới – vậy nên sau một thời gian, Gabby bắt đầu có đà. Để ý thấy rằng theo dõi những người có ảnh hưởng khác cũng giúp ích khá nhiều, cô đã làm như vậy. Đôi khi cô cũng “ăn ké” những người theo dõi của họ bằng việc pin lại nội dung họ đăng và bình luận trên những pin được nhiều người xem. Mạng lưới của Gabby nhờ đó ngày càng mở rộng, từ hàng chục đến hàng trăm nghìn và cuối cùng đến hơn 1 triệu. Tuyệt nhất là, dự án Pinterest của Gabby đã đem về 40.000 đô-la trong ba năm rưỡi. Gabby không phải là người nổi tiếng, dù là chỉ trên mạng. Chỉ là cô đã thông minh khi nghĩ ra được cách để mang đến cho người khác thứ họ muốn.

DỮ LIỆU KHÔNG NÓI DỐI

Nếu dự án làm thêm đầu tiên của bạn thành công, bạn có thể nghĩ mình là một thiên tài marketing. Có thể là như vậy! Nhưng cũng có thể bạn chỉ ăn may. Hoặc khả năng cao nhất, bạn thông minh và có chút may mắn. Vấn đề là không phải lúc nào bạn cũng xác định được tất cả những biến số có thể khiến một dự án làm thêm thành hay bại. Để tìm hiểu xem mình có làm đúng hay không, bạn phải thử.

Ai cũng nói rằng việc thử nghiệm vừa khô khan lại vừa đáng chán. Nhưng nó chỉ chán nếu bạn cho rằng kiểm được khối tiền là chán. Như người ta thường nói: “Dữ liệu không bao giờ nói dối.” Khi nhìn vào dữ liệu, bạn không dựa vào trực giác, bạn đang dựa vào thực tế.

THỰC HIỆN KIỂM TRA A/B ĐƠN GIẢN THẾ NÀO

Một trong những thử nghiệm đơn giản nhất mà bạn có thể làm được gọi là kiểm tra A/B. Đây chỉ là một bài kiểm tra mù, giống như uống thử hai loại nước ngọt (hoặc cà phê hay thứ gì đó khác) không có tên hay nhãn hiệu rồi chọn xem mình thích thứ nào hơn. Áp dụng kiểm tra A/B cho công việc làm thêm, bạn có thể đưa ra hai phiên bản của sản phẩm hoặc hai phiên bản lời mời chào và xem khách hàng hay chọn cái nào hơn. Hoặc nếu muốn thực hiện kiểm tra A/B đối với trang web, bạn có thể tạo ra hai phiên bản trang chủ, chia nửa lượng truy cập và chuyển hướng vào mỗi trang. Dần dần, bạn có thể dễ dàng thấy được phiên bản nào hiệu quả hơn rồi chuyển sang phiên bản đó và lại thử tiếp thứ gì khác nữa.

Bạn còn nhớ rằng đã thực hiện các phép tính ở mặt sau tờ khăn giấy vào Ngày 5? Các biến số mà bạn xác định ở đó là những thứ

hoàn hảo để đưa ra kiểm tra. Thử xét đến ví dụ về lớp quan sát chim, bạn không chắc mình nên thu 49 đô-la hay 79 đô-la. Hãy thử lập hai phiên bản trang đăng ký, một với 49 đô-la và trang kia là 79 đô-la, rồi chuyển hướng ngẫu nhiên mỗi nửa lượng truy cập của mình vào từng trang. Khi nhìn vào tỷ lệ chuyển đổi (số người đăng ký chia cho tổng số người thấy lời mời chào này) ở mỗi trang, bạn có thể thấy thu 79 đô-la thay vì 49 đô-la không ảnh hưởng mấy đến quyết định của những người thích ngắm chim. Nếu đúng vậy thì quá tốt! Bạn có thể yên tâm đặt mức giá cao hơn mà không phải lo lắng về việc mất đi khách hàng.

ĐỪNG THỬ MÀU CỦA NÚT ĐẶT HÀNG

Rất nhiều người đã chệch hướng khi thử từng thứ lắt nhắt một. Họ đã nghe câu chuyện nổi tiếng về cách Amazon thử nghiệm mọi thứ, từ cách trình bày giá cả đến màu của nút đặt hàng. Nhưng vấn đề là Amazon có 250.000 nhân viên, bán xấp xỉ 480 triệu sản phẩm khác nhau và thu về cả tỷ tỷ đô-la mỗi ngày¹¹.

Số lượng hàng bán của Amazon là quá khổng lồ, đến mức nếu có thể xoay xở để tăng tỷ lệ chuyển đổi của mình thêm một cái phẩy phần trăm thôi là họ đã có thêm được hàng trăm nghìn đô-la lợi nhuận. Nhưng bạn không phải là Amazon. Bạn không cần phải thử tất cả. Bạn chỉ cần thử những thứ quan trọng nhất. Bắt đầu bằng ba điểm lớn sau:

Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn (thứ bạn cung cấp).

Lời mời chào của bạn (cách bạn trình bày nó).

Mức giá của bạn (số tiền người khác sẽ trả cho nó).

Nên tránh thực hiện nhiều hơn một bài kiểm tra A/B cùng lúc, bởi bạn sẽ không biết yếu tố nào tác động đến những kết quả khác nhau. Thay vào đó, hãy tiếp tục thực hiện các bài kiểm tra A/B khác nhau, lần lượt từng cái một.

Ví dụ, thử so sánh việc giảm giá 10% với miễn phí vận chuyển, bạn thấy rằng việc giao hàng miễn phí hấp dẫn khách hàng hơn, vậy nên nó trở thành một phần của lời mời chào mới. Tiếp theo đến gì đây? Có thể là thử miễn phí giao hàng cùng giảm giá khi mua số lượng lớn, hoặc kết hợp miễn phí giao hàng với giảm giá 10% ban đầu để xem liệu khách hàng có phản ứng khác so với việc miễn phí giao hàng cùng mức giá bình thường hay không.

Dần dần, bạn sẽ có được ngày càng nhiều thông tin hơn về mong muốn của khách hàng lý tưởng và mức mà họ sẵn lòng chi trả.

CÁC BƯỚC TIẾP THEO

Tất cả những việc này đủ để khiến bạn bận rộn đến tuần cuối cùng. Nhưng dù việc thử nghiệm quan trọng đến thế nào, hãy nhớ đừng quá chú trọng tiểu tiết mà quên đi toàn cảnh. Bạn có thể đạt được kết quả tốt hơn rất nhiều từ thử nghiệm ba biến số quan trọng này thay vì những thứ nhỏ nhặt. Dù vậy, nếu quyết định đi sâu thêm vào thế giới của những thử nghiệm, vẫn còn rất nhiều biến số khác mà bạn có thể so sánh. Dưới đây là một số đề bạn tham khảo:

Quảng cáo ngắn hay dài trên trang bán hàng.

Thứ tự câu chữ, đặc biệt là trong tiêu đề và lời kêu gọi hành động.

Điều hướng trang web và trải nghiệm người dùng.

Dùng thử miễn phí hay dùng thử giá thấp (hay không có dùng thử).

Nhận xét hài lòng từ khách hàng hay đánh giá và xếp hạng của chuyên gia¹².

Bán cứng (bán ép, tạo áp lực để bán hàng) hay bán mềm, hay dùng cả hai.

Hãy nhớ rằng tất cả những thử nghiệm này có thể trở thành một nùi rối rắm, vậy nên đừng nhảy vào trước khi bạn chắc chắn được rằng lời mời chào của mình có hiệu quả.

HÃY CÂN TRỌNG VỚI KẾT QUẢ XÁC THỰC GIÁ

Một người bạn kể cho tôi chuyện về lần anh thực hiện kiểm tra A/B cho một thương hiệu lớn. Khi đó có một ý tưởng mà anh cho là tuyệt vời: thay đổi lời kêu gọi hành động trong trang đặt hàng bằng một loại hình đăng ký qua phần mềm. Thay đổi của anh làm gia tăng đáng kể số lượng người nhấn vào – lên tới 40%! Song, trước khi hoan hô bản thân và đặt một vé đi Vegas, anh quan sát dữ liệu thêm một vài ngày nữa.

Ôi trời ơi, có gì đó không ổn! Nhiều người nhấn vào hơn, song số người chuyển sang mua hàng thực sự lại thấp hơn trước nhiều. Trong khi đó, trang được kiểm soát (trang giữ nguyên không thay đổi) vẫn duy trì mức bán hàng như cũ, và cuối cùng vẫn mang về nhiều tiền cho công ty hơn. Tại sao? Ai mà biết. Nhưng dữ liệu không bao giờ nói dối, vì vậy bạn cần thử nghiệm. Anh bạn tôi đã từ bỏ lời kêu gọi hành động mới và chuyển lại về bản gốc.

Pinterest là môi trường lý tưởng cho kiểu thử nghiệm ngay lập tức này. Gabby có thể đăng một pin và biết nó có thành công hay không chỉ trong một giờ. Dần dần, cô trở nên thành thạo hơn trong việc phán đoán pin nào sẽ thu hút nhất với lượng người theo dõi đang gia tăng nhanh chóng của mình. Cô cũng thử vài hướng đi mới, thêm các mục mới về nhiều chủ đề khác biệt nhưng vẫn có liên quan. Bởi vừa cần cù vừa thông minh, cô phát triển được số lượng người theo dõi lên đến hơn 1 triệu. Gần như mỗi tháng, cô đều nhận được hợp đồng quảng cáo mới, đem về ít nhất 1.000 đô-la.

Như chúng ta đã thấy ở những dự án làm thêm khác, pin để kiếm tiền có thể không phải là mãi mãi – nhưng Gabby chẳng vì thế mà phàn nàn. Cô sẽ tiếp tục nhận tiền chừng nào chúng còn tiếp tục kéo đến.

Chương 21

CÀN QUÉT CÁC CỬA HÀNG

G iảm giá, chiết khấu và khuyến mãi đặc biệt là những thứ vũ khí chẳng-có-gì-bí-mật để khuyến khích khách mua hàng. Có một lý do quan trọng khiến rất nhiều cửa hàng “đẹp tiệm” sau mỗi ba tháng.

Khá lâu trước khi bắt đầu một công việc làm thêm với phiên đá khắc thủ công trên Etsy – chợ kinh doanh hàng thủ công trực tuyến, Andrew Church tại Waterford, Pennsylvania, đã luôn là một anh chàng tò mò và tham vọng. Vốn là nhà vô địch môn vật khi còn học đại học, anh tham gia làm trọng tài bán thời gian bên cạnh công việc kỹ sư công nghiệp cho General Electric.

Sự tò mò đó, cùng với tình yêu chạm khắc, đã dẫn anh đến một dự án khác thường. Anh mang về một phiên đá, đẽo gọt nó thành tên mình và chỉ định đặt lên mái nhà thôi. Song, khi thử cắt phiên đá, anh nhận ra vật liệu này độc đáo đến thế nào. Tính ứng dụng rất cao, thao tác không quá khó khăn và không có mấy người từng sáng tạo với nó.

Với cảm hứng bộc phát (và tình yêu dành cho tiểu bang của mình), anh quyết định làm một số tám biển hình bang Pennsylvania từ những phiên đá địa phương. Rồi anh quyết định giới thiệu tác phẩm của mình trên Etsy, một nơi có vẻ phù hợp hoàn hảo. Và anh

sớm nhận được một email khá tuyệt vời, thông báo rằng đã có một người mua gì đó từ cửa hàng trực tuyến mới toanh của anh.

Sau thông báo đầu tiên đó, khoảng vài ngày sau anh tiếp tục nhận được một thông báo khác, và chẳng bao lâu thì các đơn hàng bắt đầu đến đều đặn. Dù chẳng có một chiến lược lớn nào cho công việc làm thêm này, nhưng sẵn dịp lễ đang đến gần, anh chợt quyết định gửi đến những người theo dõi trên Facebook và danh sách email mới toanh của mình một lời mời chào: chỉ trong ngày đó thôi, họ sẽ được giảm giá 20% khi mua hàng.

Thông báo khuyến mại này chẳng khác gì mở cửa xả lũ. Chỉ trong chưa đầy một ngày, anh đã bán được nhiều hơn số lượng của hai tuần trước đó cộng lại. Nhiều khách hàng mới viết rằng họ vốn đã ngó nghiêng các tấm biển của anh được một thời gian, song vẫn chưa sẵn sàng mua. Lời mời chào giới hạn thời gian này vừa vặn là sự khích lệ mà họ cần để mở hầu bao.

GIẢM GIÁ, KHUYẾN MÃI VÀ CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐẶC BIỆT: NHỮNG THỨ VŨ KHÍ CHẴNG-CÓ-GÌ-BÍ-MẬT

Nếu bạn đã từng thấy tấm biển “đóng cửa xả hàng” treo trước các cửa hàng nội thất, để rồi thấy chúng mở cửa trở lại không lâu sau đó, bạn không phải là người duy nhất. Với quá nhiều đợt xả hàng “nóng” như vậy, bạn tự hỏi liệu có phải ông chủ tiệm đang tính đốt búng cửa hàng của mình đi không. Nhưng họ làm vậy là bởi biết chúng hiệu quả, ngay cả khi chiến thuật “ú òa” này khó có thể gọi là tinh tế.

Khuyến mãi hay giảm giá đúng cách cũng giống như ra chiến trường trong cỗ xe tăng vậy. Ai cũng biết xe tăng là gì, ai cũng

trông thấy nó từ xa cả dặm. Nhưng liệu người ta có chú ý đến nó không? Tất nhiên – đó là xe tăng cơ mà!

Bạn đã bao giờ bị dụ dỗ mua một thứ mà mình thậm chí không hề muốn, chỉ bởi nó đang giảm giá? Tất nhiên là có rồi – ai mà chẳng từng như vậy! Con người phản xạ có điều kiện mỗi khi nghe đến giảm giá. Ai cũng thích có được thứ gì đó với giá rẻ hơn bình thường.

Chào mời một kiểu giảm giá hay khuyến mãi đặc biệt nào đó có lẽ là thứ vũ khí lộ liễu hiệu quả nhất mà bạn có trong kho tàng làm thêm của mình. Điều này không có nghĩa là bạn phải hạ giá không thương tiếc hay biểu không cửa hàng¹³. Có rất nhiều cách sử dụng khuyến mãi đặc biệt để khiến mọi người hứng thú với lời mời chào của bạn, nhưng nhìn chung nó cần tạo được cảm giác rằng (a) nó đặc biệt và (b) nó chỉ diễn ra trong một thời gian ngắn.

Đây là danh sách một số loại bạn có thể đã gặp:

CHIẾT KHẤU: Một khoản tiền hay phần trăm được trừ vào giá thông thường.

THANH LÝ (HAY “XẢ HÀNG”): Một đợt giảm giá quy mô trong thời gian ngắn.

HỒI KHẤU: Một khoản chiết khấu sau khi đã mua hàng.

MUA MỘT TẶNG MỘT (HOẶC TƯƠNG TỰ): Nhận được thêm một thứ gì đó sau khi mua sản phẩm.

GIỚI THIỆU BẠN BÈ: Một phần thưởng cho việc đem về khách hàng mới.

CHƯƠNG TRÌNH KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT: Một phần thưởng cho việc mua sắm thường xuyên hay mua

sắm với giá trị lớn.

SẢN PHẨM MẪU HAY DÙNG THỬ: Giúp khách hàng hiểu rõ về sản phẩm trước khi mua.

CHIẾT KHẤU NGẪU NHIÊN: Một khoản tiền hay phần trăm thay đổi được trừ vào giá thông thường.

CHƠI CÓ THƯỞNG: Một cuộc thi hay phần quà ngẫu nhiên.

Điều quan trọng nhất trong những lời mời chào này là chúng có hiệu lực hay có thể bồi hoàn trong thời gian giới hạn. Bảng sau cho thấy một số từ ngữ phổ biến được sử dụng để quảng cáo những lời mời chào này:

Kiểu khuyến mãi	Ngôn ngữ thường thấy
Chiết khấu	"Giảm 20% chỉ trong tuần này."
Thanh lý	"Xả hàng – giảm giá mọi thứ 50%."
Hồi khấu	"Nhận lại 50 đô-la khi mua hàng trên mạng. Có giá trị cho đến cuối tháng."
Mua một tặng một	"Mua một máy kéo, tặng một máy miễn phí. Chỉ có giá trị trong vòng 12 giờ."
Giới thiệu bạn bè	"Khuyến mãi đặc biệt dịp lễ này: tích điểm mua sắm khi giới thiệu chúng tôi với bạn bè của bạn."
Khách hàng thân thiết	"Nhận một ly cà phê miễn phí sau tám lần mua hàng."
Sản phẩm mẫu hay dùng thử	"Dùng thử miễn phí khi vẫn còn hàng."
Chiết khấu ngẫu nhiên	"Quay bánh xe để xem bạn tiết kiệm được bao nhiêu."
Chơi có thưởng	"Tham gia ngay và trúng lớn."

Hãy quan sát cách hành vi của bạn thay đổi khi đối diện với những kích thích này. Bạn có thực sự cần hộp kẹo dẻo cỡ bự đó không? Dám cá là không... nhưng nó đang giảm giá. Các hãng hàng không khác có thể đem lại trải nghiệm bay thuận lợi hơn cho bạn... nhưng nếu cứ bay với hãng quen, bạn sẽ tích được nhiều điểm hơn. Có thể bạn không thích quán cà phê đó bằng các quán khác... nhưng bạn chỉ cần hai tem nữa là sẽ được một ly mocha miễn phí!

Nếu như bạn miễn nhiễm với những hành vi này thì xin chúc mừng. Chỉ cần nhớ rằng phần lớn mọi người không được như thế,

nên khi bạn xây dựng công việc làm thêm của mình, đừng quên cỗ xe tăng đang xếp xó trong kho nhé!

TÂM LÝ KHAN HIẾM VÀ CẤP BÁCH

Bạn không cần phải biết chính xác điều này vì sao xảy ra hay xảy ra như thế nào, chỉ cần biết rằng nó có thực. Trừ khi bạn cực kỳ kỷ luật, còn không, bạn có thể thấy nó trong chính thói quen chi tiêu của mình.

Nếu bạn quan tâm thì đây là một giải thích rất tóm tắt về lý do tại sao tất cả chúng ta đều phản xạ có điều kiện với khuyến mãi và giảm giá. Hai yếu tố tâm lý đóng vai trò lớn nhất ở đây là sự khan hiếm và tính cấp bách. Thứ đầu tiên liên quan đến cảm nhận về các nguồn lực hay cơ hội giới hạn, thứ còn lại liên quan đến cảm nhận rằng những nguồn lực hay cơ hội đó sẽ không có mãi.

KHAN HIẾM: “Số lượng sản phẩm có hạn! Tôi sẽ mất phần nếu không mua nó.”

CẤP BÁCH: “Đợt khuyến mãi này sẽ sớm kết thúc. Tôi sẽ bỏ lỡ nó nếu không mua ngay bây giờ.”

Nhìn chung, bạn càng đưa được nhiều những yếu tố này vào chiến lược marketing của mình – mà không nói dối – bạn sẽ càng thành công. Không cần phải mang tính “buôn bán” quá, hãy tìm cách tiếp cận nào phù hợp nhất với mình.

ĐỪNG LÀM KẺ BẮT CHƯỚC

Với những kiểu mời chào thế này, suy nghĩ sáng tạo luôn đáng giá. Trong cuốn *The \$100 Startup* (tạm dịch: Khởi nghiệp 100 đô-la), tôi có kể câu chuyện về hai anh chàng, Adam và Karol, những

người đã tiến hành việc “xả hàng” sản phẩm kỹ thuật số được ưa chuộng. Họ gọi đó là “Only 72”, tức đợt giảm giá chỉ diễn ra trong vòng 72 giờ trước khi biến mất vĩnh viễn. Dự án là một thành công lớn, tạo ra thu nhập sáu con số trước khi những nhà sáng lập chuyển qua dự án khác.

Tuy Adam và Karol không phải là những người tiên phong, nhưng nhìn chung hình thức bán hàng đó không quá phổ biến trong lĩnh vực này vào thời điểm đó, và họ cũng thực hiện nó một cách khác lạ – đó là lý do tại sao họ lại thành công.

Và rồi những kẻ bắt chước xuất hiện. Là người thường xuyên xuất hiện trong danh sách email cho những việc kiểu này (dù tôi có đăng ký hay không), hộp thư của tôi luôn đầy những lời mời lặp đi lặp lại mỗi tuần: “Tôi đang bán sản phẩm theo gói. Anh có muốn tham gia không?” Chẳng mấy chốc mà câu trả lời cửa miệng của tôi đã chuyển từ “Nghe thú vị đấy, cho tôi thêm thông tin nhé” thành “Không, cảm ơn nhiều”. Một số đợt bán này đem về khoản lợi nhuận tương đối, song bởi chúng đã quá nhàm nên nếu có, cũng chỉ rất ít đợt sinh lời lớn được như “Only 72”.

Tôi nhớ lại câu chuyện về Trang chủ Triệu đô (Million Dollar Homepage). Trong những ngày đầu của Internet, một chàng sinh viên người Anh tên là Alex Tew đã nảy ra một ý tưởng điên rồ là bán không gian quảng cáo trị giá 1 triệu đô-la trên một trang web chỉ có một trang duy nhất.

Như nhiều ý tưởng điên rồ khác, đây là một thành công – một phần bởi nghe nó điên điên, phần khác bởi Alex đã tạo ra được một cơn sốt khá ồn ào trên mạng, chủ yếu vì là người đầu tiên nghĩ ra một ý tưởng vớ vẩn như thế¹⁴.

Theo sau thành công của Alex, hàng loạt trang web khác bắt đầu xuất hiện với cùng lời hứa hẹn. Và như bạn có thể dự đoán, những màn bắt chước này nhận được ít sự chú ý hơn nhiều, từ cả phía truyền thông lẫn các nhà tài trợ tiềm năng.

Nếu bạn có âm mưu bắt chước một ai đó, hãy nhớ là còn nhiều tuyệt chiêu vẫn đang chờ để được khám phá. Liệu bạn có phải là người tìm ra nó không?

HƯỚNG DẪN, MẸO VẬT VÀ CHIÊU TRÒ

Khuyến mãi đặc biệt giống một nghệ thuật hơn là một môn khoa học, nhưng vẫn có vài hướng dẫn đơn giản có thể giúp ích cho bạn.

1. Thông báo trước về đợt khuyến mãi.

Đừng đột nhiên khuyến mãi; bạn phải cho mọi người biết khi nó đang đến. Không cần phải cung cấp toàn bộ chi tiết, nhưng việc tạo ra sự trông đợi sẽ giúp bạn rất nhiều trong việc huy động một đám đông khách hàng hăm hở, chỉ chực đập cửa chen vào khi đợt khuyến mãi của bạn bắt đầu.

2. Khách hàng của bạn không nên phải vượt qua nhiều cửa ải để tận dụng cơ hội này.

Một tiệm làm tóc gần chỗ tôi thường xuyên có khuyến mãi thế này: “Hãy giới thiệu cho bạn bè của bạn về chúng tôi! Nếu họ tới và nhắc đến bạn, bạn sẽ được giảm 25% cho mỗi lần cắt tóc.” Nghe có vẻ cũng là một khuyến mãi hợp lý, song thử xét đến quy trình: đầu tiên, bạn phải đánh cược uy tín của mình để giới thiệu bạn bè

đến tiệm đó. Và rồi, bạn phải nhắc họ nhớ nhắc đến bạn, nếu không thì bạn sẽ chẳng được gì. Quá nhiều áp lực!

3. Đợt giảm giá phải khiến khách hàng cảm thấy tiết kiệm được đáng kể.

Hãy thử hình dung tình huống ở trên, song lần này bạn chỉ tiết kiệm được 10% thôi. À mà quên nữa, bạn chỉ được giảm giá theo giá gốc. Nếu bạn có được giảm giá vì bất cứ một lý do nào khác thì quên khoản 10% kia đi là vừa. Không có mấy động lực, nhỉ?

4. Đảm bảo bạn đưa ra một lời mời chào sẽ khiến khách hàng thích thú.

Vấn đề cốt lõi là phải thu hút được khách hàng và cho họ thấy vì sao lại nhất định phải có một thứ mà họ thậm chí còn không nhận ra là mình muốn có. Lý tưởng nhất là bạn muốn họ nghĩ: Chà, thật là một cơ hội tuyệt vời. Có khi mình thực ra cũng cần một hộp kẹo dẻo cỡ bự đấy!

5. Thử nghiệm hệ thống (mẫu đơn đặt hàng, giỏ mua hàng...) để đảm bảo rằng mọi thông tin đều được thể hiện chính xác.

Bạn có lẽ sẽ muốn thay đổi thiết lập và thông tin trên trang web của mình một chút trước khi đưa ra khuyến mãi. Trước khi bạn đăng một loạt các hứa hẹn hấp dẫn lên trang chủ (hay cửa hàng), hãy đảm bảo rằng mọi thứ đều thống nhất và hoạt động như dự kiến! Không có gì tệ hơn việc khách hàng tưởng rằng mình vừa chộp được một món hàng giá hời, để rồi chưng hửng khi biết việc giảm giá hay khuyến mãi không được tự động áp dụng lúc thanh toán như những gì được quảng cáo.

6. Khi đợt khuyến mãi kết thúc, nó thực sự kết thúc.

Mọi người thường sẽ hỏi bạn có thể kéo dài đợt khuyến mãi cho họ được không. Và chính sách tốt nhất thường là hãy nói “Không”. Bạn đã nói rằng đợt khuyến mãi kết thúc vào một thời điểm nhất định, nên nếu đặc cách cho họ, bạn không chỉ làm tổn hại uy tín của mình mà còn thất hứa với tất cả những người khác. Một chút thời gian chiều cõ có thể chấp nhận được, nhưng nhìn chung là nên giữ vững các nguyên tắc. Như vậy, nhiều khả năng họ sẽ chú ý hơn và không bị trễ những lần sau.

Lần cuối tôi trò chuyện với Andrew, anh đang trên đà kiếm được hơn 25.000 đô-la. Với anh, đợt giảm giá 20% không chỉ đem về một lượng đơn hàng lớn mà còn giúp phát triển cơ sở khách hàng. Đó là một lợi ích khác của chiến lược: khi mọi người mua hàng của bạn trong đợt khuyến mãi và cảm thấy hài lòng, nhiều khả năng họ sẽ quay lại, mua tiếp và giới thiệu cho bạn bè về trải nghiệm này.

Andrew giờ không chỉ có thêm 25.000 đô-la, anh còn thấy phấn khích về tương lai và có một kế hoạch tham vọng mở rộng công việc làm thêm của mình để thay thế hẳn mức lương kỹ sư toàn thời gian. Và tất cả những việc ấy diễn ra mà không cần thực sự đầu tư vào marketing. Một lợi ích thêm khác, anh không còn phải đi mua quà sinh nhật, quà cưới hay quà tân gia nữa – chỉ việc cắt một mảnh đá phiến theo ý chủ nhân, thắt một cái nơ là đã có món quà nhanh chóng và ấn tượng.

Có thể bạn sẽ quên hết tất cả mọi thứ trong mục này, nhưng ít nhất hãy nhớ rằng: để tạo ra nhiều tiền hơn, hãy đưa ra một chương

trình giảm giá hay khuyến mãi với thời gian giới hạn. Hãy xuất hiện trên một chiếc xe tăng!

Ngày 22

ĐÓNG KHUNG TỜ TIỀN ĐẦU TIÊN

Hãy nhớ ăn mừng những thành công đầu tiên của bạn. Tuy còn rất nhiều việc khác phải làm, nhưng những thắng lợi nho nhỏ có thể đem lại niềm vui lớn không ngờ.

Khi Max Robinson sống tại Scotland nhận được email thông báo rằng mình vừa nhận được một tấm séc 200 đô-la, anh đã nghĩ thứ này là thư rác. Một tuần sau, khi nhận được tấm séc thực sự, việc đầu tiên anh làm là lên mạng tìm tỷ giá hối đoái hiện hành để xem nó đáng giá bao nhiêu. Anh lo ngại sẽ có rắc rối khi chuyển tiền vào tài khoản của mình, nhưng may mắn là giao dịch đã diễn ra thuận lợi.

Khoản tiền này đến từ những người bạn mới của anh trên Amazon.com. Anh chưa bao giờ gặp mặt họ, chỉ là anh đã đăng ký chương trình chia sẻ doanh thu của công ty. Tất cả bắt đầu khi anh phát triển một trang web dành cho thú vui đặc biệt của mình trong những lúc rảnh rỗi không phải điều hành công ty xây dựng riêng. Sở thích của anh là cá, cụ thể hơn là bể cá.

Anh viết một số đánh giá thú vị về bể cá (vâng, chúng thực sự thú vị – tôi sẽ nói về việc này sau) và đăng lên trang này cùng đường dẫn đến nhiều mẫu bể cá đa dạng trên Amazon. Và rồi, sau vài đêm thức khuya, anh bị cuốn vào công việc chính của mình và quên bằng trang web này một thời gian.

Sau khi nhìn thấy email ba tuần sau đó, rồi đến tấm séc, rồi đến tiền trong tài khoản, anh lại suy nghĩ về nó. Có phải anh vừa kiếm được 200 đô-la chỉ bằng việc viết đánh giá bể cá? Quả thật là thế. Vợ anh ban đầu cũng không tin – ít nhất là cho đến khi anh dẫn cô đi nhà hàng với khoản tiền kiếm được.

Số tiền 200 đô-la có ý nghĩa đặc biệt với Max. Trong công ty xây dựng của mình, anh thường xuyên sử dụng những khoản tiền lớn hơn thế rất nhiều. Nhưng với anh, cũng như nhiều người khác trong giới làm thêm, khoản kiếm được này không chỉ đơn giản là tiền, nó còn là niềm tự hào, là niềm vui được nhìn vào tấm séc đó và nghĩ: Mình đã làm ra nó.

Một điều tuyệt vời khác nữa về khoản tiền đầu tiên này là lời hứa hẹn về những khoản tiền khác trong tương lai. Anh chưa từng làm gì đặc biệt để quảng cáo trang web của mình, thậm chí còn mặc kệ nó để tập trung vào các nhiệm vụ trong công việc chính ban ngày. Liệu những người bạn mới trên Amazon có gửi anh một tấm séc nữa trong tháng sau không, và trong tháng sau nữa? Ngoài ra, sẽ ra sao nếu anh bỏ thêm chút công sức vào việc này – nếu viết nhiều đánh giá hơn thì có kiếm được nhiều tiền hơn không?

Những câu hỏi này thật kích thích, khiến Max nóng lòng muốn khám phá thêm. Và tất cả đều bắt đầu từ tấm séc hoa hồng đầu tiên kia. Nó không chỉ là tiền, nó là một khoản thanh toán trước đây tiềm năng.

ĐẦU TƯ VÀO BẢN THÂN

Trên khắp thế giới, các chủ nhà hàng hay cửa tiệm có thói quen đóng khung tờ đô-la đầu tiên của mình. Bạn có thể thấy chúng phía

sau quầy thu ngân, dán cạnh những mẫu báo có đăng bài đánh giá cửa hàng hay những thứ đáng nhớ khác. Đôi khi còn cả một câu chuyện đăng sau đó, và đôi khi chỉ là một tờ tiền thôi. Tất nhiên đó không nhất thiết phải là một tờ tiền thật mà có thể là tấm ảnh chụp với khách hàng đầu tiên hay ảnh chụp ông chủ đứng sau quầy tính tiền trong ngày khai trương... Dù có là gì thì nó cũng thể hiện một thông điệp về sự tự hào và sở hữu: “Minh đã làm ra nó!”

Này những người làm thêm, bạn cũng sẽ cần có một nơi để đóng khung tiền đấy.

Tự kiếm ra tiền, ngoài công việc chính ban ngày của mình, là một trải nghiệm mang tính bước ngoặt. Hết lần này đến lần khác, tôi đã thấy nó có thể tiếp thêm sức mạnh đến thế nào, đặc biệt là cho những người luôn làm các công việc truyền thống và chưa bao giờ tự mình làm gì đó.

Đó là lý do tại sao việc ăn mừng thành công này lại quan trọng, ngay cả khi bạn không thực sự đóng khung tờ đô-la đầu tiên của mình đi chăng nữa. Ý định của Max – dẫn vợ đi ăn nhà hàng – khá hay. Theo cách này, anh có thể chia sẻ niềm vui với cô và cũng khiến cô tích cực ủng hộ chồng mình hơn.

Trong gần như mọi câu chuyện được giới thiệu trong cuốn sách này, nhân vật đằng sau đó đều kể với tôi về niềm vui mà họ trải qua sau khi nhận ra công việc làm thêm của mình có hiệu quả. Trong nhiều trường hợp, những lợi ích mơ hồ như vậy còn lớn hơn cả lợi ích thực tế của việc kiếm được thêm tiền.

Khi bạn làm việc cho một công ty, theo cách này hay cách khác, bạn kiếm về cho ông chủ của mình số tiền lớn hơn nhiều so với những gì bạn được trả công. Đó không phải là điều xấu – đó là

cách mà thế giới của chúng ta vận hành, và nếu ông chủ của bạn không kiếm ra tiền thì cả họ lẫn bạn đều gặp rắc rối to. Nhưng đó cũng là lý do tại sao công việc làm thêm lại quan trọng đến thế. Bạn có thể kiếm lại được một phần giá trị đó cho mình.

Khi bạn bắt đầu làm thêm, việc tiết kiệm và cân trọng luôn là điều tốt. Bạn muốn giữ chi phí ở mức thấp và tập trung vào việc tăng thu nhập. Nhưng đừng quá đà. Công việc làm thêm này sinh ra để phục vụ bạn, chứ không phải ngược lại. Đừng chỉ tái đầu tư vào việc kinh doanh. Hãy đầu tư cả vào chính bạn nữa. Còn điều gì chưa thực hiện trong danh sách những việc bạn muốn làm trước khi chết không? Có chuyên đi nào mà bạn luôn muốn thực hiện trong đời hay không?

Ngay cả một chút ăn mừng nho nhỏ cũng có ý nghĩa. Hãy đến một nhà hàng mới mà bình thường bạn không có đủ tiền. Đi massage. Nghỉ một buổi chiều để dạo quanh nhà sách hay đi xem phim. Cứ nhận những phần thưởng đó – vì bạn xứng đáng.

Sau 200 đô-la bất ngờ, Max quay lại với dự án. Anh viết nhiều đánh giá hơn, cập nhật trang web và hoàn chỉnh nội dung thêm một chút. Chỉ trong vài tháng, dù không thêm gì nhiều vào trang, thậm chí là chẳng làm gì, anh vẫn đều đặn kiếm được khoảng 700 đô-la mỗi tháng. Đó quả thực là một dự án làm thêm “Lập rồi để đấy”. Giống như nhiều dự án làm thêm khác mà bạn đã đọc qua, có lẽ nó sẽ không tồn tại mãi, nhưng vậy cũng ổn thôi. Trước khi ngày đó tới, nó vẫn sẽ cho anh thêm hai kỳ nghỉ mỗi năm.

Bởi sống ở Vương quốc Anh nên Max có thể chọn chuyển trực tiếp số tiền này vào tài khoản ngân hàng của mình. Dù vậy, anh từ chối lựa chọn đó – anh muốn nhận được một tấm séc thực mỗi

tháng. Nó vừa vui, mà lại vừa khiến anh cảm thấy tự hào mỗi lần nhận được. Max có thể thử bắt đầu vài dự án khác tương tự như blog về bể cá, hoặc tập trung vào công ty xây dựng của mình, hoặc anh có thể làm gì đó hoàn toàn khác – nhưng dù là gì đi nữa, thành công bất ngờ này đã đem lại một thay đổi tích cực trong cuộc sống của anh.

Công việc làm thêm của bạn có thể đem lại cùng một sự tự tin và tự hào như vậy. Ngay khi bạn có việc gì đó để ăn mừng, dù có nhỏ nhất đến đâu, hãy tận hưởng nó. Thành quả của bạn mà!

TÓM TẮT TUẦN 4

Lời mời chào của bạn đã được truyền ra thế giới! Vẫn còn nhiều việc để làm, nhưng cũng có nhiều thứ để ăn mừng.

TRỌNG ĐIỂM

Hãy bắt đầu trước khi bạn sẵn sàng và tìm kiếm các “minh chứng khái niệm”.

“Bán hàng như nữ hướng đạo sinh” – nếu bạn đã xác định được chính xác khách hàng lý tưởng của mình, hãy nhớ rằng họ đang tìm kiếm bạn, không phải ngược lại. Đừng ngại sáng tạo để tiếp cận họ bằng thông điệp của bạn.

Thử nghiệm chỉ nhằm chán khi bạn coi việc kiếm được nhiều tiền là nhằm chán. Hãy thực hiện ít nhất một bài kiểm tra A/B để xem bạn có thể cải thiện lời mời chào của mình như thế nào.

Dùng khuyến mãi và tiếp thị để khuyến khích khách hàng hành động. Hãy xuất hiện trên một chiếc xe tăng!

**TUẦN 4: ĐƯA Ý TƯỞNG CỦA BẠN
ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI**

Ngày 17: Công bố lời mời chào của bạn

Ngày 18: Bán hàng như nữ hướng đạo sinh

Ngày 19: Nhờ mười người giúp đỡ

Ngày 20: Thử, thử nữa, thử mãi

Ngày 21: Càn quét các cửa hàng

Ngày 22: Đóng khung tờ tiền đầu tiên

Tuần 5

XÓC LẠI VÀ HOÀN THIỆN

Dự án làm thêm của bạn đã được trình làng!
Chúc mừng – giờ hãy xem bạn có thể làm những gì tiếp theo để lên cấp.

TUẦN 5: XÓC LẠI VÀ HOÀN THIỆN

Ngày 23: Theo dõi tiến độ và quyết định những bước đi tiếp theo

Ngày 24: Phát triển những gì hiệu quả, loại bỏ những gì không cần thiết

Ngày 25: Tìm tiền dưới đá

Ngày 26: Hãy tổng nó ra khỏi đầu

Ngày 27: Trở lại tương lai

Ngày 23

THEO DÕI TIẾN ĐỘ VÀ QUYẾT ĐỊNH NHỮNG BƯỚC ĐI TIẾP THEO

Khi bạn tiếp tục tìm hiểu cách khách hàng phản ứng với công việc làm thêm của mình, hãy ghi nhận lại những yếu tố quan trọng bậc nhất – rồi hành động dựa theo đó.

Khi mới đang học cấp ba, Tim Aton đã muốn được làm lập trình viên cho một công ty quảng cáo kỹ thuật số. Bởi vẫn còn là học sinh trung học, cậu biết mình phải làm gì đó thật nổi bật – vậy nên cậu đã quyết định tạo hồ sơ xin việc trái với lệ thường. Thay vì dùng Word như phần lớn mọi người, cậu dùng Photoshop để tạo ra một hồ sơ kỹ thuật số hoàn toàn khác biệt so với những hồ sơ thông thường. Cậu không được nhận, có lẽ bởi cậu chỉ mới 15 tuổi, nhưng ông chủ công ty đã để ý và trở thành người dẫn dắt cậu.

Vài năm sau, khi đang học đại học và cần kiếm chút tiền, Tim nhớ lại kinh nghiệm này. Cậu nghĩ, mình có thể cung cấp một dịch vụ tùy chỉnh hồ sơ xin việc cho các sinh viên khác. Tim khá thông minh và không muốn giới hạn khách hàng chỉ trong các sinh viên cùng trường – cậu biết thị trường tiềm năng lớn hơn thế rất nhiều, nên quyết định đăng quảng cáo trên mạng. Cậu lên Fiverr.com và đăng giới thiệu: “Nhận tạo một bộ hồ sơ xin việc tùy ý khách hàng đẹp lung linh với giá chỉ 5 đô-la.”

Trong ngày hôm đó, cậu có được đơn hàng đầu tiên; và sau khi hoàn thành nó và nhận được lời khen ngợi, thêm nhiều đơn hàng mới bắt đầu đổ về. Chỉ trong vài tuần ngắn ngủi, Tim đã nhận và thực hiện hơn tám đơn hàng mỗi ngày. 5 đô-la/đơn hàng tuy không đáng là bao, nhưng Tim khá thông minh. Dù một dịch vụ cơ bản trên Fiverr có giá chỉ 5 đô-la, nhưng trang này cho phép bạn đưa ra nhiều nâng cấp và bán chéo cho dịch vụ của mình. Bằng việc thêm vào một số lựa chọn, giá trị đơn hàng bình quân của Tim tăng gấp ba lần, lên đến 15 đô-la. Song, như vậy vẫn không hẳn là nhiều, hơn nữa cậu cũng là một sinh viên bận rộn phải cân đối quỹ thời gian hết sức cẩn thận. Khi lịch học bắt đầu trở nên dày đặc, Tim ngừng dịch vụ.

Dù vậy, vào cuối học kỳ sau, cậu lại quay về với dự án. Cậu cảm thấy rằng ý tưởng về những mẫu hồ sơ xin việc của mình đang đi đúng hướng. Chúng thú vị và rõ ràng được rất nhiều người hưởng ứng. Tất cả những đơn hàng trên Fiverr cho thấy rõ nhu cầu là rất lớn, nhưng Tim cũng biết rõ mình không muốn dành toàn bộ thời gian để thực hiện việc này và kiếm một khoản tiền ít ỏi. Liệu có cách nào tốt hơn không?

Tim dành thời gian trong hè để thử nghiệm nhiều ý tưởng khác nhau. Đầu tiên, cậu đăng dịch vụ của mình trên một trang web khác, cố gắng thoát khỏi hệ thống Fiverr, nơi giá thấp thống trị. Kết quả đạt được cũng chỉ tạm tạm, nhưng cậu vẫn tin vào ý tưởng này. Sau đó, cậu thử tạo trang web riêng của mình, *Résumé Redesign*, nhưng nó cũng không thực sự cất cánh lên được.

Cuối cùng, sau hơn một năm kể từ khi thực hiện đơn hàng đầu tiên, Tim ngộ ra một điều: Cậu không thực sự muốn làm một nhà

thiết kế để phục vụ khách hàng theo cách tạo ra từng hồ sơ một. Điều cậu muốn làm là bán các mẫu hồ sơ. Cậu gọi dự án mới này là Foundry Resumes và tạo ra 16 mẫu thiết kế độc đáo. Thiết kế nhiều như vậy rất tốn công, nhưng mẫu là mẫu chốt: sau khi đã được tạo ra thì chúng không cần phải thay đổi gì nữa, ít nhất cũng không phải bởi cậu. Tim sẽ bán các mẫu này và khách hàng cứ việc tự do tùy chỉnh chúng trong thời gian rảnh của họ.

Bằng việc chuyển từ bán các thiết kế tùy chỉnh sang bán các bộ mẫu, Tim cũng chuyển từ công việc bán dịch vụ sang bán sản phẩm. Với định hướng mới này, cậu tạo một trang web mới, đồng thời đăng các mẫu lên Creative Market, một danh mục các thiết kế và ảnh có bản quyền được người ta trả tiền để tải về.

Cũng giống như khi mới tung ra dịch vụ đầu tiên của mình hai năm trước, Tim bán được hàng ngay. Lần này, cậu bán các mẫu với giá 11 đô-la thay vì chỉ 5 đô-la, cũng không cần làm gì thêm để hoàn thành đơn hàng. Thay vì mỗi sáng mở hộp thư đều thấy quá tải, cậu nhìn vào tài khoản của mình và thấy tiền về đều đặn. Chỉ trong vài tháng, dự án làm thêm này đã đem về hơn 450 đô-la mỗi tháng.

ĐO LƯỜNG Ý TƯỞNG BAN ĐẦU CỦA BẠN: NÓ CÓ HIỆU QUẢ KHÔNG?

Khi được hỏi công việc làm ăn dạo này ra sao, nhiều chủ doanh nghiệp thường đáp rằng: “À, vẫn bình thường thôi.” Dù cho họ có thu về hàng triệu đô-la lợi nhuận mỗi tuần hay sắp phá sản đến nơi thì câu trả lời muôn đời vẫn vậy. Nhưng việc kinh doanh không bao

giờ là “bình thường” cả. Hoặc là thành công, hoặc là không, luôn luôn theo một trong hai chiều đó.

Trong thời gian đầu của dự án làm thêm, bạn cần phải trả lời một câu hỏi quan trọng: “Liệu nó có hiệu quả không?” bằng câu trả lời không phải là “À, vẫn bình thường thôi”. Bạn phải đánh giá dự án của mình một cách khách quan và thành thật với bản thân về khả năng sinh lời của nó. Trả lời cho câu hỏi “Nó có hiệu quả không?” chỉ có ba kết quả khả dĩ:

KẾT QUẢ THỨ NHẤT: Bạn thành công lớn! Kết quả ban đầu cao hơn hẳn những gì bạn ước tính ở mặt sau tờ khăn giấy. Ngân hàng còn phải kiểm tra xem bạn có phải đang buôn ma túy hay cầm đầu đường dây rửa tiền hay không. Bạn hào hứng với dự án này và nóng lòng muốn xem điều gì sẽ xảy ra tiếp theo.

KẾT QUẢ THỨ HAI: Hừm hừm! Ý tưởng của bạn hay đấy, nhưng không được thành công cho lắm. Thay vì một dòng người chen nhau mua hàng khi mở cửa, bạn lại thấy mình trơ trọi giữa một căn phòng trống.

Hai kết quả này thể hiện một bước đi rõ ràng tiếp theo: nếu thành công thì tuyệt vời – cứ thế phát huy; còn nếu không, ờ thì, bạn phải bỏ và tìm thứ gì đó khác thôi. Nhưng nhiều khả năng là bạn sẽ gặp phải kết quả thứ ba hơn.

KẾT QUẢ THỨ BA: Ý tưởng của bạn đại khái cũng thành công. Tuy vẫn chưa kiếm được nhiều tiền, nhưng ít ra bạn vẫn thấy mình đang đi đúng hướng. Dự án nhận được sự quan tâm của khách hàng vừa đủ để khiến bạn tự tin rằng chỉ cần mông má thêm chút ít (xem Ngày 25) hoặc sự giúp đỡ của một vài người bạn (xem Ngày 10), doanh số sẽ tăng lên. Hoặc cũng có thể ngược lại – bạn đã bán

được vài đơn hàng và kiếm được chút tiền, nhưng không còn cảm thấy công việc làm thêm này phù hợp với mình nữa.

Thường thì trải nghiệm của bạn sẽ rơi vào trường hợp thứ ba, và như vậy cũng không sao cả. Nếu làm theo từng bước trong cuốn sách này, bạn không dễ gì mà thất bại thảm hại được đâu. Nhưng nhiều ý tưởng hái ra tiền cũng không thành công được ngay từ khi bắt đầu. Biết phải làm gì sau khi ra mắt một dự án làm thêm sẽ đem đến sự khác biệt cực kỳ lớn trong kết quả dài hạn của bạn. Làm sao để biết phải làm gì tiếp theo? Bạn hãy nhìn vào các thước đo. Dữ liệu sẽ giúp bạn quyết định.

THEO DÕI NHỮNG THỨ QUAN TRỌNG VÀ MẶC KỆ NHỮNG THỨ KHÁC

Ở Ngày 20, bạn đã đọc về việc thử nghiệm. Theo một cách nào đó, theo dõi số liệu là một hình thức cao hơn của thử nghiệm, dù không cần thiết phải quá phức tạp. Các doanh nghiệp lớn như Amazon theo dõi hàng chục hay thậm chí hàng trăm chuẩn đo khác nhau. Nhưng hãy nhớ rằng bạn không phải Amazon – vậy nên cũng đừng làm thế. Bạn chỉ cần theo dõi một số chỉ tiêu quan trọng có thể tạo nên khác biệt rõ ràng trong kết quả dài hạn của mình.

Hãy nghĩ về việc bạn theo dõi những thứ khác trong cuộc sống của mình như thế nào, bao gồm sức khỏe và tình hình tài chính. Vào bất cứ thời điểm nào, liệu bạn có nắm được con số tương đối về số tiền mình có trong tài khoản không? (Hầu hết mọi người đều có.) Còn về sức khỏe – hiện tại bạn cảm thấy ra sao? (Lại một câu hỏi đơn giản khác.) Với mỗi lĩnh vực, bạn có thể thu thập đủ loại

dữ liệu khác nhau, nhưng bằng việc trả lời hai câu hỏi đơn giản này thôi, bức tranh tổng thể đã dễ dàng nắm bắt hơn rất nhiều.

Điều tương tự cũng xảy ra với dự án làm thêm của bạn: vào bất cứ thời điểm nào, bạn cũng nên nắm được tình hình hiện tại của nó. Không quá khó khăn đâu, khi bạn theo dõi được các chỉ tiêu trong ba lĩnh vực chính:

- Lợi nhuận (doanh thu trừ chi phí).
- Tăng trưởng (số lượng khách hàng mới).
- Thời gian (bạn dành ra bao nhiêu giờ mỗi tuần để bắt đầu và vận hành dự án này)¹⁵.

Là một phần của quá trình theo dõi tăng trưởng, bạn cũng có thể xem số liệu thống kê trên trang web để xem những người ghé thăm trang của bạn là ai và họ đến từ đâu. Một lần nữa, việc này không cần phải quá phức tạp. Tôi dùng một bảng tính rất đơn giản để theo dõi phần lớn công việc làm thêm của mình. Nó cũng giống như phương thức tính toán ở mặt sau tờ khăn giấy mà bạn đã học ở Ngày 5, có điều thay vì là chi phí và doanh thu, bạn theo dõi các chỉ tiêu chính mà tôi vừa đề cập ở trên¹⁶.

Cũng có thể có các chỉ tiêu khác liên quan đến công việc làm thêm của bạn, nếu bạn không muốn theo dõi chúng nữa thì cũng được thôi, chỉ cần nhớ cẩn thận để tránh bị ám ảnh bởi những dữ liệu không ảnh hưởng đến lợi nhuận hay tăng trưởng của mình.

NẾU BAN ĐẦU BẠN KHÔNG THÀNH CÔNG, CỨ TIẾP TỤC THỬ

Tim có thể vẫn vất vả tạo các hồ sơ xin việc tùy ý khách hàng chỉ với 5 đô-la, bởi nói cho cùng thì đó vẫn là một công việc làm

thêm khả thi. Nhưng dù đó là một kinh nghiệm tuyệt vời và làm tăng sự tự tin vào kỹ năng của bản thân, cậu cũng hiểu rằng đó không phải ý hay về lâu dài.

Kết quả chỉ ra rằng cậu thuộc về nhóm thứ ba – ý tưởng ban đầu đại khái là có hiệu quả. Nhưng khi đánh giá lại các chỉ tiêu chính của bản thân, đặc biệt là thời gian dành để thực hiện từng đơn hàng giá rẻ một, cậu nhận ra rằng để công việc làm thêm của mình có thể bền vững về lâu dài, cậu phải thay đổi hướng tiếp cận. Khi đã nắm được nhu cầu thực tế, cậu tin rằng vấn đề cốt lõi đang muốn giải quyết vẫn là lựa chọn đúng đắn. Cậu chỉ cần thay đổi phương pháp đang áp dụng.

CHIẾN LƯỢC BAN ĐẦU

Vấn đề: Hồ sơ xin việc trông tẻ ngắt.

Giải pháp: Cung cấp các hồ sơ xin việc tùy chỉnh, bắt mắt theo nhu cầu.

CHIẾN LƯỢC ĐIỀU CHỈNH

Vấn đề: Hồ sơ xin việc trông tẻ ngắt.

Giải pháp: Cung cấp một bộ hồ sơ xin việc mẫu để khách hàng tự tùy chỉnh theo ý.

Hướng tiếp cận mới này cho phép Tim phục vụ nhiều khách hàng hơn và tiết kiệm được thời gian của mình, trong khi vẫn được trả tiền. Đây là một thắng lợi lớn và cho phép cậu đưa việc kinh doanh vào tự vận hành trong khi chuyển sang làm những dự án khác.

QUYẾT ĐỊNH CÁC HÀNH ĐỘNG TIẾP THEO

Bạn đã cần mẫn thực hiện theo chương trình này, và giờ đây công việc làm thêm của bạn đã xuất đầu lộ diện. Bạn đã thử nghiệm nó với khách hàng, và đến lúc này đã có một vài dữ liệu rõ ràng về tình hình hoạt động.

Khi đánh giá lại kết quả ban đầu của mình, hãy cố gắng xem xét một cách khách quan nhất có thể. Ở ngã rẽ này, bạn cần phải đưa ra một quyết định trọng đại: nên kết thúc và thử thứ gì khác, hay tiếp tục và điều chỉnh hoạt động của mình. Tất cả những bước trong tuần này đều dựa trên giả định bạn lựa chọn phương án hai: tiếp tục dự án, nhưng cải thiện nó để kiếm được thêm tiền, giảm bớt được thời gian, duy trì lâu dài hơn hoặc để đạt được những mục đích khác. Nếu bạn chọn phương án một thì cũng không sao cả, nhưng trước khi có thể lên cấp – mục tiêu chính trong tuần này – bạn sẽ cần phải quay lại từ đầu chương trình và tạo ra một dự án làm thêm mới.

Rốt cuộc, thực ra bạn chỉ đang tìm câu trả lời cho một câu hỏi đơn giản: “Dự án làm thêm của mình có sinh lời không?” Đúng là có nhiều hơn một cách để đo lường thành công, nhưng công việc làm thêm của bạn nên tạo ra tiền. Nếu bạn có thêm 100 người theo dõi trên mạng xã hội trong tuần này thì tốt – nhưng có thể chuyển những người ấy vào tài khoản ngân hàng được không? Cần trông đợi công việc làm thêm của bạn sẽ đem lại kết quả như mong muốn, hoặc lựa chọn một công việc làm thêm khác.

Ồ, và để vui vẻ một chút, còn một trường hợp khả dĩ khác nữa: khi đánh giá lại dự án, bạn có thể nhận ra rằng nó có hiệu quả, nhưng bạn đã đạt đến tiềm năng cao nhất của dự án này rồi. Ví dụ, nếu bạn xây một cái chòi trên cây ở sân sau và đem nó cho thuê

trên Airbnb, khả năng là không thể xây được một cái khác nữa. Trong trường hợp đó, bạn có thể chọn để cho cái chòi tiếp tục tạo ra lợi nhuận (tiền quả thực mọc trên cây!), còn mình thì dành thời gian rảnh rỗi cho gia đình hay các sở thích cá nhân.

Dù vậy, nhiều khả năng là một khi đã thích thú với việc làm thêm, bạn sẽ muốn một dự án khác. Nếu đã đạt đến đỉnh của một dự án, hãy quay lại danh sách ý tưởng mà bạn đã thiết lập khi chúng ta mới bắt đầu hoặc nghĩ ra một ý tưởng hoàn toàn mới. Giờ bạn đã là một người dày dặn kinh nghiệm, bạn có lẽ không còn thiếu ý tưởng và cũng không gặp mấy khó khăn để khiến chúng cất cánh đâu.

Khi dịch vụ làm hồ sơ xin việc khác thường đã trở thành một sản phẩm, Tim căn bản đã xây xong một cái chòi trên cây sau nhà – dự án đã hoàn thành được mục đích của nó và đang đều đặn tạo ra thu nhập thụ động. Tim có thể tiếp tục đầu tư với hy vọng phát triển nó thêm, nhưng thay vào đó, cậu nhìn vào tương lai và quyết định theo đuổi một trong nhiều dự án khác của mình. Đó là một trong những điều tuyệt vời về các công việc làm thêm: một khi bạn đã tạo ra tiền, nó sẽ tiếp tục sinh sôi!

Ngày 24

PHÁT TRIỂN NHỮNG GÌ HIỆU QUẢ, LOẠI BỎ NHỮNG GÌ KHÔNG CẦN THIẾT

Khi công việc làm thêm của bạn phát triển, bạn có vô số lựa chọn để mở rộng. Đừng để bị phân tâm, hãy xác định những gì đang hiệu quả để tập trung vào đó nhiều hơn.

Ana Ramirez đã làm việc trong ngành marketing suốt phần lớn sự nghiệp của mình. Một ngày nọ, không hề báo trước, công ty của cô tại San Diego tái cơ cấu và cô mất việc. Sau này nhìn lại, cô gọi đó là “trong cái rủi có cái may”. Cũng trong thời gian đó, mẹ cô lâm bệnh nặng. Bởi mất việc mà Ana có thể dành vài tháng cuối cùng bên cạnh mẹ mình.

Trong một lần nói chuyện, mẹ cô gợi ý: “Tại sao con không thử bán ảnh của mình?” Ngoài việc là một chuyên gia marketing dày dạn, Ana còn là một nhiếp ảnh gia tài năng. Nhờ công việc trước đây, cô đã quen với các trang bán ảnh bản quyền, nơi doanh nghiệp mua ảnh cho các mục đích thương mại. Cô biết hầu hết các trang bán ảnh lớn làm việc với rất nhiều nhiếp ảnh gia độc lập, những người này đăng cả bộ ảnh lên và nhận được tiền mỗi khi ảnh của họ được mua và tải về từ trang web.

Cô cũng tìm được các trang web cho phép nghệ sĩ có thể đăng ảnh của mình lên để in ra và chuyển tới cho khách hàng, doanh thu được chia sẻ giữa nghệ sĩ và công ty cung cấp dịch vụ. Với Ana,

lựa chọn này hấp dẫn hơn nhiều so với các trang bán ảnh bản quyền – cô thích ảnh của mình được trưng bày trong những ngôi nhà trên khắp đất nước và sau đó là trên khắp thế giới hơn. Dù vậy, cô vẫn thử cả hai lựa chọn, trải nghiệm những cách khác nhau để bán ảnh thay vì chỉ tập trung vào một.

Hóa ra ngoài lượng truy cập khổng lồ, các trang bán ảnh bản quyền lớn còn có kho ảnh khổng lồ. Đồng nghĩa với cơ sở khách hàng tại đây rất lớn, nhưng cơ hội để họ bắt gặp một trong những bức ảnh của Ana là rất nhỏ. Ngược lại, các trang sản xuất và vận chuyển bản in đẹp lại không có nhiều khách hàng. Ở đó, tác phẩm của cô không tiếp cận được số lượng khách hàng tiềm năng cần thiết.

Một ngày, cô nhận được email từ một người làm việc tại Pottery Barn – họ đã thấy ảnh của cô và muốn giới thiệu nó cho cơ sở khách hàng khổng lồ của mình. Ana phấn khởi khi họ đăng ký bản quyền cho chúng và bắt đầu bán trong cửa hàng cũng như trên mạng.

Sau khi bắt đầu được thương hiệu quốc gia này giới thiệu, Ana tiếp cận với số lượng khách hàng lớn hơn nhiều so với khi hoạt động một mình, và công việc làm thêm này giờ đem về một phần ba tổng thu nhập của cô. Dù đã quay lại làm việc trong ngành marketing để có thể chi trả các hóa đơn, nhưng mục tiêu của Ana bây giờ là đảo ngược phương trình này, để công việc làm thêm mang về ít nhất hai phần ba thu nhập cô cần.

TÌM RA NHỮNG ĐIỂM THÀNH CÔNG VÀ TẬP TRUNG VÀO ĐÓ

Sau khi đã đánh giá lại kết quả ban đầu và ra quyết định về các bước tiếp theo, bạn cần quay lại với công việc. Việc bạn làm ở ngã rẽ này sẽ tạo ra khác biệt to lớn trong sự thành công về lâu dài của dự án làm thêm.

Hãy giả sử rằng bạn quyết định – dựa trên những dữ liệu đã xem xét trong chương trước – sẽ tiếp tục điều chỉnh và cải thiện công việc làm thêm hiện tại. Quyết định tiếp theo mà bạn phải làm là: Bạn sẽ điều chỉnh cái gì và như thế nào?

Thường thì câu trả lời sẽ phụ thuộc vào chính lời mời chào của bạn. Ví dụ, nếu bạn chào bán ba sản phẩm và một trong số đó bán được tốt hơn hẳn những cái còn lại, bạn sẽ muốn tập trung vào việc cải thiện hơn nữa doanh thu từ sản phẩm bán chạy nhất này. Điều này nghe có vẻ ngược đời – bạn có thể nghĩ cố gắng phát triển những sản phẩm còn lại cho ngang hàng với sản phẩm số một thì hợp lý hơn chứ. Tôi cũng bị vướng vào lối suy nghĩ này và phải thường xuyên tự nhắc mình về nguyên tắc “được ăn cả” khi phải lựa chọn giữa các dự án khác nhau. Nhưng hãy nhớ rằng bạn đã cho mọi người ba lựa chọn, và rõ ràng họ ưa chuộng một sản phẩm hơn cả. Tại sao lại dành thời gian giới hạn của mình để đẩy một thứ gì khác?

Tương tự, nếu bạn thử thứ gì đó để rồi cuối cùng chìm ngìm, thì việc nên làm là hãy buông nó ra – vứt bỏ những thứ thừa thãi là một phần trong hành trình của người làm thêm. Thường thường bậc trung chán lắm. Bạn hãy tìm ra những điểm thành công rồi tập trung sức lực của mình vào đó.

SỨC MẠNH CỦA PHÉP LẠP

Khả năng xốc lại và hoàn thiện là những năng lực phi thường của một người làm thêm thành công. Bill Gates từng nói thế này: “Các dòng tít khiến ta lạc lối. Tin xấu trở thành tít, trong khi những sự tiến bộ qua thời gian thì lại không.” Theo dõi, thử nghiệm và hoàn thiện là các bước để cải thiện dần theo thời gian. Bạn có lẽ sẽ không nhận được nhiều kèn trống khi cải thiện công việc làm thêm hiện có, nhưng sẽ kiếm được nhiều tiền hơn từ đó.

Phép lặp có nghĩa là “thực hiện lặp lại một quy trình”, thường với mục đích cải thiện từng bước trong đó. Khi bạn tiếp tục phát triển và cải thiện dự án làm thêm của mình, hãy tuân theo hai nguyên tắc cơ bản sau đây của phép lặp:

Nếu nó có hiệu quả, hãy làm nhiều hơn.

Nếu nó không hiệu quả, hãy bỏ đi làm việc khác.

Một lần nữa, điều này nghe có vẻ ngược đời với phần lớn chúng ta. Bản tính con người là cố gắng khắc phục một tình huống không như dự kiến hoặc tin rằng nếu cứ trung nó ra, biết đâu chuyện tốt sẽ xảy ra. Tôi thường nhìn những người thành công hơn để xem họ đang làm gì khác biệt. Sau khi thừa nhận sự ghen tị của mình và chọn biết ơn những gì đang có, tôi nhận ra họ thường có một điểm chung. Tuy rằng có thể không xảy ra ngay lập tức, nhưng dần dà, họ đã tìm ra được điều gì là hiệu quả nhất với mình, rồi làm việc đó nhiều hơn.

MỘT CÂU CHUYỆN RIÊNG ĐẦY XẤU HỔ

Cho phép tôi được kể một câu chuyện xấu hổ của mình. Tôi cũng muốn gán nó thành chuyện của ai khác lắm, song tiếc rằng

không thể. Thời mới bắt đầu sự nghiệp kinh doanh, tôi đã mắc phải một sai lầm lớn. Tôi nghe nói về một cơ hội kiếm tiền được hứa hẹn sẽ trả lãi khủng, có điều phải đầu tư trước 2.000 đô-la và chờ ít nhất ba tháng để nhận lại tiền. Nếu bạn thấy đây nghe giống một thương vụ ám muội, thì, ờ, bởi vì nó đúng là như thế. Song với sự ngây thơ và có lẽ cộng thêm cả chút tham lam, tôi đã không nhìn ra được thủ đoạn này. Tôi gửi đi một tấm séc 2.000 đô-la, khoản tiền rất lớn đối với tôi vào lúc bấy giờ. Rồi tôi đợi, đợi mãi. Ba tháng trôi qua, tôi không nhận được một xu nào. Thêm ba tháng nữa, tôi mới bắt đầu nhận được séc, nhưng cũng chẳng đáng là bao.

Phải mất hơn một năm, tôi mới chịu thừa nhận rằng mình đã bị lừa. Ngoài những tấm séc vớ vẩn tổng cộng chưa đến 30 đô-la, tôi không bao giờ nhận lại được gì từ khoản đầu tư ban đầu của mình nữa.

Tôi không tự hào gì về những điều đã học được từ đó. Thực tế, tôi vẫn thấy rất bứt rứt. Tôi đã đánh mất một khoản tiền lớn trong giai đoạn không thể lãng phí. Nhưng có một điều an ủi là tuy mất nhiều thời gian hơn đáng ra phải thế, cuối cùng tôi cũng đã thôi không còn bị nó ám ảnh nữa mà bắt đầu thực hiện các dự án khác. Nếu không làm thế, tôi có thể vẫn còn bị mắc kẹt, chờ đợi một thứ rõ ràng sẽ không xảy ra.

Đừng mắc phải sai lầm như tôi. Nếu bạn đang ngồi không chờ nhận một khoản tiền nào đó rõ ràng sẽ không bao giờ xuất hiện, hãy đứng dậy và bước qua nó đi.

KIỂM TRA DỰ ÁN LÀM THÊM CỦA MÌNH

Trong cuốn sách mới nhất, tôi có viết về một bài tập gọi là Ngày “Tiền của Mo”, trong đó bạn dành ra mỗi quý một ngày để tập trung vào những việc mình có thể làm để kiếm được nhiều tiền hơn. Dưới đây là một phiên bản cập nhật tập trung vào các công việc làm thêm.

Cứ mỗi một hay hai tháng, bạn hãy ngừng lại một chút và tự đối thoại. Hãy tự đặt cho bản thân những câu hỏi mở và cụ thể về tình hình hiện tại. Ví dụ như:

Điều gì đang tỏ ra hiệu quả trong dự án này và tôi có thể phát triển thêm bằng cách nào?

Có khâu nào trong dự án này mà tôi có thể tự động hóa hay thuê ngoài hay không?

Có việc gì tôi có thể làm để kiếm được thêm tiền mà không phải mất thêm quá nhiều thời gian hay không?

Tôi có thể tăng giá trong lời mời chào liên quan đến dự án này hay không?

Sau khi kiểm tra xong, hãy đặt mục tiêu dựa trên những gì bạn đã học được. Ví dụ, nếu xác định rằng bạn vẫn có thể tăng giá thêm nữa, hãy bắt đầu với mức tăng 5% rồi đánh giá lại kết quả sau một thời gian nhất định. Cải thiện dần qua thời gian có lẽ không phải việc gì quá ấn tượng, nhưng bạn sẽ bị ấn tượng khi nhìn vào tài khoản ngân hàng của mình.

XÓC LẠI ĐỂ THÀNH CÔNG

Một số câu chuyện tuyệt vời nhất mà tôi từng được nghe đến từ những người không tạo ra được kết quả đáng kể nào từ dự án làm

thêm đầu tiên – nhưng rồi họ đã xóc lại, mạnh mẽ hơn nhiều trong nỗ lực kế tiếp. Những người này không từ bỏ, hoặc ít ra là không từ bỏ hoàn toàn. Họ biết rằng để làm đúng đôi khi cần nhiều hơn một lần thử. Nhưng họ không ngồi chờ tiền từ trên trời rơi xuống (như tôi trong câu chuyện xấu hổ ở trên). Thay vào đó, họ làm thêm.

Và ngay cả khi bạn thành công ngay lập tức, những cải tiến liên tục thường sẽ khiến nó trở nên tốt hơn nhiều. Chúng ta đều đang ở trên hành trình đó và thay đổi một chút là cách để chiến thắng. Nếu có điều gì đó mà bạn thử đem lại kết quả ấn tượng ngay từ đầu, hãy chú ý đến nó và xem mình còn có thể cải thiện được hơn nữa hay không. Hãy đặt mục tiêu phải làm được một việc sẽ gia tăng thu nhập cho dự án làm thêm này. Tương tự, đừng ngại từ bỏ ít nhất một thứ không hiệu quả rồi tập trung năng lượng đó vào việc cải thiện những thứ hiệu quả hơn.

Ngày 25

TÌM TIỀN DƯỚI ĐÁ

Một trong những cách dễ dàng nhất để phát triển một công việc làm thêm là phát triển theo chiều ngang. Nếu mọi chuyện đều ổn thỏa, hãy tính đến việc thêm vào một phiên bản khác để phục vụ khách hàng tốt hơn.

Dự án làm thêm đầu tiên của Trevor Mountcastle chẳng liên quan gì tới việc kiếm tiền – hay ít ra, tiền không phải là mục đích của nó. Ban ngày, anh là chuyên gia phân tích chương trình cấp cao làm việc cho Chính phủ liên bang. Trong thời gian rảnh rỗi, anh là khách hàng thường xuyên của các hãng hàng không và là một người “săn chặng bay” lão luyện, luôn tìm kiếm chiến lược sáng tạo để kiếm thêm được nhiều điểm khách hàng và số dặm tích lũy. Vài năm trước, anh phát hiện ra một cách để mua thẻ quà tặng trên một trang web, rồi mua đồ điện tử trên một trang khác để bán lại với giá trị tương đương. Việc này nghe có vẻ quá mất công cho một khoản lợi nhuận chẳng đáng là bao, song có một phần thưởng giá trị khác gắn liền với nó: số điểm khách hàng và số dặm tích lũy kiếm được đã cho phép anh và vợ mình đến thăm hơn 40 quốc gia, thường là với vé hạng nhất. Anh thậm chí còn đưa bố và anh trai đi khắp thế giới, thăm thú Dubai, Singapore và Sydney – tất cả đều bằng điểm tích lũy.

Trên hành trình nâng cấp thẻ khách hàng, một điều thú vị đã xảy ra: Trevor bắt đầu kiếm được tiền. Dự định ban đầu của anh chỉ là để bù đắp chi phí cho hoạt động kinh doanh chênh lệch giá của mình, bán những thứ anh mua gần với giá gốc. Nhưng càng mua nhiều thứ để bán lại, anh càng biết rõ lúc nào mình có thể yêu cầu một mức giá cao hơn.

Chẳng bao lâu sau, ngoài những dặm và điểm tích lũy, anh đã kiếm được một khoản thu nhập đáng kể. Anh bắt đầu mở rộng hoạt động của mình, tới cửa hàng bán lẻ để mua hàng theo lô rồi gửi chúng đến kho hàng để chuyển tới tay những người mua trực tuyến. Công việc này đòi hỏi phải theo dõi và tính toán kỹ lưỡng, nhưng Trevor thích như thế. Phần lớn biên lợi nhuận khá nhỏ (anh bán rất nhiều hàng, nên doanh thu tích dần lên), nhưng lâu lâu cũng có một thương vụ đem về kha khá.

Trong năm đầu tiên làm thêm, anh kiếm được khoảng 5.000 đô-la. Mỗi năm sau đó, anh lại nhân đôi hoặc nhân ba con số này, tới mức mà giờ đây chỉ mình nó thôi đã đem về hơn 100.000 đô-la mỗi năm. Tất nhiên, Trevor vẫn đi du lịch, và bởi anh không động đến phần lớn kho hàng của mình (tất cả đơn hàng được vận chuyển qua Amazon.com), dự án làm thêm này vẫn liên tục phát triển – ngay cả khi anh đang nhấp champagne ở độ cao 9.000m.

MUA THẤP BÁN CAO

Trong trò chơi kinh điển Oregon Trail, một đoàn xe bò chở người khai phá khởi hành từ thị trấn Independence, Missouri đến vùng bờ biển miền Tây hoang vắng. Dọc đường, họ phải đối diện với vô số rào cản: dịch bệnh, cướp đường và thiên nhiên khắc

nghiệt. Mục tiêu của trò chơi này là vượt qua những thách thức để đến được một khu định cư xa xôi với càng nhiều người trong đoàn sống sót càng tốt. Khi bắt đầu, bạn nhận được một khoản tiền nhỏ dùng để mua sắm những thứ cần thiết như bò, quần áo, đạn dược để săn bắn. Dọc đường đi, bạn cũng có cơ hội để bổ sung thêm từ các cửa hàng tạp hóa và các lái buôn.

Phần lớn người chơi cố gắng hạn chế khẩu phần hết mức có thể và tiết kiệm tiền để đi đến cuối hành trình tại Thung lũng Willamette. Nhưng nhiều người không nhận ra là hoàn toàn có thể mua và bán với những thương nhân bắt gặp trên đường, dĩ nhiên là với những mức giá khác nhau theo tùy nơi. Những người chơi khôn ngoan sẽ làm theo một lời khuyên kinh điển khi mua chứng khoán: mua thấp bán cao.

Dự án làm thêm của Trevor là một trò Oregon Trail ngoài đời thực. Ý định của anh là mua thấp rồi bán cao. Đôi khi anh trúng đậm, đạt được biên lợi nhuận lớn. Cũng có khi anh dính phải một món hàng không bán lại được – một rủi ro căn bản trong hoạt động kinh doanh này. Nhưng bằng việc thử nghiệm không ngừng các sản phẩm và mức giá, anh có thể liên tục tạo ra một khoản lợi nhuận ổn định, cùng với tất cả những điểm và dặm tích lũy dùng để đi du lịch với gia đình.

MỘT DỰ ÁN LÀM THÊM KHÁC BIỆT VỚI NHỮNG DỰ ÁN KINH DOANH KHÁC

Ở đầu sách, tôi đã đề cập rằng cơ hội làm thêm ở khắp mọi nơi. Bằng việc sử dụng năng lực quan sát để xác định ý tưởng rồi áp dụng kiến thức kinh doanh đã được học, bạn sẽ phát triển được

những dự án làm thêm mới một cách đều đặn – hay có thể đơn giản là tập trung hoàn thiện dự án đầu tiên để tạo ra nhiều tiền hơn từ đó, giống như những gì Trevor đã làm.

Có một trường phái khuyên rằng bạn nên tập trung vào kiếm tiền chỉ từ một nguồn doanh thu duy nhất, hoặc chỉ trong các dự án hoàn toàn phù hợp với lĩnh vực chủ chốt của bạn. Sự “khôn ngoan” đúng lệ này thường được dạy trong các trường kinh doanh, sách kinh tế và các khóa học về quản lý. Nhưng lối suy nghĩ của một người làm thêm lại khác, hay đúng ra là nên khác. Nói cho cùng, đây là việc bạn làm thêm bên ngoài. Bạn không định xây dựng một công ty khởi nghiệp tại Thung lũng Silicon và kiếm tiền cho hàng triệu nhà đầu tư, bạn làm việc này để kiếm tiền cho bản thân.

Hãy cùng xem xét về Trang chủ Triệu đô, ra đời bởi một sinh viên đại học, thứ mà tôi đã đề cập đến ở Ngày 21. Quan điểm kinh doanh truyền thống sẽ cho rằng thứ như thế chỉ là mảnh lời và sẽ gây phân tâm khỏi những dự án kinh doanh “đích thực” mà anh có thể xây dựng. Đó, tất nhiên, là một lời khuyên tệ hại. Nếu bạn có tình cơ thấy 1 triệu đô-la nằm dưới một tảng đá nào đó, hãy nhặt nó lên.

NÀO CÙNG ĐI LẬT ĐÁ!

Trong nhiều công việc kinh doanh, bán thêm cho các khách hàng hiện có dễ dàng hơn nhiều so với bán cho các khách hàng mới. Vậy nhưng nhiều ông chủ (không chỉ người làm thêm, mà cả những doanh nhân toàn thời gian) vẫn chỉ chăm chăm phát triển bằng cách mở rộng cơ sở khách hàng. Đây là một sai lầm lớn.

Cách đơn giản nhất để lật đá và bán được nhiều hơn cho những khách hàng hiện tại là “xào xáo” lời mời chào một chút.

Thường để “xào xáo”, bạn thêm vào một phiên bản khác của thứ hiện đang làm. Có thể đó là một phiên bản cao cấp, một bản “nâng cấp”, phần tiếp theo – hay một thứ gì đó hoàn toàn khác. Nếu dự án làm thêm của bạn là một dịch vụ, bạn sẽ muốn tìm cách để cung cấp một dịch vụ khác hỗ trợ cho dịch vụ ban đầu. Nếu đó là một sản phẩm, bạn có thể tự hỏi xem liệu có sản phẩm hỗ trợ hoặc có liên quan nào khác mà bạn có thể thêm vào hay không.

Ví dụ bạn, một giáo viên ngoại ngữ, đã soạn ra một phương pháp tuyệt vời để giúp nâng cao trình độ tiếng Tây Ban Nha. Phương pháp của bạn được gọi là “Nói tiếng Tây Ban Nha lúc 4 giờ chiều”. Với kiểu làm thêm này, các sản phẩm khác mà bạn có thể bán kèm nhiều vô số kể, nếu không muốn nói là gần như không giới hạn. Bạn có thể:

Cung cấp phương pháp tương tự cho các ngôn ngữ khác (“Nói tiếng Pháp lúc 4 giờ chiều”).

Cung cấp các phiên bản trung hoặc nâng cao (“Nói thành thạo lúc hoàng hôn”).

Bán gia tăng cho khách hàng “Bộ từ vựng 4 giờ chiều” đặc biệt sẽ giúp họ học được nhiều từ hơn trong khoảng thời gian ngắn hơn.

Cung cấp các buổi hướng dẫn cá nhân đi kèm phương pháp.

Cung cấp phương pháp này theo những hình thức khác với phiên bản ban đầu (nếu ban đầu nó là một file âm thanh, hãy tạo thêm một phiên bản video; nếu ban đầu là định dạng e-book, hãy tạo một buổi học trực tuyến).

Mục đích ở đây là khi đã biết mọi người thích thứ bạn đang bán, thường cũng không quá khó khăn để tìm ra cách mở rộng những gì bạn có thể cung cấp. Hãy thử nhìn vào một số ví dụ từ những dự án làm thêm bạn đã đọc trong các chương trước.

THỢ KHẮC ĐÁ. Andrew Church từ Pennsylvania vốn khéo tay. Anh đeo gọt một phiến đá thành tên mình, gắn nó trước nhà và thường xuyên được khách khứa khen ngợi. Sau đó, anh quyết định chạm trổ hình thù của tiểu bang quê nhà thành một món hàng thủ công, và lần này đem bán trên Etsy. Chỉ trong vài ngày, anh đã bán được nhiều tấm, vậy nên anh biết đó là một ý tưởng hiệu quả. Ý tưởng mở rộng quá dễ thấy: Pennsylvania chỉ là một trong 50 bang của nước Mỹ! Anh bắt tay vào thiết kế cho 49 bang còn lại và bán chúng trên khắp cả nước¹⁷.

LẬP TRÌNH VIÊN. Dan Khadem là lập trình viên cơ sở dữ liệu cho một bệnh viện tại Denver. Anh bắt đầu hướng dẫn sinh viên cũng như mọi người về Microsoft Access, một phần mềm hiệu quả nhưng rất khó để thành thạo. Hướng dẫn như vậy cũng ổn – anh có thể yêu cầu 55 đô-la một giờ cho vài giờ dạy mỗi tuần. Nhưng anh cũng để ý thấy rằng một số học sinh của mình còn có nhiều nhu cầu khác phức tạp hơn. Trong nhiều trường hợp, công ty của họ cũng cần thực hiện các công việc về cơ sở dữ liệu, thế là Dan thầu luôn khoản này – và tăng mức giá của mình lên 85 đến 110 đô-la mỗi giờ.

Những ví dụ trên có thể khiến bạn suy nghĩ. Có vô số cơ hội để mở rộng mà không cần tốn quá nhiều công sức trong gần như mọi dự án làm thêm. Bạn đã tìm được cách để kiếm tiền dựa trên mong muốn của người khác. Vậy bạn có thể làm gì tiếp theo?

Câu trả lời cho câu hỏi đó sẽ giúp bạn quyết định rằng nên thực hiện một phiên bản khác hay một sản phẩm đi kèm với dự án làm thêm của mình.

CHO KHÁCH HÀNG ĐƯỢC LỰA CHỌN

Khi “xào xáo” lời mời chào của mình, bạn cũng đang cho người khác một số lựa chọn. Điều này có thể tốt hoặc xấu. Quá nhiều lựa chọn sẽ khiến khách hàng cảm thấy bối rối và quá tải. Một vài lựa chọn, dù vậy, thường là lựa chọn khôn ngoan.

Không chỉ đưa ra lựa chọn, cho khách hàng được chọn lựa cũng là một chiến thuật marketing – đó là thiên tài hay mưu mô, hay là mưu mô thiên tài, tùy góc nhìn mỗi người. Khi một người đưa ra lựa chọn, họ thường cài cắm để bạn khó lòng nói “Không”:

“Bạn sẽ thanh toán bằng tiền mặt hay bằng thẻ tín dụng?”

“Bạn muốn thanh toán bây giờ hay trả sau?”

“Bạn muốn đặt mua phiên bản nào?”

Hãy để ý rằng không một trường hợp nào kể trên tồn tại lựa chọn để bạn dễ dàng nói: “Không, cảm ơn nhiều.”

Nói cho đúng thì những câu hỏi trên cũng hơi bị thổi phồng một chút – bạn không hề muốn người khác mua hàng dưới những áp lực quá đà, bởi sau đó họ sẽ không vui, bạn cũng thao thức không ngủ được. Dù vậy, kiểu marketing này không phải lúc nào cũng gian tà. Thực tế là mọi người đều muốn có ít nhất vài sự lựa chọn. Hãy cho khách hàng những gì họ muốn!

Nếu Trevor vẫn quanh quẩn mua đi bán lại như một thú vui thì anh đã không kiếm được tiền như bây giờ. Khi nhận ra rằng mình có thể kiếm lời qua việc kinh doanh chênh lệch giá, anh đầu tư thêm thời gian và sức lực để tìm nhiều cơ hội hơn và qua đó mua đi bán lại được nhiều sản phẩm hơn. Tất nhiên, dù đang kiếm được “tiền thật”, anh vẫn nhận được những lợi ích ban đầu từ điểm và dặm bay tích lũy. Anh mới vừa trở về từ một chuyến đi vòng quanh thế giới khác – bằng vé hạng nhất, tất nhiên. Và trong suốt thời gian ở trên trời đó, anh vẫn tiếp tục nhận được tin nhắn báo tiền đã vào tài khoản.

Ngày 26

HÃY TỔNG NÓ RA KHỎI ĐẦU

Mọi công việc kinh doanh đều có các hệ thống chủ chốt. Là một người làm thêm, bạn chứa những ý tưởng của mình trong đầu – và đó không phải lúc nào cũng là một lựa chọn khôn ngoan. Để tạo ra những cải thiện rõ rệt (và tiết kiệm được nhiều thời gian) khi bạn mở rộng dự án làm thêm của mình, hãy hệ thống hóa bất cứ khi nào có thể.

Người làm thêm kỳ cựu Adam White có rất nhiều dự án trong tâm trí. Nào là công việc chính làm giám đốc marketing điện tử cho một công ty cho thuê xe buýt. Rồi thì bộ phim mà anh làm vào ban đêm và cuối tuần, rồi cuốn tiểu thuyết cho thiếu niên anh đang cố duy trì nhịp độ vào mỗi sáng trước khi đến văn phòng. Đến giờ thì bạn đã biết: những người bận rộn giỏi việc làm thêm, bởi họ biết cách sử dụng thời gian hiệu quả.

Trong công việc chính của mình, anh dành nhiều thời gian để tiếp thị thông qua những bài viết của khách trên các blog kinh doanh. Quá trình này rất tốn thời gian, khiến anh vô cùng vất vả. Một số blog cho phép khách viết bài trong khi số khác lại không. Những blog cho phép lại thường cũng có các điều kiện nhất định phải tuân theo và không phải lúc nào cũng thống nhất với nhau. Rồi, sau khi đăng bài viết, Adam phải nhớ liên lạc lại nếu không

nhận được tin tức gì sau một khoảng thời gian hợp lý. Về lý mà nói, đó quả thực là một cơn ác mộng.

Anh bắt đầu tổng hợp ghi chú chi tiết về tất cả những blog chấp nhận bài cũng như một hệ thống để theo dõi bài đăng của mình. (Hãy nhớ bài học căn bản về làm thêm: nếu thứ bạn cần không có sẵn, hãy tự mình tạo ra.) Cứ thế cho đến khi anh có hẳn một cơ sở dữ liệu thông tin về hàng trăm blog thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau. Và anh nảy ra ý tưởng: “Tại sao không cung cấp công cụ ‘Theo dõi bài viết của khách’ cho những người có cùng vấn đề?”

Sau khi tạo một trang bán hàng đơn giản, anh nhờ một người bạn viết về nó trên diễn đàn kinh doanh trực tuyến. Ngay lập tức, có hơn mười người đăng ký với mức phí 49 đô-la. Đến cuối tuần, anh nhận được thêm tiền từ mười người nữa. Adam lại có một công việc làm thêm khác!

Điều thú vị về công việc làm thêm này là về căn bản, nó tự tiếp thị cho chính mình. Adam chỉ đăng các bài viết ngắn của khách về... các bài viết của khách. Mỗi lần như vậy thường đem về nhiều khách hàng mới ngay lập tức, đi kèm với các khách hàng từ những bài viết trước đó.

Sau 90 ngày, công cụ Theo dõi Bài viết của Khách đem về cho anh khoản tiền 1.000 đô-la mỗi tháng. Bằng việc hệ thống hóa hơn nữa quy trình và không ngừng thử nghiệm để cải thiện tỷ lệ chuyển đổi bằng chính phép thử A/B mà tôi đã đề cập ở Ngày 20, công cụ này sớm thu về đến 2.000 đô-la mỗi tháng. Sáu tuần sau lần đầu tiên chúng tôi nói chuyện, Adam viết thư cho tôi và nói rằng kiểu quy trình này thậm chí còn giúp ích hơn thế: trang này giờ đây đã đem về 3.000 đô-la mỗi tháng.

Thách thức lớn nhất với Adam, cũng như nhiều người làm thêm khác, là vấn đề thời gian. Với công việc marketing kỹ thuật số, bộ phim đang làm và cuốn tiểu thuyết đang viết, dự án làm thêm về bài viết của khách chỉ chiếm vị trí thứ yếu. Dù vậy, bởi công cụ Theo dõi Bài viết của Khách đã tiết kiệm cho anh rất nhiều thời gian trong công việc chính ban ngày, nên anh có thể dành thêm thời gian cho những công việc còn lại.

VIẾT RA TẤT CẢ NHỮNG GÌ BẠN LÀM

Dự án làm thêm của Adam thành công bởi nó là một ý tưởng tuyệt vời, nhưng anh đã khiến nó thành công hơn nữa khi áp dụng một hướng tiếp cận mang tính hệ thống, theo quy trình. Với việc làm thêm, “hệ thống” không phải những phần mềm IT phức tạp hay mạng lưới máy tính đắt tiền; nó đơn giản chỉ là tất cả những trình tự để bạn phục vụ khách hàng, hay nói chung là kiếm ra tiền.

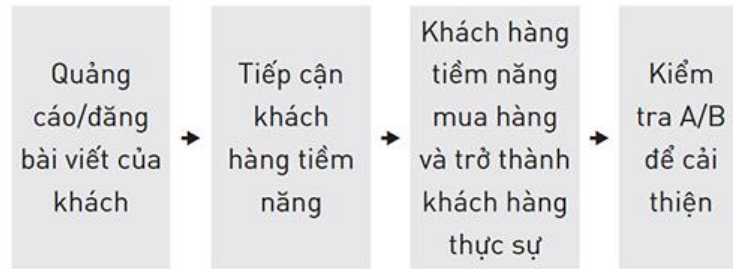
Vào một thời điểm nào đó trong hành trình của mình, những người làm thêm giàu kinh nghiệm đều học được một bài học quan trọng: bạn có thể làm đi làm lại một việc, hoặc có thể làm việc đó chỉ một lần. Họ cũng thường thấy rằng việc ghi chép công việc không tự nhiên mà đến. Nói thẳng ra là chẳng có mấy người muốn làm việc đó – đó là thứ “tội nợ” trong tương lai, nên cứ chờ cho đến khi không chờ được nữa thì thôi. Nhưng nếu bạn muốn phát triển dự án làm thêm của mình, hoặc chỉ muốn tiết kiệm thời gian, hãy nghĩ đến việc thực hiện nó ngay từ đầu. Ghi chép lại các quy trình đưa bạn thoát khỏi những chi tiết vụn vặt hằng ngày. Nó sẽ tránh cho bạn việc phải quản lý qua hộp thư đến. Nó sẽ khiến cuộc sống dễ dàng hơn và cũng thường đem về cho bạn nhiều tiền hơn.

THIẾT LẬP TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC CHO CÁC QUY TRÌNH LẶP LẠI

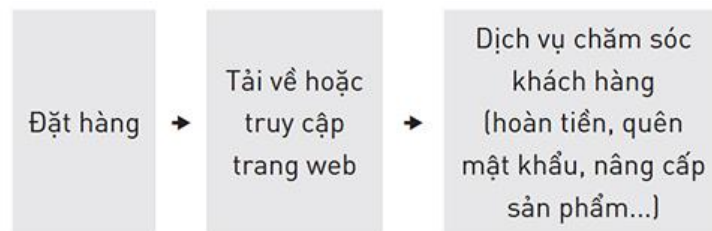
Một trong những cách tốt nhất để ghi chép hệ thống của bạn là thiết lập nhiều tiến trình công việc, khái niệm mà chúng ta đã tìm hiểu ở Ngày 15. Hãy nhớ lại, tiến trình công việc là một trình tự các bước thể hiện rõ ràng những gì cần xảy ra để đạt được một kết quả nhất định nào đó. Bạn đã học cách liệt kê tất cả các bước cần thiết để phát triển một ý tưởng. Còn những tiến trình công việc này, ngược lại, dành cho những hoạt động đã có. Chúng có thể giúp bạn phát hiện ra các vấn đề, cải thiện mức độ hiệu quả và khiến việc thuê ngoài hay nhờ giúp đỡ khi bạn tiếp tục phát triển dự án hoặc mở rộng công việc làm thêm trở nên dễ dàng hơn nhiều.

Hai tiến trình công việc quan trọng nhất cho phần lớn các công việc làm thêm là bán hàng và dịch vụ. Về căn bản, bạn muốn ghi chép lại cách bạn bán hàng cho người khác và cách họ nhận được những gì đã bỏ tiền ra mua.

Tiến trình công việc bán hàng của Adam khá đơn giản. Anh tạo một trang web cơ bản để giới thiệu về công cụ Theo dõi Bài viết của Khách, rồi lập hai phiên bản trang đặt hàng để xem trang nào có tỷ lệ chuyển đổi khách hàng tốt hơn. Để đưa mọi người đến trang này, anh đăng các bài viết của khách trên nhiều blog khác nhau. Anh cũng giới thiệu công cụ này trên các phương tiện truyền thông kinh doanh. Nhìn chung cũng chỉ có thế – không có một chiến lược marketing phức tạp nào, không nhân viên, và chi phí thì cực thấp. Trông nó như thế này:



Tiến trình công việc phần dịch vụ của anh cũng đơn giản. Tất cả những gì anh phải làm là đảm bảo rằng người mua tiếp cận được với chương trình theo dõi đó, nó hoạt động hiệu quả và được cập nhật tương đối thường xuyên để bắt kịp các blog mới và những thay đổi trong chính sách. Đôi khi anh cũng phải trả lời khách hàng hay xử lý các yêu cầu hoàn tiền, song tất cả những việc ấy chỉ tốn rất ít thời gian. Quy trình đó sẽ giống thế này:



Adam không cần đến lời khuyên của tôi, nhưng giả dụ anh ấy đã đọc bài học ngày hôm qua và quyết định tạo một phiên bản mới cho công cụ Theo dõi Bài viết của Khách. Phiên bản hiện có là một sản phẩm. Mọi người trả tiền một lần và được tiếp cận với thứ anh tạo ra có chứa đựng rất nhiều thông tin. Thường thì họ sử dụng một số thông tin trong đó và không quan tâm đến những thông tin còn lại. Giờ hãy giả dụ rằng phiên bản mới, khác biệt của công cụ Theo dõi Bài viết của Khách mà Adam định làm sẽ là một dịch vụ. Bạn vẫn có thể mua phiên bản gốc với giá 40 đô-la, nhưng nếu muốn có

một bản tùy chỉnh đi kèm với một giờ tư vấn qua điện thoại từ Adam, bạn có thể mua với giá 199 đô-la.

Phiên bản nâng cấp này yêu cầu một tiến trình công việc dịch vụ mới, bởi giờ đây anh phải tạo các công cụ theo dõi tùy chỉnh, lên lịch hẹn và cung cấp tư vấn cho khách hàng. Nó vẫn khá đơn giản, nhưng hãy để ý đến những yếu tố mới được thêm vào trong tiến trình công việc:



Với tiến trình công việc như vậy và việc phải lên lịch hẹn với khách hàng, sự rõ ràng trong tất cả các chi tiết là đặc biệt quan trọng. Hãy thử coi đây là ví dụ về một tiểu mục trong tiến trình công việc, tập trung vào một bước cụ thể hơn như lên lịch hẹn:

Các cuộc gọi sẽ được xếp lịch thế nào?

Các cuộc gọi sẽ được xếp lịch vào lúc nào?

Các cuộc gọi sẽ diễn ra với tần suất thế nào – chỉ một lần, hơn một lần, hay bất cứ khi nào khách hàng cần?

Mục đích của các cuộc gọi là gì?

Cần chuẩn bị những gì trước khi thực hiện cuộc gọi?

Cần làm gì sau khi thực hiện cuộc gọi?

Nếu thấy phức tạp quá, bạn hãy nhớ rằng khi có sự cố gì xảy ra, dù chỉ trong một phần nhỏ của tiến trình công việc, dự án làm thêm

của bạn sẽ bị ảnh hưởng theo nhiều cách. Khách hàng của bạn có thể khó chịu, khách hàng tiềm năng có thể không muốn mua nữa, và bạn có thể sẽ phải khắc phục rất vất vả. Dành thời gian để ghi chép lại các phương pháp và hoàn thiện tiến trình công việc, bạn sẽ đỡ cực nhọc hơn nhiều so với phải đi khắc phục sự cố nếu có vấn đề xảy ra.

NHẬP MÔN

Một tiến trình công việc quan trọng khác là tập trung hoàn toàn vào việc chào đón và định hướng những khách hàng mới. Nó được gọi là nhập môn, nhằm giúp khách hàng làm quen với thứ họ vừa mua, bất kể đó là gì. Cũng như với tiến trình công việc dịch vụ, thiết lập một quy trình nhập môn hoàn chỉnh sẽ giúp ngăn ngừa những cảm giác khó chịu cho cả bạn lẫn khách hàng. Mục tiêu của bạn là tạo ra một hành trình dễ chịu, an tâm cho khách hàng của mình – để họ trải nghiệm những gì tốt nhất mà dự án của bạn có thể đem lại. Một quy trình tốt sẽ làm tăng khả năng người dùng ở lại, mua tiếp và giới thiệu đến những người quen.

Việc này có thể được thực hiện theo nhiều cách. Một trong những cách đơn giản và phổ biến nhất là qua một email gửi cho khách hàng sau khi đăng ký thành công. Khi mua thứ gì đó trên mạng, bạn gần như luôn nhận được một email xác nhận cùng với hóa đơn, nhưng thường là không chỉ dừng lại tại đó. Trong vòng vài ngày hay vài tuần sau, bạn thường sẽ nhận được một loạt email khác được thiết kế để giúp bạn làm quen với sản phẩm hay dịch vụ cũng như trả lời bất cứ câu hỏi nào mà bạn có.

Có nhiều định dạng khác nhau cho các bộ email nhập môn, có thể tương tự thể này:

Thông điệp #1, gửi ngay sau khi bán được hàng: “Hoan nghênh bạn, khách hàng mới của chúng tôi!”

Thông điệp #2, gửi ngày hôm sau: “Bạn hãy xem video sau đây để tìm hiểu những yếu tố quan trọng nhất trong dịch vụ mới của bạn.”

Thông điệp #3, gửi ba ngày sau: “Những tính năng nâng cao này sẽ khiến cuộc sống của bạn dễ dàng hơn.”

Thông điệp #4, gửi một tuần sau đó: “Hỏi thăm bạn một chút. Bạn có gặp vấn đề hay có câu hỏi nào không?”¹⁸

Tất nhiên, quy trình nhập môn của bạn sẽ khác biệt tùy theo bản chất hay mức độ phức tạp của sản phẩm hoặc dịch vụ, có thể đòi hỏi nhiều hoặc ít chi tiết và hướng dẫn hơn. Dù vậy, nhìn chung hãy nhớ rằng mục tiêu chính của bạn là khiến cho quá trình này càng dễ chịu và trơn tru cho khách hàng càng tốt.

MỘT VÀI CÔNG CỤ ĐỂ CẢI THIẾN DỰ ÁN LÀM THÊM CỦA BẠN

Các dự án làm thêm trở thành công việc kinh doanh nhỏ phát đạt rồi cũng sẽ cần một số công cụ nhất định. Bạn có thể không cần tất cả mọi thứ ngay từ đầu – hãy nhớ, khi bạn bắt đầu thì càng đơn giản càng tốt – nhưng nên tìm hiểu và làm quen với chúng để đến lúc cần còn biết phải tìm ở đâu.

QUẢN LÝ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG. Thường được gọi là CRM, nó cho phép bạn nắm bắt thông tin với rất nhiều người khác nhau, và đặc biệt quan trọng nếu bạn bán sản phẩm hay dịch vụ đắt

tiền cho các khách hàng cụ thể mà bạn đã xây dựng quan hệ lâu dài. Công cụ này bớt quan trọng hơn nếu bạn bán nhiều sản phẩm hay dịch vụ cho bất cứ ai muốn có.

Ví dụ: HubSpot, Salesforce, Microsoft Dynamics...

QUẢN LÝ DỰ ÁN. Nếu bạn làm việc cùng với các nhà thiết kế, người phát triển web, trợ lý hay bất cứ ai khác, việc có một không gian làm việc trực tuyến chung để có thể theo dõi tình hình thực hiện các công việc khác nhau sẽ rất hữu ích.

Ví dụ: Trello, Asana, Basecamp...

KẾ TOÁN. Ban đầu, bạn có thể tự mình thực hiện việc này. Nhưng dù nhờ trợ giúp hay tiếp tục tự thân vận động thì bạn cũng cần theo dõi chi phí và thu nhập. Bạn có thể xoay xở với một bảng tính đơn giản, nhưng đến khi phải làm các thủ tục thuế chẳng hạn, dùng phần mềm giúp việc sẽ dễ dàng hơn rất nhiều.

Ví dụ: Wave Accounting, FreshBooks, QuickBooks.

QUẢN LÝ MẬT KHẨU. Chúng ta đều biết rằng không nên dùng chung một mật khẩu cho nhiều thứ, nhưng ngày nay, khi mà bạn cần mật khẩu cho cả những thứ như máy pha cà phê thì làm sao nhớ hết nổi? Câu trả lời đơn giản thôi: bạn không cần thiết phải nhớ hết, chỉ cần đăng ký một hệ thống tự động tạo mật khẩu an toàn và lưu lại để không phải mất công nhớ.

Ví dụ: LastPass, RoboForm, Dashlane...

Adam White, một người làm thêm kỳ cựu, đã xác định chính xác nhu cầu cho một hệ thống giúp anh tổng hợp thông tin về tất cả các blog mà anh viết bài. Sau đó, anh dùng kỹ năng làm thêm của mình để nhanh chóng tạo ra lợi nhuận từ đó. Thành công thực sự, dù vậy, lại đến khi anh áp dụng kỹ năng hệ thống hóa và kiểm tra

A/B để tính giảm tiến trình. 3.000 đô-la mỗi tháng là lớn hơn rất nhiều so với 1.000 – và khác biệt đó hoàn toàn do làm việc thông minh, chứ không phải chỉ cần cù. Giờ anh chỉ cần viết cho xong cuốn tiểu thuyết của mình nữa thôi.

Ngày 27

TRỞ LẠI TƯƠNG LAI

Bạn đã đi đến cuối con đường... hay chỉ mới là khởi đầu thôi nhỉ? Các công việc làm thêm tạo ra cơ hội và tự do. Một khi bạn đã thực hiện thì cơ hội cho bạn là không giới hạn.

Bob Bentz là một người hâm mộ bóng chày thứ thiệt. Mỗi khi có cơ hội, anh lại đến xem các trận đấu của đội Phillies tại sân bóng yêu thích ở Philadelphia. Tình yêu thể thao đó được truyền cho cả gia đình, con trai và con gái anh vẫn thường xuyên chơi cho các đội địa phương ngay cả khi đã lớn. Suốt nhiều năm, “ô đê kháng” cuối cùng là Barb, vợ Bob. Cô không ghét thể thao, cô chỉ quan tâm hơn đến các khía cạnh giao tiếp xã hội của nó, như tán chuyện và cổ vũ cho đội bóng.

Một ngày nọ, Barb đi xem bóng chày với một chiếc áo len trắng tự đan với đường khâu màu đỏ, khiến nó trông giống quả bóng chày. Thậm chí trước cả khi rời khỏi bãi đỗ xe để lên khán đài, đã có ít nhất mười người phụ nữ đến hỏi thăm về chiếc áo. Nhiều người nói rằng cũng muốn một chiếc và hỏi xem họ có thể mua nó ở đâu.

Vậy là dự án làm thêm Áo len Sân bóng ra đời. Rõ ràng nhu cầu là có, cộng với việc Bob thường xuyên đến sân bóng (cùng với

Barb, người giờ đây đã hứng thú hơn với việc này), họ lập tức có một thị trường ngay trong tầm tay chỉ chờ để được phục vụ.

Bob cũng chẳng xa lạ gì với việc làm thêm khi trước đây đã tạo ra một số trang web liên quan đến các môn thể thao ảo và thậm chí còn dẫn một chương trình 15 phút mỗi tuần trên kênh radio ESPN. Anh cũng từng làm việc trực tuyến với một trợ lý đến từ Bangladesh. Tất cả những điều đó đem lại một thuận lợi lớn – để dự án làm thêm này sinh lời, anh biết mình cần phải thuê ngoài để giảm chi phí sản xuất.

Cặp đôi bắt đầu bằng đơn hàng 200 chiếc áo len, con số nghe có vẻ hợp lý. Mất khoảng sáu tuần, rồi một kiện hàng áo len bóng chày từ Trung Quốc, nơi người trợ lý đã sắp xếp sản xuất, cuối cùng cũng xuất hiện trước cửa nhà họ. Chiếc áo đầu tiên – và thứ hai – được bán ngay trong trận bóng tiếp theo, khi Barb cũng diện chiếc áo nguyên mẫu của mình.

Chỉ trong vòng 45 ngày, họ đã bán hết đơn hàng ban đầu và đặt tiếp một đơn hàng khác, với một chút điều chỉnh dựa trên những gì đã rút kinh nghiệm từ đợt đầu tiên. Vào lúc này, dự án làm thêm đã đem về doanh thu ổn định với chi phí quảng cáo không đáng kể. Và điều tuyệt vời nhất là đó không chỉ là công việc, mà còn là một thú vui.

Khi trao đổi qua email, Bob nói rằng dự án Áo len Sân bóng đã giúp cải thiện cuộc sống của gia đình anh theo nhiều cách. Khoản thu nhập thêm khá tuyệt vời, song còn tuyệt hơn nữa là nó cho Bob và Barb cơ hội để làm việc cùng nhau. “Barb Sân bóng” lo việc thiết kế và quản lý, trong khi “Bob Sân bóng” lo khâu marketing.Ồ, và còn hai lợi ích quan trọng khác nữa. Thứ nhất, Barb đã quan

tâm đến việc đi xem bóng chày hơn hẳn, bởi có động lực tài chính ở đó. Thứ hai, cứ mỗi tối tới sân vận động, họ đều bán được ít nhất một chiếc áo len để bù trừ cho khoản tiền uống bia của mình.

LÀM GÌ TIẾP THEO ĐÂY? BẠN QUYẾT ĐỊNH ĐI

Giống như áo len, không có việc làm thêm nào là vừa vặn cho tất cả mọi người. Bạn có thể làm thêm theo cách của bạn, theo ý của bạn. Nếu bạn có thay đổi quyết định về một thứ gì đó trong quá trình làm thì cũng là điều bình thường thôi.

Nếu bạn tuân theo kế hoạch làm thêm từ đầu cuốn sách này, hãy nhìn lại những gì mình đã làm để quyết định hành động tiếp theo. Bạn có muốn tiếp tục phát triển dự án này vào buổi tối và những cuối tuần rảnh rỗi? Liệu nó có thành công đến mức bạn quyết định “chơi tới bến”, bỏ công việc chính để tự mình làm chủ?

Khi cân nhắc, bạn hãy nhớ lại các câu chuyện đã đọc trong cuốn sách này. Vào những lúc khác nhau trong đời, người ta lại có những quyết định khác nhau dựa trên nhu cầu và sở thích của bản thân. Một số người tiếp tục với dự án của mình. Jake Posko (Ngày 9) bắt đầu “Khóa học guitar đỉnh nhất quả đất” để thoát khỏi công việc của mình ở trường đại học. Công việc làm thêm trở thành công việc thực sự, với một khác biệt quan trọng: anh tự mình đưa ra tất cả các quyết định.

Với những người khác, dự án làm thêm đã phát triển đến mức đem lại một mức thu nhập toàn thời gian – nhưng bởi vẫn thích công việc chính của mình nên họ làm luôn cả hai. Dự án kẹo trái tim của Sarah Hannington (Ngày 11) đem về hơn 100.000 đô-la trong mùa Valentine bận rộn. Nhưng bởi khoảng thời gian còn lại

trong năm không có nhiều hoạt động nên cô có thể tiếp tục vai trò giám đốc marketing của một công ty lớn, công việc mà cô yêu thích.

Nhiều người làm thêm chỉ đơn giản coi dự án của mình là một cách kiếm thêm trong thời gian rảnh rỗi. Oliver Asis (Ngày 16), nhân viên chính quyền trở thành thợ chụp ảnh cưới bán thời gian sau khi đăng quảng cáo trên Craigslist, vẫn tiếp tục làm việc cho bang California. Và mỗi tháng một lần, anh lại thực hiện một bộ ảnh cưới mang về ít nhất 3.500 đô-la.

Bất kể quyết định cuối cùng của bạn có thể nào thì điều tuyệt vời ở một công việc làm thêm là nó cho bạn thêm lựa chọn. Ví dụ, khi sếp của Andrew Church yêu cầu anh chuyển đến Chicago, anh đã phải đối diện với một lựa chọn khó khăn. Anh không muốn đảo lộn cuộc sống của mình như thế, nhưng làm sao anh dám từ chối? Tuy vậy, nhờ vào công việc làm thêm, anh có đủ thu nhập để không ngại chuyện mất việc. Anh đến gặp sếp và từ chối yêu cầu. “Không có công việc làm thêm,” anh nói, “tôi sẽ không đủ tự tin để đưa ra một quyết định như vậy.”

Một số khác lại phát triển công việc làm thêm của mình tới mức độ đủ để chúng có thể tự hoạt động mà không cần họ nhúng tay vào. Họ có thể để nó đó rồi đi làm việc khác, như Tim Aton (Ngày 23) với bộ mẫu hồ sơ tuyển dụng. Lần cuối chúng tôi liên lạc, chúng đã đem về 450 đô-la mỗi tháng. Tim đã hoàn toàn chuyển qua các dự án mới, song dự án làm thêm này vẫn tiếp tục mang về thêm tiền cho cậu.

Với những người khác, một dự án làm thêm còn giúp họ theo nhiều cách khác nữa, như cung cấp sự bảo đảm qua một giai đoạn

thay đổi trong cuộc đời. Sau khi bán lại nhà hàng, Julie Wilder (Ngày 18) tiếp tục phát triển dự án lịch chiêm tinh với mục đích tìm kiếm thành công trong một lĩnh vực hoàn toàn mới, trở thành người dẫn đầu thị trường hoàn toàn khác biệt và tiếp cận với nhiều người hơn nữa. Cặp đôi mới cưới David và Praj (Ngày 10) lại dùng dự án làm thêm của mình để đem lại lợi ích cho cộng đồng bằng việc nhập khẩu len cashmere từ Nepal và đầu tư vào giáo dục cho các bé gái.

Đó là mặt tích cực của một công việc làm thêm phù hợp. Nó có thể hỗ trợ cho cuộc sống của bạn, nhưng không cần phải chiếm trọn cả cuộc đời bạn. Trên thực tế, phần lớn người làm thêm có thể tận hưởng cuộc sống tốt hơn nhờ vào những dự án mà họ đã phát triển.

Hãy luôn nhớ rằng công việc làm thêm khác với các dự án khởi nghiệp hay bất cứ hình thức kinh doanh nào khác. Bạn không phải nghe lời các chuyên gia hay làm theo những kiến thức truyền thống. Bạn không cần phải “tăng quy mô”. Bạn không cần phải thuê nhân công hay trợ lý, dù thật hay ảo. Không có một cách “đúng” duy nhất nào cả.

Chỉ có một cách đúng cho bạn.

Ở Ngày 10, tôi đã kể bạn nghe về những câu chuyện khởi đầu và tầm quan trọng của việc có một nguyên do cho dự án làm thêm. Bởi bạn đã đến được đây, tôi sẽ kể bạn nghe câu chuyện khởi đầu của tôi, ít nhất nó có liên quan đến cuốn sách này. Tôi vốn làm việc tự do trong suốt cuộc đời mình. Từ khi tôi có thể nhớ được thì tự do đã là phẩm chất quý giá nhất của tôi. Tôi cảm thấy cực kỳ may mắn vì đã tìm được một lối sống cho phép mình viết sách, đi đây đi đó và theo đuổi những công việc bản thân thấy có ý nghĩa. Tôi tìm

thấy động lực trong việc khởi đầu các dự án có tiềm năng giúp những người khác tìm được một lối sống tương tự, ngay cả khi thứ họ có trong đầu không giống với cuộc sống bán du mục của tôi.

Trước khi bắt đầu viết những trang này, tôi đã dành rất nhiều thời gian để nghĩ về hai người: April và Parker. Bạn cũng đã biết chút ít về họ rồi đấy – April là nhà thiết kế mà tôi đề cập đầu cuốn sách, người muốn bắt đầu làm thêm mà không phải nghỉ công việc hiện tại và thất vọng với chương trình kinh doanh ở trường đại học địa phương. Còn Parker là nhà quản lý IT đã đem về 8.000 đô-la lợi nhuận từ chiếc microphone giá 100 đô-la.

Với tôi, hai người này đại diện cho cơ hội đang chờ đón những người đi theo con đường làm thêm. Parker là một hình mẫu, kiểu người có những câu chuyện mà tôi muốn nghe đi nghe lại. Khoản tiền 8.000 đô-la mà anh làm ra trong năm làm thêm đầu tiên đã tác động tích cực ngay lập tức đến cuộc sống của anh. April thì có tầm nhìn và thái độ làm việc, và tôi chắc chắn rằng cô có thể gia nhập vào hàng ngũ những người như Parker. Tất cả những gì cô cần là một chút chỉ dẫn.

Sau khi suy nghĩ về hai người ấy, tôi quyết định làm tới cùng. Tôi bắt đầu một podcast, Side Hustle School, và đặt quyết tâm ra tập mới mỗi ngày (không nghỉ ngày nào hết!) trong ít nhất một năm. Trong chương trình, tôi đã kể những câu chuyện về những người mà bạn đã đọc trong cuốn sách này. Sứ mệnh của tôi là chứng tỏ rằng bất cứ ai cũng có thể tăng cơ hội cho bản thân thông qua việc tạo ra một nguồn thu nhập mới, qua đó đem lại nhiều sự tự do và khả năng chọn lựa cho mình.

Càng khám phá thế giới làm thêm, tôi càng thấy nó ngập tràn cảm hứng. Nếu tôi có thể giúp bạn với dự án làm thêm của mình, thì dù không thể bay hay nhảy từ tòa nhà cao tầng xuống mà không hề hấn gì, tôi vẫn sẽ tự cho mình là một siêu anh hùng nho nhỏ. Dù vậy, tôi không nhận công đâu – tôi biết chính bạn mới là người sẽ làm hết mọi chuyện.

Nền kinh tế làm thêm sẽ không biến mất. Đó là cuộc cách mạng trong xã hội sẽ cải thiện chất lượng cuộc sống chung và mở rộng văn hóa tiếp cận của chúng ta với công việc. Từ một sự bảo đảm, tới một nguồn thu nhập thứ hai, tới sự tự tin, tới niềm hạnh phúc; một công việc làm thêm có rất nhiều lợi ích. Và nếu bạn bắt đầu nhanh chóng và giữ chi phí ở mức thấp, nó cũng chẳng mấy rủi ro.

Câu chuyện của bạn sẽ như thế nào?

TÓM TẮT TUẦN 5

Cuốn sách này sắp đến hồi kết, nhưng chương sách có tên bạn mới chỉ bắt đầu thôi. Một khi bạn bắt đầu làm thêm, lối sống này sẽ theo bạn lâu dài. Hãy tiếp tục học hỏi, trải nghiệm và cải thiện. Bước đi tiếp theo sẽ là của bạn!

TRỌNG ĐIỂM

Đừng lo lắng về việc theo dõi mọi thứ, nhưng hãy chọn hai hay ba chỉ tiêu để xem xét.

Lặp lại là cách thực sự để chiến thắng. Nếu ban đầu bạn đã thành công, hãy thử những thứ khác.

Kiểm tra dự án làm thêm của bạn để xem còn chỗ nào có thể tạo ra nhiều tiền hơn, tiết kiệm thời gian hơn hoặc cả hai hay không.

TUẦN 5: XỐC LẠI VÀ HOÀN THIỆN

Ngày 23: Theo dõi tiến độ và quyết định những bước đi tiếp theo

Ngày 24: Phát triển những gì hiệu quả, loại bỏ những gì không cần thiết

Ngày 25: Tìm tiền dưới đá

Ngày 26: Hãy tổng nó ra khỏi đầu

Ngày 27: Trở lại tương lai

Phụ Lục

Cuốn sách này có chủ đích trở thành một hướng dẫn toàn diện và cho bạn mọi thứ bạn cần để bắt đầu. Dù vậy, luôn có những điều mới mẻ để chúng ta học hỏi. Những nguồn hướng dẫn sau đây có thể sẽ giúp ích cho bạn:

BỘ CÔNG CỤ NHẬP MÔN LÀM THÊM: Hướng dẫn ngắn gọn về một số dự án làm thêm phổ biến được đề cập trong cuốn sách này.

LÀM CÁCH NÀO ĐỂ THÔNG QUA MỘT Ý TƯỞNG CHỈ VỚI 10 ĐÔ-LA VÀ MỘT TÀI KHOẢN FACEBOOK: Cách sử dụng quảng cáo Facebook để nhận được phản hồi ngay lập tức.

VIẾT MỘT LÁ THƯ GỬI KHÁCH HÀNG LÝ TƯỞNG: Một lá thư mẫu để tìm hiểu thêm về thị trường mục tiêu của bạn.

MUA BẤT ĐỘNG SẢN CHO THUÊ VỚI 1.575 ĐÔ-LA TRẢ TRƯỚC: Một hướng dẫn nhanh từ chuyên gia mà tôi tin tưởng về lĩnh vực làm thêm bất động sản.

TÀI LIỆU VÀ CÔNG CỤ MIỄN PHÍ: Đủ loại tài liệu và các công cụ hỗ trợ.

Phụ lục 1

BỘ CÔNG CỤ NHẬP MÔN LÀM THÊM

ĐƯA SOFA HAY PHÒNG NGỦ DÀNH CHO KHÁCH CỦA BẠN LÊN AIRBNB!¹⁹

Với hơn 1 triệu lựa chọn đặt phòng, Airbnb đã thay đổi cách mọi người chu du khắp thế giới. Nó cũng hé lộ một mỏ vàng cơ hội cho người làm thêm. Nếu bạn có bất cứ chỗ trống nào để một vị khách lạ có thể ngủ lại, bạn có thể đăng nó – và kiếm tiền – trên trang này. Một số sinh viên lười cá thậm chí còn cho thuê phòng ký túc xá của mình trong những đợt nghỉ lễ. Người thuê nhà có thể thuê phòng rồi cho thuê lại mỗi đêm và bỏ túi khoản chênh lệch. Người có nhà thì xây những căn chòi nhỏ ở sân sau cho khách đến thuê. Nói ngắn gọn, bạn không cần phải là một đại gia bất động sản thì mới kiếm lời được từ Airbnb. Dưới đây là tất cả những gì bạn cần biết để bắt đầu:

MÔ HÌNH KINH DOANH: Cho thuê nhà (hay một phần căn nhà). Quy trình này an toàn bởi danh tính của cả hai bên đều đã được xác thực và có một hệ thống đánh giá chung khuyến khích các hành động có trách nhiệm.

TAI SAO: Một thị trường lớn những người đang tìm kiếm lựa chọn đặt phòng trên Airbnb mỗi ngày, bên cạnh đó, công việc này cũng rất dễ tìm hiểu.

CHI PHÍ BÌNH QUÂN ĐỂ BẮT ĐẦU: Tùy thuộc.

ĐỘ KHÓ ĐỂ BẮT ĐẦU: Thấp.

TIỀM NĂNG DÀI HẠN: Trung bình.

KỸ NĂNG ĐÒI HỎI: Tương tác với khách hàng (thời gian phản hồi đóng vai trò quan trọng). Có ảnh đẹp về nơi cho thuê cũng sẽ tạo ra khác biệt lớn trong mức giá cho thuê trung bình, vậy nên nếu bạn không phải nhiếp ảnh gia, hãy nhờ ai đó giúp tạo ra trang giới thiệu ban đầu.

LỢI ÍCH: Một nguồn thu nhập đầu tư ban đầu. Một khi đã vào guồng thì tất cả trách nhiệm của bạn chỉ bao gồm phản hồi đơn đặt phòng, đón khách và xử lý các vấn đề phát sinh.

HẠN CHẾ: Nếu có vấn đề gì thì bạn sẽ phải đi xử lý.

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC:

Chuẩn bị không gian cho thuê (căn hộ, phòng ngủ trống, bãi cắm trại...).

Tạo tài khoản Airbnb cùng trang giới thiệu cơ bản.

Chăm chút cho trang giới thiệu bằng các bức ảnh đẹp và mô tả thú vị.

Đặt mức giá ban đầu tương đối rẻ để đảm bảo rằng phòng của bạn sẽ nhanh chóng có người đặt.

Đảm bảo rằng những lần thuê phòng đầu tiên diễn ra thật tốt đẹp (những đánh giá đầu tiên càng tích cực càng tốt).

Cải thiện trang giới thiệu, đưa ra các điều chỉnh cần thiết và tăng giá dần sau khi bạn nắm rõ mọi thứ.

Tạo một quy trình để trả lời các câu hỏi và chào đón khách hàng. Vậy thôi!

LẬP MỘT CỬA HÀNG LƯU ĐỘNG

Không lâu trước đây, khi đến Kuwait, tôi có đi ngang qua một hội chợ đường phố với hàng dãy quầy tạm. Đó là những cửa hàng lưu động, và chúng đang mọc lên trên khắp thế giới. Hãy để ý đến hai kiểu cửa hàng lưu động chính: kiểu được tổ chức bởi một lễ hội hay địa điểm nhất định (như các trung tâm thương mại) và kiểu được tổ chức độc lập. Trừ khi tự tin rằng mình có thể thu hút được một lượng khách hàng đáng kể, có lẽ tốt hơn bạn vẫn nên tham gia vào những nơi đã được thiết lập sẵn.

Và nếu bạn không chắc liệu kiểu làm thêm này có phù hợp với mình hay không, hãy cân nhắc những yếu tố cơ bản sau.

MÔ HÌNH KINH DOANH: Bán ngay và trực tiếp. Xây dựng quan hệ với khách hàng.

TAI SAO: Các cửa hàng lưu động có thể khá vui và tạo được yếu tố cấp bách đối với người mua: nếu bạn không mua ngay thì đến mai có khi nó chẳng còn ở đó nữa mà mua!

CHI PHÍ BÌNH QUÂN ĐỂ BẮT ĐẦU: Từ thấp đến trung bình.

ĐỘ KHÓ ĐỂ BẮT ĐẦU: Trung bình.

TIỀM NĂNG DÀI HẠN: Tùy thuộc.

KỸ NĂNG ĐÒI HỎI: Khả năng giao tiếp, khả năng tương tác với khách hàng và khả năng bán hàng.

LỢI ÍCH: Nhận được phản hồi tức thì từ thị trường.

HẠN CHẾ: Đây là một hình thức kinh doanh ngoài đời thực (tức là bạn cần một cửa hàng), khó mở rộng và thành công của bạn chủ yếu dựa vào số lượng người đi ngang qua.

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC:

Cân nhắc xem sản phẩm hay dịch vụ của bạn có hiệu quả trong hình thức lưu động không. Phụ kiện thời trang và ghế massage thì tốt, còn bất động sản thì e là không ổn đâu.

Tìm thời gian và địa điểm. Một lần nữa, nếu bạn là người mới, tốt nhất là bạn nên liên hệ với những nơi có sẵn.

Thiết kế mọi yếu tố cần có, bao gồm bảng hiệu và bất cứ công cụ quảng cáo nào khác (phát triển thương hiệu tốt sẽ giúp đem về thành công cho cửa hàng lưu động của bạn).

Cân nhắc và xây dựng hệ thống thanh toán, có thể chỉ đơn giản là một cái máy tính bảng hay điện thoại có đầu đọc thẻ.

Tìm được ít nhất một người giúp bạn. Bạn sẽ không muốn bỏ lỡ một khách hàng nào khi đang bạn thả hồn trong nhà vệ sinh đâu.

QUAN TRỌNG: Khách hàng của cửa hàng lưu động yêu thích khuyến mãi, vậy nên không bao giờ mở hàng mà không có một kiểu khuyến mãi hay giảm giá nào đó²⁰.

Có thứ gì đó đặc biệt cho những ai không mua hàng. Bạn có thể giảm 15% cho họ nếu họ mua thứ gì đó trên trang web trong vòng 48 giờ sau chuyến ghé thăm.

Nhiều khả năng là bạn sẽ học được rất nhiều kinh nghiệm – vậy nên nếu không kiếm được cả đồng tiền ngay lập tức, đừng bỏ cuộc cho đến khi bạn đã chỉnh sửa một chút dựa trên điều đã học và thử lại lần nữa.

PHÁT TRIỂN VÀ BÁN KIẾN THỨC CỦA MÌNH

Bạn có biết cách làm một thứ gì đó mà người khác muốn làm? Dù cho đó là xây một ngôi nhà tí hon, tạo mẫu sơn móng tay, lập trình lại đài trên xe hơi hay bất cứ điều gì khác, bạn đều có thể đóng gói kiến thức đặc biệt của mình thành một hướng dẫn chi tiết để bán cho người khác. Chương trình này không nhất thiết phải ở dạng văn bản – bạn có thể cung cấp theo dạng video hay một hình thức truyền thông nào khác. Sau khi bạn hoàn thành, hướng dẫn này có tiềm năng trở thành một tài sản dài hạn và hái ra tiền chừng nào chủ đề vẫn còn phù hợp với hoàn cảnh cũng như vẫn có người sẵn sàng trả tiền để học.

MÔ HÌNH KINH DOANH: Tạo hướng dẫn từng bước chỉ cho khách hàng thấy chính xác cách thực hiện một việc gì đó.

TẠI SAO: Mọi người muốn học hỏi, và họ sẽ trả giá cao cho những tài liệu phù hợp.

CHI PHÍ BÌNH QUÂN ĐỂ BẮT ĐẦU: Thấp.

ĐỘ KHÓ ĐỂ BẮT ĐẦU: Thấp.

TIỀM NĂNG DÀI HẠN: Tùy thuộc.

KỸ NĂNG ĐÒI HỎI: Dạy học, tư duy logic và marketing (sau khi tài liệu được viết ra, bạn cần có cách để giới thiệu chúng!).

LỢI ÍCH: Tiềm năng có được một nguồn thu nhập hoàn toàn thụ động.

HẠN CHẾ: Nhiều khả năng khách không mua hàng, có thể khó cạnh tranh với các nguồn tài liệu miễn phí.

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC:

Xác định một chủ đề cho hướng dẫn của bạn. Càng cụ thể càng tốt.

Viết ra các thách thức chủ yếu mà người khác phải đối mặt khi tự mình thực hiện việc đó.

Viết ra từng bước mọi người cần làm theo để thực hiện thành công như hướng dẫn.

Nhận phản hồi về hướng dẫn bằng cách cho ai đó quan tâm đến lĩnh vực này xem. Hỏi họ xem còn câu hỏi nào nữa không và có phần nào cần làm rõ thêm không.

Khi hướng dẫn của bạn đã gần hoàn thiện, hãy viết một lời quảng cáo hấp dẫn cho nó, tập trung vào những lợi ích mà mọi người sẽ nhận được nếu mua và thực hiện theo hướng dẫn của bạn (kiểu như: “Bạn sẽ tiết kiệm được thời giờ và tiền bạc nếu biết nên dùng loại gỗ nào khi xây nhà trên cây.”).

Bán hướng dẫn của bạn tại nơi mà bạn lựa chọn: trên các chợ trực tuyến như eBay, Craigslist, hay trực tiếp thông qua trang web của bạn.

Liên hệ với một số người mua đầu tiên để đảm bảo rằng quá trình mua bán diễn ra thuận lợi.

Sau khi tiến hành bất cứ điều chỉnh cần thiết nào, chỉ việc khoanh tay chờ tiền đến!

BÁN ẢNH TRÊN CÁC TRANG WEB ẢNH BẢN QUYỀN

Nếu có gu thẩm mỹ, bạn có kiếm được tiền từ những tấm ảnh mình chụp – hay ít nhất là một vài tấm trong đó. Các trang bán ảnh bản quyền (còn được gọi là “microstock”) có hàng nghìn bức ảnh để bán cho các doanh nghiệp. Các trang này nhận ảnh từ một nguồn đa dạng gồm những nhiếp ảnh gia nghiệp dư cũng như chuyên nghiệp, những người sẽ được trả một phần doanh thu mỗi khi có ai

đó tải về tác phẩm của họ. Đây là một lĩnh vực khó khăn bởi đã có quá nhiều người tham gia, nhưng nếu bạn tìm được một hướng đi độc đáo thì nó có thể phát triển thành một dự án làm thêm tuyệt vời.

MÔ HÌNH KINH DOANH: Chụp ảnh và đăng lên các trang bán ảnh bản quyền.

TẠI SAO: Các doanh nghiệp luôn cần những tấm ảnh tốt và họ sẵn sàng trả tiền để có được chúng.

CHI PHÍ BÌNH QUÂN ĐỂ BẮT ĐẦU: Thấp (gần như bằng không nếu bạn có sẵn một chiếc máy ảnh tốt).

ĐỘ KHÓ ĐỂ BẮT ĐẦU: Trung bình.

TIỀM NĂNG DÀI HẠN: Trung bình.

KỸ NĂNG ĐÒI HỎI: Nhiếp ảnh, khả năng chú ý đến chi tiết.

LỢI ÍCH: Tiềm năng có được một nguồn thu nhập hoàn toàn thụ động.

HẠN CHẾ: Nhiều đối thủ cạnh tranh, khó trở nên nổi bật.

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC:

Tìm hiểu các trang microstock phổ biến nhất cho phép bạn đăng ảnh để bán. Mỗi trang có những điểm mạnh, điểm yếu riêng, và phần lớn đều có một lĩnh vực đặc trưng.

Chụp thật nhiều ảnh. Nhân nói đến việc chuyên môn hóa, bạn có hai cách để thắng cuộc chơi ảnh bản quyền: số lượng và tính độc đáo. Nhìn chung, việc chọn tập trung vào một hướng đi hay chủ đề cụ thể sẽ dễ dàng hơn trở thành “chúa ảnh cai trị tất cả”.

Đề ý xem những bức ảnh nào được mua nhiều nhất. Nhìn chung, ảnh chụp chân dung theo phong cách tự nhiên thường bán rất chạy.

Đề ý đến những chủ đề vẫn còn trống. Nếu bạn có thể thực hiện một thứ gì đó thực sự đặc biệt – gấu Bắc Cực ở Bắc Cực chẳng hạn – thì sẽ rất tốt.

Một khi bạn đã có một chiến lược, hãy tạo tài khoản và bắt đầu đăng hình. Đặt một mục tiêu mỗi ngày hay mỗi tuần cho mình, kiểu như năm bức ảnh mỗi ngày hay 25 bức mỗi tuần.

Dần dần, hãy xác định những gì có và không hiệu quả. Ảnh microstock có thể không phải con đường đến sự giàu sang, nhưng một số người đã tạo được một nguồn thu đáng kể và ổn định sau khi bắt đầu.

TẠO MỘT TRANG ĐĂNG KÝ THÀNH VIÊN

Bạn có đề ý thấy rằng ngày càng có nhiều nơi chuyển đổi sang hình thức trả tiền hàng tháng hoặc hàng năm? Đó là bởi họ thông minh – họ muốn được trả tiền hết lần này đến lần khác chứ không phải chỉ một lần duy nhất. Bạn cũng có thể được trả tiền nhiều lần giống như vậy nếu bạn tạo một trang đăng ký thành viên. Quy trình kỹ thuật cho việc này cũng không quá phức tạp. Khó khăn nằm ở chỗ thu hút và níu chân được khách hàng.

MÔ HÌNH KINH DOANH: Thiết lập một nguồn thu nhập đáng kể, ổn định thông qua dịch vụ đăng ký thành viên.

TẠI SAO: Mọi người đã quen với việc trả phí cho các dịch vụ hàng tháng, và vẫn sẽ trả cho chúng chừng nào bạn còn tạo ra được thứ có đủ giá trị.

CHI PHÍ BÌNH QUÂN ĐỂ BẮT ĐẦU: Tùy thuộc.

ĐỘ KHÓ ĐỂ BẮT ĐẦU: Trung bình.

TIỀM NĂNG DÀI HẠN: Cao.

KỸ NĂNG ĐÒI HỎI: Kiến thức kỹ thuật căn bản, quan hệ con người và hiểu biết về thứ gì đó đặc trưng đủ để làm nổi bật trang đăng ký thành viên của bạn.

LỢI ÍCH: Nguồn thu nhập đáng kể, ổn định!

HẠN CHẾ: Có khả năng bạn sẽ không muốn tiếp tục dự án kinh doanh này trong khi vẫn còn thành viên đăng ký, và một số khách hàng không muốn trả tiền hơn một lần có thể dị ứng với mô hình này.

TIẾN TRÌNH CÔNG VIỆC:

Đầu tiên và quan trọng nhất, hãy rõ ràng và cụ thể về dịch vụ của bạn. Bạn có thể cung cấp cho mọi người thứ gì vẫn hữu dụng hết lần này đến lần khác?

Chọn một nền tảng để quản lý việc đăng ký thành viên. Bạn sẽ cần đảm bảo rằng mình (a) cung cấp ổn định các nội dung mới hay khả năng tiếp cận liên tục với dịch vụ, và (b) thu phí thành viên đúng hạn.

Tạo nội dung để giới thiệu và hướng dẫn nhập môn cho trang đăng ký thành viên.

Cân nhắc một thời gian dùng thử miễn phí (hay với chi phí thấp) để thu hút thành viên tham gia.

Loan tin!

Làm tất cả những gì có thể để đem lại dịch vụ tuyệt vời cho thành viên sau khi họ đã đăng ký. Ấn tượng ban đầu

rất quan trọng: nếu họ ở lại sau vài tháng đầu, nhiều khả năng là họ sẽ ở lại mãi mãi.

Phụ lục 2

LÀM CÁCH NÀO ĐỂ THÔNG QUA MỘT Ý TƯỞNG VỚI 10 ĐÔ-LA VÀ MỘT TÀI KHOẢN FACEBOOK?

21

Bạn có 10 đô-la chứ? Bạn có tài khoản Facebook chứ? Tôi đoán khả năng trả lời “Có” cho cả hai câu trên phải đến 99% hoặc hơn. Nếu bạn có một ý tưởng lớn và muốn có những phản hồi thực tế (không chỉ từ bạn bè) trước khi tiếp tục, hãy thử tạo một quảng cáo và xem mọi người phản ứng thế nào. Không cần thiết phải thuê cả một biển quảng cáo ngoài trời – với Facebook bạn có thể bắt đầu trong chưa đầy một giờ và với chưa tới 10 đô-la.

Dưới đây là cách làm:

Viết một bài blog hay tạo một video ngắn về vấn đề mà dự án làm thêm mới của bạn sẽ giải quyết. Hãy đi sâu vào đó: mô tả xem vấn đề đó tác động nghiêm trọng thế nào đến cuộc sống của mọi người và vẽ ra một bức tranh tương lai nơi vấn đề đã được giải quyết. Ở phần cuối cùng, hãy đề cập đến giải pháp đầy hứa hẹn (ý tưởng của bạn!) và bao gồm một đường dẫn tới một trang đích, nơi mọi người có thể đăng ký để tìm hiểu thêm thông tin.

Tạo một trang Facebook dành riêng cho dự án tiềm năng này. Đăng lên từ ba đến năm đường dẫn, ảnh hoặc video có liên quan đến vấn đề bạn xử lý trước khi bắt đầu quảng cáo. Mục đích là để khi ai đó thấy quảng cáo của bạn và

nhấn vào, họ sẽ không thấy một trang Facebook hoàn toàn trống trơn.

Xác định những “người xem” quảng cáo đầu tiên của bạn. Trong quá trình thực hiện, bạn sẽ nhận được một chuỗi các câu hỏi để thu hẹp đối tượng người xem của mình. Vì mục đích này, số lượng người xem của bạn không nên vượt quá 50.000 người.

Dùng những khác biệt trong nhân khẩu học hay trong mối quan tâm chung để chọn ra nhóm đối tượng người xem thứ hai. Mục đích là để bạn có thể chạy quảng cáo cho hai nhóm người xem khác nhau để xem nhóm nào có phản ứng tốt hơn. Ví dụ, bạn có thể thử so sánh người xem nam với nữ, người có gia đình với người độc thân, người thích nhạc phim với người thích hip-hop, hay bất cứ cặp nào mà bạn muốn.

Viết một thông điệp hấp dẫn cho mẫu quảng cáo. Nếu phân vân thì cứ viết dài ra – những thông điệp ngắn thường quá chung chung hay chán ngắt. Bạn thậm chí còn có thể dùng mấy dòng đầu trong bài blog của mình cho quảng cáo này.

Tìm một bức hình đẹp để quảng cáo. Điều này rất quan trọng, bởi mọi người sẽ bị thu hút bởi hình ảnh ấn tượng. Bạn có thể tìm được vô số hình ảnh miễn phí trên mạng (hãy đảm bảo rằng nó thực sự miễn phí). Unsplash.com là một nguồn mà tôi thường sử dụng.

Đăng bài viết của bạn lên trang Facebook, chèn thông điệp quảng cáo phía trước đường dẫn. Nếu hình ảnh mà Facebook lựa chọn khác với mong muốn của bạn, bạn có thể dễ dàng thay đổi.

“Boost” (quảng bá) bài viết của bạn, lựa chọn đối tượng người xem mà bạn đã xác định trong bước 3. Bỏ ra 5 đô-la để boost trong 48 giờ.

“Boost” lại chính bài viết đó một lần nữa, lần này với đối tượng người xem thứ hai. Lại bỏ ra 5 đô-la nữa trong 48 giờ.

Sau khi đã tiêu 10 đô-la, bạn hãy nhìn vào các chỉ tiêu của mình. Quảng cáo đã được nhấn bao nhiêu lần và đối tượng người xem nào phản ứng tích cực hơn? Có bao nhiêu người nhấn vào đường dẫn tới trang đích của bạn? Bao nhiêu người thực sự đăng ký?

Khoảng 10% hoặc hơn số người xem bài viết của bạn nhấn vào đường dẫn trang đích thường được coi là một dấu hiệu tốt cho thấy rằng họ có quan tâm đến sản phẩm hay dịch vụ mà bạn đang dự tính cung cấp.

Phụ lục 3

VIẾT MỘT LÁ THƯ GỬI KHÁCH HÀNG LÝ TƯỞNG

Khi John Lee Dumas viết 1.300 từ về Jimmy, thính giả lý tưởng cho podcast của mình, anh đã nắm rõ những người mà mình muốn phục vụ. Mô tả này thậm chí còn bao gồm cả tên và tuổi của những đứa trẻ tưởng tượng nhà Jimmy, cách anh này tập luyện và những chương trình mà anh này xem trên ti vi mỗi khi đi làm về!

Bạn có thể không cần phải chi tiết đến mức đó, nhưng đừng bỏ qua phần quan trọng nhất: hiểu được khó khăn mà khách hàng lý tưởng (hay hiện thân) của bạn đang phải trải qua. Trong trường hợp của Jimmy, “niềm đau” nằm ở công việc. Mỗi ngày anh dành hàng giờ đồng hồ giam mình trong văn phòng, không tìm thấy bất cứ ý nghĩa gì trong công việc, nhưng vẫn phải làm để nuôi sống gia đình.

Nếu như bạn thấy khó để hiểu được hiện thân của mình ở mức độ như vậy, thì có một cách là hãy viết một lá thư thực sự, tập trung vào việc họ là ai và bạn có thể làm những gì để giúp đỡ họ.

Hãy tưởng tượng dự án làm thêm của bạn là bán quạt – loại cỡ lớn, cực mạnh ấy. Người thực sự cần chiếc quạt này là những công nhân làm việc trong kho, nhưng họ lại không phải là người có thể đưa ra quyết định mua hàng. Bởi thế, bạn quyết định cho hiện thân

của mình là quản lý hay ông chủ của một phân xưởng nhỏ nhưng phát triển nhanh, tọa lạc tại một nơi có khí hậu nóng bức. Dưới đây là những điều bạn có thể nói với người này:

Xin chào,

Anh có một doanh nghiệp phát triển, doanh số đang tăng nhanh. Để đáp ứng nhu cầu đó, anh tuyển thêm nhân công. Nhà kho của anh khá lớn, và vì thế nó cũng khó tản nhiệt, mà máy lạnh thì chắc chắn không phải là lựa chọn rồi. Trong ngày, anh để ý thấy rằng dù công nhân của mình cố gắng đến đâu, họ cũng đều mệt mỏi và kiệt sức vì cái nóng. Cũng chẳng mấy ngạc nhiên: Nóng thế cơ mà! Những chiếc quạt hiện tại đơn giản là không đủ.

Tôi hiểu cảm giác đó – hồi học đại học, tôi từng làm việc trong một nhà kho. Phần lớn công nhân ở đó không trụ được lâu trong mùa hè, dù họ là những người chăm chỉ.

Đó là lý do tại sao sau khi ra trường và làm một công việc khác, tôi dành tất cả thời gian rảnh rỗi của mình để thiết kế mẫu quạt trần tốt nhất thế giới. Những chiếc quạt này không rẻ, nhưng một khi sử dụng nó, anh sẽ nhận thấy sự khác biệt rõ rệt ngay lập tức.

Ngay từ ngày đầu tiên sử dụng quạt của tôi, công nhân của anh sẽ thấy khỏe khoắn và dễ chịu hơn. Công ty của anh sẽ giữ chân họ được lâu hơn và kiếm được nhiều tiền hơn. Quan trọng nhất, anh sẽ có thể tập trung vào việc phát triển công ty và không còn phải quan tâm đến cái nóng dai dẳng này nữa.

Liệu tôi có thể giúp anh được không?

Trân trọng,

Anh chàng bán quạt

Hãy chú ý đến một số yếu tố quan trọng trong bức thư:

Tôi biết bạn là ai. Tôi không phải một gã trời đánh nào đó. Tôi đã dành nhiều thời gian để tìm hiểu về tình huống đặc biệt của bạn.

Tôi hiểu nỗi khổ của bạn. Tôi đã ở đó! Tôi từng làm việc trong môi trường này và tôi hiểu được thách thức.

Tôi có giải pháp. Sau gần đây thời gian nghiên cứu, tôi đã phát triển được một mẫu quạt tốt hơn bất cứ mẫu mã nào khác ngoài kia.

Giải pháp hoàn toàn đáng đồng tiền bát gạo. Tôi không bán loại quạt giá rẻ, nhưng khoản đầu tư của bạn sẽ đem lại giá trị xứng đáng.

Hãy cân nhắc viết một lá thư như vậy cho khách hàng lý tưởng của bạn. Đối thoại trực tiếp với họ và thể hiện rằng bạn hiểu được nhu cầu của họ. Đề xuất một giải pháp và xây dựng mối quan hệ với nhân vật tượng tượng này. Càng hiểu nhiều về họ – và tất nhiên, về cách mà bạn có thể giúp họ, bạn sẽ càng dễ biến họ từ tượng tượng thành những khách hàng thực tế.

Phụ lục 4

MUA BẤT ĐỘNG SẢN CHO THUÊ VỚI 1.575 ĐÔ-LA TRẢ TRƯỚC

Trong thuở hồng hoang của các công việc làm thêm, phần lớn những gì bạn nghe về “nhiều nguồn thu nhập” chủ yếu liên quan đến bất động sản, đặc biệt là ý tưởng mua nhiều bất động sản và rồi cho thuê lại. Tôi vẫn chưa động gì đến lĩnh vực đó trong cuốn sách này, một phần là bởi người ta đã viết đầy ra rồi, phần khác bởi thực ra tôi cũng không quá rành về nó.

May mắn là tôi có một người bạn là chuyên gia trong ngành. Người bạn và chuyên gia này, Paula Pant, đã tạo một blog tên AffordAnything.com, tại đây cô thuật lại chuyển hành trình của mình trong lĩnh vực đầu tư bất động sản. Trong một loạt các bài viết chi tiết, cô công bố toàn bộ báo cáo thu nhập và chi phí từ mỗi bất động sản mỗi tháng.

Là một người hâm mộ và độc giả của cô suốt một thời gian dài, nhưng tôi cũng tự hỏi liệu hướng tiếp cận của cô có thể được lặp lại bởi những người bình thường vốn không có nhiều tiền đến thế hay không. Chẳng phải việc đầu tư vào bất động sản là quá khó khăn và tốn kém đối với phần lớn mọi người hay sao? Hơn nữa, chẳng phải lĩnh vực này cũng bị thổi phồng quá đà và đầy rủi ro sao?

Vậy là bắt đầu một cuộc trao đổi email giữa tôi và Paula, trong đó tôi nhờ cô làm rõ những thắc mắc này và giải thích hướng tiếp

cận khác thường của cô. Dưới đây là một phiên bản rút gọn, bổ sung với những gợi ý từ Paula:

HỎI: Nó thực ra là như thế nào? Tôi nghĩ đầu tư bất động sản không phải là một cách tốt để bắt đầu kinh doanh hay làm thêm?

ĐÁP: Sở hữu bất động sản cũng giống như du lịch vậy: phần lớn mọi người cho rằng nó đắt đỏ, nhưng thực ra thì nó có thể ít tốn kém hơn bạn nghĩ nhiều. Nếu đây là điều mà bạn thực sự muốn theo đuổi thì bạn hoàn toàn có thể.

Hãy bỏ qua những lời sáo rỗng này và xem xét những con số thực tế. Đầu tiên, hãy hiểu rằng bạn không cần phải sở hữu bất động sản ở sau nhà. Thay vào đó, có thể đầu tư vào những nơi có khả năng sinh lời cao, rồi cứ đi theo dòng tiền ở bất cứ nơi nào tiền đến. Tôi sống cách bất động sản cho thuê của mình đến hơn 3.000 km.

Tại nhiều vùng ở Mỹ và Canada, bạn có thể tìm được một bất động sản cho thuê tuyệt vời với giá chỉ trong khoảng 50.000 đến 100.000 đô-la. Thương vụ mới nhất của tôi là một trang trại, xây gạch, với bốn phòng ngủ và hai phòng tắm rười ở Atlanta, tôi mua với giá 46.000 đô-la, bán không. Tôi cũng vừa dành hai phút trên mạng và tìm được một căn hộ đơn cho một gia đình ở nơi tôi sống hồi nhỏ. Nó hiện được ra giá 45.000 đô-la, cũng là bán không.

Nếu đang sống trong khu vực có căn hộ bán giá thấp, bạn có thể đăng ký một khoản vay trợ cấp mua nhà của Chính phủ chỉ yêu cầu trả trước 3,5%. Với một căn nhà giá 45.000 đô-la, khoản trả trước chỉ là 1.575 đô-la. Tôi nghĩ bạn nên có thêm 2.000 đến 3.000 đô-la nữa trong tài khoản để phòng ngừa bất kỳ sự cố phát sinh nào. Tuy không được như các công ty khởi nghiệp 100 đô-la,

nhưng vẫn là rẻ hơn rất nhiều so với những gì mọi người thường nghĩ.

Cuối cùng, đừng ngộ nhận rằng ngân hàng và các tổ chức tín dụng là những nơi duy nhất cho vay thế chấp. Nhiều cơ sở cho vay cá nhân cũng có những khoản cho vay không cần tiền mặt trả ngay. Tôi đã dùng một cơ sở cho vay cá nhân như thế để mua căn nhà thứ ba, và dù phải trả lãi suất cao hơn – của tôi là 7% – tôi vẫn thu về khoảng 3.000 đô-la thu nhập thụ động từ đó, và vì thế cũng không phải tự móc tiền túi ra để chi trả.

HỎI: Vậy nghĩa là tôi nên mua bất động sản ở xa? Nếu tôi sống ở California, tôi nên mua ở Detroit?

ĐÁP: Ngớ ngẩn thật đấy. Nếu anh sống ở San Francisco, có sao đâu óc anh lại ngay lập tức phóng sang Detroit? Reno cũng chỉ cách đó khoảng 3 tiếng lái xe. Anh có thể lái xe đến đó vào sáng thứ Bảy, loanh quanh chơi buổi chiều rồi quay về vừa kịp để tới quán bar vào buổi tối.

Điều này cũng đúng với bất cứ thành phố lớn nào khác. Seattle chỉ cách Port Angeles vài giờ. Portland chỉ cách Boise vài giờ. L.A. chỉ cách Vegas bốn giờ. Manhattan chỉ cách Philadelphia vài giờ.

Ngoài ra, anh cũng không cần đi lại quá nhiều. Một lần là đủ để xem qua ngôi nhà trước khi hoàn tất hợp đồng. Nếu mọi chuyện đều êm xuôi và không mua phải một căn nhà cần sửa sang lại thì đây cũng là chuyến đi duy nhất anh cần thực hiện. Còn nếu mua một căn cần tân trang, anh sẽ cần thêm vài chuyến nữa để kiểm tra công việc của nhà thầu. Vậy thôi. Người quản lý bất động sản và nhà thầu sẽ lo liệu phần việc còn lại.

HỎI: Tuyệt! Vậy tôi nên làm gì tiếp theo?

ĐÁP: Dưới đây là ba gợi ý hàng đầu của tôi:

1. Đừng ngộ nhận rằng anh cần mua bất động sản đầu tư ở sân sau nhà mình. Cứ đi đến nơi tiền đến.

2. Mua theo dòng tiền, thay vì các dự đoán về giá nhà trong tương lai. Tôi thường hay nói rằng “đánh giá cũng chỉ là dự báo”. Anh không thể điều khiển được thị trường. Hãy tập trung vào những gì anh có thể kiểm soát và chọn một bất động sản tạo ra dòng tiền hiệu quả.

3. Nếu anh định tự mình xử lý mọi công việc như quản lý hay sửa sang lại bất động sản, hãy thực hiện phân tích trước như thể anh không định làm việc đó. Bằng cách này, anh có thể tách mình ra khỏi các trách nhiệm đó, thuê một người khác với mức giá hợp lý theo thị trường và lợi nhuận vẫn không mấy thay đổi.

TRANG DÀNH CHO NHỮNG AI THƯỜNG ĐỌC LỜI CUỐI CỦA TÁC GIẢ

Lẽ thường không phải lúc nào cũng thường gặp. Khi tôi mới giới thiệu kế hoạch năm tuần cho biên tập viên thì nó thực ra chỉ có bốn tuần thôi. “Anh có nghĩ chúng ta nên thêm vào một số bước nữa, nói về cách thức thực sự thực thi một ý tưởng không?” Cô hỏi. Thật là một ý tưởng hay! (Cảm ơn Talia nhé!)

Sau một hồi bàn cãi, “Thử, thử nữa, thử mãi” được quyết định lựa chọn để làm tiêu đề cho chương về thử nghiệm, thay cho “The booty doesn’t lie” (Chiến lợi phẩm không nói dối). Tác giả không đồng ý, chỉ ra những giá trị đạt được khi ăn theo văn hóa đại chúng, cũng như đề thay mặt cho những ai tự gán mình với, hay đơn giản chỉ là trân trọng, từ booty, nhưng cuối cùng đã không cãi lại được.

Không phải dự án làm thêm nào cũng lọt được vào bản thảo cuối cùng. Hết sức đáng tiếc, câu chuyện về một người cung cấp đồ sống cho người nuôi thần lằn đã bị xếp xó sau rất nhiều chỉnh sửa. Những nạn nhân khác còn bao gồm: thạch Jell-O không chất cộn, bộ dụng cụ để ngăn mòng biển làm tổ trên mái nhà (slogan: “Mòng biển bay biển!”) và một cái đồng hồ báo thức chích điện đầu ti.

Cũng không quá khi nói rằng tôi viết cuốn sách này cho những Độc giả Đỉnh nhất Quả đất. Tôi yêu thích việc viết cuốn sách này, nhưng tôi còn thích việc chờ xem bạn sẽ làm gì với những ý tưởng và hướng dẫn hơn. Giờ là phần dự án của bạn!

Chuyện đến đây vẫn chưa phải là hết...

TÀI LIỆU VÀ CÔNG CỤ MIỄN PHÍ

Tôi nhận được khá nhiều yêu cầu về những công cụ và tài liệu nhất định. Tôi đã đề cập đến một số trong cuốn sách rồi, nhưng ngoài ra vẫn còn những thứ khác – và đôi khi một đề xuất cụ thể có thể thay đổi theo thời gian. Để có được một danh sách cập nhật, hãy truy cập SideHustleSchool.com/resources.

Tại đây bạn sẽ tìm thấy:

Cách xây dựng trang web đầu tiên của mình trong 90 phút.

Nơi host trang web đó với giá chưa đầy 5 đô-la mỗi tháng.

Một bản dùng thử 30 ngày dịch vụ quản lý danh sách email để giúp bạn phát triển cơ sở người theo dõi.

Một bản dùng thử 21 ngày của Shopify (rất tuyệt cho việc bán các sản phẩm hữu hình).

Một bản audiobook miễn phí của cuốn Born for This, cuốn sách mới nhất của tôi (đi kèm với một tài khoản thành viên dùng thử của Audible).

Một con ngựa lùn miễn phí²².

Notes

←1. Nếu bạn không có sẵn ý tưởng nào thuộc loại này, hãy bắt đầu bằng việc bán một sản phẩm hay cung cấp một dịch vụ. Việc động não nghĩ ra nhiều ý tưởng cho hai loại công việc làm thêm ấy nhìn chung dễ dàng hơn. (Mọi chú thích trong cuốn sách này, nếu không có ghi chú gì thêm, đều là của tác giả.)

←2. Hãy vào trang SideHustleSchool.com để tải bảng tính miễn phí, có thể tùy biến các con số cho công việc làm thêm của mình. Còn khăn giấy thì tự chuẩn bị nhé!

←3. Dịch vụ trực tuyến cho phép người dùng thuê hoặc cho thuê nơi lưu trú ngắn hạn từ phòng khách sạn, chỗ nghỉ nhà dân, nhà cho thuê... (ND)

←4. Khi bắt đầu kiếm thêm, Jake đang có một công việc toàn thời gian, một bé con chín tháng tuổi, vợ anh cũng làm việc và đến trường cả ngày. “Không có lúc nào là thời điểm hoàn hảo để bắt đầu cả. Cứ bắt đầu thôi,” anh nói.

←5. Cái tên Fiverr xuất phát từ “fiver”, nghĩa là đồng 5 đô-la. (ND)

←6. Có thể bạn đã biết cách để được trả công cho công việc làm thêm của mình. Nếu vậy thì tốt quá! Bạn cứ thoải mái bỏ qua phần còn lại của bài học ngày hôm nay và chuyển sang ngày tiếp theo.

←7. Lời mời của Amanda là: “Tôi sẽ gửi cho bạn các công thức keto–paleo yêu thích của tôi mỗi tuần. Chỉ mười carb hoặc ít hơn!”

←8. Khi đang viết chương này, tôi nhận được một lời mời trên LinkedIn từ một người tự xưng là “cố vấn quảng trị”. Hãy nhớ luôn luôn kiểm tra lỗi chính tả trong trang giới thiệu bản thân trên mạng của bạn.

←9. Hãy chọn người dẫn dắt cẩn thận, và đừng nghe theo niềm tin phổ biến rằng tất cả mọi người đều cần có một người dẫn dắt. Nếu bạn đã biết việc mình muốn làm, bạn chỉ cần tìm hiểu cách để thực hiện việc đó.

←10. Trong cuốn sách mới nhất của tôi, Born for This (tạm dịch: Sinh ra vì điều này), tôi có chia sẻ câu chuyện về Dự án 100 người, một bài tập được sáng tạo bởi một chuyên gia tư vấn thương hiệu muốn cải thiện việc phân khúc khách hàng của mình. Cô xếp lịch cho một loạt các cuộc gọi 15 phút (vâng, với 100 người!) và đến khi dự án kết thúc, việc kinh doanh đã hoàn toàn thay đổi. Cuốn sách bao gồm bài tập hoàn chỉnh mà bạn có thể thử áp dụng theo cách của mình

←11. Số liệu chính xác rất khó tiếp cận. Các nghiên cứu cho thấy ít nhất cũng phải là một tỷ tỷ, nói đơn giản là rất nhiều tiền.

←12. Hai kiểu “bằng chứng xã hội” khác nhau, một yếu tố quan trọng trong nhiều quyết định mua hàng.

←13. Bài học cuộc sống: Nếu định bán linh hồn của mình, hãy đảm bảo rằng bạn bán được giá hời.

←14. Theo Wikipedia, Alex thu được tổng cộng 1.037.100 đô-la lợi nhuận quảng cáo.

←15. Về lâu dài, biết được mức “lương theo giờ” xấp xỉ kiếm được từ công việc làm thêm của mình là một điều tốt, nhưng bạn cũng có thể muốn phân biệt riêng thời gian chuẩn bị để bắt đầu với thời gian vận hành thực sự, bởi thời gian chuẩn bị để bắt đầu biến động khá đáng kể.

←16. Profit First (tạm dịch: Lợi nhuận trước) của Mike Michalowicz là một cuốn sách tuyệt vời cung cấp một cách khác để theo dõi tăng trưởng. Ý tưởng của Mike là phần lớn chúng ta đã quen nhìn vào tài khoản ngân hàng của mình, vì vậy chúng ta cũng nên phát triển một hệ thống theo dõi dựa trên thói quen đó.

←17. Andrew quả thực đã tìm thấy tiền dưới đá theo nghĩa đen.

←18. Để tìm hiểu thêm thông tin, bao gồm cả một bản thảo hoàn chỉnh với mười tin nhắn, bạn hãy truy cập vào trang SideHustleSchool.com.

←19. Hãy nhớ đọc qua các quy định và điều khoản tại khu vực của bạn trước khi thực hiện. Một số thành phố thoải mái với hình thức kinh doanh này hơn các thành phố khác.

←20. Cứ nhớ là giảm giá, khuyến mãi đặc biệt và những cụm từ tương tự có thể kích thích mua sắm ngay cả khi mức giá thực ra chẳng mấy khác biệt so với bình thường. Người mua luôn thích khuyến mãi!

←21. Để soạn ra bài học này, tôi đã dựa vào những thông tin từ Claire Pelletreau, một chuyên gia trong lĩnh vực quảng cáo trên Facebook. Để hoàn tất phân tích này mất khoảng chừng một tiếng, nhưng đối với rất nhiều dự án làm thêm, chúng rất đáng giá. Để học hỏi thêm từ Claire, bao gồm cả ảnh chụp màn hình hướng dẫn chi tiết cách thực hiện, hãy vào trang SideHustleSchool.com/claire.

←22. Chú ý: Con ngựa lùn có thể không có tại tất cả các thị trường, nhưng có thể có những thứ khác! Tôi muốn đảm bảo rằng bạn cảm thấy được hỗ trợ hết mức trong hành trình làm thêm của mình.