

TỰ TIN

KHỎI NGHIỆP

Leaving Campus and Going to Work

- 
- Hãy mua sách in hợp pháp để ủng hộ các Đơn vị xuất bản và các Tác giả.
- 



T. JASON SMITH, MHR/SPHR

Leaving Campus and Going to Work



First News



NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP TP. HỒ CHÍ MINH

BÌA 4:

Bước chân vào môi trường làm việc mới, chắc chắn bạn sẽ không tránh khỏi những bỡ ngỡ, thiếu sót và đôi khi là thất vọng. *Tự tin khởi nghiệp* là cuốn sách được một Chuyên gia Quản lý nhân sự viết ra từ những trải nghiệm của chính mình trong suốt 14 năm trong nghề. Cuốn sách sẽ gợi mở cho bạn nhiều kinh nghiệm quý báu trên bước đường khởi nghiệp, giúp bạn vượt qua những khó khăn ban đầu để đi đến thành công, đồng thời có được sự cân bằng trong cuộc sống!

“Điều quan trọng không phải là chúng ta có được vị trí nào trong cuộc đời, mà là đích đến cuối cùng của chúng ta ở đâu.”

– Oliver Wendell Holmes.

“Bốn bước để đạt được thành công là: có kế hoạch rõ ràng, biết ước mơ, hành động và kiên trì theo đuổi mục tiêu đến cùng.”

– William A. Ward.

LỜI TỰA

Một cô gái trẻ vừa rời khỏi văn phòng của tôi trong tâm trạng bối rối, đờ đẫn, pha chút tinh ngộ. Đó cũng là tâm trạng tôi thường thấy ở nhiều sinh viên mới ra trường. Tôi không phải là bác sĩ mà là Giám đốc nhân sự với nhiệm vụ quản lý nhân viên trong công ty. Công việc thường ngày của tôi là tuyển dụng nhân viên mới cho công ty, tạo điều kiện cho họ phát triển, thưởng - phạt khi cần thiết và theo dõi một số vấn đề khác như việc những nhân viên này về hưu hay tìm kiếm cơ hội việc làm mới. Tất cả những công việc này diễn ra như một chu kỳ không thay đổi suốt 14 năm qua, dù tôi có chuyển công tác đến những công ty khác chẳng nữa.

Quan sát nhiều sinh viên mới ra trường, tôi nhận thấy trong năm đầu tiên tiếp xúc với công việc, họ thường bị vỡ mộng. Tôi không nói về sự thất vọng chung chung, bởi đây là điều khó tránh khỏi đối với bất cứ ai từng đi làm, mà tôi muốn nói đến sự thất vọng mang tính cá nhân. Bên cạnh đó, tôi cũng sẽ đề cập đến những yêu cầu cần thiết đối với một công việc chuyên nghiệp, cách quản lý tiền bạc và nắm được yêu cầu của cấp trên. Trước đây, khi quan sát một nhân viên trẻ tuổi cố gắng đương đầu với thách thức, tôi chợt nghĩ: *“Mình có thể làm gì để sinh viên mới ra trường nhanh chóng hòa nhập vào môi trường công sở?”*. Trăn trở đó chính là động lực thôi thúc tôi viết nên cuốn sách này.

Thông qua những chủ đề trình bày trong quyển sách, tôi muốn giúp các bạn phần nào hòa nhập tốt hơn với môi trường làm việc. Với 14 năm kinh nghiệm trong vai trò quản lý nhân sự, tôi đã chứng kiến nhiều bạn trẻ mới vào nghề phạm phải những sai lầm tưởng là nhỏ nhưng rất đáng tiếc. Hậu quả là họ để lại ấn tượng xấu trong lòng cấp trên, hoặc cũng vì thế mà họ tự đánh mất hoài bão nghề nghiệp của mình. Trong những trường hợp ấy, nếu được hướng dẫn trước đâu là điều nên và không nên làm, chắc chắn những sai lầm không đáng có như vậy sẽ không xảy ra.

Khi viết cuốn sách này, đối tượng tôi muốn hướng đến là những sinh viên mới ra trường, những bạn trẻ hiện đang hoặc chẳng bao lâu nữa sẽ bước vào môi trường làm việc mới. Họ là những người năng động, nhiệt tình và đầy hoài bão. Ngoài ra, nếu bạn là người đã đi làm, bạn vẫn có thể dành một ít thời gian để tham khảo cuốn sách này, biết đâu bạn sẽ tìm được trong đó những kinh nghiệm bổ ích, tránh được những sơ suất đáng tiếc.

Thực tế cho thấy một số nhà tuyển dụng cũng có thiện chí tạo điều kiện cho nhân viên mới hòa nhập vào môi trường làm việc. Nhưng thường thì đó chỉ là sự giúp đỡ qua loa, chẳng bao lâu sau đó, những nhân viên này sẽ bị đưa vào “mê hồn trận” và phải tự thân vận động. Một số nhà tuyển dụng cho rằng, đây là cách tốt nhất để các “tân binh” chứng tỏ mình có đủ sức tồn tại trong môi trường ấy hay không. Tôi hoàn toàn không đồng tình với quan điểm này. Theo tôi, làm như vậy chẳng khác nào ta đang bắt nhân viên của mình chơi trò “sinh tử”. Không những thế, đó còn là cách chối bỏ trách nhiệm của những người giữ vị trí dẫn dắt nếu nhân viên mới bị đánh bật ra khỏi môi trường làm việc.

Sở dĩ tôi tập trung vào năm đầu khởi nghiệp vì đây là khoảng thời gian ngắn nhưng cực kỳ quan trọng; người ta sẽ dựa vào đó để đánh giá năng lực của bạn. Những điều tôi sắp chia sẻ với bạn sau đây không có nghĩa sẽ giúp bạn trở thành vị lãnh đạo cao nhất, mà đơn giản chỉ là những kinh nghiệm giúp bạn bắt đầu xây dựng nền móng nghề nghiệp vững chắc để có được thành công trong tương lai. Bên cạnh vấn đề làm thế nào tránh được những sai lầm không đáng có, bạn sẽ được tìm hiểu nhiều vấn đề khác, ngoài công việc – những điều bạn vốn không xem trọng nhưng lại có ảnh hưởng lớn đến nền tảng nghề nghiệp của bạn.

Cuốn sách này không đi vào những kỹ năng cụ thể mà tập trung tìm hiểu các hành vi. Nếu kỹ năng là điều bạn có được dựa trên kiến thức và thực hành thì hành vi là những phản ứng mang tính bản năng. So với kỹ năng thì hành vi phức tạp hơn nhiều. Hành vi của bạn như thế nào thường xuất phát từ tư cách của bạn, chứ không phải ở việc bạn có hiểu biết hay không. Một trong những mục đích của cuốn sách này là đi vào phân tích những hành vi cần và nên tránh trong năm đầu khởi nghiệp.

Chẳng hạn, khi xích mích với ai đó, bạn phản ứng bằng cách tranh cãi lớn tiếng. Đây là điều tối kỵ trong công sở - nơi rất cần tinh thần làm việc tập thể. Khi ai đó nhắc nhở bạn phải bình tĩnh, không nên lớn tiếng, bạn đồng ý và hứa sẽ không để tình trạng này xảy ra. Tuy nhiên, khi gặp một tình huống tương tự, phải đối diện với một mâu thuẫn khác, bạn lại tiếp tục mắc phải sai lầm cũ. Nguyên nhân của vấn đề này nằm ở chỗ, hành vi ấy thuộc một phần bản năng của bạn. Để sửa đổi, bạn cần có thời gian và quyết tâm. Hãy ghi nhớ những hành vi tốt đẹp trong tâm trí, theo đó, hành vi của bạn sẽ dần dần thay đổi theo.

Theo tôi, giai đoạn khởi nghiệp là khoảng thời gian tốt nhất để tự nhận thức về hành vi của bản thân, so sánh nó với điều nên làm hoặc không nên làm trong công ty. Nếu nhận ra rằng, hành vi ấy “trật đường ray” và cần phải sửa đổi thì ngay bây giờ, bạn hãy sửa đổi nó.

Bạn có thể xem cuốn sách này như một cẩm nang gợi ý học tập theo chủ đề. Mỗi chủ đề sẽ có một bài kiểm tra để bạn thử sức. Do không thể biết trước được đâu là tình huống bạn sẽ phải đối mặt trong năm đầu tiên, nên cách tốt nhất, chúng ta hãy đi vào thảo luận tất cả chủ đề. Điều này sẽ giúp bạn có thêm kinh nghiệm và tránh bị sốc trước những khó khăn bất ngờ gặp phải trong môi trường làm việc mới.

Bạn đã sẵn sàng chưa? Chúng ta bắt đầu nhé!

- **T.Jason Smith**

ThuVienOnline

CHƯƠNG 1:

XÂY DỰNG NỀN TẢNG VỮNG CHẮC

*Khi biết đặt lợi ích của “chúng ta” lên hàng đầu,
các mối quan hệ trong nghề nghiệp, hợp tác kinh doanh của bạn
sẽ trở nên tốt đẹp và bền vững.*



GIÁO DỤC

Một trong những điểm yếu của sinh viên mới ra trường là thiếu kinh nghiệm thực tế. Điều này một phần cũng là do chương trình đào tạo trong nhà trường. Ở đó, những sinh viên này được truyền đạt rất nhiều nguyên tắc và lý thuyết căn bản, nhưng nhìn chung, kỹ năng xử lý tình huống bất ngờ thì hầu như không có. Muốn có được những điều ấy, họ phải học từ trường đời.

Nhằm đơn giản hóa nội dung giảng dạy, nhà trường thường bỏ qua những tình huống bất ngờ, ngoài dự kiến. Bạn sẽ gặp những “bài toán” đại loại như “*Giả sử kết quả là...*”, “*Giả sử bệnh nhân đó có nhịp tim thất thường và nói chuyện khó khăn...*”, “*Giả sử lớp của bạn bao gồm 50% học viên nắm vững lý thuyết và 50% học viên có kinh nghiệm thực tế...*”, v.v... Việc sử dụng những giả định như trên nhằm đơn giản hóa kết quả cuối cùng là điều thường thấy trong nghiên cứu, học thuật. Thực tế lại khác, mọi giả thuyết, thậm chí cả những điều không có trong giả thuyết đều có thể xảy ra. Bởi vậy, trong mỗi quyết định, bạn đều phải đối diện với một yếu tố vô hình nào đó.

Nói như vậy, không có nghĩa là bạn nên xem nhẹ kiến thức tiếp thu từ trường học, trái lại, những kiến thức ấy chính là tiền đề cần thiết để bạn bước vào cuộc sống. Tùy tình huống mà bạn vận dụng những kiến thức đó một cách thích hợp để phục vụ công việc của mình. Nếu chưa biết cách, bạn cũng đừng vì thế mà mất tinh thần. Hãy tham khảo kinh nghiệm thực tế từ những người đi trước. Với sự từng trải, họ sẽ đưa ra lời khuyên để bạn lấp khoảng trống giữa lý thuyết và thực hành.

Muốn có được sự trợ giúp đáng tin cậy, bạn nên tìm cho mình những nhà tư vấn nhiệt tình, từng trải. Hãy thu thập danh sách địa chỉ liên lạc với các chuyên gia trong từng lĩnh vực cụ thể để khi gặp vấn đề khó khăn, bạn có thể tìm đến và tham khảo ý kiến của họ. Việc làm này vừa tiết kiệm thời gian, vừa giúp bạn giải quyết vấn đề một cách hiệu quả và nhanh chóng.

Ngoài ra, nắm vững nguồn tư liệu có liên quan đến chuyên môn của mình cũng là điều hết sức cần thiết. Chẳng hạn, nếu làm việc trong lĩnh vực liên quan đến luật pháp, bạn có thể dùng một trong nhiều cơ sở dữ liệu tham khảo trực tuyến cho án lệ gần nhất. Nếu làm trong lĩnh vực y khoa, bạn nên truy cập vào nguồn tư liệu hướng dẫn về dược liệu để có thông tin rõ ràng về tác dụng của từng loại thuốc. Nếu là một chuyên viên kế toán, bạn nên truy cập vào những tư liệu hướng dẫn

các tiêu chuẩn kế toán... Tóm lại, việc chuẩn bị các nguồn trợ giúp cần thiết là một trong những cách tốt nhất để bạn đối phó với rủi ro bất ngờ. Ngoài ra, việc phát huy trực giác cũng là một kỹ năng cần phát huy để có thể nắm bắt nhanh nhạy các vấn đề xảy ra ngoài dự tính. Sách giáo khoa có thể cho bạn kiến thức nền tảng; giáo viên có thể đặt câu hỏi và chờ đợi ở bạn câu trả lời tuyệt đối. Cuộc đời và công việc thì khác. Ở đó sẽ chẳng có bất cứ một đáp án chính xác tuyệt đối nào.

Để có được trực giác nhạy bén, bạn cần phải trau dồi thông qua kinh nghiệm thực tiễn, và điều này phải mất một thời gian. Càng có vị trí cao trong công việc, trực giác càng đóng vai trò quan trọng bởi nó giúp bạn không mất quá nhiều thời gian khi quyết định một vấn đề gì đó. Vì vậy, tốt nhất bạn hãy sớm rèn luyện trực giác nghề nghiệp của mình và phát huy lúc cần thiết.

Khi mới bước vào nghề, có thể bạn không hình dung hết những tình huống phát sinh, nhưng đừng vì thế mà nản lòng. *Trực giác* sẽ được phát huy khi bạn giàu *kinh nghiệm*, và để có kinh nghiệm bạn cần phải *hành động*. Biết rút ra bài học từ thất bại, bạn sẽ dần tiến bộ. Ngược lại, luôn tìm cách biện minh cho sai lầm của bản thân, không chịu nhìn nhận thực chất vấn đề, bạn sẽ đánh mất cơ hội tích lũy kinh nghiệm. Mỗi lần vấp ngã sẽ là một bài học kinh nghiệm, nhưng nếu sai phạm cứ lặp đi lặp lại thì đó là lúc bạn cần nhìn nhận lại năng lực của mình và xem con đường bạn chọn có thật sự thích hợp hay không.

Khi có nhiều kinh nghiệm hơn, bạn sẽ xác định được đâu là điều cần làm và dùng trực giác của mình để nhận ra những vấn đề nên ưu tiên. Có thể gọi đó là "*nhãn quan công việc*". Việc phát triển "*nhãn quan công việc*" có tính quyết định đối với hiệu quả công việc, vì trong một thời điểm nhất định, bạn không thể chú tâm vào mọi thứ. Do đó, bạn cần xác định đâu là vấn đề cần ưu tiên hoàn thành trước.

Môi trường làm việc khác với môi trường học tập trong nhà trường. Làm thế nào để bạn có thể bắt đầu xây dựng một nền tảng vững chắc cho sự nghiệp và hạn chế những lúng túng trong giai đoạn khởi nghiệp? Điều này sẽ được gợi mở ở phần tới, khi đi vào thảo luận những trải nghiệm thực tế.

TRỞ THÀNH NHÂN VIÊN CẦN THIẾT

Luôn là *nhân viên cần thiết* - đó là tiêu chí đầu tiên giúp bạn xây dựng nền tảng nghề nghiệp cho bản thân. Là nhân viên cần thiết, không có nghĩa là bạn phải biết nói những lời hoa mỹ

khiến sếp vui lòng mà vấn đề là những việc bạn thực hiện có ý nghĩa gì cho sự nghiệp chung của công ty. Để trở thành *nhân viên cần thiết*, bạn có thể tham khảo những gợi ý dưới đây.

Trước tiên, hãy khéo léo đề cập đến những vấn đề sếp cần bạn thực hiện. Mặc dù có thể suy đoán, nhưng tốt nhất bạn nên để sếp nói ra. Nếu sếp không nói, bạn hãy chủ động đề cập tới chúng. Hãy thể hiện thiện chí rằng bạn luôn sẵn sàng đảm nhiệm những việc sếp giao. Thường thì những người lãnh đạo luôn bận rộn với hàng đống công việc, vì vậy, bạn nên phác thảo sẵn danh sách công việc mình cần thực hiện, sau đó hỏi sếp xem những yêu cầu này có chính xác không. Chắc chắn ông ấy sẽ nhanh chóng chú thích lên đó hơn là thảo ra một danh sách hoàn toàn mới. Ngoài ra, bạn có thể nhờ sếp chỉnh sửa hoặc bổ sung thêm. Việc này một mặt thể hiện sự nhiệt tình và trách nhiệm của bạn, mặt khác còn cho thấy bạn đang nỗ lực hết mình vì lợi ích chung của công ty.

Để trở thành *nhân viên cần thiết*, bạn đừng bao giờ chỉ trích sếp trước mặt người khác. Sếp luôn mong rằng, nếu có trục trặc gì xảy ra thì người đầu tiên bạn cần tìm đến là ông ấy. Một trong những điều các nhà lãnh đạo cũng như những người quản lý kỵ nhất là bị thuộc cấp rêu rao lỗi lầm và thất bại của họ. Hãy nhớ rằng, dù ở bất kỳ tổ chức nào, những tin vịt và những lời chỉ trích của bạn đều có thể đến tai sếp. Khi đó, bạn sẽ phải ứng xử thế nào?

Để trở thành *nhân viên cần thiết*, bạn cần phải hoàn thành công việc đúng thời hạn, trở thành một thành viên tích cực trong nhóm, được đồng nghiệp tin yêu, tuân thủ các nguyên tắc trong công việc... Tất cả những vấn đề này sẽ được đề cập kỹ hơn ở các phần sau.

Tại sao việc trở thành *nhân viên cần thiết* lại quan trọng như vậy? Đơn giản là vì trước mắt, bạn cần ổn định công việc. Chẳng có người lãnh đạo nào lại không muốn giữ chân những nhân viên giàu nhiệt huyết và năng lực. Những nhân viên này sẽ giúp công việc đạt hiệu quả cao hơn, khiến người lãnh đạo bớt căng thẳng hơn. Bên cạnh đó, nếu nhìn xa hơn, bạn sẽ thấy việc trở thành *nhân viên cần thiết* còn có tác động tích cực đến tương lai của bạn.

Đôi khi, sếp chẳng thể nhớ hết những đóng góp của bạn, nhưng ông ấy lại nhớ rất rõ những lần điều đúng vì bạn. Do đó, tốt nhất bạn nên để lại ấn tượng tốt đẹp trong lòng sếp. Có thể một ngày nào đó, sếp bạn nắm giữ vị trí cao, và rồi khi nghĩ đến bạn - một nhân viên tốt, đầy tiềm năng, đáng tin cậy, biết đâu ông ấy sẽ đề bạt bạn lên một vị trí xứng đáng. Vì vậy, hãy cố gắng trở thành một *nhân viên cần thiết* ngay khi bạn bước chân vào môi trường làm việc mới.



Ý THỨC TRÁCH NHIỆM

Khi nhận việc, câu hỏi đầu tiên nảy sinh trong đầu bạn sẽ là: “*Mình sẽ phải làm gì?*”. Thắc mắc ấy là đương nhiên. Thường thì lúc đó, bạn sẽ được cấp trên chỉ rõ trách nhiệm trong những tuần lễ đầu tiên và bạn có thể yên tâm thực hiện nhiệm vụ được giao.

Để nhân viên hiểu được kỳ vọng công ty đặt vào họ, nhiều nơi đã tổ chức chương trình đánh giá chất lượng công việc. Những chương trình này chứa đựng rất nhiều thông tin, bao gồm cả việc hướng dẫn nhân viên những yêu cầu cấp trên muốn họ thực hiện.

Hầu hết các kế hoạch đều bắt đầu vào đầu năm - thời điểm hoàn thành kế hoạch kinh doanh cũ và đề ra mục tiêu phấn đấu trong năm tới. Mục tiêu phải đảm bảo tính súc tích, rõ ràng, kèm theo thời hạn hoàn thành cụ thể.

Trong năm, bạn và sếp nên gặp nhau ít nhất một lần (tốt hơn là từng quý) để theo dõi tiến độ các mục tiêu và xem xét có gì cần điều chỉnh không. Nhu cầu trong kinh doanh có thể thay đổi thường xuyên trong năm, do đó, bạn không biết được rằng có thể một trong những mục tiêu ban đầu của dự án bị cắt và hủy bỏ (vì có vấn đề khác cần ưu tiên hơn). Trong quá trình thảo luận, bạn nên hỏi ý kiến cấp trên cách thực thi công việc để biết cách khai thác thế mạnh của mình.

Cuối năm, bạn nên lập một bảng đánh giá về thực tế công việc bạn đã làm được trong từng thời điểm. Bảng đánh giá này sẽ cho thấy bạn đáp ứng được bao nhiêu phần trăm mục tiêu đặt ra. Ngoài ra, thông qua đó, bạn sẽ biết được những ghi nhận về những sáng kiến bạn đề ra vốn không có trong mục tiêu ban đầu. Có nhiều cách đánh giá khác nhau, chẳng hạn cách xếp loại A, B, C hoặc cách phân loại về năng lực (Không đáp ứng yêu cầu/ Đáp ứng yêu cầu/ Vượt yêu cầu đề ra) v.v... Sau khi có được bảng đánh giá này, bạn nên bổ sung các chú thích hay ý kiến riêng của mình về những nhận xét của cấp trên.

Có thể nói, bảng đánh giá này sẽ đem lại tiện ích trên nhiều phương diện. Trước hết, nó là căn cứ để xác định vấn đề thu nhập, tiền thưởng mà bạn nhận được. Sau đó, nó được xem là dữ liệu để giám đốc xem xét việc chuyển đổi vị trí công việc/ thăng chức cho bạn. Thông thường, giám đốc nhân sự sẽ dựa vào các đánh giá này hoặc xem mức độ thể hiện tiềm năng của nhân viên trước khi quyết định phỏng vấn nhân viên đó.

Việc chuyển vị trí trong công ty khác hẳn với việc tìm kiếm ứng viên bên ngoài. Giám đốc nhân sự có nhiều thông tin về bạn (cả thế mạnh lẫn hạn chế). Vì vậy, bạn đừng quên tự nhận xét về mình trong bảng đánh giá thường niên.

Một phần khác của quy trình đánh giá công việc có liên quan đến sự phát triển cá nhân. Nếu cấp trên của bạn có kỹ năng huấn luyện tốt thì đương nhiên qua kinh nghiệm thực tiễn, bạn sẽ có điều kiện phát triển và thăng tiến. Một người sếp tốt là người luôn mong muốn nhân viên tiến bộ từng ngày, biết dành thời gian để nhận xét ưu – khuyết điểm của nhân viên, hỗ trợ những thách thức mà nhân viên gặp phải. Dần dần, sếp không chỉ hướng dẫn công việc mà còn cố gắng phát triển các khả năng của nhân viên, xem thành công trong công việc của mình bao gồm 50% từ kết quả kinh doanh và 50% từ phát triển con người. Dưới quyền một nhà quản lý như vậy, bạn sẽ tận dụng được nhiều kinh nghiệm từ họ. Thêm vào đó, vì họ có nhiều kỹ năng tốt hơn bạn nên bạn cũng học được nhiều điều bổ ích từ họ để tiến bộ hơn và để tổ chức ngày càng phát triển.

Kế hoạch của sếp gồm những chi tiết cần được phát triển (cải tiến) thêm, cách thức phát triển (cải tiến) và thời gian hoàn thành. Chẳng hạn, một kế hoạch phát triển có thể bao gồm những nội dung sau:

Lĩnh vực phát triển:

Phát triển hoạt động đối ngoại, thu thập kiến thức về các hoạt động kinh doanh mang tính toàn cầu có liên quan đến công ty.

Cách thức phát triển:

1. Lên lịch gặp gỡ với Jack Preen, Giám đốc Điều hành của tổ chức Các Hoạt động Quốc tế để có cái nhìn tổng quát về các hoạt động mang tính toàn cầu của công ty ABC. Hoàn tất vào cuối quý 1.
2. Tham dự hội nghị chuyên đề về các vấn đề tổng quát trong những hoạt động kinh doanh mang tính toàn cầu do Công ty Hội nghị Kinh doanh Quốc gia tổ chức tại Dallas. Hoàn tất vào cuối quý 2.
3. Tham gia các nhóm dự án, tập trung vào các hoạt động kinh doanh mang tính toàn cầu. Hoàn tất vào quý 4.

Đây là một phần trong kế hoạch phát triển đòi hỏi kiến thức về các hoạt động kinh doanh mang tính toàn cầu. Nhưng kế hoạch phát triển cũng có thể mất nhiều thời gian, từ hai năm, thậm chí đến mười năm. Chẳng hạn, một vị trí mà bạn khao khát đạt được đòi hỏi phải trải qua hai đến ba năm huấn luyện bổ sung. Vì vậy, nếu sớm biết được yêu cầu này và tham gia khóa huấn luyện đó càng sớm, bạn càng nhanh chóng nắm giữ được vị trí đó.

Nếu còn thiếu một kỹ năng nào đó trong quy trình đánh giá công việc của nhân viên, bạn có thể dễ dàng lên kế hoạch phát triển cho chính mình. Trên thực tế, tôi đề nghị bạn xây dựng một kế hoạch phát triển nghề nghiệp cơ bản sau khi đã làm việc được một hay hai năm. Điều đó giúp bạn xác định được bước đi kế tiếp của mình và tham gia vào các chương trình huấn luyện cần thiết để đạt tới vị trí mong muốn.

Các công ty luôn muốn nhân viên mình là những người có hoài bão nghề nghiệp và biết cách đạt được những hoài bão đó. Lập kế hoạch cụ thể cũng chính là cơ hội để nhân viên đánh giá kỹ năng nghề nghiệp của mình. Tôi luôn vui vẻ hướng dẫn và huấn luyện nhân viên để họ biết cách khảo sát các chọn lựa nghề nghiệp khác nhau và hiểu được vị trí nào là phù hợp với mình. Nhưng tôi chỉ có thể giúp định hướng mà không thể phát triển con đường sự nghiệp của họ, đơn giản bởi nếu bản thân họ không biết họ muốn gì thì làm sao tôi biết được điều đó?

Tại sao chúng ta lại bàn chi tiết đến việc đánh giá công việc của mình như vậy? Công việc cũng như sự thể hiện bản thân ở bạn thường do ban giám đốc nhận xét, đánh giá. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, bạn là người duy nhất tự điều khiển việc thể hiện và phát triển của mình. Đó là trường hợp bạn gặp một vị sếp mà cấp trên của người đó không đặt trọng trách nặng nề cho họ. Do đó, vị sếp này cũng chẳng đòi hỏi gì cao ở bạn. Bạn cũng có thể gặp một vị sếp không thích đưa ra ý kiến phản hồi trực tiếp và luôn tìm cách tránh né tất cả quy trình đó. Hoặc bạn có thể là thuộc cấp của một vị sếp bận rộn đến nỗi không thể làm gì khác hơn ngoài việc khen ngợi: *“Tốt! Hãy tiếp tục phát huy nhé!”*. Ở những trường hợp này, thường bạn sẽ không có được động lực mạnh mẽ thúc đẩy sự phát triển năng lực cá nhân.

Cho dù cấp trên không thảo luận với bạn về điều bạn nên làm, bạn vẫn nên hiểu ngầm rằng bản thân bạn vẫn được cấp trên mong mỏi làm *điều gì đó* (vì bạn vẫn đang làm việc cơ mà). Nếu bạn nuôi ý nghĩ rằng: *“Chẳng ai yêu cầu tôi phải làm gì hết nên không nhất thiết tôi phải làm điều nọ, điều kia...”* thì thật nguy hiểm. Rất có thể bạn sẽ nhanh chóng bị sa thải.

Nói tóm lại, vấn đề trước tiên tôi muốn nhấn mạnh ở đây là *hiểu yêu cầu của sếp*, vì họ là người tuyển dụng và cũng là người có toàn quyền quyết định cho bạn tiếp tục làm việc hay sa thải bạn. Khi đã hiểu các nhu cầu của sếp, điều bạn cần làm tiếp theo là gì ?

Bạn cần biết những người cần bạn trợ giúp. Ta tạm gọi những người này là “thân chủ” hoặc “khách hàng”. Họ là những người cần bạn giúp đỡ để hoàn thành công việc, ngược lại họ cũng hỗ trợ phần nào công việc của bạn. Những người này có thể là nhân viên công ty, khách hàng, thân chủ, sếp của các phòng ban khác, các cộng sự của bạn và các nhân viên dưới quyền bạn. Nhu cầu của họ có thể quan trọng tương đương với nhu cầu của sếp, do đó, việc hiểu và đáp ứng nhu cầu của họ là trách nhiệm hàng đầu của bạn.

Làm thế nào để trò chuyện cởi mở với các “thân chủ” của bạn? Trên thực tế, bạn nói chuyện với sếp thế nào thì nói chuyện với “thân chủ” cũng phải như thế. Để đáp ứng các yêu cầu của họ, bạn hãy hỏi họ cần gì và muốn được đáp ứng ra sao. Có thể họ sẽ nói cụ thể những yêu cầu quan trọng, hoặc cũng có thể họ nói qua loa. Cho dù thế nào đi nữa, bạn vẫn phải luôn bày tỏ thiện chí của mình trong việc đáp ứng những yêu cầu họ đưa ra.

Đánh giá công việc là cơ sở để bạn đặt nền tảng vững chắc cho sự nghiệp của mình. Nó giúp bạn nhận ra những điều cần làm, cách thức và mức độ hoàn thành tốt công việc ra sao. Hy vọng công ty của bạn sẽ áp dụng quy trình hướng dẫn, huấn luyện và chỉ dẫn hiệu quả để bạn có thể trở thành nhân viên tốt nhất. Nếu không, ít ra bạn cũng hiểu được quy trình cơ bản và tự đặt các mục tiêu, kế hoạch phát triển nhằm bảo đảm có được thành công trong công việc, cả ở hiện tại lẫn tương lai.

TẠO CẦU NỐI

Do đặc thù công việc, tôi thường xuyên phải đi công tác. Cũng vì vậy, tôi có quan hệ khá thân thiết với nhân viên công ty cho thuê xe hơi, nhân viên hãng hàng không cũng như nhân viên tiếp tân trong khách sạn... Họ luôn cố gắng giải quyết mọi vấn đề để chuyến đi của tôi thuận lợi và thoải mái. Lúc đầu, tôi nghĩ họ làm như vậy vì cho rằng tôi là một khách hàng quan trọng. Nhưng ngẫm lại, tôi mới thấy tất cả những cố gắng của họ chính là để xây dựng mối quan hệ thân thiết với khách hàng. Chính những mối quan hệ thân thiết, những chuyến khứ hồi của tôi cũng như của nhiều khách hàng khác sẽ đem lại doanh thu và lợi nhuận trực tiếp cho họ.

Như đã nói ở phần trước, mỗi người đều có những “thân chủ” của riêng mình. Họ là những người cần bạn trợ giúp. Bạn sẽ được hưởng lợi gì khi xây dựng những mối quan hệ thân thiết với “thân chủ”? Và làm thế nào bạn có thể mở rộng những mối quan hệ ấy?

Kinh nghiệm của tôi cho thấy bạn sẽ được hưởng hai lợi ích chính sau:

Họ vui vì bạn đã mang lại cái họ cần, từ niềm vui này, họ có thể phản hồi lại với cấp trên của bạn rằng bạn đã hoàn thành rất tốt công việc. Ngay cả khi công ty của bạn có một hệ thống đánh giá, nhận xét chặt chẽ chất lượng công việc, cung cách phục vụ đi chăng nữa thì một ý kiến phản hồi tốt và khách quan từ khách hàng cũng sẽ khiến cấp trên thêm tin tưởng vào nỗ lực của bạn cho sự nghiệp chung.

Bạn nhận lại được sự giúp đỡ nhiệt tình. Có một câu châm ngôn rằng: “*Bạn chăm sóc tôi, tôi sẽ chăm sóc lại bạn*”. Quả vậy, nỗ lực của chúng ta giống như một sự đầu tư, đến một lúc nào đó, nó sẽ quay trở lại giúp ích cho ta. Trên thực tế không phải ai cũng hiểu được mối quan hệ giữa *cho* và *nhận*. Tôi từng làm việc với một nhân viên có tiếng về chuyện “hồi âm trễ”. Hiếm khi nào cô ấy trả lời điện thoại hoặc e-mail đúng lúc, thậm chí còn thường xuyên trễ hẹn nữa, nhưng cô lại luôn than phiền rằng đồng nghiệp và khách hàng không nhiệt tình với cô. Theo tôi, chẳng có gì là bất công trong chuyện này cả, cô ấy đã trao cho người khác sự hào hứng thì cái cô ấy nhận lại cũng tương tự mà thôi. Đó là quy luật tất yếu trong cuộc sống.

Phần trước, tôi đã nhấn mạnh hai nhân tố chính ảnh hưởng đến công việc của bạn, đó là sếp của bạn và những người bạn trợ giúp. Ngoài ra, cũng cần phải kể đến một nhân tố quan trọng khác: các cộng sự của bạn. Giữa bạn và những cộng sự này cần có quan hệ tác động qua lại chứ không đơn thuần là quan hệ một chiều – bạn đáp ứng nhu cầu của họ.

Cộng sự không phải là người chịu trách nhiệm về các mục tiêu và mong muốn của bạn, nhưng họ có thể cho bạn biết trong số hành vi của bạn, đâu là cái có thể hoặc không thể chấp nhận được. Sự trung thực, đáng tin cậy, hay khả năng hoàn thành tốt công việc của bạn có lẽ không phải là vấn đề các cộng sự nhắm tới, điều họ mong muốn chính là thái độ và tinh thần làm việc nhóm của bạn. Hiểu được điều này và có sự điều chỉnh thích hợp, bạn có thể chuyển trạng thái từ “*người mới tới*” sang “*thành viên thân thiết của nhóm*” dễ dàng hơn. Bên cạnh đó, thông qua những cuộc đàm luận với các cộng sự, bạn sẽ nhận ra rằng không nhất thiết người khác phải có cùng suy nghĩ với bạn. Sự khác biệt trong quan điểm đôi khi là sự bổ sung thú vị cho những thiếu sót của nhau.

Hiểu và chấp nhận hành vi cũng như những nhu cầu khác với bạn chính là bước đầu tiên trong việc xây dựng các mối quan hệ cộng sự tốt đẹp. Hãy xem bản thân và các cộng sự như những miếng ghép trong trò chơi ráp hình. Có lúc góc cạnh của các miếng ghép khớp với nhau, nhưng cũng có lúc lệch nhau. Không có miếng ghép nào tốt hơn hay kém hơn miếng ghép nào. Chúng chỉ khác biệt nhau mà thôi. Cố gắng đặt một miếng ghép vào khoảng trống không khớp với hình dạng của nó chỉ là một nỗ lực vô ích. Thay vì ép nó cho vừa vặn, bạn hãy tìm ra đâu là sự khác biệt giữa khoảng trống và mảnh ghép đó. Tương tự, hãy tìm hiểu tại sao đồng sự của bạn cần cái khác chứ không phải cái mà bạn đưa ra, hay tại sao họ cư xử trái với những gì bạn mong đợi.

Hiểu được căn nguyên vấn đề sẽ giúp bạn có được những giải pháp khả thi để công việc chung tốt hơn, đồng thời, vẫn có thể tạo dựng những mối quan hệ tốt đẹp ngay cả khi sự khác biệt luôn tồn tại.

Đôi khi, để có những mối quan hệ tốt đẹp, bạn phải “hy sinh” một chút, có như vậy, người kia mới cảm thấy thoải mái và thỏa hiệp với bạn. Một khi tạo dựng được những mối quan hệ như mong muốn, bạn sẽ có được vốn quý để “sử dụng” trong mọi tình huống nghề nghiệp của mình. Thành công trong sự nghiệp đòi hỏi sự đóng góp của nhiều người. Đó cũng là nội dung chúng ta sẽ thảo luận trong phần kế tiếp.

SỨC MẠNH CỦA TINH THẦN TẬP THỂ

Ở trường đại học, bạn là người chịu trách nhiệm về bài vở của mình. Kết quả, thứ hạng được đánh giá dựa trên những cố gắng của riêng bạn. Đôi khi, bạn cũng tham gia nghiên cứu khoa học theo nhóm và một phần điểm của bạn là do các thành viên trong nhóm mang lại. Nhưng nhìn chung, thành tích trên ghế nhà trường đều là do bạn tự thân vận động. Chỉ cần đi học chuyên cần, hoàn thành bài vở đúng thời hạn, thi cử nghiêm túc là bạn có thể đủ điểm đậu.

Tuy nhiên, trong công việc và môi trường công sở lại khác, bạn sẽ cần sự giúp đỡ của nhiều người. Mặc dù có một số việc bạn có thể tự mình hoàn thành, nhưng nhìn chung, bạn không thể một mình giải quyết mọi việc.

Nếu muốn thử làm phức tạp hóa công việc của mình, bạn chỉ cần gây bất lợi cho mối quan hệ giữa bạn và một người nào đó. Chẳng hạn, khi mối quan hệ của bạn với *người giao việc* xấu đi, bạn có thể sẽ không nhận công việc đúng thời điểm hoặc không nhận được những việc nằm trong khả năng chuyên môn của mình. Khi mối quan hệ của bạn và *người được bạn giao việc* xấu đi, bạn có thể không hoàn tất công việc đúng hạn.

Tóm lại, nếu quan hệ giữa bạn và những công sự nảy sinh khúc mắc, bất hòa thì công việc bạn đang tiến hành có thể sẽ phát sinh những rắc rối. Ngược lại, mọi chuyện sẽ tốt đẹp hơn nếu bạn biết bỏ qua *cái tôi* ích kỉ và xem trọng lợi ích chung của “chúng ta”. Có hai cách hiểu về ***chúng ta***:

- *Theo nghĩa rộng*: Dùng để chỉ một thực thể lớn như toàn bộ công ty, toàn bộ các phòng ban, các nhân viên trong một dự án... Việc sử dụng đại từ nhân xưng “chúng ta” ở đây cho thấy mọi người đều là những người “cùng hội cùng thuyền”, cùng nhau phấn đấu, tìm kiếm lợi ích chung cho toàn nhóm.

- *Theo nghĩa hẹp*: Dùng khi bạn nói từng người trong việc sắp đặt công việc. Trong hoàn cảnh chỉ có hai người, đại từ nhân xưng “chúng ta” cho thấy cả hai đang ở trong cùng một nhóm: “Tôi được bạn ủng hộ”, “Tôi đang mong đợi bạn”, “Tôi sẽ hoàn thành đúng thời hạn bạn giao”; “Điều bạn đang nói đồng nghĩa thành công là kết quả cuối cùng và nó chỉ có được từ sự nỗ lực của cả hai phía”...

Tôi cho rằng, “chúng ta” là đại từ điển tả sâu sắc nhất sức mạnh tinh thần làm việc tập thể. Kinh nghiệm cho thấy, khi bạn luôn đặt lợi ích của “chúng ta” lên hàng đầu, các mối quan hệ trong nghề nghiệp, hợp tác kinh doanh của bạn sẽ trở nên tốt đẹp và bền vững.



THĂNG THẢN NHÌN NHẬN THIẾU SÓT

Khi mới vào nghề, tôi được một vị lãnh đạo giàu kinh nghiệm khuyên rằng *“Nếu anh không biết câu trả lời thì hãy nói anh không biết, nhưng hãy chắc chắn rằng anh sẽ tìm được lời đáp cho câu hỏi ấy”*.

Trong năm đầu khởi nghiệp, có thể bạn sẽ lúng túng và không biết cách trả lời câu hỏi người khác đưa ra, nhưng quan trọng là bạn xử lý tình huống bối rối đó ra sao. Hãy nhớ rằng, dù ai đó hỏi bạn bất kỳ câu hỏi gì chẳng nữa thì trách nhiệm của bạn vẫn là phải trả lời. Trong thời gian làm công tác tuyển dụng, tôi gặp không ít bạn trẻ khi nhận được câu hỏi chỉ trả lời một cách gọn lỏn: *“Tôi không biết”*. Chỉ có vậy. Không thêm gì nữa. Họ không hề bày tỏ thiện chí rằng sẽ tìm cho ra câu trả lời. Đây là một trong những hạn chế khiến họ mất điểm trước nhà tuyển dụng. Do đó, tôi thành thật khuyên khích bạn hãy mạnh dạn nói rằng: *“Tôi không biết nhưng tôi sẽ tìm ra câu trả lời”*.

Một điều khác cần lưu ý là, khi không biết câu trả lời, bạn đừng liều lĩnh “sáng tạo” ra một câu trả lời nào đó. Những dấu hiệu bất thường ở bạn sẽ khiến bạn bị “lộ tẩy” ngay lập tức, chẳng hạn:

- Bạn cà lăm.
- Bạn lúng túng không trả lời ngay.
- Bạn nhìn xung quanh phòng như thể để tìm câu trả lời.
- Bạn ú ớ với những cụm từ phổ biến: *“À... ừm...”*

Tôi từng rơi vào trường hợp tương tự. Đó là khi tôi “bịa” ra câu trả lời trong lần phỏng vấn vòng hai tại một công ty danh tiếng. Cuộc phỏng vấn thứ nhất diễn ra tốt đẹp, nhưng lần hai thì có sự hiện diện của bà Phó chủ tịch nhân sự, và rắc rối tôi gặp phải cũng từ đó.

Trong suốt thời gian phỏng vấn, bà ta hầu như im lặng, mãi đến những phút cuối, bà bắt đầu lên tiếng hỏi tôi những câu khá kỳ quặc, chẳng liên quan gì đến công việc. Trong đó, có một câu bà hỏi rằng công ty tôi từng làm có tất cả bao nhiêu nhân viên. *“Chết tiệt! Mình làm sao mà nhớ được, vì cũng chẳng cần thiết phải nhớ làm gì!”* – Tôi trầm nghĩ. Nhưng vốn có tài ứng biến

nên tôi nhanh chóng bịa ra một con số nghe cũng có vẻ hợp lý. Nhưng bất ngờ, mọi thứ sụp đổ. Bà ta lau bầu “cảm ơn” rồi đứng dậy, bỏ đi.

Khi trả lời câu hỏi cuối cùng của bà ấy, tôi chắc chắn là bà muốn xem tôi hiểu rõ tổ chức của mình như thế nào. Nhưng bây giờ, tôi mới nhận ra rằng, bà ấy chỉ muốn xem tôi có đủ can đảm để trả lời “*Tôi không biết*” trước một câu hỏi “khó” như vậy không.

Vì vậy, qua kinh nghiệm thực tế, tôi mong bạn hãy cứ thành thật. Do mới bắt đầu làm việc nên việc bạn không biết cách giải quyết và trả lời một câu hỏi nào đó cũng là chuyện bình thường. Điều quan trọng là bạn phải biết thừa nhận khiếm khuyết của mình và sẵn sàng đi tìm đáp án.



THỰC HIỆN LỜI HỨA

Một khi đã nói “*Tôi không biết nhưng tôi sẽ tìm ra câu trả lời*”, bạn cần phải giữ liên lạc với người đặt ra câu hỏi, ngay cả khi không kiếm được lời giải đáp. Không bao giờ bạn được phớt lờ và biến mất luôn. Việc hồi đáp này không chỉ giúp đối phương có được câu trả lời, mà còn cho thấy bạn là người có chữ “tín”, và luôn coi trọng khách hàng.

Việc giữ liên lạc và thực hiện lời hứa là một trong những bài học đầu tiên mà tôi học được khi bắt đầu làm việc. Một chuyên viên điều hành với hơn 40 năm kinh nghiệm đã dạy tôi điều này. Ông biết nhân viên cấp dưới của mình rất thích “cách quản lý thoải mái” và các nhân viên văn phòng thường không quan tâm nhiều đến nhu cầu của công nhân sản xuất. Ông không muốn tôi trở thành một trong những “nhân viên văn phòng” không được công nhân sản xuất quý trọng. Ông thường nhắc tôi về trách nhiệm đối với nhu cầu và thắc mắc của bất kỳ ai. Tôi cần phải giữ liên lạc với họ. Và ông đã đúng.

Theo hướng dẫn của ông, tôi giữ danh sách các nhân viên đã yêu cầu hoặc gửi thắc mắc đến cho tôi. Tôi không bỏ tên họ ra khỏi danh sách đó cho tới khi thắc mắc của họ được giải đáp. Nếu không hiểu rõ yêu cầu của họ, tôi sẽ gọi họ đến và hỏi xem điều gì khiến họ chưa thật sự thỏa mãn. Dần dần, số câu hỏi và yêu cầu chuyển tới chúng tôi ngày một nhiều. Tôi nhận ra rằng, một khi người ta tin tưởng bạn luôn cố gắng giúp họ, họ sẽ sẵn sàng giải bày những nhu cầu của mình, nếu không, họ sẽ chẳng bao giờ tìm đến sự trợ giúp của bạn.

Giả sử bạn cần sự trợ giúp của một người nào đó, nhưng người đó lại không thực hiện hoặc không thể giúp bạn. Lúc ấy, bạn sẽ cảm thấy thế nào? Trái lại, một người luôn sẵn sàng trợ giúp người khác khi có thể, họ sẽ ngày càng được mọi người tin yêu. Đó chính là điều bạn nên làm trong cuộc sống cũng như trong môi trường công sở. Có thể, để làm những điều này, bạn sẽ trở nên bận rộn hơn, nhưng sự bận rộn ấy sẽ mang lại cho bạn các mối quan hệ bền vững và một chỗ đứng quan trọng trong công ty.

ĐỪNG XEM THƯỜNG CẤP DƯỚI

Bất kỳ một hệ thống tổ chức nào cũng có những mức độ quyền hành và trách nhiệm khác nhau. Nhân vật càng nắm giữ địa vị cao thì càng có nhiều khả năng, quyền lực và trách nhiệm. Trong một tổ chức, luôn tồn tại những cá nhân “ra vẻ kẻ cả” với cấp dưới. Đánh giá một người nào đó dựa trên chức vụ chứ không phải năng lực là một sai lầm. Điều này vẫn hay xảy ra ở một số lãnh đạo cấp cao. Họ thờ ơ và đối xử không tốt với nhân viên cấp dưới (nhất là những nhân viên ở các vị trí như phụ tá, thư ký, lao công, bảo vệ...). Khi làm vậy, cũng có nghĩa là họ tự rơi vào những sai lầm sau:

- Đánh giá không đúng vai trò con người.
- Mất đi cơ hội và tinh thần hợp tác từ đối phương.
- Mất đi những “đồng minh” tốt.

Lấy ví dụ, trợ lý của các quản trị viên cao cấp, bản thân họ không phải là giám đốc hay tổng giám đốc, nhưng họ lại giữ nhiều trọng trách hơn. Họ là người nắm được lịch làm việc của sếp, thậm chí cả cấp trên của sếp nữa. Nhiều trợ lý cũng như thư ký của các quản trị viên cao cấp được những nhân vật cao cấp trong tổ chức tin cậy và ủy thác nhiều nhiệm vụ quan trọng. Trong trường hợp này, họ có thể ảnh hưởng tới nhận thức nào đó đối với bạn theo cả hai cách - tốt lẫn xấu, tùy vào tác động của họ với bạn.

Vì vậy, hãy tự nhìn nhận lại bản thân, tránh hành vi kẻ cả (cho rằng mình tốt hơn/ quan trọng hơn/ “cao” hơn người khác). Hãy trân trọng và mở rộng mối quan hệ với mọi người, dù vai trò và chức vụ của họ là gì đi nữa. Khi đối xử với họ tốt, bạn sẽ nhận lại kết quả tương tự. Ngược lại, nếu coi thường, thậm chí ngược đãi họ, kết quả bạn nhận được sẽ chẳng ra gì.

Xin kết thúc vấn đề này bằng một câu chuyện thực tế:

Có lần, chúng tôi dành vài ngày để phỏng vấn tuyển dụng các ứng viên có bằng MBA¹ trong chương trình huấn luyện của công ty. Những nhà lãnh đạo cao cấp (trong đó có cả chủ tịch) cùng các chuyên viên Nhân sự tập trung tại phòng họp của Hội đồng quản trị để xem xét từng ứng viên và xác định ai sẽ trúng tuyển. Thật sự, những người làm công tác tuyển dụng như chúng tôi

² Master of Business Administration (Bằng Thạc sỹ Quản trị Kinh doanh)

luôn cảm thấy bối rối khi đứng trước sự chọn lựa một trong hai ứng viên “*kẻ tám lạng, người nửa cân*”. Cả hai ứng viên này đều tốt nghiệp từ các trường danh tiếng, học vấn tương đương nhau và trong quá trình phỏng vấn, họ đều có những biểu hiện rất tốt. Sau nhiều cuộc thảo luận, chúng tôi vẫn không thể thống nhất được nên chọn ai, bỏ ai. Cuối cùng, vị chủ tịch lên tiếng: “*Vui lòng mời Cindy tới đây*”.

Cindy là một tiếp tân. Cô chào đón khách hàng, các đối tác tới công ty tại tiền sảnh và cũng chịu trách nhiệm trong việc sắp xếp, đưa các ứng viên trở lại phi trường. Vị chủ tịch đưa ra hai tấm hình trong hai bộ hồ sơ: “*Cô có nhớ hai ứng viên này không?*”. Cindy nói rằng, cô nhớ họ và đã từng gặp riêng mỗi người trong thời gian họ ngồi đợi chuyến bay. Vị chủ tịch hỏi tiếp: “*Người nào tạo thiện cảm với cô hơn?*”.

Cindy nói rằng một trong hai ứng viên đó đã cư xử rất lịch sự và nhã nhặn với cô. Anh ta hỏi cô về niềm vui trong công việc cô đang làm, những khó khăn mà cô gặp phải. Ứng viên còn lại thì chỉ nhìn cô, không nói gì ngoại trừ lúc hỏi phòng vệ sinh ở đâu và bảo cô dọn dẹp tách café cho mình. “*Nếu không cần đến những việc ấy, chắc anh ta đã chẳng đếm xỉa gì đến tôi rồi!*” – Cindy nói.

Và tất nhiên, ứng viên trúng tuyển ở đây là ai thì bạn có thể đã đoán ra!

LÀM CHỦ PHÁT NGÔN

Khi còn là một Giám đốc nhân sự “non tay”, tôi rất ngại phải thảo luận những vấn đề nhạy cảm với nhân viên - những vấn đề có liên quan trực tiếp đến những chuyện không hay của họ như đi làm trễ, nghỉ không phép và những quy chế, thủ tục khiến họ bực bội... Dù biết rằng sự giận dữ của họ nhiều khi chỉ là một cách phòng vệ, nhưng vẫn khiến tôi cảm thấy áy ngại.

Chẳng ai trong chúng ta muốn nghe lời chỉ trích của người khác, cũng chẳng ai muốn mình bị người khác xem thường. Có thể lời nói của bạn rất hợp lý, rõ ràng, nhưng điều người ta quan tâm là cách bạn nói hơn là thông điệp bạn chuyển tải. Hai nhân viên của tôi từng xích mích với nhau. Khi bình tĩnh lại, một trong hai người đó nói với tôi rằng: *“Anh có nghe anh ta nói với tôi thế nào không? Rằng tôi là một kẻ ngu đần! Quả thực, tôi rất lấy làm tiếc vì để sai lầm ấy xảy ra, nhưng tôi không phải là kẻ ngu và tôi không thích bị nói như vậy!”*.

Thật vậy, nếu bạn có một thông điệp muốn chuyển đến người khác nhưng không biết phải diễn đạt thế nào, hãy thử nhắm lại, chọn một cách nói sao cho phù hợp nhất và cân nhắc xem thông điệp ấy sẽ được đối phương hiểu ra sao. Trong trường hợp đối phương phạm phải một sơ suất hay lỗi lầm nào đó, thay vì đổ lỗi, bạn nên tập trung vào cách giải quyết vấn đề. Chẳng hạn, bạn đang cần gấp thông tin của ai đó nhưng người đó lại không cung cấp cho bạn đúng lúc. Thay vì giận dữ, bạn nên tập trung tìm giải pháp để có được những thông tin cần thiết một cách kịp thời, chính xác. Thông điệp của bạn lúc này sẽ là: *“Tôi không quan tâm đó là lỗi của ai. Điều tôi muốn lúc này là chúng ta hãy bắt tay vào việc!”*.

Đừng để thông điệp đầy thiện chí của bạn bị hiểu lầm. Muốn vậy, hãy chọn cho mình cách diễn đạt tốt nhất để không đẩy người khác vào thế phòng thủ. Xin nhớ rằng, người ta nghe và xem *cách* bạn truyền thông điệp trước khi hiểu bạn đang cố nhắn gửi *điều gì*. Chẳng hạn, giọng điệu của bạn khiêu khích hay nhún nhường; nhanh và đầy sức thuyết phục, hay chậm rãi, điềm tĩnh nhưng cương quyết? Tóm lại, cách bạn nói chuyện với người khác thế nào thì cách người ấy đáp trả cũng sẽ như vậy. Nếu bạn tức giận, la lối trong khi giải thích, người nghe có khả năng sẽ phản ứng tương tự. Khi điều này xảy ra, cơ hội đạt đến giải pháp tốt đẹp giữa hai bên sẽ bị giảm sút.

Đừng quên rằng, bạn không thể biết hết được điều gì đã xảy ra với người khác. Có thể họ đã gặp phải một vài chuyện không vui, cũng có thể gia đình họ có những rắc rối riêng mà bạn

không can thiệp được. Chúng không liên quan gì đến bạn. Tuy nhiên, cách bạn khiển trách nhân viên có thể khiến họ tự vệ, rồi tìm cách phản công, từ đó dẫn đến tình trạng căng thẳng, mâu thuẫn và cuối cùng là phản ứng một cách quyết liệt.

Nếu thấy kiểu nói chuyện của mình dễ khiến người khác hiểu lầm, bạn hãy tìm cách gọi chuyện trước. Hãy hỏi họ rằng làm thế nào bạn có thể cải thiện khả năng giao tiếp của bản thân; hoặc khi thảo luận những chủ đề nhạy cảm, liệu những hành động và cách phản ứng của bạn có làm họ khó chịu hay không? Hãy nói rằng, bạn luôn sẵn sàng lắng nghe những góp ý chân thành từ họ, và rằng bạn cũng như họ, đang cố gắng xây dựng một nền tảng nghề nghiệp vững chắc. Đây là một trong những nghệ thuật quan trọng góp phần vào thành công nghề nghiệp của bạn.

Thư Viện Online

HUẤN LUYỆN QUA KINH NGHIỆM

Nếu như ở những phần trước, chúng ta đề cập đến ý kiến phản hồi từ phía bạn tới một cá nhân nào đó thì ở phần này, ngược lại, người nhận ý kiến phản hồi chính là bạn và mỗi ý kiến phản hồi ở đây đều mang tính tích cực, có giá trị đóng góp cao. Đây cũng là điều mà tôi gọi là *Huấn luyện qua kinh nghiệm* - sự chuyển giao kiến thức từ một thời điểm nào đó cho tới hiện tại. Bạn được nhận điều đó miễn phí. Để biết cụ thể hơn, hãy đến với những phân tích dưới đây.

Tôi thích trò chơi xổ số. Chỉ cần bỏ ra một dollar, chọn một dãy số có thể mang lại cho bạn một số tiền lớn, quả là điều thú vị. Khi còn nhỏ, tôi từng mơ ước tìm được một cuốn sách màu nhiệm, trong đó chứa đựng mọi dãy số sẽ đoạt giải trong vòng 20 năm tới. Chỉ cần có được cuốn sách ấy, tôi sẽ trúng hết các cuộc xổ số ở khắp mọi nơi trên thế giới. Tôi có thể chăm lo cho mình, cho gia đình và bất kỳ người nào tôi yêu mến mà không phải lo lắng về tiền bạc, tài chính.

Dẫn ra câu chuyện tuổi thơ này, chủ ý của tôi là để nói với bạn rằng, trong *Huấn luyện qua kinh nghiệm*, bạn sẽ nhận được những điều giá trị tương tự như cuốn sách xổ số màu nhiệm vậy. *Huấn luyện qua kinh nghiệm* diễn ra khi các nhân viên giàu kinh nghiệm chỉ cho bạn những bài học đúc kết từ quá khứ. Chương trình này phát sinh trong trường hợp đặc biệt: Bạn có thể được tham gia vào một dự án đang tiến hành mà trong đó, mọi người cộng tác, chia sẻ suy nghĩ, kinh nghiệm của bản thân với nhau.

Chương trình này cũng có thể xảy ra một cách bất ngờ. Một chương trình “Huấn luyện qua kinh nghiệm” tốt thường bắt đầu từ một nhân tố nào đó được lồng vào trong một câu chuyện và kết thúc ở thời điểm thích hợp. Nó na ná với việc quan sát một chiếc thuyền buồm lướt trên mặt nước theo lộ trình vòng tròn, nghĩa là điểm xuất phát cũng sẽ là đích đến. Bạn sẽ thấy sững sờ như thể bạn vừa thực hiện một hành trình mà không rời bỏ vị trí, hơn thế, bạn còn học được rất nhiều thông tin hữu ích.

Những ngày mới vào nghề, tôi có dịp trình bày trước một nhóm các nhà quản lý cấp cao về kế hoạch của mình trong ngày hội việc làm sắp tới. Để thu hút các ứng viên, tôi tha thiết đề xuất một vài vị quản lý cấp cao góp mặt trong sự kiện ấy. Cuối buổi trình bày, nhóm đồng ý với kế hoạch tổ chức ngày hội việc làm, nhưng cho rằng không cần thiết phải có mặt các nhà quản lý cấp cao. Vì vậy, tôi được chỉ thị phải tìm hướng giải quyết khác.

Thật sự tôi hơi thất vọng và có phần giận dữ vì sự khước từ của họ. Ngày hội việc làm là một sự kiện lớn đối với chúng tôi và tôi muốn nó phải thật thành công. Yếu tố chính đánh giá sự thành công là số lượng và chất lượng các hồ sơ xin việc trong ngày hội đó. Tôi có thể quán xuyến tất cả các hoạt động hậu cần. Thâm tâm tôi muốn rằng các ứng viên tiềm năng sẽ tạo ấn tượng tốt trong mắt các nhà quản lý. Do đó, chẳng lý do gì mà các nhà quản lý lại vắng mặt?

Tôi đến gặp Mike - một nhà quản lý cũng có mặt trong buổi họp ban sáng. Ông từng đánh giá cao kế hoạch ngày hội việc làm của tôi và còn cho rằng, sự hiện diện của các nhà quản lý cấp cao là ý tưởng tốt. Khi biết tôi không thuyết phục được hội đồng và sẽ chẳng có vị quản lý nào chịu đến tham dự ngày hội việc làm cả, Mike mỉm cười nói rằng ông hiểu được cảm giác của tôi bởi trước đây ông cũng từng nhiều lần rơi vào hoàn cảnh tương tự. Rồi ông chia sẻ câu chuyện quá khứ của mình.

Nhiều năm trước, Mike theo đuổi một ý tưởng lớn về việc tạo ra công cụ giúp các nhân viên điều khiển van được dễ dàng hơn. Ông lên kế hoạch, kiểm tra nhiều cấu hình khác nhau. Khi làm xong bản thiết kế, ông tự bỏ tiền túi ra để thiết kế bản mẫu. Rất tự hào về thành quả đó, Mike mang bản thiết kế đến gặp sếp với hy vọng công ty thấy được giá trị đó và sẽ đầu tư sản xuất. Tuy nhiên, vị sếp đã gạt bỏ ý tưởng này. Ông ta giải thích rằng đây là một ý tưởng tốt nhưng lại không thuộc lĩnh vực của công ty. Thất vọng tràn trề, Mike rời văn phòng, quăng bản vẽ vào kho nhiều tháng trời.

Cuối năm đó, một trong những đối tác cung cấp vật liệu cho công ty đến thăm nhà máy. Họ đã nghe về bản vẽ của Mike và yêu cầu được xem nó. Mike đem tới cho họ nghiên cứu và vài tuần sau, ông bán nó cho công ty này với một giá hời và còn được hưởng phần trăm của doanh thu trong tương lai. Tình hình tiến triển tốt đến không ngờ.

Sau khi ngẫm nghĩ câu chuyện của Mike, tôi nhận ra rằng mình còn có nhiều ý tưởng tốt hơn điều mà tôi đã đề nghị trong buổi họp. Ban đầu, tôi muốn các vị lãnh đạo hiện diện tại ngày hội việc làm để tạo uy tín và cả sức hấp dẫn cho công ty, nhưng họ có thể nói được gì với các ứng viên tiềm năng về yêu cầu công việc? Chắc chắn nếu có thì chỉ là những thông tin chung chung, trong khi đó, điều mà các ứng viên muốn đó là biết thật cụ thể về đặc trưng và yêu cầu công việc họ sẽ làm. Và điều này, có lẽ các nhà quản lý không thể đáp ứng được, bởi trước nay, họ chỉ quen

với công việc quản lý mà thôi. Lúc đó, liệu ai có thể cung cấp thông tin cho các ứng viên tại ngày hội việc làm?

Suy nghĩ thế nên tôi quyết định chọn các nhân viên giàu kinh nghiệm trong từng lĩnh vực và chuẩn bị sẵn cho họ các câu hỏi tại ngày hội việc làm. Mọi việc diễn ra suôn sẻ. Nhờ các “chuyên gia kinh nghiệm” ấy mà các ứng viên - những người muốn làm việc cho chúng tôi - hiểu được cụ thể yêu cầu và tính chất của từng loại công việc. Và cũng nhờ thế, tôi rút ra cho mình một kinh nghiệm rằng, có rất nhiều con đường khác nhau để chúng ta hoàn thành mục tiêu, quan trọng là chúng ta phải sẵn lòng tham khảo tất cả các chọn lựa và đừng bỏ cuộc cho đến khi tìm được cách thích hợp nhất.

“Huấn luyện qua kinh nghiệm” là cách tốt để tạo mối liên hệ giữa học và hành, giữa kiến thức trong nhà trường và ứng dụng thực tế. Bạn có thể học được rất nhiều điều bổ ích từ kinh nghiệm của những người đi trước. Với tôi, kiến thức có được nhờ học hỏi từ các cộng sự giàu kinh nghiệm còn nhiều hơn kiến thức tiếp thu được trên ghế nhà trường. Từ những câu chuyện của họ, tôi có thể rút kinh nghiệm cho bản thân và chuẩn bị tinh thần giải quyết những khó khăn trong tương lai. Trong quá trình làm việc, tôi hưởng lợi từ những đề nghị của họ. Kinh nghiệm của họ có thể giúp tôi phát triển khả năng phán đoán, khả năng nhận thức trong từng hoàn cảnh cụ thể, biết ưu tiên cho những việc quan trọng khi giải quyết vấn đề.

Đôi khi, chúng ta vẫn xem những đồng nghiệp lâu năm như những người “lỗi thời”, “không theo kịp cái mới”. Điều này chỉ đúng trong một vài trường hợp nào đó. Dù họ hơi chậm chút ít so với lý thuyết và phương pháp hiện đại nhưng họ lại mạnh hơn ở kinh nghiệm và biết cách lèo lái sự việc suôn sẻ. Nếu gặp một nhân viên giàu kinh nghiệm, có khả năng chuyên môn cao, có thể bạn sẽ được hưởng nhiều lợi ích từ kiến thức của họ. Vì vậy, hãy nhanh chân “tham dự” vào bất kỳ cơ hội “Huấn luyện qua kinh nghiệm” nào dành cho bạn hoặc hãy chủ động tìm kiếm nó.

CỔ VẤN VÔ DANH

“Cổ vấn vô danh” là ai? Và bạn sẽ học hỏi được gì từ vị “Cổ vấn vô danh” này?

Chúng ta hãy bắt đầu bằng việc giải thích khái niệm trên. Một số công ty áp dụng chương trình cố vấn chính thức qua việc phân bổ một nhân viên mới vào làm việc cùng một nhân viên giàu kinh nghiệm. Mục đích của việc thiết lập mối quan hệ này nhằm đưa nhân viên kinh nghiệm đến với nhân viên mới, giúp nhân viên mới học hỏi và phát triển hơn nữa chuyên môn của mình. Chuyên gia cố vấn này không phải là giám sát viên của nhân viên mới, họ chỉ là người cung cấp cho nhân viên mới kỹ năng theo dõi công việc và phương pháp phát triển nghề nghiệp từ kinh nghiệm thực tế. Bởi vậy còn có thể gọi họ là “cố vấn vô danh”.

Chức năng của một “cố vấn vô danh” hơi khác so với cố vấn thông thường. Cụ thể, “cố vấn vô danh” hoàn toàn không biết họ đang cố vấn cho bạn! Bạn có thể lên kế hoạch trao đổi với họ, nói cho họ biết rằng bạn rất vui khi họ là cố vấn của bạn và bạn mong hiểu họ hơn nữa. Nhưng tôi khuyên bạn không nên như vậy. “Cố vấn vô danh” không có vai trò chính thức trong sự phát triển của bạn mặc dù họ có những đóng góp đáng kể. Việc quan sát cách họ ứng xử trong môi trường làm việc sẽ cho bạn những kinh nghiệm đáng quý khi cần điều chỉnh hành vi và kỹ năng của bản thân cho thích hợp.

Tôi bắt đầu sử dụng phương pháp này ngay từ giai đoạn khởi nghiệp. Tôi chọn lọc những hành vi và kỹ năng khác nhau từ các “cố vấn vô danh” để tạo ra sự khác biệt cho riêng mình. Trước đây, tôi từng làm việc chung với một nhân viên. Trong phòng làm việc của anh ta thường có sự hiện diện của các vị giám đốc, cũng như các giám sát viên. Họ thường bàn luận với nhau về nhiều vấn đề. Điều ấy khiến tôi tự hỏi: *“Liệu mình có thể xây dựng những mối quan hệ tốt như vậy với những người khác không?”*. Để ý hơn, tôi thấy anh ta là một người luôn biết lắng nghe. Khi người ta đưa ra một vấn đề nào đó, anh không trực tiếp giải quyết cho họ (mặc dù anh có thể làm dễ dàng) mà chỉ đặt câu hỏi về những thông tin cần thiết xoay quanh vấn đề đó. Chẳng hạn *“Nguyên nhân nào dẫn đến điều ấy? Còn yếu tố nào khác ngoài hoàn cảnh hay không?”*... Người gặp khó khăn sẽ trả lời và khi họ nói, vị cố vấn này sẽ hỏi thêm các câu hỏi khác có liên quan. Người đó sẽ phải xem xét những chọn lựa khác nhau qua những câu hỏi khơi gợi của “cố vấn vô danh” – người chỉ lắng nghe và đặt câu hỏi.

Một “cố vấn vô danh” khác từng dạy tôi cách làm thế nào để làm việc với các vị lãnh đạo cấp cao một cách hiệu quả mà luôn tỏ thái độ kính trọng với họ (thực tế làm được điều này không phải đơn giản). Người cố vấn này có một phương pháp đặc biệt là “giữ” vấn đề của người khác cho tới khi nó được giải quyết. Khi thật cần thiết phải chuyển một yêu cầu tới người nào đó, cô ấy luôn

bảo người yêu cầu trở lại gặp cô nếu họ chưa giải quyết được. Cô ấy sẽ tiếp tục vấn đề cho tới khi người đó thỏa mãn.

Cả hai “cố vấn vô danh” này đều được đánh giá cao trong tổ chức của chúng tôi. Họ được công nhận qua những việc làm đúng và phù hợp với văn hóa công ty. Tôi có thể lấy các bài học của họ, sửa lại cho hợp với mình và áp dụng để tiến bộ nhanh hơn so với việc tôi phải tự học những bài học đó từ kinh nghiệm bản thân.

Sau khi đã hiểu vai trò của một “cố vấn vô danh”, chúng ta hãy thử đi tìm họ. Hy vọng bạn có thể tìm được một hoặc hai ứng viên tiềm năng trong nhóm làm việc của mình. Qua kinh nghiệm thực tiễn, tôi thấy rằng ta nên đánh giá nhân viên dựa trên ba yếu tố khác nhau, những yếu tố này có thể nhìn nhận một cách đơn giản thông qua quan sát. Có thể xem đây là căn cứ cho việc đánh giá các ứng viên tiềm năng - những người sẽ trở thành “cố vấn vô danh” của bạn. Họ có thể là những nhân viên ngay trong nhóm, trong phòng làm việc với bạn. Mặt tích cực của họ được thể hiện trên ba phương diện sau đây:

- Năng lực (Họ thực hiện tốt công việc như thế nào?)
- Động lực (Tại sao họ hoàn thành tốt công việc ấy?)
- Phù hợp với văn hóa công sở (Họ hòa hợp với văn hóa công sở ra sao?)

Cụ thể như sau:

Năng lực:

Đây là nhân tố dễ đánh giá nhất trong ba nhân tố vì nó thuộc về khía cạnh chuyên môn. Người có năng lực thường là người đứng đầu, hoặc là người nắm giữ vị trí tiên phong. Đó có thể là đại diện dịch vụ khách hàng - người luôn tiếp nhận một số lớn yêu cầu để thỏa mãn khách hàng; đại diện kinh doanh – người luôn đáp ứng hay vượt các mục tiêu của mình, hoặc nhân viên – người luôn giải quyết các vấn đề nhanh chóng và hữu hiệu. Nói cách khác, đó là người biết rõ khả năng của mình và có uy tín. Bạn có thể xác định được các tiêu chí này ở một người thông qua quá trình cùng làm việc với họ.

Bạn sẽ gặp một số người có vẻ rất am hiểu việc họ đang làm, nhưng khi bắt tay vào việc thì ngược lại. Điều này cũng giống như những vận động viên có dáng vẻ rất “thể thao” nhưng khi vào cuộc lại chẳng có tinh thần thi đấu chút nào. Với những người này, bạn cần lắng nghe ý kiến của cấp trên cũng như của các cộng sự để không bị làm tưởng.

Động lực:

Động lực là sự thúc đẩy trong công việc dựa trên hiểu biết về trách nhiệm và khao khát hành động. Công sự tốt nhất là những công sự hiểu về trách nhiệm và hoàn thành trọng trách của mình. Những người này đặt một phần con người họ vào công việc. Điều này không phải bởi công việc thể hiện họ là ai mà vì họ biết rằng bất kỳ điều gì họ làm đều phản ánh hình ảnh, năng lực của họ. Họ muốn thể hiện năng lực của mình. Nếu không làm được như đã hứa, họ chắc chắn rằng cấp trên nhận ra và sẽ chỉ định người khác thực hiện thay họ.

Những người không có động lực là những người đến công ty làm việc chỉ để kiếm tiền. Họ sẽ cố bám trụ cho đến khi có chuyện xảy ra (tìm được việc mới, nghỉ hưu, trúng số...). Những người này thường không quan tâm đến việc bạn có nhận được cái bạn cần hoặc bạn có nhận được những giải pháp thấu đáo hay không. Họ vẫn ung dung, vô lo dù nhiều lúc không theo kịp tiến độ công việc.

Phù hợp với văn hóa công sở:

Đây là nhân tố bạn phải thu thập bằng sự quan sát và có thể mất nhiều thời gian để cân nhắc xem ai là người phù hợp với văn hóa đó. Môi trường văn hóa công sở do nhiều người xây dựng. Về mặt tự nhiên, mỗi người đều mang những nét khác biệt nhau, bởi vậy có người hòa nhập được, có người lại không hòa nhập được với văn hóa đó. Thường thì những người tiến xa trong sự nghiệp là những người thích nghi tốt với đặc trưng văn hóa này về nhiều mặt. Văn hóa công sở có khuynh hướng tái tạo, nghĩa là nếu một người hòa hợp tốt thì họ sẽ giới thiệu cho những người khác (giống họ) vào môi trường đó. Và cứ thế tiếp tục... Điều này có cả mặt tốt lẫn xấu.

Thay đổi văn hóa là điều rất khó, thậm chí không thể thực hiện được. Khó là vì không phải ai cũng đủ kiên trì, cố gắng thuyết phục số đông còn lại thay đổi cách suy nghĩ và hành động. Hơn nữa, nếu không có lý do hợp lý để thay đổi, người ta sẽ luôn có khuynh hướng thích giữ nguyên cái cũ.

Mỗi công ty đều có một nền văn hóa công sở của riêng mình. Một người nào đó từng làm việc trong công ty một thời gian, từng thăng chức hoặc được xem là thành công, chắc chắn sẽ biểu lộ các hành vi phù hợp với toàn thể công ty. Chẳng hạn, nếu văn hóa công ty đòi hỏi sự năng động thì những nhân viên luôn bận rộn và làm nhiều việc sẽ hòa hợp tốt. Nếu văn hóa công ty tổ chức

theo cấp bậc và tôn trọng các cấp bậc, chức vụ thì các nhân viên biết tôn trọng những người có cấp bậc cao hơn và khéo léo trong các mối quan hệ với cấp trên sẽ hòa hợp tốt hơn.

Ngược lại, những người không phù hợp hoặc không thích nghi được với văn hóa công ty sẽ phải làm việc trong cảm giác chịu đựng. Họ sẽ khó hòa nhập và luôn tách biệt với đồng nghiệp. Họ không nói tốt về công ty, không nói tốt về vai trò của mình trong công việc cũng như không cư xử với mọi người theo cách mà những đồng nghiệp trong công ty vẫn cư xử với nhau. Chẳng hạn, một nhân viên vốn quen với cách chuyện trò lớn tiếng, huyên náo sẽ cảm thấy khó hòa nhập trong một môi trường làm việc mà mọi người luôn nói chuyện với nhau một cách nhỏ nhẹ, lịch sự.

Qua những mô tả ngắn gọn này, tôi hy vọng bạn hiểu lợi ích của việc có một “cổ vấn vô danh”, đồng thời có thể tìm cho mình những nhân vật như vậy. Trong quá trình làm việc, bạn có thể có nhiều “cổ vấn vô danh” chứ không nhất thiết phải giới hạn số lượng. Họ sẽ giúp bạn phát triển khả năng bản thân mà không phải mất quá nhiều nỗ lực lẫn thời gian. Hãy thử làm theo những hướng dẫn trên, bạn sẽ phải ngạc nhiên về những gì mình học được!

BÀN VỀ VĂN HÓA CÔNG SỞ

Trước khi đi tiếp, tôi muốn dành một chút thời gian để nói về khái niệm “văn hóa công sở”. Đây là một khái niệm khó giải thích, vì mỗi nhân viên thường có một cách hiểu khác nhau. Tuy nhiên, giữa những cách hiểu ấy vẫn có các điểm chung. Vì vậy, việc tìm một định nghĩa chung tuy khó nhưng không phải không làm được.

Tại sao chúng ta cần dành thời gian cho việc này? Đơn giản, bởi văn hóa công sở tác động trực tiếp lên thành công hoặc thất bại của mỗi chúng ta. Việc nắm bắt một cách cơ bản về văn hóa công sở là điều hết sức cần thiết.

Trước hết, hãy bàn về khái niệm “văn hóa”. Có thể nói, văn hóa là yếu tố được sinh ra khi một nhóm người tập hợp lại để làm việc vì một mục đích chung nào đó. Vào thời tiền sử, mục đích chung của nhóm là săn bắn và hái lượm. Ngày nay, có rất nhiều nhóm người với những mục đích khác nhau, từ bệnh viện, trường học cho tới các xí nghiệp, tập đoàn, tổ chức đa quốc gia. Mỗi tổ chức đều mang những nét văn hóa khác biệt của riêng mình. Văn hóa công sở có thể hiểu là tập hợp các quy định về giao tiếp, ứng xử giữa các thành viên trong cùng một môi trường làm việc. Những quy định này được các thành viên tán thành và tuân thủ để duy trì duy trì văn minh, trật tự trong công ty.

Có thể hình dung văn hóa công sở giống như một ổ khóa với kích thước và hình dạng riêng biệt. Muốn mở được ổ khóa đó cần có đúng mẫu chìa thích hợp. Vậy đặc tính của văn hóa công sở được xác định ra sao?

Văn hóa công sở được định hình từ nhiều yếu tố khác nhau, để bàn luận tất cả những yếu tố ấy, chỉ một mục nhỏ trong cuốn sách này có lẽ không thể nói hết được. Những đặc trưng như thời gian thành lập công ty, lĩnh vực hoạt động, sự phức tạp của dòng sản phẩm, quy mô và tài lực... chỉ là một trong những nhân tố có thể kết hợp theo nhiều cách để ảnh hưởng đến văn hóa công sở. Ở đây, chúng tôi chỉ xin chọn hai yếu tố *quy mô* và *tài lực* để phân tích.

Trong nền kinh tế tư bản, rất nhiều doanh nghiệp với quy mô và hình thức khác nhau được tạo dựng. Doanh nghiệp nhỏ có thể do một vài người điều hành theo kiểu bán thời gian, và trụ sở làm việc có khi đặt ngay tại nhà riêng. Doanh nghiệp lớn có thể tuyển dụng đến hàng trăm ngàn nhân công, với các trụ sở có mặt trên nhiều quốc gia và có giá trị tài sản đến hàng tỷ đô-la. Vậy

quy mô ảnh hưởng đến văn hóa công sở như thế nào? Muốn biết được điều này, bạn chỉ cần nhìn vào những khác biệt giữa một thành phố lớn và một thị trấn nhỏ để hiểu mức tác động, sau đó áp dụng vào môi trường văn hóa công sở.

Có lẽ bạn từng đi bộ dọc theo con đường của khu kinh doanh trong một thành phố lớn và quan sát cuộc sống sinh hoạt diễn ra nơi đó. Những lúc ấy, bạn có để ý thấy dòng người chen chúc, vội vã đi lại trên vỉa hè? Bạn có nghe tiếng còi xe inh ỏi, rồi tiếng còi của cảnh sát giao thông? Và, hòa lẫn trong thanh âm ấy là mùi thơm béo ngậy của những chiếc bánh hot-dog² trên chiếc xe của người bán dạo, mùi khói tỏa ra từ hàng dãy taxi đang chờ tín hiệu đèn giao thông... Tất cả hợp lại tạo nên nét văn hóa đặc trưng của thành phố ấy, ít nhất theo góc độ giác quan. Một lúc nào đó khi xa nó, chỉ cần ai đó nhắc đến tên thành phố, chắc chắn tất cả những cảm nhận trên sẽ hiện về trong bạn - một thành phố chân thực, sống động, được cảm nhận qua từng giác quan cụ thể.

Còn với một thị trấn nhỏ, bạn thấy gì ở đó? Chắc chắn, ở đó sẽ không có những đám đông di chuyển ồ ạt trên lề đường, cũng không có tiếng inh ỏi của còi xe hay tiếng còi giao thông của cảnh sát. Thay vào đó, bạn sẽ được thưởng thức tiếng xào xạc trong những vòm cây ven đường, tiếng bàn đạp quay đều từ những chiếc xe đạp, tiếng ngân nga của chuông nhà thờ mỗi khi chiều về... Phảng phất trong không gian ấy là mùi hương dịu dịu của giàn hoa trông trước căn nhà cách chỗ bạn đang đứng không xa, là mùi ngai ngái của những đồng cỏ mới cắt ven thị trấn. Nếu có ai đó nói về “thị trấn nhỏ”, chắc hẳn những ký ức trên sẽ sống lại trong bạn – một thị trấn yên bình của hương, của hoa, của những thanh âm không ồn ào mà lắng đọng.

Giả sử bạn là người quen sống với nhịp độ chậm rãi, thảnh thơi, chắc hẳn bạn biết mình phù hợp với môi trường nào trong hai nơi kể trên. Chẳng hạn một lần, bạn đến thăm một thành phố lớn. Lẫn trong dòng người ken dày, bạn chậm rãi bước đi, rồi ung dung ngừng lại để ngắm một chú bồ câu đang đậu trên mũi xe của ai đó. Ngay lập tức, từ phía sau, một giọng nói bức bối cất lên: *“Này, anh bạn, anh có thể không vội, nhưng tôi thì gấp đấy! Tránh đường cho tôi đi!”*. Người ấy đẩy bạn sang một bên và đi nhanh về phía trước. Phong thái nhàn nhã của bạn bỗng dưng trở nên lạc lõng với nhịp độ gấp gáp, vội vã của những công dân trong thành phố lớn này. Tuy nhiên, cũng là phong thái ấy, nhưng trong môi trường thị trấn nhỏ thì lại khác. Ở đó, bạn sẽ thấy mọi việc diễn ra hết sức tự nhiên, thoải mái, bạn sẽ dễ dàng hòa nhập với cuộc sống của cư dân nơi đây.

² Món bánh mì kẹp xúc xích.

Bây giờ, chúng ta thử áp dụng lý thuyết trên vào trường hợp của bạn và văn hóa công sở nơi bạn làm việc. Nếu bạn là người thích tự do, làm việc theo cảm hứng nhưng lại chọn một môi trường mà ở đó, mọi thứ đòi hỏi phải tuân theo kế hoạch một cách chặt chẽ (như tòa soạn báo, công ty xây dựng...) thì bạn sẽ không tránh khỏi có lúc rơi vào lúng túng. Sự tự do, thư thả của bạn đối ngược hoàn toàn với điều mà công ty yêu cầu (có kế hoạch làm việc, có tổ chức...), bởi vậy, bất đồng rất dễ xảy ra. Ngược lại, nếu bạn là người thích bận rộn và hoạt động không ngừng nghỉ nhưng lại làm việc cho một viện nghiên cứu y khoa, cần sự tỉ mỉ, cẩn thận, chậm rãi thì chắc chắn bạn sẽ chẳng thoải mái, thậm chí chẳng mấy hứng thú trong công việc. Bạn sẽ không thể có được điều mình chờ đợi (sự năng động, nhạy bén) từ môi trường làm việc như vậy.

Một yếu tố khác cũng ảnh hưởng đến văn hóa công sở, đó là *tài lực* của công ty.

Đã bao giờ bạn vội vàng chạy đến siêu thị, sau một hồi tìm kiếm, mua đầy một giỏ đồ rồi xếp hàng chờ đến lượt tính tiền. Chờ mãi, chờ mãi, cuối cùng cũng đến lượt bạn. Nhưng rồi, bất ngờ bạn phát hiện ra rằng mình không đem theo tiền, cũng chẳng có thẻ tín dụng để thanh toán! Cảm giác của bạn lúc đó như thế nào? Chắc chắn là bức bối với chính mình và không thể nghĩ ra bất cứ điều gì khác ngoài trừ cái bóp tiền trống rỗng! Tuy nhiên, trong đời có lẽ cũng không ít lần bạn lạc quan về tài chính, chẳng hạn dù đã thanh toán xong hóa đơn trong tháng nhưng tiền trong tài khoản của bạn vẫn còn rủng rinh. Khi mọi thứ luôn diễn ra như hoạch định thì chẳng còn gì phải lo lắng nữa. Nó sẽ cho bạn cảm giác tuyệt vời, an tâm và dễ chịu.

Trong môi trường làm việc, các nhân viên cũng có thể trải qua những cảm giác bất ngờ, hồi hộp, hoặc hài lòng tương tự, tùy thuộc vào tình hình tài chính của công ty. Nếu một công ty đang trên bờ vực phá sản, hoặc hàng năm luôn có một đợt cắt giảm việc làm thì không khí trong công ty ấy sẽ chứa đầy lo âu, nghi ngại, sợ hãi... Đó là một môi trường làm việc tiêu cực. Ngược lại, nếu tài chính của công ty vững mạnh, chắc chắn sẽ mang lại sự tin tưởng, an tâm cho nhân viên, khiến mọi người đồng lòng hướng tới sự phát triển chung trong tương lai... Đây là một môi trường làm việc tích cực. Tài lực của công ty không phải là yếu tố duy nhất xác định văn hóa công ty nhưng nó ảnh hưởng đáng kể (tích cực hoặc tiêu cực) đến điều này.

Quy mô và tài lực chỉ là hai ví dụ điển hình trong số những yếu tố đóng góp vào văn hóa công sở. Đến đây, chúng ta có thể nhìn vào hai doanh nghiệp với hai góc nhìn khác nhau để hiểu rộng hơn về “văn hóa công sở”. Khái niệm này có thể có một chút điều chỉnh nào đó giữa các công ty dựa trên phạm vi kinh doanh và đặc tính của doanh nghiệp ấy.

Ví dụ đầu tiên là về các công ty chuyên sản xuất. Thành công của các công ty này phụ thuộc vào chất lượng sản phẩm họ làm ra. Một quá trình sản xuất tốt là một quá trình chính xác, được giám sát và không thay đổi. Điều này cho phép công ty chế tạo ra loạt sản phẩm liên tục thỏa mãn yêu cầu của khách hàng. Để biết quá trình sản xuất có hiệu quả hay không, các công ty này chỉ cần tập trung vào dữ liệu và độ chính xác dựa trên sản phẩm làm ra.

Chẳng hạn, nếu đó là một công ty hóa chất, người ta có thể lấy ra các mẫu vật từ quá trình sản xuất và kiểm tra xem nó có bảo đảm về chất lượng hay không. Nếu là một công ty chế tạo động cơ, người ta có thể lấy ra từ dây chuyền sản xuất, phân tích tỉ mỉ và đo đạc kích thước của từng chi tiết so với tiêu chuẩn, chất lượng quy định. Nếu là công ty sản xuất xăng dầu, người ta sẽ có nhiều đồng hồ khác nhau để đo lường nhiệt độ và áp lực của dầu thô ở các giai đoạn khác nhau trong quá trình sản xuất. Điều này nhằm bảo đảm sản phẩm khi đưa vào sử dụng luôn nằm trong giới hạn an toàn, tránh nguy cơ xảy ra cháy nổ.

Sự phụ thuộc vào dữ liệu và nhu cầu chính xác này góp phần quan trọng trong việc thể hiện nét “văn hóa công sở” của công ty chuyên về sản xuất, chế tạo. Ở môi trường làm việc này, mọi quyết định cần phải dựa trên những con số và kết quả nghiên cứu chính xác, tránh lối làm việc theo “cảm tính”.

Ví dụ thứ hai là về công ty tiếp thị và kinh doanh. Mục tiêu lớn nhất của các công ty này là quảng bá thương hiệu và dịch vụ đến với đông đảo công chúng. Sản phẩm của họ không khác gì lắm so với những mặt hàng có trên thị trường. Vì vậy, họ phải làm cho khách hàng hiểu và tin rằng, sản phẩm của họ là tốt nhất và hữu dụng nhất.

“Văn hóa công sở” của một công ty tiếp thị thường gắn liền với sự nhanh nhạy và năng động, xuất phát từ đặc điểm luôn phải nắm bắt nhu cầu thường xuyên thay đổi trên thị trường. Các công ty tiếp thị có khuynh hướng linh động và không cứng nhắc, bởi nặng về khuôn mẫu có thể làm mất nhiều thời gian đáp ứng cơ hội tiếp cận thị trường. Một công ty kém nhanh nhạy sẽ dễ dàng đánh mất cơ hội mở rộng thị trường. Tương tự, các công đoạn làm việc và những buổi thảo luận tốn nhiều thời gian sẽ khó được chấp nhận; chúng có thể bị cắt bỏ vì lý do làm trì trệ quá trình kinh doanh.

Qua đây, bạn có thể thấy một màu sắc văn hóa đầy tính cạnh tranh có mặt ở các công ty tiếp thị. Một vị trí hấp dẫn của công ty có thể thay đổi hàng ngày, vì vậy, những người lãnh đạo hoặc những người giữ các vị trí cao luôn tìm cách “đứng đầu” và chiến thắng. Kết quả là các nhân

viên xuất sắc trong lĩnh vực chuyên môn của họ là những người được chú ý, có nhiều cơ hội thăng tiến hơn cả. Những người có khả năng cạnh tranh cao trong công ty là những người được hưởng nhiều lợi nhuận và bản thân công ty đó cũng được hưởng lợi ích từ những nhân viên này.

Từ hai ví dụ trên có thể thấy rằng, văn hóa công sở có thể bị ảnh hưởng bởi lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp. Ở một công ty chuyên sản xuất thì văn hóa trong công ty đó sẽ thiên về phương pháp, ổn định và dữ liệu chính xác. Trong khi đó, văn hóa công sở tại một công ty tiếp thị, chuyên về hoạt động kinh doanh thì lại nghiêng về cạnh tranh, năng động, nhạy bén... Không có văn hóa nào tốt hơn hay kém hơn văn hóa nào. Mỗi môi trường làm việc khác nhau sẽ có những nét văn hóa khác nhau, tương ứng với lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp.

Như vậy, trên đây chúng ta vừa đi vào cắt nghĩa khái niệm “văn hóa công sở”. Nói cách khác, chúng ta vừa minh họa hình dạng cái ổ khóa để chuẩn bị cho những bước tiến trong môi trường doanh nghiệp. Tiếp theo, chúng ta cần nhìn vào điểm chính - *yếu tố con người* - để xem nó phù hợp hay không trong môi trường văn hóa công sở. Về bản chất, vấn đề chính nằm ở mỗi chúng ta. Chúng ta thích hay không thích, chúng ta cư xử với nhau như thế nào, yếu tố nào thúc đẩy và kìm hãm chúng ta..., tất cả sẽ góp phần hình thành quan điểm riêng của mỗi người. Một khi hòa hợp được với văn hóa công ty, mọi việc sẽ trở nên thuận lợi. Bạn sẽ dần đảm đương nhiều trọng trách, xây dựng các mối quan hệ tốt đẹp, hữu ích và hài lòng với công việc của mình. Nói chung, mọi thứ đều dễ dàng, trơn tru giống như khi ta tra đúng chìa vào ổ khóa vậy!

Ngược lại, nếu làm việc trong một môi trường văn hóa không phù hợp, bạn sẽ luôn phải nỗ lực hơn nữa. Dù đã cố gắng nhưng dường như bạn vẫn không đáp ứng được nhu cầu và mong mỏi của cấp trên hoặc của khách hàng. Đây là chưa kể bạn phải vật lộn với cả những điều cơ bản nhất: không xây dựng được các mối quan hệ cần thiết, không có được cảm giác thỏa mãn với công việc mình làm. Điều này cũng tương tự như khi bạn tra trật chìa vào ổ khóa vậy. Dù có nỗ lực cách mấy cũng không thể vặn chìa và mở được khóa.

Mục đích của chúng ta ở đây là tìm hiểu xem tại sao nhân viên hòa hợp, hoặc không thể hòa hợp với văn hóa công sở?

Rất nhiều lần tôi phải chứng kiến sự xung đột giữa nhân viên với môi trường văn hóa họ làm việc. Đây cũng là một trong những lý do khiến nhiều người rời bỏ công việc ngay sau khi họ nhận nhiệm vụ một thời gian ngắn. Khi một người không thích ứng được với văn hóa đó, mối quan hệ nghề nghiệp của họ khó có thể tiến triển tốt đẹp.

Tóm lại, bạn chỉ cần hiểu rằng, con người bạn đôi khi sẽ hòa nhập với văn hóa công sở dễ dàng, và đôi khi không thể. Thực tế là như vậy. Cách sống và lối suy nghĩ của bạn có thể hòa nhập với văn hóa này nhưng lại không hòa nhập được với văn hóa khác. Bạn có thể mất vài năm (thậm chí phải trải qua nhiều công việc khác nhau) mới có thể tìm thấy cho mình một môi trường làm việc phù hợp nhất. Nhưng ít ra, việc giới thiệu về “văn hóa công sở” ở giai đoạn này sẽ giúp bạn mở rộng nhận thức về một khía cạnh vô cùng phức tạp mà bạn sẽ phải đối diện trong một tương lai không xa.



LUẬT BẤT THÀNH VĂN

Mỗi công ty hay tổ chức đều có những “luật bất thành văn” mà các thành viên dù muốn hay không vẫn phải tuân thủ. Ở mục này, tôi cũng sẽ đưa ra cho bạn những ví dụ minh họa thật cụ thể giúp bạn dễ hình dung.

Luật bất thành văn dường như có mặt ở hầu hết các công ty và có thể trong số luật định ấy, có nhiều vấn đề khiến bạn phải suy nghĩ: “*Tại sao lại như thế?*”. Thật sự thì những vấn đề đó không được công khai vì công ty luôn cố gắng che đậy chúng. Thay vào đó, chúng tồn tại dưới một hình thức khác “bất thành văn”. Chúng bao gồm những quy tắc tồn tại trong công ty nhưng không được công bố chính thức trước mọi người. Vì vậy, ngay từ đầu, bạn đã không để ý đến chúng.

Luật bất thành văn có thể có mặt ở mọi khía cạnh trong công sở. Đó có thể là những quy tắc giao tiếp, nói chuyện, cũng có thể là những quy định liên quan tới giờ giấc làm việc trong công ty... Dưới đây là một vài ví dụ về luật bất thành văn mà tôi tích lũy được trong những năm qua.

Tôi có một người bạn làm việc cho một tổ chức công ích tiếng tăm. Tổ chức này đặt văn phòng trong một cao ốc sang trọng. Tầng trên cùng của cao ốc dành cho các quản trị viên cao cấp. Có hai cách để lên tầng trên cùng này. Cách thứ nhất, lên bằng một cầu thang đẹp, uốn quanh, trực tiếp đưa bạn đến vị trí trung tâm khu vực các sếp làm việc. Cách thứ hai, lên bằng cầu thang nội bộ, kín đáo, có lối thoát hiểm. Cả hai cầu thang này đều đưa bạn đến cùng một vị trí. Vậy bạn sẽ chọn lối đi nào?

Đầu tiên, tôi cho rằng tất nhiên mình sẽ đi bằng cầu thang trung tâm, tội gì không đường đường chính chính mà đi! Nhưng nếu chiếu theo “luật bất thành văn” của công ty này thì đó quả là một sai lầm. Theo quy định bất thành văn ở đây thì bạn không bao giờ được sử dụng cầu thang trung tâm trừ phi bạn được yêu cầu trực tiếp đến gặp một vị lãnh đạo nào đó hoặc đem tư liệu gì đó lên cho họ. Những trường hợp còn lại, giả sử bạn lên trình ký một văn bản nào đó chẳng hạn, bạn sẽ phải sử dụng cầu thang nội bộ. Mãi đến khi người bạn tôi phạm luật lần đầu tiên, cô ấy mới biết được điều đó! Do không biết nên sai phạm này cũng chưa có gì là nghiêm trọng lắm.

Tại một công ty khác, có một quy định bất thành văn liên quan tới việc chuyển chỗ làm việc. Do đây là công ty đa quốc gia với nhiều chi nhánh khác nhau nên việc bổ nhiệm các chức vụ cần thiết sẽ được tiến hành tại trụ sở chính. Người ta dành quyền ưu tiên cho các ứng viên nội bộ,

sau đó mới xét đến các ứng viên bên ngoài. Nếu một vị lãnh đạo cấp cao yêu cầu bạn đảm nhiệm một trong các vị trí ấy, bạn sẽ có hai lựa chọn: hoặc tiếp nhận hoặc từ chối. Chọn lựa nào cũng tốt. Khi phải làm việc tại địa điểm mới, nếu đó là sự lựa chọn phù hợp với bạn và gia đình bạn thì thật tuyệt vời. Nếu hoàn cảnh không cho phép bạn thay đổi, điều đó cũng không sao. Công ty sẽ linh động trong việc này.

Vậy luật bất thành văn của tổ chức này là gì? Nếu bạn được cấp trên “ban” cho một vị trí còn trống ở tổ chức này thì thực tế, bạn chỉ có một lựa chọn duy nhất: nhận công việc đó. Nếu không nhận, chẳng khác nào bạn đã ngang nhiên từ chối “đặc ân”, không những thế, bạn sẽ bị cấp trên đánh giá là không nhiệt tình với công việc và không có chí tiến thủ.

Đây chỉ là một vài ví dụ về “luật bất thành văn” ở một số công ty, tôi chắc rằng trên thực tế còn có nhiều hơn thế. Theo tôi, dù làm việc ở môi trường nào chẳng nữa bạn cũng sẽ gặp một số quy luật bất thành văn. Vì vậy, bạn nên thử tìm hiểu những quy luật này sau vài tháng đến công ty làm việc. Bạn có thể bắt đầu với sếp của mình. Hãy nói thẳng với sếp rằng, bạn đang dồn hết tâm trí vào công ty và cố gắng hoàn thành tốt nhiệm vụ, vì vậy, bạn muốn biết trong công ty có những quy định hoặc những “luật định bất thành văn” nào không. Nếu sếp chưa rõ, bạn hãy lấy những ví dụ như trên để minh họa. Sếp bạn có thể không trả lời ngay được vì đôi khi chính họ cũng không biết, nhưng ít ra bạn cũng đã thử.

Nếu sếp thật sự không có được câu trả lời cho bạn, hãy thảo luận vấn đề này với các cộng sự hoặc “cố vấn vô danh” của mình, thậm chí thảo luận ngay cả với người đã trực tiếp tuyển dụng bạn. Ít nhất một trong những người này sẽ có một câu chuyện nào đó về luật bất thành văn trong công ty và chỉ cho bạn cách đối phó với nó.

Để kết thúc chủ đề này, tôi muốn kể cho bạn một câu chuyện vui liên quan đến luật bất thành văn mà một nhân viên mới nhiều khi không biết.

Có năm con khỉ được nhốt chung trong một chuồng. Trong chuồng, người ta treo một trái chuối trên một sợi dây, dưới sợi dây là các bậc thang. Chẳng bao lâu, một con khỉ leo lên các bậc thang tiến về trái chuối. Ngay khi nó chạm vào các bậc thang, bạn xịt nước lạnh vào đám khỉ. Một lát sau, một con khỉ khác lại cố gắng và bạn cũng làm tương tự: xịt nước lạnh vào cả năm con. Cứ tiếp tục như thế cho tới khi những con còn lại luôn cố gắng ngăn cản đồng bọn lấy trái chuối.

Cất vòi nước lạnh đi.

Bây giờ, bạn bắt một con khỉ ra khỏi chuồng và thay vào một con khỉ khác. Con khỉ mới này thấy trái chuối và lập tức leo lên bậc thang. Lập tức, các con khỉ kia tấn công nó. Sau khi thử và bị tấn công lần nữa, nó biết rằng nếu nó tiếp tục leo lên các bậc thang, nó sẽ bị tấn công.

Tiếp theo, bạn bỏ một trong năm con khỉ ban đầu ra và thay bằng một con khác nữa. Con mới này lại tìm cách lấy trái chuối và lại bị tấn công. Con khỉ mới thay thế trước đó cũng nhiệt tình tham gia vào việc trừng phạt này.

Lần thay thế thứ ba, một con khỉ khác được đưa. Con mới này leo lên các bậc thang. Đám khỉ trong chuồng, kể cả hai con mới được thay thế trước đó liền lao vào tấn công nó. Nói tóm lại, cả đám khỉ đều không cần biết lý do tại sao chúng không được phép leo lên các bậc thang, cũng như tại sao chúng tấn công con khỉ mới vào.

Người ta tiếp tục thay thế con thứ tư, thứ năm – nghĩa là tất cả những con bị xịt nước lạnh đều đã ra khỏi chuồng. Tuy nhiên, chẳng có con khỉ nào dám leo lên các bậc thang nữa? Tại sao vậy?

Bởi vì đó là “luật bất thành văn” trong cái chuồng khỉ này!

SẴN SÀNG – MỤC TIÊU – HÀNH ĐỘNG

Khi mới ra trường, một trong những vấn đề khó nhất chúng ta gặp phải đó là có cơ hội thể hiện mình. Ai chẳng muốn sau khi bước ra khỏi cánh cửa đại học, mình sẽ may mắn vào thẳng văn phòng của tổng giám đốc với một ba lô đầy ắp các ý tưởng độc đáo, mới mẻ, hứng thú khiến người khác phải ngạc nhiên. Tuy nhiên, không nhất thiết phải như vậy, chỉ cần một người trưởng nhóm, hoặc một cộng sự lâu năm cũng có thể cho bạn cơ hội chứng tỏ khả năng của mình. Tuy họ không giữ chức vụ cao nhất trong công ty nhưng họ quan trọng không kém gì nhân vật cấp cao ở đây. Tại sao vậy?

Bởi vì, khi trở thành trợ thủ đắc lực cho họ, bạn sẽ dần có được tiếng tăm. Cho dù cấp bậc của người đó như thế nào trong tổ chức, bạn cũng phải đối xử bằng thái độ trân trọng. Bạn hợp tác với người đó như thế nào, cống hiến những gì, người ta sẽ truyền miệng như thế về bạn. Bản thân người đó, hoặc sẽ đánh giá tốt về bạn, đề cử bạn trong những dịp tăng lương, thăng chức, hoặc sẽ tiếp tục mời bạn tham gia vào những dự án khác. Khi làm việc hết mình cho một ai đó, họ sẽ trở thành người “tiếp thị” vô tình cho bạn. Họ sẽ cho người khác biết rằng, nhờ sự giúp đỡ của bạn mà họ đã đạt được kết quả trên cả mong muốn. Uy tín của bạn sẽ được nâng lên, và chắc chắn nhiều cơ hội sẽ đến với bạn. Khi đó, bạn sẽ có thêm nhiều dịp để chứng tỏ tài năng của mình.

Ưu điểm của bạn là gì? Năm yếu tố sau đây tạo nên ưu điểm của bạn.

Lạc quan và luôn trong tâm thế “sẵn sàng”:

Trong cuộc sống, nhiều người dễ dàng nói “không” và chọn cách buông xuôi, không thèm tìm kiếm giải pháp. Đừng để mình rơi vào trường hợp như vậy. Bạn phải là người phát hiện ra các giải pháp khả thi cho những vấn đề tưởng chừng không giải quyết được. Hãy cố gắng hiểu nhu cầu của người khác, vận dụng nó để tìm ra cách giải quyết vấn đề cho mình. Nếu bạn không thể thực hiện được chính xác điều mà khách hàng yêu cầu, hãy mạnh dạn nói rằng bạn không thể làm vào lúc này và đề nghị một giải pháp thay thế. Hãy để khách hàng của bạn hiểu rằng, bạn luôn sẵn lòng vì lợi ích và nhu cầu của họ.

Không bao giờ thờ ơ với những điều tưởng như nhỏ nhặt:

Khi ai đó yêu cầu bạn làm việc gì, nếu chưa rõ, bạn hãy hỏi lại để đảm bảo rằng bạn hiểu nó một cách chính xác. Nếu cần, hãy ghi chú vào lịch công tác. Bằng cách này, bạn sẽ không sợ bỏ quên một thông tin quan trọng nào, đồng thời cũng không bị mất thời gian vì sự bất cẩn.

Giữ chữ tín:

Khi cam kết với khách hàng, bạn cần thực hiện điều mình đã hứa. Đừng nghĩ rằng khách hàng của bạn sẽ không để ý đến việc bạn có hoàn thành đúng thời hạn như đã hứa hay không. Nếu không thể đáp ứng yêu cầu hoặc thời gian của khách hàng, bạn nên thảo luận lại với họ. Chắc hẳn, bạn là người hiểu hơn ai hết sự thất hứa ảnh hưởng như thế nào đến uy tín của chính bạn cũng như của công ty. Vì vậy, hãy cố gắng tạo niềm tin nơi khách hàng của mình.

Tin vào chính mình:

Một trong những yếu tố có sức ảnh hưởng rất lớn đến thành công hay thất bại của bạn đó là *tinh thần*. Khi đương đầu với khó khăn, thay vì nghĩ rằng mình chỉ là người bình thường, mình chẳng thể giải quyết được vấn đề, bạn hãy tự động viên mình rằng: “*Tôi có thể thực hiện được. Tôi sẽ hoàn thành nó!*”. Tự tin sẽ đưa đến cho bạn sự “*thăng hoa*” trong ý tưởng, sự sáng tạo trong hành động. Và rồi, sẽ có lúc bạn đạt được kết quả hơn mong đợi.

Dành thời gian để kiểm tra kỹ chất lượng sản phẩm:

Chúng ta đang sống trong một xã hội phát triển nhanh, việc đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng đã trở thành một trong những yêu cầu hàng đầu của nhà sản xuất. Nhưng bên cạnh đó, vấn đề chất lượng sản phẩm cũng quan trọng không kém. Đây không phải là một cuộc đua, bạn nên dành thời gian để xem lại sản phẩm mình làm ra, đảm bảo nó được hoàn thiện trước khi đến tay khách hàng. Sự bất cẩn có thể làm tổn hại uy tín của bạn cũng như của công ty. Những lỗi đơn giản như sai chính tả hoặc sai một phép tính nhỏ nào đó có thể sẽ khiến khách hàng nghi vấn. Một khi sản phẩm kém chất lượng, giá trị của nó cũng theo đó giảm sút. Vì vậy, hãy dành thời gian kiểm tra lại sản phẩm của mình để có thể cứu chữa những sai sót không đáng có.

Trong thời gian công tác của mình, tôi rất tiếc khi phải chứng kiến nhiều trường hợp nhân viên bị buộc phải nghỉ việc, nhất là từ khi công ty tôi chủ trương cắt giảm việc làm. Kinh nghiệm giúp tôi hiểu rằng, những yếu tố trên có liên quan trực tiếp đến vấn đề này. Cho dù nằm ngoài yêu

cầu về kỹ năng nhưng chúng vẫn được các nhà lãnh đạo coi trọng. Khi công ty cắt giảm chi phí và buộc phải sa thải một số nhân viên, nhiều vị giám đốc đã tìm mọi cách để giữ lại những nhân viên có được các ưu điểm trên. Vì vậy, trong quá trình làm việc, hãy phát huy hơn nữa ưu điểm của bạn.

