

CHINH PHỤC SỰ HỒN LOẠN

LÀM THẾ NÀO PHÁT TRIỂN
MỘT DOANH NGHIỆP NHỎ
THÀNH CÔNG
mà không bị
Phát điên

Clate Mask
Scott Martineau

— Sáng lập Infusionsoft —

Nguyễn Quang Ngọc và nhóm Con Bão Triệu Phú dịch



NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



CON BÃO TRIỆU PHÚ
Thuận theo tự nhiên - Thành công bền vững

LỜI GIỚI THIỆU

Tôi viết những dòng này khi đang ngồi ở phòng chờ tại Sân bay Quốc tế Quảng Châu - Trung Quốc, trên hành trình bay từ Mỹ về Việt Nam sau khi tham dự sự kiện ICON tại Phoenix Arizona cùng với gần 3.000 chủ doanh nghiệp nhỏ đến từ khắp nơi trên thế giới được tổ chức bởi Infusionsoft Inc - một công ty cung cấp các giải pháp công nghệ hàng đầu về CRM, Marketing và Sales Automation cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Và người sáng lập của công ty cũng đồng thời là tác giả của cuốn sách này.

Trải qua gần 10 năm dấn thân vào kinh doanh tôi nhận ra rằng xây dựng và phát triển một doanh nghiệp thành công là ước mơ, khao khát, quyết tâm của rất nhiều doanh nhân. Tuy nhiên, trong số hàng chục, hàng trăm, thậm chí hàng triệu người khởi nghiệp có bao nhiêu người thực sự đạt được ước mơ của họ. Trộn vụn và thoải sức đam mê. Không nhiều!

Vậy kinh doanh không lẽ lại khó đến thế và chìa khóa nào để đạt được thành công. Là doanh nghiệp nhỏ, những doanh nhân đôi khi không biết được mình cần phải làm gì và làm thế nào cho đúng.

Và, dù với mục đích gì đi chăng nữa thì lý do để khiến chúng ta bắt đầu một doanh nghiệp luôn là:

- Tài chính
- Thời gian
- Sự chủ động
- Ý nghĩa cuộc sống

Vì những điều này, các chủ doanh nghiệp đã rất nỗ lực, chăm chỉ, tìm tòi học hỏi và áp dụng mọi giải pháp để đạt được thành công trong công việc kinh doanh của họ.

Đã có rất nhiều diễn đàn, hội nghị, hội thảo đề cập đến những kiến thức cần trang bị cho các chủ doanh nghiệp, từ CEO, Marketing, Nhân sự, Tài chính, Chăm sóc khách hàng, huy động vốn,... nhưng dường như vẫn không đủ. Các chủ doanh nghiệp mặc dù học rất nhiều, áp dụng rất tốt các chiến lược tuy nhiên dường như vẫn chưa đạt được sự trọn vẹn trong hành trình kinh doanh của họ.

Một ngày, tôi nhận ra được rằng: Bản chất của việc xây dựng thành công một doanh nghiệp nhỏ là đi vào quản lý sự “Hỗn Loạn”. Phải, sự hỗn loạn là nhân tố của tự nhiên mà tôi được học từ những ngày còn ở giảng đường đại học. Tôi đã không biết rằng “Tham số Hỗn Loạn” này lại thường trực, hiện diện, phát triển trên từng bước đi của chủ doanh nghiệp và có thể làm cho chủ doanh nghiệp gặp thất bại bất cứ khi nào. Và

chìa khóa để thành công của các chủ doanh nghiệp trên hành trình kinh doanh này không gì khác chính là: Chinh Phục Sự Hỗn Loạn.

Tương tác với hàng nghìn doanh nghiệp Việt Nam và các doanh nghiệp ở nước ngoài, đặc biệt trong giai đoạn của cuộc cách mạng 4.0 trong kinh doanh ngày nay, điều tôi nhận thấy nguyên nhân dẫn đến sự hỗn loạn trong các doanh nghiệp nhỏ chính là sự Mất Kết Nối giữa các bộ phận, thiếu kiểm soát đồng bộ các hoạt động và từ đó Không Giải Quyết Triệt Để các vấn đề kèm theo, không thấy được bức tranh phát triển thực của doanh nghiệp.

Để làm được việc này hoặc là bạn cần có một chiến lược đúng đắn, một hệ thống công cụ đủ mạnh để tạo ra sự kết nối trong doanh nghiệp của bạn. Và việc của bạn như một người thuyền trưởng ngồi trong buồng lái và lái con tàu của mình một cách hiệu quả.

Những điều đó được Clate Mask và Scott Martineau là hai nhà đồng sáng lập của Infusionsoft đúc kết thành những chiến lược hiệu quả thông qua quá trình làm việc với hàng chục nghìn chủ doanh nghiệp thành công trên khắp thế giới. Những kiến thức đó sẽ được trình bày trong cuốn sách này giúp bạn có thể học được chìa khóa quan trọng để thành công trong kinh doanh. Và bây giờ, bạn chỉ cần đọc cuốn sách này và áp dụng nó.

Tôi cảm thấy mình vô cùng may mắn được là người trực tiếp phụ trách phát hành cuốn sách này đồng thời cũng là đối tác của Infusionsoft tại Việt Nam. Trong suốt quá trình làm việc với đội ngũ hỗ trợ của Infusionsoft chúng tôi đã học được rất nhiều bài học về quản trị và phát triển một doanh nghiệp nhỏ thành công.

Cuốn sách sẽ không thể ra mắt được độc giả nếu thiếu đi sự tâm huyết của các tác giả, đồng sáng lập và điều hành Infusionsoft Inc: Clate Mask và Scott Martineau. Sẽ khó có thể hiểu được chìa khóa để một doanh nghiệp phát triển nhưng không hỗn loạn nếu thiếu những trải nghiệm trong quá trình làm việc với Kirk Masters - phụ trách vùng của Infusionsoft, sự làm việc chuyên nghiệp không mệt mỏi của người vợ tuyệt vời của tôi Nguyễn Thị Thanh Hương, đội ngũ phiên dịch và biên tập do chị Lisa Trương và anh Long Sơn phụ trách. Kèm theo đó là sự hỗ trợ của Nhà xuất bản Wiley đã nhiệt tình ủng hộ và tạo điều kiện để chúng tôi có thể phát hành cuốn sách này ở phiên bản tiếng Việt. Ngoài ra, cuốn sách cũng sẽ không thể hoàn thành nếu thiếu ê-kíp của Cơn Bão Triệu Phú, hàng chục khách hàng đầu tiên đã tiên phong trải nghiệm giải pháp Infusionsoft và con đường chinh phục sự hỗn loạn. Và quan trọng hơn, cuốn sách sẽ không thể ra đời nếu không có hàng trăm nghìn chủ doanh nghiệp nhỏ ở ngoài kia đang sẵn sàng đương đầu chinh phục sự hỗn loạn. Cuốn sách này ra đời là để bạn - những chủ doanh nghiệp nhỏ đạt được thành công.

Love

Nguyễn Quang Ngọc
Sáng lập Cơn Bão Triệu Phú
Đối tác của Infusionsoft tại Việt Nam

Gửi tặng Charisse và Andree
vì tất cả sự ủng hộ, tình yêu và thấu hiểu

MỤC LỤC

Lời tựa	xi
Lời mở đầu	xv
Lời cảm ơn	xxiii

Phần I	Hành Trình Tìm Kiếm Sự Tự Do	1
1	Cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp	3
	Con Đường Dẫn Đến Cuộc Cách Mạng	6
	Các Cấp Bậc Tự Do	17
2	Dấn Thân, Hỗn Loạn	27
	Câu Chuyện Infusionsoft	32
	Dấu Hiệu Của Sự Hỗn Loạn	38
	Nguyên Nhân Của Sự Hỗn Loạn	44
3	Phát Triển Hay Là Chết	51
	Tư Duy Phát Triển	54
	Tại Sao Các Doanh Nghiệp Lựa Chọn Không Phát Triển	57
	Kịch Bản #1: Bạn Không Muốn Phát Triển Kinh Doanh	58
	Kịch Bản #2: Bạn Đang Phụ Thuộc Vào Giới Thiệu Truyền Miệng Và Khách Hàng Quay Lưng Lại	59
	Kịch bản #3: Bạn Tin Rằng Bạn Sẽ Tự Mình Tìm Ra Giải Pháp	60

Kịch Bản #4: Bạn Tự Tay Làm Tất Cả Mọi Thứ	62
Những Chiến Lược Phục Vụ Sự Hỗn Loạn	63

Phần II	Chiến Lược Tư Duy: Đặt Được Sự Cân Bằng	67
---------	--	----

4	Nguồn Vốn Cảm Xúc	69
	Tài Khoản Ngân Hàng Vốn Cảm Xúc Của Bạn	72
	Ký Gửi Vào Tài Khoản Ngân Hàng Cảm Xúc	75
	Kiểm Tra Nguồn Vốn Cảm Xúc Của Bạn	87
5	Tinh Thần Lạc Quan Có Kỷ Luật	89
	Ba Thành Tố Của Lạc Quan Có Kỷ Luật	94
	Cơ Hội Để Luyện Tập Tinh Thần Lạc Quan Có Kỷ Luật	99
	Những Cách Thực Tế Để Trau Dồi Sự Lạc Quan Có Kỷ Luật	105
	Tinh Thần Lạc Quan Có Kỷ Luật Và Đam Mê	107
6	Tinh Thần Độc Lập Của Doanh Nhân Khởi Nghiệp	111
	Lời Khuyên Bạn Nhận Được	114
	Đối Mặt Với Thách Thức Của Sự Độc Lập	118
	Lợi Ích Của Sự Độc Lập	125

Phần III	Chiến Lược Hệ Thống: Kiểm Soát Tốc Độ	133
----------	--	-----

7	Tập Trung Hóa	135
	Sự Cần Thiết Của Tập Trung Hóa	138
	Sự Hỗn Loạn Do Sử Dụng Nhiều Hệ Thống	140
	Sự Khó Khăn Của Những Hệ Thống Rời Rạc	142
	Giá Trị Của Những Hệ Thống Tốt	148
	Quy Trình Tập Trung Hóa	151

8 Chăm Sóc Khách Hàng	159
Nguyên Tắc Marketing Bị Bỏ Quên Nhiều Nhất	162
Thiếu Chăm Sóc Khách Hàng Tạo Nên Sự Hỗn Loạn Như Thế Nào?	165
Vì Sao Việc Chăm Sóc Khách Hàng Bị Thất Bại	169
Những Lợi Ích Của Việc Chăm Sóc	173
Khoa Học Đằng Sau Việc Chăm Sóc Hiệu Quả	176
9 Sự Tự Động Hóa	181
Từ Thủ Công Đến Tự Động	184
Điều Bạn Có Thể Và Nên Tự Động Hóa	190
Một Câu Chuyện Về Tự Động Hóa	197
Phần IV Tìm Kiếm Sự Tự Do Của Bạn	201
10 Đừng Để Trượt Dốc	203
Ảo Tưởng Của Làm Việc Chăm Chỉ Và Nỗ Lực Trong Thời Gian Dài	207
Kiểm Soát Niềm Đam Mê Của Bạn	210
Niềm Tin Rằng Doanh Nghiệp Của Bạn Sẽ Thất Bại Khi Không Có Bạn	212
11 Khi Doanh Nhân Được Giải Phóng	215
Tiến Lên Cấp Bậc Tự Do Cao Hơn	218
Từ Bỏ Sự Hỗn Loạn	223
Trang Phụ Lục: Nguồn Tham Khảo Cho Doanh Nghiệp Nhỏ	227
Tư Liệu Tham Khảo	229
Về Tác Giả	231
Nguyễn Quang Ngọc	233

LỜI TỰA

Chúng ta có thể mạnh dạn sử dụng từ *Thảm họa* để mô tả những gì diễn ra khi một người, trong sự hưng phấn mạnh mẽ, quyết định bắt đầu việc kinh doanh. Trong quyển sách này, Clate Mask và Scott Martineau kể lại một trong những câu chuyện hùng hồn nhất mà tôi đã từng được nghe.

Không những thế, những người bạn tuyệt vời này của tôi, cả hai đều là những doanh nhân tràn đầy đam mê, sẽ kể câu chuyện của họ một cách thuyết phục đến độ những người đọc như bạn chắc chắn sẽ phải áp dụng cho mình những điều mà Scott và Clate đã học cách để làm cho chính họ, cho hàng nghìn khách hàng của họ và những người vui vẻ, nhiệt huyết và tận tụy đang làm việc tại Infusionsoft, một công ty tuyệt vời và không ngừng phát triển, để vượt qua sự hỗn loạn, định hình lại cuộc chơi, theo đuổi những điều dường như là không thể, và thành công ngay cả trong những thời điểm tồi tệ nhất khi nền kinh tế để lại những ảnh hưởng lớn đến hàng nghìn doanh nghiệp lớn và nhỏ.

Scott và Clate đã thực sự vượt qua nó.

Với cam kết phát triển và trở thành doanh nghiệp nhỏ dẫn đầu thế giới trong mô hình kinh doanh của mình, hai chàng trai đang không ngừng nỗ lực này chắc chắn đã tạo ra một hình mẫu để chúng ta noi theo.

Clate và Scott chia sẻ, những bi kịch mà hầu hết các doanh nghiệp nhỏ phải gánh chịu khi thất bại, lẽ ra là không nên có.

Có nhiều cách chinh phục sự hỗn loạn. Trong đó có những cách có vẻ điên rồ. Có những hệ thống cần được triển khai - trong việc thu thập thông tin khách hàng tiềm năng, chuyển đổi thành người mua hàng, đào tạo con người, và nhiều hơn thế nữa. Khi những hệ thống này được sáng tạo ra và triển khai, những bài học mới được tiếp thu. Những bài học mà Scott và Clate không ngừng nhắc đến trong cuốn sách này, họ nói về chúng hết sức nhiệt huyết, như hai đứa trẻ khám phá ra một trò chơi hay một món đồ chơi mới, đến nỗi bạn sẽ tự hỏi tại sao bạn lại chưa bao giờ nghĩ đến chúng.

Và đó là một trong những lý do tôi thích quyển sách này. Không chỉ đơn giản là một câu chuyện kinh doanh như những câu chuyện chúng ta đã từng biết tới. Đây là một bản hướng dẫn tâm huyết của hai doanh nhân đầy mạo hiểm, hai người đã dành hầu như tất cả thời gian của mình để xây dựng nên, và chứng nào những điều đó còn chưa hiệu quả, họ sẽ lại xem xét nó và tiếp tục công việc của mình.

Khi đọc cuốn sách này cùng tôi, bạn sẽ thấm những bài học và hướng dẫn mà Scott và Clate đã truyền tải thông qua những trang sách. Bằng ngôn từ của mình, họ đã kể cho chúng ta những sai lầm mà họ đã mắc phải, những lỗi thật sự lớn, chứ không chỉ là những điều nhỏ nhặt, những lỗi mà có thể khiến doanh nghiệp của bạn có thể phá sản trong chớp mắt.

Vâng, cuốn sách này là thật.

Và đó chính là lý do vì sao nó lại hay đến vậy.

Bởi vì, thậm chí khi đang đọc cuốn sách này, câu chuyện vẫn đang tiếp tục diễn ra hàng ngày tại Arizona nơi Infusionsoft khởi đầu mỗi buổi sáng bằng cách xem xét lại chính mình. Hôm qua chúng ta đã làm việc ra sao? Mọi người tại Infusionsoft hỏi. Làm thế nào để chúng ta tốt hơn hôm nay? Họ đều thắc mắc. Đây là lý do cuốn sách này sẽ làm bạn bất ngờ. Đây là một câu chuyện “sống”. Nó không phải là câu chuyện đã kết thúc từ lâu rồi. Câu chuyện sẽ vẫn tiếp tục trong lúc chúng ta nói, và để lại những câu hỏi chưa có lời đáp: Liệu Scott và Cate có làm được điều đó không? Liệu câu chuyện sẽ kết thúc thật hoành tráng hay trong thâm lặng? Đây không phải là cuốn sách về người khổng lồ IBM. Đây là cuốn sách về một start-up trẻ, đang trên đường tiến đến sự vĩ đại hay thảm họa. Và tôi cam đoan rằng là bạn cũng như tôi sẽ thấy rằng không hề phí tiền khi mua quyển sách này.

Scott và Cate đã khám phá ra một thứ gì đó rất lớn. Đây được gọi là tinh thần doanh nhân, và đó chính là điều đã làm nên đất nước của chúng ta, và vẫn đang kiến tạo nên đất nước ngay khi chúng ta đang nói về chúng.

—Michael E. Gerber

Nhà sáng lập, Michael E. Gerber Companies,
Origination, The Dreaming Room;

Tác giả sách the E-Myth books và

The Most Successful Small Business in the World

(*Tạm dịch* Doanh nghiệp nhỏ thành công nhất trên thế giới)

LỜI MỞ ĐẦU

7 năm trước, chúng tôi thấy mình đang bị bao vây bởi sự hỗn loạn và nỗi lo rằng liệu công ty của chúng tôi có thể phát triển được hay không. Một điều chắc chắn rằng, chúng tôi có trong mình ước mơ tìm kiếm sự tự do của những doanh nhân khởi nghiệp, nhưng cùng lúc đó, chúng tôi cũng đang phải cố gắng tìm kiếm ánh sáng cuối đường hầm.

Đó là vào tháng 8 năm 2002, công ty phần mềm tùy chỉnh của chúng tôi nhận được một cuộc điện thoại thú vị. Lúc đó là 5:00 chiều thứ Sáu và bốn chúng tôi chuẩn bị kết thúc một tuần làm việc. Chúng tôi đặt pizza và khi vừa nhận được thì có chuông điện thoại reng. Chúng tôi không hề muốn nói chuyện với ai. Thế nhưng, chúng tôi cần doanh số, nên Clate đã bắt máy.

Ngay khi anh ấy liên thoảng chào hỏi thì người đàn ông bên đầu dây kia la lên: “Tôi *đau* quá! Giúp tôi với!”. Sau đó im bặt.

Đầu óc Cate lúc đó quay cuồng với những câu hỏi. Liệu đây có phải là trò chơi khăm? Liệu người đàn ông kia có biết số mà ông ta vừa gọi tới? Liệu đây có phải là khách? Cate có thể làm gì khi người khác đang đau? Liệu rằng có nên gọi bác sĩ?

Cuối cùng, Cate đã hiểu được vấn đề của người đàn ông ấy. Người gọi điện là Reed Hoisington đang tìm kiếm một chương trình phần mềm có thể giúp ông ấy quản lý hiệu quả các thông tin liên hệ của mình. Ông cố gắng chăm sóc những khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại của mình, nhưng lại phạm rất nhiều sai lầm.

Trong một ngày, Reed đã bất cẩn gửi nhầm một lời chào hàng đặc biệt với giá ưu đãi cho một nhóm khách hàng bao gồm cả những khách hàng đã mua sản phẩm đó với giá không được giảm. Họ nổi giận, yêu cầu được hoàn tiền và Reed đã phải chịu “một vố đau”.

Mĩa mai thay, ngày mà Reed gọi đến đó, chúng tôi cũng đang ăn một vố đau. Chúng tôi đang gặp vấn đề với việc tìm kiếm khách hàng mới và điều đó ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống gia đình chúng tôi và rất có thể chúng tôi sẽ phải đối mặt với việc đóng cửa công ty.

Nhưng, mặc cho những thách thức mà chính mình đang gặp phải, chúng tôi học được vài bài học cực kỳ quan trọng; những bài học có giá trị lớn đến mức, nếu học được chúng, những chủ doanh nghiệp nhỏ có thể giải thoát mình khỏi sự hỗn loạn mà lúc đó chúng tôi đang bị đắm chìm trong nó. Đó là mục đích chính của cuốn sách này.

Như vậy - nếu bạn đang phát triển công ty của mình, hoàn toàn hài lòng với nó và đang tận hưởng cuộc sống, thì thật tuyệt! Bạn có thể dừng đọc cuốn sách tại đây. Nếu bạn cảm thấy đã nhận được mọi điều bạn mơ ước từ doanh nghiệp của mình, cuốn sách này không dành cho bạn.

Cuốn sách này dành cho những doanh nhân khởi nghiệp với mong muốn đạt được sự tự do, nhưng điều họ nhận được lại là

sự hỗn loạn, thay vì:

- Nhiều *Thời gian* hơn với gia đình
- Nhiều *Tiền* hơn
- *Chủ động* hơn để sống cách sống họ mong muốn
- Sự hài lòng khi đạt được *Mục đích sống*

Cuốn sách này dành cho những doanh nhân cảm thấy đang bị kiểm soát, bị giam cầm, bị bào mòn bởi chính việc kinh doanh của họ.

Nếu bạn hoàn toàn đồng ý hay thậm chí đồng ý một cách miễn cưỡng rằng điều này chính là tình trạng của bạn, thì chúng tôi muốn nói với bạn điều này: bạn không phải là người duy nhất đâu. Phần lớn những chủ doanh nghiệp nhỏ đang chống chọi với những khó khăn chỉ để giữ cho doanh nghiệp tồn tại được. Thật sự thì, hầu hết chúng ta có khuynh hướng kết bè lại để cùng tồn tại, chờ đợi một cuộc sống đáng sống, giả vờ vui vẻ khi chúng ta ngày càng có nhiều trở ngại trong việc kinh doanh của mình.

Hãy để chúng tôi giải thích thêm. Vài năm trước, chúng tôi trên đường đi diễn thuyết với những nhóm doanh nhân lớn ở Los Angeles, Chicago, New York, và Orlando.

Mỗi cuộc nói chuyện, chúng tôi đều hỏi khán giả một câu hỏi giống nhau: “Bao nhiêu người trong các bạn hài lòng với doanh nghiệp nhỏ của mình?”

Trong 1.574 chủ doanh nghiệp nhỏ, chỉ có 3 người giơ tay. 3. Đúng vậy, 3! Vài người trong số những người tham dự đã điều hành doanh nghiệp hơn 20 năm nay.

Chuyện gì đang xảy ra thế này? Tại sao lại có nhiều người làm kinh doanh vì bản thân mình nếu họ không có được sự hài lòng từ việc đó?

Sau một thời gian suy nghĩ, chúng tôi nhận ra mình đã biết được câu trả lời cho câu hỏi đó. Bởi vì, khi làm việc với hàng

chục nghìn chủ doanh nghiệp nhỏ, chúng tôi cũng cảm nhận được sự sợ hãi, đau đớn, lo lắng, và căng thẳng trong việc điều hành doanh nghiệp. Chúng tôi cũng cùng chung hoàn cảnh ấy. Và cùng nhau, chúng tôi đã trải nghiệm những điều mà chỉ những doanh nhân khởi nghiệp mới có thể hiểu.

Những câu trả lời cho câu hỏi “Bạn có đang hài lòng không?” cứ quẩn quanh trong đầu chúng tôi. Vậy nên chúng tôi đã hình thành thói quen hỏi câu đó bất cứ khi nào có thể. Càng hỏi nhiều, chúng tôi càng biết thêm nhiều sự không hài lòng của các chủ doanh nghiệp và biết thêm càng nhiều để viết nên cuốn sách này, giúp đỡ các chủ doanh nghiệp nhỏ trên toàn thế giới.

TẠI SAO CHÚNG TÔI KỂ CÂU CHUYỆN NÀY?

Chúng tôi yêu những nhà doanh nhân. Chúng tôi yêu thích sự bền bỉ, tham vọng, đạo đức trong công việc, sự đổi mới và sáng tạo. Chúng tôi yêu việc họ có can đảm để gạt sang một bên nỗi sợ hãi và đối mặt với sự phê bình để bước ra làm một cái gì đó táo bạo, liều lĩnh có thể tạo ra rất nhiều giá trị, mang niềm vui cho tâm hồn họ, tạo ra cơ hội cho chính họ và những người làm việc cho họ.

Chúng tôi yêu những nhà doanh nhân! Và chúng tôi *ghét* chứng kiến họ thất bại. Chúng tôi ghét phải thấy cánh cửa đóng lại trước mặt họ. Chúng tôi ghét thấy họ mất đi niềm hy vọng. Chúng tôi ghét thấy sự tự tin của họ bị đè bẹp, tài chính của họ suy sụp và những mối quan hệ của họ tan vỡ. Và chúng tôi ghét phải chứng kiến ngọn lửa sáng tạo của họ bị dập tắt bởi những dòng nước xối xả của thực tế khắc nghiệt.

Chúng tôi ghét nó - Bởi vì chúng tôi cũng đã từng như thế và cảm thấy sự kết nối sâu sắc với các doanh nhân khi họ phải đấu tranh mỗi ngày để tìm sự tự do của mình.

Bạn thấy đấy - phần lớn sau khi tốt nghiệp đại học, chúng ta

tự thấy mình nằm ngay trong sự hỗn loạn của chính chúng ta. Những sự hỗn loạn thật sự. Sự hỗn loạn đang bóp chặt lấy các chủ doanh nghiệp nhỏ trên toàn thế giới. Chúng tôi tham gia vào lực lượng các công ty khởi nghiệp về phần mềm máy tính, và bắt đầu sống với sự đau đớn và những khó khăn mà những doanh nhân thường xuyên phải đối mặt. Chẳng bao lâu, chúng tôi đã bị đánh bại và từ đó nắm được câu trả lời.

May mắn, chúng ta có một ưu thế to lớn. Vào năm 2003, công ty chúng tôi chuyển đổi từ một doanh nghiệp phần mềm tùy chỉnh thành một công ty cung cấp sản phẩm tiêu chuẩn cho các doanh nghiệp. Chúng tôi phát triển phần mềm tự động hóa bán hàng, marketing, quản lý khách hàng và các quy trình thanh toán cho các chủ doanh nghiệp nhỏ. Lợi thế của chúng tôi là may mắn được làm việc với các doanh nhân tuyệt vời - thật sự là hàng trăm trong số họ - trong quá trình tạo ra phần mềm này. Phần mềm của chúng tôi tiết kiệm thời gian cho họ và giúp họ kiếm thêm tiền mà không cần trả thêm chi phí hay thuê thêm nhân viên. Kinh nghiệm, góp ý, và sự giúp đỡ của họ là vô giá trong việc phát triển sản phẩm của chúng tôi. Và chúng tôi học hỏi nhiều điều về thành công của những doanh nghiệp nhỏ trong quá trình làm việc với những doanh nhân này.

Sau đó, có một hiện tượng đã xảy ra - Chúng tôi bắt đầu sử dụng chính phần mềm của mình cho công việc kinh doanh của chúng tôi! Một khi chúng tôi làm điều đó, mọi thứ dường như sáng tỏ. Chúng tôi có một thứ rất tuyệt vời. Và hơn thế nữa, chúng tôi phát hiện ra những chiến lược chinh phục sự hỗn loạn và đạt được những ước mơ chúng tôi suy từ bỏ.

Sau đó, chúng tôi nằm ở vị trí vàng để học cách chiến đấu và chinh phục sự hỗn loạn của việc sở hữu doanh nghiệp. Chúng tôi ngày càng làm việc với nhiều doanh nhân và hiểu được lý do tại sao sự hỗn loạn tồn tại và làm thế nào để chống lại nó.

MỘT CUỘC SỐNG TỐT HƠN CHO CÁC CHỦ DOANH NGHIỆP NHỎ

Ngoài kinh nghiệm của chính mình, những năm tháng tương tác với các chủ doanh nghiệp nhỏ đem đến cho chúng tôi vài đúc kết đơn giản nhưng quan trọng. Chúng tôi thấy những sai lầm giống nhau được lặp đi lặp lại. Chúng tôi thấy các công ty nổi tiếng cuối cùng phải đóng cửa. Và, chúng tôi quan sát các công ty khác tăng trưởng đột biến mà không có lý do rõ ràng.

Những gì chúng tôi học được là các chiến lược chinh phục sự hỗn loạn và phát triển một doanh nghiệp thành công không phụ thuộc vào ngành nghề, công ty hay chủ doanh nghiệp. Thành công đến từ việc thực hiện những bước đi đơn giản, lặp đi lặp lại và được lên kế hoạch trước. Nhưng không phải những bước đi tùy tiện, mà phải là những bước đi đúng.

Cuối cùng, những chiến lược này trở thành một phần cốt lõi trong công ty của chúng tôi. Chúng đã trở thành nguồn lực thúc đẩy, hiện thực hóa tất cả những gì chúng tôi mơ ước mang đến cho những doanh nhân khởi nghiệp. Chúng tôi phát triển và điều chỉnh những chiến lược đó hàng năm trời để chúng có thể cung cấp những giá trị tốt nhất cho doanh nhân khởi nghiệp.

CÁCH MÀ QUYỂN SÁCH NÀY SẼ DẪN ĐƯỜNG BẠN ĐẾN TỰ DO

Quyển sách này không chứa đựng những nghiên cứu lý thuyết và khó hiểu. Mỗi chiến lược trong sáu chiến lược này, và tất cả những ví dụ cùng những câu chuyện đều được lấy ra từ thực tế. Chúng tôi chứng kiến tính thực tế của sáu chiến lược này mỗi ngày. Và chúng tôi chứng kiến trong sự thích thú việc các công ty học được những nguyên lý cơ bản này, áp dụng chúng và tận hưởng thành công từ đó.

Ba chương đầu tiên của cuốn sách này bao gồm câu chuyện thực tế của việc sở hữu doanh nghiệp nhỏ. Chúng bao gồm hành trình tìm kiếm sự tự do, nỗi sợ hãi, sự đau đớn, cảm giác choáng ngợp và những đấu tranh với cảm xúc. Đó là sự nhượng bộ mà các doanh nhân buộc phải trải qua. Đó là câu chuyện về sự bỏ rơi của gia đình, nợ nần và những mối quan hệ hợp tác không thành. Nhưng đó cũng là câu chuyện về sự hỗn loạn đã xảy ra như thế nào và làm sao để chống lại chúng.

Trong Chương 1, chúng ta sẽ học được tại sao hàng triệu cá nhân lựa chọn để trở thành doanh nhân, mặc dù họ biết những khó khăn họ sẽ sớm trải nghiệm. Chương này nói về hy vọng và tham vọng mà những doanh nhân khởi nghiệp cảm nhận được còn những doanh nhân dày dạn ước mình còn có thể nhớ được.

Chương 2 giải thích về nguồn gốc của sự hỗn loạn. Chúng tôi sẽ chỉ cho bạn lý do tại sao sự hỗn loạn là điều không thể tránh khỏi - dù doanh nhân khởi nghiệp có khéo léo đến đâu đi chăng nữa,

Khi bạn đọc Chương 3, bạn sẽ nhận ra rằng trốn tránh sự hỗn loạn là vô ích. Bạn cần *chủ động* đối diện với sự hỗn loạn nếu bạn hy vọng tìm được sự tự do. Chương này giúp bạn đánh giá được mối quan hệ của bạn với sự hỗn loạn và giúp bạn sẵn sàng kiểm soát công việc kinh doanh của mình.

Phần 2 giới thiệu các Chiến Lược Tư Duy cho việc chinh phục sự hỗn loạn. Bởi vì sự hỗn loạn trong tâm trí càng nhiều bao nhiêu thì nỗi lo sợ lại càng lớn bấy nhiêu, Chương 4, 5, và 6 dạy cho bạn cách vượt qua nỗi sợ, sự lo lắng, thất bại, hoài nghi để thực hiện những thay đổi cần thiết cho việc kinh doanh của bạn.

Đi cùng với các Chiến Lược Tư Duy, Phần 3 trình bày những Chiến Lược Hệ Thống. Trong phần này, bạn sẽ học được tại sao hệ thống kinh doanh lại quan trọng trong việc giải phóng

bạn khỏi những đòi hỏi của công việc kinh doanh. Sau khi đọc từ Chương 7 đến Chương 9, bạn sẽ hiểu các khái niệm về tập trung hóa, chăm sóc, và tự động hóa những yếu tố quan trọng để phát triển việc kinh doanh của bạn.

Trong phần cuối cùng, Chương 10 và 11 chỉ ra cách tránh khỏi việc trượt dốc quay trở lại sự hỗn loạn và làm thế nào để 6 chiến lược dẫn bạn đến sự tự do. Các chương này minh họa ước mơ của doanh nhân khởi nghiệp, và làm sao bạn có thể dễ dàng đạt được ước mơ nếu bạn sẵn lòng thực hiện các bài học mà chúng tôi và các doanh nghiệp nhỏ khác đã được học.

Với những chiến lược trong quyển sách này, bạn sẽ tìm thấy sức mạnh thay đổi công việc kinh doanh và cuộc đời của bạn. Bạn sẽ khám phá ra cách vận hành việc kinh doanh của bạn hiệu quả hơn, tốt hơn. Và bạn sẽ học được, bằng cách thực hiện 6 chiến lược này, bạn có thể chinh phục được sự hỗn loạn, có được thời gian, tiền bạc, sự chủ động và mục đích sống của bạn, và hưởng thụ quá trình một lần nữa trở thành doanh nhân.

LỜI CẢM ƠN

Chúng tôi xin bày tỏ lời cảm ơn chân thành với những người đã đóng góp vào việc thực hiện ước mơ của chúng tôi: cách mạng hóa cách doanh nghiệp nhỏ phát triển.

Gửi lời cảm ơn đến những cố vấn đầu tiên Reed Hoisington, Joe Polish, và Perry Marshall với chuyên môn về tiếp thị, kinh doanh, sự nhạy bén và sự ủng hộ không ngừng của họ. Họ biết ý nghĩa của tinh thần doanh nhân là gì và lời khuyên của họ đã giúp chúng tôi trở nên thoải mái trong thế giới doanh nhân.

Gửi lời cảm ơn đến những nhà cố vấn kế tiếp là Michael Gerber, Bill Glazer, Dan Kennedy và Dan Sullivan, những người đã dạy cho chúng tôi những gì cần thiết để từ doanh nhân trở thành chủ sở hữu doanh nghiệp thành công. Kỹ năng quản lý trong kinh doanh của họ, chiến lược marketing, và sự cân bằng cuộc sống là điều cần thiết đối với chúng tôi để xây dựng một doanh nghiệp nhiều triệu đôla.

Gửi đến nhà cố vấn phần mềm Pat Sullivan và Geoffrey Moore lời cảm ơn vì khả năng thiên tài của họ trong marketing sản phẩm và xây dựng thương hiệu, hỗ trợ chúng tôi đạt được tầm nhìn cho Infusionsoft để trở thành “Phần mềm bán hàng và marketing phổ biến nhất”.

Chúng tôi muốn cảm ơn những nhân viên của chúng tôi đã biến ước mơ, tầm nhìn, mục đích và sứ mệnh của Infusionsoft thành hiện thực.

Gửi lời cảm ơn đến các doanh nhân ở khắp nơi, những người có đủ can đảm làm những việc khó khăn, tạo nên giá trị, và sống cuộc sống đầy thử thách của một người doanh nhân.

Gửi lời cảm ơn đến bố mẹ của chúng tôi, đã cho chúng tôi tình yêu, sự khích lệ, và ủng hộ ước mơ của chúng tôi. Cuối cùng, gửi lời cảm ơn đến gia đình nhỏ của chúng tôi vì sự ủng hộ của họ, đặc biệt là trong thời gian khi mà những Chiến Lược Tư Duy của chúng tôi còn thiếu sót còn những Chiến Lược Hệ Thống vẫn chưa được định hình.

CHINH PHỤC SỰ HỒN LOẠN

Phần I

HÀNH TRÌNH TÌM KIẾM SỰ TỰ DO

1

CUỘC CÁCH MẠNG KHỞI NGHIỆP



Sự khác biệt của những xã hội tuyệt vời và tốt, và những xã hội đang suy thoái, tùy hoặc phần lớn nằm ở những cơ hội khởi nghiệp cho doanh nhân và số lượng những người như thế trong xã hội. Tôi nghĩ mọi người đều đồng ý rằng 100 người giá trị nhất nên đưa vào một xã hội đang suy thoái không phải là 100 nhà hóa học, hay chính trị gia, hay giáo sư, hay kỹ sư, mà chính là 100 doanh nhân khởi nghiệp

—Abraham Maslow

Thời điểm bạn đọc xong chương này, đã có 140 người bắt đầu việc kinh doanh của họ. Nếu bạn ngồi và đọc hết quyển sách này, thì có 1.000 chủ doanh nghiệp khác đã tham gia vào đội ngũ các doanh nhân khởi nghiệp, và đó chỉ mới tính riêng tại Mỹ mà thôi.

Tinh thần doanh nhân đang bùng nổ khắp nơi xung quanh chúng ta. Vốn trước đây được xem là lĩnh vực chỉ dành cho một số ít, có lẽ là những người lập dị, thì ngày nay, doanh nhân được xem là một nghề được tôn trọng rộng rãi.

Chắc chắn, là một doanh nhân khởi nghiệp, bạn đã nhận thấy ngày càng nhiều người quan tâm đến sở hữu một doanh nghiệp nhỏ. Bạn có nhiều người bạn là những doanh nhân khởi nghiệp. Có lẽ anh trai, dì, anh chị em họ của bạn cũng bắt đầu kinh doanh. Hàng xóm của bạn cuối phố cũng sở hữu kinh doanh riêng của cô ấy. Nếu bạn có con, có lẽ chúng cũng đang mong muốn đi theo bước chân của bạn.

Theo thống kê của Cục Thống kê Mỹ, có gần 30 triệu doanh nghiệp nhỏ chỉ tính riêng tại Mỹ, và thêm khoảng 600.000 doanh nghiệp được thành lập thêm mỗi năm.

Cho dù bạn có nhận ra hay không, chúng ta đang ở giữa một cuộc cách mạng - cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp. Cuộc cách mạng này không phải để lật đổ chính phủ hay thành lập một quốc gia mới. Cuộc cách mạng này tập trung vào cách chúng ta làm việc và làm thế nào vận hành việc kinh doanh. Khi là một doanh nhân, bạn cũng là một phần của cuộc cách mạng này. Thật không may, còn quá sớm để có thể nói về kết quả mà bạn có thể có được trong cuộc cách mạng này.

Giống như tất cả các cuộc cách mạng, cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp cũng sẽ có một số lượng lớn các nạn nhân. Quyển sách sẽ giúp bạn thành công khi tham gia vào cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp, mà không trở thành nạn nhân của nó.

CON ĐƯỜNG DẪN ĐẾN CUỘC CÁCH MẠNG

Những cuộc cách mạng không tự nhiên diễn ra. Không ai thức dậy vào một buổi sáng và nghĩ rằng, “tôi muốn trở thành một phần trong cuộc cách mạng”. Cuộc cách mạng Mỹ không lan rộng ngay lập tức chỉ vì vài người nghĩ rằng Mỹ nên được độc lập. Thực tế diễn ra ngược lại. Chưa đầy một nửa đất nước thực sự mong muốn điều này. Một nửa còn lại đang bầu víu vào sự an toàn và vùng thoải mái của họ một cách tuyệt vọng.

Cuộc cách mạng Pháp không phải là một nỗ lực được đồng thuận. Khi đó nạn đói đang diễn ra. Dịch bệnh và cái chết trở thành nỗi ám ảnh của tất cả mọi người. Nếu khi đó không có một cuộc cách mạng diễn ra, hàng nghìn người nữa sẽ tiếp tục ra đi. Nhưng một lần nữa, có nhiều người kháng cự lại sự thay đổi này.

Một cuộc cách mạng muốn diễn ra phải cần cả 3 nhân tố (xem Hình 1.1). Trong một vài năm qua, chính những nhân tố đã tạo nên những cuộc cách mạng đẫm máu nhất trong lịch sử, lại trở thành những nhân tố thúc đẩy nền kinh tế Mỹ, tạo nên nền tảng quan trọng cho cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp.

VỚI MỌI CUỘC CÁCH MẠNG	CUỘC CÁCH MẠNG MỸ	CUỘC CÁCH MẠNG KHỞI NGHIỆP
. Mất Đi Sự Đảm Bảo	. Không Có Người Đại Diện	. Mất Niềm Tin Vào Các Tập Đoàn
. Sự Dịch Chuyển Của Quyền Lực	. Quốc Hội Lục Địa	. Mạng Internet
. Hứa Hẹn Về Một Tương Lai Tốt Đẹp Hơn	. Tuyên Ngôn Độc Lập	. Câu Chuyện Thành Công Sau Một Đêm

Hình 1.1 Ba nhân tố của một cuộc cách mạng

Những yếu tố này là gì? Chúng là:

- Áp bức từ những thế lực có ảnh hưởng.
- Sự dịch chuyển của quyền lực, và
- Hứa hẹn về một tương lai tốt đẹp hơn

Nếu bạn biết lịch sử, bạn biết rằng cuộc cách mạng Mỹ đã nổ ra bởi thuế quá cao, mất chủ quyền, và sự thống trị bất công từ các lãnh đạo thuộc địa Anh. Cuộc cách mạng Pháp là kết quả từ việc những người giàu ngày càng giàu, nghèo càng nghèo hơn. Người dân mất đi tiếng nói, và nỗi sợ chết luôn cận kề. Tương tự như vậy, cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp sẽ không bao giờ tăng trưởng mạnh mẽ, nếu như đất nước không mong muốn sự thay đổi.

SỰ ÁP BỨC: MẤT NIỀM TIN VÀO CÁC TẬP ĐOÀN

Những thế hệ trong quá khứ, nhiều người đã đầu tư toàn bộ sự nghiệp của mình vào một công ty duy nhất, nghỉ hưu sau 40 năm phục vụ tận tụy cho người khác. Đối những người này, làm việc lâu dài với một công ty là an toàn, khôn ngoan, ổn định.

Theo thời gian, các doanh nghiệp lớn, tập đoàn thống trị

văn hóa Mỹ và nắm giữ tất cả các quyền lực trong nền kinh tế. Sự thống trị của các tập đoàn này đã dẫn đến niềm tin sai lầm rằng công việc đảm bảo nghĩa là được làm việc cho một tổ chức tốt thay vì làm tốt những gì bạn có thể làm. Nếu bạn muốn thành công trong cuộc sống, bạn phải làm việc từ 9 giờ sáng đến 5 giờ chiều trong môi trường tương đối ổn định như thế. Ngày nay, đối với các doanh nhân, đó là điều gì đó thật kinh khủng.

Khi sự bất đồng với khách hàng và các nhân viên tăng cao, các công ty, tập đoàn hầu như luôn luôn chiến thắng. Khi nhận ra rằng mình không thể thay đổi tình thế, mọi người đành phải chấp nhận sự bất công đó. Thậm chí phần lớn những nạn nhân bị xúc phạm phải suy nghĩ kỹ trước khi quyết định lên tiếng. Ngay cả những người bị đối xử nặng nề nhất cũng phải suy nghĩ cân trọng trước khi thể hiện sự bất bình bằng hành động. Có lẽ, từ sự ảnh hưởng của cuộc Đại Suy Thoái, và rất nhiều những suy thoái kinh tế khác, thế hệ trước đã tin rằng, nếu bạn đang có một công việc “tốt”, thì tốt nhất là hãy giữ lấy nó.

Bây giờ, dù sao đi nữa, ngày của những nhân viên trung thành đã qua rồi. Hầu như không còn ai nhắc đến việc làm việc suốt 40 năm cho một công ty nữa. Những câu chuyện tệ hại về các tập đoàn tràn ngập trên các kênh truyền thông. Những câu chuyện về vụ bê bối của tập đoàn, lừa đảo cổ đông, sự tham lam của các giám đốc (CEO), và biển thủ quỹ lương hưu mà nạn nhân là những nhân viên và công chúng nói chung, làm cho niềm tin vào những tập đoàn hoàn toàn suy giảm.

Hầu như mọi người đều có những người bạn “bị sa thải trước khi nghỉ hưu để công ty tiết kiệm một số chi phí lương hưu của mình”. Nhân viên của công ty ngày càng lo lắng khi việc làm của họ dịch chuyển ra thị trường lao động nước ngoài. Họ cảm nhận được áp lực của thị trường toàn cầu, đòi hỏi họ làm nhiều hơn, chăm chỉ và vất vả hơn. Những quyết định sa thải nhân viên hàng loạt tại các tập đoàn lớn một cách không thương tiếc đã đập tan niềm tin rằng bạn cần phải giữ một

công việc tốt với bất kỳ giá nào.

Điểm mấu chốt là nhân viên tại các tập đoàn đang làm việc ngày càng nhiều hơn trong khi quyền lợi thì ngày càng ít đi. Nếu không có gì thay đổi, họ chắc chắn sẽ đặt câu hỏi về lợi ích lâu dài. Họ thậm chí bị mất niềm tin rằng tất cả số tiền họ chi trả cho an sinh xã hội sẽ trở lại với họ.

Và như vậy, các tổ chức (doanh nghiệp và chính phủ) mà cha mẹ chúng ta đã tin tưởng sẽ cung cấp sự đảm bảo đã bị sụp đổ. Văn hóa doanh nghiệp đã được thay thế bằng những trò chơi chính trị công sở và những lời nói sau lưng xấu xa. Người lao động cho doanh nghiệp Mỹ cảm thấy bị bỏ rơi, bị lợi dụng, thậm chí là lạm dụng. Thay vì trông chờ vào sự quan tâm từ phía công ty, người lao động ở Mỹ ngày càng thất vọng với các tập đoàn.

Khi sự thất vọng càng lớn, càng nhiều người tham gia vào Cách Mạng Khởi Nghiệp. Như đã nói, khi sự đảm bảo mất đi, lực lượng lao động ở Mỹ cũng thay đổi. Sinh viên tốt nghiệp biết được rằng các tập đoàn sẽ không đem lại cho họ sự ổn định. Vì thế họ bắt đầu việc kinh doanh của mình ngay từ trong ký túc xá, với hy vọng rằng kinh doanh sẽ phát triển và thậm chí sẽ giúp họ không cần phải đi xin việc nữa.

Sự thất vọng với tập đoàn đã thay đổi tất cả mọi thứ cha mẹ dạy chúng ta về sự “ổn định” công việc với các công ty lớn. Kết quả là, con người có động lực để hành động. Vì vậy họ tìm kiếm giải pháp từ nơi mà họ có thể kiểm soát tốt nhất: chính bản thân họ.

SỰ DỊCH CHUYỂN CỦA QUYỀN LỰC: THỜI ĐẠI INTERNET

Dù cho một cá nhân có quyết đoán và mạnh mẽ đến đâu đi chăng nữa, họ cũng sẽ không thể tạo ra được những sự thay đổi đích thực - những thay đổi mang tính cách mạng. Những thay đổi lớn lao này chỉ có thể được tạo ra khi chúng nhận được sự ủng hộ mạnh mẽ từ quần chúng. Hiển nhiên là, chỉ

cần một người lên tiếng để bắt đầu mọi việc nhưng sức mạnh thật sự đến từ hành động của nhiều người hợp tác với nhau.

Trong suốt cuộc Cách mạng Mỹ, chính sức mạnh của toàn thể Quốc hội đã đưa những người lính xông pha nơi chiến trường. Đối với cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp, phong trào bùng nổ từ phương tiện truyền thông độc đáo nhất từ trước tới nay: Internet.

Nếu cần trả lời, đâu là nhân tố quan trọng nhất thúc đẩy cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp này, thì câu trả lời chính là Internet. Chắc chắn là như vậy. Sự phát triển rộng rãi của Internet trên toàn thế giới trong vòng một thập kỷ qua đã thay đổi tất cả mọi thứ. Internet đã:

- Giúp cho một người bình thường có thể chia sẻ rộng rãi
- Giúp những doanh nghiệp nhỏ xây dựng thương hiệu của mình
- Giúp mọi người dễ dàng tiếp cận nhiều thông tin hơn
- Mở ra cơ hội kinh doanh toàn cầu cho cả những doanh nhân nơi xa xôi như Joe và Jill ở Podunk, Montana
- Giúp các doanh nghiệp mới giảm đầu tư ban đầu, từ đó có thể họ phát triển những ngành nghề mới dễ dàng hơn
- Giúp doanh nghiệp và khách hàng của họ kết nối nhanh hơn
- Giải phóng những doanh nhân khởi nghiệp khỏi nơi làm việc của mình và giúp họ có thể làm việc ở bất cứ nơi đâu
- Giúp mọi người tận dụng chuyên môn của mình và xây dựng kinh doanh nhờ vào chuyên môn ấy
- Đơn giản hóa những điều phức tạp, những “kênh phân phối” tốn kém và cù rích
- Cho phép những doanh nhân khởi nghiệp có thể giao dịch mua bán qua mạng, họ có thể thực hiện những giao dịch này ngay cả khi họ đang ngủ, hoặc đang ở nước ngoài
- Giúp những doanh nghiệp nhỏ tự động hóa doanh nghiệp

của mình

- Giúp những doanh nghiệp nhỏ đạt đến độ hiệu quả mà trước đây chỉ doanh nghiệp lớn mới làm được

Thời điểm các trang web đánh giá chất lượng sản phẩm xuất hiện cũng là lúc quyền kiểm soát doanh nghiệp chuyển vào tay những khách hàng phổ thông nhất. Người tiêu dùng không còn tin tưởng hoàn toàn vào những đánh giá được công ty công bố và ý kiến của các chuyên gia nữa. Lúc này đây, người tiêu dùng có thể thu thập tất cả các thông tin mà họ cần về một sản phẩm nào đó từ những cá nhân giống như họ và đã từng sử dụng sản phẩm.

Đối với những doanh nhân khởi nghiệp, sự chuyển đổi này giúp họ dễ dàng khởi sự kinh doanh hơn và không phải tốn quá nhiều tiền để có thể bắt đầu kinh doanh. Trong quyển sách này, chúng tôi không đề cập chi tiết đến từng lợi ích mà Internet mang đến, chúng tôi chỉ lướt qua một vài lợi ích quan trọng nhất.

LUÔN CÓ THỂ TRUY CẬP VÀ TÌM KIẾM THÔNG TIN DỄ DÀNG

Những doanh nhân khởi nghiệp đầy tham vọng có thể nhanh chóng nghiên cứu một ý tưởng kinh doanh mới. Họ có thể kiểm tra được nhu cầu của khách hàng về sản phẩm của mình mà chỉ tốn vài trăm đô la cùng với một chiến dịch Google AdWords tốt. Họ có thể thực hiện một cuộc khảo sát nhanh qua email, nghiên cứu website của đối thủ cạnh tranh, và thậm chí có thể đóng vai khách hàng để tìm ra những khoảng trống chưa được khai thác trên thị trường, khoảng trống mà họ có thể nhanh chóng tập trung khai thác và thu được lợi nhuận.

Tất cả mọi người đều có thể tiếp cận loại thông tin nói trên. Bạn không cần tốn quá nhiều thời gian và tiền bạc để chứng minh ý tưởng của mình là có giá trị như ngày trước. Bạn không còn phải tiêu tốn thời gian trong thư viện, lái xe từ cửa hàng này sang cửa hàng khác và thậm chí, phải gọi những cuộc điện thoại nặc danh tới đối thủ cạnh tranh để hiểu cách họ chăm sóc khách hàng ra sao. Khi có Internet, bạn có thể thu thập những thông tin cần thiết một cách nhanh chóng và tiết kiệm từ ngay nhà riêng của mình.

GIÚP NHỮNG DOANH NGHIỆP NHỎ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Vào thời đại Internet, khi những doanh nghiệp nhỏ đã có đầy đủ thông tin hơn, họ có thể cạnh tranh với những công ty lớn. Với một website, một ứng dụng phần mềm vượt trội, một sản phẩm, dịch vụ tốt cho thị trường, công ty nhỏ có thể vượt mặt một công ty lớn hơn. Những doanh nghiệp này không cần phải đầu tư nguồn vốn quá lớn. Họ không cần phải mở cửa hàng. Tất cả những gì họ cần là công nghệ, niềm đam mê và một sản phẩm hoặc dịch vụ tốt để chia sẻ thông tin và cứ như thế là họ có thể phát triển kinh doanh.

Thời kỳ mà những doanh nghiệp còn phải xây những cửa hàng bán lẻ, khách hàng chỉ cần nhìn vào những cửa hàng này là có thể biết chính xác mức độ thành công của doanh nghiệp đó dựa vào kích thước, địa điểm, và số lượng nhân viên. Giờ đây, những doanh nhân khởi nghiệp vận hành doanh nghiệp của mình mà không cần phải có một trụ sở cố định và người tiêu dùng trên Internet không còn biết những điều đó nữa.

Khi nào vẫn còn những nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ trên thị trường, thì những chủ doanh nghiệp nhỏ vẫn có thể đạt được thành công to lớn, dù phải cạnh tranh với nhiều công ty lớn khác.

THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU

Vào năm 1998, khi Cate vẫn đang theo học chương trình Thạc sĩ Quản trị kinh doanh tại trường, chị của anh ấy đã mở một công ty nhỏ, sản xuất và kinh doanh một loại nơ đặc biệt dành cho bé gái - chiếc nơ này có thể được gắn trên các băng cột tóc khác màu tùy theo sở thích của người mẹ. 1 chiếc nơ, 3 chiếc băng cột tóc giá khoảng 8 đô la. Bạn bè của chị ấy đã nhanh chóng mua sản phẩm này và việc kinh doanh bắt đầu khá suôn sẻ.

Tuy nhiên, chị của Cate cần phải đưa sản phẩm của mình vào những kênh bán lẻ và cô ấy đã cần đến sự trợ giúp của Cate. Vì vậy, Cate đã gọi nhiều cuộc điện thoại đến những nhà bán lẻ ở Nordstrom, Dillard's và một vài cửa hàng khác. Lúc này, Cate và chị cậu lâm vào tình trạng khó xử quen thuộc mà nhiều doanh nhân khởi nghiệp đã từng phải đối mặt, đó chính là: những nhà bán lẻ không đồng ý bày bán sản phẩm của họ trừ khi số lượng sản phẩm đã bán ra thể hiện được thị trường hiện nay đang thực sự có nhu cầu về sản phẩm này. Chị của Cate đã bán hàng trăm, có thể là hàng nghìn sản phẩm, tuy nhiên số lượng này là quá nhỏ bé đối với những doanh nghiệp bán lẻ.

Vậy nên, chị của Cate đã bị mắc kẹt tại đó. Cô ấy phải đối mặt với hai lựa chọn. Hoặc đầu tư hàng chục nghìn hay thậm chí hàng trăm nghìn đô la để sản xuất sản phẩm với số lượng lớn và phân phối tại các cửa hàng chuyên dụng (điều này có thể giúp tăng số lượng sản phẩm bán ra để đạt yêu cầu của những công ty bán lẻ). Hoặc cô ấy có thể ngừng công việc kinh doanh này và phí hoài thời gian, mồ hôi, nước mắt (và TIỀN!) mà cô ấy và cộng sự của mình đã bỏ ra.

Khi chị gái của Cate đang vật lộn với vấn đề trên, Cate đang học một lớp marketing và họ đang bàn về vấn đề kênh phân phối. Sau buổi học, anh ấy đã đến gặp giáo sư của mình,

giải thích với ông về vấn đề chị gái mình gặp phải và nhờ ông đưa ra lời khuyên. Cate đã nhận được một câu trả lời vô cùng sâu sắc.

“Thầy rất đồng cảm với chị gái của em, Cate ạ. Nhưng nếu các em có thể tìm ra cách giải quyết vấn đề mà mình đang gặp phải, các em sẽ trở thành tỷ phú.”

Thực ra, vài năm trước đó, giải pháp cho vấn đề của Cate và chị gái đã có, chỉ là Cate chưa nhận ra mà thôi. Một anh chàng tên Pierre Omidyar đã xây dựng được một website mua bán qua mạng. Sau khi bán sản phẩm đầu tiên (một cây bút laser bị hỏng), eBay đã chính thức được đưa vào kinh doanh. Từ đó trở đi, khách hàng đã dùng website này để mua mọi thứ, từ bắp cải, cho tới máy bay và thậm chí là cả đất nước.

Nếu như không có Internet, sẽ không doanh nghiệp nào có thể tiếp cận đến thị trường quốc tế trừ những doanh nghiệp lớn. Và khi đó, khách hàng quyết định mua hàng ở đâu, chủ yếu sẽ dựa vào vị trí địa lý. Những cửa hàng nhỏ sẽ tràn ngập hàng hóa có giá rẻ hơn (và thường kém chất lượng hơn) so với hàng hóa của những công ty lớn. Nói một cách khác, những chủ doanh nghiệp nhỏ sẽ bị mắc kẹt với vấn đề về “kênh phân phối” trong quá trình xây dựng doanh nghiệp của mình.

Vậy nên, chúng tôi yêu sức mạnh của Internet. Chúng tôi yêu những giá trị và cơ hội mà nó mang đến cho những doanh nhân khởi nghiệp. Và chúng tôi yêu cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp đang diễn ra khắp nơi nhờ vào sự hiện hữu của Internet. Tuy nhiên, trước khi đi quá xa với việc khen ngợi Internet, chúng tôi cũng xin cảnh báo các bạn một điều. Dù chúng tôi có yêu Internet tới nhường nào, thì nó cũng là một trong những nguyên nhân đóng góp vào sự hỗn loạn của những công ty khởi nghiệp, chúng ta sẽ nhắc đến điều này trong chương tiếp theo. Bây giờ, chúng ta hãy cùng bàn về yếu tố mang tính cách mạng cuối cùng.

LỜI HỨA HẸN: CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG SAU MỘT ĐÊM

Ngày 4/7 ngày Quốc khánh của nước Mỹ, không phải là ngày nước Mỹ giành được tự do. Vào ngày này trong quá khứ, cuộc cách mạng Mỹ mới chỉ được bắt đầu. Ngày 4/7 chỉ là ngày ký Tuyên ngôn Độc lập của nước Mỹ, và sự kiện này đã diễn ra rất lâu trước khi nước Mỹ thực sự giành được độc lập.

Hãy thử tưởng tượng, người Mỹ nhớ đến ngày họ tuyên bố độc lập còn nhiều hơn ngày mà họ thực sự giành được độc lập. Do đó, mặc cho những lời nhắc nhở của những nhà sử học, chúng ta tin rằng hành động ký tuyên ngôn độc lập vô cùng có ý nghĩa vì nó đã đem đến cho người dân thuộc địa một cái gì đó hữu hình để nắm lấy. Hành động đó đã mang đến cho họ hy vọng. Sau tất cả những tuyệt vọng, sợ hãi và đau đớn, cuối cùng thì họ cũng đã nắm giữ được lời hứa hẹn về một tương lai tươi sáng hơn.

Và cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp cũng giống như vậy. Nếu ước mơ trở thành những công ty lớn thúc đẩy các doanh nhân khởi nghiệp và mạng Internet mang đến cho họ các phương tiện để bắt đầu một cuộc cách mạng, thì tất cả những việc còn lại chỉ là quẹt diêm lên. Và que diêm ấy - tia lửa thổi bùng lên ngọn lửa, lời hứa hẹn về một tương lai tươi sáng hơn - là thứ mang tên là Câu Chuyện Thành công Sau Một Đêm.

Truyền thông có vẻ rất thích tuyên truyền về cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp khi chia sẻ hết câu chuyện này đến câu chuyện khác về các doanh nhân khởi nghiệp - những người trở nên thành công gần như ngay lập tức. Không có gì làm giới truyền thông thích thú hơn việc chia sẻ câu chuyện của một người bình thường nhanh chóng trở nên thành công, nổi tiếng và giàu có.

Bây giờ, dù đúng hay sai, nhân viên làm việc tại những tập đoàn lớn của Mỹ đọc những câu chuyện khởi nghiệp thành

công trên và nhìn nhận đó là Câu Chuyện Thành Công Sau Một Đêm. Họ nhận ra được tất cả những lợi ích một doanh nhân khởi nghiệp thành công có được: thời gian, tiền bạc, sự chủ động và mục đích sống. Nhưng họ lại không thấy được sự hỗn loạn và sự thử thách to lớn mà những doanh nhân khởi nghiệp đã phải vượt qua để xây dựng một doanh nghiệp thành công.

Thay vào đó, những nhân viên này lại thấy được những doanh nhân khởi nghiệp có thể làm việc linh hoạt bất kỳ thời gian nào. Đó là điều mà họ hằng mong muốn, và họ trở nên bực bội với sếp của mình khi không cho phép họ làm việc linh hoạt thời gian như vậy. Những nhân viên này thấy những doanh nhân khởi nghiệp thành công mua một chiếc xe mới hay một ngôi nhà mới và họ cảm thấy ghen tỵ. Họ thấy được trí tưởng tượng thăng hoa của những doanh nhân khởi nghiệp, những người đã phát triển ý tưởng của mình trên thị trường, và họ chỉ có thể cảm thấy oán giận khi ý tưởng của mình không được đánh giá cao trong công việc. Những nhân viên này nhìn thấy những doanh nhân khởi nghiệp đạt được ước mơ của mình, lúc này, họ chỉ có thể tự oán trách bản thân khi không hành động dù đã có được những ý tưởng tốt.

Tất cả những nhân tố trên chính là những điều thúc đẩy mạnh mẽ phong trào khởi nghiệp. Những nhân viên công sở chỉ nhìn thấy sự thành công mà không nhìn thấy những năm tháng đấu tranh đầy gian khổ, mồ hôi và nước mắt mà các doanh nhân khởi nghiệp đã trải qua trước khi đạt tới sự thành công nhìn có vẻ như “chỉ sau một đêm”. Những nhân viên công sở, vì vậy, cảm thấy làm việc như họ đang phải làm thật sự không công bằng, vì vậy, họ bắt đầu suy nghĩ đến những hứa hẹn về một cuộc sống tốt hơn, hài lòng hơn, những hứa hẹn tương tự như:

“Tôi đã luôn muốn bắt đầu một công việc kinh doanh và bây giờ là thời điểm mà tôi theo đuổi giấc mơ của mình.”

“Joe đã làm, và nhìn anh ta đi. Nếu anh ta có thể làm được thì tôi chắc chắn cũng có thể làm được.”

“Đây là thời điểm tốt nhất để khởi nghiệp vì công ty đang dần sa thải nhân viên.”

“Tôi muốn giờ làm việc linh hoạt để thoải mái sắp xếp cuộc sống bản thân, làm việc khi tôi muốn và dành thời gian với gia đình.”

“Tôi không chịu được công việc này nữa rồi. Tôi phải bắt đầu một cái gì đó của riêng mình thôi.”

“Tôi sẽ bắt đầu việc kinh doanh bán thời gian và phát triển nó lớn dần cho đến khi việc kinh doanh đó đủ để nuôi sống tôi, khi đó tôi sẽ nghỉ việc.”

Những đoạn đối thoại tương tự như vậy diễn ra khắp nơi trên toàn nước Mỹ. Bạn có thể cũng đã suy nghĩ như thế trước khi bắt đầu công việc kinh doanh của mình. Và nếu bạn chưa thật sự mạo hiểm bắt đầu một công việc kinh doanh thực sự, bạn vẫn sẽ cảm thấy những câu nói trên là đúng, phải không?

CÁC CẤP BẬC TỰ DO

Vậy sân khấu đã được dựng lên. Tất cả 3 nhân tố hoàn hảo để tạo ra một cuộc cách mạng đã kết hợp lại với nhau; nhiều người đã hưởng ứng cuộc cách mạng này và bắt đầu việc kinh doanh của riêng mình.

Tuy nhiên, một sự thật nghiệt ngã là, tất cả mới chỉ là một cuộc cách mạng. Mà bất cứ cuộc cách mạng nào cũng có những nạn nhân. Dù cho một cuộc cách mạng sẽ mang tới những thay đổi tích cực, thì những thay đổi đó cũng không thể nào đạt được mà không có bất cứ thiệt hại gì. Trong trường hợp này, chính những doanh nhân khởi nghiệp là những người thực sự tổn hại.

Áp lực trả lương, sự không hài lòng của khách hàng, sự phức

tạp trong quản lý nhân sự, những xáo trộn trong cuộc sống gia đình, tìm kiếm khách hàng mới, chốt những đơn hàng, thanh toán các chi phí, sự thay đổi của công nghệ, và cường độ làm việc giống như là bạn đang chạy với tốc độ 90 dặm/giờ. Tất cả những việc trên chính là thực tế mà đa số những doanh nhân khởi nghiệp sẽ gặp phải khi bắt đầu xây dựng công việc kinh doanh của mình.

Ngay trong lúc những doanh nghiệp khởi nghiệp mới dần xuất hiện thì cũng vẫn có những doanh nghiệp khác phải đóng cửa. Khi một sinh viên đại học nào đang hào hứng để bắt đầu một công việc kinh doanh thì cũng có những chủ doanh nghiệp nhỏ khác đang tự hỏi vì sao họ lại lựa chọn con đường này. Nhưng dù là mới hay cũ, dù đã có kinh nghiệm hay chỉ mới bắt đầu, những doanh nhân khởi nghiệp vẫn sẽ tiếp tục tiến về phía trước. Tại sao ư?

Bởi vì đến cuối cùng thì họ cũng sẽ có được một cơ hội để tìm kiếm tự do cho chính bản thân mình; và tự do chắc chắn là một mục tiêu đáng để bạn đấu tranh để đạt được. Chính vì sự tự do này mà chúng ta bắt đầu khởi nghiệp kinh doanh.

Một vài năm trước, Clate nói chuyện với con trai của anh ấy, Tanner, một cậu bé 10 tuổi. Họ đang bàn về kinh doanh và những việc mà Tanner muốn làm khi cậu bé lớn lên. Khi Clate hỏi cậu bé về điều cậu muốn làm, Tanner nhanh chóng buột miệng: “Con muốn làm những gì bố của Jake đang làm!”



Hình 1.2 Tháp tự do

Với suy nghĩ rằng cậu con trai nhỏ của mình đã có được mục tiêu và động lực sớm hơn so với tuổi, Clate nói:

“Thật tuyệt, Tanner! Vậy bố của Jake làm gì vậy con?”

“Con cũng không biết chắc nữa,” Tanner trả lời. “Nhưng bác ấy có hàng tấn tiền và lúc nào cũng được ở nhà.”

Câu trả lời của Tanner cho chúng ta thấy một đích đến khá hiển nhiên mà hầu hết các doanh nhân khởi nghiệp đều muốn đạt được. Các bạn thấy đó, Tanner đã hiểu gần đúng. Tiền bạc và thời gian là những yếu tố chính thúc đẩy mọi người xây dựng một doanh nghiệp cho riêng mình. Tuy nhiên, tiền bạc và thời gian không phải là lợi ích duy nhất mà bạn đạt được. Sự chủ động và Mục đích sống mới là đích đến cuối cùng.

Sau nhiều năm làm việc với các doanh nhân khởi nghiệp, chúng tôi nhận ra rằng sự tự do, sự tự do thật sự, có thể đánh giá trên tháp nhu cầu của những doanh nhân khởi nghiệp (xem Hình 1.2). Hiểu được tháp nhu cầu này sẽ giúp bạn nhận ra rằng tiền không phải là thứ duy nhất đem lại cho bạn sự tự do dài hạn. Tương tự như vậy, nếu một chủ doanh nghiệp quyết định nghỉ ngơi một thời gian, thì không phải lúc nào cũng là vì anh ta đã thực sự tìm được tự do.

TIỀN BẠC

Dù bạn có thừa nhận hay không, tiền là một trong những động lực quan trọng nhất để bạn quyết định bắt đầu kinh doanh. Đối với nhiều người, tiền là lý do chính để họ rời bỏ những tập đoàn lớn. Bởi vì họ hiểu rằng, khi làm việc trong những tập đoàn, dù họ có chăm chỉ đến mức nào hay dù họ có sáng tạo ra sao đi nữa, họ cũng sẽ chỉ được trả một khoản tiền tương tự từ tháng này qua tháng khác. Mặt khác, việc khởi nghiệp đem tới một lời hứa hẹn bạn sẽ có nhiều tiền hơn, rất nhiều tiền hơn. Điều này đủ để khiến những cá nhân dù là tự mãn nhất cũng sẽ bắt đầu hành động.

Điều này cũng rất tốt. Nếu việc sở hữu một việc kinh doanh không đem đến bất cứ phần thưởng về tài chính nào thì hiếm có ai chịu bắt tay vào làm kinh doanh. Phần thưởng tài chính khi đạt được thành công gần như là một phần bắt buộc của việc kinh doanh. Điều này không phải là tham lam, mà đó là chủ nghĩa tư bản. Và tiền là thứ khiến cho những con người tài giỏi trên khắp thế giới bắt tay vào giải quyết những vấn đề khó khăn. Đối với những doanh nhân khởi nghiệp, tài chính chính là chất bôi trơn tốt nhất để mọi việc diễn ra suôn sẻ.

Tuy nhiên, tiền là một thứ khó nắm bắt. Có vẻ như những người đã có nhiều tiền sẽ dễ dàng kiếm nhiều tiền hơn. Trong khi những người không có tiền thì phải thường xuyên vật lộn để kiếm tiền. Đây chính là lý do vì sao hầu hết những doanh nhân khởi nghiệp không bao giờ vượt qua được cấp này trên tháp nhu cầu. Họ có thể sẽ làm việc trong nhiều năm với niềm tin rằng chỉ cần có thêm chút tiền là họ sẽ có được sự tự do mà họ luôn mong mỏi.

Nhận định trên sẽ đặt bạn - với tư cách là một doanh nhân khởi nghiệp, nằm ở vị trí nào? Chúng tôi hy vọng rằng bạn đang có những thành công nhất định. Chúng tôi cũng hy vọng rằng bạn có tiền và đang tìm những cách đơn giản hơn để kiếm nhiều tiền hơn nữa từ số tiền bạn đang sở hữu. Tuy nhiên, mặc dù việc có nhiều tiền hơn nghe có vẻ rất hấp dẫn, thì một khi bạn đã kiếm được tiền (và đang kiếm được nhiều tiền hơn) bạn lại nhận ra rằng tiền không còn là mục tiêu cuối cùng mà bạn muốn đạt được. Và điều này sẽ giúp việc kinh doanh của bạn tiến xa hơn nữa.

Đã có ai từng nói với bạn: “Một triệu đô la đầu tiên là khoản tiền khó kiếm nhất” chưa? Khi lần đầu nghe được câu nói này, Scott đã phá lên cười. Khi vẫn còn trẻ và thiếu kinh nghiệm, Scott đã luôn tự hỏi rằng ai lại cần nhiều hơn khi đã có một triệu đô la chứ. Bạn thấy đó, khi đó anh ấy đã không nghĩ xa

hơn nhu cầu hiện tại của mình. Là một chàng trai trẻ, tất cả những điều Scott mong muốn chỉ là số tiền đủ để mua một căn nhà rộng lớn và chi trả cho những chuyến du lịch với gia đình mình.

Không lâu sau, anh ấy nhận ra rằng nhu cầu về tiền là không có điểm cuối. Một khi bạn vẫn còn muốn kinh doanh, bạn sẽ liên tục muốn bán ra nhiều sản phẩm hơn nữa. Vì vậy, dù số dư tài khoản ngân hàng của bạn vẫn tăng lên đều đều, bạn sẽ nhận ra rằng tiền không mang đến cho bạn sự tự do mà bạn hằng khao khát. Kiếm được tiền là một sự khởi đầu - một khởi đầu tốt, nhưng điều đó không phải là giải pháp cho tất cả mọi thứ.

Thực tế là, trong vài năm đầu khi mới bắt đầu công việc kinh doanh, không nghi ngờ gì bạn sẽ làm việc chăm chỉ trong nhiều giờ để kiếm tiền. Nhưng sau đó, bạn lại sẵn sàng đánh đổi bất cứ thứ gì để có nhiều thời gian hơn, dù chỉ là một ít.

THỜI GIAN

Mặc dù tiền là thứ mà cả thế giới này theo đuổi không ngừng nghỉ, một trong những thứ quý giá nhất chính là thời gian. Nói chuyện với một người hàng xóm, một người bạn, một người thân, tất cả họ đều sẽ nói cùng một điều “Giá như một ngày tôi có nhiều thời gian hơn, tôi đã có thể làm nên những điều tuyệt vời.” Rất ít ai (nếu có) sẽ nói họ có đủ thời gian để hoàn thành mọi việc mà họ muốn.

Chúng ta có thể cho rằng thời gian là một lý do thuyết phục khác cho việc bạn lựa chọn trở thành một doanh nhân khởi nghiệp. Rất có thể bạn đang mong muốn xây dựng mối quan hệ tốt đẹp hơn với gia đình mình. Bạn khao khát được chúc mừng con trai hay con gái mình trong những trận thể thao. Bạn có một danh sách dài “những việc cần làm” nhưng chưa

bao giờ bạn có thể thực hiện nghiêm túc, và khởi nghiệp dường như là một đáp án. Bạn muốn linh hoạt nhiều hơn trong lịch làm việc để có thể dành nhiều thời gian cho những việc quan trọng hơn.

Đúng vậy, trước khi thật sự bắt đầu khởi nghiệp, nhiều người tin rằng “trở thành ông chủ của chính mình” nghĩa là họ đưa ra quyết định khi nào sẽ làm việc. Nếu họ cần một hoặc hai giờ để xem một trận bóng đá, họ hoàn toàn có thể làm được. Nếu gia đình họ quyết định đi du lịch, họ sẽ giao toàn bộ công việc cho nhân viên, hoặc đơn giản là nghỉ việc một tuần. Với một doanh nhân khởi nghiệp, sẽ không còn khái niệm làm việc mỗi ngày theo giờ hành chính nữa.

Làm chủ doanh nghiệp nhỏ được xem như giải pháp hoàn hảo cho những ai nhận ra rằng, chỉ khi chủ đích dành ra thời gian cho bản thân, bạn mới có được thời gian đó. Nhưng bạn sẽ sớm nhận ra một điều nữa, đó là khi bạn làm chủ thời gian của chính mình, bạn sẽ lại càng khó khăn hơn để có thể sắp xếp thời gian cho bản thân.

Có thể bạn sẽ thu về túi hàng nghìn, thậm chí là hàng triệu đô, nhưng điều đó chỉ xảy ra nếu như bạn làm việc từ 14 đến 16 tiếng một ngày, bạn sẽ chẳng thể rảnh rang nổi đâu. Không có số tiền nào có thể xứng đáng với thời gian bạn đã dành cho kinh doanh của mình.

SỰ CHỦ ĐỘNG

Nếu bạn hỏi những doanh nhân khởi nghiệp vì sao họ bắt đầu công việc kinh doanh của mình, chắc chắn rằng tiền bạc, thời gian, và cơ hội để “trở thành ông chủ của chính mình” sẽ là ba yếu tố hàng đầu. Vì sao? Tất cả đều trở lại những nhân tố dẫn đến cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp. Mọi người thất vọng với công việc ở những công ty, tập đoàn đến nỗi họ không hề muốn quay lại nơi đó nữa.

Khi bạn đang làm thuê cho người khác, đã bao lần bạn từng nghĩ:

- “Sếp tôi là một lão đàn.”
- “Nếu mình mà làm chủ, mình sẽ...”
- “Bọn họ đáng nhẽ nên hỏi mình. Mình biết một giải pháp tốt hơn cho vấn đề này.”
- “Mình sẽ là một ông chủ tốt hơn.”

Khi bạn tự nói với chính mình những điều này, từ lần này đến lần khác, không còn nghi ngờ gì nữa, bạn đã quyết định sẽ không làm việc cho bất cứ ai nữa - ngoại trừ chính bạn. Tất cả chúng ta đều cảm thấy ức chế khi mà ý tưởng của mình, suy nghĩ của mình, những đề xuất của mình đều bị bác bỏ toàn bộ. Khi bạn cảm thấy giá trị của mình, một nhân viên và một chuyên gia, đang bị xem nhẹ, thì bạn bắt đầu muốn tự mình làm chủ.

Những trò chính trị nơi công sở sẽ không bao giờ ưu ái tiếng nói của nhân viên. Để thăng tiến lên những nấc thang chức vụ cao hơn, những đồng nghiệp phá bình ý tưởng và sáng tạo của đối phương, quản lý và giám đốc thường xuyên xem nhẹ những ý kiến đóng góp và ưu tiên những ý tưởng của chính mình, và ban lãnh đạo, những người đưa ra quyết định cuối cùng, lại ở rất xa tình hình thực tế.

Những doanh nhân khởi nghiệp không bao giờ lựa chọn ngoan ngoãn phục tùng. Bạn là một nhà cách tân. Bạn có năng lực sáng tạo, đáp ứng nhu cầu thị trường, nâng cao tiêu chuẩn cuộc sống của những khách hàng, và thật sự bạn có thể tạo nên một thế giới hoàn toàn khác biệt. Ai sẽ còn nhớ việc mà bạn đã làm giữa một căn phòng nhỏ đầy các đồng nghiệp khác? Chẳng ai đâu.

Nhưng gia đình, bạn bè, và thậm chí là người quen của bạn sẽ nhớ rằng bạn đã nắm quyền kiểm soát cuộc sống của chính

mình. Thay vì than phiền về công việc của mình, bạn đã đứng lên để tạo dựng tương lai của chính mình. Tiền bạc và thời gian chẳng thể cho bạn sự thỏa mãn như thế. Tiền bạc và thời gian cũng chẳng thể ngay lập tức cho bạn quyền làm chủ. Đương nhiên chúng giúp bạn có được quyền làm chủ. Nhưng, trong hầu hết trường hợp, những doanh nhân khởi nghiệp lựa chọn sáng lập sự nghiệp của họ, thay vì làm thuê cho một ông chủ nào đó. Bạn sẽ nhận ra bạn có quyền kiểm soát để làm điều mình muốn, vào thời điểm mà bạn muốn. Điều đó thật sự là một sự tự do.

MỤC ĐÍCH SỐNG

Nói chung, tất cả các lý do để sở hữu một doanh nghiệp riêng có thể được tóm lại thành một mô tả đơn giản: mục đích sống. Bất cứ khi nào con người yêu thích việc họ đang làm, muốn giải quyết một vấn đề gì đó, hay chỉ đơn giản là cảm thấy mong muốn tạo dựng một điều gì đó, “mục đích sống” của họ thúc đẩy họ khởi nghiệp, và mang đến cho họ sự hài lòng toàn diện khi sự nghiệp của họ thành công mỹ mãn.

Thật không dễ dàng để mô tả mục đích sống. Nó là yếu tố duy nhất còn ý nghĩa khi doanh nghiệp của bạn đang phát triển tốt và bạn đã có thời gian, tiền bạc, và quyền hành. Sau tất cả những gì đạt được, mục đích sống trả lời cho câu hỏi “bây giờ sẽ thế nào?”

Chúng tôi viết cuốn sách này để thực hiện mục đích sống của mình. Bạn thấy đấy, bao nhiêu năm qua chúng tôi đã phát triển tình yêu đích thực đối với những chủ doanh nghiệp nhỏ. Chúng tôi đã phát triển những mối quan hệ bền lâu với khách hàng và đối tác của mình. Nhưng khi chúng tôi làm việc này, chúng tôi nhận thấy nỗi đau mà nhiều doanh nhân khởi nghiệp khác đang gặp phải. Chúng tôi biết nó lẽ ra không khó khăn đến thế, và mục đích sống của chúng tôi là giúp đỡ càng nhiều

chủ doanh nghiệp thoát ra khỏi sự hỗn loạn càng tốt.

Mục đích sống của bạn sẽ không giống như chúng tôi. Khi bạn đạt đến mức độ tư duy này, bạn sẽ thấy mục đích sống của mình là gì - nếu như bạn chưa biết. Hãy nhìn vào những chủ doanh nghiệp thành đạt và bạn gần như sẽ tìm thấy các tổ chức từ thiện được thành lập như một nhánh của công ty họ. Thậm chí cả những chủ doanh nghiệp keo kiệt nhất cũng tìm ra được mục đích sống vượt qua những nhu cầu hiện tại của công ty hay cuộc sống riêng của họ.

Đó chính là nhu cầu được tự do. Đó là cơ hội để tạo được những điều ý nghĩa, hơn là chỉ đơn giản quan tâm đến nhu cầu của cá nhân bạn. Nó là cơ hội để sống cuộc sống với những khao khát, hoài bão, và hy vọng mà không phải lo lắng về hoàn cảnh cá nhân. Đó tương tự như nhu cầu cao nhất: tự thể hiện, trong tháp nhu cầu Maslow.

Cho dù mục đích sống của bạn là gì, bạn cũng phải nỗ lực hết sức cho nó. Bởi nếu mà bạn vẫn chưa học được điều đó, bạn sẽ sớm phát hiện ra rằng thậm chí những ý định tốt đẹp nhất cũng sẽ bị lãng quên, một khi doanh nhân khởi nghiệp bị chôn vùi bởi việc kinh doanh.

Rất dễ nhận thấy rằng nhu cầu được tự do, cũng giống như tiền bạc, thời gian, sự chủ động và mục đích sống đã thúc đẩy hàng triệu người Mỹ bắt đầu xây dựng doanh nghiệp nhỏ của chính mình. Cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp đang lan rộng khắp đất nước và chỉ một số nhỏ có thể miễn dịch được với sức hấp dẫn của nó. Nhưng dù cho thành quả có hấp dẫn đến đâu, phần lớn các doanh nhân khởi nghiệp đều không chuẩn bị cho thực tế của những chủ doanh nghiệp nhỏ.

Không may, cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp sẽ, giống như bao cuộc cách mạng khác, kéo theo rất nhiều nạn nhân. Trong khoảng 1.000 doanh nghiệp nhỏ sẽ được thành lập trong hôm nay (chỉ ở Mỹ), phần lớn đều sẽ không tồn tại quá ba năm. Và nhiều trong số những doanh nghiệp còn sống sót sẽ còn phải

đấu tranh rất kịch liệt.

Những cuộc cách mạng để lại những nạn nhân. Cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp cũng không ngoại lệ. Cuốn sách này giúp bạn, với tư cách là chủ doanh nghiệp nhỏ, tìm thấy thành công, để không trở thành nạn nhân của cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp.

2

DẤN THÂN, HỒN LOẠN



Sự hỗn loạn trong thế giới mang đến cảm giác không dễ chịu, nhưng nó cũng đồng thời mang theo cơ hội cho sự sáng tạo và phát triển.

—Tom Barrett

Vậy sự hỗn loạn là gì? Để minh họa cho sự hỗn loạn, chúng tôi sử dụng một phép ẩn dụ mà chắc hẳn mọi người đều hiểu. Hai năm trước, Clate bắt đầu tập thể hình sau một năm bỏ bê. Khi còn trẻ, anh ta từng chạy xuyên biên giới. Anh ta có thể đi từ 10 đến 15 dặm một lần mà không gặp vấn đề gì cả. Nhưng hiện tại anh ta 36 tuổi. Trải qua bao năm, cơ thể của anh, nói thế nào nhỉ, anh ta đã không còn là người đàn ông hấp dẫn kết hôn với vợ mình 15 năm trước. Vì vậy anh ấy đã mua vé tập thể hình và một đôi giày thể thao để giúp mình quay về thân hình ngày xưa.

Ngày đầu tiên, Clate được dẫn đi tham quan phòng tập thể hình bởi một giáo viên hướng dẫn hơi ngạo mạn. Buổi hôm đó có chút bối rối. Clate đã biết cách sử dụng máy chạy bộ, tạ đơn và một số thiết bị khác. Người hướng dẫn vừa nói vừa hỏi Clate về mục tiêu của anh, và hỏi về những kinh nghiệm tập thể hình trước đây. Clate chỉ muốn bắt đầu ngay. Clate tưởng tượng ra trong đầu mình hình ảnh cơ thể cường tráng, săn chắc và anh không muốn trì hoãn thêm chút nào nữa.

Ngày thứ hai tại phòng tập thể hình, Cate đã sẵn sàng tập. Anh có thể cảm nhận cơ của mình trở nên săn chắc hơn ngay khi anh đi qua cửa chính. Nhưng anh nhìn xung quanh, anh cần vài phút để xác định phương hướng. Anh nên bắt đầu ở đâu? Anh muốn hoàn thành cái gì? Liệu anh có từng thực sự suy nghĩ về câu hỏi mà người hướng dẫn đặt ra? Anh đã sẵn sàng luyện tập rồi chứ?

Quyết định bắt đầu một cách chậm rãi, Cate lựa chọn thiết bị quen thuộc nhất, máy chạy bộ. Cài đặt tốc độ là 3.0, anh ta đi bộ khoảng một đến hai phút, tự mình định hướng, và tham gia vào quá trình luyện tập. Và khi người hướng dẫn hôm trước nhìn thấy anh ta. Dừng lại bên cạnh máy tập, anh ta nói: “Chào Cate. Anh dự tính sẽ làm gì thế, hay anh chỉ ở đây để đi bộ nhẹ nhàng thôi?”

Cate cười khi nghe anh ta nói và cho phép người hướng dẫn tăng tốc độ lên. Anh ta gấp đôi tốc độ của Cate lên 6.0. Tốc độ ấy khá tốt. Thay vì đi bộ nhẹ nhàng, chân của Cate di chuyển cho những bước đi nhanh hơn.

Anh ấy hít thở nặng nề hơn và cả cơ thể dần nóng lên, nhưng anh ấy trông vẫn rất thoải mái.

Trong suốt thời gian Cate chạy bộ, người hướng dẫn cứ đứng bên cạnh và nói chuyện với anh, mọi chuyện cũng chẳng có gì. Vấn đề duy nhất là khi tay hướng dẫn nâng tốc độ của máy chạy bộ lên. Khi máy đạt tới mức 7.2, mọi việc trở nên khó khăn hơn và Cate bắt đầu nhìn người hướng dẫn. Một lần nữa, tay hướng dẫn tăng tốc độ lên 7.3.

Hơi hoảng loạn, Cate hỏi: “Chúng ta định đi nhanh đến mức nào?”

“Tôi chỉ muốn xem khả năng anh được đến đâu thôi, Cate.”

Được thôi, một lời thách thức. Hoặc là Cate tiếp tục chạy, thể hiện mình với kẻ lạ hoắc này, hoặc là dừng lại. Chẳng có ai lại chùn bước trước thử thách cả, Cate cứ chạy, xem mỗi 30 giây tốc độ lại tăng lên 7.4, 7.5, 7.6 và cứ thế tiếp tục. Tốc

độ ngày càng nhanh hơn. Cate sợ mình sẽ mất thăng bằng và ngã ra khỏi máy chạy bộ mất. Chân anh ta đã nóng như lửa và phổi như muốn vỡ tung. Nhưng trong đầu anh ta đang phân tích tình huống này một cách ngớ ngẩn: tiếp tục chạy, hoặc là chết vì nhọc.

Cuối cùng, Cate đã buộc phải bỏ cuộc và nhấn nút dừng khẩn cấp. Anh không hề muốn thế, nhưng anh cũng không muốn nằm thành một đồng trên sàn nhà. Gập người và ôm lấy đầu gối, Cate thở hổn hển. Anh tu hết nước trong bình, ôm lấy người và đi lại xung quanh để lấy lại cân bằng, kiểm soát lại cơ thể.

Người hướng dẫn cười với anh ấy: “Anh bạn có sức bền tốt thật đấy.”

Mấy ngày sau trải nghiệm đó, Cate tiếp tục cảm thấy đau nhức. Cơ bắp của anh rã rời. Việc đứng vững gần như là không thể, và phải mất vài ngày để anh quay trở lại phòng tập thể hình.

Đối với một doanh nhân khởi nghiệp, bắt đầu kinh doanh cũng giống như nhảy lên một cái máy chạy bộ. Bạn biết là sẽ có nhiều việc phải làm, nhưng bạn có thể xử lý được, đặc biệt là khi bạn kiểm soát được tốc độ. Nhưng vấn đề là đây: Một khi bạn bước lên cái máy đó, quyền kiểm soát sẽ không còn là của bạn nữa. Một người hướng dẫn mang tên “Khách hàng” lên lút đứng bên cạnh bạn. Anh ta sẽ tăng tốc cái máy của bạn dù cho bạn muốn hay không.

Đứng trước bạn là một người cùng tập ở phòng tập thể hình. Anh ta có cơ thể chuẩn đẹp giống như hình mẫu mà bạn hằng muốn. Khi anh ta chạy trên máy chạy bộ, anh ta trêu người bạn bằng bước sải dài và chậm, mà vẫn hít thở. Đó là điều bạn muốn đạt được. Đó là lý do vì sao bạn tham gia tập thể hình, nhưng anh ấy dường như đang cười nhạo bạn với thân hình lý tưởng của mình.

Bạn vẫn chịu đựng được thử thách. Cho đến khi một người

hướng dẫn khác dưới cái tên “Lương cho nhân viên” bắt đầu hét vào bạn từ sau lưng, theo sau bởi một người hướng dẫn khác tên là “Đối thủ cạnh tranh”, “Công nghệ”, “Sự vừa ý”, và vân vân. Những người hướng dẫn này đang cố tăng độ nghiêng của máy chạy bộ, khiến cho công việc của bạn trở nên khó khăn hơn, và nhắc nhở bạn rằng bạn phải tiếp tục chạy nếu như bạn không muốn chết vì nhục nhã hay làm thất vọng rất nhiều người.

Chúng tôi có thể tiếp tục với câu chuyện ẩn dụ này, nhưng thực ra chính bạn đang ở trong đó. Bạn hoàn toàn hiểu tất cả những hỗn loạn mà bạn đang phải đấu tranh với nó. Và bạn cũng hiểu rõ rằng cuộc chiến này thật đơn độc và khó khăn. Tuy nhiên, bất kỳ doanh nhân khởi nghiệp nào cũng đều phải trải qua những nỗi đau giống như bạn.

Trong chương trước, chúng tôi đã nói rằng chỉ những doanh nhân khởi nghiệp trải qua giai đoạn đầu thành lập công ty mới hiểu được sự hỗn loạn đặc trưng của giai đoạn này. Vì vậy, trước khi chúng tôi đi sâu hơn thảo luận về sự hỗn loạn, tôi muốn chia sẻ câu chuyện của chúng tôi.

Chúng tôi không chia sẻ câu chuyện của mình để khoe khoang. Chúng tôi nhận thức rất rõ rằng chúng tôi chỉ là hai trong số hàng triệu người trải nghiệm những điều này. Mục đích của chúng tôi là để đưa ra một bức tranh rõ nét về những chủ doanh nghiệp nhỏ, để bạn thấy rằng, sống trong sự hỗn loạn đã giúp cho chúng tôi hình thành các phẩm chất riêng, và để bạn biết rằng có một cách để chinh phục sự hỗn loạn.

CÂU CHUYỆN INFUSIONSOFT

Khi chúng tôi bắt đầu Infusionsoft, chúng tôi thật sự không hề nghĩ gì về những thứ chúng tôi muốn đạt được. Tất cả những điều chúng tôi biết chắc chắn là:

- Chúng tôi có cơ hội làm việc cho chính mình.
- Chúng tôi đang tập trung phục vụ con người, và
- Khả năng kiếm tiền của chúng tôi nằm hoàn toàn trên chính đôi tay của mình, điều đó thật tuyệt.

Nhưng mặc dù có những thuận lợi như vậy, chúng tôi sớm nhận ra rằng cái tôi của mình vô cùng lớn và hầu như mỗi tháng đều phải tự hỏi liệu chúng tôi sẽ tồn tại trong kinh doanh hay không. Vẫn ngây thơ như trước, chúng tôi tiếp tục quyết tâm làm việc với một hy vọng le lói là công ty mới thành lập của chúng tôi sẽ thành công.

Sự hỗn loạn đã không đến cùng một lúc. Lúc đầu người chủ doanh nghiệp nhỏ luôn phấn khích. Chúng tôi nói đến việc thuê nhân viên, mua văn phòng làm việc và giành được những quyền lợi, lợi nhuận từ việc kinh doanh. Những giá sách của chúng tôi có hàng dãy những quyển sách về các quy tắc để kinh doanh thành công. Chúng tôi tự ảo tưởng về sự đột phá làm thay đổi cuộc sống mà chúng tôi chắc chắn sẽ đạt được và sự tự do tài chính mà chúng tôi chắc chắn sẽ tìm thấy. Tất cả chúng tôi làm việc cùng nhau như những người bạn thân. Hơn nữa, chúng tôi không còn bận làm thuê nữa.

Nhưng sự hỗn loạn dần dần thay đổi thực tế. Trong các tuần, số lượng công việc cần để vận hành một doanh nghiệp nhỏ bắt buộc tất cả chúng tôi đánh giá lại tình trạng của mình. Chúng tôi bắt đầu dành càng ngày càng nhiều thời gian ở văn phòng, thường xuyên làm việc suốt đêm chỉ để kịp tiến độ những dự án. Chúng tôi đã quên ý nghĩa của từ “nghỉ trưa”. Cụm từ “giờ hành chính” đã trở thành một kỷ niệm xưa cũ và tiếc nuối.

Chúng tôi đã sớm chỉ có một lựa chọn là ăn, ngủ và thờ cùng với công việc kinh doanh của mình. Nhưng tệ hơn nữa là sự căng thẳng, lo lắng luôn thường trực và không bao giờ giảm đi. Những cảm giác này bắt đầu như một lời cảnh nhắc trong

tâm trí và sớm phát triển thành một con quái vật lớn nhanh trong chúng tôi.

Chúng tôi lo lắng về sản phẩm của mình, khách hàng của mình và liệu chúng tôi có khả năng chi trả cho những thế chấp cá nhân hay không. Chúng tôi cố tình che giấu đi câu hỏi là liệu chúng tôi có thể làm cho doanh nghiệp hoạt động hay không. Như thể vấn đề đó không có gì đáng lo, chúng tôi còn có bệnh hoang tưởng của doanh nghiệp nhỏ, nỗi sợ hãi là mọi thứ sẽ dừng hoạt động nếu như chúng tôi rời khỏi công ty dù chỉ một chốc lát. Chúng tôi cảm thấy như mình không thể có được một kỳ nghỉ, một buổi hẹn hò hoặc đến buổi thi đấu của các con mà không gây nguy hiểm cho công ty.

Cuộc sống đã bắt ngờ có những ý nghĩa hoàn toàn mới. Giống những chủ doanh nghiệp nhỏ mới, chúng tôi cảm thấy bị mắc kẹt, bị điều khiển và ám ảnh bởi việc kinh doanh. Vậy điều gì đã xảy ra với sự tự do mà chúng tôi tìm kiếm? Chúng tôi bị đẩy vào cuộc chiến truyền đời để tồn tại và những vết thương của cuộc chiến đang bắt đầu xuất hiện.

Chúng tôi hiếm khi gặp gia đình, thậm chí khi chúng tôi đang ở gần nhà, việc kinh doanh đã chiếm hết mỗi quan tâm của chúng tôi. Chúng tôi ít kiên nhẫn và ít tận tâm hơn đối với những người quan trọng trong cuộc sống. Tâm trí của chúng tôi bận rộn, mức độ căng thẳng của chúng tôi ngày càng tăng và chúng tôi hoàn toàn quên mất những điều có ý nghĩa trong cuộc sống.

Mặc dù căng thẳng như vậy, và cũng thật là kỳ diệu, công ty của chúng tôi đã phát triển và chúng tôi thuê một ít nhân viên quản lý. Nhưng khi chúng tôi mở rộng, thay vì tìm thấy nhiều thời gian hơn, thêm nhiều dự án kinh doanh hơn, và nhiều giải pháp hữu ích hơn, chúng tôi thấy rằng chúng tôi lại càng gặp nhiều vấn đề! Sự hỗn loạn, thay vì giảm đi, lại ngày càng lan rộng khi công ty chúng tôi phát triển.

Để công ty tiến về phía trước, chúng tôi cần nhiều tiền hơn - rất nhiều tiền. Trả lương cho nhân viên tốn nhiều tiền mặt. Chúng tôi phải dùng đến nguồn vốn cá nhân vào việc xây dựng và phát triển công ty. Chúng tôi thậm chí thế chấp nhà cửa để vay những khoản tiền. Chúng tôi xem xét tất cả những lời đề nghị tín dụng và chất hàng đồng những khoản vay cá nhân lãi suất cao. Chúng tôi tận dụng bất kỳ nguồn tài chính nào chúng tôi có. Mặc dù vậy vẫn không đủ. Chúng tôi tiếp tục hoảng sợ về khả năng chi trả các hóa đơn.

Nhiều lần, chúng tôi phải gặp gỡ nhân viên và giải thích rằng chúng tôi không kịp trả lương. Chúng tôi phải cảm ơn những nhân viên của mình, họ vẫn chịu đựng đến cùng và làm việc chăm chỉ để giúp chúng tôi vượt qua những thời điểm khắc nghiệt. Trong lúc đó, là những người đồng sáng lập, chúng tôi thường trải qua hàng tháng trời không kiếm được chút tiền nào để chi trả cho những khoản cá nhân. Trong thời gian khoảng 10 tháng, chúng tôi thường xuyên trễ hạn 30 ngày trả lãi các khoản vay, hầu như tháng nào cũng thế, bởi vì đó là lúc mà chúng tôi bắt buộc phải trả tiền - vừa đúng thời gian để tránh bị phạt do trễ quá 30 ngày tín dụng.

Nhưng thậm chí ngay cả khi chúng tôi cố gắng tiết kiệm, thậm chí ngay cả khi chúng tôi cắt bớt chi tiêu cá nhân, tiền vẫn tiếp tục trôi đi, và chủ nợ vẫn tiếp tục gọi.

Clate cảm thấy đặc biệt lúng túng vào một buổi tối khi cậu con trai 8 tuổi của anh ấy hỏi rằng: “Bố ơi, tại sao bố giận dữ thế?”

“Bởi vì một tên chủ nợ quái đản đã gọi cho bố vào Chủ nhật”, Clate câu kinh. Câu hiểu tiếp theo của cậu bé là: “Chú ấy muốn gì ạ?”

“Anh ta muốn biết tại sao bố vẫn chưa trả tiền.”

“Ồ, bố ơi, vậy bố có nói với chú ấy là bởi vì bố vẫn chưa có đủ doanh thu không?”

Gia đình Clate đã có một trận cười và Clate vui sướng rằng con trai của mình hiểu được doanh thu quan trọng như thế nào đối với chủ doanh nghiệp nhỏ. Nhưng đó không phải là sự an ủi. Hình phạt mà tất cả chúng tôi đang chịu đựng thực sự làm chúng tôi khó thở.

Lần khác, khi Scott ngồi trong khách sạn với vợ và đưa con mới sinh, thì cậu ấy buộc phải nói chuyện điện thoại để chốt một thương vụ. Khi người vợ tức tối khiển trách cậu ấy, cậu ấy nhìn xuống đứa con mới sinh và nói: “Em muốn trả hóa đơn cho bệnh viện, đúng không?”

Nếu bạn đã từng có lúc nào đó cảm thấy hoàn toàn kiệt quệ, chúng tôi đã ở trong chính hoàn cảnh đó. Toàn bộ cuộc sống của chúng tôi bị bó hẹp trong mối quan hệ yêu/ghét với một công ty kiệt sức và ngốn nhiều tiền bạc. Sự thật là có những lúc chúng tôi muốn ra ngoài nhưng chúng tôi không thể bởi vì chúng tôi có quá nhiều khoản nợ, tính tự cao và sự sợ hãi bao vây doanh nghiệp.

Chúng tôi nhận thấy chính mình đang vật lộn để cân bằng giữa ước mơ và tầm nhìn cho công ty với thực tế khắc nghiệt. Sự thật là nếu không có Infusionsoft, chúng tôi không biết chúng tôi sẽ làm gì. Sau 2 năm liên tiếp, chúng tôi đã đầu tư quá nhiều thời gian, tiền bạc và nỗ lực vào công ty. Nếu bỏ cuộc, có lẽ chúng tôi sẽ không bao giờ gượng dậy nổi. Vì thế, mỗi ngày chúng tôi lê bước, từ thử thách này đến thử thách khác. 2 năm rưỡi đầu kinh doanh, Infusionsoft bị treo trên một sợi chỉ rất mảnh. Nói theo ngôn ngữ trong câu chuyện máy chạy bộ, tốc độ trở nên nhanh như chớp, chúng tôi bị mất sự cân bằng và cảm thấy một cú trượt nặng nề trên mặt đường ray cao su sắp xảy ra.

Sau đó - cuối cùng - những đám mây bắt đầu xua tan, và Infusionsoft tiếp tục phát triển.

Một vài may mắn, thuận lợi đã đến, sự hỗn loạn giảm đi, vừa đủ để chúng tôi giảm tốc độ và đạt được sự cân bằng. Có những hoàn cảnh rất tình cờ đã giúp chúng tôi hiểu ra được cách thoát ra khỏi sự hỗn loạn để đạt được tự do.

Chúng tôi đã có thể xây dựng và hoàn thiện kế hoạch kinh doanh khi chúng tôi tiếp tục. Chúng tôi tìm thấy những cách vận hành công ty dễ dàng hơn, tiết kiệm thời gian hơn. Chúng tôi cũng tiếp tục kiểm soát sự hỗn loạn trong chính đầu óc của mình. Cuối cùng, chúng tôi vượt qua hầu hết các vấn đề. Chúng tôi bắt đầu suy nghĩ rõ ràng hơn và bắt đầu nhận ra có một cách tốt hơn để vận hành một doanh nghiệp nhỏ.

Bây giờ, lúc chúng tôi kể lại câu chuyện này, chúng tôi có thể cười khi nhớ lại những tình huống điên rồ mà chúng tôi đã trải qua. Chúng tôi có thể chia sẻ những kỷ niệm với những nhân viên trung thành, những người đã chịu đựng đến cùng với chúng tôi, và chúng tôi có thể cùng cười với nhau về những việc khôi hài đã xảy ra trước kia, ví dụ như lần hai chúng tôi đưa khách hàng đi ăn trưa và cả hai đều để quên ví (ông ấy đã hòa nhã đồng ý trả tiền). Hoặc lần chúng tôi rời khỏi văn phòng Arizona Farm Bureau Insurance sau khi tư vấn một kế hoạch cho ban giám đốc của họ. Chúng tôi đi xuống bãi đỗ xe, chui vào chiếc xe tải cũ mòn của Scott (vẫn tốt hơn xe tải tồi tá không có điều hòa của Clate), và nhận ra phải cần một người đẩy mới có thể vào số được. Vâng, thật hài hước khi làm việc đó trong bãi đỗ xe của khách hàng, ngay phía dưới phòng hội nghị với các cửa sổ từ sàn đến trần nơi chúng tôi vừa mới trình bày kế hoạch phần mềm. Thật bẽ mặt!

Nhưng, mặc dù chúng tôi bị nhồi nhét trong một văn phòng nhỏ tí hoéc lái những chiếc xe bán tải cũ kĩ, tồi tá, nhưng chúng tôi đã không đánh mất sự kết nối với nơi mà chúng tôi bắt đầu. Những trải nghiệm này giúp chúng tôi nâng cao lòng

quyết tâm giải quyết các thách thức mà những doanh nhân khởi nghiệp đang vật lộn để phát triển công ty của họ, bởi vì điều hành và phát triển doanh nghiệp thực sự không khó khăn đến mức như vậy.

DẤU HIỆU CỦA SỰ HỖN LOẠN

Mặc dù sự hỗn loạn có một sức mạnh ghê gớm, dường như lại chẳng ai biết đến câu chuyện của bạn - câu chuyện có thật của một doanh nhân khởi nghiệp. Trừ khi bạn là một ngôi sao thành công sau một đêm, sẽ rất ít người quan tâm đến thời gian, năng lượng, đam mê mà bạn đang cống hiến cho doanh nghiệp của mình, cũng như nỗi đau bạn phải trải qua để phát triển nó.

Những doanh nhân khởi nghiệp rất ít khi suy nghĩ đến khối lượng công việc và sự cam kết to lớn mà họ cần dành cho doanh nghiệp của mình. Nhưng họ sẽ sớm trải qua tất cả những mức độ hỗn loạn khác nhau - về mặt thể chất, tinh thần/cảm xúc, và quan hệ xã hội - và có lẽ bạn là người biết rất rõ điều đó.

THỂ CHẤT

Đối với hầu hết các chủ doanh nghiệp, sự hỗn loạn về thể chất bắt đầu với tình trạng thiếu ngủ. Khi những doanh nhân khởi nghiệp càng dồn sức cho doanh nghiệp của họ, họ cần tìm cách để bù đắp cho những khoảng thời gian họ không có. Mặc dù họ chạy đua cả ngày để hoàn thành tất cả các công việc, khi họ không hoàn thành kế hoạch đúng hạn hoặc là không hoàn thành được doanh số, họ lấy thêm thời gian bằng cách hy sinh thời gian duy nhất còn lại của họ - ban đêm.

Thiếu ngủ sẽ sớm dẫn đến sự suy giảm khả năng vận động - ai có thời gian để vận động? Trong trường hợp của mình, chúng tôi không có thời gian để ăn, và khi chúng tôi nói rằng chúng tôi không còn đủ tiền để mua thức ăn, thì điều này cũng đúng. Chỉ một vài phút ăn trưa cũng là đủ thời gian để chốt bán hàng hoặc là giúp đỡ một khách hàng. Thêm vào đó, làm sao bạn có thể nghĩ đến chuyện ăn uống khi hết công việc quan trọng này đến công việc quan trọng khác lấp kín lịch của bạn?

Đây là những yếu tố rõ ràng ảnh hưởng đến sức khỏe thể chất. Hầu hết chúng ta đều hiểu rõ điều gì sẽ xảy ra với cơ thể của mình, nếu chúng ta thiếu ăn và ngủ. Nhưng, tất cả mới chỉ là bắt đầu. Sự hỗn loạn về sức khỏe thể chất còn vượt ra ngoài những nhu cầu thiết yếu như ăn và ngủ. Trong khi cơ thể của bạn chiến đấu để làm cho bạn thức (và bạn tổng cho nó caffein chỉ để thức được đến cuối ngày), stress sẽ bẻ gãy tất cả sức đề kháng của bạn.

Tình trạng nhức đầu trở nên thường xuyên hơn. Hệ miễn dịch suy giảm. Và những đợt cảm cúm thì dai dẳng. Nhưng đương nhiên, bạn phải làm việc bất chấp những vấn đề này.

Và nếu như những triệu chứng này vẫn chưa đủ, những triệu chứng về tinh thần và cảm xúc kéo đến, nhắc nhở rằng sức chịu đựng của chúng ta hạn chế như thế nào.

TINH THẦN/CẢM XÚC

Ngoài chạy vòng quanh như một con gà mất đầu, các chủ doanh nghiệp nhỏ thường xuyên phải đấu tranh tư tưởng với việc làm chủ. Cho dù kế hoạch kinh doanh có tốt ra sao, cho dù bạn có dành nhiều thời gian như thế nào đi nữa để chuẩn bị cho việc làm chủ một doanh nghiệp nhỏ, bản chất con người

luôn nghi ngờ về môi trường và niềm tin của mình. Do đó, cho dù bạn có chắc chắn như thế nào đi chăng nữa về doanh nghiệp của bạn khi bạn bắt đầu nó, một khi bạn thấy mình chìm đắm trong sự hỗn loạn, việc tiếp tục tin tưởng mình có thể tồn tại trở nên khó hơn nhiều.

Bạn bè, gia đình và những người đang nhìn bạn bản khoản liệu doanh nghiệp của bạn có đi được đến đâu không. Bất kỳ khi nào doanh số giảm, chúng ta thấy áp lực. Có phải khách hàng cũng đang nghi ngờ liệu bạn có phát triển được việc kinh doanh này hay không? Tôi có điên không? Tôi có thật sự biết tôi đang làm gì hay không?

Khi bạn mắc sai lầm, hỏng việc hoặc là khi khách hàng không hài lòng, bạn rất dễ đổ lỗi cho chính mình, điều này chỉ làm bạn càng trở nên hoài nghi và sợ hãi. Để giải quyết những sai lầm, bù đắp vào những doanh thu bị mất đi, hoặc là bất kỳ một chuyện gì khác gặp vấn đề, các chủ doanh nghiệp dành càng nhiều thời gian hơn ở văn phòng.

Khi khả năng làm việc của nhân viên xuống dưới mức trung bình, chủ doanh nghiệp lại có thêm một mối phiền não. Họ có thể cảm thấy thất vọng, cảm thấy mình bị lợi dụng, hoặc là bị phản bội. Với tư cách là một chủ doanh nghiệp, bạn đòi hỏi cao nhất ở một nhân viên, nhưng bạn sẽ sớm rút ra được một kết luận thực tế: nhân viên của bạn không bao giờ có thể quan tâm đến kinh doanh của bạn được như bạn.

Thông qua những việc này, bạn có thể bắt đầu tự hỏi liệu bạn, một mình mình, có thể thực sự gánh vác hết những vấn đề của việc làm chủ một doanh nghiệp nhỏ hay không?

Nhưng thông thường, cho đến thời điểm bạn nhận ra điều này, bạn không thể quay đầu được nữa. Cho dù bạn có muốn hay không muốn, bạn đã ở vị trí mà bạn đã có một doanh nghiệp? Mọi thứ phụ thuộc vào bạn bởi vì đây là đứa con của bạn. Khi chúng ta nhận ra không ai có thể quan tâm đến kinh doanh của chúng ta được như chính mình, chúng ta bắt đầu

đặt công việc kinh doanh ở vị trí cao hơn cả cuộc sống của chính mình.

Khi bạn cảm thấy kinh doanh của mình đang gặp rủi ro, bạn cảm thấy cuộc sống gặp rủi ro. Khi bạn hết tiền, hoặc là những hóa đơn chưa được thanh toán, những chủ doanh nghiệp nhỏ đi thế chấp nhà lần thứ hai để vay tiền hoặc là vay ngân hàng để duy trì hoạt động. Suy cho cùng, từ bỏ kinh doanh của bạn tương tự như bỏ cuộc với chính bạn. Khoảng cách giữa cuộc sống cá nhân và sự nghiệp được rút ngắn lại cho đến khi gần như không còn khoảng cách.

Chúng ta đã phải đương đầu với tất cả những vấn đề này - và không chỉ trong những ngày đầu tiên, mà vào bất kỳ thời điểm nào trong kinh doanh này. Ngay cả khi kinh doanh thành công, chúng ta vẫn cảm thấy những phiền phức của việc làm chủ một doanh nghiệp.

- Không thể dừng suy nghĩ về doanh nghiệp (kể cả khi chúng ta ngủ)
- Bị sao nhãng khi ở nhà
- Mắc sai lầm từ việc không tập trung vào chi tiết
- Sự tự tin giảm sút
- Không thấy thanh thản
- Tuyệt vọng
- Chán nản
- Sự từ chối
- Nỗi sợ hãi

Khi ở một mình, Clate đã suy nghĩ đến việc đi “làm công”, và anh ấy lên chiến lược có thể trả nợ doanh nghiệp như thế nào nếu anh ấy rời bỏ kinh doanh của mình. Scott đã nghĩ đến việc mua vé số như là một cách khả thi để thoát nợ. Hơn nữa, chúng tôi hoàn toàn quên mất mình là ai, nhưng bạn bè và gia đình của chúng tôi thì không. Và điều đó chỉ làm cho cuộc sống khó khăn hơn.

QUAN HỆ XÃ HỘI

Khi chúng ta bắt đầu kinh doanh, một trong những điều đầu tiên chúng ta bắt buộc phải hy sinh đó là những mối quan hệ của mình. Nói thẳng ra, chúng ta không có thời gian cho bạn bè và gia đình. Và sau một thời gian họ không chịu được tình trạng này nữa.

Dấu hiệu tiêu cực đầu tiên về quan hệ xã hội là sự mất mát về uy tín. Sau khi bạn bỏ lỡ một bữa tiệc ở đây, hủy một trận chơi golf ở chỗ khác, và liên tục từ chối các lời mời ăn tối, thì bạn bè không còn muốn rủ bạn nữa. Đương nhiên, họ sẽ nói chuyện với bạn ở nhà thờ hoặc là khi họ tình cờ bắt gặp bạn ở đâu đó. Nhưng không ai muốn mời bạn đi đâu nữa, bởi vì họ biết là thế nào bạn cũng quên hoặc là đến giờ thì sẽ hủy.

Clate có một người bạn tốt mà anh ấy đã không gặp từ lâu, đã lên lịch bay đến thành phố nơi anh ấy sống một vài ngày để tham dự một số hội nghị. Hào hứng muốn kết nối lại mối quan hệ, người bạn này đã gọi điện trước vài tuần để báo cho Clate biết anh ấy sẽ đến. Họ lên kế hoạch ăn tối cùng nhau. Nhưng vào buổi tối khi anh ấy đến nơi, một chuyện đột xuất xảy ra. Cho đến bây giờ, Clate không thể nhớ được điều gì đã khiến mình phải hủy cuộc hẹn, nhưng anh ấy nhớ rõ sự thất vọng trong giọng nói của người bạn đó khi anh ấy gọi điện báo mình sẽ không đến được. Trong lúc nói chuyện với người bạn của mình, Clate gần như đã đổi ý. Nhưng vào thời điểm đó, công ty quan trọng đối với anh ấy hơn cả những tình bạn lâu năm.

Bạn biết đấy, với những câu chuyện này, chúng ta có vẻ là những con người rất tồi tệ. Nhưng thực ra không phải như vậy, chỉ là chúng ta không thể tách rời khỏi công việc kinh doanh. Tuy nhiên, chúng ta biết rằng, chúng ta không phải là những người duy nhất gặp phải những tình huống như thế này.

Các thành viên gia đình của một doanh nhân khởi nghiệp thông thường bị ảnh hưởng nhiều hơn bất kỳ ai. Hãy nghĩ

đến những giờ làm việc dài đằng đẵng tại văn phòng tác động lên cuộc sống gia đình như thế nào. Những người chủ doanh nghiệp phải làm việc cả ngày, phải đối mặt với những khách hàng khó tính, và phải liên tục đương đầu với hết vấn đề này đến vấn đề khác. Đến khi về nhà thì họ đã mệt mỏi, kiệt sức và không còn kiên nhẫn nữa. Bạn chắc cũng đoán ra được sự mệt mỏi cuối ngày ảnh hưởng ra sao đến hôn nhân, nuôi dạy con cái, và những mối quan hệ quan trọng khác.

Bạn càng dấn thân vào công việc kinh doanh của bạn, thì mối quan hệ của bạn với vợ/ chồng và con cái bạn ngày càng trở nên xa cách. Không phải là bạn hy vọng hay lên kế hoạch để gia đình lại phía sau một ưu tiên nào khác, mà là nó tự nhiên trở thành như vậy. Sau đó, chúng ta tìm mọi cách biện minh rằng những gì chúng ta làm thực chất là để cải thiện cuộc sống gia đình. Nhưng đó chỉ là những lời ngụy biện để bạn có đủ lý do tiếp tục với kinh doanh của mình.

Các chủ doanh nghiệp nhỏ ở khắp nơi đều trải qua những tình huống tuyệt vọng tương tự như thế này. Con cái và vợ/ chồng không còn tin tưởng và tôn trọng bạn. Khi bạn về nhà, bạn lại có thể quay lại văn phòng. Không biết chuyện gì đang xảy ra, gia đình bạn dần không để ý đến bạn. Thông thường, các chủ doanh nghiệp nhỏ vì quá say sưa với kinh doanh của họ nên không nhận thấy được những tình huống này: đó là khi những mối quan hệ của bạn trở nên mất niềm tin, phiền muộn, và giận dữ.

Nhưng các chủ doanh nghiệp không nhất thiết phải lựa chọn giữa công việc kinh doanh của họ và gia đình cũng như bạn bè. Việc đồng thời phát triển kinh doanh và cuộc sống cá nhân của bạn là hoàn toàn có thể. Chúng ta sẽ sớm biết làm cách nào để bạn có thể làm được điều này, nhưng bây giờ, bạn chỉ cần biết điều đó là khả thi. Tất cả những gì bạn cần là một công thức đúng để thành công. Nhưng để hiểu công thức đó, bạn phải hiểu được sự hỗn loạn này đến từ đâu.

NGUYÊN NHÂN CỦA SỰ HỖN LOẠN

Không quan trọng là bạn bắt đầu kinh doanh của bạn như thế nào. Bạn có thể bắt đầu với một số vốn rất lớn, một đội nhóm tuyệt vời, những người cố vấn xuất sắc, và rất nhiều khách hàng xếp hàng chờ mua sản phẩm của bạn; hoặc, bạn có thể là một doanh nhân khởi nghiệp không có bất kỳ một ý tưởng gì. Trong bất kỳ trường hợp nào, bạn cũng sẽ trải qua giai đoạn hỗn loạn. Không ai thoát được nó.

Vậy vấn đề là gì? Sự hỗn loạn đến từ đâu? Làm thế nào để một chủ doanh nghiệp nhỏ có thể tìm cho mình một lối thoát? Một khi bạn hiểu được câu trả lời cho câu hỏi này, bạn sẽ hiểu vì sao công thức dẫn đến thành công lại quyền năng đến như vậy.

Hãy xem những nguyên nhân gây ra sự hỗn loạn:

- Bạn gánh vác hết tất cả các công việc.
- Bạn không biết phát triển như thế nào.
- Bạn đang đi sai hướng.
- Bạn sa lầy vào công nghệ.
- Bạn không có sự tập trung cốt lõi.

BẠN GÁNH VÁC HẾT TẤT CẢ CÁC CÔNG VIỆC

Hãy nhớ lại quãng thời gian bạn làm việc cho một ai đó. Vì sao nó lại dễ dàng như vậy? Bởi vì bạn chỉ có đúng một việc để làm - chỉ một.

Khi bạn trở thành một chủ doanh nghiệp nhỏ, một công việc đó ngay lập tức biến thành 10 đến 15 vai trò khác nhau. Ngoài việc bán sản phẩm và dịch vụ, quản lý nhân viên, quản lý công việc, và lên ngân sách cho các khoản chi, các chủ doanh nghiệp nhỏ hầu như không còn thời gian cho bất kỳ một việc gì khác. Sự thật đáng buồn là rất ít chủ doanh nghiệp có khả

năng dành thời gian để phát triển và cải tiến công việc kinh doanh của họ. Sự tập trung của họ thường bị phân tán cho hết công việc này đến công việc khác, và đến khi có thời gian cho chính mình, thì họ đã quá mệt để làm thêm bất kỳ một việc gì.

Nhưng tình trạng này không dừng tại đó. Sở hữu một doanh nghiệp nhỏ không có nghĩa là bạn chỉ có một khối lượng công việc nhất định để làm. Bạn không bao giờ biết được chuyện gì sẽ xảy ra tiếp theo. Một ngày nào đó, nếu nhà vệ sinh bị ứ nước, bạn bắt buộc phải đi giải quyết nó (Bạn hãy yên tâm rằng cho dù bạn có kiểm soát như thế nào đi nữa, nhà vệ sinh có cách của nó để lại lỗi bạn vào một mớ công việc khác).

Một ngày khác, bạn trở thành người đi giao hàng. Khi bạn không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng hoặc là một hóa đơn được gửi email đến trễ, bạn sẽ thấy mình phải chạy vòng quanh thành phố để giao hàng đúng thời gian tại địa điểm nó cần được giao.

Không có ai giúp bạn. Chỉ có một mình bạn thôi. Nếu có gì đó không ổn xảy ra, bạn không có ai để dựa dẫm. Nếu bạn gửi một email marketing đầy lỗi chính tả và sai thông tin, bạn không có ai khác để đổ lỗi ngoài chính mình. Nếu bạn không theo dõi được tình hình tài chính một cách vững vàng, bạn cũng sẽ là người trích tiền lương của mình ra để trả cho tiền thuế phát sinh không mong muốn.

Trở thành một doanh nhân khởi nghiệp đồng nghĩa với việc gánh vác hết tất cả các vai trò trong doanh nghiệp của bạn (Trừ khi, đương nhiên, bạn thuê nhân viên để nhận lấy một số trách nhiệm. Nhưng ngay cả khi như vậy, bạn còn có nhiều việc hơn để làm. Vì lúc này bạn phải lo về tiền lương).

BẠN KHÔNG BIẾT PHÁT TRIỂN NHƯ THẾ NÀO

Mặc dù phong trào khởi nghiệp đang rất phổ biến, phát triển một kinh doanh là một cuộc chiến cam go. Bạn phải liên tục

tìm kiếm khách hàng sẵn lòng mua sản phẩm hoặc là dịch vụ của bạn. Nếu không có khách hàng, bạn đơn giản là không thể phát triển được kinh doanh. Bạn sẽ phải ra đứng ngoài lề đường để kéo khách hàng mới về cho doanh nghiệp của mình. Trong khi đó, các hóa đơn của bạn vẫn cần được thanh toán.

Nếu bạn tự vận hành doanh nghiệp một mình, bạn phải có trách nhiệm (1) tìm kiếm khách hàng mới (2) cung cấp dịch vụ cho những khách hàng mới, (3) xuất hóa đơn cho những khách hàng mới, (4) thu tiền - và còn nhiều việc khác nữa. Một mình bạn phải làm rất nhiều công việc. Và điều tồi tệ nhất là nếu bạn phát triển được, bạn phải làm hết tất cả những công việc này. Bởi vì nếu bạn không liên tục lấp đầy phễu bán hàng với những khách hàng mới, quá trình bán hàng sẽ bị ngắt quãng và một điều gì đó hoặc một ai đó (nhiều khả năng là bạn) sẽ không được trả tiền.

BẠN ĐANG ĐI SAI HƯỚNG

Nếu bạn hiểu được cách một doanh nghiệp phát triển như thế nào, bạn sẽ không đọc quyển sách này, đúng không? Không nhất thiết phải như vậy. Phát triển doanh nghiệp sai hướng có thể đau khổ hơn là không phát triển doanh nghiệp nói chung.

Bạn thấy đấy, cho dù bạn bán được rất nhiều hàng, cho dù bạn kiếm được rất nhiều tiền, bạn không thể bỏ mặc những trách nhiệm của bạn. Bạn còn có sản phẩm và dịch vụ để đáp ứng, những công việc kế toán cần hoàn thành, những người bán hàng cần được trả tiền, nhân viên để quản lý, vân vân. Mặc dù tập trung vào bán hàng sẽ làm bạn hứng thú hơn, nhưng thời gian và sự chú tâm của bạn cần phải dàn trải cho toàn bộ công việc kinh doanh của bạn. Nhưng giờ đây, vì bán được nhiều hàng hơn, bạn phải đáp ứng nhu cầu cho nhiều người hơn, theo sát nhiều giao dịch hơn, có thêm nhiều sản

phẩm được mua, không gian làm việc cần được mở rộng, và nhiều thứ phát sinh khác.

Nếu bạn không chuẩn bị cho sự phát triển kinh doanh của bạn - nếu bạn không có một quy trình để quản lý sự phát triển này - thì đến lúc đó bạn phải bỏ ra thêm rất nhiều thời gian và nỗ lực. Kết quả là bạn sẽ làm hỏng việc, khách hàng nổi giận, và bạn sẽ vất chân lên cổ chạy để làm mọi chuyện ổn thỏa. Tóm lại, bạn sẽ trở nên quen thuộc với khái niệm sự đau khổ lớn dần lên. Và đúng, kinh doanh của bạn có thể phát triển, nhưng bạn không giải quyết được sự hỗn loạn, thì bạn vẫn còn cách tự do rất xa. Bạn thậm chí còn phát điên lên nữa.

BẠN SA LẦY VÀO CÔNG NGHỆ

Bạn có còn nhớ chúng ta đã ca tụng Internet như thế nào trong phần Cách Mạng Khởi Nghiệp không? Bây giờ chúng tôi sẽ cho bạn biết vì sao Internet không phải lúc nào cũng là bạn của chúng ta. Thật ra, một công nghệ mà có thể làm cho việc khởi nghiệp trở nên dễ dàng, theo nhiều cách, hoàn toàn có thể trở thành kẻ thù không đội trời chung của chúng ta. Sau đây là một số lý do:

Quá tải dữ liệu

Mặc dù chúng ta nghĩ email rất tuyệt vời, chỉ một mình phương thức giao tiếp này là nguyên nhân gây ra phần lớn sự hỗn loạn. Chúng ta liên tục nhận những lời mời chào. Nếu chúng ta không có cách quản lý hộp thư, nó sẽ quản lý chúng ta, buộc chúng ta phải làm tất cả những gì những người gửi email muốn chúng ta làm thay vì làm những gì thúc đẩy kinh doanh của chúng ta tiến về phía trước. Email chính là nguyên nhân đẩy chúng ta từ thế chủ động vào thế phản ứng với những tình

huống chúng ta gặp phải.

Truyền thông xã hội

Với công nghệ Internet, giao tiếp đã được cải thiện. Mặc dù về lý thuyết, khả năng giao tiếp sẽ góp phần vào sự phát triển của doanh nghiệp, nhưng theo nhiều cách nó có thể trở nên quá mạnh mẽ. Thay vì những cuộc gọi điện thoại hay là những lá thư viết tay, chúng ta bây giờ phải lo lắng cả về những cuộc gọi điện thoại, thư, email, fax, tin nhắn, bình luận trên Twitter, bình luận trên blog, và nhiều thứ khác nữa.

Quá nhiều giải pháp

Internet cũng cung cấp cho các chủ doanh nghiệp nhỏ quá nhiều giải pháp cho các thách thức trong kinh doanh của họ. Điều này nghe có vẻ không đúng, nhưng các công ty đã và đang phát triển tất cả “giải pháp” doanh nghiệp mà họ có thể nghĩ ra được, từ việc thanh toán hóa đơn cho đến quản lý khách hàng hay email marketing. Tuy nhiên, bởi vì doanh nghiệp của bạn là duy nhất, bởi vì không ai quản lý doanh nghiệp của họ giống bạn quản lý doanh nghiệp của bạn, làm sao để bạn có thể biết được giải pháp nào sẽ hiệu quả đối với bạn?

Tốc độ

Khi những thư từ còn được sử dụng như một phương pháp chính trong giao tiếp, các chủ doanh nghiệp đã có nhiều ngày để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Ngày hôm nay, chỉ một vài ngày để xử lý cũng không được chấp nhận. Nếu chủ sở hữu doanh nghiệp nhỏ không đáp ứng một cách kịp thời, khách hàng sẽ cho rằng họ không chu đáo. Sau một thời gian,

các doanh nhân luôn phải chạy, chạy, chạy chỉ để bắt kịp với những yêu cầu cấp thiết nhất.

Bạn không có sự tập trung cốt lõi

Trong mọi khởi đầu mới đều có sự hỗn loạn. Hãy nghĩ đến danh sách dài những điều mà chủ một doanh nghiệp mới phải tính toán và sắp xếp trước khi nó có thể hoạt động trơn tru:

- Tổ chức của một công ty
- Sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp
- Vị trí, không gian văn phòng, thiết bị
- Chiến lược Marketing
- Quá trình bán hàng
- Dịch vụ khách hàng và hoàn thiện
- Nhân viên, bảng lương và thuế
- Lập dự toán, các tập hợp và sổ sách kế toán
- Các chính sách trả hoặc hoàn trả
- Hợp đồng
- Quan hệ đối tác

Trong chính những điều đó, mỗi điều có thể mất vài tháng, thậm chí nhiều năm để hoàn thiện. Các quy trình và yêu cầu của mỗi điều có thể lên tới hàng nghìn giờ làm việc. Tuy nhiên, trong hầu hết trường hợp, các chủ doanh nghiệp nhỏ phải một mình chịu trách nhiệm cho việc thiết lập, quản lý và duy trì các nhiệm vụ đó.

Nhưng bạn phải bắt đầu với cái nào? Điều gì có thể để lại sau hay tất cả mọi việc đều phải được thực hiện ngay bây giờ? Quan trọng hơn là tập trung vào việc bán hàng để việc kinh doanh đi lên và phát triển hay mục tiêu là tạo ra một kế hoạch để kinh doanh có thể phát triển nhanh chóng?

Ngay bây giờ, hãy nghĩ về những điều bạn đã gặp khi lần đầu tiên bắt đầu kinh doanh. Nó thực sự là một điều kỳ diệu khi với tất cả những điều đòi hỏi sự chú ý của bạn, bạn vẫn có khả năng vượt qua được những giai đoạn đầu trong kinh doanh của mình.

Cho dù bạn đọc bao nhiêu cuốn sách, cho dù bạn có kế hoạch kinh doanh tốt như thế nào, thời điểm bạn bước vào kinh doanh, bạn đã có một triệu lẽ một những điều cần phải làm.

Làm việc chăm chỉ và sức chịu đựng sẽ giúp bạn có được nhiều hơn, nhưng nó sẽ không giúp bạn thoát ra khỏi sự hỗn loạn. Chắc chắn, bạn có thể trải nghiệm một chút chiến thắng ở chỗ này và chỗ kia, nhưng nếu bạn không chú trọng về tương lai và hành động đúng, doanh nghiệp của bạn sẽ không có được sự phát triển một cách hệ thống. Nó sẽ luôn luôn là sự thành công may rủi. Và bạn nghĩ mình sẽ gặp may bao nhiêu lần?

Khi một chủ doanh nghiệp nhỏ nhận ra chính xác những gì hỗn loạn và điều gì gây ra hỗn loạn, họ lại dễ thấy nản lòng. Đó là bởi vì hầu hết mọi người đều nghĩ tình hình này có vẻ như không có lối thoát. Sau nhiều năm chiến đấu với sự hỗn loạn, thậm chí những chủ doanh nghiệp dày dặn kinh nghiệm cũng có thể đầu hàng khó khăn. Họ đi đến kết luận rằng họ có thể (1) chấp nhận sự hỗn loạn hoặc (2) từ bỏ và quay lại làm việc cho người khác.

Chúng tôi sẽ nói - lựa chọn (3). Chinh phục sự hỗn loạn và bắt đầu sống cuộc sống mà bạn luôn mong muốn như một doanh nhân. Chúng tôi sẽ chỉ cho bạn cách làm như thế nào.

3

PHÁT TRIỂN HAY LÀ CHẾT



Phát triển là cách duy nhất để kiểm soát doanh nghiệp của bạn. Bạn phải chiến đấu. Không có duy trì; chỉ có phát triển. Nếu không phát triển kinh doanh của mình, thế giới sẽ bỏ bạn lại. Bạn phải phát triển hoặc là chết.

Chúng tôi không cố gắng để dọa những doanh nhân khởi nghiệp khi chúng tôi nói: Thời điểm bạn trở thành chủ doanh nghiệp nhỏ là thời điểm hỗn loạn bắt đầu. Bạn sẽ rất sớm cảm thấy áp lực. Cho dù bạn đang ở trong giai đoạn nào trong kinh doanh của mình, trận chiến với sự hỗn loạn không bao giờ đơn giản. Lựa chọn duy nhất của bạn là sống với nó hoặc tìm cách để chinh phục nó.

Đáng buồn thay, hầu hết các doanh nhân khởi nghiệp không bao giờ tìm cách để chinh phục sự hỗn loạn. Ngay cả trong trường hợp xấu nhất, hầu hết con người sẽ học cách thích nghi với hoàn cảnh của họ. Họ có thể chạy không ngừng nghỉ 16 giờ trong ngày, nhưng sau khi làm việc đó nhiều tháng trời, nó gần như trở nên quen thuộc. Nếu như mọi thứ không vượt ra ngoài tầm kiểm soát, họ bắt đầu lo lắng. Nhưng khi nói đến phát triển một doanh nghiệp nhỏ thành công, khả năng thích nghi này có thể vừa có ích vừa có hại.

Chúng tôi sẽ không lừa bạn. Các chiến lược trong cuốn sách này không phải là một phương thức cứu chữa ngay lập tức. Các chiến lược này hiệu quả. Bạn sẽ cần thay đổi thực sự cách bạn nhìn nhận và điều hành doanh nghiệp của bạn. Các chiến lược không dành cho những ai đã học cách chấp nhận hoàn cảnh. Đối với những người đó, điều tốt nhất chúng tôi có thể làm là chúc họ may mắn và tiếp tục.

Chiến lược của chúng tôi dành cho những chủ doanh nghiệp đã sẵn sàng vượt qua sự hỗn loạn. Chúng dành cho người cha đã bỏ lỡ quá nhiều thời gian với con cái, những người mệt mỏi vì đối phó với những cơn đau đầu. Chúng dành cho doanh nhân nghĩ rằng, “Này, đây không phải là điều tôi đã nghĩ tới. Làm sao tôi có thể đi trên con đường đến tự do?”

Bây giờ bạn có thể tin rằng điều này là dành cho bạn. Rốt cuộc, bạn đang đọc cuốn sách này. Bạn đã sẵn sàng để chinh phục sự hỗn loạn. Nhưng trước khi bạn nhảy vào bằng tất cả sức lực, hãy dành thời gian để thực sự xem xét tình huống. Bạn có sẵn sàng từ bỏ những gì bạn đang làm bây giờ để đạt được tự do của bạn? Trong một vài tuần, nó có thể có nghĩa là làm việc nhiều hơn. Nó chắc chắn sẽ cần một bước nhảy vọt trong niềm tin. Nhưng trên hết, đó là một sự thay đổi về phong cách sống. Toàn bộ tâm lý của bạn phải thay đổi và đó chính là rào cản lớn nhất đối với hầu hết các doanh nhân khởi nghiệp.

TƯ DUY PHÁT TRIỂN

Bạn cần nhận ra rằng tư duy phát triển là điều quan trọng duy nhất để bạn duy trì công việc kinh doanh và tìm thấy tự do. Để thoát khỏi sự hỗn loạn và tìm thấy tự do, bạn phải phát triển, chấm hết. Nếu bạn không tin điều đó thì chiến lược của chúng tôi sẽ không giúp được bạn. Nhưng, nếu bạn chấp nhận ý tưởng này, chúng tôi có thể chỉ cho bạn không chỉ làm thế

nào để phát triển doanh nghiệp của mình mà còn làm thế nào để bạn chinh phục sự hỗn loạn thông qua sự phát triển đó. Nói cách khác, bạn có được tất cả, phát triển hơn và tự do hơn!

Bạn thực sự không có lựa chọn; nếu bạn không phát triển, bạn sẽ chết. Kinh doanh là biến động. Nó không nằm yên. Mỗi ngày doanh nghiệp của bạn sẽ thay đổi, và bạn không thể làm gì để thay đổi điều đó. Niềm tin rằng bằng cách nào đó bạn có thể duy trì hiện trạng của bạn là sai lầm.

Doanh nghiệp của bạn đang phải chịu các nhân tố ngoài tầm kiểm soát của bạn. Bạn có thể hoàn toàn hài lòng với tình hình hiện tại của bạn, nhưng nó sẽ không kéo dài. Nếu bạn chọn đứng yên, những sức mạnh bên ngoài sẽ vượt qua bạn tạo ra sự hỗn loạn sau đó. Bạn thấy đấy, đối thủ cạnh tranh không bao giờ hành động như bạn muốn. Nhu cầu của khách hàng ngày càng lớn hơn. Nhân viên là con người và đòi hỏi linh hoạt, kiên nhẫn và được hướng dẫn. Cho dù nền tảng của bạn có tốt thế nào chăng nữa, hãy chuẩn bị sẵn sàng cho việc bị lạc hậu.

Hãy thử một khoảng thời gian bạn làm những điều giống nhau lặp đi lặp lại mỗi ngày chỉ để duy trì trạng thái chứ không phải để phát triển. Điều gì sẽ xảy ra?

- Các đối thủ cạnh tranh len vào và chiếm thị trường của bạn
- Nhân viên ngừng đổi mới
- Sản phẩm của bạn nhanh chóng trở nên lỗi thời
- Bạn bị tụt hậu về công nghệ
- Doanh thu giảm

Cuối cùng, bạn đóng cửa công ty. Những ngày kinh doanh bị động đã kết thúc. Nếu bạn muốn doanh nghiệp của bạn tồn tại, nó phải được phát triển. Và đơn giản nhất, việc phát triển doanh nghiệp có nghĩa là thu hút được nhiều khách hàng hơn.

Ngày xưa, khi chỉ có một thợ rèn trong làng, người thợ rèn có thể ngồi lại và tận hưởng sự độc quyền của mình một cách an toàn. Anh ta không phải marketing. Anh ta có thể kiếm việc làm (hoặc không) tùy thuộc vào tâm trạng của mình. Anh ta có thể tính phí theo mức anh ta muốn và khách hàng không thể ý kiến gì về vấn đề này. Nhưng theo thời gian, các đối thủ khác đi vào thị trấn và thay đổi toàn bộ trò chơi.

Thứ nhất, người thợ rèn phải đối mặt với một cuộc cạnh tranh nhỏ. Nhìn thấy cuộc sống thoải mái của người đầu tiên, một thợ rèn khác bắt đầu và ngay lập tức lấy đi một nửa thị phần kinh doanh của anh ta. Việc này đương nhiên làm người thợ rèn đầu tiên lo lắng, nhưng anh ta thực sự cũng không làm hết việc. Một cuộc cạnh tranh nhỏ không ảnh hưởng gì mấy.

Nhưng điều gì đã xảy ra khi các sản phẩm tại nhà máy sản xuất ra mất trong làng? Đột nhiên, nhu cầu thợ rèn giảm. Các sản phẩm sản xuất tại nhà máy tốt hơn và rẻ hơn rất nhiều. Bây giờ, các thợ rèn bắt đầu cảm thấy áp lực. Để có thể tồn tại, ông ta hạ giá. Giá thấp hơn đúng là cũng cải thiện kinh doanh, nhưng bây giờ thợ rèn đang làm việc gấp đôi để kiếm cùng một số tiền. Khi anh buộc phải để một vài nhân viên nghỉ việc, khối lượng công việc trở nên quá tải cho những người còn lại, và họ bỏ đi.

Trước đó, thợ rèn đang trên đường tìm kiếm một ngôi làng khác. Nhưng cho dù chuyển đi của anh ta xa đến đâu thì những thách thức cũng sẽ giống nhau.

Nếu bạn không phát triển, thì bạn đang sống chật vật chỉ để tồn tại. Nhưng không có ngày mai. Chỉ có hiện tại. Phát triển là cách duy nhất để kiểm soát doanh nghiệp của bạn. Bạn phải chiến đấu. Bạn phải có nhiều khách hàng hơn. Không có sự duy trì; chỉ có sự phát triển. Nếu không có sự phát triển, thế giới sẽ vượt qua bạn.

TẠI SAO CÁC DOANH NGHIỆP LỰA CHỌN KHÔNG PHÁT TRIỂN

Chúng tôi đã đề cập rằng chúng tôi nói chuyện với hàng nghìn doanh nhân một năm. Ngoài các cuộc trò chuyện về sự hỗn loạn, chúng tôi đã dành vô số giờ thảo luận về khái niệm phát triển. Chúng tôi phát hiện ra rằng những người tích cực làm việc để phát triển công ty của họ hiểu sự cần thiết của sự phát triển. Đây cũng chính là những người sẵn sàng chấp nhận thay đổi ngay cả khi điều đó cần họ phải thay đổi thói quen hàng ngày. Đối với họ, doanh nghiệp luôn tiến triển, phát triển và cải tiến. Những cá nhân này kiên quyết chống lại sự hỗn loạn và kiểm soát việc kinh doanh của họ.

Những người ngại phát triển thì lại tin rằng họ đang giữ cho mình khỏi đau đớn thêm. Đối với họ, phát triển tương đương với công việc nhiều hơn, nhiều thời gian và căng thẳng hơn. Mục tiêu của họ là duy trì một môi trường họ đã quen thuộc. Môi trường đó có thể là nơi của những ngọn lửa cháy liên tục, hỗn loạn và những đêm không ngủ, nhưng đó là những gì họ đã quen. Đối với hầu hết các doanh nhân này, sự hỗn loạn kiểm soát công việc kinh doanh của họ, bởi vì họ đã vô tình cho phép nó xảy ra.

Ngay bây giờ, bạn có thể nghĩ, “À, tôi phải ở trong nhóm thứ nhất bởi vì tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để thoát khỏi tình trạng hỗn loạn này”. Nhưng bạn có thực sự phù hợp với nhóm đó không? Bạn đã cam kết đầy đủ để thực hiện những thay đổi cần thiết, lâu dài? Bạn có liên tục làm việc để có được nhiều khách hàng hơn? Hãy xem xét các tình huống sau đây một cách cẩn thận, bởi vì bạn có thể ngạc nhiên khi phát hiện ra mình đang ở trong một hay hai tình huống đó.

KỊCH BẢN #1: BẠN KHÔNG MUỐN PHÁT TRIỂN KINH DOANH

Đôi khi chúng tôi tiếp xúc với các chủ doanh nghiệp nhỏ, họ nhấn mạnh rằng họ không muốn phát triển kinh doanh. Họ đã đủ khách hàng để làm cho họ luôn bận rộn và có đủ nguồn thu. Từ đó việc là đã đủ để họ xử lý, vì vậy họ ngừng cố gắng để phát triển kinh doanh. Họ không tích cực tìm kiếm khách hàng mới. Họ không dành thời gian để cải thiện quy trình kinh doanh. Họ giải thích rằng sự hỗn loạn họ đang trải qua sẽ đi qua và họ tin rằng nếu họ cố gắng để phát triển, họ sẽ càng gặp nhiều hỗn loạn hơn.

Đối với chúng tôi, điều này giống như đã điều chôn đầu vào cát để thoát khỏi nguy hiểm.

Bạn không thể trốn tránh khỏi sự hỗn loạn. Bạn không thể lờ đi thực tế là có những đối thủ cạnh tranh ngoài đó chỉ chờ đợi để cướp đi khách hàng của bạn. Ngay cả khi công việc bạn đang thực hiện bây giờ dường như đã đủ, điều đó sẽ không kéo dài đâu. Nếu không phát triển và có thêm khách hàng, bạn đang đặt doanh nghiệp của mình trên bờ vực. Bạn sẽ dần dần mất khách hàng khi họ chuyển sang đối thủ cạnh tranh hoặc không còn cần bạn.

Thêm vào đó, chúng tôi nghĩ có lẽ bạn đang không nói thật. Tất nhiên bạn muốn phát triển. Bạn không bắt đầu kinh doanh chỉ để trở nên tự mãn hơn. Bạn bắt đầu kinh doanh để được tự do. Đứng ngoài lề thế giới sẽ không giúp bạn tìm ra tự do. Nếu đó là cách bạn làm việc, thì câu hỏi không phải là “Bạn sẽ tìm thấy tự do của bạn chứ?” mà là “Bạn sẽ phá sản như thế nào?”

Nói rằng bạn không muốn phát triển chỉ đơn giản là một cách khác để nói rằng bạn không biết làm thế nào. Thực tế là: Hầu hết mọi người không biết làm thế nào! Họ đang lúng túng về điều này cũng giống như bạn. Nhưng miễn là họ đang tích cực theo đuổi sự phát triển, họ sẽ trở nên tốt hơn bạn.

KỊCH BẢN #2: BẠN ĐANG PHỤ THUỘC VÀO GIỚI THIỆU TRUYỀN MIỆNG VÀ KHÁCH HÀNG QUAY LẠI

Một buổi chiều, một đại diện bán hàng cho một hội nghị mà chúng tôi tham dự gọi cho người điều phối viên sự kiện của chúng tôi. Một cuộc họp khác đang diễn ra, đại diện bán hàng muốn biết nếu có ai đến từ văn phòng của chúng tôi sẽ tham dự.

“Tôi không biết”, điều phối viên sự kiện của chúng tôi trả lời. “Chúng tôi đã không bàn bạc về điều đó.”

“Tốt thôi” anh ta trả lời: “Khi bạn nhớ ra, bạn vui lòng gọi cho tôi thay vì gọi đường dây chính được chứ? Công việc của tôi phụ thuộc vào số người đã đăng ký với tôi. Nếu bạn gọi đường dây chính, tôi không nhận được thanh toán.”

Ngay sau khi nhân viên của chúng tôi treo điện thoại, cô ấy đã tự hỏi, “Tôi có phải chịu trách nhiệm về sự thành công của anh ta không? Tôi không nghĩ thế. Anh ấy cần làm công việc của mình tốt hơn, như thế anh ấy sẽ không có vẻ tuyệt vọng như vậy.”

Điều gì sẽ là tình huống kinh doanh lý tưởng cho bạn? Bạn có 5 khách hàng. Mỗi khách hàng trong số 5 khách hàng đó nói với 5 người bạn của họ rằng doanh nghiệp của bạn tuyệt vời như thế nào. 25 người bạn này mỗi người nói với bạn bè thêm 5 người nữa và từ đó giới thiệu 1 người, bạn có nhiều việc hơn bạn có thể xử lý. Dường như hoàn hảo, phải không?

Nhưng nó không có thật. Dựa vào giới thiệu để phát triển doanh nghiệp đối với bạn là một ý tưởng tồi. Bạn thấy đấy, giống như nhân viên của chúng tôi với cuộc trò chuyện điện thoại, ngay cả những người như bạn và doanh nghiệp của bạn, họ vẫn không cảm thấy đó là trách nhiệm của họ để chuyển thông tin của bạn. Chắc chắn, họ có thể đề cập trong cuộc trò chuyện. Nhưng ai cũng bận rộn. Họ có rất nhiều thứ phải suy

nghĩ. Họ không nghĩ về bạn.

Trong khi tìm kiếm căn nhà mới nhất của mình, Scott đã được một người môi giới bất động sản trao cho một danh thiếp. Mặt trước là thông tin cơ bản: tên, số điện thoại, biểu tượng, vân vân. Nhưng ở mặt sau là một câu đọc là “Giới thiệu là lời khen tuyệt vời nhất mà tôi có thể nhận được.” Cách đây không lâu, Scott tìm thấy chiếc thẻ này trong ngăn kéo bàn của mình. Đọc lại tám thẻ một lần nữa anh nhận ra rằng anh đã không giới thiệu bất kỳ một người bạn nào cho người môi giới động sản đó. Và Scott là một chủ doanh nghiệp nhỏ! Anh ấy biết việc giới thiệu quan trọng như thế nào.

Nói rằng bạn phát triển doanh nghiệp của bạn thông qua giới thiệu chỉ là một cách khác để nói rằng bạn không biết làm thế nào để phát triển. Đừng cho rằng chúng tôi sai, giới thiệu là tuyệt vời, và bạn nên luôn luôn đề nghị như vậy với khách hàng. Nhưng để phát triển công việc kinh doanh của bạn và chinh phục sự hỗn loạn, bạn phải nhận ra trách nhiệm nằm hoàn toàn trên đôi vai của mình.

KỊCH BẢN #3: BẠN TIN RẰNG BẠN SẼ TỰ MÌNH TÌM RA GIẢI PHÁP

Bạn có thường xuyên học một kỹ năng hay bài học có giá trị có thể giúp bạn trong công việc kinh doanh nhưng sau đó không bao giờ áp dụng nó? Nỗi sợ hãi lớn nhất của chúng tôi đối với các chủ doanh nghiệp nhỏ đã đọc cuốn sách này là chúng tôi sẽ đưa cho bạn chiến lược phát triển để đạt được tự do của chính chúng tôi và bạn sẽ không bao giờ ứng dụng chúng vào công việc kinh doanh của bạn.

Hàng triệu người đã chọn đọc cuốn *The E-Myth* của Michael Gerber trong hơn 20 năm qua vì nó có đầy đủ những kiến thức

tuyệt vời về việc điều hành một doanh nghiệp. Một buổi chiều một nhân viên của chúng tôi (và cựu chủ doanh nghiệp nhỏ) đã nói chuyện với giám đốc marketing của chúng tôi. Cuốn E-Myth đang ở trên bàn làm việc của giám đốc. Nhân viên này nhặt cuốn sách và nói, “Tôi thực sự cần phải nhìn lại cuốn sách đó. Có một số thứ rất tốt trong đó. “

Vâng! Chúng tôi đồng ý. Có một số thứ tốt trong đó. Nhưng không có ý nghĩa gì nếu chủ doanh nghiệp nhỏ từ chối học hỏi từ đó và sau đó bắt đầu cải thiện công việc kinh doanh của mình. Là chủ doanh nghiệp, chúng ta bị cuốn vào kinh doanh mà không dành thời gian để học hỏi từ người khác. Bởi vì theo bản chất, chúng ta sáng tạo và năng động, đôi khi chúng ta chỉ muốn “tìm ra cách giải quyết”. Không nghi ngờ gì nữa, bạn là một người thông minh, tháo vát; nếu không thì bạn đã không làm được nhiều như ngày hôm nay. Đáng ra có nhiều thời gian, tiền bạc và sự chủ động hơn nên nằm trong tầm tay của bạn, phải không?

Vâng, đó là nơi sự hỗn loạn bắt đầu và làm đảo lộn tất cả mọi thứ lên. Nhìn xem, một khi bạn có một công ty hoạt động, sự hỗn loạn có một quyền năng mạnh mẽ là không cho phép chủ doanh nghiệp được tự do; cho dù có kỹ năng, kinh nghiệm, hay chăm chỉ. Vì vậy, trừ khi bạn khám phá được bí mật riêng của mình để phát triển và tự do, bạn phải hiểu rằng lời khuyên từ các doanh nhân thành công cũng vô giá trị đối với bạn và doanh nghiệp của bạn mà thôi.

Bạn có thể dành 10 năm tiếp theo để tìm ra mọi thứ một mình, chiến đấu với sự hỗn loạn bằng mọi cách. Hoặc, bạn có thể đi tắt bằng cách dựa vào kinh nghiệm của những người đã đi trước bạn.

KỊCH BẢN #4: BẠN TỰ TAY LÀM TẤT CẢ MỌI THỨ

Có nhiều tình huống ngăn cản chủ doanh nghiệp đạt đến tự do, nhưng chúng tôi muốn kết thúc phần này với nhận thức sai lầm cuối cùng và nghiêm trọng nhất. Tình huống này không chỉ là thử thách lớn nhất đối với những chủ doanh nghiệp nhỏ, mà câu trả lời cho thử thách này là thành phần quan trọng trong những chiến lược của chúng tôi.

Là một chủ doanh nghiệp, bạn hầu như làm tất cả mọi thứ. Trong vòng một ngày, bạn có thể:

- Đọc và trả lời các email
- Kiểm kho hoặc lịch làm việc
- Thiết kế tờ rơi hay email để gửi đến khách hàng cũ
- Chăm sóc khách hàng qua điện thoại hay trong cửa hàng
- Hoàn thành những đơn hàng đã tiếp nhận
- Nhập đơn hàng vào phần mềm kế toán
- Dọn dẹp cửa hàng
- Nói chuyện riêng với nhân viên
- Và hàng nghìn những việc khác

Bây giờ chúng tôi có hai câu hỏi cho bạn:

1. Làm thế nào quyết định việc gì (trong hàng nghìn việc) bạn sẽ làm trong ngày hôm nay?
2. Tại sao bạn làm tất cả điều đó?

Nếu hỏi bất kỳ một chủ doanh nghiệp nào thì họ sẽ nói cho bạn rằng có rất ít khả năng dự đoán trước được một ngày bình thường. Mặc dù có thể họ bắt đầu với một danh sách những việc cần làm, nhưng tối trước lúc đóng cửa hàng thì danh sách đó đã bị bỏ quên từ lâu.

Phần lớn những chủ doanh nghiệp không phát triển một cách có hệ thống. Những việc họ ra sức hoàn thành mỗi ngày phần lớn đều ngẫu nhiên và mang tính đối phó tình huống.

Một chủ doanh nghiệp có thể dễ dàng mất cả buổi chiều nhìn vào kho hàng chỉ để lấy ra một viên gạch mới cho cửa hiệu của mình. Một ngày nào đó họ tập trung sự chú ý vào marketing, nhưng họ có thể đợi cả tháng sau đó trước khi quay lại việc này.

Nếu đây là cách bạn làm mọi thứ trong kinh doanh của mình - hãy dừng lại! Nếu bạn có ý định có thêm thời gian, tiền bạc, sự chủ động và có mục đích sống, thì bạn cần một phương pháp phát triển có tính hệ thống. Nếu không, bạn chỉ là đang chạy trên máy tập chạy bộ, ngày càng nhanh, mà không có mục đích thật sự.

NHỮNG CHIẾN LƯỢC CHINH PHỤC SỰ HỖN LOẠN

Sau đây là những phương pháp đã được minh chứng để chinh phục sự hỗn loạn, phát triển kinh doanh của bạn và tìm thấy tự do. Những phương pháp này đã được chúng tôi và hàng nghìn doanh nhân khởi nghiệp áp dụng thành công.

Chúng tôi chia những chiến lược này thành hai phần: Tư Duy và Hệ Thống. Dưới đây là một vài lưu ý trước khi giới thiệu hai phần này:

- Mặc dù những Chiến Lược Tư Duy được chúng tôi đề cập trước, điều này không có nghĩa là các bạn cần hoàn thành trọn vẹn chúng rồi mới có thể thực hiện những Chiến Lược Hệ Thống;
- Những Chiến Lược Tư Duy cũng như những Chiến Lược Hệ Thống được xây dựng liên kết lẫn nhau; và

- Khi bạn hoàn thành những Chiến Lược Tư Duy thì khả năng hoàn thành những Chiến Lược Hệ Thống cũng sẽ tăng theo.

NHỮNG CHIẾN LƯỢC TƯ DUY

Những chiến lược này mang lại cho bạn sự cân bằng trong tình huống hỗn loạn. Bạn thấy đấy, khi bạn chiến đấu với sự hỗn loạn, những rủi ro kinh doanh luôn rình rập, không ngừng đe dọa đánh gục bạn. Đó là lý do tại sao bạn phải giữ được trạng thái cân bằng. Bạn phải giữ cho mình sự cân bằng và sức mạnh để làm chủ công việc kinh doanh của bạn.

Những Chiến Lược Tư Duy là sự chuẩn bị để sở hữu, quản lý, và kiểm soát kinh doanh. Nó cho bạn sức mạnh để “tái tạo” khi bạn cảm thấy nản lòng thoái chí. Nó cho bạn sức mạnh để giành quyền kiểm soát khi bạn cảm thấy mọi thứ trượt khỏi tầm tay của mình. Nó cho bạn khả năng phát triển kinh doanh mà không bị chính nó nuốt chửng.

Điều sau đây sẽ xảy ra nếu bạn không thận trọng. Có những lúc bạn thấy mình đang rơi vào những lối mòn và hành vi cũ. Nếu không áp dụng những Chiến Lược Tư Duy này (và ghi khắc nó trong não), bạn sẽ thấy mình lại rơi vào sự hỗn loạn, cứ mãi chạy theo sau kinh doanh của mình thay vì vận hành nó một cách đơn giản.

NHỮNG CHIẾN LƯỢC HỆ THỐNG

Những Chiến Lược Hệ Thống cụ thể hơn nhiều so với những Chiến Lược Tư Duy. Nó là những quy trình và công cụ mà bạn áp dụng để phát triển kinh doanh của mình, giữ nó vận hành trơn tru và hiệu quả. Nếu những Chiến Lược Tư Duy cho bạn sự cân bằng, thì những Chiến Lược Hệ Thống cho phép

bạn kiểm soát tốc độ trên máy tập. Với những Chiến Lược Hệ Thống, chúng ta tập trung chỉnh sửa những lỗ hổng trong kinh doanh có khả năng ngăn cản sự phát triển và gây nên sự hỗn loạn.

Những Chiến Lược Hệ Thống sẽ dạy bạn cách vận hành đúng quy trình để phát triển kinh doanh của mình. Trong phần lớn các công ty, những quy trình nhanh chóng được áp dụng, nhưng thay vì phân tích hiệu quả của những quy trình đó, các chủ doanh nghiệp nhỏ chỉ dùng nó bởi vì “đó là điều họ vẫn thường làm”.

Những chiến lược trong cuốn sách này sẽ giúp bạn phát triển kinh doanh và nắm quyền kiểm soát để bạn không phải cảm thấy mình đang rơi bù lên. Bạn sẽ thấy cách kết hợp hệ thống và công nghệ cùng nhau có thể giúp bạn phát triển kinh doanh một cách thông minh, mà không cần phải làm việc ngày càng vất vả hơn.

Hãy nhớ rằng những hệ thống kinh doanh hay những tổ chức đặc biệt của một chủ doanh nghiệp cũng chỉ giúp bạn đến đây mà thôi. Bạn phải áp dụng những điều này cùng với nhau để đạt được bốn sự tự do: Tiền bạc, Thời gian, Sự chủ động và Mục đích sống.

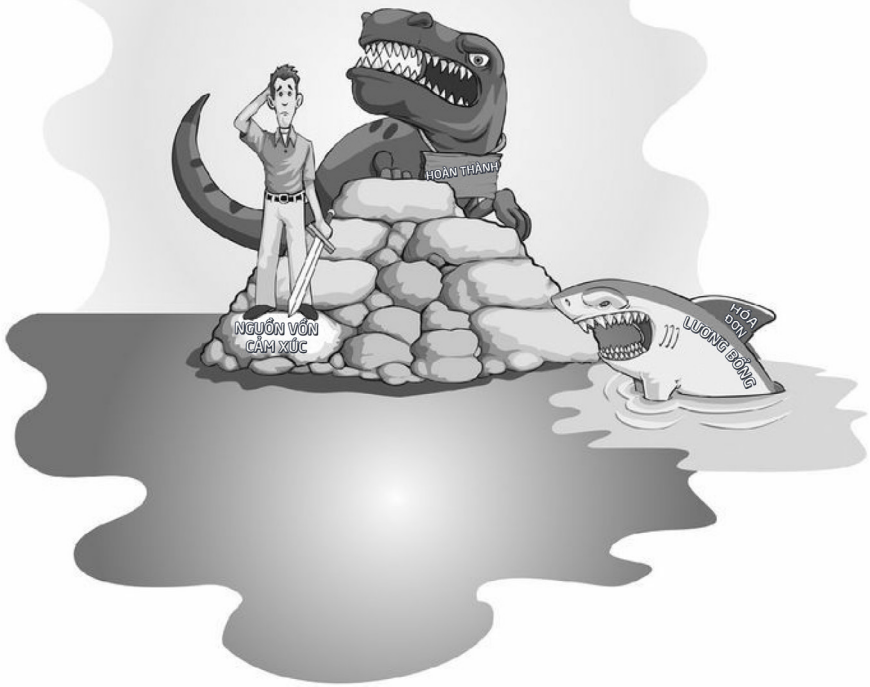
Cuối cùng, bạn toàn quyền quyết định mình sẽ áp dụng những thông tin này vào kinh doanh như thế nào. Nhưng trước hết hãy nghĩ bạn muốn đạt được những ước mơ làm chủ doanh nghiệp đến mức nào. Hãy xem xét làm sao những hỗn loạn lại trở nên căng thẳng như thế. Bây giờ, chúng ta hãy bắt đầu Chiến Lược Tư Duy #1: Nguồn Vốn Cảm Xúc.

Phần II

CHIẾN LƯỢC TƯ DUY: ĐẠT ĐƯỢC SỰ CÂN BẰNG

4

NGUỒN VỐN CẢM XÚC



Nếu nghe theo lý trí, ta sẽ chẳng bao giờ có một cuộc tình. Ta sẽ chẳng bao giờ có được tình bạn. Ta sẽ không dấn thân vào kinh doanh, vì ta quá hoài nghi. Vâng, đó là vô nghĩa. Bạn hãy luôn nhảy khỏi vách đá và giang đôi cánh của mình trong lúc bay xuống.

—Annie Dillard - nhà văn đoạt giải Pulitzer Prize

Khi những chủ doanh nghiệp mới hỏi xin lời khuyên từ những chủ doanh nghiệp dày dạn, họ chắc chắn sẽ nghe điều này: “Hãy đảm bảo bạn có đủ vốn và nguồn tín dụng bạn cần để phát triển kinh doanh”. Nói cách khác, bạn cần tiền.

Chắc chắn, đó là lời khuyên tuyệt vời. Bạn chắc chắn cần tiền để bắt đầu kinh doanh vì nó cho phép bạn có kế hoạch rõ ràng. Nó cũng cho phép bạn tách biệt những quyết định tài chính cá nhân khỏi những quyết định tài chính doanh nghiệp.

Tuy nhiên, chúng ta cần học được nguồn vốn cảm xúc thậm chí còn quan trọng hơn nguồn vốn tài chính. Thật sự, nguồn vốn cảm xúc của bạn, chứ không phải là bảng cân đối kế toán, là sức mạnh tột đỉnh của công việc kinh doanh, đó là lý do tại sao phát triển nền tảng Chiến Lược Tư Duy này là rất quan trọng. Vốn cảm xúc là loại tiền tệ mà bạn có được để thức dậy mỗi buổi sáng và chiến đấu. Đó là niềm đam mê, lòng nhiệt huyết và tầm nhìn tích cực thúc đẩy bạn cả ngày, giúp bạn hướng đến mục tiêu của mình.

Tôi nghĩ phần lớn chủ doanh nghiệp có thể hào hứng với kinh doanh trong đa phần thời gian. Nhưng sẽ có những thử thách, mây đen và trở ngại có thể đánh gục bạn. Bạn không thể thua trong trận đấu này.

Hơn nữa, bạn càng đương đầu lâu với sự hỗn loạn, nó sẽ càng làm hao mòn hoài bão và nhiệt huyết của bạn. Nhiều chủ doanh nghiệp đã phải trải qua sự xói mòn cảm xúc, đến mức họ thực hiện những công việc hàng ngày một cách qua quýt và vật vờ. Cách quản trị cảm xúc yếu kém trong kinh doanh như thế chắc chắn sẽ mang đến kết quả mờ nhạt. Khi sự hỗn loạn đang diễn ra khắp nơi và bạn cảm thấy như mình đang chiến đấu chống lại cả thế giới, thật dễ để đánh mất niềm đam mê của mình. Bạn thậm chí có thể còn không nhận ra điều đó đã xảy ra.

Hãy làm một bài kiểm tra ngay lúc này. Hãy tự hỏi bạn có đang cháy hết mình trong kinh doanh như ngày đầu tiên bắt đầu. Hãy tự hỏi bạn có đang rơi vào cái bẫy “làm việc máy móc”. Hãy tự hỏi bạn có dễ thất vọng. Quan trọng nhất, hãy tự hỏi bạn có dễ bị sao nhãng khỏi mục tiêu đạt đến thành công dài hạn của mình. Nếu bạn không có một bức tranh thành công rõ ràng cụ thể trong 3 - 5 năm, đó là một dấu hiệu cho thấy bạn không còn đủ nguồn vốn cảm xúc cần có của một chủ doanh nghiệp.

TÀI KHOẢN NGÂN HÀNG VỐN CẢM XÚC CỦA BẠN

Nguồn vốn cảm xúc là một thứ mơ hồ khó nắm bắt. Nhưng cũng tương tự như một tài khoản tiền gửi, vốn cảm xúc của bạn được lưu trữ trong một cái kho chứa những cảm xúc tích cực và bạn cần rút tài khoản đó mỗi ngày. Cái khó ở đây là tài khoản đó nằm bên trong con người bạn. Bạn chẳng thể nào tìm kiếm nó trên mạng hay gọi cho nhà băng để hỏi số dư còn

lại bao nhiêu.

Tuy nhiên, có một cách khá đơn giản để truy cứu số dư cảm xúc. Đó là xác định bạn đã rời khỏi giường ngủ mỗi sáng và trèo lại lên đó mỗi tối như thế nào. Bạn có nhảy ra khỏi giường tràn đầy phấn khích cho một ngày mới? Bạn có trong trạng thái sẵn sàng làm việc mỗi sáng, suy nghĩ về những cơ hội, những thách thức cũng như công việc đầy hứng khởi phía trước? Đến lúc lên giường ngủ, bạn có trong tâm thế sẵn sàng làm việc ngày mai không?

Hay là, bạn thức dậy đầy lo âu, sợ hãi và căng thẳng? Bạn có đi ngủ với cái bụng rỗng tuếch và đầy nỗi sợ hãi như của một đứa trẻ vào tối Chủ nhật, nhận ra rằng niềm vui cuối tuần đã nhanh chóng phai tàn và rồi mai lại phải đi học?

Hãy đánh giá tài khoản cảm xúc của bạn vào mỗi sáng và mỗi tối một cách thành thật. Có một sự thật là không mấy ai quan tâm đúng mức đến điều này, thật sự đáng tiếc. Bởi vì nếu không cẩn thận, bạn có thể trượt chân vào vũng lầy của sự lạnh nhạt, hay tệ hơn là sự sợ hãi. Những cảm xúc đó sẽ không thể đẩy bạn ra khỏi sự hỗn loạn để đi tới thành công bạn hằng mong muốn. Nói cách khác, nếu bạn thành thực đánh giá tài khoản vốn cảm xúc của chính mình mỗi sáng và mỗi tối, điều đó sẽ dần trở thành phản xạ và bạn sẽ cảm thấy việc gửi thêm vào tài khoản cảm xúc của bạn trở nên hiệu quả hơn.

Trước khi làm cho Infusionsoft, Clate nghĩ rằng anh ấy biết được đôi chút về sự thành công của doanh nghiệp nhỏ. Trong quá trình phát triển, Clate đã luôn làm việc cho những doanh nghiệp nhỏ. Từ sâu trong thâm tâm anh ấy cho rằng đó là nơi dành cho mình. Nhưng như thế cũng không thể phủ nhận một sự thật rằng Clate hoàn toàn chẳng biết một thứ gì về việc mở một doanh nghiệp nhỏ cả.

Bạn có thể thấy, khi gia nhập Infusionsoft, Clate mới tốt nghiệp được vài năm. Rồi trường với một tấm bằng thạc sĩ kinh tế và một tấm bằng luật, Clate nghĩ rằng mình đã rất

tuyệt. Anh cho rằng với nền tảng giáo dục chính quy mà anh nhận được, anh ấy đã sẵn sàng làm bất cứ thứ gì. Thêm nữa là anh ấy cũng từng làm việc trong một công ty phần mềm mới khởi nghiệp. Khi mà Scott gợi ý anh gia nhập Infusionsoft, viễn cảnh phát triển một công ty công nghệ phần mềm làm Cate hào hứng tới nỗi quên xem xét lại sự sẵn sàng về mặt cảm xúc của anh cho thử thách này.

Anh ấy cứ thế lao thẳng vào một mớ hỗn tạp khi mà cơ hội được phơi bày ra trước mắt. Có thể bạn cũng đã làm điều tương tự vậy. Vốn cảm xúc thực sự là một khái niệm mơ hồ, rất khó xác định được số dư sẵn có của mỗi chúng ta. Thêm nữa, chúng ta cũng không biết gì nhiều về điều chúng ta sắp làm, vì vậy cũng rất khó để biết liệu chúng ta đã sẵn sàng về cảm xúc hay chưa.

Cuối cùng Cate vẫn không đủ cảm xúc tích cực để vượt qua nỗi đau của những năm đầu. Anh cũng chẳng hề biết làm gì để thêm vào tài khoản cảm xúc của mình, thứ tạo động lực để đẩy anh và công ty đi lên. Nếu không có sự cổ vũ từ gia đình và bạn bè, Cate đã chẳng thể nào trụ vững cho đến khi Infusionsoft vượt qua giai đoạn hỗn loạn.

Làm chủ doanh nghiệp nhỏ là một công việc khó nhằn. Khó hơn cả chữ khó, nếu doanh nhân chưa sẵn sàng về mặt cảm xúc và xác định trước những cách để nạp đầy tài khoản đó, thì chỉ có phép màu mới cứu nổi anh ta.

Một chút bình luận nhỏ trước khi chúng ta bàn về cách vun đắp tài khoản cảm xúc của bạn:

- *Nếu như bạn vẫn chưa bắt đầu kinh doanh*, bạn phải tự cam kết ngay bây giờ rằng công việc kinh doanh sẽ chỉ bắt đầu với một số dư tài khoản cảm xúc cao; và cũng phải tự cam kết về việc nạp thêm vào tài khoản đó đều đặn. Nó hoàn toàn không khác số vốn tài chính bạn cần để kinh doanh đâu.

• *Còn nếu bạn đã bắt đầu kinh doanh rồi và đang trong giai đoạn hỗn loạn, thì có vẻ lời cảnh báo này đã đến hơi trễ. Dù vậy bạn cũng đừng nghĩ lời khuyên này chỉ dành cho những người mới. Chúng tôi bắt đầu thực hiện chiến thuật này 2 năm sau khi khởi nghiệp và nó thật sự tạo ra sự khác biệt rõ rệt! Đây thực sự là chìa khóa sống còn cho doanh nghiệp của bạn. Thế nên đừng vội bỏ qua hoặc xem nhẹ nó. Chiến thuật này là nền tảng cho sự thành công của bạn. Lĩnh hội được nó là điều tối quan trọng. Trên thực tế bạn còn cần nó hơn cả những doanh nhân vừa bắt đầu kinh doanh nữa. Cuối cùng thì, bạn cũng đã điều hành theo cách của mình cho tới tận hôm nay, khi bạn đang đắm chìm trong tuyệt vọng và sợ hãi. Chính vì thế bạn càng cần nhiều vốn cảm xúc hơn nữa mới có thể bứt khỏi sự hỗn loạn.*

Được rồi, bây giờ chúng ta hãy nói về việc làm thế nào để vun đắp tài khoản cảm xúc của bạn để loại “tiền tệ” này trở thành một thứ tài sản quyền lực giúp bạn chế ngự sự hỗn loạn và gạt hái những thành công mà bạn mong đợi.

KÝ GỬI VÀO TÀI KHOẢN NGÂN HÀNG CẢM XÚC

Sẽ thật là tuyệt vời nếu lý trí và tiềm thức của chúng ta có thể kết nối tốt hơn một chút. Và cũng thật tuyệt vời khi chúng ta có thể tuyên bố rằng: “Tôi cần sẵn sàng đón nhận rủi ro”, hay là “Tôi biết tôi làm được mà”, và thực sự tin tưởng vào điều đó.

Không, đó không phải cách. Có những ngày bạn kiểm soát được chính mình. Bạn cảm thấy mạnh mẽ và tự tin, biết được rằng chẳng có gì có thể hạ gục được bạn. Nhưng cũng có những ngày, bạn thức dậy và tự đấu tranh với chính bản thân mình. Bạn còn muốn dẹp quách cái ước mơ doanh nhân thành đạt và

trở về cuộc sống bình dị.

Vâng, sự hỗn loạn tạo ra những thử thách như thế ở khắp mọi nơi. Những ngày đầu của Infusionsoft, Scott đùa rằng chắc có lẽ một tháng chúng ta chỉ được có một ngày tươi đẹp. Thời gian trôi qua, chúng tôi bắt đầu có nhiều ngày tươi đẹp hơn ban đầu. Nhưng những ngày tháng đó ngày càng nhiều hơn không phải chỉ vì nó tăng lên theo số năm chúng tôi kinh doanh. Sự thật là, chúng tôi học được cách đầu tư vào ngân hàng cảm xúc khiến tất cả trở nên khác biệt. Chúng tôi học được cách tạo ra những ngày tuyệt vời thay vì chờ đợi nó.

Mục tiêu ở đây là thay đổi suy nghĩ lý trí của bạn thành suy nghĩ tiềm thức. Bằng cách nào đó, hãy lập trình cho mình tin rằng bạn đang có một ngày tuyệt vời. Bạn sẽ dần tin rằng mình có thể tạo ra được một ngày tuyệt vời. Bạn cảm thấy đầy uy quyền khi ngự trị trên sự hỗn loạn. Bạn luôn chủ động điều khiển tâm trí của mình. Vâng, trở nên chủ động thay vì bị động trước dòng suy nghĩ của chính bạn.

TỰ VĂN BẢN THÂN

Không phải là tự nói chuyện một mình - mặc dù đây không phải là một ý tưởng tồi (kiểu như bạn đang nói thành lời những suy nghĩ tích cực). Nhưng, điều đầu tiên cần làm là hãy tự quyết định rằng bạn thực sự muốn cái gì, và tại sao bạn lại muốn nó. Mục tiêu mà không rõ ràng, cảm xúc không được buộc vào một kết quả cụ thể thì tất cả những gì bạn sắp được nếm trải chỉ là thất bại, hoang mang, tuyệt vọng và sợ hãi mà thôi.

Khi Cate còn là một anh chàng thiếu niên, cha cậu đã dạy cho cậu ta những mẫu chốt quan trọng của cuộc đời. Ông nói rằng: “Suy nghĩ biến thành lời nói. Lời nói biến thành niềm tin. Niềm tin trở thành hành động. Hành động trở thành thói quen. Thói quen hình thành tính cách. Tính cách cuối cùng trở thành số phận của con.” (Rõ ràng cha của Cate tiếp thu

tư tưởng này từ Gandhi. Và giờ đây điều này cũng đúng không khác gì lúc mà Clate nghe điều đó từ cha cậu).

Tất cả mọi thứ bắt nguồn từ suy nghĩ. Vậy bạn đang nghĩ điều gì? Nếu bạn đang kinh doanh và bạn nghi ngờ khả năng đơn giản hóa sự việc của mình, hay nghi ngờ khả năng cải thiện tình hình kinh doanh, hay nếu bạn cứ nghĩ về việc rời bỏ nó thì bạn sẽ chẳng bao giờ chinh phục được sự hỗn loạn. Bạn cần vững tâm và có một đức tin vào kết quả trước đã.

Rồi, giờ thì làm sao tin tưởng một cách đúng đắn? Bạn cần lập trình lại bộ não của mình. Hãy nhận ra rằng suy nghĩ của chúng ta không phải và không thể tự nhiên mà có. Chúng ta là người kiến tạo những suy nghĩ đó. Và nếu bạn muốn tin tưởng một cách đúng đắn, bạn trước hết cần tạo ra suy nghĩ đúng đắn.

Sau khi chủ động tạo ra suy nghĩ đúng (và cùng lúc, chúng ta bỏ đi luôn những suy nghĩ sai lầm và thụ động). Bạn phải luôn nói ra thành lời những suy nghĩ tích cực này. Điều kỳ diệu bắt đầu ở đây đây: Chúng ta tin vào những gì mình nói. Nhớ rằng: Suy nghĩ —> Lời nói —> Niềm tin.

Như đã nói, cách tuyệt vời nhất để gieo mầm suy nghĩ tích cực là hãy tự vấn bản thân. Tự hỏi mình những câu hỏi này:

- Tại sao tôi muốn trở thành doanh nhân khởi nghiệp?
- Tại sao tôi muốn thành công?
- Thành công của tôi có xứng đáng với nỗ lực tôi đã bỏ ra không?
- Tôi thấy mình đã làm được những gì?
- Làm thế nào tôi có thể thành công hơn để kinh doanh của tôi phát triển như tầm nhìn của tôi?

Hãy nhớ, bạn là người nắm quyền chủ động ở đây. Nếu cả lý trí và tiềm thức của bạn trả lời những câu hỏi này một cách tiêu cực, hãy thử trả lời lại. Hãy nhìn thấy cái tốt trong mọi chuyện. Hãy đối thoại với chính mình cho đến khi những câu

trả lời này mang ý nghĩa tích cực, đồng thời tưởng tượng ra thành công trong tương lai của bạn. Sau đó, nếu như bạn bắt đầu có những suy nghĩ tích cực rồi, hãy nói lên thành lời những suy nghĩ này của bạn, thảo luận chúng với những người bạn tin tưởng và gia đình. Bạn càng thực hiện việc này nhiều, bạn càng dễ tin tưởng vào thành công. Và bạn càng tích lũy thêm trong tài khoản ngân hàng cảm xúc của bạn.

Bạn tập trung vào điều gì thì điều đó sẽ mở ra. Tinh thần quyết liệt là công cụ tuyệt vời nhất giúp bạn bắt đầu, vận hành và phát triển kinh doanh của bạn. Hãy nhớ: Nguồn vốn cảm xúc này còn quan trọng hơn nguồn vốn tài chính. Nếu như không có nguồn cảm xúc này, tiền sẽ biến mất khi bạn gặp khó khăn - và chắc chắn sẽ có lúc bạn gặp khó khăn.

Một nhân viên của chúng tôi được phân công hoàn thành một dự án đặc biệt. Cô ấy rất hào hứng bắt tay vào dự án, nhưng chỉ trong hai tuần, cô ấy bị mất động lực. Cô ấy rất buồn bã nói với Scott rằng dự án này quá khó đối với cô ấy. Nhưng nó phải được hoàn thành, và cô ấy là người duy nhất có khả năng. Scott không muốn cô ấy bỏ cuộc, vì vậy anh ấy thử một chiến thuật khác.

“Tiền thưởng thì sao?” anh ấy hỏi. “Nếu chúng tôi trả cho cô thêm tiền thì cô có tìm được động lực để hoàn thành không.”

Người nhân viên nói, “Không. Tôi không làm vì tiền. Tôi làm vì tôi muốn trở nên xuất sắc, tôi muốn làm những công việc đầy thách thức và làm những việc tôi thấy tôi có giá trị.”

“Vậy thì cô hãy làm dự án này bởi vì nó là của cô. Làm nó bởi vì cô có thể làm và cô có thể hoàn thành nó xuất sắc.” Anh ấy gọi cho cô ấy nhớ lại khả năng xuất sắc của mình và cô ấy bắt đầu tin là cô ấy có thể làm được.

Đó là một dự án lớn và Scott đã nói chuyện nhiều lần như vậy với cô nhân viên này. Nhưng mỗi lần anh ấy nhắc cô ấy nhớ là cô ấy có thể làm được, cô ấy khẳng định bằng lời là mình có thể làm được, và cô ấy lại có động lực. Hãy nhớ: Suy

nghĩ —> Lời nói —> Niềm tin.

Bạn có khả năng làm được điều mà bạn suy nghĩ. Hãy tìm cho mình động lực Suy nghĩ về mục tiêu. Sau đó hãy đối thoại với mình bằng những câu hỏi như vậy mỗi khi bạn bị mất động lực.

Bạn càng sớm học được cách suy nghĩ tích cực, bạn càng nhanh chóng bước những bước đi tiếp theo trong kinh doanh của mình. Nếu bạn không có được những suy nghĩ tích cực từ những câu hỏi này, hãy tiếp tục đối thoại với mình. Hãy thử những ý tưởng khác, từ đó bạn có thể hình thành nên cảm xúc cho mình và sau đó quay lại với cách này.

NÓI CHUYỆN VỚI NHỮNG DOANH NHÂN KHỎI NGHIỆP KHÁC

Có một điều chúng tôi nhận thấy là các chủ doanh nghiệp nhỏ cảm thấy họ phải đổi mới, phải sáng tạo và đơn độc trong kinh doanh của mình. Bởi vì sản phẩm và dịch vụ của họ độc đáo, họ cảm thấy họ phải tìm ra những cách khác biệt để quản lý vấn đề của mình. Suy cho cùng, những vấn đề của họ cũng phải độc đáo. Những doanh nhân với suy nghĩ theo chủ nghĩa cá nhân này có thể sẽ phải sống trong vỏ bọc do chính họ tạo nên.

Trên thực tế, hầu hết các kiểu kinh doanh có cấu trúc giống nhau. Điều này có nghĩa là họ cũng có những vấn đề và thách thức như nhau. Tất cả những gì bạn phải làm là tìm một người nào đó sẵn sàng nói chuyện với bạn. Sau đó hãy học hỏi, trưởng thành và cho phép bản thân trưởng thành về mặt cảm xúc từ đó.

Một trong những lý do chúng tôi sống sót qua những năm khó khăn của sự hỗn loạn là vì chúng tôi có một mạng lưới chủ doanh nghiệp nhỏ thường xuyên nói chuyện với nhau. Thêm vào đó, chúng tôi thường xuyên nói chuyện với những khách

hàng cũng là các chủ doanh nghiệp. Không có một ngày nào trong kinh doanh của chúng tôi trôi qua mà chúng tôi không được nghe một câu chuyện của một doanh nhân.

Hầu hết các doanh nhân khởi nghiệp không có được may mắn nói chuyện với các doanh nhân khởi nghiệp khác cả ngày. Họ bận rộn chữa cháy, bán hàng và vận hành mọi việc. Vì vậy, họ mắc kẹt trong chính câu chuyện của mình và không biết rằng những ông chủ khác cũng đang trải qua những chuyện giống như họ. Lợi ích của việc những người cùng tư tưởng ngồi lại với nhau, chia sẻ những vấn đề và các giải pháp là vô cùng mạnh mẽ. Chỉ có thông qua những cuộc trò chuyện như thế này thì các chủ doanh nghiệp mới mở rộng được góc nhìn của mình.

Con người có xu hướng kết nối thành nhóm với nhau. Thời phổ thông, những ai ham chơi sẽ chơi cùng những người ham chơi. Những đứa trẻ thông minh sẽ phát triển cùng với nhau. Những người chơi trượt ván sẽ chơi với những người trượt ván; những học sinh trong ban nhạc chơi cùng những học sinh ban nhạc khác. Ngay cả những đứa trẻ rụt rè, ít nói sẽ có những người bạn rụt rè, ít nói. Vậy nếu chúng ta theo bản năng bị hút đến với những người có cùng đặc điểm với chúng ta, thì những doanh nhân khởi nghiệp có nên nỗ lực kết giao với nhau không?

Chúng ta cần có nhau. Nếu bạn không có cơ hội nói chuyện cùng với ba hay bốn doanh nhân trong một căn phòng, bạn đã bị bỏ qua nhiều cơ hội phát triển. Những ý tưởng, sự sáng tạo, sự lạc quan và sự hỗ trợ mà có thể đến từ một buổi gặp gỡ như vậy là đủ để cho bất kỳ ai xây dựng nguồn vốn cảm xúc của họ. Bạn sẽ tìm thấy nhiều sự sáng tạo và động lực hơn từ những người giống như bạn hơn là từ bất kỳ một nguồn nào khác.

ĐỌC SÁCH CỦA CHUYÊN GIA

Đôi khi không dễ để gặp những doanh nhân khác. Bởi vì bạn cần có thời gian để lên lịch, gặp nhau tại một địa điểm cụ thể, và sau đó quay lại nơi làm việc hay là về nhà sau khi đi cùng nhau. Nhưng, không phải lúc nào bạn cũng cần phải làm việc này. Vào những ngày bạn không thể hay không muốn gặp gỡ người khác, hãy đọc sách được viết bởi các chuyên gia.

Khi bạn cần thêm thông tin, hay đơn giản là bạn muốn một ý tưởng mới để bạn có thể trở nên hào hứng với kinh doanh của bạn, hãy đi tìm một quyển sách hay.

Cách đây nhiều năm, Clate đọc lại quyển *The E-Myth* của Michael Gerber. Anh ấy đã đọc nó khi còn học trường kinh doanh ở đại học và nghĩ nó thú vị nhưng không có tác động mạnh mẽ bởi vì khi đó anh ấy không làm kinh doanh. Nhưng sau này khi Clate đọc lại sách của Michael Gerber, nó làm anh ấy chấn động. Anh khẳng khẳng yêu cầu những người đồng sáng lập khác cũng đọc quyển sách đấy để họ có thể thảo luận cùng với nhau. Kết quả thật bất ngờ. Thay vì miễn cưỡng đọc thì bây giờ chúng tôi đọc sách thường xuyên. Nếu bạn đọc đúng sách, nó sẽ mang đến một khoản lớn cho tài khoản ngân hàng cảm xúc của bạn.

Dưới đây là danh sách những cuốn sách chúng tôi khuyên bạn nên đọc để xây dựng cảm xúc. Chúng tôi có một danh sách dài hơn dành cho nhân viên và những doanh nhân, nhưng bạn có thể bắt đầu với danh sách này:

- *Sức mạnh của suy nghĩ tích cực* của Norman Vincent Peale
- *Nghĩ giàu làm giàu* của Napoleon Hill
- *The E-Myth* của Michael Gerber
- *Xây dựng đế trường tồn* của Jim Collins
- *Đắc nhân tâm* của Dale Carnegie

Cách đây vài năm, Cate bắt đầu đọc sáu quyển sách mỗi một quý. Giống như bạn, anh không có nhiều thời gian để ngồi và giải trí đọc sách, nên đây là một số việc anh ấy làm để có thể đọc được hết những quyển sách đó:

- Luôn đọc sách trên máy bay
- Thường xuyên đọc sách trong phòng khách sạn khi đi công tác
- Ép mình đọc rất nhanh
- Đọc một quyển sách một lần
- Hoàn thành một quyển sách sau một hay hai lần đọc

Nếu anh ấy không hoàn thành quyển sách sau một hay hai lần đọc, anh ấy sẽ không đọc hết nó. Toàn bộ phương pháp đọc sách này yêu cầu đọc nhanh. Suốt mùa hè từ lớp bảy lên lớp tám của Cate, bố đã dạy cho anh ấy một số kỹ thuật để tăng tốc độ đọc giúp anh ấy đọc nhanh. Bạn có thể đang nói “À, nếu anh ấy đọc được nhanh, thì dễ đọc được nhiều.”

Để tôi nói cho bạn một bí mật: bạn cũng có thể tăng tốc độ đọc. Nó không khó. Giống như bất kỳ một việc gì khác, nó đòi hỏi rèn luyện. Sau đây là một số mẹo giúp bạn đọc nhanh.

1. Tập trung mắt của bạn xuống phía giữa của trang sách. Đừng đọc từ trái qua phải.

2. Dành nhiều thời gian hơn đọc câu đầu tiên và câu cuối cùng của đoạn văn thay vì đọc ở giữa đoạn.

3. Cẩn thận đọc hết tất cả tên sách, tiêu đề, phụ đề và những tài liệu được nhấn mạnh.

4. Đừng đọc to chữ trong đầu. Hầu hết những người đọc sách đọc to hay là đọc trong đầu từ trong sách. Đây chính là cái làm chúng ta đọc chậm.

5. Ép bản thân lướt nhanh qua tài liệu. Nếu cần thiết, di chuyển ngón tay qua các dòng chữ trên trang sách.

6. Nhận thấy tâm trí của bạn đang hiểu những gì bạn đang

đọc, mặc dù bạn không đọc to. Đây là mấu chốt. Bạn đang hòa mình vào quyển sách. Bạn cần có thời gian để nhận ra điều này.

7. Luyện tập, luyện tập và luyện tập. Bạn sẽ sớm đạt được khả năng hấp thụ rất nhanh quyển sách.

Nếu bạn chưa sẵn sàng tăng tốc độ đọc sách, sau đây là hai gợi ý cho bạn:

1. Mua sách nói; hoặc
2. Mua những bản tóm tắt sách như của Audio Tech.

Đây là hai kỹ thuật không có hiệu quả đối với Cate, nhưng có thể chúng có hiệu quả với bạn.

Điều mấu chốt là: Hãy đọc những quyển sách về kinh doanh hay nhất. Những quyển sách này sẽ giúp bạn rất nhiều. Chúng sẽ lấp đầy nguồn cảm xúc cho bạn theo những cách tuyệt vời nhất.

TÌM NHỮNG TRÍCH DẪN CÓ THỂ ỨNG DỤNG ĐƯỢC

Chúng tôi yêu thích những câu trích dẫn. Thật tuyệt vời khi chỉ cần một vài từ ngữ là có thể truyền tải được rất nhiều ý nghĩa. Tuyệt vời hơn là khi cũng chính những từ ngữ đó có sức mạnh cho chúng ta động lực tiến về phía trước ngay cả khi chúng ta rơi vào cảnh nghìn cân treo sợi tóc. Trong toàn bộ văn phòng của Infusionsoft, chúng tôi dán những trích dẫn khắp các bức tường.

Chúng tôi có những trích dẫn nhắc nhở mình làm việc chăm chỉ. Chúng tôi có những trích dẫn nhắc nhở mình mơ ước. Chúng tôi có những trích dẫn nhắc nhở đội nhóm bán hàng của chúng tôi phải trở nên gan dạ. Chúng tôi có những trích dẫn từ khách hàng, từ nhân viên, và những trích dẫn từ ban điều hành của mình.

Bạn cũng sẽ tìm được một trích dẫn về kinh doanh ở một nơi nào đó trên những bức tường của chúng tôi. Không quan trọng là bạn đang chiến đấu với thử thách gì, luôn sẽ có một trích dẫn hoàn hảo thúc đẩy bạn vượt qua khó khăn và tăng thêm cảm xúc trong tài khoản ngân hàng cảm xúc của bạn.

Chúng tôi dễ bị thu hút bởi những trích dẫn hay bởi vì chúng đã rất nhiều lần vực dậy tinh thần của chúng tôi. Trong nhiều năm qua, Clate đều viết một “trích dẫn hay trong tuần” lên tấm kính ngay cửa văn phòng của anh ấy. Trợ lý của anh ấy xếp những trích dẫn đó vào trong một bìa đựng và thi thoảng Clate và những người khác sẽ lướt nhanh qua quyển sách trích dẫn, chỉ để thêm vào tài khoản ngân hàng cảm xúc của họ.

ĐỌC NHỮNG CÂU CHUYỆN TRUYỀN CẢM HỨNG

Có thể bạn không phải là người yêu thích những trích dẫn. Có thể một vài từ không đủ để cho bạn động lực. Có thể bạn là một người muốn nhìn thấy hành động, và cụ thể hơn là thấy kết quả của hành động đó.

Nếu bạn được truyền cảm hứng theo cách này, hãy đọc những câu chuyện của những doanh nhân mà bạn ngưỡng mộ. Thực tế là, con người được thu hút bởi những câu chuyện. Những câu chuyện giúp chúng ta hiểu hơn về chính mình. Chúng giúp chúng ta giải thích được những điều mà chúng ta không giải thích được. Hơn nữa, đôi lúc những câu chuyện giúp chúng ta kiên cường khi chúng ta bị quá tải hay khi chúng ta cảm thấy chìm quá sâu trong sự hỗn loạn.

Có một điều thú vị về các câu chuyện. Nếu bạn xem câu chuyện của người khác như là một nguồn cảm hứng, bạn sẽ bắt đầu khám phá ra câu chuyện của bạn tuyệt vời như thế nào. Đôi khi bạn mệt mỏi vì công việc kinh doanh của mình, chúng ta quên dành thời gian tự trân trọng nỗ lực của chính mình. Chúng ta quên tự khen mình vì những gì chúng ta đã

làm được. Nhưng nếu bạn không dừng lại và tự khích lệ, bạn sẽ càng khó chinh phục được sự hỗn loạn.

Tại Infusionsoft, chúng tôi có một quy trình theo quý để những nhân viên tham gia vào biểu dương những thành tích trong phòng ban của họ và của toàn công ty. Danh sách này được ban điều hành Infusionsoft xem xét trong lúc lên kế hoạch cho từng quý. Chúng tôi dành ra từ 30 đến 60 phút thảo luận những thành tích và bổ sung thêm thành tích. Trong suốt buổi này, một trong những thành viên hội đồng có nhiều thành tích nhất cùng ngồi với chúng tôi. Sau 20 phút quan sát, ông ấy nói “Các bạn vỗ lưng khích lệ nhau có khi đến mỏi tay mất.”

Chuyện này hoàn toàn bình thường với chúng tôi. Bởi vì khi chúng tôi tổng kết lại thành tích, chính là lúc chúng tôi nhìn lại câu chuyện của chính mình. Chúng tôi liên tục phát hiện ra rằng bài tập này tăng nguồn vốn cảm xúc của chúng tôi lên rất nhiều.

CHO PHÉP BẢN THÂN ƯỚC MƠ

Bạn có lẽ nhận ra chúng tôi sử dụng cả cụm từ “doanh nhân khởi nghiệp” và “chủ doanh nghiệp nhỏ” trong quyển sách này. Nếu bạn không chú ý, bạn có thể mặc định rằng chúng tôi dùng 2 thuật ngữ này hoàn toàn tương đồng về ý nghĩa. Không phải như vậy đâu. Có một sự khác biệt lớn giữa một doanh nhân khởi nghiệp và một chủ doanh nghiệp nhỏ.

Một doanh nhân khởi nghiệp là một người sẵn sàng chấp nhận rủi ro. Họ biết họ có thể làm được và họ nỗ lực để sống cuộc sống họ muốn. Nhưng trên tất cả, doanh nhân khởi nghiệp là người nhìn thấy được những cơ hội trong thế giới xung quanh họ. Họ biến điều tốt thành những điều tốt hơn. Trên tất cả, họ có những ý tưởng lớn và những ước mơ còn lớn hơn thế.

Nói cách khác, doanh nhân khởi nghiệp là người tạo dựng

những cái mới. Đó là người làm từ chỗ chưa có gì thành có gì. Đó là cha đẻ và là nguồn động lực đằng sau mỗi dịch vụ mới, mỗi công ty mới hay là mỗi sản phẩm mới. Doanh nhân khởi nghiệp là người luôn ước mơ. Chủ doanh nghiệp nhỏ là người đương đầu với những thách thức hàng ngày để có thể biến những ước mơ đó trở thành hiện thực.

Hầu hết chúng ta sẽ nhận lấy cả hai vai trò. Bạn sẽ là một người ước mơ, người sáng tạo và là người chịu trách nhiệm biến những ước mơ đó trở thành hiện thực. Vấn đề là, một khi sự hỗn loạn xảy ra, tinh thần doanh nhân khởi nghiệp thường bị chôn vùi. Anh ta bị đè bẹp bởi những thách thức quá lớn, vượt ra ngoài năng lực của mình. Sau đó, khi anh ta nỗ lực để triển khai được công việc một cách trơn tru, thì không còn chỗ cho người doanh nhân khởi nghiệp nữa.

Khi xây dựng nguồn cảm xúc tích cực, bạn phải mở đường cho tinh thần khởi nghiệp. Hãy cho phép bản thân ước mơ. Hãy sẵn sàng cho đi. Hãy nghĩ về những cảm xúc bạn đầu đã thúc thúc bạn bắt đầu kinh doanh. Bạn đã hy vọng đạt được điều gì? Bạn muốn công ty lớn như thế nào? Bạn hy vọng có được gì từ kinh doanh của mình?

Hãy cho phép con người doanh nhân khởi nghiệp trong bạn có thời gian để ước mơ. Là một chủ doanh nghiệp nhỏ, bạn đã quen gánh vác hết tất cả các vai trò trong công ty của bạn. Nhưng hãy nhớ rằng đừng bỏ quên vai trò của một doanh nhân khởi nghiệp.

TỰ THƯỞNG CHO CHÍNH MÌNH

Phần thưởng là một cách tuyệt vời để giúp bạn tập trung vào những thành tựu nhỏ. Đôi lúc, khi chúng ta tập trung nỗ lực để đạt được thành quả cuối cùng, chúng ta dễ nản chí vì đang theo đuổi những điều quá lý tưởng. Khi bạn tự thưởng cho chính mình trong quá trình làm việc, bạn sẽ có được sức mạnh tinh

thần và niềm tin bạn cần để hoàn thành mục tiêu bạn đặt ra.

Bạn tự thưởng cho mình như thế nào?

Đó là do bạn quyết định. Bạn có một doanh nghiệp chỉ của riêng bạn và bạn sẽ tự nghĩ ra những phần thưởng độc đáo. Tại Infusionsoft, mỗi một quý chúng tôi đặt ra hàng loạt mục tiêu. Chúng tôi cũng đặt ra một phần thưởng cho chính mình khi hoàn thành những mục tiêu đó.

Trong một lần, những nhân viên của Infusionsoft nhận được một cái máy nghiền đá trong phòng nghỉ. Một lần khác, họ được tặng một cái máy làm soda. Một lần khác nữa, họ được tặng ba tháng xem phim trên Netflix. Những nhân viên của chúng tôi rất háo hức nhận những phần thưởng này, và bạn cũng sẽ cảm thấy như vậy đối với những phần thưởng của bạn. Phần thưởng là một yếu tố thúc đẩy bạn đi tiếp khi cảm xúc của bạn đi xuống. Nếu bạn giống như hầu hết các doanh nhân khởi nghiệp, phần thưởng về tinh thần là đủ. Bạn không cần cái gì khác. Nhưng, khi bạn dành thời gian suy nghĩ cẩn thận về những hoạt động thú vị hay những món đồ làm bạn thích thú, bạn sẽ có được động lực thúc đẩy bạn về phía trước mỗi khi bạn muốn bỏ cuộc.

Clate luôn nhớ về thời gian anh ấy đặt mục tiêu cho kinh doanh của mình và treo giải thưởng cho mình là một chiếc xe hơi nếu anh hoàn thành mục tiêu. Chúng tôi đã hoàn thành mục tiêu và Clate có xe hơi. Khi làm đúng, mục tiêu và phần thưởng không những mang lại cho bạn cảm xúc tích cực mà còn thúc đẩy doanh nghiệp của bạn đi lên.

KIỂM TRA NGUỒN VỐN CẢM XÚC CỦA BẠN

Tất cả những kỹ thuật được nêu ra trong chương này sẽ xây dựng cho bạn một nguồn vốn cảm xúc. Nhưng bạn hãy nhớ

rằng để làm được việc này hiệu quả, bạn phải kiểm tra cảm xúc của bạn mỗi buổi sáng và mỗi buổi tối. Thi thoảng gặp khó khăn là hoàn toàn bình thường. Suy cho cùng, chúng ta không hoàn toàn kiểm soát được những gì xảy ra với chúng ta mỗi ngày. Chúng ta hoàn toàn kiểm soát cách chúng ta giải quyết những sự việc xảy ra; và nguồn vốn cảm xúc của chúng ta quyết định khả năng chúng ta giải quyết những vấn đề đó.

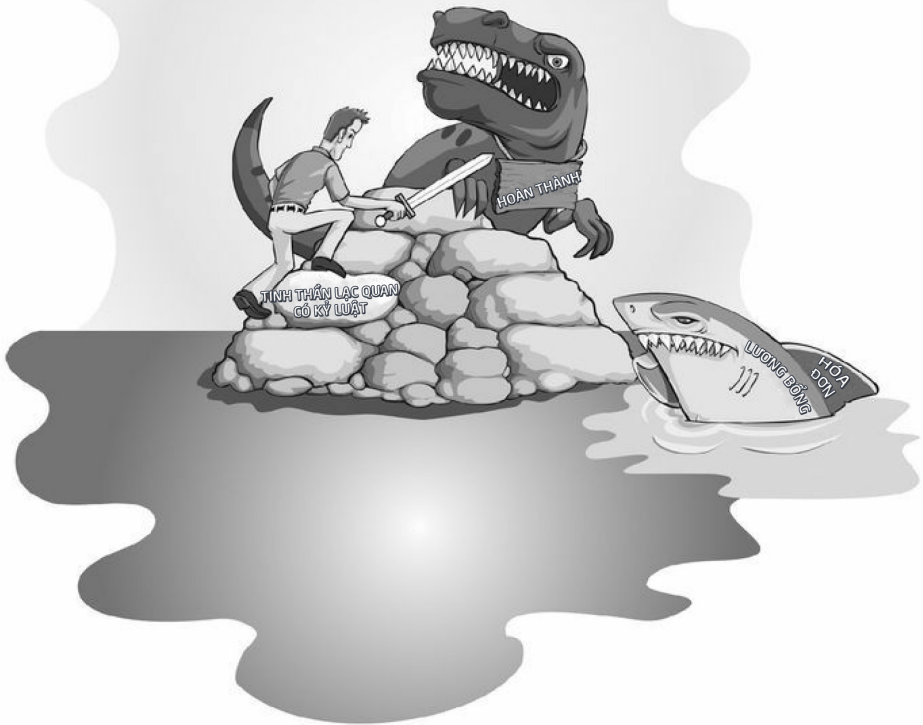
Đây là chiến lược đầu tiên để bạn chinh phục sự hỗn loạn. Đây là một Hệ Thống Tư Duy mạnh mẽ mở đường cho bạn sử dụng hiệu quả năm chiến lược còn lại. Nói cách khác, nếu bạn làm đúng chiến lược này, năm chiến lược còn lại sẽ diễn ra một cách tự nhiên. Nếu bạn làm không đúng, bạn sẽ rất vất vả với vai trò là một doanh nhân khởi nghiệp.

Cho dù bạn làm bất kỳ việc gì khác, đừng để cho mình bị ảnh hưởng bởi cảm xúc tiêu cực.

Cảnh báo: Chúng tôi hy vọng bạn sẽ không chỉ trích và nghi ngờ về những người thực hành những kỹ thuật trong chương này. Những người hay chỉ trích nói rằng, “Thứ cảm xúc rác rưởi này là cho lũ chim.” Nhưng những người hay chỉ trích thì không bao giờ làm lớn được. Họ đứng bên lề của cuộc sống, giả vờ mình thông minh hơn người khác, không bao giờ dám đón nhận thử thách. Bạn là một doanh nhân khởi nghiệp. Bạn làm những điều vĩ đại. Bạn không chỉ trích. Bạn cần phải xây dựng một nguồn vốn cảm xúc tốt để bạn có thể đứng vững khi cần thiết, chinh phục sự hỗn loạn và đạt được thành công bạn mong muốn. Bạn càng nhanh chóng loại bỏ chỉ trích ra khỏi con người bạn, bạn càng nhanh chóng thành công.

5

TINH THẦN LẠC QUAN CÓ KỶ LUẬT



“Bạn không được nhầm lẫn giữa niềm tin là cuối cùng bạn sẽ chiến thắng - niềm tin mà bạn không thể đánh mất - với kỷ luật để đương đầu với những thực tế khắc nghiệt bạn đang đối mặt, cho dù đó là thực tế gì đi nữa.”

—Admiral Jim Stockdale

Trong tất cả các chiến lược, đây là chiến lược Clate hào hứng chia sẻ nhất. Có lẽ bởi vì chương này bắt đầu bằng một câu chuyện ẩn tượng. Có lẽ bởi vì thực hiện chiến lược này là một bước ngoặt lớn lao trong cuộc sống cũng như sự nghiệp kinh doanh của anh. Dù lý do gì, đây là một thông điệp mà những chủ doanh nghiệp rất cần.

Để hiểu nguyên lý của lạc quan có kỷ luật, chúng tôi cần giới thiệu với bạn về Nghịch lý Stockdale.

Nghịch lý Stockdale được giới thiệu bởi Jim Collins trong quyển sách *Từ tốt đến vĩ đại*. Trong quyển sách này, Collins nói về một tù nhân chiến tranh tên là James Stockdale. Trong bảy năm Stockdale bị kẻ thù giam tại một nhà tù khét tiếng, ông liên tục bị đánh nhưng nhất định không chịu làm theo yêu cầu của những kẻ bắt giam.

Vì sự kiên quyết của mình, Stockdale cuối cùng cũng được tách ra khỏi các tù nhân khác và được giam lỏng. Khi được thả, Stockdale không đi hay đứng thẳng được. Nhưng ông ấy không những được nhận Huân chương Danh dự, mà còn có một sự nghiệp lừng lẫy phục vụ trong Hải quân, trở thành một doanh nhân, và ứng cử vào chiếc ghế phó tổng thống Mỹ cùng với ứng cử viên tổng thống Ross Perot.

Collins ghi lại cuộc nói chuyện giữa anh với Stockdale trong quyển sách này. Những câu trả lời của Stockdale trong cuộc phỏng vấn thâm thúy đến mức chúng truyền cho chúng tôi cảm hứng cho những nỗ lực trong kinh doanh của mình. Một trong những tuyên bố của ông ấy để lại một ấn tượng sâu sắc. Ông ấy nói, “Tôi chưa bao giờ mất niềm tin rằng cuối cùng tôi sẽ chiến thắng, tôi chưa bao giờ nghi ngờ rằng không những tôi sẽ được tự do, mà tôi sẽ đảo ngược tình thế và biến trải nghiệm này thành một cột mốc trong cuộc đời tôi, điều mà, khi nhìn lại, tôi sẽ không bao giờ đánh đổi với bất kỳ điều gì khác.”

Khi Collins hỏi ai đã không thể chịu đựng được, Stockdale trả lời, “Ồ, dễ thôi, những người lạc quan. Họ là những người đã nói, ‘Chúng ta sẽ thoát khỏi đây vào dịp Giáng Sinh.’ Và Giáng Sinh đến rồi Giáng Sinh đi. Họ lại nói, ‘Chúng ta sẽ thoát khỏi đây vào dịp Phục Sinh.’ Và Phục Sinh đến rồi Phục Sinh đi. Và Lễ Tạ Ơn, và lại đến Giáng Sinh. Và cuối cùng họ chết vì đau khổ.”

Stockdale lại nói, “Đây là một bài học quan trọng. Bạn không được nhầm lẫn giữa niềm tin là cuối cùng bạn sẽ chiến thắng - niềm tin mà bạn không bao giờ đánh mất - với kỷ luật để đương đầu với những thực tế khắc nghiệt bạn đang đối mặt, cho dù đó là thực tế gì đi nữa.”

Đây là nghịch lý Stockdale: Niềm tin là cuối cùng bạn sẽ chiến thắng, cộng với kỷ luật để đương đầu với những thực tế khắc nghiệt. Bạn không phải là tù nhân chiến tranh. Nhưng nỗi đau bạn chịu đựng với tư cách là một chủ doanh nghiệp nhỏ là rất thật. Bạn không bị đánh đập về mặt thể xác, nhưng chúng tôi đã chứng kiến quá nhiều chủ doanh nghiệp nhỏ bị hành hạ về mặt tinh thần và cảm xúc vì họ thiếu năng lực vận hành tốt kinh doanh và cuộc sống cá nhân của họ.

Việc thực hành lạc quan có kỷ luật và ứng dụng Nghịch

lý Stockdale của Collins rất quan trọng cho các chủ doanh nghiệp nhỏ. Chúng tôi sẽ cho bạn thấy ngay tới đây.

Khi bố của Clate lần đầu tiên dạy anh suy nghĩ dẫn đến lời nói, lời nói dẫn đến giá trị như thế nào, Clate đã hoài nghi và không nghe. Anh ta nghĩ rằng cần nhiều thứ hơn chỉ là suy nghĩ để có thể tạo ra giá trị. Và thực tế là, bố của Clate nói đúng vì thái độ tích cực là cực kỳ quan trọng... nhưng Clate cũng đúng, vì chỉ như vậy thôi thì chưa đủ.

Đôi khi, vấn đề xảy ra, mọi người làm cho bạn nổi điên hay làm bạn thất vọng, và những tác nhân bên ngoài tầm kiểm soát của bạn kết hợp lại để chống lại bạn. Bạn biết không? Như vậy cũng không sao. Cuộc sống không dễ dàng. Tuy nhiên, cách bạn đương đầu với cuộc sống và những tình huống xảy đến có thể làm cho mọi thứ trở nên dễ chịu. Nhưng đó là lúc mà chúng ta dễ nhầm lẫn giữa lạc quan mù quáng và lạc quan có kỷ luật.

Một người lạc quan mù quáng chờ đợi với hy vọng là mặt trời sẽ mọc. Một người lạc quan có kỷ luật nói rằng, “Bạn biết không? Tôi không thấy mặt trời. Nhưng điều đó không có nghĩa là mặt trời sẽ không mọc vào ngày mai. Tôi sẽ giải quyết vấn đề này, và tiếp tục thôi nào.” Với thái độ đó, họ giải quyết vấn đề của mình và tạm biệt người lạc quan mù quáng vẫn đang ngồi chờ ánh sáng mặt trời.

Đã bao nhiêu lần trong kinh doanh của mình bạn đã rất hy vọng để rồi lại tuyệt vọng? Nó có làm bạn nhụt chí không? Bạn có gục ngã không? Bạn có mất niềm tin vào chính mình, vào sản phẩm, vào dịch vụ không? Hay là, bạn thừa nhận nổi thất vọng, duy trì niềm tin của mình và tiếp tục làm việc để vượt chướng ngại vật trên con đường của bạn?

Nếu bạn muốn chinh phục sự hỗn loạn, và phát triển tốt, bạn phải chuẩn bị sẵn sàng để giải quyết những nỗi đau và những điều không thuận lợi bạn sẽ gặp trong quá trình vận hành kinh doanh của mình.

BA THÀNH TỐ CỦA LẠC QUAN CÓ KỸ LUẬT

Vậy, ba phần của lạc quan có kỹ luật là gì?

Chúng khởi đầu với (1) niềm tin tuyệt đối rằng doanh nghiệp nhỏ của bạn sẽ đạt được thành công như tầm nhìn của bạn, và trong khi đó (2) đương đầu với thực tế khắc nghiệt hiện tại và cuối cùng là (3) chiến đấu với thực tế khắc nghiệt đó bởi vì bạn *muốn*, chứ không phải bạn *bị buộc* phải làm vậy.

Có rất nhiều vấn đề hàm chứa trong ba thành phần của lạc quan có kỹ luật, vì vậy chúng ta cùng dành ít phút và giải thích nội dung từng phần.

NIỀM TIN TUYỆT ĐỐI VÀO TẦM NHÌN CỦA BẠN

Nội dung đầu tiên chính là niềm tin tuyệt đối rằng doanh nghiệp của bạn sẽ đạt được thành công như tầm nhìn của bạn. Nhưng để có niềm tin vững chắc ấy, bạn cần xác định rõ rằng thành công ấy có ý nghĩa như thế nào với doanh nghiệp của bạn. Điều khiến chúng ta kinh ngạc là có rất nhiều người không hề làm điều này. Họ dốc kiệt sức ra để làm việc, hết ngày này qua ngày khác, mà không hề thật sự biết là họ đang nỗ lực vì điều gì.

Chúng tôi nhận ra rằng, việc hoạch định tầm nhìn cho 10 năm tới trong kinh doanh sẽ giúp bạn trở nên vô cùng tập trung.

Nếu như bạn thấy có vẻ là có quá nhiều việc phải làm để xác định được kế hoạch 10 năm, ổn thôi mà. Chúng tôi khuyên bạn nên đơn giản là tâm sự với bạn bè một chút về doanh nghiệp của bạn và cố gắng lấy ra một ý tưởng nào đó cho mục tiêu 10 năm. Nếu điều đó vẫn có vẻ quá khó khăn, ít nhất hãy đặt mục tiêu 3 năm.

Một khi bạn đã xác định mục tiêu của mình - định nghĩa riêng về thành công cho doanh nghiệp của bạn - sẽ có một vài

điều bạn phải làm để xây dựng nên niềm tin tuyệt đối rằng bạn sẽ đạt đến thành công mà bạn mong muốn.

Công bố mục tiêu

Viết những mục tiêu ra, dán chúng lên bàn của bạn, nói với những người khác về điều đó, làm bất cứ thứ gì bạn có thể làm để khiến chúng trở nên thực tế. Xem lại mục tiêu của bạn thường xuyên. Công bố mục tiêu khiến chúng trở nên thực tế. Bạn không thể giấu kín chúng được. Và bạn sẽ nhận ra sự tự tin tăng lên trong bạn khi bạn công bố mục tiêu của mình ra ngoài. Khi bạn ban tặng sự sống cho một mục tiêu bằng cách này, bạn bắt đầu tin tưởng (nhớ rằng: Suy nghĩ —> Từ ngữ —> Niềm tin). Công bố những từ ngữ sẽ giúp bạn xây dựng niềm tin tuyệt đối vào mục tiêu của mình.

Ghi nhớ tiến độ

Bạn rất dễ dàng quên mình đã ở đâu trong vài tuần hay vài tháng trước, khi bạn bước trên con đường tập trung vào việc hoàn thành mục tiêu của mình. Nhưng đừng để điều đó xảy ra. Hãy dành thời gian để nhìn lại và xem xét xem bạn đã ở đâu vào tháng trước, quý trước và năm trước. Viết ra những mục tiêu bạn đã hoàn thành và ăn mừng sự tiến bộ của bạn. Hãy dành sự chú tâm đặc biệt để ghi nhớ những thách thức mà bạn đã vượt qua và những điều bạn đã học được từ những thử thách đó. Quá trình đó sẽ giúp bạn xây dựng sự tự tin của mình và tạo cho bạn thêm nhiều động lực hơn để tiến đến mục tiêu của bạn.

Kiên nhẫn, Tự Tin, Hành động

Chúng tôi nhận ra rằng trong kinh doanh, không phải lúc nào chúng ta cũng biết được chính xác điều gì sẽ xảy ra. Nhưng

chúng tôi cũng thấy rằng nếu kiên trì và tự tin làm việc để hướng đến mục tiêu, chúng ta sẽ có được kết quả. Nói cách khác, là những doanh nhân khởi nghiệp, chúng ta cần phải có một đức tin rằng nếu chúng ta nỗ lực, kỳ tích có thể xảy đến vào phút cuối cùng. Khi chúng ta nhìn lại những mục tiêu đã hoàn thành trong quá khứ, chúng ta ngạc nhiên sao mà các thành quả lại song hành với các mục tiêu của chúng ta đến vậy, mặc dù đã có nhiều lần mục tiêu của chúng ta vượt ra ngoài tầm với. Hãy nhớ rằng mọi thành công đều trông giống như thất bại một khi bạn mới đi được một nửa chặng đường.

ĐƯƠNG ĐẦU VỚI THỰC TẾ

Thành tố thứ hai của lạc quan có kỷ luật là đương đầu với những thực tế khắc nghiệt bạn đang gặp phải. Điều quan trọng là nhận ra rằng bạn phải giải quyết những vấn đề và thách thức đó; đồng thời, bạn luôn phải giữ niềm tin tuyệt đối vào mục tiêu của mình. “Thực tế khắc nghiệt” đó góp phần tác động nhằm cân bằng nhiệt huyết của bạn và giúp bạn tập trung vào hoàn thành công việc.

Bạn có thể biết bạn đang đối diện với thực tế một cách hợp lý khi bạn:

- Không cho phép bản thân nhắm mắt làm ngơ với vấn đề mà bạn và doanh nghiệp của bạn đang đối mặt.
- Chấp nhận rằng những thách thức khó khăn sẽ không biến mất như một phép màu.
- Nhìn nhận những vấn đề cũng như thử thách để chinh phục.
- Tiến hành công việc một cách kiên trì để loại bỏ những chướng ngại vật trên con đường của bạn.

Một lần nữa, khi bạn thực hiện những điều trên, bạn cũng

đồng thời phải duy trì niềm tin tuyệt đối rằng bạn sẽ đạt được mục tiêu của mình. Đó là một thủ thuật. Bạn không được cho phép những thách thức trong công việc phá hủy niềm tin của mình. Bạn dễ dàng buồn bã, chán nản hay tê liệt khi bạn buộc phải xử lý những khó khăn, trở ngại. Hãy giữ sự minh mẫn. Lạc quan lên nào. Hãy tập trung vào mục tiêu cuối cùng của bạn và thực hiện mục tiêu đó.

TÌM KHAO KHÁT ĐỂ HÀNH ĐỘNG

Thành tố thứ ba của lạc quan có kỷ luật là bạn phải tấn công thực tế khắc nghiệt, và bạn làm điều này không phải vì bạn bắt buộc phải làm, và bởi vì bạn muốn làm. Khi bạn nhận ra mình muốn nói chuyện với một khách hàng đang giận dữ hoặc một khách hàng khó chịu, hoặc bạn muốn sửa chữa một quy trình hoặc hệ thống, hoặc muốn xử lý nợ nần lương thưởng, đó chính là dấu hiệu cho thấy bạn thực hành tốt lạc quan có kỷ luật.

Khát khao chinh phục thử thách là trái tim của tinh thần lạc quan có kỷ luật. Khát khao chinh phục này bắt đầu từ việc bạn đương đầu với thực tế khắc nghiệt, và sẽ càng mạnh mẽ khi bạn có niềm tin tuyệt đối vào thành công. Đó là 3 thành phần bắt buộc phải có của tinh thần lạc quan có kỷ luật. Chúng tôi nhận thấy rằng đây là một nghệ thuật và đòi hỏi thực hành thường xuyên, và điều này sẽ mang lại giá trị to lớn cho kinh doanh của bạn. Và chúng tôi đã chứng kiến kinh doanh của mình, cũng như của hàng nghìn khách hàng khác của chúng tôi, tinh thần lạc quan có kỷ luật đã thúc đẩy thành công của những doanh nghiệp nhỏ mạnh mẽ như thế nào.

Một trong những nơi tốt nhất để thực hành lạc quan có kỷ luật là trong bối cảnh khách hàng khiếu nại. Không ai trong chúng ta tự nhiên yêu thích việc khách hàng khiếu nại. Chúng ta yêu quý khách hàng của mình và mong muốn nhận được

những lời ca ngợi từ họ. Như những doanh nhân, chúng ta thực sự muốn mang những giá trị sản phẩm và dịch vụ của mình đến khách hàng, không chỉ vì sự hài lòng của khách hàng sẽ mang đến sự tốt đẹp cho doanh nghiệp, mà còn bởi vì chúng ta có một khao khát sâu thẳm là làm ra những sản phẩm tốt nhất trong công việc của mình.

Vì những lý do trên, thật sự rất nhức nhối khi một khách hàng khiếu nại. Chúng ta có thể sẽ cảm thấy bất hợp tác hay thậm chí là tức giận khi khách hàng chất vấn. Nhưng lạc quan có kỷ luật nói rằng tình huống này chỉ đơn giản là một cơ hội để đẩy nhanh tiến độ hướng đến mục tiêu của chúng ta, mà chúng ta chắc chắn sẽ đạt được. Nếu chúng ta có thể tìm được gốc rễ của vấn đề, giải quyết vấn đề đó cho khách hàng, và tránh cho các khách hàng trong tương lai khỏi các trải nghiệm đáng thất vọng, chúng ta đã có những bước tiến lớn đến gần hơn mục tiêu của mình.

Tuy nhiên, giữa lý thuyết và thực tế là một khoảng cách lớn. Tất cả chúng ta đều biết rằng chúng ta cần xem những khiếu nại của khách hàng như những cơ hội để cải thiện, cố gắng biến những quả chanh thành nước chanh... Nhưng thực hiện được những điều đó rất khó khăn - nếu như bạn không thực sự hiểu những thành tố của tinh thần lạc quan có kỷ luật.

Hãy để chúng tôi cho bạn thấy làm cách nào để học được bài học này. Một khách hàng đã gọi điện thoại cho Clate và khiếu nại về phần mềm của chúng tôi. Clate đã lắng nghe cô ấy phàn nàn khoảng vài phút đồng hồ. Phần lớn thời gian trong suốt cuộc trò chuyện, Clate cảm thấy ngọt ngào. Nhưng từ sâu bên trong nội tâm, anh ta đã biết rằng người khách hàng muốn phần mềm đó hoạt động tốt cho công việc của cô ấy và anh ta cũng muốn điều tương tự. Clate xin lỗi vì phần mềm đó đã không hoạt động tốt và cảm ơn cô ấy giúp anh ta chú ý đến điều đó, để anh có thể làm những điều đúng cho cô và giúp đỡ

những khách hàng tương lai tránh gặp phải những thất vọng tương tự.

Chúng ta nhận ra rằng lời xin lỗi như thế này có tác động kỳ diệu trong xử lý khiếu nại khách hàng. Các khách hàng muốn được cảm ơn. Họ muốn là một phần của giải pháp. Họ muốn được nghe nói vậy, và họ muốn biết rằng chúng ta, những doanh nhân, quyết tâm nâng cao các giải pháp của mình cho khách hàng và chăm sóc cả dịch vụ hậu mãi.

Điều thú vị về kinh nghiệm này là Clate cảm thấy tự tin và vui mừng bởi vì anh đã đương đầu với vấn đề. Khi thực hành tinh thần lạc quan có kỷ luật, đương đầu với vấn đề và làm điều gì đó đúng trách nhiệm là chưa đủ. Chúng ta cần làm điều đó với sự tự tin và nhiệt huyết; đó chính xác là những điều mà chúng ta nên cảm nhận bởi vì ta đang sải bước tiến tới mục tiêu của mình.

CƠ HỘI ĐỂ LUYỆN TẬP TINH THẦN LẠC QUAN CÓ KỶ LUẬT

Trước khi chúng tôi chỉ ra những lĩnh vực mà bạn có thể thực hành tinh lạc quan có kỷ luật, chúng tôi muốn bạn cân nhắc đến những lựa chọn. Điều gì xảy ra khi bạn không chịu nổi sự tiêu cực? Thái độ của bạn bị ảnh hưởng. Thành quả công việc của bạn bị thiệt hại. Bạn ảnh hưởng xấu đến những người xung quanh bởi vì nhân viên của bạn, khách hàng của bạn, bạn bè và các thành viên trong gia đình cảm nhận được thái độ của bạn. Bạn truyền tải những cảm xúc tiêu cực từ khách hàng đến những người xung quanh bạn. Bạn đang tự ngăn chặn sự tiến bộ của mình và bạn đang góp phần gây nên sự hỗn loạn. Bạn hãy nhớ rằng bạn đang chiến đấu mỗi ngày để rèn luyện tinh lạc quan có kỷ luật.

Bây giờ, bạn có thể tìm kiếm cơ hội để thực hành lạc quan có kỷ luật, hay bạn có thể chờ thời cơ đến. Có thể, bạn sẽ không phải chờ đợi lâu. Các cơ hội để phát triển kỹ năng này sẽ xuất hiện xung quanh bạn gần như mỗi ngày và trong các tình huống khác nhau.

CÁC KHIẾU NẠI TỪ KHÁCH HÀNG

Như chúng tôi đã đề cập trước, khiếu nại của khách hàng cung cấp một cơ hội hoàn hảo để thực hành lạc quan có kỷ luật. Sau khi thực hành với tình huống này trong nhiều năm, khi chúng tôi tiếp chuyện với một khách hàng đang không hài lòng ngày hôm nay, chúng tôi nhắc điện thoại lên và dự đoán một trong ba trường hợp sau.

1. Chúng tôi sẽ có một cuộc nói chuyện tốt với khách hàng, đáp ứng các mối quan tâm của họ và cải thiện mối quan hệ của chúng tôi với họ.

2. Khách hàng sẽ thể hiện mối quan tâm của họ, chúng tôi sẽ đi đến một thỏa thuận chung về những gì phải được thực hiện và chúng tôi sẽ đi đến việc giải quyết vấn đề cho khách hàng này và những khách hàng trong tương lai. Ngay cả nếu như khách hàng vẫn còn thất vọng thì thái độ hợp tác và sự chân thành của chúng tôi sẽ để lại cho khách hàng này một trải nghiệm ấn tượng và dễ chịu.

3. Chúng tôi sẽ không thể đạt được một thỏa thuận với khách hàng không chịu nhượng bộ và chúng tôi sẽ đồng ý với những phương án khác nhau trong những điều khoản khác nhau. Cho dù khách hàng này đã không nhận ra những lợi ích của giải pháp phần mềm mà chúng tôi cung cấp; anh ta sẽ biết về cam kết của chúng tôi và niềm tin chắc chắn rằng chúng tôi sẽ đạt được mục tiêu của mình. Và có thể một lúc nào đó anh ta sẽ quay lại Infusionsoft khi anh ta nhận ra rằng chúng tôi có thể giúp và thực sự muốn giúp anh ta.

THIẾU HỤT TIỀN BẠC

Tình trạng thiếu hụt dòng tiền là một tình huống khác để thực hành lạc quan có kỷ luật. Trả lương có thể là một trong những thách thức dễ làm doanh nhân nản lòng nhất. Hãy nhận thức đúng vấn đề: đó chỉ là một thử thách. Đừng trở nên bi quan. Bạn có thể làm được. Bắt tay vào làm việc và xử lý vấn đề nào.

ÁP LỰC CẠNH TRANH

Cạnh tranh là một thực tế kinh doanh khác mà doanh nhân khởi nghiệp có thể thực hành lạc quan có kỷ luật. Tất cả chúng ta đang sống trong một môi trường cạnh tranh. Khi bạn nhìn thấy đối thủ cạnh tranh của mình có những bước đi phát triển thị trường, bạn sẽ làm gì? Bạn có hoảng sợ không? Bạn có bị ám ảnh không? Bạn có thể đưa ra những bước đi đáp trả không? Chúng tôi đã chứng kiến rất nhiều doanh nhân khởi nghiệp rơi vào áp lực lớn mỗi khi đối thủ cạnh tranh đe dọa kinh doanh của họ.

Thực tế là thị trường vô cùng rộng lớn. Những doanh nhân khởi nghiệp có thể sáng tạo ra rất nhiều con đường khác nhau để đạt được mục tiêu của mình. Tất cả những gì bạn cần có là sự sáng tạo. Nhưng bạn không thể sáng tạo nếu bạn sợ hãi trước đối thủ cạnh tranh. Sau tất cả, thành công của bạn là phụ thuộc vào hành động của bạn, không phải hành động của đối thủ cạnh tranh.

NHỮNG MỤC TIÊU BỊ LÃNG QUÊN

Hầu hết những doanh nhân khởi nghiệp đều đã từng không xác định cho mình rõ ràng những mục tiêu và thời hạn hoàn thành. Điều này cũng là một lĩnh vực để thực hành tinh thần lạc quan có kỷ luật. Bạn thấy đấy, nếu bạn bỏ lỡ một điều gì

đó, bạn sẽ đánh mất nó. Bạn sẽ không thể làm gì để thay đổi, mà chỉ đơn giản là học được từ những sai lầm này. Nếu bạn bỏ cuộc, thì bạn sẽ để sự tiêu cực chiến thắng. Chúng tôi không thể diễn đạt điều này tốt hơn một câu ngạn ngữ: hãy nhắm đến mặt trăng, vì ngay cả nếu bạn không đạt được mục tiêu, bạn cũng sẽ ở giữa những vì sao.

Câu ngạn ngữ đó thật là tuyệt vời. Nó không chỉ khích lệ chúng ta lạc quan và thúc đẩy chúng ta thành công, mà nó còn cho chúng ta một cách thức để không tự dày vò bản thân mỗi khi thất bại. Bạn có muốn biết sự thật không? Bạn sẽ có những lúc thất bại. Bạn sẽ có những mục tiêu không thể hoàn thành và những thời hạn mà bạn bắt buộc phải dời lại so với kế hoạch. Đôi lúc bạn phải nhìn nhận rằng những mục tiêu nhỏ chỉ là những điểm trung gian trên con đường dẫn đến thành công cuối cùng. Đừng phí thời gian lo nghĩ về những gì chưa đạt được. Hãy bắt tay làm việc! Giữ vững tầm nhìn của bạn, chiến thắng trên thương trường và đừng lo lắng quá nhiều khi phải thua một vài bước đi tạm thời trên hành trình đó.

Bạn phải thiết lập những mục tiêu, nhưng hãy chuẩn bị các kế hoạch dự phòng khi mọi việc không được như dự kiến. Hãy chắc chắn rằng bạn đã thiết lập các mục tiêu trung gian. Khi chúng tôi trình bày ý tưởng này với những người khác, chúng tôi nhận được những ý kiến như, “Nếu tôi có một kế hoạch dự phòng, chẳng khác nào tôi đã sẵn sàng từ bỏ mục tiêu của mình? Được ăn cả ngã về không chứ? Việc này với tôi giống như cho bản thân một lối thoát tức là quyết định trước tôi sẽ thất bại trước cả khi tôi chưa thử cố gắng”.

Đó không phải là suy nghĩ đúng, và đây là lý do: Hơn 50% những gì sẽ xảy ra (trong vài năm đầu tiên) với doanh nghiệp của bạn là nằm ngoài tầm kiểm soát. Với rất nhiều biến cố, bạn luôn cần chuẩn bị sẵn sàng. Một kế hoạch dự phòng chỉ là một cách khác để bạn đương đầu với các thử thách khắc nghiệt mà thôi.

TÀI NGUYÊN CÓ HẠN

Một trong những trải nghiệm yêu thích của chúng tôi về tính lạc quan có kỷ luật diễn ra lần đầu tiên khi chúng tôi tìm kiếm một khoản vay kinh doanh cho Infusionsoft. Chúng tôi bị phá sản. Thẻ tín dụng của chúng tôi đã bị đóng băng khi chúng tôi cố gắng vực dậy doanh nghiệp. Thẻ tín dụng của chúng tôi bị khóa vĩnh viễn. Chúng tôi không phải ứng cử viên sáng giá với việc vay ngân hàng. Nhưng chúng tôi chỉ yêu cầu một khoản vay \$25,000 và cả hai chúng tôi có một căn nhà, với giá trị mỗi căn là \$30,000. Thêm vào đó, việc thanh toán hàng tháng của khoản vay sẽ là \$300 và chúng tôi liên tục kiếm được khoảng \$20,000 doanh thu mỗi tháng.

Chúng tôi chắc chắn đang gặp khó khăn về tài chính, nhưng chúng tôi biết chúng tôi có thể sắp xếp những thứ cần thiết để thanh toán khoản vay. Các ngân hàng đã không nhìn theo cách đó. Họ từ chối hồ sơ vay vốn. Lúc đầu, chúng tôi đã suy sụp. Chúng tôi đã đặt rất nhiều hy vọng vào việc nhận được khoản vay đó. Sau khi trải qua sự thất vọng ban đầu, chúng tôi xốc lại tinh thần, gọi lại cho nhân viên tín dụng và hỏi lý do tại sao chúng tôi không được chấp nhận cho vay. Anh ta rất thẳng thắn chỉ ra rằng chúng tôi không phù hợp với tiêu chuẩn của ngân hàng. Chúng tôi đã hỏi nhiều câu hỏi và thấy rằng chúng tôi có thể trình bày một kế hoạch khả quan hơn bằng cách gửi một danh sách liệt kê các tài sản của mình.

Với tinh thần lạc quan được khôi phục, chúng tôi bổ sung các hồ sơ vay vốn, bao gồm cả danh sách các tài sản kinh doanh có giá trị tổng cộng khoảng \$25,000. Nhưng lần tiếp theo chúng tôi nói chuyện với nhân viên tín dụng, anh ta chỉ đến để thông báo rằng chúng tôi đã bị từ chối một lần nữa. Chúng tôi đi về nhà trong một tối thứ sáu buồn bã.

Hầu hết các doanh nghiệp có thể đã từ bỏ sau khi bị từ chối lần thứ hai. Chúng tôi thì không. Cuối tuần qua đi, chúng tôi

đã phân tích lại các cuộc trao đổi của mình với nhân viên tín dụng. Chúng tôi biết là phải có một cách nào đó để nhận được chấp thuận. Chúng tôi chỉ cần phải chuẩn bị để đưa ra tình huống đủ mạnh, đủ thuyết phục.

Ngay trong vòng một buổi sáng thứ Hai, chúng tôi đã trình bày hoàn cảnh, cách nghĩ với nhân viên tín dụng. Clate mời anh ta đến, thừa nhận sự thiếu sót trong hồ sơ của chúng tôi, chỉ ra triển vọng của công ty chúng tôi và trình bày về cách chúng tôi, với tất cả danh dự, sẽ thanh toán tiền vay mỗi tháng. Nhân viên tín dụng bắt đầu suy nghĩ. Clate tiếp tục nói. Khi Clate kết thúc, và sau một lúc lâu ngập ngừng, nhân viên tín dụng cuối cùng đã đồng ý cho chúng tôi vay \$25,000.

Qua kinh nghiệm này, chúng tôi đã học được một bài học quý giá về sự lạc quan có kỷ luật. Chúng tôi duy trì niềm tin vào mục tiêu của mình, chúng tôi đương đầu với những thử thách khó khăn, và chúng tôi kiên trì, tự tin và tích cực vượt qua các thách thức bởi vì chúng tôi muốn làm vậy.

Từ kinh nghiệm đó, chúng tôi đã lấy được nhiều khoản vay và chúng tôi đã nhận thấy rằng trong hầu hết mọi trường hợp: “sức mạnh của lần nỗ lực thứ ba.” Nhưng ngay cả khi chúng tôi đã không được chấp thuận cho vay, chúng tôi cũng sẽ tìm được cách để làm tốt nhất trong tình hình của mình.

Đó mới chỉ là một vài trong số những cơ hội để thực hành lạc quan có kỷ luật. Tất nhiên danh sách những thách thức mà chúng ta - các chủ doanh nghiệp - phải đối mặt là rất dài và đáng sợ nếu chúng ta cho phép. Đừng để bản thân rơi vào nỗi sợ đó. Hãy vững vàng và tin tưởng vào mục tiêu của mình, đối diện với thực tế khắc nghiệt, và vượt qua những thách thức với niềm đam mê, để bạn có thể đạt được những mục tiêu của mình.

NHỮNG CÁCH THỰC TẾ ĐỂ TRAU DỒI SỰ LẠC QUAN CÓ KỶ LUẬT

Chúng tôi đã đưa tinh thần lạc quan có tính kỷ luật thành thói quen hàng ngày. Chúng tôi đã chia sẻ với rất nhiều người về khái niệm này, đào tạo lại cho nhân viên, thành viên trong gia đình mình, khách hàng và cả những doanh nhân trên khắp thế giới. Chúng tôi không có tất cả câu trả lời cho những câu hỏi như làm thế nào để áp dụng nó, nhưng ngoài liệt kê 3 thành phần thiết yếu, chúng tôi còn có hàng loạt kỹ thuật thiết thực và hữu ích có thể hỗ trợ bạn trong quá trình thực hành:

- Hãy hành động thật nhanh. Đừng quá đắm chìm vào những trải nghiệm khó khăn. Hãy làm việc liên tục.
- Tái lập trình não bộ của mình. Chặn đứng những suy nghĩ tiêu cực. Thay thế chúng bằng những suy nghĩ và ngôn từ tích cực.
- Vận động cơ thể. Đi dạo một vòng. Lái xe một vòng. Đây là khoảng thời gian cho bạn lập trình lại não bộ.
- Tập thể dục. Dù gì đi nữa, việc luyện tập thể thao cũng là một liệu pháp trị liệu cho tinh thần của bạn.
- Đọc lại những bài cảm nhận từ khách hàng. Hành động này có tác dụng kỳ diệu vì nó nhắc bạn nhớ về những thành quả đã đạt được.
- Liên lạc với những người bạn yêu thương. Gia đình và bạn bè luôn biết cách mang đến cho bạn những gì tốt đẹp nhất.
- Mỉm cười và cười thật lớn.
- Chia sẻ lại những thành quả của bạn. Việc hồi tưởng và chia sẻ với mọi người về quá trình phát triển của bản thân sẽ rất có ích.
- Luôn cảm thấy biết ơn. Liệt kê ra những điều khiến bạn thấy biết ơn. Dám chắc là bạn sẽ không thể kéo dài tâm trạng giận dữ của mình lâu hơn nữa đâu!

- Đọc những quyển sách khơi gợi nguồn cảm hứng. Nó sẽ giúp bạn tạo dựng sự tự tin và gợi mở những giải pháp mới cho bạn.
- Khen tặng người khác. Hành động ấy sẽ mang đến kết quả kỳ diệu cho cả người nhận và cho chính bạn.

Cuối cùng, hãy vui vẻ lên. Niềm vui và tiếng cười đóng một vai trò to lớn trong văn hóa tại Infusionsoft. Chúng tôi hiện vẫn đang giữ vững vị trí trên bảng xếp hạng Những Nơi Làm Việc Tốt Nhất, bởi lẽ chúng tôi cam đoan không bao giờ trầm trọng hóa vấn đề và luôn chủ đích dùng niềm vui như một công cụ tạo lập niềm tin rằng chúng tôi sẽ đạt được các mục tiêu đề ra.

Chúng tôi cùng các nhân viên trong công ty thường xuyên cười sảng khoái mỗi lần nhắc đến những ngày đầu mới thành lập, cảnh sát đã xuất hiện tại văn phòng nhỏ bé của chúng tôi vì hàng xóm chung quanh báo với họ về mùi lạ phát ra từ căn phòng cũng như việc công ty thường xuyên hoạt động đến đêm khuya. Họ tin chắc rằng công ty chúng tôi thật ra chính là một phòng thí nghiệm điều chế ma túy đá. Chúng tôi phá lên cười khi nhớ lại việc sử dụng chiếc lò nướng đã dẫn đến tình trạng điện áp tăng vọt và đánh sập toàn bộ hệ thống máy chủ khi ấy đang chạy chương trình phần mềm ứng dụng cho khách hàng. Đó là vào những ngày khởi đầu của chúng tôi.

Chúng tôi chỉ có thể cười thầm khi nghĩ tới mình đã từng bỏ ra hàng giờ đồng hồ để cân nhắc cho những quyết định khá ngờ nghệch như là chọn màu sơn nào cho cái khung cửa ra vào. Nếu không có nguồn năng lượng từ tiếng cười mang lại, chúng tôi sẽ không thể chịu đựng nổi những khó khăn trong vài năm đầu. Giờ đây, những điều như vậy lại giúp chúng tôi nhớ được mình đã ở đâu và đã phải xoay xở thế nào để đạt được vị trí như ngày hôm nay.

Tóm lại, chỉ cần đặt niềm tin vào điều bạn đang làm, tin tưởng rằng bạn sẽ thành công, và hãy biết tự thay đổi để thích ứng với mọi hoàn cảnh.

TINH THẦN LẠC QUAN CÓ KỶ LUẬT VÀ ĐAM MÊ

Khi rèn luyện cho mình một tinh thần lạc quan có tính kỷ luật, niềm đam mê của bạn cũng sẽ nhờ đó mà tỏa sáng. Ngay lúc này, chúng tôi có thể ngồi đây cả ngày và nói với bạn rằng bạn cần phải giữ cho mình sự lạc quan. Nhưng, lạc quan có kỷ luật thì khó hơn một chút so với việc chỉ giữ tinh thần lạc quan một cách đơn thuần. Đó chính là bạn phải tìm được niềm đam mê và sự thích thú trong chính những điều bạn đang làm.

Là một doanh nhân, bạn cần phải thấp sáng niềm đam mê của mình. Sự say mê luôn mang theo một khả năng vô cùng thần kỳ giúp thu hút những điều tốt đẹp đến với việc kinh doanh của bạn và thúc đẩy bạn tiến về phía mục tiêu bạn đã chọn. Vậy nên bạn phải làm hết sức có thể để tạo dựng và phát triển niềm đam mê của mình.

Đĩ nhiên, quản lý việc kinh doanh luôn khiến chúng ta mệt mỏi, mất nhiều thời gian, và dễ nản lòng. Không hiếm khi ngọn lửa đam mê của tinh thần doanh nhân bị dập tắt. Tuy nhiên, nếu đến bạn cũng không hứng thú với sản phẩm hay dịch vụ mình cung cấp, thì sẽ chẳng còn ai thấy chúng thú vị đâu. Khách hàng nào lại muốn mua những sản phẩm và dịch vụ từ một doanh nghiệp mà ngay cả người chủ sở hữu cũng không thêm quan tâm đến chúng chứ?

Bất kể làm gì, bạn cũng vẫn phải dành thời gian nhóm lại ngọn lửa kinh doanh của chính mình. Thắp lại lòng nhiệt thành với khách hàng, với sản phẩm bạn đang bán và cả với công việc kinh doanh của bạn nữa. Khách hàng hiện tại lẫn những khách hàng trong tương lai của bạn đang cần tìm người

cùng xây dựng mối quan hệ hợp tác. Điều họ không hề mong muốn là phải làm việc với người luôn tỏ ra mệt mỏi và người chỉ chăm chăm nhìn vào những mặt tiêu cực. Bên cạnh việc tự xóc lại tinh thần của bản thân mỗi ngày, bạn còn cần phải truyền tải sự tự tin và niềm đam mê của mình đến những người bạn gặp và tương tác hằng ngày.

Cảm xúc là thứ rất dễ thay đổi. Bản năng con người chúng ta dễ phụ thuộc vào cảm xúc của người khác. Clate đã học được bài học ấy khi sinh ra là con trai cả trong một gia đình có 6 người con. Từ nhỏ đến lúc trưởng thành, anh thường xuyên phải trông em khi cha mẹ ra ngoài. Thỉnh thoảng, khi trời sập tối hay đột nhiên nổi sấm chớp, đứa em của anh ấy sẽ vô cùng hoảng sợ. Clate cũng thường xuyên cảm thấy sợ. Điều đó hoàn toàn bình thường. Anh chỉ là một đứa trẻ. Nhưng vì bổn phận làm anh, anh đã phải học cách nuốt nỗi lo âu của chính mình vào trong để giả vờ trấn an các em rằng mọi chuyện đều ổn. Ngay lúc anh có thể giữ vững vẻ ngoài đầy quả quyết của mình, bọn trẻ sẽ lập tức vui vẻ trở lại và không còn lo sợ gì nữa.

Khách hàng hiện tại và những khách hàng tiềm năng của bạn cũng đang tìm kiếm ở bạn điều tương tự. Họ không muốn thấy ánh mắt đầy hoang mang của bạn khi bạn mãi lo nghĩ về những đơn hàng chưa bán được hay về những công việc mà bạn phải hoàn thành trong một khoảng thời gian ngắn đến phi lý. Bạn phải ngay tức khắc gọi lên một vẻ ngoài đầy lạc quan, và bạn cần liên tục nhớ đến sự nhiệt huyết với việc kinh doanh của mình.

Bạn là một doanh nhân. Theo lẽ tự nhiên, mọi nhà doanh nhân đều nhiệt huyết với công việc. Bất chấp sự hỗn loạn mà bạn đang vướng vào, hãy bảo đảm rằng niềm đam mê vẫn luôn có trong con người bạn. Hãy phát huy nó đi. Hãy kết hợp đam mê cùng với tinh thần lạc quan có kỷ luật, và rồi bạn sẽ trở thành một người chủ có đầy đủ lý do để tin vào sự thành công của doanh nghiệp mình đang sở hữu, bạn cũng sẽ có nhiều

thời gian để đạt được sự thành công ấy.

Luôn say mê! Luôn tràn đầy hứng khởi! Yêu quý công việc của bạn, yêu quý khách hàng và cả những niềm vui giản đơn khi khởi nghiệp. Truyền lửa nguồn đam mê ấy đến với nhân viên và khách hàng, rồi bạn sẽ nhận thấy điểm khác biệt kỳ lạ trong sự phát triển và thành công của doanh nghiệp.

6

TINH THẦN ĐỘC LẬP CỦA DOANH NHÂN KHỞI NGHIỆP



Nếu bạn biết mình đang làm đúng, hãy vững tin trên con đường bạn đã chọn, cho dù cả thế giới như muốn chống lại bạn và mọi người đều đặt câu hỏi về quyết định của bạn. Đến khi bạn chiến thắng - bạn sẽ dần chiến thắng thôi nếu luôn kiên trì gắn bó với công việc ấy - tất cả bọn họ quay lại và nói rằng, ngay từ đầu họ đã biết bạn sẽ làm được.

—Ralph Waldo Emerson

Con người chúng ta luôn như vậy. Chúng ta luôn tìm kiếm sự tán thành, ý kiến đóng góp và lời động viên khích lệ từ những người ta tin tưởng nhất. Rất ít người trên thế giới này đủ tự tin vào bản thân và năng lực của mình để có thể kiên định thực hiện mà không cần nhờ đến lời khuyên hay ý kiến từ người khác. Chúng ta quay về nhờ cha mẹ tư vấn cách họ đã nuôi dạy con cái thế nào. Chúng ta hỏi vợ/chồng mình rằng mình nên ăn vận phục trang ra sao, lái chiếc xe nào thì tốt, và nên tặng quà gì cho những thành viên trong gia đình. Ta cũng hỏi thăm ý kiến người xung quanh về công việc của chính mình. Thế là những lời nói ấy, cả tốt và không tốt, đã bắt đầu khiến cho tinh thần khởi nghiệp của bạn bị lung lay.

Mà kể cả khi bạn không có nhu cầu nghe ý kiến của họ, thì chúng vẫn sẽ đến tai bạn. Vì bạn nắm quyền sở hữu một doanh nghiệp nhỏ, nên bạn sẽ trở thành chủ đề bàn luận của cả thành phố. Dù bạn muốn hay không, mọi người vẫn tiếp tục chia sẻ suy nghĩ của họ cho bạn biết. Thực ra thì, bạn càng thành công, bạn càng nghe nhiều lời chỉ bảo từ họ hàng thân thuộc, những con người “từng trải”. Những lời nói ồn ào đến chói tai.

Ý kiến và lời khuyên nhủ sẽ rất tuyệt nếu chúng đến từ một người có quan điểm khác biệt và đôi lúc rõ ràng hơn bạn. Nhưng ai lại biết rõ về việc của bạn hơn chính bạn được? Ai có thể chuẩn bị kỹ lưỡng hơn bạn khi cần ra quyết định về những điều dự tính thực hiện, tiến hành chúng ra sao và mô hình kinh doanh của bạn phải trông như thế nào?

Không ai cả. Và những lời khuyên nhiều chiều chỉ làm cho mọi việc càng thêm rối mà thôi. Vì vậy, một phẩm chất tối quan trọng của doanh nhân khởi nghiệp, đó là chọn lọc ra những lời khuyên tốt, đưa ra quyết định của chính mình và tự tin hành động.

LỜI KHUYÊN BẠN NHẬN ĐƯỢC

Trong suốt những năm học cấp 2, Scott có để ý đến một bạn nữ dễ thương, thông minh học cùng mình vài lớp. Vì chỉ là một thiếu niên còn non nớt, Scott đã hỏi bạn mình về cô gái đó. Lời khuyên từ người bạn ư? Đừng đi chơi với cô này. Theo bạn Scott, thì cô này quá tệ nhạt để hẹn hò. Anh ta nghĩ rằng bạn bè sẽ trêu chọc và cười nhạo Scott.

Buồn bã, Scott vẫn nghe theo và chẳng khi nào ngoảnh lại với cô gái mình thích. Vài tuần sau, không ai khác mà lại chính là cậu bạn thân đang nắm tay cô bạn Scott thích và cùng nhau đi xuống đại sảnh. Scott đã trở thành kẻ khờ bị lừa phỉnh bởi chỉ biết nghe theo nhận định từ người khác thay vì hành động theo niềm tin của mình.

Chúng tôi không nói rằng tất cả những người cho bạn ý kiến về công việc của bạn đều có ý xấu. Trong hầu hết mọi trường hợp, lời khuyên bạn nhận được có thể là những phản hồi chân thành từ một người bạn hay một thành viên trong gia đình - họ luôn mong nhìn thấy bạn thành công. Đôi lúc bạn cần phải tìm sự chỉ dẫn từ những người hiểu biết tốt hơn bạn về lĩnh

vực bạn đang quan tâm. Nhưng ngay cả khi bạn tìm sự tư vấn từ bạn bè, chuyên gia, hay người quen, bạn vẫn cần phải cân nhắc một cách thận trọng mọi điều mình nghe được, đừng tin tưởng tuyệt đối.

LỜI KHUYÊN TỪ BẠN BÈ

Khỏi phải nghi ngờ gì, bạn bè và gia đình sẽ là những người quan tâm nhất đến công việc bạn đang làm. Họ sẽ lên tiếng nhiều nhất. Tuy vậy, họ cũng chính là người có nhiều khả năng sẽ đưa ra những ý kiến dựa trên mối quan hệ với bạn thay vì thực sự quan tâm đến nỗ lực kinh doanh của bạn.

Mấy năm trước, một doanh nhân dày dạn kinh nghiệm bỗng phát lên mạnh mẽ trong ngành bất động sản. Trong vòng hai năm, anh ta từ tay trắng trở thành người sở hữu các bất động sản trị giá hàng triệu đô la. Khỏi phải nói, anh ta ngất ngây với thành quả của mình và vợ anh cũng vậy. Họ chuyển đến một căn nhà rộng lớn, thay mới toàn bộ đồ nội thất, và tậu 2 chiếc xe hơi rất đẹp. So với số tiền mà người đàn ông này kiếm được, thì những thứ anh ta tiêu xài không đến nỗi quá phung phí.

Nhưng chỉ vài tháng sau khi chuyển tới căn nhà mới, những mối quan hệ mà anh này dày công phát triển trong mấy năm qua bắt đầu thay đổi. Những người anh ta thường gặp gỡ đã tránh né anh. Người thân trong nhà thì không nói gì với anh nữa mặc dù trước đó họ đã từng tìm đến và mong được nghe lời khuyên của anh.

Nhiều người ban đầu cổ vũ động viên anh thì giờ lại quay lưng và bàn tán sau lưng anh. Nhưng họ không hề kín kẽ nên anh đã nghe được những điều như:

- “Tôi sẽ không mua một căn nhà bự như vậy đâu. Họ đâu cần phải ở trong ngôi nhà to lớn đến thế.”

- “Bất động sản là một ngành kinh doanh đầy mạo hiểm. Chẳng có gì ngạc nhiên nếu sau này anh ta mất hết tất cả.”
- “Anh ta đã thay đổi kể từ khi anh ta thành công.”

Người đàn ông ấy đã rất khó chịu bởi cách hành xử của bạn bè và người thân xung quanh mình, và anh ta trở nên dè chừng hơn mỗi nghe họ chia sẻ ý kiến và quan điểm của họ.

Nếu bạn đã từng thành công trong việc làm ăn, bạn sẽ biết chính xác điều tôi đang nói đến. Bạn sẽ hiểu rõ những thay đổi xảy ra khi những người xung quanh bắt đầu nhìn thấy sự nổi trội ở bạn. Cho nên, bất cứ ý kiến nào bạn nghe được, bạn đều cần suy xét cẩn thận bởi có khi người đang đưa ra lời khuyên không hề quan tâm đến bạn đâu.

LỜI KHUYÊN TỪ CHUYÊN GIA

Chúng tôi là fan hâm mộ cố bộ của những ý kiến và lời khuyên từ chuyên gia. Chúng tôi đọc ngẫu nhiên từng quyển sách họ viết, tham dự các buổi hội thảo và thậm chí thuê tư vấn viên với mức chi phí đắt đỏ trong nhiều năm liền. Đôi khi, con đường nhanh nhất tiến đến thành công là học tập ở những người có kinh nghiệm từng trải, và sau đó áp dụng bài học đó vào việc kinh doanh của bạn.

Tuy nhiên, bạn vẫn là chuyên gia thực thụ duy nhất cho công việc của mình. Không ai hiểu rõ nó hơn bạn. Chuyên gia không thể hiểu thấu được những nỗi khó nhọc và trắc trở mà bạn đang nếm trải. Họ không biết bạn đã phải xoay xở ra sao và làm thế nào đạt được thành công. Và họ cũng không sở hữu những kỹ năng độc nhất vô nhị, niềm đam mê và khả năng nhìn nhận của bạn. Tất cả những gì họ có thể làm là mang đến cho bạn lời khuyên và ý kiến đóng góp một cách khái quát nhất. Vì vậy, hãy tiếp nhận thông tin từ họ, và sau đó xử lý

chúng để tự đưa ra quyết định cho riêng mình. Bạn không thể giao phó cho bất cứ ai để giúp bạn giải quyết những rắc rối của chính mình.

LỜI KHUYÊN TỪ NGƯỜI QUEN

Hàng xóm, nhân viên, nhà cung cấp và những doanh nhân khác chính là những người thật sự quan tâm về bạn, nhưng có thể họ có quan điểm và ý kiến khác biệt so với bạn. Đây chính là mấu chốt: Họ không phải đương đầu với những kết quả từ quyết định của bạn. Và khả năng cao là họ có một quyền lợi nhất định trong những quyết định bạn đưa ra. Nếu là nhà cung cấp, chi nhánh hoặc nhân viên của công ty, họ sẽ có những lợi ích và quyền lợi riêng từ việc công ty được điều hành theo cách này hay cách khác.

Khi còn là thiếu niên, Clate đã từng làm cho những doanh nghiệp nhỏ, và anh luôn tự cho rằng mình biết đâu là phương án tối ưu để hoàn tất mọi việc. Nhận định đó đã thay đổi kể từ khi anh tự vận hành doanh nghiệp của riêng mình, Clate mới hiểu được vì sao những ông chủ cũ của mình lại ra một số quyết định như thế.

Lời khuyên chỉ giúp bạn được phần nào. Sau đó, chính bạn sẽ phải quyết định con đường gặt hái thành công của mình. Bạn mới là chủ doanh nghiệp, không phải ai khác. Vậy nên, cuối cùng thì chỉ có ý kiến của bạn mới là quan trọng.

À, sự nghi ngờ bản thân sẽ ngăn cản chúng ta giải thoát mình khỏi những ý kiến từ khắp mọi nơi. Dù bạn tự tin về hiểu biết của mình đến mức nào về công việc kinh doanh của mình, bạn vẫn sẽ có thiên hướng nghe theo những tiếng nói vây quanh bạn. Những tiếng nói ấy có thể trở nên lớn hơn và khiến bạn bị tê liệt nếu không cẩn thận.

ĐỐI MẶT VỚI THÁCH THỨC CỦA SỰ ĐỘC LẬP

Chúng tôi cần nói với bạn rằng - điều này sẽ rất gian nan. Đây là một chiến lược đòi hỏi bạn phải hoàn toàn chịu trách nhiệm cho mọi hành động của mình. Bạn không thể chạy về vùng an toàn khi mọi việc bắt đầu trở nên rắc rối nữa. Bạn quyết định vận mệnh công việc kinh doanh của mình. Và khi phải lèo lái con thuyền của mình trước những quyết định khó khăn, bạn sẽ tự đặt câu hỏi về tất cả những việc mình đang làm.

Cảm giác không dễ chịu chút nào khi lần đầu tiên có người đưa ra cho bạn một đề xuất và bạn không làm theo nó. Bạn sẽ không thích đâu khi nghe họ nhận định bạn là kẻ hợm hĩnh vì đã từ chối tiếp thu lời khuyên tuyệt vời của họ. Chúng tôi bảo đảm bạn sẽ rất khó chịu mỗi khi bạn mắc sai lầm và những người bạn cũ bàn tán kiểu như “Đó, tôi đã nói rồi mà”.

Trở trêu thay, khi đưa ra lựa chọn cho chính doanh nghiệp của mình, bạn sẽ dần bị mọi người xa lánh. Nhưng đây đúng là lý do xác đáng nhất để bạn học cách tự lực cánh sinh. Khi ấy, ngay cả nếu bạn muốn tận dụng lời khuyên từ mọi người, bạn cũng không thể. Đơn giản là không khả thi. Tuy thế, mọi người vẫn không thoát khỏi việc bị tổn thương.

Nếu đã lập gia đình hoặc có con, bạn sẽ hiểu rõ tình trạng này. Khi bạn bắt đầu quá trình nuôi dạy con, mẹ hoặc bố bạn sẽ đưa ra những lời khuyên hữu ích trên phương diện của bậc làm cha mẹ. “Con nên cho Sara chơi đá banh đi”. Trong khi đó, phía gia đình thông gia, mẹ chồng/vợ bạn lại nói “Con hãy cho Sara học đánh đàn piano”. Và sau cùng, Sara của bạn chẳng thích bộ môn nào khác ngoài việc học múa.

Nếu bạn chưa có cơ hội trải qua những chuyện này, bạn sẽ nếm trải chúng khi vận hành công ty của mình. Ai đó sẽ bị tổn thương. Rồi cuối cùng bạn sẽ phải nghe một lời cáo buộc, “Mẹ tưởng là con đã cho Sara theo học lớp piano”.

Với gia đình và những mối quan hệ cá nhân, bạn phải học cách bước từng bước thận trọng như đi trên vỏ trứng để kiểm soát chúng thật tốt. Nhưng bạn không thể làm như vậy khi điều hành doanh nghiệp của mình. Không phải lúc nào cũng có thể khéo léo trong ứng xử và tỏ rõ cho mọi người biết bạn trân trọng lời khuyên và thành ý đóng góp của họ được. Bạn phải làm theo phán đoán tối ưu của mình và cứ để mặc họ hàng người thân nghĩ sao thì nghĩ.

Vậy khi nào thì bạn có thể nói rằng cuối cùng bạn cũng đạt được sự độc lập của một doanh nhân khởi nghiệp? Xem nào, hầu hết với tất cả mọi người, nó là cả một quá trình, một chuỗi những thời điểm bạn phát triển tính độc lập trong chính con người bạn. Nhưng đối với những ai phải chật vật để vươn đến sự độc lập, và những ai đang mong muốn trở nên độc lập, chúng tôi đề nghị một vài hành động sẽ giúp bạn có được tinh thần độc lập của một doanh nhân khởi nghiệp

ĐỊNH NGHĨA THÀNH CÔNG

Một trong những nguyên nhân khiến người ta luôn tìm kiếm thêm lời khuyên là bởi vì mục tiêu mà họ nhắm đến không rõ ràng. Nếu bạn vẫn chưa quyết định hướng đi cho doanh nghiệp của bạn, hãy tìm ra lời giải cho câu hỏi ấy ngay đi. Đưa ra đáp án càng nhanh càng tốt. Bằng không, những luồng ý kiến từ mọi người xung quanh sẽ thổi bạn xoay vòng vòng như chiếc lá bị gió cuốn bay đi vậy đó.

Nếu bạn hiểu sự thành công mang ý nghĩa như thế nào đối với bạn, thì hãy liên tục nhắc nhở bản thân về nó. Bạn mới biết rõ nhất mình đang nhắm đến thứ gì. Người khác không thể biết được. Bạn mang trong mình một giấc mơ cần được hiện thực hóa và chỉ có bạn (hay có thể thêm nhân viên của bạn nữa) mới thật sự thấu hiểu nó. Nhưng nếu đến cả giấc mơ của

mình mà bạn còn không định nghĩa được, thì ở bạn luôn bị ảnh hưởng bởi bất cứ loại ý kiến đề xuất nào. Càng định hình rõ thành công với mình là gì, bạn sẽ càng giảm đi khả năng trở thành con mồi cho kẻ khác, hoặc bị khuất phục trước quan điểm của họ.

TIN VÀO QUYẾT ĐỊNH CỦA BẠN

Một lần nữa chúng tôi đề cập đến một trở ngại ngăn cản bạn đạt được tinh thần độc lập của một doanh nhân khởi nghiệp. Và điều này đưa đến một kết luận rất đơn giản - đừng bao giờ làm gì một cách nửa vời. Những quyết định kinh doanh thường được đưa ra trong điều kiện thông tin rất hạn chế, trước khi người chủ thật sự sẵn sàng. Vậy nên, khi chủ doanh nghiệp phải lựa chọn một cách thức giải quyết nào đó, anh ta sẽ không ngừng đặt câu hỏi cho chính quyết định của mình. Bạn có thể dễ dàng đoán được, hành động ấy sẽ vô tình mở cánh cửa cho sự rối trí vì hoài nghi với bản thân. Và rồi sự hoài nghi sẽ dẫn đến nhu cầu tìm kiếm sự tán thành và lời khuyên từ người khác.

Không quan trọng quyết định của bạn là gì và bạn đã sẵn sàng đưa ra quyết định hay chưa, chỉ cần bạn hãy đặt toàn bộ tâm ý của mình vào đó. Niềm tin là yếu tố thiết yếu để biến ước mơ thành hiện thực. Bạn không tin tưởng bản thân sẽ làm được, thì cũng không ai tin vào điều ấy. Đến lúc thất bại, chúng ta lại có khuynh hướng tự phán xét bản thân.

Chúng ta nghĩ “Tôi đã biết trước là sẽ chẳng ra làm sao mà. Đáng lẽ từ đầu tôi nên nghe theo lời mọi người khuyên mới phải...”

Đĩ nhiên là không đi tới đâu rồi. Tự bạn đã hiện thực hóa lời tiên đoán của mình còn gì! Nếu chúng ta không đặt lòng tin vào sự lựa chọn của bản thân, hoặc nghi vấn điều mình đang làm, thì xem như ta đã tự buộc mình phải chấp nhận thất bại. Mà đây không chỉ đơn thuần là thất bại đâu, nó còn tạo cơ hội

cho sự ngờ vực bản thân và sự mất tự tin ngấm ngấm len lỏi vào bên trong con người bạn. Và rồi, giữa lúc đang nghi ngờ chính mình, chúng ta lại một lần nữa quay sang yêu cầu người khác cho ta lời khuyên. Đến đây thì bạn đã bắt đầu nhận ra cái vòng luẩn quẩn ấy rồi chứ?

Hãy ghi nhớ điều này: Trong hầu hết mọi quyết định, thành công không phải là kết quả của sự lựa chọn, mà là kết quả của cách thức bạn theo đuổi lựa chọn đó.

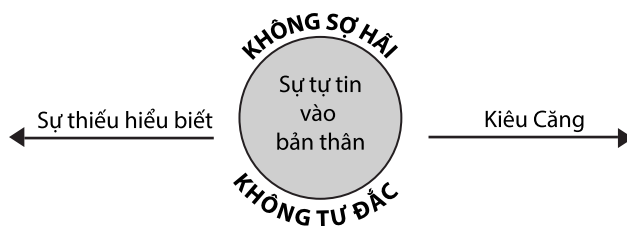
Và dù sao thì, ai quan tâm liệu bạn có thất bại hay không? Thất bại là chuyện bình thường. Thậm chí, đôi khi chúng ta lại thấy hạnh phúc khi chịu thua vài trận đánh bởi ta biết đến cuối cùng mình sẽ chiến thắng trong cả cuộc chiến này. Tuy nhiên bạn không được để mình thất bại vì đã thiếu nỗ lực. Thế nên, cứ mạnh dạn lựa chọn đi (có thể đúng cũng có thể sai, không sao cả) và tận dụng hết thảy những gì bạn đang có. Để cho nhân viên cùng hỗ trợ bạn. Hãy theo đuổi con đường bạn chọn bằng tất cả tâm trí và lòng hừng khởi.

TRÁNH THÓI NGẠO MẠN

Trong lúc cố thoát khỏi những lời góp ý ồn ào xung quanh, đã có rất nhiều doanh nhân bỗng trở nên tự mãn. Họ đi quá xa với sự tự tin vào bản thân mình. Trong suy nghĩ, họ tự cho mình giỏi nhất - và nếu họ có thành công thật, họ rất dễ tin rằng chỉ có họ mới luôn luôn biết điều gì là tốt nhất.

Lắng nghe bản thân. Tin bản thân. Nhưng bạn nên biết không có ai hoàn hảo, và bạn sẽ phạm sai lầm.

Sự độc lập của doanh nhân khởi nghiệp đòi hỏi bạn tìm ra sự tự tin vào bản thân - nằm giữa sự tự mãn và sự thiếu hiểu biết. Khi chủ doanh nghiệp quá đề cao những giá trị tư duy của mình, anh ta đã tự thiết lập sẵn sự thất bại. Giống như những người lạc quan đến nỗi mù quáng - không thể đương đầu với những thử thách khắc nghiệt, một doanh nhân kiêu ngạo cũng



Hình 6.1

dễ dàng đánh mất năng lực nhìn nhận các nhân tố góp phần làm nên thành công của anh ta và dẫn đến kết cục tự phá hủy những thành quả đã tốn công gầy dựng.

Cha của Scott từng dạy anh một bài học tuyệt vời. Ông truyền lại cho Scott một phương châm sống cần tuân thủ trong kinh doanh, đó là “Không sợ hãi, không tự đắc”. Chúng tôi đã lấy câu này làm khẩu hiệu cho công ty và xem nó như một đường lối đúng đắn nên chúng tôi luôn cố hết sức để tìm ra sự tự tin, khi nó nằm giữa ranh giới nguy hiểm của sự thiếu hiểu biết và tự mãn. (Xem Hình 6.1)

TẬP ĐỨNG TRÊN CHÍNH ĐÔI CHÂN CỦA BẠN

Tinh thần độc lập của doanh nhân khởi nghiệp không phải là thứ dễ dàng có được. Bạn cần phải đấu tranh cho đến khi đạt được điều này. Nếu bạn cảm thấy quá khó khăn để có thể bỏ ngoài tai tất cả những lời bình luận, ý kiến đã theo bạn từ khi bạn mới sinh ra, bạn hãy bắt đầu với những điều nhỏ nhất trước. Nhưng trong quá trình thực hành, có một vài điều bạn cần phải ghi nhớ.

Thay đổi niềm tin cũng tốt thôi

Bạn có vài trải nghiệm thú vị khi lần đầu khởi nghiệp. Bạn hiểu rõ bản thân, thế giới kinh doanh và con người nhiều hơn.

Bạn trải qua sự huấn luyện đầy gian nan khi phải gánh chịu sự vất vả và cả những thiệt hại. Bạn đã học được rất nhiều thứ, và chúng sẽ tác động đến lối suy nghĩ của bạn.

Được thôi. Phát triển là điều tự nhiên đối với mọi người. Nếu như, sau một vài năm vật lộn, giá trị của bạn và những mối quan hệ xung quanh bạn có thay đổi một chút, hãy tiếp nhận nó. Đừng quyết định dựa trên những gì bạn “đã từng làm”. Hãy đưa ra lựa chọn tốt nhất cho ngày hôm nay, dẫu rằng nó có đi ngược lại niềm tin trước đây của bạn.

Clate cùng bạn theo dõi giải đấu bóng rổ nhà nghề trên TV. Nhưng mỗi khi đến phần phỏng vấn các vận động viên, thì bạn Clate đều trở nên cáu kỉnh. Thế nào anh ta cũng sẽ hỏi Clate: “Cậu không bức khi nghe mấy vận động viên này cứ liên tục cảm ơn Chúa vì chiến thắng của họ sao?”

Ban đầu, Clate hoàn toàn đồng ý, nhưng thời gian qua đi và quan điểm của Clate đã thay đổi, anh nghĩ rằng anh hiểu được vì sao các vận động viên lại nói như vậy. Lần kế tiếp bạn của Clate cũng hỏi anh như mọi lần, Clate đã đáp lại, “Cậu biết không, chuyện ấy không còn khiến mình cảm thấy phiền toái nữa”.

Lúc đó Clate đã khiến bạn mình cảm thấy vô cùng ngạc nhiên và thậm chí bị thất vọng bởi câu trả lời của anh. Trước đây Clate đồng tình với bạn, vì bản tính của anh thích chỉ trích người khác. Những năm tháng khởi nghiệp đã giúp anh hiểu suy nghĩ phía sau phát biểu của những vận động viên khi xưa. Anh đã loại bỏ tính cách hay phê bình và nhạo báng người khác.

Đừng trốn chạy khỏi những quan điểm mới hình thành trong bạn. Chấp nhận chúng như một cơ hội giúp việc kinh doanh của bạn được phát triển tốt và hiệu quả hơn, bằng những phương thức sáng suốt hơn.

Cảnh báo: Nếu bạn vẫn chưa làm được, hãy dành thời gian xác định xem đâu là những niềm tin và giá trị bạn tin tưởng và

đâu là những điều còn phải cải thiện. Áp dụng tương tự cho các mối quan hệ của bạn. Trong quá trình phát triển để trở thành một doanh nhân, nhiều thứ sẽ thay đổi. Nếu bạn không bỏ thời gian để quyết định giá trị, niềm tin và mối quan hệ nào là “bất khả xâm phạm”, thì có khả năng bạn sẽ đánh mất bản thân cũng như những điều quan trọng nhất với mình. Và khi bạn để chuyện ấy xảy ra, không có sự thành công nào có thể bù lại được cho bạn đâu.

Bạn không thể tránh né xung đột

Đừng bao giờ cố ý làm tổn thương bất kỳ ai, và cứ việc thoải mái một chút khi bạn luyện tập đứng trên đôi chân của chính mình. Nhưng vẫn phải ghi nhớ: Bạn không thể làm đẹp lòng tất cả mọi người ngay cả khi bạn rất muốn như vậy, và rồi sẽ có lúc xung đột nảy sinh. Đó chỉ là một điều tất yếu của việc là một doanh nhân, và điều đó hoàn toàn không nên là rào cản cho việc bạn sử dụng quyền và trách nhiệm của mình để điều hành kinh doanh. Khi làm việc với người khác, hãy tử tế, nhưng phải kiên định.

Đây là một ví dụ: Em vợ bạn tìm được một tòa nhà mới để bạn có thể đặt văn phòng của mình tại đó. Bạn không thích khu vực này cho lắm, thay vì tranh cãi với cậu em vợ về địa thế nơi ấy, bạn chỉ cần nói nhẹ nhàng thế này, “Em thật tốt bụng vì đã tìm nhà giúp anh. Nhưng thật sự anh đang nhắm đến một khu vực khác”.

Anh ta sẽ đưa ra vài ý kiến. Anh ta sẽ cố thuyết phục bạn thay đổi suy nghĩ. Thì đó là lúc bạn nên nói “Không đâu, cảm ơn em. Anh vẫn sẽ tiếp tục tìm kiếm.”

Câu chuyện chấm dứt tại đây. Không tranh luận, không bàn cãi. Bạn đứng trên lập trường của bạn và cho phép người khác có những quan điểm trái ngược mình nhưng bạn vẫn phải luôn giữ quyền kiểm soát mọi quyết định. Có thể em vợ bạn sẽ cảm thấy thất vọng, thì đó là chuyện của anh ta, bạn đừng bận tâm.

Có lẽ bạn cần cắt đứt sự lệ thuộc tình cảm

Trong suốt khoảng thời gian chúng ta lớn lên và trưởng thành, có một số nhân vật mà ta luôn tìm đến để lắng nghe lời khuyên và nhận định của họ. Lúc còn nhỏ, cha mẹ bạn giữ vai trò đó. Khi ở tuổi thiếu niên, có thể là bạn bè. Khi trở thành doanh nhân, có thể là người cố vấn, đối tác hay nhân viên của bạn. Tất cả chúng ta đều có xu hướng tạo dựng cho mình một chỗ nương tựa, đó chính là những người sẽ dùng lời khuyên và sự hỗ trợ cho mọi vấn đề của bạn, từ công việc đến gia đình và cả những mối quan hệ riêng tư.

Nếu bạn vẫn muốn tiếp tục tìm kiếm sự ủng hộ ấy ở các khía cạnh khác trong cuộc sống của bạn, tốt thôi. Nhưng nếu bạn muốn đem vào công việc, trước hết hãy tập làm quen và thoải mái với những bất đồng quan điểm sẽ xảy ra. Khi bạn cần hiện thực hóa các suy tính của bạn trong khi “chỗ dựa” lại không tán thành, thì bạn phải lấy đủ dũng khí để tự đưa ra quyết định cho mình và kiên định với nó.

LỢI ÍCH CỦA SỰ ĐỘC LẬP

Độc lập không có nghĩa là bạn sẽ không mắc sai lầm. Nó cũng không có nghĩa là mọi quyết định của bạn đều là thượng sách. Vài lần thành công, và vài lần không. Nhưng bạn là người tài xế tự cầm lái chiếc xe của mình. Bạn phải tự chịu trách nhiệm cho những sai phạm của bản thân... và tất nhiên cho cả những thắng lợi nữa. Hãy tự tin chấp nhận sự thật rằng bạn luôn là người ra quyết định.

Khi bạn không còn chú ý đến những lời bàn ra tán vào xung quanh, bạn sẽ nhận ra bạn đang ở một vị thế tốt hơn để có thể chế ngự sự hỗn loạn và giải phóng bản thân. Sau đây là vài lợi ích bạn sẽ được hưởng.

KHẢ NĂNG TẬP TRUNG CAO ĐỘ

Lắng nghe lời khuyên và quan điểm từ người khác khiến bạn bị rối trí. Nó làm tâm trí bạn trở nên hỗn loạn. Quá nhiều ý kiến xoay vần trong đầu sẽ đẩy bạn đến cảm giác mơ hồ. Đôi lúc, điều tốt nhất bạn có thể làm cho doanh nghiệp của mình chính là hãy bám chặt vào suy nghĩ của mình - của chính bạn đó.

Scott từng có cơ hội được trợ giúp cho một trận đấu bóng chày của nhà thờ, nơi có những thiếu nữ chuẩn bị bước vào thi đấu. Hầu hết họ chưa từng chơi bóng chày, hay thậm chí còn chưa từng giữ cây gậy trong tay. Lần lượt từng người một tiến đến vạch gôn. Tất cả các thành viên trong đội đều hiểu nguyên tắc chỉ được đứng phía ngoài vạch gôn, ngoài ra thì đa số họ chẳng biết thêm được gì về cách chơi.

Phụ huynh ngồi trên khán đài cười khúc khích khi có một cầu thủ bước đến gôn nhà với cây gậy vất trên vai và đối mặt với người ném bóng. Bóng bay đến, cô gái trẻ đập bóng như thể đang đập cây búa vậy. Khởi nói gì thêm, cô đã có một cú đánh hỏng và trông cô nàng lúc ấy vô cùng ngờ ngạc.

“Quay về vạch biên ngang đi”, tiếng một vị phụ huynh hét lớn từ phía khán đài.

“Bỏ cây gậy xuống khỏi vai con đi”, lại thêm một giọng nói khác nữa.

“Tập trung mà nhìn vào quả bóng ấy”, lời bình luận thứ ba vang lên.

Cứ mỗi lần nghe thấy lời khuyên nào, cô gái cũng đều cố gắng làm theo. Nhưng mỗi tiếng nói lại là một sự chỉ dẫn khác nhau, khiến cô rất nhanh chóng rơi vào trạng thái bối rối và rồi cứ lần lượt đứng lên vạch gôn, hạ đầu gối, giơ cánh tay lên, quay lưng lại với người phát bóng.

“Không, không”, đám đông hò hét, và cô tiếp tục lặp lại chuỗi hành động ấy. Không lâu sau đó cô gái trở nên vô cùng

rối trí, cô bỏ cuộc và tiến về phía khu vực ghế ngồi dành cho các thành viên trong đội với vẻ mặt đầy thất vọng. Hiểu được sự bối rối của cô gái, Scott nói, “Quên hết những tiếng nói vang lên đi. Chỉ việc đứng lên và làm việc bạn cần làm thôi.”

Cô ấy trở lại gôn nhà và một lần nữa đối diện với người giao bóng bên đội bạn. Lần này, khi quả bóng tới, cô ấy ít nhất đã tự xoay xở để chạm được nó và sau đó chạy điên cuồng về phía vạch đích. Không, nỗ lực đánh bóng đầu tiên của cô đã không thể đạt điểm nào, nhưng dù sao cô ấy cũng đã đánh trúng bóng, và thật sự tham gia vào trận đấu. Nếu nghe theo những lời khuyên mâu thuẫn xung quanh, cô ấy có lẽ sẽ không làm được việc gì.

Phát triển kỹ năng lắng nghe bản thân sẽ giúp bạn luôn tập trung nhìn về đường đi của quả bóng và đánh bật nó ra khi nó bay đến trước mặt bạn. Lời khuyên mà bạn có thể nhận được cho dù có hay đến mức nào đi chăng nữa, chính bạn vẫn phải tìm ra giải pháp cho mình.

Điều này không có nghĩa là bạn không được tìm kiếm sự hỗ trợ từ mọi người. Bạn có thể tiếp tục học hỏi từ những cá nhân đủ năng lực giúp được bạn. Cứ thoải mái dành chỗ cho vài ý tưởng khác lạ trong tâm trí, nhưng khi đến lúc phải hành động, hãy đẩy tất cả qua một bên và tập trung làm theo tiếng lòng của bạn thôi.

BẠN CÓ THỂ HÀNH ĐỘNG THEO TRỰC GIÁC

Một lợi ích khác khi đạt được sự tự chủ đó là khả năng hành động theo trực giác. Nếu không thể tập trung vì quá nhiều ý kiến đang ảnh hưởng đến bạn, thì chắc chắn bạn cũng không dành chỗ cho tiềm thức của mình. Khi đó, bạn sẽ hoàn toàn đánh mất năng lực hành động trước khi suy nghĩ của mình.

Nghe có vẻ ngớ ngẩn nhỉ? Tại sao bạn lại phải hành động

một cách vô thức mà không cần suy nghĩ? Chẳng phải như thế chúng ta sẽ dễ dàng gặp rắc rối hay sao? Có và Không. Nếu như bạn lúc nào cũng làm như vậy thì rõ ràng không ổn. Nhưng đôi khi trong lúc đầu sôi lửa bỏng, bạn cần phải hành động thật nhanh, tin vào trực giác của mình, không cần đến những đánh giá chi tiết, logic cho tất cả các bước đi nhỏ.

Có thể bạn sẽ không tán thành ý kiến này của chúng tôi, nhưng chúng tôi có niềm tin mãnh liệt vào việc hành động dựa vào trực giác. Bởi chính vì nhờ trực giác ấy mà chúng tôi mới quyết định thành lập công ty Infusionsoft. Cũng chính nhờ trực giác mà chúng ta mới biết rằng muốn kết hôn với người bạn đời hôm nay của mình. Nhờ trực giác, chúng ta đã đưa ra hàng nghìn quyết định trong cuộc sống cũng như kinh doanh, những quyết định này mang đến những bước tiến lớn, nhưng tại thời điểm chúng ta đưa ra những quyết định này, chúng có vẻ không được logic và hợp lý lắm.

Bạn có thể gọi hiện tượng này là năng lực trực giác. Một số người quan niệm nó là phần tâm linh bên trong bạn. Bạn gọi tên nó thế nào cũng được, miễn là bạn phải nuôi dưỡng nó. Và một trong những cách tốt nhất để nuôi dưỡng loại năng lực này chính là hãy bỏ ngoài tai những lời bình luận và ý kiến của người khác. Bạn sẽ nhận ra bản thân ngày càng say mê hơn với công việc của mình. Bạn sẽ cảm thấy hứng khởi và sẵn lòng chấp nhận mạo hiểm lần nữa. Và khi biết chấp nhận rủi ro, thì bạn đang hành động như một doanh nhân thực thụ rồi đấy.

Các doanh nhân thành công là bởi họ nhìn thấy những điều mà người khác không thấy được. Họ hướng về tương lai và suy nghĩ xem tương lai có thể trông như thế nào - chứ không phải tương lai là gì. Nhưng sự hỗn loạn luôn có cách rất thông minh để lấy đi khả năng ấy của chúng ta. Sự hỗn loạn sẽ biến chúng ta thành những nhà quản lý. Nó biến việc chúng ta sống với những ước mơ thành một hiện thực khó nhằn, bao gồm rất nhiều việc phải hoàn thành.

Vậy nên đừng bao giờ xem nhẹ năng lực tiềm thức. Vì trong khi bạn phân loại từng chi tiết trên bảng lương và biên bản kiểm kê, thì tiềm thức của bạn đang làm việc để nuôi dưỡng những giấc mơ, hoài bão và khát vọng của bạn. Nếu bạn mệt mỏi vì phải đương đầu với hiện tại đến mức không thể để suy nghĩ của mình vượt qua sự hỗn loạn, bạn sẽ sớm bị mất phương hướng.

BẠN CÓ THỂ BẮT ĐẦU TƯ DUY SÁNG TẠO

Sáng tạo chính là một lợi ích khác của sự độc lập. Tâm thức chúng ta luôn trong trạng thái làm việc. Nó không bao giờ ngừng nghỉ. Khi tâm trí thông suốt, những ý tưởng mới mẻ sẽ tự động nảy nở trong đầu mà chúng ta chẳng thể nhớ nổi đã từng nghĩ đến nó trước đây hay chưa. Các ý tưởng ngẫu nhiên và dựa trên trực giác khởi nguồn từ chính tư duy tiềm thức của bạn, và nhìn chung thì chúng là kết quả của niềm đam mê, trải nghiệm và niềm tin lớn mạnh nhất trong bạn.

Cứ mỗi lần phải đương đầu với một thử thách nào đó, bạn lại có cơ hội để đẩy năng lực sáng tạo của mình tiến xa hơn một chút. Khi cần đưa ra quyết định, hay giải quyết một vấn đề, thì đó chính là khoảnh khắc sản sinh sự sáng tạo. Và đây chính là kiểu tư duy hiệu quả có thể giúp bạn lật ngược tình thế. Khi bạn suy nghĩ về những thách thức, trước khi tìm kiếm lời khuyên và ý kiến bên ngoài, nghĩa là bạn đang tự phát triển kỹ năng sáng tạo của mình rồi đó.

Nếu tâm trí bạn bị lấp đầy bởi ý kiến từ những người xung quanh, bạn sẽ không bao giờ tìm được lối đi sáng tạo cho mình. Chạy đến tìm sự trợ giúp của người khác, trước khi tự cho bản thân một cơ hội công bằng, chính là nỗi bất công lớn đối với công việc của mình. Rất có thể bạn đã có sẵn câu trả lời trong bạn rồi đấy, nó chỉ đợi bạn tìm ra thôi. Nếu không tự

tin tìm ra giải pháp cho mình trước khi hỏi ý kiến người khác, biết đâu bạn sẽ bỏ lỡ cơ hội trở thành thiên tài sáng tạo.

BẠN CÓ THỂ CÙNG CỐ KHẢ NĂNG LÃNH ĐẠO

Lợi ích cuối cùng của sự độc lập chính là cơ hội để bạn phát triển những điểm mạnh trong năng lực lãnh đạo. Mỗi chiếc thuyền chỉ có một thuyền trưởng. Mỗi xe trượt tuyết chỉ có một chú chó đầu đàn. Mỗi đội tuyển thể thao chỉ cần một Huấn Luyện Viên trưởng. Nếu bạn muốn chiến thắng, bạn cần ghi nhớ:

- Làm việc với nhân viên như một đội nhóm
- Lắng nghe ý kiến của các thành viên trong nhóm
- Là một nhà lãnh đạo thực thụ

Một lãnh đạo thực thụ luôn có những tư duy rõ ràng và cũng phải biết độc lập tư duy. Nếu bạn cần một người tư duy hộ, thì bạn đã không thể thành lập doanh nghiệp của riêng mình rồi. Nhưng bạn đã làm được. Bạn vượt qua mọi nhận định từ khắp mọi nơi để đạt được vị trí như hiện tại. Doanh nghiệp của bạn cần bạn. Nhân viên cần bạn. Khách hàng cần bạn. Bạn là trụ cột công ty và bạn phải đứng vững, nắm quyền tự chủ để hoàn thành vai trò ấy. Có một câu nói rất ý nghĩa trích từ bài diễn văn của ngài Theodore Roosevelt vào ngày 23 tháng 4 năm 1910 như sau:

“Bạn không cần quan tâm đến những kẻ đi phê phán. Bạn cũng không cần quan tâm đến những kẻ chỉ ra một người đàn ông mạnh mẽ đã vấp ngã như thế nào, hay người thực thi đã có thể làm tốt hơn như thế nào. Phần thưởng thuộc về người thực sự tham gia trận đấu, người với gương mặt lem luốc mồ hôi, máu me và bụi đất, người

chiến đấu bằng tất cả lòng can đảm, người liên tục mắc lầm lỗi và khiếm khuyết, người mang trong mình một bầu nhiệt huyết nóng bỏng, cống hiến toàn tâm toàn ý, và dùng cả cuộc đời mình để phục vụ cho chính nghĩa. Người đó, khi chinh phục được đỉnh cao, sẽ hiểu được thế nào là vinh quang của thành tựu cao cả, và, nếu thất bại, cũng là thất bại với lòng can đảm lớn lao. Người ấy, sẽ không bao giờ có chỗ cho những linh hồn lạnh lẽo và nhu nhược chưa bao giờ biết đến chiến thắng cũng như chiến bại.” (Hiệp hội Theodore Roosevelt)

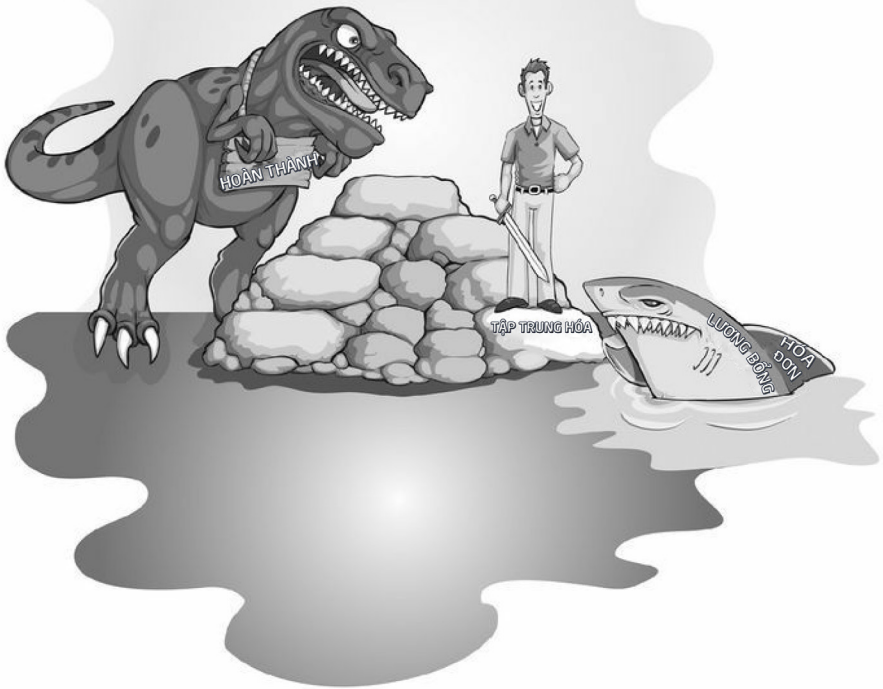
Lý do thích hợp nhất mà chúng tôi đặt tên “Tinh thần độc lập của doanh nhân khởi nghiệp” cho chương này là bởi vì bạn nhất định phải tuyên bố sự độc lập cho bản thân và kinh doanh của mình. Bạn phải nhìn thẳng vào thế giới xung quanh và nói rằng “Tôi biết rõ tôi đang làm gì. Tôi có thể làm được”. Hãy thật sự tuyên bố sự độc lập của bạn. Những người thành công - và thành công vang dội nhất - chính là những người tìm kiếm thắng lợi từ trong chính bản thân họ. Hãy tập trung vào điều mình đang làm và tin tưởng rằng một ngày nào đó bạn sẽ dành được chiến thắng. Cứ để mặc kệ mọi người nghĩ về bạn như thế nào. Bạn là một doanh nhân, bạn sinh ra để thành công!

Phần III

CHIẾN LƯỢC HỆ THỐNG: KIỂM SOÁT TỐC ĐỘ

7

TẬP TRUNG HÓA



“Thông tin là nguồn kiến thức phong phú cho bạn học hỏi. Nhưng nếu như không được tổ chức, xử lý cũng như được mang đến cho đúng người, dùng cách, phù hợp cho quá trình ra quyết định, thì thông tin sẽ trở thành gánh nặng chứ không phải lợi ích.”

—William Pollard

Việc chuyển từ Chiến Lược Tư Duy sang Chiến Lược Hệ Thống có vẻ như là rất quả quyết. Trong ba chương đầu, chúng ta tập trung vào những khái niệm. Chúng tôi đã chỉ bạn cách vượt qua sự hỗn loạn trong tư duy để bạn có thể tự giải quyết vấn đề tốt hơn.

Chiến Lược Tư Duy sẽ giúp bạn phát triển một kế hoạch khá vững chắc thành công của mình. Mỗi buổi sáng, thay vì thức dậy và lao ngay vào công việc, bạn sẽ biết cách tính toán và cân nhắc kế hoạch hành động hơn. Nhờ vậy, bạn luôn cảm thấy tự tin và điềm tĩnh. Chỉ riêng điều này thôi còn đáng giá hơn vàng. Chỉ khi kiểm soát được sự hỗn loạn trong tư duy, bạn mới chinh phục được sự hỗn loạn trong kinh doanh.

Tuy nhiên, bạn biết đấy, nếu chỉ dựa vào Chiến Lược Tư Duy thì vẫn chưa đủ để chinh phục sự hỗn loạn đâu. Nên ngay bây giờ đây chúng tôi sẽ giới thiệu đến bạn những Chiến Lược Hệ Thống.

Chiến Lược Hệ Thống hoàn toàn khác với Chiến Lược Tư Duy, vì bạn phải ứng dụng vào hoạt động kinh doanh thực tiễn của mình. Nó bao gồm 3 hành động cụ thể mà bạn cần ứng dụng vào kinh doanh nếu muốn đạt được sự tự do. Hiện tại bạn đã hiểu được tầm quan trọng của Chiến Lược Tư Duy, chúng ta hãy cùng đến với thành phần đầu tiên trong Chiến Lược Hệ Thống: tập trung hóa.

SỰ CẦN THIẾT CỦA TẬP TRUNG HÓA

Là một doanh nhân, cuộc sống của bạn trở nên đặc biệt phức tạp. Bên cạnh việc cố gắng hoàn thành mọi trách nhiệm trong đời sống cá nhân của chính mình, bạn còn luôn phải cố gắng (trong nhiều trường hợp là một mình) để vận hành một doanh nghiệp. Các tập đoàn có hàng trăm, thậm chí hàng nghìn người để thực hiện những công việc mà bạn đang cố gắng hoàn thành một mình. Bạn là chủ, là người bán hàng, nhóm marketing, kỹ thuật viên, chuyên viên chăm sóc khách hàng và là nhân viên tạp vụ. Thật sự rất nhiều trách nhiệm, và trừ phi bạn có năng lực tổ chức siêu đẳng, bạn sẽ thấy thông tin, báo cáo, ghi chú và báo cáo tài chính nằm vương vãi khắp nơi.

Trong trường hợp này, bạn buộc phải tập trung mọi thông tin vào một cơ sở dữ liệu duy nhất. Đã đến lúc tích hợp mọi thứ bạn đang làm vào một hệ thống có thể sử dụng để làm việc được. Điều này là cần thiết cho bạn, bởi nếu bạn không thực hiện nó, bất kể bạn có là một doanh nhân giỏi chừng nào, sự hỗn loạn sẽ chiến thắng.

Nếu bạn đã đọc phần Mở đầu, bạn biết phần cơ bản của câu chuyện “Tôi đau quá”. Nhiều năm trước, khi chúng tôi còn là một công ty phần mềm tùy chỉnh, chúng tôi nhận được một cuộc gọi từ một người đàn ông đang rối bời với doanh nghiệp của anh ta. Sau khi nói chuyện với Clate gần nửa tiếng, ông ta, Reed Hoisington, đã trả tiền cho chúng tôi để xây dựng một hệ thống giúp quản lý dữ liệu khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng của ông ta.

Đó là điều mà Reed đã luôn tìm kiếm trong tuyệt vọng. Ông đã không chỉ đơn giản thức dậy vào một ngày nọ và nghĩ, “Có lẽ mình nên nâng cấp những hệ thống mà mình đang sử dụng cho công ty.” Không, Reed đã phải khổ tâm vì một “ngọn lửa” đã bùng lên trong doanh nghiệp của mình và lấy đi thời gian, tiền bạc và lòng tin của những khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng của ông.

Là một doanh nhân giỏi, Reed đã, đang làm rất tốt việc xây dựng danh sách khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng. Một ngày nọ, ông quyết định chạy một chương trình khuyến mãi 50% nhắm đến các khách hàng tiềm năng với hy vọng có thể chiếm được lòng tin của họ. Vì vậy, ông đã gửi email đến cho tất cả các danh sách liên hệ mình có.

Nhưng mà, điều không may đã xảy ra bởi danh sách khách hàng của Reed không hề được tập trung trong một cơ sở dữ liệu, nên cuối cùng thì Reed đã gửi thông tin khuyến mãi cho cả khách hàng hiện tại cũng như khách hàng tiềm năng của mình.

Ngay lập tức, các khách hàng mới mua hàng gần đây gọi điện cho Reed, yêu cầu ông phải hoàn trả một nửa số tiền của họ. Dù sao thì, họ đã phải trả đúng giá cho những món hàng đã được giảm giá.

Là một người chủ doanh nghiệp, bạn hiểu rõ điều đó gây tổn thất như thế nào đến doanh nghiệp của Reed. Đương nhiên, đó là một sai lầm thật sự, nhưng hãy thử giải thích điều đó với những khách hàng giận dữ đang cảm thấy bị lừa dối. Không một doanh nghiệp nào có thể trả giá cho những sai lầm như vậy.

Chắc hẳn bạn cũng đồng cảm với câu chuyện của Reed. Nhưng bạn không nhất thiết phải trải nghiệm một tình huống tệ hại như vậy để hiểu sự thiếu tập trung sẽ ảnh hưởng tiêu cực thế nào đến việc kinh doanh của mình. Khi không có một nền tảng vững chắc cho doanh nghiệp của mình, hay thiếu đi một nền tảng được tập trung hóa, bạn sẽ luôn bị đặt trong tình thế ngồi trên đồng lửa, đánh mất nhiều thông tin cốt yếu và luôn đoán mò (thay vì ra những quyết định hợp lý) những việc bạn nên làm tiếp theo trong kinh doanh của chính mình.

Hãy xem bạn có quen thuộc với những tình huống như thế này không:

Khi nói chuyện điện thoại với một khách hàng tiềm năng, bạn ghi lại những điểm quan trọng vào sổ ghi chép. Mười lăm phút sau, bạn đến cuộc hẹn ăn trưa với khách hàng, và toàn bộ ghi chú vẫn ở đó. Có thể bạn sẽ làm gì đó để xử lý thông tin đó, hoặc là không làm gì.

Một ngày khác, bạn tham gia một hội nghị. Chỉ trong vòng một buổi chiều, bạn phải trao đổi danh thiếp với một tá người. Đương nhiên, khi trở lại văn phòng, bạn sẽ có việc để làm. Và những tấm danh thiếp sẽ tạm thời bị cho vào ngăn kéo.

Sau một thời gian, việc dựa vào sổ ghi chép, giấy dán ghi chú, danh thiếp và tin nhắn của bạn sẽ không còn ổn nữa. Có quá nhiều thứ phải ghi nhớ, quá nhiều dữ liệu để xem mỗi khi bạn cần lấy ra một thông tin gì đó. Đó là khi các doanh nhân khởi nghiệp chuyển từ một dạng hỗn loạn này sang một dạng hỗn loạn khác, bằng việc mua những “giải pháp”.

SỰ HỖN LOẠN DO SỬ DỤNG NHIỀU HỆ THỐNG

Mọi người đều biết nếu không tập trung hóa thì sẽ gặp rắc rối. Họ biết rằng, không thể chỉ dựa vào một vài thiết bị điện tử hay sổ ghi chép để ghi lại toàn bộ thông tin doanh nghiệp. Công nghệ đã mang đến cho chúng ta những phương pháp nhanh hơn và tốt hơn để quản lý tất cả những thông tin đó. Nhưng khi một doanh nghiệp tăng trưởng, các chủ doanh nghiệp nhỏ sẽ ngày càng ứng dụng nhiều “giải pháp”.

Sự hỗn loạn của các hệ thống khởi đầu một cách chậm rãi. Khi mà các chủ doanh nghiệp càng có thêm khách hàng, họ bắt đầu nhận ra rằng việc lưu trữ những tấm danh thiếp không còn hiệu quả. Họ biết mình không thể theo dõi thông tin của tất cả mọi người, vì vậy họ mua một hệ thống quản lý thông tin khách hàng. Giờ thì, họ có thể lưu thông tin của mọi khách hàng cũ và mới vào cùng một chỗ. Sự hỗn loạn được tạm gác lại.

Một vài tuần trôi qua, chủ doanh nghiệp lại nhận ra họ muốn dùng email để chăm sóc khách hàng. Vì thế, họ chi 50 hay 100 đô la một tháng để trả cho một hệ thống email marketing.

Đương nhiên, rồi một lúc nào đó, các chủ doanh nghiệp sẽ sử dụng thêm QuickBooks để tăng tốc cho quy trình kế toán. Nhưng rồi, khi nhận ra một thị trường trực tuyến rộng lớn, họ lại muốn bán sản phẩm/dịch vụ của mình online. Vì vậy, họ lại đầu tư để tích hợp thêm giỏ hàng online vào trong danh sách các “giải pháp” của họ.

Trước khi kịp nhận ra, họ đã vướng vào sự hỗn loạn còn nguy hiểm hơn. Bởi vì việc quản lý các hệ thống này đòi hỏi tiền, thời gian, công sức, mà lẽ ra được dùng để phát triển kinh doanh của họ (đúng vậy, và bạn tự hỏi vì sao thỉnh thoảng bạn cảm thấy mình phát điên lên?). Bản thân chúng đều là các ứng dụng phần mềm tốt. Nhưng cố gắng quản lý tất cả các hệ thống này cùng một lúc sẽ là thảm họa.

Scott có một người bạn tốt bị ám ảnh bởi băng keo. Nếu một thứ gì đó bị vỡ, méo, lỏng lẻo, hay không được cố định, băng keo sẽ được dùng đến. Nhà của anh ta có đầy những chiếc ghế với chân quấn băng keo, ổ cắm điện vỡ được dán lại bởi băng keo, điều khiển từ xa với pin được dán phủ lên bằng băng keo vì cái nắp đã mất, và một chiếc xe đạp với yên xe được dán lại một cách cầu thả, cũng bằng băng keo.

Có vẻ không thực tế, đúng không? Nhưng doanh nhân khởi nghiệp trên khắp thế giới đã, đang lúi băng keo ra và cố gắng làm cho nhiều hệ thống của họ vận hành tốt. Đương nhiên, tất cả những gì họ sẽ nhận được từ nỗ lực của mình là một sự hỗn loạn mới.

Phần lớn những chủ doanh nghiệp nhỏ mà chúng tôi đã tiếp xúc đều gặp khó khăn vì họ đã có:

- ACT! hay một công cụ tương tự để quản lý dữ liệu khách hàng

- Outlook cho email của họ
- QuickBooks cho việc kế toán
- Spreadsheets để kết nối mọi thứ lại với nhau
- Giấy ghi chú Post-it với các thông tin liên lạc
- Các tủ đầy với thư từ, hóa đơn, chứng nhận, than phiền của khách hàng, và hơn thế nữa
 - Lịch trên tường và ứng dụng quản lý lịch làm việc trên máy tính, và có lẽ là
 - Một ứng dụng bán hàng online để quản trị hoạt động thương mại điện tử

Mọi thứ này đều đang góp phần tạo nên sự hỗn loạn trong các doanh nghiệp nhỏ, vì chúng đều giải quyết những bài toán riêng lẻ, chứ không phải bài toán tổng thể. Nhưng khi sử dụng những giải pháp riêng lẻ, thứ duy nhất bạn có thể làm được, đó là xây dựng được một nền móng bằng cát (nghĩa là, phân tán) cho doanh nghiệp của mình.

SỰ KHÓ KHĂN CỦA NHỮNG HỆ THỐNG RỜI RẠC

Ba mươi năm trước, phần mềm thậm chí không phải là một lựa chọn cho doanh nghiệp nhỏ. Khi PC còn đắt và hiếm, chi phí cho chúng nhiều hơn những lợi ích mà chúng đem lại. Bây giờ thì, nếu bạn không có PC, bạn sẽ không thể hoàn thành những công việc hàng ngày. Khi PC trở nên phổ biến, các chương trình phần mềm xuất hiện.

Tất nhiên, với mỗi xu hướng hay cải tiến, một nhu cầu mới được thoả mãn. Vì vậy mới có những “giải pháp” dành cho doanh nghiệp nhỏ mà chúng ta đã đề cập đến. Nhưng chỉ vì một điều gì đó tồn tại, không có nghĩa là nó đáng để chúng ta đầu tư thời gian và tiền bạc. Bởi vì, giống như mọi thứ khác, các “giải pháp” này đều rất dễ mua. Quá dễ dàng, đến mức

trên thực tế, các chủ doanh nghiệp, dù đang bận rộn thế nào, đều có thể mua được trực tuyến và ngay lập tức sử dụng được niềm hy vọng mới.

Hơn nữa, hầu hết các hệ thống này đều tương đối rẻ. Khi mà khoản chi của bạn chỉ vào khoảng \$50 đến \$100 một tháng, rất dễ để hợp lý hóa chi phí này, ngay cả khi tất cả những gì bạn muốn là thử xem nó thế nào. Nhưng chắc hẳn bạn cũng biết thực tế ra sao. Bạn sẽ trở nên bận rộn. Rồi ngay cả khi hệ thống mà bạn đã mua không thể đáp ứng hết yêu cầu, bạn buộc phải duy trì nó để bạn có thể tiếp tục vận hành công việc kinh doanh của mình mà không bị gián đoạn. Kết quả là, bạn vừa phải vật lộn với sự hỗn loạn đang được hình thành này, cùng tất cả những việc khác mà bạn còn cần làm trong hoạt động kinh doanh của mình.

Giờ thì, bỏ qua tất cả những điều vừa nói, chúng tôi cần phải khẳng định lại rằng các ứng dụng này đều không được tạo ra để tạo nên sự hỗn loạn. Chúng vận hành tốt, và hiệu quả. Nhưng không phải dành cho các chủ doanh nghiệp nhỏ, những người mà cuối cùng chỉ muốn tìm sự tự do cho chính mình. Lý do là:

- Chúng không được tạo ra để chia sẻ
- Chúng ngăn cản bạn thực hiện những gì bạn nên làm
- Giao tiếp trở nên vô cảm
- Lỗi xảy ra
- Bạn trở thành trung tâm đầu não trong doanh nghiệp của chính mình

CHÚNG KHÔNG ĐƯỢC XÂY DỰNG ĐỂ CHIA SẺ

Với những kiến thức đúng, bạn có thể làm mọi thứ bạn muốn. Tuy nhiên, thiếu kiến thức chính là vấn đề đầu tiên của việc sử dụng nhiều hệ thống. Chúng không được xây dựng để chia sẻ

thông tin với nhau. Thông tin dễ dàng được nhập vào, và bạn có thể lấy thông tin ra; nhưng bạn không thể chuyển thông tin từ hệ thống này sang hệ thống khác trừ khi làm mọi thứ bằng tay.

Nhưng ai có thời gian để nhập và xuất dữ liệu từ hệ thống này sang hệ thống khác mỗi khi họ cần?

Ngày nay, các chương trình này đã có thể được tích hợp với nhau, nếu bạn có kiến thức về lập trình. Nhưng bạn là chủ doanh nghiệp nhỏ. Bạn không phải một lập trình viên (IT). Trên thực tế, từ tích hợp cũng có thể đã đủ để khiến bạn hoảng sợ rồi (nếu là vậy, bạn có thể là bằng hữu tốt của Clate).

Vậy đâu là lựa chọn của bạn?

1. Bạn có thể thuê ai đó và trả tiền (rất nhiều) để họ tích hợp các hệ thống của bạn với nhau. Tuy nhiên, nếu có lỗi gì xảy ra, bạn sẽ phải đầu tư thêm tiền nữa để sửa chữa nó.

2. Bạn có thể học vài kỹ năng lập trình. Chúc may mắn trong việc tìm ra thời gian cho việc đó.

3. Bạn có thể xử lý được các hệ thống rời rạc.

Khi Infusionsoft quyết định giúp Reed cùng nỗi đau của ông ta, Reed đã và đang vật lộn với 18 hệ thống! Ông đã chi một khối tiền lớn để xây dựng cơ sở dữ liệu. Ông biết tầm quan trọng của những thông tin liên lạc mà ông có. Song, mặc cho nỗ lực tốt nhất của ông trong việc kiểm tra và kiểm tra chéo, lỗi vẫn xảy ra. Mọi công sức và tiền bạc mà ông đã đổ vào việc xây dựng danh sách này hầu như không có tác dụng vì các hệ thống không liên kết được với nhau.

Nếu toàn bộ dữ liệu của Reed được tập trung trong một chương trình, ông đã có thể biết chính xác ai đã mua sản phẩm của mình trong quá khứ. Ông đã có thể dễ dàng lấy (và kiểm tra) một danh sách chỉ có các khách hàng tiềm năng. Song thực tế thì, danh sách mà ông đã có là một danh sách được tổng hợp từ nhiều cơ sở dữ liệu không thể giao tiếp với nhau.

Bạn không thể chia nhỏ cơ sở dữ liệu của bạn bởi vì chúng buộc phải làm việc cùng với nhau. Tại sao phải có một hệ thống email marketing? Để bạn có thể gửi email, phải không? Nhưng bạn sẽ gửi cho ai? Cho những ai có mặt trong cơ sở dữ liệu của bạn, tất nhiên. Thế làm sao bạn biết rằng một người trong dữ liệu của bạn muốn nhận email? Bạn cần phải biết lịch sử giao tiếp với họ. Làm thế nào bạn biết nếu một người trong cơ sở dữ liệu của bạn đã phản hồi một email và mua hàng? Bằng cách nhìn vào lịch sử giao dịch với họ.

Nếu không có một cơ sở dữ liệu trung tâm lưu giữ tất cả các thông tin quan trọng của khách hàng, bạn mắc kẹt trong vai trò trung gian giữa nhiều hệ thống. Đó là sự hỗn loạn mà việc sử dụng nhiều hệ thống gây ra.

CHÚNG SẼ NGĂN BẠN LÀM ĐIỀU BẠN CẦN LÀM

Doanh nhân biết rằng họ cần cơ sở dữ liệu và họ biết họ cần giữ liên lạc với các khách hàng của họ. Họ biết rằng giao tiếp nhiều hơn một chút thời cũng giúp họ tăng doanh số. Nhưng sự hỗn loạn của các hệ thống rời rạc ngăn cản họ làm những việc ấy. Hãy nghĩ về việc lấy ra một danh sách các khách hàng tiềm năng từ một hệ thống quản lý khách hàng, nhập chúng vào hệ thống email marketing, rồi gửi email. Và đó chỉ mới là một việc “tương đối” dễ.

Chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn muốn chào mừng các khách hàng mới và cảm ơn họ vì đơn hàng gần đây? Bạn cần phải tìm ra các đơn hàng, so sánh với danh sách khách hàng để tìm ra những giao dịch mới, lập thành danh sách, nhập nó vào hệ thống email marketing, và gửi thư cảm ơn đi. Ai có thời gian để mà làm việc đó?

Cuối cùng thì, chủ doanh nghiệp sẽ đầu hàng sự phân tán dữ liệu. Nó rất phổ biến và tốn kém. Ý định đầu hàng bắt đầu khi một chủ doanh nghiệp muốn gửi thông tin khuyến mãi

cho khách hàng hiện tại hay khách hàng tiềm năng - sau nhiều ngày đặt công việc này vào danh sách cần làm, anh ta gạch nó khỏi danh sách vì tạo ra một danh sách email thật quá khó (vì thông tin liên hệ, thông tin đặt hàng, và thông tin khách hàng đã được rải ra ở ba hay nhiều hệ thống hơn). Một ý tưởng hay đã bị vứt đi, và doanh thu thì không tăng lên, tất cả chỉ vì sự hỗn loạn từ việc có nhiều hệ thống.

GIAO TIẾP VÔ CẢM

Nếu người chủ doanh nghiệp không đầu hàng bằng việc không hành động, anh ta sẽ đầu hàng bằng cách công phá cách tiếp cận chiến dịch marketing của mình. Nghĩa là thế nào? À, điều đó xảy ra khi chủ doanh nghiệp muốn gửi một thông điệp khuyến mãi đến một phân khúc khách hàng mục tiêu. Sau khi nỗ lực lọc ra một danh sách mục tiêu (và thất bại vì thông tin nằm rải rác ở mọi nơi), chủ doanh nghiệp cân nhắc đến việc hủy chiến dịch. Nhưng đây là một chiến dịch tuyệt vời. Vậy người chủ doanh nghiệp đầy tham vọng của chúng ta sẽ làm gì? Anh ta sẽ gửi cho tất cả mọi người thông tin chiến dịch, quấy rầy cả những người không muốn biết và hủy hoại mối quan hệ kinh doanh của anh ta với gần như mọi người trong danh sách gửi.

LỖI HỆ THỐNG

Trong vài trường hợp, bạn có thể trở nên tham vọng. Khi doanh số sụt giảm hay khi bạn ngủ dậy và cảm thấy đầy nhiệt huyết, bạn có thể quyết định kết nối lại với các khách hàng của mình hoặc gửi đi một chương trình khuyến mãi.

Nhưng chuyện gì sẽ xảy ra nếu chương trình chỉ dành cho những khách hàng đã thanh toán trong ba tháng gần đây, mua

sản phẩm X và sống ở California? Bạn có thể tìm ra họ không? Chắc chắn rồi. Nhưng nó sẽ mất chút thời gian và cần sự trợ giúp từ nhân viên hay kỹ thuật viên. Và bạn sẽ còn cần phải hy vọng rằng dữ liệu bạn sẽ dành hàng giờ để thu thập là chính xác.

Mỗi khi bạn bị buộc phải chạy một quy trình một cách thủ công (cũng chính là thứ bạn phải làm để liên kết với những hệ thống phi tập trung và không tương thích) thì sẽ có lỗi xảy ra. Đó không phải là do bạn không đủ năng lực hay không quan tâm đến chi tiết. Điều đó chỉ có nghĩa rằng bạn là con người. Bạn không thể luôn lúc nào cũng chính xác như máy móc được.

Ngoài ra, bạn luôn phải vội vã. Bạn có những khách hàng thiếu kiên nhẫn, và những nhà cung cấp không muốn chờ đợi bạn. Trong nỗ lực hoàn thành mọi việc, và muốn làm càng nhanh càng tốt, sẽ có những sai sót xảy ra. Tất nhiên, điều đó có nghĩa là bạn lại thêm việc vào danh sách việc cần làm, vốn đã quá tải của bạn, một việc nữa là: sửa lỗi.

BẠN TRỞ THÀNH TRUNG TÂM ĐẦU NÃO TRONG DOANH NGHIỆP CỦA CHÍNH MÌNH

Thiếu đi một bộ máy mạnh mẽ và tập trung hóa, não bộ của bạn sẽ trở thành cái cuộn băng keo kết nối mọi thứ lại với nhau. Cơ bản thì, chỉ có mình bạn biết các thông tin của bạn nằm ở đâu và làm thế nào để lấy những dữ liệu đúng khi cần thiết. Bạn biết danh sách nào đang được đặt trong file Excel, tìm liên hệ khách hàng ở đâu, và bạn dự định sẽ trao đổi với ai. Đây là một trạng thái tồi tệ. Chuyện gì sẽ xảy ra khi bạn quyết định mình cần có một kì nghỉ, hay khi bạn ốm? Mọi thứ sẽ đóng băng cho đến khi bạn trở lại để lọc các dữ liệu lần nữa.

Để xây dựng một nền móng vững chắc cho doanh nghiệp và bước một bước ra khỏi sự hỗn loạn, bạn cần phải trung tâm

hóa mọi hoạt động của mình.

GIÁ TRỊ CỦA NHỮNG HỆ THỐNG TỐT

Cần nhắc đến những vấn đề chúng tôi đã đề cập, bạn có thể nghĩ rằng chúng tôi không tin vào các giải pháp cho doanh nghiệp nhỏ một chút nào. Nhưng điều đó không đúng - chúng tôi tin. Trên thực tế, chúng tôi chuẩn bị nói với bạn rằng nếu bạn không có một hệ thống phần mềm thực sự để tập trung mọi dữ liệu kinh doanh của bạn, bạn cần phải tìm một cái ngay.

Lý do khiến chúng tôi tỏ ra gay gắt với phần lớn các giải pháp cho doanh nghiệp nhỏ là bởi chúng chỉ là giải pháp mang tính thời điểm. Chúng được tạo ra để giải quyết một, đôi khi là hai hay ba, bài toán mà các chủ doanh nghiệp nhỏ phải đối diện. Mỗi hệ thống được triển khai một cách độc lập để đáp ứng một bài toán hoặc trám một lỗ hổng, và chúng đã hoàn thành nhiệm vụ của mình - trong quá khứ.

Mười lăm năm trước, khi rất nhiều công cụ được sáng chế ra, không ai cần có một hệ thống email marketing hay một công cụ quản lý thương mại điện tử. Các doanh nghiệp lớn đã sở hữu những giải pháp quản lý tập trung đáng giá cả gia tài. Ngay cả các doanh nghiệp vừa cũng có giải pháp. Nhưng doanh nhân khởi nghiệp thì không phải là đối tượng sở hữu những công cụ này.

Tuy nhiên, điều đó ngày hôm nay không còn đúng. Giờ thì, có những hệ thống dành riêng cho các doanh nhân khởi nghiệp, cung cấp cho bạn mọi công cụ mà bạn cần để tập trung hóa các dữ liệu và quản lý sự hỗn loạn.

Hãy tìm cho bạn một hệ thống, và đưa nó vào sử dụng ngay! Một khi bạn đã có thể tập trung toàn bộ dữ liệu của mình, vượt qua khỏi sự hỗn loạn sẽ trở thành một việc vô cùng đơn giản, và bạn sẽ chạm được tới nhiều mức độ của tự do hơn.

Với một hệ thống tập trung, bạn sẽ tìm được:

1. Nhiều thời gian hơn
2. Ít căng thẳng hơn
3. Nâng cao sự tự tin

NHIỀU THỜI GIAN HƠN

Bạn còn nhớ những sự hỗn loạn và giận dữ mà bạn buộc phải gánh chịu? Bạn có biết, chúng xảy ra là kết quả từ những sai lầm của bạn? Chà, những cơn nóng giận và sự hỗn loạn thường là kết quả của việc các hệ thống không tương thích với nhau. Một khi doanh nghiệp của bạn đã được tập trung hóa, những sai lầm sẽ ngay lập tức giảm đi đáng kể, và tiết kiệm được cho bạn rất nhiều thời gian.

Nếu như bạn tập trung hóa việc kinh doanh của mình, bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy nó bắt đầu vận hành một cách trơn tru. Khi bạn biết phải tìm thứ gì ở đâu, bạn tiết kiệm được nhiều thời gian thay vì phải lung sục chúng. Khi bạn cần định vị dữ liệu (có thể là lúc bạn cần một danh sách các nhà cung cấp), bạn chỉ cần mở hệ thống ra. Nếu bạn quên mất cuộc đối thoại cuối cùng giữa bạn và một khách hàng tiềm năng, hãy tìm ở cơ sở dữ liệu của bạn. Một hệ thống tốt sẽ lưu trữ tất cả những thông tin này cho bạn.

ÍT CĂNG THẺNG HƠN

Lợi ích thứ hai của việc tập trung hóa là giảm thiểu mức độ căng thẳng của bạn. Khi bạn không phải dùng trí nhớ để gắn kết mọi việc lại với nhau, bạn sẽ trở nên bình thản hơn, ít lo lắng và ổn định hơn. Đây là một trong số những cách mà một Chiến Lược Hệ Thống (tập trung hóa) giúp gia tăng nhanh

chóng việc ứng dụng các Chiến Lược Tư Duy của bạn. Hãy nhớ: Tâm trí của bạn là một cơ sở dữ liệu rất tồi, và khi bạn sử dụng nó như kiểu một cơ sở dữ liệu, bạn sẽ trở nên căng thẳng và không thể tập trung vào sự tăng trưởng của doanh nghiệp của bạn.

Khi bạn sử dụng hiệu quả một hệ thống dữ liệu tập trung, bạn có thể xem danh sách thông tin của tất cả các khách hàng quan trọng trong cùng một nơi; nhờ vậy mà bạn có thể an tâm rằng không có thứ gì bị bỏ quên. Bạn có thể thấy bao nhiêu người đang thanh toán muộn, nhân viên của bạn đã trao đổi với họ điều gì, và họ đã mua sản phẩm nào. Một khi bạn thấy được mọi thứ ở ngay trước mắt, bạn không chỉ bớt căng thẳng đi, mà doanh nghiệp của bạn cũng thu được nhiều lợi nhuận hơn, vận hành hiệu quả hơn và đơn giản hơn.

NÂNG CAO SỰ TỰ TIN

Tự tin là sự thúc đẩy tuyệt vời của tất cả mọi người. Chúng ta đều làm việc tốt hơn đáng kể khi chúng ta tự tin. Điều này đúng với cả những vận động viên ở mọi cấp bậc. Điều này đúng với sinh viên trong mọi kỳ thi. Điều này đúng với các luật sư trong phòng xử án, các bác sĩ phẫu thuật trên bàn phẫu thuật và các chính trị gia trên chặng đường tranh cử. Điều này cũng đúng với những doanh nhân khởi nghiệp. Khi chúng ta tự tin, chúng ta thu hút sự thành công. Chúng ta giải quyết được vấn đề. Chúng ta dựng lên những ý tưởng khéo léo. Chúng ta đạt được trạng thái phong độ nhất. Là doanh nhân khởi nghiệp, chúng ta chiến thắng nhờ sự tự tin.

Tập trung hóa mang đến sự tự tin. Cùng với tập trung hóa, bạn sẽ tự tin nhấn vào nút gửi đi trên một lá thư điện tử bởi vì bạn biết rằng mình chọn đúng danh sách mục tiêu. Bạn có thể nói chuyện với khách hàng qua điện thoại, lấy ra được thông tin liên lạc của họ và biết chính xác những gì họ đã mua, thời

điểm mua hàng, bất cứ lời hứa nào mà bạn đã nói với họ, họ đã tiếp nhận như thế nào, những khó khăn mà họ gặp phải, những thông tin mà họ đã nhận được, và một loạt những thông tin quan trọng khác.

Tập trung hóa cho phép bạn làm việc ở một mức độ hiệu quả cao hơn. Bạn biết rằng mỗi ngày bạn bước vào văn phòng sẽ là ngày làm việc hiệu suất cao, bởi vì bạn không chạy vòng quanh để giải quyết những vấn đề ngày hôm trước. Và bạn cũng sẽ không bị bỏ lỡ những vấn đề quan trọng gặp phải trong quá trình làm việc.

QUY TRÌNH TẬP TRUNG HÓA

Có một khía cạnh trong chiến lược của tập trung hóa mà chúng ta cần lưu ý. Bạn thấy đấy, bạn không thể tập trung hóa đơn giản chỉ bằng cách tìm ra một cơ sở dữ liệu để thay thế cho tất cả những hệ thống rời rạc. Chiến lược này đòi hỏi sự cam kết lâu dài. Bạn phải tập trung hóa tất cả thông tin đầu vào, tất cả quy trình và những tương tác công việc của bạn.

Nhiều năm trước trong lúc Scott đang viết một số ứng dụng cho phần mềm của chúng tôi. Anh ấy tưởng rằng đã tạo một lệnh nhằm xóa đi chỉ một phần dữ liệu trong cơ sở dữ liệu. Thật không may, anh ta đã viết nhầm. Khi anh ta nhấn sai nút, toàn bộ cơ sở dữ liệu của chúng tôi đã bị xóa. Tất cả thông tin của chúng tôi bao gồm thông tin khách hàng, khách hàng tiềm năng, đơn đặt hàng và nhà cung cấp đều bị mất.

Công ty chúng tôi hoàn toàn bất ngờ. Chúng tôi đã tự hỏi làm thế nào để có thể khôi phục lại tất cả những thông tin. Chúng tôi cùng nhau tìm kiếm lại những ghi chép khắp mọi nơi, thực hiện những cuộc gọi đến những số điện thoại mà chúng tôi nhớ được, gửi thư điện tử đến những người khác và chúng tôi đã hoàn thành tốt việc kết nối những thông tin lại

với nhau.

Thật may mắn là việc này diễn ra lúc chúng tôi mới hoạt động không lâu. Chúng tôi không bị mất nhiều thông tin. Nếu nó diễn ra vào bốn năm sau đó, chúng tôi không tưởng tượng được sẽ khổ sở thế nào. Việc đó sẽ phá hủy công ty chúng tôi.

Nếu mô hình kinh doanh của bạn tạo nên doanh thu hàng tháng trong doanh nghiệp, bạn sẽ hiểu rất rõ điều chúng tôi vừa nói. Tuy nhiên, thật ngạc nhiên là khi chúng tôi chia sẻ câu chuyện này với những chủ doanh nghiệp mà doanh thu đến từ bán sản phẩm một lần, thì họ không có phản ứng gì. Họ không hiểu tại sao chúng tôi lại buồn như vậy. Một chủ doanh nghiệp thậm chí còn nói, “Ồ, bạn luôn có thể tìm được những khách hàng mới.”

Từ đó chúng tôi nhận ra rằng một phần rất lớn doanh nhân khởi nghiệp không hiểu được giá trị cơ sở dữ liệu của họ. Cái họ có không phải là dữ liệu khách hàng, mà là một mớ hỗn độn thông tin về khách hàng. Họ không nhận ra rằng giá trị doanh nghiệp của họ hoàn toàn dựa trên cơ sở dữ liệu về thông tin khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng trong tương lai.

Họ bán hàng và tiếp tục như thế. Khi danh sách những khách hàng tiềm năng nhất cạn kiệt, họ tìm kiếm những người mới, gọi điện hay gửi thư điện tử cho danh sách mới, tìm ra những khách hàng tiềm năng mới và bắt đầu lại lần nữa. Không có cơ sở dữ liệu. Và vì vậy, không có kinh doanh bền vững.

Đó là lý do chúng ta chưa hoàn tất được chương này. Bạn phải hiểu rất rõ rằng yếu tố duy nhất khiến kinh doanh của bạn phát triển, đó là sự ủng hộ từ khách hàng. Có nghĩa là yếu tố quan trọng nhất trong doanh nghiệp của bạn, điều quyết định thành công hay thất bại của bạn, là mối quan hệ giữa bạn với những khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng. Nếu không có họ, đơn giản là bạn không có công việc.

Đừng để sự hỗn loạn đến từ việc quản lý hành chính công việc kinh doanh của bạn làm bạn lơ là dữ liệu khách hàng. Nếu

bạn muốn xây dựng nền tảng vững chắc, cơ sở dữ liệu phải luôn được xem là ưu tiên số một của bạn.

Trong thời kỳ tốt đẹp (đã qua) của các doanh nhân khởi nghiệp, duy trì một cơ sở dữ liệu chi tiết là không cần thiết. Nhiều công ty tồn tại trong kinh doanh là do họ là những công ty duy nhất cung cấp loại hình sản phẩm và dịch vụ của họ.

Đối với bạn, doanh nhân khởi nghiệp ngày hôm nay, sự cạnh tranh trở nên rất khốc liệt. Bạn không chỉ cạnh tranh để chiếm lĩnh thị trường trong khu vực địa lý của bạn mà còn chiến đấu với những đối thủ từ khắp nơi trên thế giới, do có mạng lưới Internet. Dù điều đó có công bằng hay không, bạn vẫn đang trong môi trường đầy rẫy cạnh tranh. Tất cả những doanh nghiệp trên toàn thế giới đang thu hút sự chú ý từ khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại của bạn. Càng có nhiều đối thủ trên thị trường, cơ sở dữ liệu của bạn càng phải tốt hơn nữa.

Mặc dù sự cạnh tranh nghe có vẻ đáng sợ, bạn vẫn có ưu thế. Bạn hiểu được khái niệm của tập trung hóa. Khi bạn tập trung vào việc kinh doanh của mình và sử dụng hệ thống của bạn để xây dựng những mối quan hệ lâu dài với những khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng, bạn sẽ luôn có một danh sách những khách hàng tiềm năng nhất - những người sẵn sàng mua sản phẩm của bạn. Nhưng việc này sẽ đòi hỏi phải có quy trình đúng đắn.

XÁC ĐỊNH CÁCH THỨC THÔNG TIN ĐƯỢC THU VÀO

Do bị choáng ngợp bởi những hỗn loạn, một số doanh nghiệp có kế hoạch để lưu trữ thông tin liên hệ và thêm nó vào cơ sở dữ liệu của họ. Họ giao tiếp với những khách hàng tiềm năng qua điện thoại và lưu những thông tin quan trọng lên các miếng dán ghi chú hay tập giấy ghi chú. Họ tham dự những buổi hội nghị và gom các tấm danh thiếp của doanh nghiệp để đút vào các ngăn kéo. Bạn nhớ những điều này, phải không?

Vì không hiểu tầm quan trọng của dữ liệu tập trung, kết quả của những việc làm trên là thông tin bị phân tán, điều này dẫn đến sự hỗn loạn. Một khi bạn hiểu được giá trị của danh sách những khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại của mình, và bạn xác định sẽ tập trung hóa cơ sở dữ liệu của công ty, điều đầu tiên bạn cần phải xác định là tất cả nguồn bạn nhận thông tin:

- Các cuộc điện thoại
- Danh thiếp doanh nghiệp
- Thư điện tử
- Hội thảo
- Gửi fax
- Website
- Thẻ mua sắm
- Thư từ
- Phiếu khảo sát

Có một số nguồn có thể tự động hóa. Nếu bạn có hệ thống đúng đắn, bạn có thể lưu trữ ngay lập tức những khách hàng tiềm năng từ website của công ty. Việc bạn làm là thêm vào một form mẫu trên website để người truy cập có thể điền thông tin vào. Khi mà họ nhấn nút gửi thông tin, hệ thống của bạn sẽ tự động nhập những chi tiết đó vào cơ sở dữ liệu của bạn. Bạn không cần phải làm gì.

Nhưng thậm chí với sự tiến bộ của công nghệ, bạn vẫn phải thu thập những thông tin không thể được tải lên ngay lập tức. Bạn vẫn phải gặp trực tiếp những đối tác mới, lấy tên từ những tấm danh thiếp doanh nghiệp và trả lời những cuộc điện thoại. Nếu bạn thông minh thì bạn sẽ có ít nhất một tá cách để những khách hàng tiềm năng mới có thể đến với bạn.

Bây giờ là phần thách thức - xác định những điểm có thể thu thập thêm khách hàng tiềm năng. Bạn phải biết chính xác

làm thế nào mà những thông tin đó đến được với bạn. Ngay khi bạn đã xác định được nguồn thông tin, bạn có thể quyết định cách thức thông tin được nhập vào cơ sở dữ liệu của bạn.

XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ

Tại thời điểm này chúng tôi thường được hỏi “Thông tin này có thực sự cần thiết? Nó có phiền phức không nếu tôi không đưa thông tin liên lạc của người đó vào cơ sở dữ liệu? Nó sẽ gây tổn hại mức độ bao nhiêu đến doanh nghiệp nếu tôi bị mất thông tin liên lạc của khách hàng?”

Điều này bắt nguồn từ việc hiểu giá trị của danh sách. Nói thế này, giả sử rằng có một người lựa chọn không mua hàng của bạn từ hôm nay. Tỷ lệ mà họ sẽ mua hàng của bạn trong tương lai là bao nhiêu? Chúng tôi có thể nói với bạn ngay bây giờ, tỷ lệ này sẽ không bao nhiêu nếu bạn không bao giờ nói chuyện lại với người đó. Tuy nhiên, nếu bạn thu thập dữ liệu về họ và thỉnh thoảng liên lạc với họ thì đó lại là một câu chuyện hoàn toàn khác.

Tại Infusionsoft, khi nào một cá nhân chưa nói thẳng với chúng tôi rằng họ không bao giờ muốn bị liên lạc lần nào nữa, thì chúng tôi vẫn xem xét họ là một phần có giá trị trong cơ sở dữ liệu của mình. Mỗi khi có người nào đó đưa cho chúng tôi tấm danh thiếp, họ đang trao cho chúng tôi một phi vụ bán hàng tiềm năng. Thậm chí cả khi chúng tôi biết rõ là họ sẽ không mua hàng từ mình, chúng ta vẫn sẽ không bỏ qua họ. Thông tin của người đó sẽ được nhanh chóng thêm vào cơ sở dữ liệu tập trung của chúng tôi - chứ không phải bị bỏ trong ngăn kéo.

Hãy xác định giá trị của một khách hàng tiềm năng và khi đó bạn sẽ chuẩn bị để có những hành động đúng đắn cho doanh nghiệp của mình.

QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ

Đây là lúc bạn điều chỉnh doanh nghiệp, giảm thiểu sự hỗn loạn, và tối ưu hóa hiệu suất cho công ty. Bạn đã thực hiện tất cả các công việc sơ bộ để tập trung hóa việc kinh doanh của bạn. Bạn có một hệ thống toàn diện trong công ty. Bạn có một cái nhìn toàn diện về cơ sở dữ liệu của bạn. Bạn có thể thấy tất cả thông tin từ khách hàng tiềm năng chuyển đến người mua hàng rồi đến các đơn đặt hàng và phần thực hiện đơn hàng. Thêm vào đó, những thông tin này tương thích cùng nhau nên bạn không bao giờ lạc giữa một đồng thông tin rời rạc.

Tuy nhiên, như chúng ta đã nhắc đến, bạn vẫn sẽ thu dữ liệu quan trọng từ các nguồn khác nhau trong việc kinh doanh. Nếu thông tin không thể thu thập một cách tự động, bạn phải xác định một quy trình lấy thông tin và ghi nhận nó vào hệ thống của bạn.

Bạn có thể quyết định:

- Để tất cả điện thoại bên cạnh máy tính. Khi đó, khi có khách hàng hiện tại hay khách hàng tiềm năng gọi đến, bạn có thể xem ngay hồ sơ liên lạc của họ, hay tạo một hồ sơ liên lạc khi họ nói chuyện với bạn.
- Gom tất cả những tấm danh thiếp, miếng dán ghi chú và tập giấy ghi chú vào một nơi, và sau đó nhập thông tin vào dữ liệu vào buổi trưa thứ sáu.
- Thuê người cập nhật thông tin khách hàng với giá 10 đô một giờ.

Cho dù bạn quyết định làm gì - hãy theo sát nó. Nếu bạn không có thông tin liên hệ trong một cơ sở dữ liệu duy nhất (nơi bạn có thể sử dụng thông tin), bạn đang mất tiền, lãng phí thời gian, và bỏ lỡ nhiều cơ hội xây dựng những mối quan hệ

bền vững, lợi ích và lâu dài với mọi người.

Vâng, nó sẽ tốn thời gian. Vâng, nó sẽ tốn năng lượng. Nhưng nếu bạn có một quy trình tập trung hóa tại công ty, bạn sẽ ngạc nhiên với tốc độ nhanh chóng trong việc giảm thiểu các hỗn loạn hằng ngày. Thêm vào đó, bạn sẽ sẵn sàng cho những Chiến Lược Hệ Thống tiếp theo.

Bây giờ, nếu bạn chỉ có 10 khách hàng, tất cả những việc này chỉ cần một sự nỗ lực nhỏ. Tổ chức thông tin sẽ là việc dễ dàng. Nhưng nếu bạn có một danh sách lớn, hay dự định xây dựng một danh sách với thông tin thu được, bạn cần phải hết sức nghiêm túc về việc tập trung hóa. Bạn không thể từ từ với việc này được, bởi vì cứ mỗi tháng qua đi, khi các thông tin nhiều hơn thì sự hỗn loạn sẽ ngày càng trở nên tồi tệ.

Vậy bây giờ chính là lúc để chuyển đến một giai đoạn khác cho việc kinh doanh của bạn. Hãy chọn một hệ thống tốt. Kết nối dữ liệu lại với nhau. Tập trung hóa, đơn giản hóa và tư duy rõ ràng. Đừng sai lầm như nhiều người khác - đưa sự hỗn loạn vào hệ thống, như vậy bạn sẽ chỉ tạo ra một sự hỗn loạn mới. Dùng nhiều hệ thống chỉ làm tình hình tệ hơn. Mặc khác, sự tập trung hóa khiến mọi việc rõ ràng hơn, ít lỗi sai hơn, hiệu suất cao hơn và bạn sẽ có thể kiểm soát được sự hỗn loạn.

8

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG



Chăm sóc khách hàng là nguồn gốc tốt nhất cho sự phát triển, và phát triển là vũ khí để chinh phục sự hỗn loạn.

Như chúng ta đã đề cập, Infusionsoft lúc mới bắt đầu là một công ty lập trình tùy chỉnh. Tuy nhiên, tình huống với Reed Hoisington đã thay đổi tất cả. Bạn thấy đấy, những gì mà chúng tôi có thể tạo ra cho Reed là một hệ thống chăm sóc khách hàng với những khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại, theo dõi quá trình tương tác, tổ chức khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại vào các nhóm khác nhau, và vận hành toàn bộ quy trình chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp. Anh ấy vô cùng vui mừng với những gì chúng tôi đã tạo ra và anh ấy đã tiếp tục công việc một cách vui vẻ.

Nhưng sau đó Reed lại đến. Hóa ra, có nhiều khách hàng môi giới bất động sản (BDS) của anh ta nhận ra tác dụng của phần mềm vào việc kinh doanh của anh ấy - và họ muốn có một cái cho doanh nghiệp của họ. Vì thế, chúng tôi đóng gói chương trình phần mềm này thành một sản phẩm và giao nó cho hàng tá những nhà môi giới BDS, những người bắt đầu nói say sưa về sản phẩm này của chúng tôi.

Mọi chuyện diễn ra với những khách hàng môi giới BDS quá thuận lợi khiến chúng tôi chuyển hẳn từ việc lập trình phần mềm sang bán những “bộ máy chăm sóc khách hàng” dành riêng cho các nhà môi giới BDS. Clate đã đảm nhiệm

phần bán hàng, nói chuyện với những khách hàng tiềm năng, chăm sóc những người có triển vọng nhất, chỉ dẫn cho mọi người thấy lợi ích của phần mềm của chúng tôi và những việc tương tự như vậy - và sau đó điều tuyệt vời đã diễn ra.

Chúng tôi đã bắt đầu áp dụng những tính năng chăm sóc khách hàng của phần mềm vào chính những công việc bán hàng và marketing của mình. Một cách bất ngờ, những khách hàng tiềm năng mà chúng tôi chưa bao giờ nói chuyện đã gọi đến và nói họ sẵn sàng mua hàng. Chúng tôi có những cuộc trò chuyện với những người đã nghe đến chúng tôi từ vài tháng trước và nhận được những chăm sóc từ phía chúng tôi. *Những khách hàng tiềm năng đến với chúng tôi tăng vọt. Họ háo hức và sẵn sàng mua hàng.*

NGUYÊN TẮC MARKETING BỊ BỎ QUÊN NHIỀU NHẤT

Khi những khách hàng tiềm năng bắt đầu gọi cho chúng tôi, thay vì chúng tôi gọi cho họ, chúng tôi đã thực sự bối rối. Giống như phép màu vậy. Bạn thấy đấy, không phải là chúng tôi không chăm chỉ làm việc trước đó; thực tế là chúng tôi làm việc như điên. Tất cả mọi người trong công ty đều làm nhiều hơn phần việc bình thường của mình. Chúng tôi marketing, thực hiện những cuộc gọi, chủ động nâng cấp website, xin lời giới thiệu, tham dự các buổi hội thảo, duy trì cơ sở dữ liệu, kết nối với những khách hàng tiềm năng, và còn nhiều hơn thế nữa.

Tuy nhiên, lúc ấy đã không có gì xảy ra cả. Với tốc độ và sự ổn định mà kinh doanh của chúng tôi đạt được sau khi ứng dụng quy trình chăm sóc khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng, tất cả những gì diễn ra trước đó đều thua rất xa.

Đây chính là mấu chốt! Đó chính là phần còn thiếu trong việc kinh doanh của chúng tôi. Thời điểm mà chúng tôi nhận ra được tầm quan trọng của việc chăm sóc khách hàng đối

với việc kinh doanh là một thời khắc kỳ diệu đã tăng tốc cho những bước đi của chúng tôi vượt ra khỏi sự hỗn loạn. Việc chăm sóc khách hàng hiệu quả đã chuyển đổi doanh nghiệp chúng tôi thành công ty trị giá hàng triệu đô và cuối cùng trao cho chúng tôi sự tự do mà chúng tôi mơ ước từ lâu!

Tuy nhiên điều thú vị là, không phải chúng tôi bỗng dưng tìm ra bí mật nào đó rất thâm sâu mà các doanh nhân khởi nghiệp đều ước ao có được. Đây là một nguyên tắc rất thông thường! Nếu bạn đã kinh doanh một thời gian dài, bạn chắc chắn sẽ nghĩ đến việc cần chăm sóc khách hàng hiệu quả hơn.

Điều duy nhất khiến phát hiện của chúng tôi độc nhất đó là: chúng tôi đã thử nghiệm, phân tích, và hoàn thiện nó cho đến khi chúng tôi nhận ra rằng việc chăm sóc khách hàng một cách có hệ thống là yếu tố thiết yếu để chinh phục được hỗn loạn và tìm được sự tự do.

Để hiểu hơn về những quan sát của chúng tôi, hãy để tôi hỏi bạn câu hỏi có thể làm bạn đau đầu: “Bạn có đang chăm sóc một cách hiệu quả và có hệ thống với tất cả khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng của bạn hay không?”

Chúng tôi đã hỏi cùng câu hỏi này đến hàng chục nghìn doanh nhân khởi nghiệp, chuyên viên marketing, và chủ những doanh nghiệp nhỏ. Và bạn biết không? 999 trên 1.000 câu trả lời là một chữ KHÔNG to đùng và đau khổ!

Chúng tôi đoán rằng bạn cũng không ngoại lệ. Không cần biết tình trạng doanh nghiệp của bạn hiện tại ra sao, ở mức tầm tầm hay tốt hay tuyệt vời, bạn chắc chắn vẫn còn chưa khai thác hết tiềm năng doanh thu của mình.

Bây giờ hãy để tôi hỏi bạn một câu đờ đau khổ hơn: “Điều gì sẽ diễn ra với doanh nghiệp của bạn nếu bạn chăm sóc một cách hiệu quả và có hệ thống với tất cả khách hàng hiện tại cũng như khách hàng tiềm năng của bạn?”

Hãy nghĩ về nó, có thể câu hỏi này cũng làm bạn đau đầu. Tuy nhiên, hãy hình dung xem, bạn có thể thêm vào tài khoản

ngân hàng mình bao nhiêu tiền vào năm ngoái, nếu bạn đã có thể chăm sóc khách hàng hiện tại, cũng như khách hàng tiềm năng, một cách có hệ thống và hiệu quả?

Khi bạn không chăm sóc khách hàng tốt, bạn đang tự đánh mất đi rất nhiều cơ hội, và tự gây ra cho mình nhiều vấn đề và rắc rối. Bạn đang bỏ lỡ sự tăng trưởng của mình, và tự lựa chọn ở lại lâu hơn với sự hỗn loạn.

Một nhân viên tín dụng quyết định nghỉ công việc. Anh ta đã thử nghề tín dụng trong vài tháng và chỉ chốt được hai khoản vay nhỏ. Theo yêu cầu của cấp trên, anh ta quyết định sẽ thử thêm một tháng nữa.

“Tuyệt,” người cấp trên nói, “Quay lại với những khách hàng của anh đi.”

“Khách hàng nào?”

“Anh đã làm việc với bảy người vào tháng đầu tiên mà. Điều gì xảy ra với họ?”

Nhân viên tín dụng nhún vai. “Một người vẫn chưa tìm được nhà. Hai người có vấn đề tín dụng. Một vẫn đang chờ chồng cô ta trở về từ Iraq. Và tôi chưa bao giờ nghe được gì từ ba người còn lại.”

Người sếp nói, “Ồ, đó là lúc đầu thôi. Gọi lại cho họ vào hôm nay đi.”

Người nhân viên nhìn sếp của mình và thú nhận trong sự sợ hãi, “Tôi vụt thông tin liên lạc của họ đi hết rồi, tôi không nghĩ là tôi cần đến chúng nữa.”

Hãy so sánh câu chuyện trên với câu chuyện một người bán hàng trong công ty chúng tôi. Một ngày, chủ một doanh nghiệp gọi cho chúng tôi để tìm kiếm một phép lạ. Anh ta bị ảnh hưởng nặng nề từ cuộc suy thoái kinh tế và đang trên bờ vực phá sản. Sau khi cài đặt phần mềm của chúng tôi, một nhân viên tư vấn của Infusionsoft nói với anh ta rằng điều đầu tiên anh ta cần làm là kết nối lại với khách hàng hiện tại và những khách hàng tiềm năng.

Ba ngày sau đó, nhân viên tư vấn ấy nhận được một thư điện tử. Người chủ doanh nghiệp đã kết nối lại được với những khách hàng của công ty bằng cách gửi đi một đợt khuyến mãi. Trong một ngày anh ta kiếm được nhiều tiền hơn so với cả tháng trước.

Chăm sóc khách hàng thực sự là hiệu quả! Nó thay đổi hoàn toàn việc kinh doanh của bạn. Và bạn có thể biết điều này. Trên thực tế, bạn có thể cảm thấy có lỗi ngay lúc này khi thăm nghĩ đến những khách hàng hiện tại, cũng như khách hàng tiềm năng, mà bạn đã không liên hệ trong nhiều tháng qua.

Tuy nhiên, biết được điều bạn nên làm sẽ không thay đổi việc bạn đang làm, hoặc đang không làm. Việc bạn cảm thấy có lỗi khi không chăm sóc khách hàng chu đáo sẽ không làm cho những khách hàng hiện tại, cũng như khách hàng tiềm năng, tin tưởng bạn nhiều hơn. Họ không biết rằng bạn muốn liên hệ với họ nhưng đơn giản là chưa có thời gian cho việc đó.

Nào, chúng tôi đều biết, từ sâu thẳm bên trong, việc chăm sóc khách hàng hiệu quả là chìa khóa để chuyển khách hàng tiềm năng thành khách hàng, và chuyển từ khách hàng tốt sang tuyệt vời. Tuy nhiên chúng tôi nhận thấy rằng hầu như tất cả các doanh nhân khởi nghiệp đều cảm thấy tiếc nuối khi thấy được rằng, việc chăm sóc khách hàng hiệu quả sẽ thay đổi kinh doanh của họ lớn đến mức nào.

Rõ ràng và đơn giản, nếu bạn muốn thoát khỏi sự hỗn loạn, bạn phải cải thiện việc chăm sóc khách hàng. Không gì có thể bù đắp cho việc thiếu nó.

THIỆU CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠO NÊN SỰ HỖN LOẠN NHƯ THẾ NÀO?

Bạn có từng ước ao rằng bạn có nhiều khách hàng mới đến mức bạn có thể lựa chọn người mà bạn muốn làm việc cùng và sau đó quay lưng với những người còn lại không?

Có phải sẽ rất tuyệt khi bạn biết rằng không bao giờ phải đau đầu về việc mình có đạt được mục tiêu bán hàng của tháng không, không cần bắt tóc hay cắn móng tay trước bảng tính, cố gắng làm cho những con số hoạt động; không còn ngồi bật dậy giữa đêm khuya nhìn vào bóng tối, cố gắng phớt lờ cơn co thắt ở dạ dày của mình, hy vọng và mong ước mọi chuyện sẽ ổn hơn khi bạn thức dậy?

Tưởng tượng rằng bạn không cần phải lo lắng về việc trả lương hay chi trả một cọc hóa đơn trên bàn làm việc. Sẽ thật tuyệt vời khi bạn biết mình có rất nhiều đơn hàng mới và tiền thì vào và ra, đều đặn và hoàn toàn nằm trong dự tính.

Vâng, sự thật là, bạn có thể làm được như vậy với việc kinh doanh của mình. Điều này không phải phi thực tế, cũng không phải truyện giả tưởng hay hư cấu, và nó càng không phải cường điệu. Bạn chỉ cần biết một vài thống kê đơn giản về marketing thông qua chăm sóc khách hàng.

Bạn hãy hiểu một thực tế rằng: hầu hết các thương vụ đều không được thực hiện ngay lần đầu tiên liên hệ. Thực tế:

Chỉ có 2% lượt bán hàng được thực hiện ngay lần đầu tiên;
3% thực hiện ngay lần liên hệ thứ hai;
4% thực hiện vào lần liên hệ thứ ba;
và 10% thực hiện trong lần liên hệ thứ tư;
81% lượt bán hàng chỉ thực hiện sau lần liên hệ thứ năm!

Vì thế, dựa theo con số thống kê trên, giữ liên lạc với những khách hàng tiềm năng là một yếu tố quan trọng để thực hiện nhiều giao dịch hơn nữa. Vì vậy, với một chủ doanh nghiệp, mong muốn tăng tỷ lệ chốt bán hàng của mình lên dù chỉ 2 - 3%, việc giữ liên hệ với khách hàng tiềm năng ít nhất 5 lần, là rất cần thiết, bạn thấy đúng không?

Nhưng, thậm chí việc giữ liên lạc có ý nghĩa lớn như vậy, điều đó vẫn đang không diễn ra.

48% doanh nghiệp từ bỏ việc chăm sóc khách hàng sau cuộc gọi đầu tiên;

24% từ bỏ chăm sóc khách hàng sau cuộc gọi thứ hai;

12% từ bỏ chăm sóc khách hàng sau cuộc gọi thứ ba;

6% từ bỏ chăm sóc khách hàng sau cuộc gọi thứ tư;

10% từ bỏ chăm sóc khách hàng sau cuộc gọi thứ năm.

Nếu 81% khách hàng tiềm năng mua hàng trong hoặc sau lần liên lạc thứ năm với doanh nghiệp và chỉ có 10% doanh nghiệp chăm sóc khách hàng nhiều hơn năm lần, bạn đoán xem ai sẽ là người lấy hết được những khách hàng? Chính là 10% doanh nghiệp kiên định việc chăm sóc khách hàng!

Bạn có thấy lỗ hổng ở đây chưa? Khi những doanh nghiệp thất bại trong chăm sóc khách hàng, họ thất bại trong việc tận dụng cơ hội ngay trước mắt. Thay vào đó, họ phải khổ sở với quy trình bán hàng tiêu chuẩn.

Hãy nói về quy trình bán hàng một chút. Mặc dù mỗi doanh nghiệp cung cấp sản phẩm hay dịch vụ khác nhau, quy trình bán hàng luôn giống nhau, về tổng thể. Trước khi bạn có được thu, bạn phải có được khách hàng. Và để có được khách hàng, bạn cần tạo được một số người hứng thú với sản phẩm của bạn. Điều này có thể thực hiện bởi quảng cáo, mua những danh sách khách hàng, thiết lập website, giới thiệu truyền miệng và những việc tương tự. Thật vậy, có vô vàn cách thức để tạo nên người hứng thú với sản phẩm của công ty bạn.

Nhưng điều gì diễn ra tiếp theo? Ngay khi bạn có được người hứng thú với sản phẩm của mình, bạn sẽ làm gì với họ?

Mỗi lần bạn mang về những khách hàng có hứng thú với sản phẩm của công ty, họ có thể được chia vào ba nhóm:

1. Khách hàng đã sẵn sàng ngay bây giờ (Nóng)
2. Khách hàng chưa sẵn sàng ngay bây giờ nhưng sẽ sẵn

sàng vào ngày nào đó (Ấm - những khách hàng này là nhân tố quan trọng cho thành công của bạn)

3. Khách hàng sẽ không bao giờ sẵn sàng (Lạnh hoặc Tệ)

Vấn đề là bạn không thể phân chia rõ ràng vì bạn không biết người nào thuộc nhóm nào. Đa số trường hợp, các chủ doanh nghiệp nhỏ thực hiện một số cuộc gọi, viết một vài thư điện tử, và hoàn thành việc kiểm tra “nhiệt độ” nhanh chóng với những khách hàng tiềm năng mà họ nhận được.

Phân loại những ứng cử viên quan tâm nhất, chủ doanh nghiệp và nhân viên bán hàng thường theo sát những khách hàng nóng, cố gắng thực hiện giao dịch. Tuy nhiên khi làm vậy, họ tốn hết phần lớn thời gian hữu ích của mình và thường bỏ lỡ đi những khách hàng khác.

Bạn đừng nghĩ rằng chúng tôi đang chỉ trích. Hành động trên là hoàn toàn dễ hiểu. Để có thể giữ cho một doanh nghiệp hoạt động, chủ doanh nghiệp cần có thu nhập. Để có thu nhập, họ cần bán hàng. Vì thế dĩ nhiên sự tập trung sẽ dồn vào những khách hàng tiềm năng, người có khả năng mua hàng, hoặc những khách hàng nhìn có vẻ là sẽ mua lại. Đây được gọi là *sự chọn lựa cẩn thận*.

Đây là tình huống của hầu hết các doanh nghiệp nhỏ hiện nay. Và hầu hết họ sẽ ở lại đó. Bởi vì một khi những khách hàng tiềm năng nhất, hoặc mua hàng hoặc là bỏ đi, quy trình sẽ bắt đầu lại từ đầu. Chủ doanh nghiệp nhỏ cần nhiều thương vụ hơn, vì thế anh ta tìm nhiều người có hứng thú với sản phẩm của mình, theo sát những khách hàng tiềm năng, chốt lại một vài giao dịch, sau đó thực hiện các đơn hàng và bắt đầu lại từ đầu.

Khi nào vòng lặp này còn tiếp diễn, máy chạy bộ sẽ tiếp tục tăng tốc. Bạn hầu như có thể nghe được những suy nghĩ hoảng sợ của những chủ doanh nghiệp khi họ chốt được một thương vụ. Thay vì vui mừng với thành công, họ sẽ suy nghĩ “Thương

vụ kết thúc. Tôi có thể tìm giao dịch khác ở đâu?”. Khi nào mà chủ doanh nghiệp nhỏ vẫn chịu áp lực phải tìm kiếm những khách hàng tiềm năng mới, họ sẽ khó có thể giải phóng bản thân khỏi chuỗi công việc kinh doanh của mình. Họ sẽ chạy trên cái máy chạy bộ nhanh hơn, nhanh hơn và cuối cùng té đập mặt.

VÌ SAO VIỆC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG BỊ THẤT BẠI

Chẳng có gì lạ khi việc chăm sóc khách hàng không ở vị trí được ưu tiên. Bạn hãy hình dung xem cần nhiều thời gian như thế nào để giữ liên hệ với một người. Chẳng hạn như bạn tiếp xúc với một khách hàng tiềm năng mới. Bằng cách nào đó họ vô tình lướt ngang trang web của bạn và họ ngay lập tức bị hấp dẫn. Sau đó họ gọi điện thoại cho bạn. Bạn dành ra 10 phút thời gian quý báu của mình để nói chuyện với người này (với hi vọng bán được hàng) rồi nhận ra rằng họ hoàn toàn chưa sẵn sàng để mua. Không vấn đề gì. Bạn nói bạn sẽ tiếp tục chăm sóc họ.

Nhưng xác suất bạn sẽ làm được điều này là bao nhiêu? Khi cần thực hiện cuộc gọi thứ hai hay gửi đi brochure, bạn đã có cả triệu thứ khác choán hết thời gian của mình. Bạn không thể nào dành 10 phút cho người này và 10 phút cho người tiếp theo. Nhiều khả năng là họ vẫn chưa sẵn sàng để mua. Thế là, bạn lại trì hoãn thêm một tháng nữa.

Nhưng chuyện gì sẽ xảy ra vào cuối tháng đó? Vẫn không có gì cả.

Đây không phải là chuyện hiếm. Bạn cũng biết điều này. Nhiều tháng qua, bạn đã có khá nhiều khách hàng và khách hàng tiềm năng mà bạn đã dự định sẽ liên hệ. Dù chỉ là một bức thư hay email nói, “Cảm ơn vì bạn đã mua hàng” thì những việc này cũng sẽ nhanh chóng ùn tắc lại và bạn sẽ khó lòng thoát ra khỏi sự hỗn loạn đó.

Nhưng hãy nhớ điều này: “Khách hàng chỉ mua hàng khi họ sẵn sàng mua, chứ không phải khi bạn sẵn sàng bán.” Và điều này có nghĩa là, bạn phải xuất hiện trước khách hàng khi họ sẵn sàng mua. Nói cách khác, bạn phải chăm sóc họ - một cách có hệ thống.

Nếu bạn không làm như vậy, người khác sẽ giành lấy những đơn hàng của bạn.

Và đoán thử xem? Người có được những đơn hàng này sẽ là đối thủ cạnh tranh của bạn, người hoặc là đang thực hiện việc chăm sóc khách hàng một cách có hệ thống, hoặc (tình huống này nhiều khả năng hơn) may mắn xuất hiện trước mặt khách hàng tiềm năng đúng lúc.

Và như thế, 10 phút, 20 phút, hay cả giờ đồng hồ bạn đã dành ra để cố gắng chốt bán hàng trên điện thoại, hoàn toàn bị lãng phí. Đối thủ cạnh tranh của bạn bước vào và “kéo tấm thảm” ra ngay dưới chân bạn.

Nếu bạn không chăm sóc, bạn đang để cánh cửa rộng mở cho người khác đột nhập vào và đánh cắp khách hàng tiềm năng của mình.

Tất nhiên, ai cũng nói họ sẽ chăm sóc khách hàng tiềm năng một ngày nào đó, nhưng thực tế là, bạn không làm chuyện đó.

Hoặc, nếu bạn có chăm sóc, nhưng bạn không làm điều đó một cách có hệ thống và hiệu quả bởi vì, thẳng thắn mà nói, việc này giống như một cái gông đeo ở cổ.

Chừng nào bạn vẫn còn dựa vào quy trình bán hàng thông thường, việc chăm sóc khách hàng của bạn sẽ gặp vấn đề ở 3 mảng quan trọng.

NHỮNG KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG MỚI

“Chờ một chút,” bạn nghĩ “Làm thế nào mà tôi gặp vấn đề với việc chăm sóc những khách hàng tiềm năng mới được? Thực

tế là, tôi vừa trải qua hàng giờ nói chuyện điện thoại với họ, gửi đi cho họ những thư điện tử và thông tin mà họ yêu cầu. Nếu nói về việc tôi thành thạo chăm sóc ai nhất, thì đó chính là những khách hàng tiềm năng mới của tôi.”

Nghe có vẻ rất thuyết phục, nhưng việc chăm sóc của bạn vẫn có vấn đề. Và đây là lý do: bạn đang bỏ quá nhiều thời gian để chốt bán hàng. Trong lúc bạn đuổi theo sau khách hàng tiềm năng mới thứ nhất, thì khách hàng tiềm năng thứ hai đang chờ đợi. Nếu bạn dành thời gian quá nhiều cho người đầu tiên, bạn chắc chắn sẽ mất người thứ hai, cho dù người đó có thích thú với sản phẩm hay dịch vụ của bạn như thế nào đi nữa.

Thời gian là tiền bạc. Nếu bạn để cho một khách hàng tiềm năng mới phải chờ đợi bạn, rất có thể là họ sẽ không ở đó khi bạn quay lại. Hơn nữa, bạn chỉ là một người, tại sao bạn lại tốn nhiều giờ để chốt bán hàng như vậy? Bạn có một công việc kinh doanh để vận hành. Nhưng mỗi ngày bạn nói điện thoại để trình bày về những lợi ích của sản phẩm và /hoặc dịch vụ của bạn với một khách hàng tiềm năng mới. Thực chất, bạn đang dành thời gian giáo dục khách hàng tiềm năng và dẫn họ đến việc mua bán, thay vì chỉ cần đợi những khách hàng đã sẵn sàng mua hàng, gọi điện đến cho bạn và mua hàng.

Chúng tôi sẽ chỉ cho bạn cách khắc phục vấn đề này sau. Nhưng bây giờ hãy cùng xem xét nhóm khách hàng tiếp theo mà việc chăm sóc của bạn gặp vấn đề với:

NHỮNG KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG CHƯA ĐƯỢC CHUYỂN ĐỔI

Theo quy trình bán hàng thông thường, chỉ có khách hàng tiềm năng mới sẽ nhận được sự quan tâm từ bạn; bạn sẽ tập trung vào họ cho đến khi bạn có thể chốt bán hàng. Nhưng chuyện gì sẽ xảy ra với những người khác? Bạn biết đấy, những

người chưa sẵn sàng mua hàng? Trong hầu hết các trường hợp, thông tin của họ vương vãi ở khắp nơi, những hệ thống khác nhau mà doanh nghiệp đang sử dụng. Thông thường, mục đích là để chăm sóc họ sau này, khi các chủ doanh nghiệp, hay nhân viên bán hàng, có chút ít thời gian rảnh rỗi. Nhưng có khi nào chủ doanh nghiệp nhỏ tìm thấy thêm thời gian đâu?

Nếu việc chăm sóc của bạn đang gặp vấn đề, thì bạn đã không thấy tầm quan trọng của những khách hàng tiềm năng mà về cơ bản bạn đã vứt bỏ thông tin của họ. Bạn đã thấy con số thống kê này chưa? 81% khách hàng không mua hàng cho đến sau lần liên lạc thứ 5. Vậy là theo giả thuyết, bạn muốn:

1. Chăm sóc những khách hàng tiềm năng mới hôm nay và chốt bán hàng 1 - 2% số đó; hoặc:

2. Chăm sóc tất cả khách hàng tiềm năng và chốt bán hàng 81% vào một thời điểm tương lai gần nào đó?

Do hầu hết các doanh nghiệp có cái chúng ta gọi là tư duy theo kiểu đường hầm (họ chỉ có thể thấy những đơn hàng đang có thể diễn ra ngay trước mặt họ), họ lựa chọn chốt bán hàng ngay lập tức. Nhưng khi làm như vậy, họ bỏ sót rất nhiều cơ hội kiếm tiền. Thay vì tư duy đường hầm, các chủ doanh nghiệp cần phát triển tầm nhìn dài hạn, công nhận rằng tất cả các khách hàng tiềm năng đều có giá trị và cần được chăm sóc bằng các phiếu bán hàng, để tối đa hóa doanh thu bán hàng.

KHÁCH HÀNG HIỆN TẠI

Khi bạn đang bận rộn đàm phán bán hàng với khách hàng tiềm năng mới của bạn, khách hàng chưa được chuyển đổi thì đang bị bỏ sang một bên. Và khách hàng hiện tại của bạn cũng vậy.

Đây là một câu hỏi khó: bạn định giá khách hàng của mình là bao nhiêu? Những người này là người giúp bạn tồn tại trong kinh doanh. Bạn nghĩ sao về họ? Bạn đánh giá cao về họ, đúng

không? Bạn biết rằng nếu không có họ, bạn đã phá sản từ lâu. Nếu bạn nói rằng bạn đánh giá cao khách hàng của mình, bạn đang làm được gì cho họ?

Trong hầu hết các trường hợp, một khách hàng, hoặc mua hàng trực tuyến hoặc mua hàng ở cửa hàng. Mọi việc kết thúc ở đây. Bán được hàng, chủ doanh nghiệp sẽ rất vui. Nhưng khách hàng đó cảm thấy thế nào? Được đánh giá cao? Được tôn trọng? Họ có cảm thấy vui khi chọn công ty đó để mua hàng?

Chúng tôi muốn chia sẻ một ít thông tin thú vị ở đây. Lý do số một mà khách hàng không quay lại mua hàng lần nữa, đó là vì họ không cảm thấy được trân trọng.

Họ đã đưa cho bạn những đồng tiền họ vất vả kiếm được và nhận lại một sản phẩm hay dịch vụ. Nhưng như vậy là chưa đủ. Trừ khi bạn không muốn họ mua hàng của mình lần nào nữa. Mọi người sẵn sàng chi tiền khi họ cảm thấy rằng bạn quan tâm đến họ. Họ muốn bạn nói lời cảm ơn. Họ đang tìm kiếm một công ty sẵn sàng cho họ thấy họ giá trị như thế nào.

Nếu bạn không dành thời gian để gửi một lời cảm ơn, bạn có thể không còn cơ hội gặp họ quay lại mua hàng. Việc này buộc bạn phải tiếp tục đuổi theo những thương vụ mới với tốc độ ngày càng nhanh hơn.

NHỮNG LỢI ÍCH CỦA VIỆC CHĂM SÓC

Chúng tôi muốn làm một phép tính nhanh. Giả sử công ty của bạn chi \$2,000 cho chiến dịch marketing và có thể tạo ra 100 khách hàng tiềm năng. Trong những khách hàng tiềm năng này 5 người chắc chắn trở thành khách hàng và chi khoảng \$300 mỗi tháng. Hơn 12 tháng tiếp theo, công ty của bạn mang về \$18,000. Đó là một lợi nhuận tuyệt vời.

Bây giờ, sẽ ra sao nếu 20 trong số 100 khách hàng tiềm năng này, sẽ dần dần trở thành khách hàng nhưng hiện tại thì vẫn chưa sẵn sàng? Tuy nhiên, bạn tiến hành chăm sóc họ

cho đến khi họ mua hàng. Để đơn giản, chúng tôi giả sử 20 người này sẽ trở thành khách hàng thật sự một năm sau đó. Từ chiến dịch marketing \$2,000 của bạn, bạn thu về \$18,000 trong năm đầu tiên và \$72,000 trong tương lai gần. Nhưng chỉ khi bạn chăm sóc tất cả các khách hàng tiềm năng của mình.

Nó có đáng giá không? Nếu bạn đã biết rằng một chiến dịch marketing có thể tạo ra nhiều tiền, bạn sẽ nỗ lực để chăm sóc?

Tất nhiên bạn sẽ làm như thế. Vì dù là nếu bạn đang chạy chiến dịch marketing mỗi tháng, thì bạn sẽ không bao giờ có được số tiền mà việc chăm sóc khách hàng có hệ thống mang lại. Bạn thấy đấy, ngay cả khi chỉ 5 trong số 20 khách hàng tiềm năng cuối cùng mua từ bạn, bạn đã tăng gấp đôi lợi nhuận của mình.

Bạn chỉ có thể phát triển doanh nghiệp của mình theo cấp số nhân, nếu như bạn chăm sóc khách hàng hiệu quả. Hơn nữa, đó là cách ít tốn kém nhất để phát triển doanh nghiệp của bạn. Khi bạn dựa trên quy trình bán hàng thông thường, bạn bị giới hạn bởi số lượng khách hàng tiềm năng mới mà bạn có được. Nếu bạn muốn bán nhiều hàng hơn, thì bạn cần có nhiều khách hàng tiềm năng mới hơn. Với việc chăm sóc này, bạn không chỉ có cơ hội để chốt bán hàng với những khách hàng tiềm năng mới ngày hôm nay, mà bạn đang xây dựng nguồn khách hàng dự trữ cho việc chốt bán hàng sau này (mà không hề mất nhiều tiền).

Nhưng việc chăm sóc này còn có ý nghĩa sâu xa hơn cả những con số thống kê. Có một vài điều khác bạn cần biết đến ở đây - khi bạn chăm sóc khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại, bạn đang xây dựng mối quan hệ với họ.

Mối quan hệ với khách hàng chính là những gì mang lại sự khác biệt của bạn so với đối thủ cạnh tranh. Người tiêu dùng thường trở nên bi quan và hoài nghi. Thay vì nhìn nhận những cửa hàng hay các doanh nghiệp là nơi đáp ứng nhu cầu của chúng ta, chúng ta thường cảm thấy rằng mình đang bị lừa dối.

Chúng ta thường xuyên được marketing bất kỳ lúc nào. Chúng ta đã nghe hết tất cả những câu chuyện và những “sự thật” rằng chúng ta có thể trở nên tốt hơn, hấp dẫn hơn, hài lòng hơn trong cuộc sống như thế nào. Vào lúc này, chúng ta đơn giản không còn tin vào những điều đó nữa. Marketing và quảng cáo đã đánh mất đi rất nhiều tác động và sức hấp dẫn. Chúng ta nhìn nhận và hoài nghi mọi thứ xung quanh.

Tâm lý và cảm giác chúng ta đang bị lừa dối mỗi ngày, lại trở nên càng tồi tệ hơn khi truyền thông xã hội (social media) được đẩy mạnh. Tất cả thông tin trở nên miễn phí, và được lan truyền trên internet một cách nhanh chóng, dễ dàng. Những sai lầm trong kinh doanh được nhận ra nhanh chóng. 10 năm trước, một người bán ô tô nhiều kinh nghiệm sẽ nắm giữ thông tin “tuyệt mật” là chiếc xe đáng giá bao nhiêu tiền. Ngày hôm nay, người tiêu dùng có thể lên internet, đọc một vài báo cáo, so sánh các mức giá với đối thủ cạnh tranh và bước vào trung tâm mua bán xe với đầy đủ thông tin và sự chuẩn bị kỹ càng.

Chúng ta đọc các báo cáo và blog trực tuyến, tin tưởng vào ý kiến của các khách hàng đã trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ. Bởi vì những người này không tìm cách lấy tiền của bạn, mà chỉ “vạch trần sự thật”, chúng ta sẵn sàng tin tưởng họ nhiều hơn.

Người ta cũng thường sẵn sàng tin những chủ doanh nghiệp nhỏ nếu anh ấy thường xuyên giữ liên lạc.

Đây là một trong những lợi thế mà chúng ta có thể có. Khi bạn xây dựng mối quan hệ với các khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại, thông qua chăm sóc khách hàng hiệu quả, bạn từ từ xua tan nỗi sợ hãi và nghi ngờ mà người tiêu dùng cảm thấy ở các doanh nghiệp.

Đó là những gì người tiêu dùng mong muốn. Nếu bạn không mang đến cho họ cảm giác tin tưởng đó, bạn sẽ thấy ngày càng khó khăn hơn để chốt bán hàng. Và không gì tạo ra sự hỗn loạn nhanh hơn việc tài khoản ngân hàng của bạn ngày càng cạn kiệt.

Việc chăm sóc khách hàng có vẻ như quá khó? Có thể. Nó sẽ tốn nhiều thời gian? Có lẽ. (Chúng tôi sẽ thảo luận trong chốc lát nữa) Nhưng bạn thật sự không có quyền lựa chọn. Nếu bạn muốn phát triển công ty, bạn cần những lợi ích mà việc chăm sóc khách hàng có hệ thống mang lại. Điều này sẽ giúp tư duy của bạn chuyển đổi từ kẻ đi săn, người đuổi theo từng khách hàng tiềm năng một, thành tư duy của người nuôi trồng, từng bước hoàn thành thương vụ.

KHOA HỌC ĐẰNG SAU VIỆC CHĂM SÓC HIỆU QUẢ

Chúng tôi đã nói chuyện với hàng nghìn doanh nhân, những người đã thừa nhận rằng chỉ cần họ tìm ra cách để chăm sóc khách hàng một cách có hệ thống, họ sẽ có nhiều lợi nhuận hơn và ổn định hơn.

Hơn 99% doanh nghiệp nhỏ không chăm sóc khách hàng một cách đúng đắn. Tại sao? Bởi vì họ không có cơ sở dữ liệu tập trung, họ không có thời gian, họ không nhận ra giá trị của nó, và sự thật là, họ không biết làm thế nào để chăm sóc!

Không sao cả, bởi vì bạn không thể biết làm thế nào nếu bạn không được hướng dẫn!

Nhưng những gì bạn có thể làm là học từ những tư duy tốt nhất trong marketing, những người như Dan Kennedy, Gary Halbert và Jay Abraham. Những người này là bậc thầy marketing, và họ biết làm thế nào để tối đa hóa doanh thu. Bằng cách áp dụng các nguyên tắc marketing trực tiếp đến việc làm chủ việc chăm sóc khách hàng, công ty chúng tôi đã giúp hàng nghìn doanh nhân thực hiện có hiệu quả việc chăm sóc khách hàng trong các doanh nghiệp của họ.

Chúng ta hãy nói về làm thế nào để áp dụng những nguyên tắc marketing trực tiếp trong việc chăm sóc khách hàng.

Trước tiên, bạn cần phải hiểu rằng một vài cuộc gọi điện thoại chăm sóc ngẫu nhiên cho mỗi khách hàng tiềm năng sẽ

giúp bạn có thêm đơn hàng, nhưng nó sẽ không tạo ra được số lượng lớn. Thêm nữa, nó tốn nhiều thời gian, tẻ nhạt và buồn chán.

Thứ hai, bạn cần phải nhận ra rằng mục đích của việc chăm sóc là để khách hàng tiềm năng và khách hàng của bạn yêu mến bạn, để họ tin tưởng bạn, thích bạn, và muốn mua hàng của bạn. Những gì bạn cần làm là chuyển đổi từ một người bán hàng trở thành một chuyên gia.

Để thực hiện việc chuyển đổi này từ người bán hàng thành chuyên gia, việc chăm sóc của bạn phải kết hợp năm yếu tố sau:

1. Phân khúc khách hàng
2. Giáo dục
3. Tính lặp lại
4. Đa dạng hóa
5. Tự động hóa

PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG

Không phải mọi danh bạ bạn có đều giống nhau. Mặc dù nhiều người trong số họ có những đặc điểm tương tự, danh sách khách hàng của bạn không thể cho hết vào một nhóm. Là chủ doanh nghiệp, bạn cần phải chắc chắn rằng bạn đang gửi đúng thông điệp đến đúng người vào đúng thời điểm. Nói cách khác, các thông tin bạn gửi cho khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng cần được nhắm đến các nhu cầu và mong muốn cụ thể của họ. Quá nhiều chủ doanh nghiệp trộn lẫn thông tin toàn bộ khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng với nhau, rồi gửi một thông điệp chung chung đến tất cả. Nếu bạn muốn việc chăm sóc có hiệu quả, bạn nên tạo ra những thông điệp được cá nhân hóa cho mỗi nhóm riêng biệt, chứ không phải cho toàn bộ danh sách của bạn.

GIÁO DỤC

Việc chăm sóc cần phải cung cấp thông tin có giá trị cho khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại. Nếu bạn không mang đến giá trị, bạn sẽ nhanh chóng không còn được chào đón. Bạn cần thể hiện rằng bạn là một chuyên gia và đáng được họ tin tưởng. Bạn sẽ làm được điều này, nếu bạn cung cấp cho họ những thông tin đúng và ý nghĩa. Sự thật mà nói, quá trình bán hàng khá là rắc rối và đáng sợ cho khách hàng của bạn. Họ muốn tin bạn. Hãy mang lại cho họ những thông tin họ cần và bạn sẽ có được niềm tin của họ. Hãy giúp đỡ họ. Hãy phục vụ họ. Hãy cung cấp cho họ hướng dẫn chuyên nghiệp và họ sẽ biết ơn vì điều đó.

TÍNH LẶP LẠI

Thực tế chứng minh rằng con người phải nghe cùng một điều nhiều lần mới có thể tiếp thu được nó. Việc chăm sóc cũng không khác là mấy. Bạn biết sản phẩm và dịch vụ của bạn như lòng bàn tay, nhưng khách hàng của bạn không nắm bắt được nó ngay lần đầu tiên họ nghe thấy thông điệp. Đừng phạm sai lầm khi nghĩ rằng khách hàng tiềm năng nghe thông điệp của bạn một lần là anh ta sẽ hiểu nó. Rất có thể anh ta, hoặc là không nghe thấy, hoặc không hiểu nó. Hãy nói cho anh ấy một lần nữa và một lần nữa và một lần nữa.

ĐA DẠNG HÓA

Nó không có nghĩa là bạn đa dạng thông điệp của mình! Bạn cần nhất quán nói ra cùng một thông điệp, nhưng việc chuyển tải những thông điệp này cần phải thực hiện đa kênh. Để tối đa hóa doanh thu, bạn phải thực hiện việc chăm sóc khách hàng theo nhiều bước khác nhau, tận dụng nhiều kênh giao tiếp

bao gồm thư trực tiếp, điện thoại, thư điện tử, fax, và các dạng truyền thông khác. Một vài khách hàng tiềm năng sẽ phản hồi điện thoại của bạn, người khác thì phản hồi thư hoặc email, người khác thì phản hồi fax hoặc tin nhắn thoại. Kết quả thật sự sẽ đến khi bạn liên hệ sử dụng nhiều kênh giao tiếp với khách hàng.

SỰ TỰ ĐỘNG HÓA

Thử thách lớn nhất với việc chăm sóc khách hàng là thời gian. Kết nối lại với khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại có thể mất nhiều tuần. Đó là lý do tại sao không ai làm điều đó. Họ đang cố gắng làm điều đó một mình và thất bại thảm hại. May mắn thay, việc chăm sóc không nhất thiết khó khăn hay tốn thời gian. Tất cả những gì bạn cần là các chương trình phần mềm phù hợp để thực hiện việc theo sát tự động hoàn toàn. Nhưng vì tự động hóa là điều cuối cùng trong số Chiến Lược Hệ Thống, chúng tôi sẽ nói về điều này trong các chương tiếp theo.

Việc chăm sóc khách hàng không nhất thiết phải vất vả hay khó khăn. Và nó cần phải được thực hiện. Bạn phải tìm ra một cách để thực thi nó. Cho dù bạn thuê ai đó giúp bạn gửi thư và email, hay bạn tìm thấy một giải pháp phần mềm, nó không phải vấn đề. Cứ làm đi. Nếu không có một hệ thống chăm sóc hoạt động tốt, bạn sẽ không có một kinh doanh ổn định. Tất cả những gì bạn có là công cuộc tìm kiếm không ngừng nghỉ các khách hàng tiềm năng mới tiếp theo. Bạn chìm trong sự hỗn loạn.

Nếu bạn muốn được thoải mái tập trung vào bán hàng ngay lập tức nhiều hơn, thì bạn cần phải nhớ giá trị danh sách của bạn, hãy tạo ra cơ sở dữ liệu tập trung, chính xác và chăm sóc khách hàng thường xuyên. Trong chương tiếp theo, chúng tôi sẽ cho bạn thấy làm thế nào để chăm sóc một cách có hệ thống và hiệu quả, để bạn có thể tăng trưởng kinh doanh của mình mà không bị phát điên lên.

9

TỰ ĐỘNG HÓA



Nguyên tắc đầu tiên khi ứng dụng công nghệ trong kinh doanh đó là tự động hóa những quy trình hiệu quả thì sẽ làm tăng tính hiệu quả lên nhiều lần. Nguyên tắc thứ hai là tự động hóa những quy trình không hiệu quả thì cũng sẽ làm tăng sự không hiệu quả lên nhiều lần.

—Bill Gates

Onhững chương trước chúng tôi đã cho bạn rất nhiều thông tin. Chúng tôi cho bạn thấy rằng những Chiến Lược Tư Duy và những Chiến Lược Hệ Thống có tầm quan trọng như nhau. Bạn biết được vì sao tập trung hóa là bước đầu tiên để bạn kiểm soát được sự hỗn loạn. Bạn biết bạn phải chăm sóc những khách hàng tiềm năng và khách hàng bạn đang có. Đây là những chiến lược được thiết kế để giúp bạn vượt qua sự hỗn loạn. Tuy nhiên, bạn có đang bắt đầu cảm thấy hoang mang không?

Bạn đang lắng nghe tất cả những điều bạn nên làm và bạn đang tự hỏi bạn nên làm chúng như thế nào. Nếu bạn mong muốn quản lý được nhiều hơn, thì bạn lại tiếp tục để cho sự hỗn loạn tung hoành.

Bạn có thể đang suy nghĩ, “Một khi tôi bỏ quyền sách xuống, trong tôi vẫn còn lửa. Tôi phải làm gì với những ngọn lửa này? Và bằng cách nào tôi có thể ứng dụng tập trung hóa, chăm sóc khách hàng và những Chiến Lược Tư Duy vào những gì tôi đang làm. Có quá nhiều thứ!”

Bạn nói đúng. Có quá nhiều thứ. Do đó, chương này chúng ta sẽ nói về tận dụng công nghệ để làm việc cho bạn.

Có quá nhiều các chủ doanh nghiệp nhỏ đang cố gắng làm việc giống như trong quân đội. Họ tin rằng nếu họ chỉ cần làm việc chăm chỉ hơn, lâu dài hơn và nhanh hơn họ sẽ có thể đạt được mọi thứ. Thông thường họ có thể tự mình làm xuất sắc các công việc. Nhưng, vào một lúc nào đó, họ bị bệnh, mệt mỏi, hoặc là quá căng thẳng để có thể giải quyết bất kỳ việc gì khác trong cuộc sống của họ.

Nhưng những công việc lâu dài, vất vả và đơn điệu không có nghĩa lý gì. Những quy trình làm việc thủ công đã là chuyện của quá khứ. Có thể cách đây mười năm thì chúng cần thiết. Nhưng bây giờ, có những công cụ tuyệt vời giúp bạn hoàn thành được gấp 10 lần những gì bạn có thể tự mình làm. Công nghệ là chìa khóa giúp bạn có được tự do từ kinh doanh của mình. Tự động hóa những quy trình là kết quả của công nghệ đó. Và Internet, đúng, công cụ hỗ trợ cho cuộc Cách Mạng Khởi Nghiệp, cũng là cái giúp cho việc tự động hóa có thể thực hiện được.

Xem này, nếu bạn có thể phân thân thì sẽ rất tuyệt vời. Nhưng điều này không có thật. Bạn chỉ có một thôi, và bạn phải làm như thế nào đó để việc kinh doanh vận hành và phát triển, chưa tính đến chuyện bạn phải sống cuộc sống của mình. Vậy tại sao không mang những công việc nhàm chán và tốn nhiều thời gian vào trong một quy trình được tự động hóa.

TỪ THỦ CÔNG ĐẾN TỰ ĐỘNG

Có lẽ nếu thành thật, bạn sẽ thừa nhận rằng bạn chưa chuẩn bị đầy đủ khi bắt đầu kinh doanh của mình. Bạn có thể có một số ý tưởng vận hành một công ty. Nhưng cho đến khi bạn tự bắt tay vào mở doanh nghiệp, bạn sẽ không suy nghĩ về những việc cần phải làm để vận hành một doanh nghiệp thực sự. Có thể bạn không biết đăng ký pháp nhân cho công ty như thế

nào. Bạn có thể không biết làm sao để tạo ra nhu cầu đối với những sản phẩm, dịch vụ của bạn. Có thể trước đây bạn chưa từng thuê ai đó làm việc cho mình, chưa từng đi thuê một tòa nhà để đặt văn phòng làm việc, tạo một website hay là thương lượng thuê doanh nghiệp.

Tuy nhiên, rất nhiều chủ doanh nghiệp không biết những điều chúng tôi vừa mới đề cập nhưng vẫn hành động và mua phần mềm kế toán QuickBooks ngay lập tức. Trong một vài ngày, họ dùng Wordpress để lập trang web của riêng họ (hoặc là thuê một ai đó để làm cho họ). Nếu họ không có Outlook hay một chương trình email nào đó, họ sẽ mua một cái. Tất cả những việc này là những việc cơ bản để đưa một doanh nghiệp đi vào hoạt động.

Vì sao những chủ doanh nghiệp nhỏ chưa có kinh nghiệm lại mua những công cụ này? Bởi vì chúng là những công cụ được thiết kế cho việc làm chủ doanh nghiệp nhỏ. Tất cả mọi người biết bạn cần những thứ đó nếu bạn muốn thành công. Nếu bạn hỏi một doanh nhân mới khởi nghiệp vì sao họ lại mua QuickBooks, họ sẽ trả lời, “Bởi vì tôi không phải là một kế toán. Tôi cần một công cụ gì đó giúp tôi quản lý tài chính của tôi.”

Chúng ta cũng không phải là máy móc. Nhưng chúng ta không thấy các doanh nhân khởi nghiệp đi tìm những hệ thống tự động hóa ngay khi họ mở công ty của họ. Và đó là một điều đáng buồn. Những công cụ mà các chủ doanh nghiệp nhỏ sử dụng giúp họ quản lý hiệu quả những hoạt động tuyển đầu và hoạt động hỗ trợ về sau, nhưng hầu như chủ doanh nghiệp nào cũng cố làm các quy trình ở giữa một cách thủ công. Bởi vì họ thiếu hệ thống để thực hiện những việc này, họ đang thủ công:

- Xử lý quy trình bán hàng
- Chăm sóc khách hàng, khách hàng tiềm năng, nhà cung cấp và đối tác
- Tính toán các đơn hàng

- Trả lời email, thư, các cuộc gọi điện thoại và những yêu cầu khác
- Quản lý nhân viên
- Duy trì kho hàng
- Xử lý đơn hàng
- Xây dựng các hoạt động marketing

Trong hầu hết các trường hợp, họ đều thất bại với hầu hết các công việc. Vì sao? Lý do giống như việc họ mua phần mềm QuickBooks. Họ không phải là kế toán. Nhưng với QuickBooks, họ không cần phải trở thành một kế toán. Trừ khi họ là một bậc thầy khởi nghiệp, họ có thể không cần phải là một người làm marketing, một người bán hàng, một chuyên gia xử lý và hoàn tất các hóa đơn gửi đến cho khách hàng, hay là một nhân viên văn phòng. Tuy nhiên, chỉ thông qua những hệ thống tự động thì họ mới vượt qua được những thiếu sót này.

Tự động hóa là chìa khóa giúp các chủ doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, tiền bạc và sức lao động. Nhưng tự động hóa lại là một nguyên lý mà hầu hết các doanh nghiệp nhỏ bỏ qua.

Nếu bạn nhìn vào mỗi một doanh nghiệp nhỏ trên cả nước, bạn sẽ tìm thấy một số các yếu tố thuộc năm chiến lược trong hầu hết các doanh nghiệp này. Cho dù là chủ đích dùng hay là bị buộc phải dùng, các chủ doanh nghiệp bắt đầu học giá trị của những chiến lược này và thậm chí thực hiện chúng ở một mức độ nào đó. Chỉ có một số lượng nhỏ còn lại mang những quy trình tự động hóa ứng dụng vào kinh doanh của họ.

Có lẽ bởi vì tự động hóa không phải là một trong những việc mà bạn tình cờ gặp và học hỏi từ kinh nghiệm. Bạn phải chủ động và thực hiện việc tự động hóa có chủ đích, như vậy bạn mới thoát được khỏi sự hỗn loạn và có được tự do. Bây giờ, hãy để chúng tôi cho bạn biết vì sao thoát khỏi sự hỗn loạn lại quan trọng đối với thành công của bạn đến như vậy.

Nếu bạn đưa ra kế hoạch trong ngày của mình, nó sẽ trông giống như thế này:



Hình 9.1 Danh sách những việc cần làm

Nếu bạn có thời gian, bạn sẽ chăm sóc khách hàng và khách hàng tiềm năng. Bạn có thể lên kế hoạch triển khai một chiến dịch marketing. Có thể bạn cần phải tìm ra một phương pháp để có thêm khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, bạn còn đang băn khoăn phải thuê một nhân viên mới, một quá trình mất vài tuần mới hoàn thành được.

Đương nhiên là bạn còn có rất nhiều việc khác trong kế hoạch của mình. Nhưng đứng trước khả năng sự hỗn loạn lại xảy ra, chúng tôi muốn hỏi bạn: kết thúc một ngày, bạn hoàn thành được bao nhiêu việc trong danh sách.

Nếu bạn là một chủ doanh nghiệp nhỏ xuất sắc, bạn có thể hoàn thành bốn trong số chúng. Bạn sẽ nói chuyện với những khách hàng khó chịu, kiểm tra và trả lời email, gọi những cuộc điện thoại bán hàng mới và hoàn thành thêm một việc nữa trên danh sách. Nghịch lý thay, cho dù kế hoạch ngày mai của bạn là gì, bạn sẽ: nói chuyện với những khách hàng khó chịu, kiểm tra và trả lời email, gọi những cuộc điện thoại bán hàng mới và hoàn thành thêm một việc nữa trên danh sách.

Vì sao? Bởi vì đó là tất cả những gì bạn có thời gian để làm. Bạn nỗ lực chủ yếu là để bán được hàng và mang doanh thu về cho công ty. Bạn dành hàng giờ đào tạo cho khách hàng tiềm năng về sản phẩm hay dịch vụ của bạn qua điện thoại hoặc qua email. Sau đó, khi bạn không có đủ thời gian chăm sóc những khách hàng hiện có của bạn, bạn bắt buộc phải giải quyết nhu cầu của họ sau khi bạn mắc sai lầm và làm cho họ bức mình.

Bạn không nên dành thời gian cho những việc này. Bạn là một chủ doanh nghiệp. Vì bạn có rất nhiều thứ phải lo nên bạn không thể dành ba phần tư thời gian một ngày để làm bốn công việc. Bên cạnh đó, thực tế là có một triệu công việc bạn có thể làm cho doanh nghiệp của bạn. Nhưng chỉ có một số ít là kiếm được tiền. Giải quyết những khách hàng cáu kỉnh, đào tạo cho những khách hàng tiềm năng chưa sẵn sàng không phải là trong số này. Vì sao bạn phải làm những việc này?

Chúng tôi sẽ nói cho bạn biết vì sao. Bạn làm những việc đó bởi vì một doanh nghiệp cần tiền để tồn tại, những khách hàng nóng giận sẽ bỏ đi. Trừ khi người chủ doanh nghiệp có thể tìm một ai đó để làm công việc này cho họ, họ phải tự làm chúng, nhưng đó không phải vai trò mà một chủ doanh nghiệp nên đảm nhiệm. Michael Gerber nói: “Bạn nên làm việc Ở TRÊN các vấn đề trong kinh doanh của bạn chứ không phải là chìm TRONG các vấn đề đó.”

Nếu bạn đồng cảm với những gì chúng tôi vừa chia sẻ, thì có nghĩa là bạn đang lún sâu trong sự hỗn loạn. Đã đến lúc bạn

giao những công việc thủ công đó cho người khác. Vì vậy bạn có hai lựa chọn:

1. Thuê người chịu trách nhiệm hoàn thành những công việc này và vẫn sống trên một mớ bừa bộn như trước giờ.
2. Đầu tư một hệ thống tự động hóa để quản lý công việc cho bạn.

Rõ ràng bạn nên cài đặt một hệ thống. Thuê nhân viên là quan trọng, và khi bạn phát triển, bạn càng cần phải thuê nhân viên. Tuy nhiên, để lại mớ bừa bộn của bạn cho bất kỳ một ai đó là thiếu nhân văn. Cuối cùng, người bạn thuê làm việc sẽ mắc lỗi (giống như bạn trước đây), cần giúp đỡ nhiều hơn để kiểm soát sự hỗn loạn và có thể là cao chạy xa bay. Ngoài ra, họ sẽ không quan tâm như cách mà bạn quan tâm đến doanh nghiệp của mình, vì vậy họ sẽ mắc lỗi nhiều hơn cả bạn và bạn sẽ lại tốn nhiều thời gian để chữa cháy những sai lầm của họ.

Cái bạn cần là một phần mềm tự động hóa để giảm bớt khối lượng công việc của bạn. Đó là cách duy nhất để bạn bắt kịp. Khi bạn càng gánh vác nhiều trọng trách, bạn sẽ càng chìm sâu trong sự hỗn loạn. Bạn càng chờ để tìm ra một giải pháp tự động hóa, thì hệ thống càng lâu làm việc cho bạn.

Giống như chiến lược tập trung hóa, bạn không thể tự mình đáp ứng các nhu cầu của việc tự động hóa. Bạn sẽ phải tìm một hệ thống có thể tự động hóa kinh doanh của bạn. Không quan trọng bạn chọn phần mềm tự động hóa nào, miễn là nó phục vụ được cho nhu cầu của bạn. Nhưng hãy cẩn thận với cụm từ “tự động hóa.” Một thiết bị lưu trữ hồ sơ (rolodex) đã từng là một giải pháp để quản lý danh sách khách hàng. Một người quản lý danh sách khách hàng là một thiết bị như vậy được số hóa, nhưng đó không phải là tự động hóa. Đó chỉ là một phần mềm.

Hãy tìm một giải pháp phần mềm mà thật sự tự động hóa những quy trình kinh doanh của bạn. Bạn cần một phần mềm đòi hỏi ít sự hiện diện của bạn nhất có thể.

ĐIỀU BẠN CÓ THỂ VÀ NÊN TỰ ĐỘNG HÓA

Một câu hỏi được đặt ra là: nếu tự động hóa hiệu quả và quan trọng đối với sự phát triển kinh doanh giống như những gì chúng tôi nói, vậy thì vì sao không có thêm nhiều các doanh nghiệp nhỏ ứng dụng những hệ thống tự động hóa này?

Tự động hóa đã tồn tại được một thời gian dài. Nhưng nó không có những doanh nghiệp nhỏ hiểu được ý nghĩa của nó. Tự động hóa từ lâu đã được ứng dụng chỉ trong các tập đoàn lớn. Chỉ trong vòng vài năm trở lại đây thì những hệ thống tự động hóa - đáp ứng được nhu cầu của chủ doanh nghiệp nhỏ - mới được phổ biến.

Những người không làm việc với các doanh nhân khởi nghiệp khác, hay là chỉ mới bắt đầu khởi nghiệp, thậm chí không biết có những hệ thống này tồn tại. Thật ra, gần một phần tư những cuộc nói chuyện giữa chúng tôi với các khách hàng tiềm năng có những câu nói như “Bạn có thể làm được vậy à?” Đúng, chúng tôi có thể. Có thể tự động hóa. Nhưng bạn sẽ không bao giờ chú tâm đến nó nếu bạn không tiếp xúc với nó hoặc không nghe người khác nói về nó.

Sẽ có một số việc bạn không bao giờ có thể tự động được; và không nên. Những hãy nhìn vào những bộ phận trong kinh doanh của bạn sẽ được lợi từ sức mạnh của một hệ thống tự động hóa.

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

Chúng tôi không muốn lặp lại những gì đã nói nên hy vọng chương vừa rồi cho bạn những hiểu biết sâu sắc về bản chất của marketing chăm sóc khách hàng. Đến lúc này, chúng ta mặc định rằng bạn đồng ý với chúng tôi - liên tục chăm sóc khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện có là cách nhanh nhất để phát triển kinh doanh của bạn.

Nhưng khi bạn còn không có thời gian để ăn hay ngủ, thì làm sao bạn có thể chăm sóc danh sách khách hàng của mình? Câu trả lời là tự động hóa. Phần mềm chăm sóc tự động giúp bạn quản lý email, bảng tin thoại, fax và thư gửi trực tiếp đến từng người một trong danh sách của bạn. Nó thực hiện quy trình chăm sóc đã được thiết lập trước dựa trên hành động của khách hàng để họ nhận được cách giao tiếp phù hợp từ bạn thay vì tất cả đều nhận được cách thức giao tiếp như nhau. Hơn nữa, vì là một phần của một hệ thống quản lý danh sách khách hàng ưu việt, phần mềm chăm sóc tự động sẽ thực hiện và lưu lại mỗi một nỗ lực chăm sóc khách hàng của bạn.

Nếu bạn đầu tư thời gian cho việc xây dựng một quy trình chăm sóc khách hàng được cá nhân hóa, có giá trị và mang tính giáo dục, thì bạn đang tự động làm một việc mà bạn chưa bao giờ nghĩ là bạn có khả năng làm được: Bạn đang tạo ra thời gian cho mình để chốt những đơn hàng lớn trong khi hệ thống của bạn đang hoạt động để mang về cho bạn rất nhiều khách hàng tiềm năng.

Ngay cả khi bạn là một chuyên gia về chăm sóc khách hàng, bạn không thể làm một công việc hoàn tất và trọn vẹn như hệ thống chăm sóc tự động. Nếu chiến dịch marketing của bạn có rất nhiều bước để triển khai, bạn chắc chắn sẽ làm sai ở một chỗ nào đó. Làm sao bạn biết được khách hàng nào trong danh sách nhận được cái gì, và nhận vào ngày nào? Nếu bạn chỉ đang quản lý một nhóm khách hàng tiềm năng, việc này có

thể dễ dàng. Nhưng một khi bạn quản lý với số lượng lớn, hàng trăm, thậm chí hàng nghìn người - bạn không thể nào làm được.

Với tự động hóa, bạn có thể chăm sóc mà không sợ sai sót. Thêm vào đó, bạn sẽ xây dựng được những mối quan hệ mà không thể có được bằng một cách nào khác. Ví dụ, chuyện gì xảy ra khi hệ thống của bạn bắt đầu quy trình chăm sóc tự động một khi một khách hàng mới mua hàng từ bạn:

Ngày 1 - Email: Cảm ơn bạn đã mua hàng.

Tôi trân trọng bạn.

Ngày 8 - Email: Cảm ơn bạn một lần nữa đã mua hàng.

Bởi vì bạn mua hàng từ tôi, tôi muốn gửi bạn một điều đặc biệt. Hãy theo dõi hộp thư của bạn.

Ngày 15 - Thư gửi trực tiếp

Cảm ơn bạn một lần nữa, và đây là món quà miễn phí dành tặng bạn. (Bạn không tốn gì cho món quà này.)

Ngày 30 - Gọi điện thoại:

Kiểm tra liệu bạn có hài lòng với món hàng bạn mua.

Ngày 45 - Bưu thiếp:

Giới thiệu một người bạn và nhận giảm giá cho những lần mua hàng tiếp theo.

Bạn nghĩ việc này có tạo ra sự khác biệt không? Bạn cá là có. Đây là sức mạnh của tự động hóa, và nó sẽ mang lại kết quả - một cách kỳ diệu. Khi Scott mua một chiếc xe cách đây hai năm, anh nhận được một cuộc điện thoại cảm ơn, một bảng khảo sát, một tin nhắn cá nhân từ người bán hàng, và bánh quy cookie từ cửa hàng bánh ở nơi anh ở.

Điều tuyệt vời ở đây là, tự động hóa không giới hạn ở việc chăm sóc. Nó có thể là lợi ích lớn nhất cho kinh doanh của bạn, nhưng tự động hóa có thể ứng dụng ở gần như mọi hoạt động trong kinh doanh của bạn.

THU THẬP THÔNG TIN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Nếu bạn có một doanh nghiệp, thì bạn có thể có một website. Nếu bạn không có website, thì bạn có thể đang làm một website. Hầu hết những ai truy cập vào website của bạn đều tìm kiếm thông tin. Nếu họ không tìm thấy những gì họ muốn trên website của bạn, họ buộc phải gọi cho bạn - tốn thời gian quý giá của bạn và của họ.

Nếu những gì họ muốn là có thêm thông tin, sao bạn không chăm sóc họ tự động ngay từ ban đầu? Hãy cho họ những thông tin có giá trị trên trang web của bạn để đổi lấy thông tin cá nhân của họ. Bạn có thể cho họ:

- Một bản tin
- Một bản báo cáo miễn phí
- Một lời mời dùng thử
- Đăng ký thành viên tại một diễn đàn đặc biệt
- Minh họa sản phẩm hay dịch vụ của bạn

Người ta đến website của bạn để tìm kiếm thông tin. Khi bạn cho họ thông tin đó dưới một trong những hình thức nêu trên, họ sẽ sẵn sàng cho bạn tên và địa chỉ email của họ. Thật ra, hầu hết mọi người thích cách này hơn bởi vì họ không phải gọi điện cho bạn và hỏi bạn thông tin chi tiết về những sản phẩm và dịch vụ của bạn.

Bạn không phải làm một việc gì, và bạn vẫn cung cấp được cho những người truy cập website của bạn những thông tin quý giá. Bạn hãy cho họ tất cả những thông tin họ rất muốn và rất cần. Bởi vì bây giờ bạn đã có thông tin liên lạc cá nhân của họ trong cơ sở dữ liệu của bạn (việc này sẽ tự động diễn ra khi họ điền vào bảng trên trang web của bạn), hệ thống của bạn sẽ tự động gửi cho họ những tài liệu quý giá và có tính giáo dục trong một trong những bước chăm sóc đã được thiết lập sẵn

trước đó (và rất hiệu quả) trong quy trình chăm sóc khách hàng.

Chúng tôi đang đơn giản hóa quy trình này theo một quy mô lớn hơn, nhưng một lần nữa, nó rất tuyệt vời. Nếu bạn chưa bao giờ có được trải nghiệm này, vậy thì hãy tải một bài báo cáo miễn phí từ trang web của một người nào đó.

XUẤT HÓA ĐƠN VÀ THU TIỀN

Cách đây nhiều năm, chúng tôi có một chủ doanh nghiệp gọi điện thoại đến, cô ấy vô cùng đau khổ với tình hình hiện tại của mình. Cô ấy dạy piano tại nhà và rất thích những gì mình đang làm. Vì là một nghệ sĩ xuất sắc, cô ấy rất nổi tiếng và không gặp khó khăn gì trong việc tìm học viên. Thực ra, cô ấy có một danh sách những học viên mong đợi để được học cùng cô ấy.

Vậy cô ấy đau khổ vì điều gì? Cô ấy không tìm được cách để nhận được tiền học phí. Mỗi lần học viên đến lớp học, cô ấy mong các em sẽ mang theo học phí để đóng. Nhưng các em hay quên mang theo tiền. Nếu học viên nghỉ học, thì cô ấy không nhận được tiền (thậm chí với rất nhiều em chờ để được học).

Câu trả lời cho vấn đề này là - bạn cũng đoán được rồi đấy - tự động hóa. Cô ấy chỉ cần tự động hóa quy trình đóng học phí. Sau khi thiết lập phần mềm (cùng với quy trình nhắc nhở học viên tự động), người khách hàng mới này có thể nhận được tiền cho dịch vụ của mình.

Mỗi tháng, toàn bộ học viên của cô ấy sẽ trả tiền học phí qua thẻ tín dụng mà họ đã cung cấp cho cô. Thay vì mang tiền đến lớp để đóng, các học viên (và bố mẹ của các em) nhận được một email thông báo rằng học phí cho tháng này đã được đóng. Cô ấy không còn rơi vào tình huống không nhận được tiền nữa. Khi học viên vắng một buổi học, các em vẫn phải đóng tiền như khi có đi học.

Trong trường hợp thẻ tín dụng không hoạt động, tự động hóa sẽ thay thế. Đầu tiên, người giáo viên piano được thông báo là việc đóng tiền bị lỗi. Thứ hai, hệ thống sẽ quay lại thu tiền một vài ngày sau đó. Thứ ba, nếu ở lần thứ hai này cũng thất bại thì giáo viên sẽ tiếp tục được thông báo. Thứ tư, một email được gửi đến khách hàng yêu cầu họ liên lạc ngay với giáo viên piano về tình trạng thanh toán của họ. Giáo viên piano đó không cần phải làm một việc gì.

Quá trình thanh toán tự động tương tự như thế này có thể được triển khai trong bất kỳ doanh nghiệp nào, và được cá nhân hóa để đáp ứng nhu cầu của người chủ doanh nghiệp. Có thể bạn muốn triển khai một kế hoạch thanh toán cho một khách hàng cụ thể. Một hệ thống tự động có thể làm được việc này. Hoặc bạn cũng có thể cần thu tiền khách hàng của bạn định kỳ theo quý hoặc theo năm - không vấn đề gì hết. Nếu bạn cần hủy một dịch vụ trong trường hợp hệ thống thanh toán bị lỗi, bạn cũng có thể hủy.

Thay vì dành thời gian mỗi ngày làm việc với vấn đề tài chính của bạn, hãy tự động hóa những quy trình thanh toán. Nó sẽ giúp bạn tiết kiệm rất nhiều thời gian, và một lần nữa, hạn chế sai sót.

QUY TRÌNH LÀM VIỆC

Điều quan trọng nhất, với tự động hóa, bạn có khả năng mở rộng kinh doanh của mình hơn. Bởi vì mọi thứ được thiết lập để chạy khi cần thiết, không quan trọng bạn có thêm vào bao nhiêu đối tượng tiềm năng hay khách hàng, hệ thống có thể chăm sóc toàn bộ. Bạn không cần phải lo lắng về việc có bao nhiêu đối tượng được thêm vào. Việc thanh toán tự động có thể xử lý hàng nghìn khách hàng.

Thật sự là bạn có thể phát triển kinh doanh của mình một cách dễ dàng và hiệu quả mà không cần tuyển thêm nhân viên. Dù sao đi nữa, đôi khi lựa chọn tốt nhất cho bạn lại là việc

có thêm vài nhân viên. Nếu bạn đang kinh doanh một số sản phẩm hay dịch vụ giá thành cao, bạn có thể tuyển thêm vài nhân viên bán hàng để xử lý những vấn đề gặp phải một khi khách hàng tiềm năng đang hào hứng và sẵn sàng mua hàng ngay.

Nhưng đừng để việc có thêm vài nhân viên khiến bạn nghĩ bạn không cần tự động hóa mọi khía cạnh trong việc kinh doanh của mình. Bởi vì đó chính là điều bạn nên làm. Quản lý quy trình làm việc và quản lý nhân viên của bạn sẽ trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết khi bạn có sẵn một hệ thống tự động.

Với một hệ thống tự động có sẵn, bạn có thể:

- Tự động phân chia những đối tượng khách hàng tiềm năng cho các nhân viên bán hàng của bạn.
- Nhận thông báo khi đối tượng tiềm năng bước từ một giai đoạn qua giai đoạn tiếp theo trong chu trình bán hàng của bạn.
- Cho phép nhân viên bán hàng tự động phản hồi những câu hỏi, thắc mắc và lo ngại của những đối tượng tiềm năng.
- Thông báo ngay lập tức cho nhân viên của bạn khi một giao dịch bán hàng được hoàn thành (chúng tôi yêu điểm này!)

Đây mới chỉ là khởi đầu của những điều bạn có thể làm khi bạn tự động hóa quy trình làm việc của bạn và nhân viên của mình. Chỉ cần một chút hỗ trợ từ hệ thống tự động, bạn có thể tự động hóa chức năng phục vụ khách hàng trong việc kinh doanh của bạn và tối ưu hóa thời gian của mình. Bạn có thể tiết kiệm được bao nhiêu thời gian chỉ bằng việc theo dõi được sát sao những công việc cần làm, những việc đã được hoàn thành và những việc nên làm? Các hệ thống tự động hóa đóng vai trò như một băng vận chuyển trong khâu sản xuất trong doanh nghiệp của bạn, tiết kiệm thời gian cho bạn và giúp bạn tránh được những sai lầm tốn kém và việc lao động thủ công.

Chúng tôi có thể tiếp tục liệt kê ra những khả năng của việc tự động hóa doanh nghiệp của bạn. Nhưng cho đến khi bạn tự trải nghiệm nó cho chính mình, sẽ khó để bạn có thể hiểu được việc này sẽ đưa bạn thoát khỏi sự hỗn loạn dễ dàng như thế nào.

MỘT CÂU CHUYỆN VỀ TỰ ĐỘNG HÓA

Để bạn thấy được tiềm năng của sự tự động hóa trong kinh doanh của chính mình, chúng tôi muốn chia sẻ với bạn một trong những câu chuyện yêu thích nhất của chúng tôi. Câu chuyện này là một ví dụ thực tế từ chính khách hàng của chúng tôi. Tháng 3 năm 2008, một cặp vợ chồng đã thắng giải trong cuộc thi chúng tôi tổ chức cho khách hàng và những đối tượng khách hàng tiềm năng của mình. Giải thưởng là quyền sử dụng dịch vụ phần mềm marketing tự động của chúng tôi trong vòng một năm.

Lần đầu tiên chúng tôi nghe về cặp đôi này, họ có một cửa hàng chỉ hai người, đã đạt đến giới hạn của mình và đang mong muốn phát triển kinh doanh của họ. Họ có khoảng 5.800 danh bạ trong danh sách và nhận được khoảng 200 đơn hàng mỗi tháng cho sản phẩm của mình. Mặc dù họ đang phát triển, họ biết rằng kinh doanh của họ vẫn có tiềm năng tăng trưởng nhiều hơn nữa.

Chúng tôi để họ bắt đầu sử dụng phần mềm tự động hóa của chúng tôi, và theo dõi kết quả của họ. Chỉ trong một tháng triển khai việc tự động hóa trong kinh doanh của mình, cặp đôi này bắt đầu nhận thấy được những lợi ích mà họ có được. Đầu tiên, danh sách khách hàng của họ phát triển nhiều hơn, sau đó là doanh số kinh doanh bắt đầu tăng trưởng và với những công cụ tự động sẵn sàng hoạt động, họ dành thời gian ít hơn cho việc đáp ứng những nhu cầu và đơn hàng của khách hàng.

Ba tháng sau khi triển khai những quy trình tự động hóa, kích thước danh sách của họ đã phát triển tới hơn 10,000 danh bạ, và họ nhận được hơn 400 đơn hàng mỗi tháng. Điều tuyệt vời nhất là họ không còn phải làm việc với thời lượng dài, họ không cần tuyển thêm bất kỳ nhân viên nào và họ ít bị áp lực hơn hẳn so với thời điểm ba tháng trước đó.

Thật không may, sau một năm triển khai hệ thống tự động hóa này, người vợ phải phẫu thuật và không cho phép cô tiếp tục việc kinh doanh của mình trong vài tuần. Hãy thử nghĩ chuyện gì sẽ xảy ra với doanh nghiệp của bạn nếu bạn phải trải qua một cuộc phẫu thuật. Kinh doanh của bạn lúc đó sẽ bị ì lại hay tiếp tục vươn lên phát triển mạnh mẽ?

Đây là điều khách hàng này chia sẻ lại:

Tôi phải phẫu thuật vào tháng 6, và tôi cũng không chắc mình sẽ mất bao lâu để hồi phục. Bởi vì những quy trình marketing và theo sát khách hàng của chúng tôi đã được thiết lập sẵn và tự động, tôi không cần làm gì để chuẩn bị cho doanh nghiệp của mình trong thời gian tôi không thể vận hành nó. Mặc dù tôi không có ở văn phòng, những đối tượng tiềm năng vẫn nhận được những thông tin họ đang tìm kiếm, và các email theo sau vẫn hỗ trợ chốt được những đơn hàng này. *Nó vận hành như một cỗ máy.* Chúng tôi có doanh thu kỷ lục trong tháng 6, mặc dù phần lớn thời gian tôi không có mặt để vận hành nó. Thật tuyệt vời khi biết được rằng nếu có khi nào tôi quyết định có một kỳ nghỉ dài hơi, gia đình chúng tôi sẽ vẫn nhận được những khoản thu nhập như thế.

Đó chính là sức mạnh của tự động hóa. Nó không chỉ gia tăng doanh số, không chỉ tiết kiệm thời gian cho bạn. Tự động hóa giải phóng và cho phép doanh nhân sống cuộc sống theo cách mà họ muốn. Và, thêm nữa, vào cuối năm đầu tiên này,

với hệ thống tự động hóa, kinh doanh của người khách hàng này đã phát triển gấp 4 lần so với ban đầu.

- Danh sách của họ tăng từ 5.800 danh bạ lên tới 29.600 danh bạ
- Khối lượng đơn hàng hàng tháng tăng từ 200 đơn lên 850 đơn
- Doanh thu hàng tháng nhảy vọt từ \$13,000 lên tới \$48,000
- Việc gia tăng nhân sự duy nhất là sự hỗ trợ bán thời gian của người con gái đang trong độ tuổi sinh viên của họ

Thành thật mà nói, chúng tôi không thể biết được ai có thể đột phá hẳn ra khỏi guồng quay mà không sử dụng tự động hóa. Tự động hóa có thể giải quyết những công việc phức tạp và tốn thời gian nhất mà một chủ doanh nghiệp nhỏ phải đảm nhận. Và điều này đem lại cho người chủ doanh nghiệp lợi thế lớn nhất trong quá trình phát triển tài chính, thời gian và sự chủ động trong công việc.

Vậy nên, bạn nên tìm cho bản thân mình một hệ thống có thể không ngừng làm việc - kể cả khi bạn không thể tiếp tục! Khám phá sức mạnh của sự tự động hóa, và bạn sẽ khám phá được những cách đơn giản hóa việc kinh doanh của bạn và gia tăng doanh thu của bạn một cách đáng kể.

Phần IV

TÌM KIẾM SỰ TỰ DO CỦA BẠN

10

ĐỪNG ĐỂ TRƯỢT DỐC



Thay đổi một thói quen đã ăn sâu vào gốc rễ, cho dù đó là hành vi hay cảm xúc, là thử thách lớn nhất trong cuộc đời của bất kỳ ai. Doanh nhân khởi nghiệp thích nghĩ rằng họ đối mặt với khó khăn hàng ngày bình thường như việc ăn một bữa sáng, và sẽ không bao giờ thiếu những lời khuyên về việc phát triển bản thân từ những guru hay chuyên gia. Nhưng những thay đổi thật sự vẫn vô cùng khó khăn. Vì ai cũng từng trải qua việc có một giải pháp và phá vỡ nó trong vài ngày ngay sau đó, thật dễ dàng tái phạm.

— Alexander Stein, tiến sĩ

Và đây là phần của cuốn sách mà bạn có thể thở phào nhẹ nhõm. Cuối cùng thì, chỉ có 6 chiến lược để thoát ra khỏi sự hỗn loạn (1) Nguồn vốn cảm xúc; (2) Tinh thần lạc quan có kỷ luật; (3) Tinh thần độc lập của doanh nhân; (4) Tập trung hóa; (5) Chăm sóc khách hàng; (6) Tự động hóa. Bạn cảm thấy những điều này thật dễ hiểu và trông có vẻ khá dễ dàng để triển khai. Và theo tiêu chuẩn của những quyển sách tốt, đây là thời điểm để bạn cảm thấy mình có thể làm được điều này, đúng không?

Và khi bạn đi theo chúng tôi qua những chiến lược này, bạn học được rằng những điều bạn cần để thật sự tìm thấy được sự tự do cho mình và:

- Kiếm nhiều tiền hơn
- Có thêm thời gian cho bản thân
- Chủ động được cuộc sống của mình
- Đạt được mục đích sống của mình

Bạn đã học mọi thứ cần thiết để chinh phục sự hỗn loạn và phát triển kinh doanh của mình mà không phát điên lên. Kiến thức bạn nhận được từ quyển sách này cho bạn những công cụ để tạo ra những thay đổi tích cực cho cả việc kinh doanh và cuộc sống cá nhân của bạn.

Giống như việc bạn đang hơi lo lắng khi bắt đầu triển khai những chiến lược này cho kinh doanh của bạn, nó vẫn chưa phải là thời điểm để bắt đầu ăn mừng. Có một vài ý tưởng cuối cùng chúng tôi phải chia sẻ với bạn trước khi bạn thật sự khám phá ra cách đạt được một cuộc sống toàn diện (Chúng ta sẽ ăn mừng trong chương tiếp theo).

Một khi bạn đã nắm được các chiến lược này, bạn đã học được cách chinh phục sự hỗn loạn. Nhưng điều đó không đồng nghĩa với việc nó sẽ không bao giờ đe dọa bạn nữa. Những yếu tố có thể tạo nên sự hỗn loạn vẫn còn đó. Tốc độ dịch chuyển của công nghệ không hề chậm lại chỉ bởi vì bạn đã học được cách khai thác nó. Những nhu cầu của khách hàng sẽ không dừng lại chỉ bởi bạn đã tự học được cách là một người lạc quan có kỷ luật. Nó sẽ diễn ra liên tục trong suốt quá trình kinh doanh của bạn.

Hãy dành một phút và cùng bàn xem “làm thế nào để phòng tránh việc quay trở lại với sự hỗn loạn”. Bạn thấy đấy, một khi bạn đã nắm vững sáu chiến lược, sẽ có ba khuynh hướng mà có thể đẩy bạn trượt lại vào guồng quay điên cuồng ấy nếu bạn không cẩn thận. Ba nguy cơ cần tránh xa là:

1. Áo tưởng về việc làm việc chăm chỉ và nỗ lực trong thời gian dài.
2. Tham vọng không được kiểm soát của bạn.
3. Niềm tin rằng việc kinh doanh của bạn sẽ thất bại nếu không có bạn.

ẢO TƯỢNG CỦA LÀM VIỆC CHĂM CHỈ VÀ NỖ LỰC TRONG THỜI GIAN DÀI

Sự giải phóng - tự bản thân nó là một cảm giác thoáng qua. Ngay phút bạn thoát khỏi sự hỗn loạn, bạn sẽ hít một hơi thật sâu và sau đó bắt đầu cảm nhận được ngay khoảnh khắc hoảng loạn.

Bạn vừa thoát khỏi nỗi sợ hãi, sự tự nghi ngờ và khổ sở của một người chủ doanh nghiệp nhỏ mà không hề nhận ra điều đó. Nhưng thay vì ăn mừng với thành tựu này của mình, bạn lại có cảm giác như một con cá bị ném ra khỏi nước. Bạn đã ở trong sự hỗn loạn quá lâu, bạn trở nên quen với nó. Trong những trường hợp cực đoan nhất, chúng tôi đã thấy các doanh nhân, những người cần sự hỗn loạn và cả những người cố tình tạo ra sự hỗn loạn không hề tồn tại trong việc kinh doanh của họ. Nghe thật điên rồ phải không? Hãy tiếp tục với chúng tôi.

Chúng ta đều biết rằng làm việc chăm chỉ là tác nhân vô cùng quan trọng trong thành công. Với một số trường hợp ngoại lệ hiếm hoi, những người đạt được kết quả vĩ đại đã làm việc cực kỳ chăm chỉ để đạt được chúng. Chúng tôi là những người tin tưởng vững chắc vào giá trị của sự chăm chỉ trong công việc. Nhưng liệu có bao giờ bạn cân nhắc rằng cách làm việc của bạn lại đang góp phần cho sự hỗn loạn?

Một khi bạn có cơ hội rời xa công việc của bạn trong vài giờ, vài ngày hay thậm chí có thể là vài tuần, những thói quen làm việc bạn đã hình thành chắc chắn sẽ ám ảnh bạn. Ngay cả bây giờ, nếu bạn có vài ngày không làm việc, bạn sẽ cảm thấy như thế nào? Cảm thấy bức bối, khó chịu, thậm chí là buồn tẻ vô cùng? Đó là bởi vì suy nghĩ của bạn đang phải khó khăn xử lý thông tin các hành động của bạn. Nó đang nói rằng, “Chờ một phút! Bạn không thể ngừng làm việc như thế. Bạn luôn làm việc. Bây giờ tôi phải làm gì với việc này đây?”

Vấn đề là chúng ta đã nhàm lẫn những giờ làm việc dài với năng suất làm việc.

Đó là một sự ảo tưởng. Bằng cách nào đó chúng ta đã tự đánh lừa chính bản thân mình rằng chúng ta chỉ cần làm việc nhiều giờ hơn, chúng ta sẽ có thêm nhiều thời gian, tiền bạc và chủ động hơn (hah!). Tệ hơn nữa, một số người trong chúng ta cảm thấy như mình không xứng đáng với thời gian và tiền bạc nếu không lấp đầy 60+ giờ làm việc hàng tuần với “khối lượng công việc”. Tại sao lại như vậy? Vì chúng ta bận chỉ để bận? Đây không phải là về số giờ đã bỏ ra để làm việc; mà là về năng suất lao động mỗi giờ.

Nhưng đó không phải là cách xã hội của chúng ta được xây dựng. Hầu như mọi Tập đoàn ở Mỹ đều trả tiền cho sự hiện diện của bạn. Chắc chắn là có vài chủ doanh nghiệp tiến bộ, những người trả tiền cho bạn vì hiệu quả công việc của bạn chứ không phải là quan tâm xem liệu bạn có mặt hay không, nhưng đó là ngoại lệ chứ không phải quy chuẩn thông thường.

Thực tế là, xã hội chúng ta được lập trình để tin rằng những giờ làm việc được sử dụng đồng nghĩa với việc mang lại năng suất và giá trị. Do đó, bạn phải đấu tranh để không lấp đầy thời gian của bạn với “công việc”, không để mình trượt lại vào cái hố hỗn loạn.

Nếu bạn để mình bị ràng buộc với niềm tin rằng nhiều giờ làm việc đồng nghĩa với hiệu suất công việc, bạn sẽ trượt ngay về với sự hỗn loạn và doanh nghiệp của bạn sẽ bị ảnh hưởng. Một khi các hệ thống của bạn được thiết lập, hãy dành thời gian bạn đang tiết kiệm được cho bản thân. Đừng nghĩ rằng bạn phải tập trung sự nỗ lực của mình vào một nơi nào khác nữa.

Khi Cate đang học trung học, mẹ anh có một công việc bán thời gian, thiết kế những căn hộ mẫu cho những nhà thầu xây dựng. Khi bà ấy cần chuyển đồ nội thất, mẹ của Cate đã cho anh cơ hội để làm việc. Bà trả tiền hào phóng cho những

cố gắng của anh, và trả theo “từng việc một”. Bây giờ mặc dù anh không quá yêu thích chuyển vận chuyển đồ nội thất, Cate nhận ra rằng việc đó rất có thể sinh ra lợi nhuận. Cate có thể thuê một chiếc xe tải U-Haul, trả cho một vài người bạn 10 đô la mỗi giờ và kiếm 25 đô la hay 30 đô la một giờ. Cate có một doanh nghiệp nhỏ làm công việc này trong vài năm. Nhưng chìa khóa là anh không được trả tiền theo giờ. Anh được trả tiền để hoàn thành công việc và anh làm nó theo cách có thể tối đa lợi nhuận.

Giờ đây, trong khi bạn bè của anh cam chịu làm việc ở các nhà hàng thức ăn nhanh hay cửa hàng bán lẻ, Cate làm việc vài giờ một tuần và vẫn kiếm được nhiều tiền hơn họ. Anh ta có từ bỏ công việc của mình vì không cảm thấy mình đang làm việc đủ chăm chỉ không? Không đâu! Anh ấy có phải đã trả lại tiền vì cảm thấy mình được trả lương quá cao so với nỗ lực không? Không hề có chuyện đó. Có phải anh ấy có thể hã hê một chút với bạn bè mình không? Có đấy.

Một khi bạn ở bên ngoài sự hỗn loạn, đừng để bị lôi ngược lại cái hố đó. Khi bạn cảm thấy mình có dư thời gian, đừng ngay lập tức tìm cái gì đó để làm. Điều đó làm mất đi mục tiêu của việc chinh phục sự hỗn loạn.

Học cách sử dụng thời gian đó cho chính mình. Nếu bạn muốn làm việc chăm chỉ, tốt thôi! Làm việc chăm chỉ giúp ích cho gia đình, bạn bè và cộng đồng. Nhưng hãy nhận ra rằng một khi sự tự động hóa đang diễn ra trong việc kinh doanh của bạn, về lâu dài, làm việc chăm chỉ là không còn cần thiết. Nó chỉ là sự phân tâm - một sự dụ dỗ kéo bạn về với những giờ làm việc dài, tẻ nhạt.

KIỂM SOÁT NIỀM ĐAM MÊ CỦA BẠN

Thách thức tiếp theo mà chúng tôi muốn cảnh báo bạn cần chống lại là tham vọng của chính bạn. Bạn thấy đấy, một điều đáng chú ý xảy ra khi sự hỗn loạn cuối cùng đã bị chinh phục. Đó chính là người doanh nhân lại nổi dậy trong bạn. Một khi việc kinh doanh của bạn vận hành suôn sẻ, tự động, nhanh chóng và kiếm được rất nhiều tiền, các doanh nhân sẽ lại được tự do để kiểm soát theo ý mình.

Đâu là vị trí đầu tiên mà anh ta hay cô ta hướng đến? Vâng, những nhu cầu của một doanh nghiệp nhỏ luôn đòi hỏi rằng chủ doanh nghiệp phải là - chủ doanh nghiệp. Họ không thể dành thời gian để sáng tạo hay tính toán rủi ro. Việc không ngừng phải xử lý các vấn đề khiến họ bị chính việc kinh doanh của mình kéo đi. Tự nhiên sự sáng tạo, sự hứng thú và niềm đam mê của họ bị chôn vùi.

Nhưng, khi sáu chiến lược được thiết lập và doanh nghiệp trở nên hiệu quả hơn, doanh nhân có thời gian để bắt đầu mơ ước về những khả năng mới. Với một khoảng thời gian rảnh rỗi, cô ấy có thể nghĩ ra những sản phẩm hay dịch vụ mới, khởi xướng một số ý tưởng marketing độc đáo và dành nhiều thời gian hơn để liên kết mạng lưới với các doanh nhân khác.

Có nhiều thời gian với việc kinh doanh thay vì bị chìm ngập trong nó, các khả năng cho các doanh nhân là vô tận. Ở đó xuất hiện vấn đề.

Bây giờ bạn thấy mình có nhiều thời gian hơn, điều gì sẽ ngăn cản bạn tham gia vào các dự án mới? Quá nhiều dự án mới. Khi thời gian và tiền bạc sẵn sàng, cửa tháo nước được mở ra. Bạn sẽ bắt đầu mong muốn tham gia vào hàng nghìn khả năng mới. Thay vì tập trung vào gia đình, bạn bè và cuộc sống cá nhân, việc kinh doanh sẽ nuốt chửng bạn... nhưng theo một cách hoàn toàn mới.

Bạn sẽ không còn chiến đấu để:

- Thanh toán các hóa đơn
- Bán hàng
- Theo sát các khách hàng tiềm năng

Thay vào đó, bạn sẽ chiến đấu với hàng triệu ý tưởng mới mà tất cả đều cần có sự tập trung của bạn ngay lập tức. Vương vào sự phấn khích khi vừa được giải phóng, quá nhiều chủ doanh nghiệp đã tự bỏ qua phần thực tế của họ và để cho phần doanh nhân muốn khởi nghiệp trong họ nắm sự kiểm soát...

Nhưng nếu bạn đang tập trung tất cả thời gian vào những dự án mới, những dự án cần thời gian, tiền bạc và sự cống hiến, bạn sẽ không còn được giải phóng. Bạn trở thành nô lệ cho những ý tưởng mới đó. Và nếu bạn không cẩn thận, mục đích thực sự của bạn sẽ bị đánh mất.

Bằng cách nào đó, bạn phải tìm ra sự cân bằng giữa công việc kinh doanh của bạn (một lợi ích của sự giải phóng), và vòng xoáy sáng tạo quá mức. Hãy nhớ rằng, gia đình bạn vẫn muốn bạn ở nhà. Bạn bè của bạn vẫn hy vọng bạn sẽ có thời gian để đi chơi với họ. Đừng dành tất cả số tiền, thời gian và năng lượng mới tìm kiếm của bạn vào việc tái đầu tư kinh doanh.

Đừng vội tin rằng việc bỏ qua cơ hội là điều khiến bạn hối hận về sau. Chắc chắn, bạn sẽ nắm bắt vài cơ hội trong số đó, nhưng có bao nhiêu trong số đó sẽ làm bạn mừng rằng mình đã kim lại được tham vọng của mình?

Một trong những người cố vấn của chúng tôi, Dan Sullivan, điều hành một chương trình huấn luyện cho các doanh nhân gọi là Huấn luyện viên chiến lược. Trong chương trình của mình, Dan dạy cho các doanh nhân “Những ngày tự do” tránh xa khỏi công việc. Khi một doanh nhân càng thành công, số

ngày rảnh rỗi tự do của cô ấy sẽ càng tăng. Hãy ghi nhớ điều này và kiểm tra tham vọng của bạn bằng cách liên tục tăng số ngày rảnh rỗi bạn mà bạn có thể có.

NIỀM TIN RẰNG DOANH NGHIỆP CỦA BẠN SẼ THẤT BẠI KHI KHÔNG CÓ BẠN

Khi bạn mới *bắt đầu* kinh doanh, bạn chính là keo dán kết dính tất cả lại với nhau. Nếu không bạn thì không có việc kinh doanh. Việc kinh doanh chỉ bắt đầu bởi vì bạn thấy cần phải hoàn thành và bạn cố gắng vì nó. Trong vài tháng hay nhiều năm đầu tiên, mọi thứ được hoàn thành đều do bạn thực hiện.

Bạn đã bắt đầu khi không có nhân viên nào cả. Bạn có thể không đủ tiền để thuê một chuyên gia hay người tổng hợp nội dung copywriter. Vì vậy, bạn phải làm tất cả. Bạn có thể nhận được sự giúp đỡ từ vợ/chồng hay các thành viên trong gia đình hỗ trợ bạn - nhưng phần lớn là do bạn và những nỗ lực của bạn.

Nếu bạn ngừng làm việc, doanh nghiệp ngừng hoạt động. Nếu bạn không mang lại những khách hàng tiềm năng, doanh nghiệp cũng không nhận được bất kỳ điều gì. Nếu bạn không kiếm được doanh thu, doanh nghiệp không kiếm được tiền.

Là một chủ doanh nghiệp nhỏ trong sự hỗn loạn, đó là thực tế khắc nghiệt. Không có bạn, không có gì cả. Trên thực tế, doanh nghiệp của bạn có thể được gắn nhãn với tên của bạn hay các đặc điểm nhận dạng khác. Nói cách khác, bạn là doanh nghiệp của bạn. Bây giờ là lúc để thoát khỏi niềm tin rằng mọi thứ phụ thuộc vào bạn.

Bạn càng kinh doanh lâu, niềm tin này càng ăn sâu. Bạn biết đấy, bạn không đơn giản ngừng làm mọi việc vào một ngày và nói, “Này, tôi đã chinh phục được sự hỗn loạn trong công việc của mình. Nó sẽ không sụp đổ nếu tôi không ở đó đâu.”

Hãy suy nghĩ về lần đầu tiên bạn dành thời gian rời xa công việc của mình. Có thể là một ngày. Có thể bạn đã quyết định nghỉ làm sớm vào chiều thứ Sáu và đi chơi bóng chày với con của bạn. Trước khi rời khỏi, bạn chắc chắn kiểm tra thư thoại của bạn, sắp xếp qua email, kiểm tra danh sách việc cần làm và dọn dẹp bàn làm việc.

Nghe có vẻ là một cách hay để kết thúc một ngày. Nhưng trước khi bạn thực sự bước ra và khóa cửa, bạn có chờ đợi nó không? Bạn có đứng giữa văn phòng chờ nó sụp đổ? Bạn có nghe thấy tiếng điện thoại kêu ngay cả khi bạn bước ra xe của bạn? Bạn có ngay lập tức thiết lập chuyển cuộc điện thoại từ điện thoại văn phòng đến điện thoại di động của bạn?

Không có hành động nào là đáng ngạc nhiên. Đi một bước có thể chính là một cuộc đấu tranh thực sự đầu tiên. Ngay cả lần thứ hai hoặc thứ ba. Sau đó? Bạn bắt đầu nhận ra mọi thứ đều tốt đẹp khi bạn đi. Chắc chắn, đôi khi sẽ có những ngọn lửa nhen nhóm, nhưng chúng vẫn sẽ cháy ngay cả khi bạn ở đó. Và trong hầu hết mọi tình huống, bạn có thể xử lý công việc ngay khi bạn quay lại với vị trí kiểm soát.

Cứ thư giãn. Hãy buông nó ra. Việc kinh doanh vẫn sẽ ổn. Trong thực tế, chúng ta nhận thấy rằng nó thường phát triển tốt hơn khi chúng ta vắng mặt. Nhân viên vui mừng vì có thêm một chút quyền tự chủ và ra quyết định. Quy trình tự động vẫn vận hành dù chúng ta có ở đó hay không. Trong nhiều trường hợp, chúng ta và khách hàng của chúng ta chứng kiến năng suất kỷ lục xuất hiện khi chúng ta vắng mặt. Đó không phải là sự trùng hợp ngẫu nhiên. Thực tế là doanh nghiệp không cần bạn 24/7 như trước nữa.

Đó là một điều tuyệt vời! Hãy tận hưởng nó và đừng tiếp tục đặt bản thân vào giữa công việc kinh doanh nữa. Cuối cùng khi nghỉ đến điều quan trọng nhất, có ích gì khi chinh phục sự hỗn loạn nếu bạn không để cho việc kinh doanh vận hành độc lập một lần trong một đời?

Đây là điều bạn cần phải suy nghĩ: bạn không bắt đầu kinh doanh để bị ràng buộc vào nó. Nhớ lại đi nào! Bạn muốn tự do. Sự linh hoạt. Khả năng làm những gì bạn muốn bất cứ khi bạn muốn. Vâng, bây giờ bạn đã có nó. Đừng lãng phí nó bằng cách đối mặt với một trong ba mối đe dọa kéo bạn trượt lại vào mớ hỗn loạn.

Một khi bạn triển khai được các chiến lược này, bạn đã chinh phục được sự hỗn loạn. Bạn đã tìm thấy sự tự do mà bạn luôn mơ ước. Bạn đã đạt được Thời gian, Tiền, Sự chủ động và Mục đích bạn muốn khi bạn quyết định bước vào kinh doanh. Điều cuối cùng bạn muốn là phải lùi lại một bước khi bạn đã tiến rất xa.

Sự hỗn loạn luôn chờ đợi cơ hội để kéo bạn lùi lại. Nhưng miễn là bạn biết, miễn là bạn đang cảnh giác với các dấu hiệu cảnh báo của sự thụt lùi, bạn có thể tránh được nó. Khi cần, hãy tự hỏi bản thân những gì thực sự quan trọng trong cuộc sống của bạn. Quay trở lại Cấp bậc của Sự tự do và tập trung vào cấp cao nhất: Mục đích. Đó là những gì bạn muốn. Nhưng thỉnh thoảng, ngay cả những doanh nhân giỏi nhất cũng cần một lời nhắc nhở.

11

KHI DOANH NHÂN ĐƯỢC GIẢI PHÓNG



Trong thế giới, con người được trả tiền dựa trên thời gian và sức lực bỏ ra. Nhưng đối với các doanh nhân khởi nghiệp, những người được trả theo giá trị mà họ tạo ra, bất kể họ đã đạt được nó như thế nào, quan trọng phải là họ đã bỏ ra bao nhiêu thời gian và sức lực - mà quan trọng là kết quả.

— Nomura, Catherine, và Sullivan, 2007

Dây chính là chương mà bạn phải đọc cả quyển sách mới đến được. Chương này là nơi bạn có thể bắt đầu tưởng tượng ra cuộc sống tự do của một doanh nhân khởi nghiệp.

Là một doanh nhân tự do, tất cả những nỗi đau mà bạn chịu đựng trong nhiều năm sẽ đi qua. Tất cả những kết quả về mặt tinh thần, thể chất và xã hội liên quan đến vận hành một công ty xoay chuyển 180 độ. Thay vì kiệt sức bởi kinh doanh của bạn, bạn có thể tự cho phép mình hưởng thụ nó và thậm chí kinh doanh của bạn còn mang lại năng lượng cho bạn. Bởi vì khi các chiến lược được triển khai, doanh nghiệp của bạn trở thành một bộ máy hoàn chỉnh giúp bạn vận hành trơn tru các công việc:

- Bạn có thể dễ dàng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và khách hàng tiềm năng
- Bạn kiếm được thu nhập đáng kinh ngạc
- Bạn có thời gian dành cho gia đình và bạn bè (thời gian bạn sẽ không có được nếu bạn vẫn còn đi làm công ăn lương)
- Bạn tự do làm những gì bạn muốn

Trong một môi trường như thế này, tại sao bạn lại không muốn làm nó chứ?

TIẾN LÊN CẤP BẬC TỰ DO CAO HƠN

Bây giờ, chỉ vì các công việc được làm tốt hơn một chút không có nghĩa là bạn có thể ngồi đó và hưởng thụ. Bạn vẫn phải làm việc. Nhưng bây giờ đó là công việc có ý nghĩa và hiệu quả hơn là những việc chỉ giúp bạn tồn tại.

Là một doanh nhân tự do, bạn sẽ có:

- Nhiều tiền hơn
- Nhiều thời gian hơn
- Chủ động hơn
- Có mục đích sống hơn

Nói tóm lại, bạn sẽ có những gì mà bố của Jake có - và nhiều hơn thế nữa.

NHIỀU TIỀN HƠN

Kiểm được nhiều tiền hơn có phải là lý do cơ bản để bạn bước vào con đường kinh doanh? Bạn có tin rằng với kiến thức và nỗ lực bạn có thể kiếm được nhiều tiền hơn công việc bạn làm ở công ty hay tập đoàn không?

Với sáu chiến lược này, doanh thu tăng trưởng nhanh là lợi ích đầu tiên bạn sẽ nhận được. Thông qua những quy trình và những hệ thống bạn áp dụng vào doanh nghiệp của bạn, bạn sẽ tối đa hóa mỗi một khách hàng tiềm năng, tất cả các cơ hội đến với bạn. Những chiến lược này cung cấp cho bạn công cụ để bạn gắn kết với khách hàng tiềm năng, giáo dục và cung cấp giá trị cho các khách hàng đang có sẵn trong danh sách và giúp cho quy trình bán hàng trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn. Nếu bạn có thể đưa một hệ thống cơ bản vào doanh nghiệp của bạn - nhờ đó bạn có thể tập trung cho những ý tưởng lớn - bạn sẽ thấy doanh số liên tục tăng trưởng và tiền không ngừng chảy về tài khoản của bạn.

Bạn có còn nhớ Scott đã được bảo rằng một triệu đô la đầu tiên là khó kiếm nhất không? Điều này hoàn toàn đúng. Sau gần mười năm vận hành doanh nghiệp của mình, chúng tôi có thể khẳng định như vậy. Nhưng một khi việc bán hàng của bạn trở thành tự động, và bạn mang những quy trình này để quản lý những đơn hàng đó dễ dàng và hiệu quả hơn, bạn bắt đầu đạt được rất nhiều doanh thu. Với nguồn doanh thu gia tăng đó, bạn có thể dùng để mua thêm nhiều trang thiết bị cho doanh nghiệp của mình. Với những trang thiết bị này, bạn có thể cải tiến những hệ thống và quy trình của bạn. Và do đó, vòng tròn này tiếp tục, tài khoản của bạn cứ thế mà tăng lên cùng với sự vận hành của quy trình này.

Khi bạn có thể hệ thống hóa doanh nghiệp của bạn và tập trung vào những việc mà bạn làm tốt nhất, doanh nghiệp của bạn sẽ chứng kiến sự tăng trưởng doanh số vượt bậc, và bạn cũng sẽ thấy một nguồn thu nhập to lớn hơn quay về với bạn.

NHIỀU THỜI GIAN HƠN

Cho dù bạn làm ở lĩnh vực gì, có một sự thật không bao giờ thay đổi, tự động hóa mang lại hiệu quả về thời gian. Bạn càng hoạt động dựa trên quy trình, bạn càng sử dụng thời gian của bạn, của nhân viên của bạn, của đối tác của bạn, của khách hàng của bạn một cách hiệu quả.

Đó chính là lý do vì sao những Chiến Lược Hệ Thống là một phần tất yếu để vượt qua khủng hoảng. Có các công cụ đúng trong tay, bạn có thể quản lý thêm rất nhiều danh sách khách hàng, hóa đơn và những công việc khác trong doanh nghiệp của bạn. Khi bạn làm được nhiều việc hơn với ít thời gian hơn, bạn có thể bắt đầu đưa ra những lựa chọn cho mình và cho doanh nghiệp của mình. Bạn có thể bắt đầu quyết định bạn sẽ đặt bao nhiêu công sức vào một dự án hoặc là một công việc.

Thay vì chạy theo một núi công việc, bạn có thời gian lên kế hoạch. Bạn có thể vạch ra trước vào năm nào bạn muốn doanh

nghiệp của bạn phát triển đến đâu và bạn hy vọng đạt được điều gì. Nhưng hơn hết, bạn có thời gian tập trung vào những điều quan trọng nhất.

Một người hàng xóm của Scott là một người làm công ăn lương điển hình. Không may mắn rằng, vị trí của anh thường xuyên yêu cầu anh ấy phải làm tăng ca. Khi Scott hỏi anh ấy nỗ lực như vậy để làm gì, anh ấy nói, “Nếu tôi làm kịp công việc, tôi sẽ có thời gian để đi nghỉ dài ngày cùng gia đình.”

Scott gật đầu và trả lời, “Trong lúc đó, anh sẵn lòng hy sinh những thời gian quý giá mà anh có thể dành cho họ mỗi ngày? Và bằng cách nào đó một kỳ nghỉ kéo dài một tuần sẽ bù đắp lại được tất cả?”

Người hàng xóm thốt lên một câu trả lời không liên quan, nhưng Scott nhanh chóng hỏi tiếp. “Nếu anh không làm xong hết công việc thì sao?”

Ánh mắt người đàn ông lúc này khiến Scott vô cùng đau lòng. Anh ấy biết rõ hơn ai hết công việc sẽ không bao giờ kết thúc. Cho dù bạn có hoàn thành bao nhiêu dự án trong tuần này đi nữa, tuần sau sẽ có thêm dự án khác để làm. Cho dù bạn nghĩ bạn vượt trội như thế nào trong công việc, thì luôn có một khối lượng công việc vô hạn để hoàn thành.

Khi bạn thực hiện những chiến lược này, bạn sẽ phát hiện ra rằng thời gian rảnh của bạn đến từ việc giúp các công việc được vận hành trơn tru. Nó đến từ việc đầu tư thời gian vận hành doanh nghiệp thiết lập những quy trình và hệ thống giúp bạn quản lý hết tất cả các công việc... một cách tự động.

Lợi ích của việc có thêm thời gian đang chờ để trở thành hiện thực. Bạn sẽ thực hiện được ước mơ làm được những gì bạn muốn vào lúc bạn muốn.

Khi bạn có thêm một giờ đồng hồ, thêm một ngày, một tuần, hoặc một tháng - bởi vì doanh nghiệp của bạn được vận hành hiệu quả hơn và nhân viên của bạn biết cách quản lý mà

không cần đến bạn, bạn thật sự được tự do. Bạn sẽ không còn bất lực trước một doanh nghiệp hỗn loạn. Thế giới một lần nữa là để bạn chinh phục, giống như một doanh nhân thực thụ.

CHỦ ĐỘNG HƠN

Có lẽ lợi ích lớn nhất của việc sử dụng những chiến lược này và chinh phục sự hỗn loạn là việc bạn có thể kiểm soát những nhu cầu về vật chất, tinh thần và cảm xúc. Khi bạn nắm vững được những Chiến Lược Tư Duy trong quyển sách này, sự bối rối và hỗn loạn đang tràn ngập trong tâm trí bạn bây giờ sẽ chỉ còn là chuyện của quá khứ. Con người mệt mỏi, kiệt sức trên chiếc ghế sofa mỗi tối trước đây sẽ được thay thế bởi một con người mới, tràn đầy năng lượng, có khả năng tự làm chủ tương lai của mình.

Làm chủ sự hỗn loạn trong đầu bạn không hề dễ, nhưng khi bạn đạt được khả năng này, bạn bắt đầu sống chủ động hơn. Bạn lấy lại được quyền kiểm soát doanh nghiệp, bởi vì bạn không còn phản ứng với nó nữa. Thêm vào đó là những hệ thống mà bạn triển khai để vận hành doanh nghiệp của mình, và ngay lập tức bạn có thể quyết định trước được mỗi một bước đi mà bạn muốn thực hiện.

Khi mọi việc được đưa vào guồng, bạn có thể quyết định bạn có nên:

- Thêm sản phẩm mới hay không
- Thuê nhân viên mới
- Thử nghiệm một quy trình mới
- Chi nhiều tiền hơn cho marketing
- Mở rộng một thị trường mới

Đó là những việc bạn có thể quyết định, bởi vì sáu chiến lược này cho bạn khả năng kiểm soát.

Bạn đã thoát ra khỏi thế giới đi làm tại các công ty. Bây giờ là lúc để bạn thoát khỏi sự ràng buộc của việc sở hữu một doanh nghiệp nhỏ. Chỉ có một nhân tố duy nhất có thể điều khiển được suy nghĩ, hành động và cảm xúc của bạn - và đó chính là bạn.

Không có nghĩa lý gì khi thay thế một ràng buộc này bằng một ràng buộc khác. Bạn muốn sống cuộc sống theo ý của bạn. Khi bạn thực hiện những ý tưởng này, bạn sẽ tìm thấy sức mạnh đó trong tâm tay bạn.

CÓ MỤC ĐÍCH SỐNG HƠN

Chúng tôi muốn hỏi lại bạn điều chúng tôi đã hỏi ở đầu quyển sách. Khi bạn quyết định phát triển một doanh nghiệp, bạn hy vọng đạt được điều gì? Một phong cách sống lý tưởng? Một cơ hội sống theo ý mình? Tự do làm chủ cho chính mình?

Với sáu chiến lược trong tay, cuối cùng bạn sẽ thấy ước mơ của mình trở thành sự thật. Bạn sẽ là một doanh nhân mà bạn đã hy vọng trở thành. Bạn sẽ là một câu chuyện thành công đầy cảm hứng vì đã trải qua rất nhiều thất bại. Nếu bạn thật sự tin tưởng và thực hiện những chiến lược chúng tôi đã trao cho bạn, những khả năng của bạn là vô hạn. Bạn có thể phát triển mô hình công ty mà bạn muốn - và sống một phong cách sống bạn có được.

Thêm vào đó, khi bạn vươn đến thành công ở một tầm như vậy, bạn sẽ thấy ước mơ của bạn không bị giới hạn bởi doanh nghiệp của bạn. Bạn không chỉ muốn sở hữu một doanh nghiệp thành công. Cái bạn sẽ tìm thấy đó là một mục đích lớn hơn cho những gì bạn đang làm. Chắc chắn, thời gian, tiền bạc và sự chủ động sẽ đi cùng bạn một hành trình dài để giúp bạn tìm thấy tự do. Nhưng khi bạn thấy doanh nghiệp của bạn đã có thể tự vận hành được rồi, bạn sẽ hiểu rằng thành công của bạn cũng cho bạn cơ hội để bạn cống hiến lại cho thế giới.

Có lẽ bạn sẽ muốn tổ chức một chương trình từ thiện, trở thành một diễn giả trong lĩnh vực của bạn, nói chuyện khắp nơi trên đất nước, hoặc là cố vấn cho các chủ doanh nghiệp. Chúng tôi không tiên đoán được mục đích của bạn sẽ là gì. Nhưng đến một lúc nào đó bạn sẽ thấy, là một doanh nhân tự do, bạn ở vị trí đưa ra toàn bộ các quyết định cho mình. Từ kinh nghiệm của mình, và từ những gì chúng tôi thấy được ở những người khác, khoảng khắc nắm bắt được mục đích cao cả này mang lại cho các doanh nhân một sự thoải mái mà Tiền, Thời gian và Sự chủ động không mua được (những điều này nằm ở mức độ thấp hơn trên Tháp Tự do).

TỪ BỎ SỰ HỖN LOẠN

Một khi bạn đã có được những chiến lược này, những hành vi hoang mang mất kiểm soát sẽ biến mất. Khi tình hình trong doanh nghiệp của bạn dần ổn định, bạn sẽ thấy mọi việc tiến triển tốt hơn và rõ ràng hơn. Hơn nữa, khi bạn làm việc cùng những Chiến Lược Tư Duy, có nghĩa là bạn đang chuẩn bị cho mình khả năng đối phó với bất kì tình huống gì xảy ra.

Khi doanh nghiệp của bạn tự động vận hành, bạn sở hữu được cho mình sức mạnh tư duy để vượt qua các tình huống. Bạn có thể đương đầu với một tình huống không thuận lợi bằng một cái nhìn tích cực. Bạn tìm thấy năng lượng để giải quyết những sai lầm, những dự án phức tạp và nhiều tình huống kinh doanh khác.

Sau đó, khi bạn có thể suy nghĩ rõ ràng tỉnh táo, bạn cũng có khả năng:

- Ăn uống điều độ
- Ngủ nhiều hơn 3-4 tiếng mỗi tối
- Bỏ chiếc điện thoại xuống mà không bị hoảng loạn

- Khích lệ nhân viên với năng lực làm việc nhiều hơn
- Hưởng một kì nghỉ (hoặc là nhiều kì nghỉ)
- Tận hưởng thời gian dành cho gia đình
- Giao tiếp tốt hơn trong các cuộc gặp gỡ ngoài xã hội
- Nhận những trách nhiệm bên ngoài văn phòng

Những điều quan trọng ở đây là - bạn một lần nữa học cách trở về với chính con người của mình. Bạn sẽ biết khi khoảnh khắc này xảy đến. Những người bạn cũ sẽ bình luận đại loại như, “Thật tuyệt khi thấy bạn thành công.” Hoặc là “À, tôi lại thấy con người trước đây của bạn.” Hoặc là “Tôi rất nhớ con người thật của bạn.”

Trải nghiệm bước ra khỏi sự hỗn loạn sẽ vô cùng tuyệt vời. Bạn sẽ dần dần trở nên tốt hơn, mạnh mẽ hơn. Bạn sẽ hình thành trong mình khả năng kiểm soát tinh thần, điều mà trước đây bạn không có. Bạn sẽ học cách sử dụng hệ thống và quy trình để cải thiện không những là doanh nghiệp của bạn, mà còn cuộc sống của bạn. Hơn nữa, bạn sẽ bắt đầu nhìn những khó khăn và thách thức của người khác theo một cách nhìn hoàn toàn mới mẻ.

Bạn sẽ trở thành một phiên bản hoàn thiện hơn của chính mình. Bạn sẽ đón nhận thử thách từ những ngọn lửa và bạn sẽ xuất hiện trên đỉnh thành công. Cuộc sống của bạn sẽ tái hiện lại, một cách tốt đẹp hơn. Và bây giờ, hơn lúc nào hết, bạn đã chuẩn bị sẵn sàng để sống với ước mơ của mình.

Do đó nếu những chiến lược này có hiệu quả, vì sao không có nhiều hơn nữa các chủ doanh nghiệp nỗ lực để vượt qua sự hỗn loạn? Bởi vì sự hỗn loạn rất mưu mẹo. Nó có thể làm bạn nghĩ cuộc sống không quá tồi tệ - hoặc, bởi vì doanh nghiệp của mình là doanh nghiệp nhỏ nên mới có sự hỗn loạn - hoặc, bạn hiểu rõ sự hỗn loạn này nên bạn thoải mái giải quyết nó.

Thêm vào đó, đây không phải là những giải pháp nhanh chóng. Chúng cần có thời gian, cần chúng ta nỗ lực, và một chút tiền bạc để giải quyết. Để thoát ra khỏi sự hỗn loạn, bạn cần bước ra được khỏi những thói quen hàng ngày và tập trung nỗ lực của bạn vào một hệ thống hiệu quả.

Nhiều chủ doanh nghiệp không sẵn sàng hành động - trong trường hợp này, điều duy nhất chúng tôi có thể làm là chúc những chủ doanh nghiệp đó may mắn. Chúng ta không nên đối diện với sự hỗn loạn. Chúng ta không nên dính líu với vô số vấn đề, sai lầm và nỗi sợ. Bạn cũng biết sống như vậy thì không vui một chút nào. Không có thành công nào trải đầy hoa hồng. Chúng tôi tin tưởng bạn không để những chuyện này xảy ra với bạn.

Những ai tìm được câu trả lời, những ai học được cách hợp nhất

- Nguồn vốn cảm xúc
- Sự lạc quan có kỷ luật
- Tinh thần độc lập của doanh nhân
- Tập trung hóa
- Chăm sóc khách hàng
- Tự động hóa

Vào trong doanh nghiệp của họ là những người sẽ đạt được tự do thực thụ. Họ là những người biết rằng học hỏi là cách để chinh phục khủng hoảng. Họ là những người biết rằng họ có thể đạt được sự cân bằng. Họ là những người có tự do để kiểm soát doanh nghiệp của họ thay vì để cho doanh nghiệp kiểm soát họ.

Khi bạn đưa những chiến lược này vào trong doanh nghiệp và cuộc sống của bạn, bạn sẽ thực hiện được những hoài bão

của doanh nghiệp của bạn và bạn sẽ có được tự do - phong cách sống - mà bạn hằng mong ước. Bây giờ hãy tận hưởng tự do của bạn! Và hãy kể với chúng tôi về thành công của bạn!

TRANG PHỤ LỤC

NGUỒN THAM KHẢO CHO DOANH NGHIỆP NHỎ

LỜI KHUYÊN CHO CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ

Quyển sách cung cấp cho bạn sáu chiến lược để chinh phục sự hỗn loạn, nhưng bạn làm gì khi bạn đã thực hiện những chiến lược này? Bạn bắt đầu làm việc vì doanh nghiệp của bạn hơn là trong doanh nghiệp của bạn. Và đôi khi bạn làm việc vì doanh nghiệp của bạn, bạn sẽ có hàng tá câu hỏi.

Như là một nguồn bổ sung vào cho quyển sách này, chúng tôi mời bạn tham gia vào bản tin phát triển doanh nghiệp nhỏ của chúng tôi. Trong bản tin tuần này, chúng tôi hướng dẫn bạn chín yếu tố xây dựng doanh nghiệp nhỏ. Những kỹ thuật này bao gồm:

- Xây dựng website của bạn
- Lắp đầy phễu
- Bán hàng online
- Phát triển thông qua các đối tác
- Và còn nhiều nữa!

Những thông tin chúng tôi chia sẻ trong bản tin phát triển doanh nghiệp nhỏ sẽ giúp bạn khám phá và ứng dụng những kỹ thuật quan trọng để kích thích sự tăng trưởng của doanh nghiệp của bạn. Đăng ký miễn phí tại: <http://www.conquerthechaosbook.com>.

HỆ THỐNG THEO DÕI TỰ ĐỘNG

Ở phần 3, các bạn được khuyến khích tìm kiếm những hệ thống để tự vận hành doanh nghiệp. Mặc dù có rất nhiều giải pháp hiệu quả tại mỗi khâu: ứng dụng quản lý thông tin khách hàng, email marketing, thương mại điện tử và shopping cart, có rất ít giải pháp kết hợp tất cả những modules này thành một giải pháp toàn diện. Khi bạn tìm kiếm một giải pháp, hãy tìm những yếu tố sau:

- Thiết kế dành riêng cho doanh nghiệp nhỏ
- Bao gồm tất cả các modules mà bạn cần
- Có sự hỗ trợ tuyệt vời
- Sự tự động hóa thật sự

Có rất nhiều những hệ thống có sẵn và sự lựa chọn phụ thuộc vào chính bạn. Nếu bạn muốn tham khảo hệ thống theo dõi tự động của Infusionsoft, và thậm chí có thể đăng kí cho mẫu thử miễn phí để tìm hiểu về cách hoạt động, hãy theo dõi website của chúng tôi tại: <http://www.infusionsoft.com>

TƯ LIỆU THAM KHẢO

Carnegie, Dale. 2009. *How to Win Friends and Influence People (Đắc Nhân Tâm)*. New York: Simon & Schuster.

Collins, Jim. 2001. *Good to Great (Từ tốt đến vĩ đại)*. London: Collins.

“Những câu hỏi thường gặp.” SBA—Choose Public SBA System. <http://web.sba.gov/faqs/faqIndexAll.cfm?areaid=24> (truy cập vào ngày 15/2/2009).

Gerber, Michael. 1995. *The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do about It (Tại sao công ty nhỏ thường không hoạt động và những điều cần làm)*. New York: Harperbusiness.

Hill, Napoleon. 2009. *Think and Grow Rich (Nghĩ giàu làm giàu)*. London: Createspace; Kennedy, Dan S. 2006. *The Ultimate Marketing Plan (Kế hoạch marketing tối ưu)*. Avon: Adams Media.

Nomura, Catherine, and Dan Sullivan. 2007. *The Laws of Lifetime Growth: Always Make Your Future Bigger than Your Past (Bk Life) (Định luật của sự phát triển cuộc sống: Luôn làm cho tương lai tốt hơn quá khứ)*. San Francisco: Berrett-Koehler.

Peale, Norman Vincent. 1955. *The Power of Positive Thinking (Sức mạnh của suy nghĩ tích cực)*. 14th ed. New York: Prentice-Hall.

“Những châm ngôn của Theodore Roosevelt bởi tổ chức The Theodore Roosevelt .” Về Theodore Roosevelt: Tổng thống và hơn thế nữa, từ tổ chức The Theodore Roosevelt. <http://www.theodoreroosevelt.org/life/quotes.htm> (được truy cập vào 17/12, 2009).

“Strategic Coach®: Làm việc ít hơn. Kiếm nhiều tiền hơn. Làm thứ bạn thích. Quyền tự chủ của những nhà kinh doanh.” Strategic Coach®: Work less. Make more money. Do what you love. Freedom for entrepreneurs. <http://www.strategiccoach.com> (accessed December 17, 2009).

VỀ TÁC GIẢ

CLATE MASK

Clate Mask là một CEO và người đồng sáng lập của Infusionsoft, nhà cung cấp hệ thống marketing tự động dành cho doanh nghiệp nhỏ hàng đầu. Anh đam mê việc giúp các doanh nghiệp nhỏ phát triển, và qua nhiều năm, anh đã nói chuyện với hàng chục nghìn người đứng đầu của các doanh nghiệp nhỏ.

Clate đã nhận bằng Cử nhân Khoa học Kinh tế tại Đại học bang Arizona vào năm 1996. Anh còn đạt bằng thạc sĩ chuyên ngành quản trị kinh doanh và tiến sĩ luật từ đại học Brigham Young vào năm 2010.

Ngoài việc công tác tại Infusionsoft, Clate là người thích phục vụ cộng đồng. Anh đã nhiều năm hoạt động với vai trò Huynh trưởng hướng đạo sinh và nằm trong ban cố vấn của tổ chức Never Again.

Clate đồng thời còn là tác giả của 2 cuốn eBooks nổi tiếng, *The Edge of Success: 9 Building Blocks to Double Your Sales* (Tạm dịch: Trên rìa thành công: 9 yếu tố cản trở bạn gấp đôi doanh số) và *The New Entrepreneur's Guide to Follow up*. (Tạm dịch: Hướng dẫn để Chăm sóc khách hàng cho doanh nhân mới).

Khi Clate không làm việc ở Infusionsoft, anh thích dành thời gian cho người vợ và 6 đứa con tuyệt vời của mình. Vào năm 2007, anh đã đoạt giải “Người cha của năm”. Sự cân bằng giữa công việc và gia đình có thể rất khó khăn tại một số thời điểm, nhưng gia đình anh luôn ủng hộ anh hết mình và luôn là người nhắc nhở anh về những điều giá trị trong cuộc sống. Anh có được niềm vui từ thời gian dành cho gia đình, không kém gì đam mê viết lên những kế hoạch kinh doanh và thực hiện chúng.

SCOTT MARTINEAU

Scott Martineau là nhà đồng sáng lập và là phó chủ tịch của bộ phận quản lý sản phẩm tại Infusionsoft. Anh hiểu rõ rằng các doanh nhân cần phải dừng việc tìm kiếm xung quanh và làm những điều mà mọi người vẫn đang làm. Thay vào đó, anh nghĩ rằng họ nên tìm kiếm sứ mệnh của riêng họ trong cuộc sống và gây dựng nên công ty xoay quanh giấc mơ của họ.

Scott đã nhận bằng Cử nhân Khoa học nghiên cứu Hệ thống thông tin máy tính ở Đại học bang Arizona vào năm 2000. Anh đã đậu vào trường luật nhưng thay vào đó lại quyết định chọn đi theo con đường làm doanh nhân khởi nghiệp.

Ngoài công việc, tinh thần cộng đồng cũng chiếm vị trí quan trọng với Scott. Bên cạnh việc phụ giúp vợ mình giáo dục con cái tại gia, Scott còn tham gia vào các chương trình hướng đạo sinh, giúp đỡ mọi người nghiên cứu lịch sử gia đình họ. Thêm vào đó, gia đình Scott gần đây đã chuyển tới sống tại một vùng nông thôn trong thành phố. Anh thường miêu tả mình như là “cậu bé thành phố di dân về nông thôn”, và anh ấy đang có một khoảng thời gian tuyệt vời chăm sóc cho những người bạn động vật: ngựa, gà, chó và mèo.

Vào thời gian rảnh, Scott thích xem và chơi bóng chày, dành thời gian cho 6 người con của anh (ném đồ, đấu vật, nhảy, trò chơi vi tính, đọc sách,...) và hẹn hò với người vợ xinh đẹp của mình.

NGUYỄN QUANG NGỌC

**Là dịch giả của cuốn sách bán chạy nhất New York Times
“The Secret - Bí Mật” của Rhonda Byrne.**

Anh cũng là người sáng tạo ra chiến lược Tiếp Thị Bão (Marketing Hurricane), và chiến lược này đã giúp tạo ra sự thay đổi mạnh mẽ trong cách thức làm marketing của các doanh nghiệp. Anh cũng là một trainer hàng đầu trong lĩnh vực phát triển bản thân và đào tạo về chiến lược marketing cho doanh nghiệp.

Nhưng mọi thứ khởi đầu không phải dễ dàng...

Khi bắt đầu anh chỉ là một cử nhân tốt nghiệp ngành khí tượng - thủy văn, không có kiến thức, mối quan hệ, kinh nghiệm và vốn liếng về kinh doanh. Chỉ với một quyết tâm làm giàu, phát triển bản thân và tinh thần học hỏi. Đó là vào năm 2006.

Sau khi bước chân vào lĩnh vực kinh doanh, dựa trên nền tảng khoa học về ngành khí tượng của mình, anh nhanh chóng phát triển một mô hình marketing dựa trên nguyên lý hoạt động của một cơn bão.

Và sau khi áp dụng nguyên lý này anh đã tạo ra được kết quả thực sự gây sốc, đó là từ khởi điểm chỉ với vài ba người anh đã tổ chức được những sự kiện tập trung hàng nghìn người và mang về doanh thu hàng tỷ đồng chỉ trong vài ngày ngắn ngủi.

Không chỉ dừng ở đó, anh tiếp tục phát triển xây dựng quy trình cho các hoạt động marketing online dựa trên nguyên lý

tạo bão và tạo ra những đợt bùng nổ về doanh thu với hàng nghìn giao dịch trong một ngày.

Cho đến nay anh đã chia sẻ chiến lược Marketing Bão của mình cho nhiều doanh nhân và những người khởi nghiệp, và những học viên của anh đã áp dụng và tạo ra doanh thu lên đến cả triệu đô la từ công việc kinh doanh của họ.

Đặc biệt chiến lược Marketing Bão của anh đã được Tạp chí *Forbes* đề cập đến trong chuyên mục Trendsetter vào ngày 19 tháng 4 năm 2016 như là một xu hướng mới của lĩnh vực marketing kèm theo đó nhiều tạp chí nổi tiếng khác trên thế giới cũng đăng tải bài viết phỏng vấn về chiến lược Marketing Bão của anh.

Năm 2015, Jay Abraham trong một lần gặp gỡ riêng với anh tại Singapore cũng đã có những đánh giá và nhận xét rất cao về tính thực tiễn của chiến lược anh đưa ra cùng với những tâm huyết mà anh dành cho các doanh nhân Việt.

Đương nhiên, chiến lược Marketing Bão của anh không chỉ áp dụng cho những doanh nghiệp lớn đã có sẵn thị trường mà còn có thể dùng và tạo ra kết quả rất lớn cho những doanh nghiệp vừa và nhỏ và những người mới khởi nghiệp. Thậm chí có những chủ shop nhỏ đã áp dụng và tạo ra doanh số lên đến vài trăm triệu mỗi ngày.

Ngày nay, Nguyễn Quang Ngọc đang sống ở Thành phố Hồ Chí Minh cùng với gia đình nhỏ hạnh phúc của mình. Đồng thời anh thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo trực tiếp tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội để chia sẻ và tư vấn cho các doanh nhân nắm vững và áp dụng hiệu quả chiến lược Marketing Bão cho công việc kinh doanh của họ.

Sở thích của anh là nghiên cứu các quá trình phát triển của tự nhiên để đưa vào áp dụng thực tiễn trong cuộc sống của con người nhằm đạt được thành công một cách bền vững.

Anh cũng là một người thích đọc sách, ham học hỏi, thực hành thiền, luyện tập Aikido, chăm chút cho gia đình, đi du lịch khám phá nét đẹp của thiên nhiên, nghiên cứu những công nghệ mới để vận dụng cho cuộc sống của con người.

Đặc biệt, năm 2016 sau nhiều lần liên hệ và làm việc với Infusionsoft - công ty dẫn đầu thế giới trong lĩnh vực CRM, Marketing, Sales Automation, anh đã thuyết phục được công ty triển khai giải pháp Infusionsoft tại Việt Nam và hiện tại anh đang giúp cho các doanh nghiệp tại Việt Nam từng bước áp dụng hiệu quả giải pháp công nghệ này trong công việc kinh doanh của họ. Anh cũng là người đầu tiên tại Việt Nam thăm trụ sở của Infusionsoft tại Arizona và tham gia sự kiện ICON 2017 cùng với trên 3,000 chủ doanh nghiệp trên thế giới quy tụ về Arizona để cập nhật những chiến lược và giải pháp công nghệ mới nhất trong kinh doanh.



Nguyễn Quang Ngọc và Clate Mask, CEO và đồng sáng lập Infusionsoft



Nguyễn Quang Ngọc tại trụ sở chính của Infusionsoft tại Phoenix, AZ, US, 4/2017



Từ trái qua phải: Nguyễn Quang Ngọc, Scott Martineau - Đồng sáng lập Infusionsoft, Kirk Masters - Giám đốc Phát triển Đối tác Quốc tế Infusionsoft



Từ trái qua phải: Kirk Masters - Giám đốc Phát triển Đối tác Quốc tế Infusionsoft, Terry Hick - COO Infusionsoft, Nguyễn Quang Ngọc

**DFJ Training trân trọng cảm ơn
mọi ý kiến đóng góp của độc giả.
Mọi thông tin phản hồi xin vui lòng gửi về:
email: info@dfj.vn**

Công ty Cổ phần Tư Vấn Và Đào Tạo DFJ
Địa chỉ: Lầu 1, Khu Tiềm Ích,
Khu Biệt Thự Thủ Đức Garden Homes, 27 Đường số 3,
P. Hiệp Bình Phước, Q. Thủ Đức, TP. HCM
Tell: 090-772-6688
Website: <http://dfj.vn>
Website: <http://thienminhbook.com>