

**NHỮNG ĐIỀU
DOANH NHÂN TRẺ
CẦN BIẾT**

Tác giả: Minh An

100 điều doanh nhân trẻ cần biết

Thegioiwebsite.net - Đối với doanh nhân trẻ thì việc thành lập công ty có lẽ không “đáng sợ” bằng quá trình điều hành, quản lý sao cho công ty phát triển ổn định, đảm bảo được mức doanh thu và lợi nhuận như dự tính ban đầu. Số lượng các doanh nghiệp trụ vững được sau quãng thời gian 2-3 năm đầu có lẽ chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trong số các doanh nghiệp được khai sinh. Có vô số nguyên nhân khách quan lẫn chủ quan khiến một doanh nhân buộc phải đóng cửa công ty. Tuy nhiên, với tư cách một chủ doanh nghiệp trẻ, bạn hoàn toàn có thể phòng tránh những tác động xấu từ phía thị trường bằng các chiến lược khôn khéo, thông minh và phù hợp với tình trạng thực tế của công ty mình. **Thegioiwebsite.net** xin giới thiệu bộ cẩm nang dành cho doanh nhân trẻ - **100 điều doanh nhân trẻ cần biết** .

100 điều doanh nhân trẻ cần biết (Phần 1)

Tác giả: Minh An



Dưới đây là 100 bí quyết mà bạn nên quan tâm nhằm tối ưu hóa các hoạt động kinh doanh ở công ty còn non trẻ của mình.

PHẦN 1: MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1. Vươn ra thế giới

Bạn có muốn công ty của mình vươn tới thị trường toàn cầu? Nếu có, bạn phải nắm vững các yếu tố sau:

- Nghiên cứu và phác thảo các kế hoạch xuất khẩu của bạn.
- Biết rõ bạn muốn đi đâu và cố gắng phải đến được nơi đó.
- Soạn thảo từng bước hành động cụ thể và giám sát chúng một cách chặt chẽ.
- Kiểm chế cái tôi cá nhân của bạn và đừng để viễn cảnh thị trường toàn cầu thôi phòng cái tôi cá nhân của bạn để từ đó có thể kéo theo những quyết định sai lầm.

- Nếu tình hình đang quá khó khăn và có nhiều vướng mắc, bạn đừng cố gắng hợp lý hoá nó, mà hãy tin tưởng vào bản thân và hành động thận trọng dựa trên sự thay đổi của thực tế.
- Đối xử với mọi người theo cách mà bản thân bạn muốn được đối xử.
- Thiết lập các mối quan hệ cá nhân với sự quan tâm, chu đáo, lịch sự, chuyên nghiệp và có lập trường kiên định.
- Hãy lên kế hoạch tối thiểu ba năm cho hoạt động thâm nhập thị trường thế giới. Việc này đòi hỏi thời gian, tính kiên nhẫn và kiến thức tổng hợp.
- Trong thị trường toàn cầu, hãy biết tiếp nhận các “ấn số”.

2. Tìm kiếm các nguồn tài chính bổ sung

Bạn có thể sử dụng các khoản tiền tiết kiệm hay tiền vay mượn từ bạn bè, người thân để khởi sự kinh doanh, nhưng bạn sẽ bổ sung vốn kinh doanh từ các nguồn tài chính nào khi công ty tăng trưởng? Nếu bạn chỉ vừa có mặt trên thương trường chưa đầy 3 năm, hay bạn không có gì để cầm cố, thế chấp, bạn sẽ thấy rằng không phải nơi nào cũng sẵn sàng trợ giúp tài chính cho công ty bạn. Mặc dù vậy nhưng bạn vẫn có những phương cách khác. Hãy thử quan tâm tới ba nguồn tài chính sau để huy động vốn cho kế hoạch mở rộng kinh doanh của bạn:

- **Quay trở lại với những bạn bè và người thân đã từng giúp đỡ bạn.** Nếu khoản vay đầu tiên của bạn chưa được chính thức hoá, hãy thực hiện việc đó vào lúc này bằng cách soạn thảo các văn bản vay nợ với những điều khoản thanh toán và lãi suất tiền vay rõ ràng.
- **Tìm tới các nguồn trợ giúp của chính phủ:** Nhiều chủ doanh nghiệp đã nhận được các khoản tiền hỗ trợ tài chính, chủ yếu là các khoản vay nhỏ, từ các cơ quan, tổ chức phát triển kinh doanh trực thuộc chính phủ.
- **Trao đổi với các nhà cung cấp của bạn.** Một biện pháp khác để có được nguồn tài chính phục vụ kế hoạch mở rộng kinh doanh của bạn là tiếp cận các nhà cung cấp nguyên vật liệu, sản phẩm, dịch vụ đầu vào của bạn để được phép vay tiền trả chậm với mức lãi suất hợp lý.

3. Bạn có nên mở một địa điểm kinh doanh khác?

Đây có thể không phải là lựa chọn tốt nhất khi bạn mở rộng kinh doanh, song đó là những gì mà các chủ doanh nghiệp thường nghĩ tới trước tiên khi họ triển khai kế hoạch thâm nhập thị trường mới. Hãy quan tâm tới 6 yếu tố sau, nếu việc mở thêm địa điểm mới là quyết định của bạn:

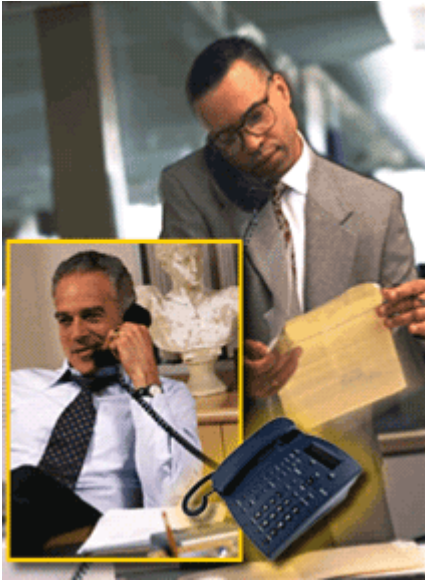
- Đảm bảo rằng bạn đang duy trì được mức lợi nhuận ổn định, đồng thời công ty vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng đều đặn trong vòng vài năm gần đây.
- Xem xét các xu hướng, cả kinh tế và tiêu dùng, nhằm tìm ra những con đường ít trở ngại nhất để có thể vừa đạt được mức lợi nhuận mới, song vẫn duy trì nhịp độ phát triển hiện tại.
- Đảm bảo rằng hệ thống hành chính cùng đội ngũ cán bộ quản lý của công ty bạn là một tập thể hoạt động hiệu quả và có năng lực chuyên môn cao - bạn sẽ cần tới họ để đưa điểm kinh doanh mới đi vào hoạt động.
- Chuẩn bị một bản kế hoạch kinh doanh cụ thể và hoàn chỉnh cho địa điểm mới.
- Xác định xem bạn sẽ có được các nguồn tài chính bổ sung từ đâu và bạn sẽ nhận nó như thế nào.
- Lựa chọn địa điểm mới trên cơ sở những yếu tố thích hợp nhất cho hoạt động kinh doanh hiện tại của bạn, chứ không phải dựa vào túi tiền của bạn.

4. Nhượng quyền và Cơ hội kinh doanh

Bạn đã bao giờ chú ý tới hình thức kinh doanh nhượng quyền (franchise) hay cơ hội kinh doanh (business opportunity) chưa? Câu hỏi quan trọng nhất mà bạn cần trả lời lúc này là: liệu hoạt động kinh doanh của bạn có thể áp dụng phương thức kinh doanh nhượng quyền để một người nào đó sẽ chịu trách nhiệm điều hành (nhận nhượng quyền), hay liệu bạn có một sản phẩm/dịch vụ đã được tiêu chuẩn hoá và một người nào đó có thể bán lại nhiều lần (cơ hội kinh doanh). Trong khi bạn có thể nghĩ rằng việc mở rộng kinh doanh sẽ đòi hỏi phải có nhiều vốn hơn, phải tuyển dụng thêm nhân viên, mua sắm thiết bị bổ sung, thuê văn phòng, nhà xưởng mới... nhưng trên thực tế, bạn hoàn toàn có thể thu về nhiều lợi nhuận và ít rủi ro hơn, nếu bạn đồng ý để một công ty lớn có năng lực sản xuất và đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp giúp bạn thực hiện những công việc này.

5. Nhắm tới các thị trường khác như thế nào?

Nếu bạn dự định bán sản phẩm cho giới trẻ, hãy bắt đầu tiếp thị tới các sinh viên đại học. Nếu bạn muốn bán sản phẩm cho các bà mẹ đang đi làm, sản phẩm của bạn có thể phát huy hiệu quả đối với cả các bà mẹ nội trợ ở nhà chỉ bằng một vài sửa đổi. Một chiến lược khác là sử dụng các sản phẩm/dịch vụ bán lẻ có định hướng (retail-oriented) và sau đó áp dụng hình thức bán buôn. Ví dụ, một công ty thực phẩm chuyên về bánh ngọt, bánh nướng và các món ăn nhẹ tráng miệng có thể liên hệ với các tiệm bánh ngọt địa phương để bán buôn sản phẩm của mình. Mặc dù mức giá bạn bán cho các tiệm bánh có thể thấp hơn giá bán lẻ thông thường (bởi vì các tiệm bánh cần chiết khấu để thu lợi nhuận), nhưng bù lại, bạn sẽ bán được nhiều sản phẩm hơn và tạo ra một chu kỳ tiền mặt ổn định hơn.



PHẦN 2: THỨC ĐẨY NHỮNG PHÁT TRIỂN CÁ NHÂN

6. Sắp xếp một chuyến du lịch hay một kỳ nghỉ

Những chủ doanh nghiệp nhỏ là người quá cầu toàn, ôm đồm công việc, hay những người chỉ đơn giản là tự đề cao tầm quan trọng của bản thân trong các hoạt động của công ty, đều có một điểm chung là họ rất hiếm khi đi du lịch hoặc nghỉ ngơi. Nhưng nếu bạn không dành thời gian để thư giãn, thì bạn đang trở thành một tấm gương xấu cho nhân viên trong công ty mình. Làm việc quên ngày tháng không phải là dấu hiệu của tinh thần trách nhiệm ở một chủ doanh nghiệp, mà chỉ là biểu hiện của sự thiếu hiệu quả trong công việc lãnh đạo.

Ngoài ra, điều này còn gián tiếp chứng tỏ rằng bạn là một ông chủ luôn soi xét hiệu suất làm việc của nhân viên.

Thời gian của bạn nên được sắp xếp trong mối tương quan hài hòa giữa làm việc và nghỉ ngơi. Như thế, nhân viên của bạn sẽ có cảm giác thoải mái hơn trong công việc, đồng thời bạn cũng có được những giây phút tuyệt vời tại các bãi biển thơ mộng. Nếu bạn bận khoản trước một chuyến đi dài, bạn có thể đang quá chú trọng đến các công việc thường nhật. Ở những công ty có “ông sếp” như vậy, nhân viên hầu như cũng không được nghỉ ngơi cho đúng nghĩa. Nếu những điều trên đây miêu tả đúng tình cảnh của bạn lúc này, bạn hãy nhanh chóng thay đổi phong cách làm việc – bạn cần là một tổ ra là một người quản lý tốt, một nhà lãnh đạo biết nhìn xa trông rộng.

Bạn hãy bắt đầu từ việc đào tạo, huấn luyện cấp dưới và nhân viên, hướng dẫn và giúp đỡ họ hoàn thành tốt công việc của mình. Sau đó, bạn hãy để cho họ tự chủ động làm việc và tự nhận trách nhiệm mà không cần có sự giám sát, theo dõi sát sao của bạn. Một khi các nhân viên gặt hái được thành công, họ sẽ không cảm thấy e ngại các thách thức phía trước – nhờ đó, bạn sẽ có nhiều thời gian để tập trung vào việc phát triển công ty, cũng như bạn sẽ có thời gian cho những kỳ nghỉ thú vị.

7. Phát triển vốn xã hội của bạn

Khái niệm “vốn xã hội” do Pierre Bourdieu, nhà xã hội học và triết học Pháp đề xuất vào đầu thế kỷ XX. Ông cho rằng vốn xã hội là toàn bộ nguồn lực (thực tế hoặc tiềm ẩn) xuất phát từ mạng lưới quen biết trực tiếp hoặc gián tiếp (chẳng hạn vì các cá nhân cùng là thành viên của một tôn giáo, hoặc đồng hương, đồng môn,...) và mạng lưới này có giá trị sử dụng như một loại “vốn”. Vốn này có thể được xem như một dạng tài sản đặc biệt của cá nhân.

Bourdieu viết: “Vốn xã hội là một thuộc tính của mỗi cá nhân trong xã hội, và bất cứ ai cũng có thể khai thác vốn xã hội nhằm đem lại các lợi ích kinh tế thông thường”. Hiểu một cách đơn giản hơn thì vốn xã hội là tổng hoà các mối quan hệ và danh tiếng của bạn trong xã hội, là mạng lưới mối quan hệ với người thân, bạn bè, đồng nghiệp, đối tác kinh doanh và cả khách hàng của bạn.

Vốn xã hội có rất nhiều điểm tương tự như “anh chị em” của nó là vốn tiền tệ. Cũng giống như vốn tiền tệ, vốn xã hội được tích lũy bởi một cá nhân hay công ty và được sử dụng nhằm sản sinh ra của cải. Đây là sự tập hợp các nguồn lực (bao gồm các ý tưởng, kiến thức, thông tin, cơ hội và tất nhiên là cả những lời giới thiệu, đề cử..) dựa trên những mạng lưới cá nhân hay cộng đồng chuyên môn.

Việc gây dựng vốn xã hội của bạn có thể là một nhiệm vụ khó khăn. Tuy nhiên, nếu bạn thực hiện nó trong một khuôn khổ mạng lưới các mối quan hệ đã được cấu thành trước đó, thì cơ hội của bạn sẽ cao hơn rất nhiều. Vì thế, muốn tích lũy nguồn vốn xã hội, bạn nên “đi đường vòng” bằng cách thiết lập mạng lưới, bởi vì việc thiết lập mạng lưới thành công cũng đồng nghĩa với việc bạn đã xây dựng và duy trì được những mối quan hệ bền vững và chuyên nghiệp.

Hãy lên kế hoạch cho chiến lược tiếp thị truyền khẩu với sự nỗ lực không thua kém những nỗ lực dành cho bất cứ chương trình tiếp thị nào khác. Bạn cần tận dụng tối đa những lời giới thiệu, tiến cử để mở rộng mạng lưới quan hệ của mình. Bạn cũng nên thể hiện tính chuyên nghiệp vào mọi thời điểm (như giữ lời hứa, giao nhận sản phẩm đúng hẹn, tổ chức các cuộc gặp gỡ thường xuyên và đối xử với mọi người một cách lịch thiệp...). Tất cả những điều đó sẽ đem lại uy tín cho công ty bạn và khi đó, những người bạn mà mong muốn trở thành một phần của vốn xã hội của bạn đều sẽ nhớ đến bạn.

8. Tạo dựng những đầu mối sẵn sàng trợ giúp

Bạn luôn cần đến nguồn cung cấp thông tin ổn định và liên tục để kịp thời điều tiết một cách có hiệu quả mọi hoạt động kinh doanh của mình. Bạn phải nhận rõ các xu hướng, vấn đề mới và theo kịp những thay đổi nhanh chóng liên quan tới công nghệ, kỹ thuật nhằm duy trì và phát triển trong cuộc cạnh tranh trên thị trường.

Bạn có thể vừa mới khám phá ra rằng bạn dường như không thể khai thác được tất cả các thông tin mà bạn thu thập được. Đơn giản là bởi vì bạn có quá nhiều thông tin. May mắn thay, điểm yếu này của bạn lại là chuyên môn của một ai đó, vì vậy bạn có thể trông cậy vào sự giúp đỡ của họ. Thông thường sẽ có những người đủ khả năng giúp bạn giải quyết một số vấn đề hay các khó khăn đột xuất mà bạn có thể phải đương đầu trong kinh doanh hay trong lĩnh vực mà bạn đang nỗ lực để tham gia. Thay vì tự trang bị các kiến thức chuyên môn cụ thể, bạn nên tìm hiểu xem ai là người bạn cần liên lạc và bạn sẽ đến địa chỉ nào để có các thông tin mình cần.

Một khi bạn đã xác định được hầu hết các địa chỉ liên lạc quan trọng nhất, hãy bắt đầu tiếp xúc với từng người để gia tăng và cải thiện các kiến thức cùng mối quan hệ xã hội

của bạn. Nếu làm được như vậy, mạng lưới các mối quan hệ xã hội của bạn và các thông tin bạn cần để phát triển kinh doanh sẽ mở rộng hơn rất nhiều.

9. Thực thi một chương trình phát triển cá nhân

Bạn cần phải làm những gì để có thể phát triển bản thân? Hãy đăng ký dài hạn các tạp chí kinh doanh, bản tin định kỳ và hãy đọc chúng thường xuyên. Nếu bạn có một máy Palm hay Pocket PC, bạn có thể sử dụng phần mềm e-book để đọc các bài báo hay sách điện tử về chủ đề kinh doanh. Bạn cũng nên nghe radio đều đặn. Hãy cố gắng đọc (hay nghe) ít nhất một hay hai cuốn sách mỗi tháng. Ngoài ra, bạn có thể đăng ký tham dự những cuộc hội thảo hay các khóa học ngắn hạn liên quan đến lĩnh vực kinh doanh như tiếp thị, bán hàng, kế toán, luật... – khi bạn hiểu biết về các chủ đề này, bạn sẽ có khả năng giám sát các nhân viên đang thực hiện công việc này giúp bạn. Nhìn chung, bạn phải dành một số lượng thời gian nhất định cho việc học tập và trau dồi các kỹ năng kinh doanh của mình. Đôi lúc bạn có thể kết hợp một số việc vào hoạt động hàng ngày (như tranh thủ đọc sách trong khi chờ đợi làm việc gì đó), thì phần lớn công việc trau dồi kiến thức cá nhân này đều yêu cầu bạn phải từ bỏ một điều gì đó có thể không quan trọng lắm (chẳng hạn như xem tivi).

10. Hãy học tập không ngừng

Thành công trong kinh doanh bao giờ cũng phụ thuộc vào nỗ lực phát triển cá nhân không ngừng của bạn, nghĩa là bạn của ngày hôm nay cần phải “tuyệt vời” hơn bạn của ngày hôm qua, và bạn của ngày mai sẽ “tuyệt vời” hơn bạn của ngày hôm nay. Một lỗi thường gặp của nhiều chủ doanh nghiệp ngày nay là họ không có thời gian để hoàn thành những điều sẽ khiến họ trở nên hoàn thiện hơn. Họ theo đuổi quá nhiều các hoạt động kinh doanh thường nhật và không có thời gian nhìn lại quá khứ. Người ta cho rằng việc này là cấp bách, việc kia là quan trọng, nhưng lại hiếm khi họ có việc vừa quan trọng, vừa cấp bách. Nhiều chủ doanh nghiệp đã dành thời gian của họ vào những việc mà họ coi cấp bách, nhưng đáng tiếc là sự thiếu hoạch định và thiếu một tầm nhìn dài hạn của họ đã tạo ra những tính cấp bách đó. Ở đây, tự học tập là ví dụ về một công việc đặc biệt quan trọng, nhưng không hề cấp bách.

Những gì bạn cần phải làm là tìm hiểu các loại dữ liệu liên quan đến hoạt động của mình, đặt ra mục tiêu tiếp thu và nắm vững các thông tin đó, chuyển nó thành kiến thức và sau đó áp dụng kiến thức này vào thực tế, sau đó rút ra bài học để tích lũy kinh nghiệm. Đây là một công việc dài hạn. Lý do chính khiến phần lớn mọi người thất bại trong việc theo đuổi nó là vì những kết quả phản hồi chỉ xuất hiện sau một thời gian tương đối dài. Bạn phải mất hàng tháng trời làm việc vất vả, trước khi bắt đầu nhận ra những thay đổi tích cực. Có thể bạn sẽ không nhìn thấy các thay đổi trong lúc nó đang diễn ra, nhưng một lúc nào đó khi nhìn lại con đường đã qua, bạn sẽ ngạc nhiên vì thấy các kỹ năng kinh doanh và ra quyết định của mình đã được nâng cao hơn hẳn. Bạn sẽ nhận thấy bản thân bạn bắt đầu suy nghĩ rõ ràng hơn, bạn dễ dàng nắm bắt những gì bạn nghe và thấy, và viễn cảnh kinh doanh của bạn cũng sẽ sáng sủa hơn rất nhiều.



PHẦN 3: CHẶT CHẼ TRONG QUẢN LÝ TÀI CHÍNH

11. Khi nào cần tuyển dụng CFO?

Bạn có cho rằng công ty mình đã hội đủ các nguồn lực thích hợp để giải quyết những vấn đề liên quan thuế, huy động vốn, quản lý tiền mặt và tất cả các nhiệm vụ tài chính khác của công ty? Hay đơn giản hơn, đã đến lúc công ty bạn cần tuyển dụng một Giám đốc tài chính (Chief Finance Officer – CFO) chưa? Đương nhiên, điều này sẽ phụ thuộc vào đặc điểm riêng biệt của mỗi công ty, nhưng việc trả lời một vài câu hỏi cơ bản dưới đây có thể giúp bạn xác định thời điểm thích hợp nhất để tuyển dụng một CFO. Hoá đơn thanh toán từ công ty dịch vụ kế toán mà bạn đang thuê có vượt quá mức lương dành cho một nhà quản lý tài chính không? Ngày nay, rất nhiều chủ doanh nghiệp đã chuyển sang sử dụng dịch vụ outsourcing của các công ty kế toán - kiểm toán. Những công ty này sẽ giúp khách hàng làm mọi công việc liên quan đến tài chính với mức phí dịch vụ có thể chấp nhận được. Vậy nên bạn hãy thử làm một phép so sánh để xem phương án nào có lợi cho bạn nhất.

Bạn có cần huy động thêm các nguồn vốn cổ phần để phục vụ cho một số hoạt động kinh doanh mới không? Theo các chuyên gia tài chính, nếu công ty của bạn muốn tìm kiếm thêm các nguồn vốn bên ngoài phạm vi các khoản vay ngân hàng, chẳng hạn như các nguồn tiền từ nhà đầu tư cá nhân, thị trường tài chính, hay bất cứ ai đang “săn lùng” cổ phiếu của công ty... thì đã đến lúc bạn cần đến một chuyên gia tài chính làm việc toàn thời gian.

Có phải công ty của bạn đã bắt đầu đối mặt với những giao dịch tài chính phức tạp? Hay việc huy động vốn khiến bạn hoa mắt? Hay công ty bạn đang ở trong quá trình mua lại/sáp nhập với một công ty khác, hoặc có thể công ty bạn bắt đầu thiết lập các giao dịch với nhà cung cấp, với khách hàng, trong khi việc này đòi hỏi ở bạn một cấu trúc tài chính phức tạp vượt xa những gì đã có trước đó?. Nếu câu trả lời là đúng, kèm theo nhiều nhân tố tài chính khác đang chờ đón bạn ở phía trước, thì quả là đã đến lúc bạn cần tìm cho mình một nhà tư vấn tài chính riêng.

12. Những quyết định sai lầm trong việc cắt giảm chi phí.

Dưới sức ép của thời gian và yêu cầu kinh doanh, bạn có thể nỗ lực cắt giảm chi phí tối đa, nhưng vẫn phải đảm bảo sao cho hoạt động của công ty không bị ảnh hưởng và mọi việc vẫn diễn ra ổn định. Tuy nhiên, hãy cẩn thận – những quyết định cắt giảm chi phí sai lầm có thể đẩy hoạt động kinh doanh của bạn vào tình trạng khó khăn dài hạn. Dưới đây là một số “sai lầm chết người” trong việc cắt giảm chi phí:

- Lỗi thứ nhất: Chuyển sang sử dụng nguyên vật liệu có giá trị thấp hơn.
- Lỗi thứ hai: Cắt giảm ngân sách quảng cáo và tiếp thị.
- Lỗi thứ ba: Không thực hiện các báo cáo về tài chính và hàng tồn kho.
- Lỗi thứ tư: Cắt giảm các chi phí R&D trong thời gian đầu.
- Lỗi thứ năm: Cắt giảm bất cứ chi phí nào có tác dụng tạo ra sự thoả mãn của khách hàng.

13. Khôn khéo điều tiết các khoản tiền mặt bổ sung.

Nếu bạn thấy rằng cần phải chi thêm các khoản tiền mặt bổ sung nào đó, việc đầu tiên bạn nên làm đó là hãy bàn bạc với CFO và nhân viên kế toán để lên một kế hoạch chi tiêu cụ thể và chi tiết. Hãy nhìn vào quy trình hoạt động của công ty bạn và xác định xem bạn cần chi thêm bao nhiêu tiền trong từng trường hợp nhất định. Bạn cần đảm bảo rằng các khoản chi phí bổ sung này là thực sự cần thiết và số lượng tiền chi ra cũng sẽ không vượt quá giới hạn cho phép. Sau đó, bạn hãy lên kế hoạch dự trù nguồn tiền bằng cách trích từ những tài khoản ngân hàng có lãi suất thấp, hay những công cụ đầu tư ít rủi ro trong vòng vài tháng (từ 3 đến 12 tháng, tùy thuộc vào ngành công nghiệp của bạn). Nếu bạn có khoản tiền tiết kiệm phụ nào đó, bạn hãy sử dụng tiền mặt để trả các khoản nợ. Khi công việc này đã hoàn tất, bạn nên xem xét một số biện pháp khác sao cho không làm phát sinh chi phí phụ thêm, chẳng hạn phần thưởng cho các nhân viên, bảo dưỡng máy móc, công nghệ....

Nếu tài chính của công ty bạn vẫn còn khá thoải mái sau khi đã chi tiêu các khoản tiền mặt bổ sung và tình hình kinh doanh có những cải tiến đáng kể, bạn có thể nghĩ đến việc tạo ra một vài thay đổi quan trọng, chẳng hạn như tuyển dụng thêm nhân viên, mở rộng địa điểm kinh doanh, hay xây dựng văn phòng làm việc mới, nếu hiện tại bạn vẫn đang đi thuê văn phòng.

14. Các ngân hàng có thể giúp đỡ bạn như thế nào?

Nếu bạn đang nỗ lực để tránh những rắc rối liên quan đến lưu chuyển tiền tệ (cash flow), trong khi vẫn thấy còn nhiều vấn đề đột xuất có thể phát sinh, bạn nên làm thế nào? Nếu bạn chưa lên kế hoạch giải quyết các rắc rối mới này, bạn có thể phải lựa chọn một trong những phương án khó khăn sau đây: Vay mượn tiền từ tài sản cá nhân của bạn, hoãn trả tiền cho các nhà cung cấp, chậm trả lương cho nhân viên, cố gắng thuyết phục một khách hàng nào đó thanh toán sớm cho bạn...

Một trong những giải pháp hiệu quả nhất sẽ là tạo dựng mối quan hệ gần gũi với ngân hàng của bạn. Hãy xem ngân hàng như một đối tác và gửi cho họ các bản báo cáo tài chính thường niên. Ngân hàng càng biết rõ về bạn bao nhiêu, họ sẽ càng tin tưởng bạn bấy nhiêu, và họ cũng sẽ sẵn lòng giúp đỡ bạn trong những thời điểm khó khăn. Một công cụ quan trọng khác là các tài khoản tín dụng từ ngân hàng của bạn. Hãy xem đây là một giải pháp bảo vệ tài chính của bạn, khi bạn được phép thấu chi tài khoản (rút quá số tiền có trong tài khoản ở ngân hàng). Nếu ngân hàng đồng ý với bạn về việc thấu chi này, bạn sẽ rất thuận lợi trong việc có ngay một khoản tiền mặt cần thiết với một mức lãi suất hợp lý.

15. Những vấn đề cơ bản về quản lý lưu chuyển tiền tệ.

Nếu tồn tại một thứ có thể dựng lên, nhưng cũng có thể làm sụp đổ công ty bạn, nhất là đối với một công ty nhỏ, thì đó chính là yếu tố lưu chuyển tiền tệ. Nếu bạn quan tâm sát sao tới vấn đề lưu chuyển tiền tệ, bạn sẽ có lợi thế hơn hẳn các đối thủ cạnh tranh và sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng kinh doanh ổn định, trong khi các công ty khác phải chịu thất bại do kinh doanh suy thoái.

Bạn hãy lưu ý tới một vài vấn đề cơ bản sau đây. Lưu chuyển tiền tệ có nghĩa là gì? Ở một mức độ nào đó, bạn đừng nghĩ về lợi nhuận, thua lỗ, bảng kết toán tài sản, tổng doanh thu.... Có lẽ chi tiết dễ nhận thấy nhất thể hiện vấn đề lưu chuyển tiền tệ chính là số dư trong tài khoản tiền mặt của bạn. Số dư này có đủ để thanh toán, khi các hoá đơn của bạn đến hạn không? Nếu ước lượng chính xác số dư tài khoản ngân hàng của mình, bạn sẽ có thể dễ dàng dự đoán các vấn đề phát sinh, đồng thời bạn cũng có thể đối phó với chúng một cách hiệu quả hơn.

Khi thường xuyên theo dõi lưu chuyển tiền mặt, bạn sẽ nhận ra rằng bạn có thể ước lượng được việc phân bổ các chi phí kinh doanh của công ty, ít nhất là trong vòng vài tháng tiếp theo. Ngoài ra, bạn hãy bổ sung thêm vào đây mức thu nhập mà bạn tin rằng sẽ có được, rồi làm các phép tính.



PHẦN 6: NHỮNG LỜI KHUYÊN VỀ THUẾ

16. Hãy hiểu biết để có một sự khởi đầu tốt: Một trong những lĩnh vực phức tạp và rắc rối nhất của hoạt động kinh doanh là thuế. Việc phải nắm vững các quy định, tuân thủ đúng theo tất cả các quy định đó và thanh toán đầy đủ các khoản thuế phải nộp... là những điều không dễ thực hiện. Tuy nhiên trên cương vị một chủ doanh nghiệp, có một số việc bạn có thể làm để đảm bảo các vấn đề liên quan đến thuế sẽ ít khó khăn hơn.

- **Hiểu sự khác biệt của các sắc thuế.** Đó là tất cả các loại thuế do nhà nước hay địa phương ban hành đối với hoạt động kinh doanh của bạn. Bạn cần nắm vững các quy định pháp luật về từng loại thuế.

- **Hãy bảo vệ và giải thích địa vị pháp lý của bạn.** Nếu bạn kinh doanh như một nhà thầu phụ độc lập, hãy bảo vệ hoạt động kinh doanh của bạn bằng việc sử dụng các hợp đồng được viết thành văn bản.

- **Đảm bảo sổ sách hợp lý và minh bạch.** Hệ thống sổ sách hợp lý và minh bạch là cách tốt nhất để tránh những rắc rối với cơ quan thuế, đồng thời giúp bạn đánh giá chính xác về hoạt động kinh doanh hiện tại của mình.

- **Biết rõ khoản thuế nào có thể khấu trừ.** Việc khấu trừ thuế từ tổng doanh thu của bạn đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh, bởi nó xác định nghĩa vụ nộp thuế của bạn với cơ quan thuế, cũng như giảm một lượng đáng kể số tiền thuế phải nộp. Thậm chí, nếu bạn biết chắc rằng có ai đó đang chuẩn bị khấu trừ thuế của bạn, thì bạn hãy dành thời gian để tìm hiểu các quy định về những gì bạn có thể được khấu trừ, từ đó lập ra hệ thống sổ sách hợp lý và trình một bộ hồ sơ xin hoàn thuế đầy đủ theo đúng quy định của pháp luật.

17. Hãy thực hiện các hành động cần thiết để gia tăng các khoản khấu trừ, miễn giảm thuế. Số tiền thuế bạn xin khấu trừ, miễn giảm càng lớn, thì khoản doanh thu chịu thuế của bạn càng được thu nhỏ và do vậy, khoản thuế bạn phải đóng cũng sẽ ít đi. Một trong những cách thức tốt nhất để gia tăng các khoản tiền thuế được khấu trừ, miễn giảm đối với các công ty là kê khai những khoản chi phí kinh doanh trong cả năm ở mức lớn nhất có thể. Với phương thức kế toán, kiểm toán trên cơ sở tiền mặt, doanh thu chịu thuế sẽ bằng tổng doanh thu trừ đi chi phí, vì thế, chi phí càng lớn thì doanh thu chịu thuế sẽ càng nhỏ. Để gia tăng khoản khấu trừ thuế, bạn hãy tăng các nguồn cung ứng nguyên vật liệu hay mua sắm thêm các thiết bị máy móc bảo dưỡng vào dịp cuối năm, nếu bạn có kế hoạch kê khai những chi phí này trong báo cáo thuế cả năm. Ngoài ra, một số khoản khác cũng có thể được đưa vào chi phí như tiền thuê nhà, phí bảo hiểm ... đến hạn vào tháng đầu tiên của năm mới.

18. Bảy yếu tố giảm tiền thuế phải nộp: Dưới đây là 7 yếu tố bạn nên quan tâm, khi bạn muốn gia tăng các khoản khấu trừ thuế cho công ty bạn.

- **Nhà ở của bạn:** Trên cương vị một chủ doanh nghiệp nhỏ, bạn có đủ tư cách để đón nhận các khoản tiền khấu trừ thuế, nếu đưa ngôi nhà mình vào hoạt động kinh doanh.

- **Xe hơi của bạn:** Nếu bạn sử dụng xe hơi của cá nhân bạn cho các hoạt động kinh doanh, bạn có thể cắt giảm tiền thuế nhờ những chi phí vận hành và bảo dưỡng xe. Tuy nhiên, bạn chỉ có thể đưa vào báo cáo thuế các chi phí nào liên quan đến hoạt động kinh doanh mà thôi.

- **Máy móc thiết bị:** Bạn có thể chuyển các tài sản cá nhân thành tài sản công ty bằng việc sử dụng chúng để phục vụ cho các hoạt động kinh doanh. Bạn cũng có thể làm như vậy khi đưa chúng vào hoạt động kinh doanh như sự trao đổi cho một khoản tiền vay hoặc vốn đóng góp. Như vậy, bạn sẽ được phép kê khai các tài sản đó vào chi phí kinh doanh để khấu trừ thuế.

- **Hoạt động du lịch và giải trí:** Các chi phí du lịch cũng có thể được đưa vào chi phí phục vụ hoạt động kinh doanh. Nếu bạn đi du lịch, thì các chi phí cho hoạt động này sẽ được khấu trừ vào thuế, trong trường hợp nó thoả mãn 2 điều kiện sau: (1) hoạt động kinh doanh yêu cầu bạn phải đi khỏi trụ sở chính công ty trong một thời gian dài và (2) bạn cần ngủ và nghỉ ngơi để đáp ứng các yêu cầu công việc kinh doanh trong khi đi xa nhà.

- **Kế hoạch về hưu của bạn:** Bạn hoàn toàn có đủ tư cách để tham gia vào một kế hoạch nghỉ hưu nào đó có sẵn dành cho các chủ doanh nghiệp nhỏ, tùy theo từng lĩnh vực kinh doanh. Và các chi phí cho kế hoạch nghỉ hưu này do công ty chi trả, nên nó cũng có thể được đưa vào các chi phí khấu trừ thuế.

- **Gia đình bạn:** Với tư cách là một chủ doanh nghiệp nhỏ, bạn có quyền tuyển dụng vợ chồng, con cái hay thậm chí là cả cha mẹ như là một cách thức hiệu quả nhằm giảm thiểu các khoản thuế thu nhập phải nộp.

- **Bản thân bạn:** Bạn có thể tận dụng những lợi ích của các quy định pháp luật liên quan đến miễn giảm thuế cho chủ doanh nghiệp. Điều này cho phép bạn và gia đình tận hưởng những ích lợi được công ty của bạn chi trả, trong khi tất cả những điều đó vẫn được khấu trừ thuế.

19. Làm việc tại nhà: Có nhiều cách thức để một chủ doanh nghiệp nhỏ quan tâm tới yếu tố giảm tiền thuế phải nộp khi tận dụng nhà riêng để mở văn phòng làm việc. Tuy theo quy định của mỗi quốc gia mà khoản tiền thuế được miễn giảm cũng sẽ khác nhau. Bạn cần tìm hiểu kỹ lưỡng các quy định pháp luật tại địa phương mình. Trong trường hợp các quy định này quá phức tạp, bạn có thể nhờ đến sự trợ giúp một chuyên gia thuế mà bạn quen biết.

Điều lớn nhất bạn cần quan tâm là thường xuyên sử dụng nhà riêng của mình vào mục đích kinh doanh. Bạn sẽ phải có duy nhất một địa chỉ kinh doanh là nhà của bạn, nếu có hơn một địa chỉ thì mọi thứ sẽ trở nên vô nghĩa.

20. Tối ưu hoá các chi phí kinh doanh: Mặc dù mã số thuế (tax code) là khái niệm rất phức tạp, song các chủ doanh nghiệp vẫn có thể sử dụng nó và khai thác những lợi ích

của nó. Dưới đây là ba vấn đề quan trọng đối với các chi phí kinh doanh mà bạn cần quan tâm:

- **Hài hoà tối đa các khoản chi phí thông thường và chi phí kinh doanh trong phần doanh thu chịu thuế.** Đó là tất cả các khoản chi phí đòi hỏi phải có để vận hành bộ máy kinh doanh, gồm có: kế toán kiểm toán, pháp lý, dịch vụ ngân hàng, chi phí văn phòng, phương tiện đi lại, máy móc thiết bị, du lịch, giải trí, về hưu, lương nhân viên, phúc lợi lao động, tiếp thị, bảo hiểm và thuế thu nhập. Những khoản tiền này đều sẽ được đưa vào chi phí khấu trừ tiền thuế phải nộp.

- **Bạn phải chỉ định rõ và tách biệt giữa chi phí phục vụ hoạt động kinh doanh và chi phí cá nhân.** Phần chi phí phục vụ cho mục đích cá nhân sẽ không được khấu trừ, trong khi phần chi phí phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh sẽ được khấu trừ trong doanh thu chịu thuế.

- **Tránh những rắc rối với cơ quan thuế.** Khi tiến hành các hoạt động kinh doanh, bạn sẽ lập tức bị các cơ quan thuế xem là có xu hướng trốn thuế nhằm tối đa hoá lợi nhuận (?!). Do vậy, các cơ quan này luôn quản lý rất chặt các hoạt động liên quan đến thuế tại công ty bạn. Nếu bạn không báo cáo lợi nhuận và doanh thu định kỳ, bạn có thể bị các cơ quan thuế buộc phải giải trình rất nhiều điều, và đương nhiên khi đó mọi thứ sẽ rắc rối hơn nhiều. Cách tốt nhất là bạn nên tuân thủ những nghĩa vụ liên quan đến thuế mà pháp luật đã đặt ra cho bạn.



PHẦN 5: HOÀN THIỆN CÁC KỸ NĂNG ĐÀM PHÁN CỦA BẠN

21. Điều tốt đẹp có thể đến từ những thoả thuận tồi

Tất cả chúng ta đều đã từng có những thoả thuận “không thể tệ hơn”. Kỹ năng đàm phán có thể không được dạy một cách bài bản ở trường lớp, nhưng đây lại là một trong những kỹ năng quan trọng nhất mà bạn cần trau dồi trong cuộc sống, đặc biệt là trong thế giới

kinh doanh, nơi mà những người thành đạt luôn được tôn vinh. Kỹ năng đàm phán của bạn sẽ tác động trực tiếp tới thu nhập, các mối quan hệ và cuối cùng là mục đích của bạn. Đó là lý do tại sao những thoả thuận tồi có thể sẽ để lại những hậu quả khó quên.

Cho dù bạn đã làm việc hết mình, thì đôi lúc các thoả thuận tồi vẫn xuất hiện. Khi đó, bạn hãy tự đặt ra cho bản thân những câu hỏi nghiêm khắc như: Sai lầm của bạn ở mức độ nào? Phong cách giao tiếp của bạn đã phù hợp chưa? Bạn có bỏ sót điều gì không? Bạn có thể rút ra kinh nghiệm gì cho những lần tiếp theo?. Điều quan trọng là bạn cần suy nghĩ sâu xa và thấu đáo. Nguyên nhân của những sai lầm ở đâu? Bạn có để mình bị thuyết phục dễ dàng không? Bạn quá tham lam chăng? Hay là bạn đã để những ấn tượng chủ quan cá nhân xen vào quyết định của mình? Nếu có thể, hãy nhờ một người mà bạn tin tưởng giúp bạn mổ xẻ vấn đề.

22. Hãy dẻo dai và bền chí

Sự dẻo dai trong đàm phán có thể được gọi một cách đơn giản hơn là “sự gan lì”. Đó là một kỹ năng mà bạn cần học. Khi bạn bị buộc phải tỏ ra mạnh mẽ, kiên quyết trong đàm phán, bạn hãy nghĩ đến những điều dưới đây:

- **Đừng nói quá nhiều.** Hãy trình bày quan điểm của bạn một cách ngắn gọn và súc tích. Bạn càng nói ít bao nhiêu, bạn càng ít tiết lộ về bản thân bấy nhiêu. Bạn càng nói ít bao nhiêu, bạn càng có thời gian để lắng nghe và tìm hiểu về đối tác bấy nhiêu, và như vậy, cơ hội sẽ đến với bạn nhiều hơn.

- **Chỉ nhượng bộ trong trường hợp hãn hữu.** Điều này có thể tạo ra cho bạn vị thế mạnh mẽ hơn so với đối tác đàm phán. Nếu bạn phải nhượng bộ, hãy nhượng bộ một chút thôi, và đổi lại, bạn hãy đòi hỏi thêm ở đối tác một điều gì đó.

- **Hãy kiên định.** Không hẳn là bạn sẽ nói “Không”. Nếu bạn chưa đưa ra quyết định cuối cùng, thì hãy để đối tác đàm phán của bạn cảm thấy như họ đang đối mặt với một bức tường thành vững chắc. Bạn sẽ không bị xem như một kẻ nông cạn và ngớ ngẩn, khi bạn có những giải thích hợp lý.

- **Đảm bảo mọi việc tiến triển tốt.** Đừng để các đối tác đàm phán xem thường bạn. Nếu vấn đề có thể được giải quyết, bạn hãy giải quyết ngay. Trong đàm phán, bạn cần thể hiện tính năng động, thực tế và hiệu quả. Đối tác đàm phán của bạn sẽ cảm thấy rằng thời gian đối với bạn là vô cùng quý giá và rằng bạn không thể chấp nhận những điều ngốc nghếch.

- **Luôn tập trung.** Trong các cuộc đàm phán chi tiết, sự kiên định và bền bỉ luôn là những vũ khí vô giá - chiến thắng sẽ dành cho người “gan lì” hơn. Người cuối cùng đứng dậy khỏi bàn đàm phán là người có khả năng tập trung tuyệt vời nhất.

23. Mặt trái của những buổi đàm phán

Dù với bất cứ lý do gì, thì các thoả thuận luôn dẫn tới một hậu quả xấu nào đó. Sự phân hoá quan điểm sẽ khiến các bên chỉ trích lẫn nhau, giữa các “cái tôi” cá nhân sẽ có thể xảy ra xung đột... Những vấn đề như vậy thường không thể tránh khỏi trong đàm phán kinh doanh. Bạn hãy tìm hiểu để sớm nhận ra căn bệnh đó. Bạn thấy được những dấu hiệu gì ở đối tác ngay từ lần tiếp xúc đầu tiên? Có thể ai đó đang tìm cách lừa phỉnh bạn, nhưng đôi khi bạn lại thông minh hơn những gì bạn tự nghĩ về mình. Hãy chờ đối phương đưa ra những yêu cầu ngớ ngẩn hay vô lý nào đó. Hãy chăm chú lắng nghe những điều các chuyên gia của bạn nói về họ. Đặc biệt, bạn hãy tìm kiếm những điểm yếu của đối phương để làm lợi thế cho mình.

Hãy coi các cuộc đàm phán phức tạp là sự thử thách. Kinh nghiệm sẽ giúp bạn đối phó tốt hơn với mọi đối tượng, và cả đối phó với bản thân. Đừng để tâm trí bị xao lãng vì những câu nói đùa của đối tác. Bạn hãy tập trung vào mục tiêu và những vấn đề thực tế của mình. Đừng để sự thù địch khiến bạn rơi vào vòng xoáy vô nghĩa của những tranh cãi chỉ vì một vài lời nói. Đây là một trong những nguyên nhân chính khiến cuộc đàm phán rơi vào bế tắc. Bạn cũng nên nhớ rằng sự quan tâm thái quá của đối tác có thể là một thủ thuật đánh lừa nhằm thuyết phục bạn nghe theo họ. Trong trường hợp này, bạn nên dùng lời lẽ lịch sự và dứt khoát để kêu gọi đối tác đi thẳng vào vấn đề.

24. Cùng chia sẻ lợi ích một cách công bằng

Cho dù đó là nhiệm vụ, một sự tham gia đơn thuần hay một đặc quyền, thì khi các bên đàm phán nói về việc tiếp nhận “một phần của thoả thuận”, họ thường ngụ ý một vài dạng tỷ lệ phần trăm lợi ích nào đó. Thoạt nghe có vẻ đơn giản, nhưng trong thế giới kinh doanh, việc cắt giảm hay gia tăng một phần lợi ích của bất kỳ ai cũng nên được tính toán kỹ lưỡng. Dưới đây là những yếu tố bạn cần quan tâm:

- **Điều đó có hợp lý?** Tỷ lệ phần trăm lợi ích có thể đóng vai trò quan trọng. Hãy dành phần thưởng này cho những ai thực sự có đóng góp cho quá trình đàm phán: thông thường, đó là những người hay công ty đóng vai trò chủ chốt trong liên doanh, hay những cá nhân sẵn sàng đón nhận rủi ro cụ thể nào đó.

- **Tỷ lệ phần trăm dựa trên cái gì?** Tỷ lệ này dựa trên tổng doanh thu hay một phần doanh thu cụ thể nào? Hãy cố gắng tìm hiểu và nắm rõ về tỷ lệ phần trăm này. Bạn nên tự mình tính toán. Nếu đối tác đàm phán của bạn có thể giỏi trong việc tính toán các con số, thì anh ta cũng giỏi không kém trong việc che giấu những tính toán đó.

- **Cổ phần có liên quan vào việc này không?** Cổ phần là một khái niệm rất phức tạp, do vậy bạn nên nhờ đến sự giúp đỡ của các chuyên gia. Công thức tính toán nhiều vô số kể, và các cạm bẫy tính toán cũng vậy. Con số thực tế có thể không phản ánh đúng tình hình, nếu nó không dựa trên các yếu tố như quyền bỏ phiếu, loại cổ phần, thanh khoản, quyền hoán đổi, quyền đăng ký....

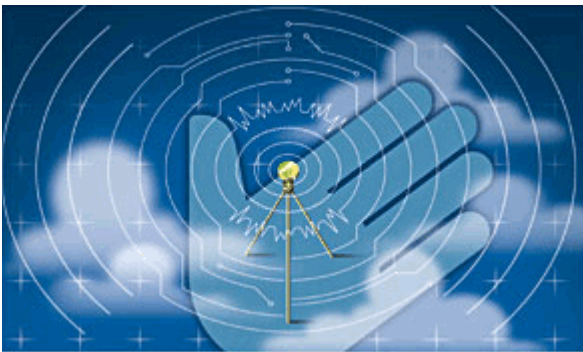
- **Thời hạn thanh toán sẽ như thế nào?** Đương nhiên các thoả thuận có thể kéo dài hàng năm trời. Mức phần trăm này và thời gian nhận được có thể phụ thuộc vào nhiều yếu tố

khác nhau, ví dụ người nhận và lý do nhận. Hãy tự hỏi bản thân: Những khoản thanh toán như thế này có nên tiếp diễn mãi mãi? Nếu không, thời điểm dừng lại sẽ là lúc nào?

- **Ai là người vội vã?** Những người có phần trăm lợi ích lớn trong thoả thuận thường rất nôn nóng kết thúc đàm phán. Một khi không có thoả thuận, họ sẽ không có phần trăm lợi ích đó, vì thế họ rất mong muốn có được nó sớm nhất. Đây là yếu tố có thể đoán biết được trong nhiều cuộc đàm phán trên cơ sở những tán thành hay phản đối của bạn.

25. Chiến thắng nỗi sợ hãi ... đàm phán

Có nhiều người cảm thấy việc thương lượng có vẻ như hạ thấp danh dự của họ. Họ cho rằng như vậy là họ đang phải cầu xin đối tác ban cho một ân huệ nào đó. Tuy nhiên, đối với phần lớn mọi người, vấn đề không chỉ là các điểm yếu về tâm lý, mà đó còn là sự lúng túng tự nhiên khi phải đối mặt với một đối thủ mới hay một hoàn cảnh mới. Giải pháp cho việc này cũng rất đơn giản: Hãy học hỏi và rèn luyện các kỹ năng đàm phán cần thiết. Bạn có thể nhờ cấp trên hay đồng nghiệp hướng dẫn cho bạn. Bạn cũng có thể tham khảo sách báo hay bài viết về kỹ năng đàm phán, tham gia các buổi thảo luận, nhờ đến sự giúp đỡ của một ai đó chuyên về đàm phán, tổ chức các buổi họp bàn, thảo luận để bạn có cơ hội rèn luyện các kỹ năng này. Thậm chí, với vị trí một người tiêu dùng bình thường, bạn có thể tiết kiệm khá nhiều tiền, nếu bạn có được một vài kỹ năng đàm phán tốt để... trả giá mỗi khi mua sắm!



PHẦN 6: LÀM CHỦ YẾU TỐ CÔNG NGHỆ

26. Luôn cập nhật

Dưới đây là những thiết bị công nghệ hiệu quả và ít tốn kém nhất mà bạn nên trang bị để thay thế cho hệ thống máy tính đã quá lạc hậu:

- **Ổ đĩa cứng.** Một trong những đặc tính quan trọng nhất của máy tính là khả năng lưu trữ dữ liệu. Cho dù bạn cần sử dụng một ổ đĩa cứng phụ để sao lưu dữ liệu quan trọng trên ổ đĩa cứng chính của bạn, hay sao lưu vào các tệp (file) video kỹ thuật số, hay sao lưu trên ổ đĩa cứng di động để có thể mang theo mọi lúc mọi nơi, thì bạn cũng luôn tìm ra giải pháp đáp ứng nhu cầu lưu trữ dữ liệu.

- **Ổ đĩa CD-ROM/R/RW và đĩa DVD-ROM/R/RW.** Thường xuyên cập nhật ổ đĩa CD-ROM có tốc độ cao hơn là công việc bạn cần làm để đảm bảo hệ thống vận hành đạt hiệu suất cao nhất.

- **Cập nhật và tối ưu hoá tốc độ bộ vi xử lý.** Việc cập nhật và tối ưu hoá tốc độ bộ vi xử lý máy tính cho phép bạn đẩy mạnh hiệu suất tổng thể của máy tính, giúp các quy trình thông tin được xử lý nhanh hơn. Các công cụ tăng tốc máy tính thực hiện điều này bằng việc thay đổi một số chức năng hoạt động và cung cấp bộ nhớ bổ sung, nhờ đó giải phóng đáng kể công suất hoạt động của bộ vi xử lý chính, và nó sẽ vận hành các chương trình phần mềm ứng dụng hiệu quả hơn.

- **Bộ nhớ.** Trong khi những công việc kể trên có thể giúp bạn gia tăng hiệu suất hoạt động của các máy tính hiện tại, thì một cách hiệu quả khác để cải thiện hiệu suất là bạn chỉ cần gắn thêm một vài thanh bộ nhớ RAM vào máy tính.

27. Danh mục mua sắm

Nếu công ty của bạn có kế hoạch mua sắm thêm các thiết bị công nghệ mới, bạn cần tính toán kỹ lưỡng để đảm bảo những thứ bạn mua là hoàn toàn hợp lý và cần thiết. Bạn hãy lưu ý những điểm sau:

- **Đàm phán lại những hợp đồng sẵn có cho các dịch vụ công nghệ, chẳng hạn như tư vấn và hỗ trợ hệ thống mạng.** Các trang thiết bị mạng đặc biệt quan trọng. Hãy bắt đầu bằng việc đặt ra các tiêu chuẩn để đánh giá và tính toán các hoá đơn nhằm đảm bảo rằng bạn không phải chi trả quá mức cần thiết. Sau đó, thay vì mua tất cả các máy điện thoại nội bộ, điện thoại đường dài và các dịch vụ viễn thông khác từ một nhà cung cấp, bạn có thể đa dạng hoá các nguồn cung ứng. Khá nhiều nhà cung cấp trên thị trường sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của bạn tốt hơn với mức giá thấp hơn.

- **Đảm bảo rằng những thiết bị bạn mua là thực sự cần thiết.** Bạn mua máy tính cá nhân, máy in và các phần mềm ứng dụng, nhưng đừng quên chuẩn hoá cấu hình và loại bỏ những ứng dụng thừa, lặp lại.

- **Thiết lập một hệ thống đảm bảo cho các trang thiết bị công nghệ được vận hành ổn định và hiệu quả.** Bạn có thể tổ chức một nhóm nhân viên từ bộ phận IT và các phòng ban khác nhau, sau đó thường xuyên gặp gỡ để thảo luận với họ về những việc làm cần thiết nhằm đảm bảo hệ thống máy móc trong công ty vận hành ổn định, hiệu quả và tiết kiệm.

28. Mua sắm thông minh

Đầu tư vào công nghệ phục vụ hoạt động kinh doanh sẽ không làm bạn nghèo đi, chỉ cần bạn biết rõ phải làm thế nào để đạt được kết quả cao nhất từ những gì bạn bỏ ra. Việc

đảm bảo sự hoạt động ổn định cho các hệ thống công nghệ quan trọng là điều tối cần thiết. Bạn nên lấy phiếu bảo hành cho các vật dụng đã mua. Hãy cân nhắc xen khi nào cần tiết kiệm và khi nào không thể tiết kiệm.

Những cửa hàng giảm giá luôn có một khu vực dành riêng cho sản phẩm công nghệ. Bạn có thể tìm thấy nơi đây khá nhiều điều thú vị, từ máy tính xách tay cho đến hộp mực in. Tuy nhiên, bạn sẽ không thể đòi hỏi ở đây một dịch vụ trực tiếp. Nếu bạn biết rõ những gì bạn muốn, hãy đến đó và thử thoả thuận về sản phẩm và giá cả. Nếu bạn cần đặt ra nhiều câu hỏi về dịch vụ hậu mãi, bạn nên đến nơi khác.

Bạn cũng có thể tiết kiệm đáng kể tiền bạc nếu có mối liên hệ gần gũi với các nhà phân phối lại sản phẩm giá trị gia tăng (value-added reseller - VAR). Đây là hướng đi hợp lý cho những kế hoạch mua sắm lớn, khi bạn muốn nhà phân phối cũng là người cài đặt các thiết bị cho bạn. Nhà phân phối sẽ đưa ra các chào hàng đặc biệt cùng những đề xuất mua sắm thích hợp với các nhu cầu của bạn. Việc lựa chọn VAR cũng rất quan trọng. Liệu nhà phân phối mà bạn nhắm đến đã có bao nhiêu năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh của họ và họ có đủ năng lực phục vụ trên thị trường cá biệt của bạn hay không.

29. Văn phòng không giấy tờ

Bạn sắp sửa bị đè bẹp dưới núi giấy tờ, công văn? Công nghệ sau đây có thể giúp bạn giảm thiểu hay thậm chí loại bỏ hoàn toàn nhu cầu giấy tờ ở văn phòng.

- **Máy vi tính:** Máy tính cá nhân, máy tính xách tay và máy tính cầm tay đều có thể được sử dụng để soạn thảo, lưu trữ văn bản tài liệu, giúp bạn làm việc linh hoạt và tiện lợi, đồng thời loại bỏ việc sử dụng giấy tờ trong công việc hàng ngày.

- **Máy quét:** Máy quét tạo ra các hình ảnh kỹ thuật số, chuyển văn bản từ dạng giấy tờ sang dạng điện tử, do vậy rất dễ dàng trong việc lưu trữ. Khi quét văn bản giấy tờ, bạn nhớ sử dụng các công cụ nén ảnh để đảm bảo hiệu suất làm việc của máy tính. Một định dạng tài liệu chuẩn sắp xếp cho các bức ảnh sẽ giúp bạn tìm kiếm dễ dàng hơn.

- **E-mail:** E-mail là một thay thế tuyệt vời cho công việc giấy tờ. Những hệ thống email hiệu quả cho phép người sử dụng lọc nội dung và thông điệp theo chủ đề. Chúng cũng giúp cho người sử dụng có thể phối kết hợp email với fax và voice-mail trong hệ thống truyền tải thông tin thống nhất.

- **Hệ thống lưu trữ:** Các thiết bị công nghệ lưu trữ hiện đại rất cần thiết cho hoạt động quản lý thông tin điện tử tốc độ cao và tập trung. Bạn có thể thử nghiệm các hệ thống có giá thành thấp được xây dựng dựa trên công nghệ RAID (Redundant Array of Independent Disks) hay hệ thống mạng lưu trữ khu vực dựa trên nền iSCSI.

- **Fax qua IP (Giao thức Internet):** Việc fax văn bản qua các máy fax truyền thống đang dần được chuyển sang fax qua Internet với các trang web hay email. Nhờ đó, bạn sẽ tiết kiệm được đáng kể chi phí cho giấy fax mực in.

- **Hệ thống mạng nội bộ không dây:** Các mạng Wi-Fi LAN đang ngày một trở nên phổ biến hơn, giúp mọi người dễ dàng và linh hoạt hơn trong việc tiếp cận các thông tin điện tử từ bất kỳ địa điểm nào.

- **Tiếp cận từ xa an toàn:** Các hệ thống mạng riêng ảo (Virtual private networks - VPN) sẽ đảm bảo cho những nhân viên làm việc tại nhà hay khi đi công tác có thể tiếp cận tới các mạng nội bộ của công ty.

- **Hệ thống đào tạo trực tuyến (E-learning):** Tham gia các khoá đào tạo hiện đại ngày nay, bạn có thể nói lời tạm biệt với những cuốn sách và sổ tay ghi chép khi bạn sử dụng hệ thống đào tạo trực tuyến.

- **Máy in hiện đại:** Các máy in có thể in trên hai mặt của một tờ giấy sẽ giúp bạn tiết kiệm đáng kể chi phí giấy tờ và thời gian in ấn.

30. Sao lưu

Các thiết bị máy tính của bạn có thể bị thất lạc, bị đánh cắp hay bị hư hỏng do hoả hoạn. Vì vậy, bạn hãy sao lưu dữ liệu hàng tuần – hay thậm chí là hàng ngày. Những công cụ sao lưu có thể bao gồm ổ đĩa cứng di động, ổ ghi DVD hay sao lưu dữ liệu trực tuyến,...

Có một vài lựa chọn sao lưu dữ liệu qua hệ thống mạng, bao gồm:

- **Sao lưu đính kèm trực tiếp (Direct Attached Storage):** Được gọi là DAS, công nghệ này sẽ gắn kèm việc sao lưu dữ liệu truyền thông trực tiếp tới các máy chủ.

- **Sao lưu đính kèm qua hệ thống mạng (Network Attached Storage):** Được gọi là NAS, giải pháp độc lập này sẽ kết nối trực tiếp tới mạng LAN, thay vì tới các máy chủ. Sự chia tách dữ liệu từ các máy chủ sẽ hướng đến việc cải thiện hiệu suất hoạt động.

- **Hệ thống sao lưu nội bộ (Storage Area Network):** Được gọi là SAN, hệ thống này tạo ra những mạng riêng biệt với hiệu suất cao có thể đảm bảo thăng bằng và an toàn dữ liệu.

- **iSCSI SAN:** Đây là một dạng thức khác của SAN, dễ cài đặt hơn, có chi phí kết nối thấp hơn. Với iSCSI, bạn sẽ dễ dàng trong việc quản lý ở giai đoạn tăng trưởng kinh doanh.

- **Dịch vụ lưu trữ dữ liệu:** Trên thị trường có khá nhiều hãng chuyên cung cấp dịch vụ lưu trữ dữ liệu. Bạn có thể ký kết hợp đồng với các nhà cung cấp này - những người sẽ thực thi và duy trì hệ thống dữ liệu giúp công ty bạn trong suốt thời gian tiến hành các hoạt động kinh doanh.

Dù bạn chọn phương pháp sao lưu nào, thì yếu tố an toàn vẫn cần được đặt lên hàng đầu nhằm đảm bảo rằng mọi sự cố dữ liệu tiềm ẩn đều được loại bỏ.



PHẦN 7: CÙNG CỐ VÀ CẢI THIỆN CÁC MỐI QUAN HỆ

31. Giữ liên lạc thường xuyên

Để duy trì mối quan hệ tốt với ngân hàng, nhà cung cấp và các đối tác kinh doanh khác, bạn phải luôn là người giữ thế chủ động. Bạn hãy thường xuyên:

- Tổ chức một buổi hẹn gặp ngắn để bạn và đối tác cùng xem xét, bàn thảo về hoạt động kinh doanh đang diễn ra. Đây cũng là cơ hội để bạn giới thiệu tổng quan về lịch sử và các kế hoạch kinh doanh của công ty. Bạn hãy từng bước giúp đối tác làm quen với lĩnh vực kinh doanh của bạn.
- Tìm hiểu về các mối quan tâm cá nhân chung giữa bạn và đối tác. Trong các cuộc tiếp xúc, bạn hãy tỏ ra chân thành, đừng bao giờ dối trá hay thổi phồng một điều gì đó.
- Đừng làm đối tác bất ngờ vì những thông tin không mấy tốt đẹp. Nếu thực sự ở công ty bạn có điều gì đó không ổn, hãy đưa ra cho mọi người những lời cảnh báo trung thực và nghiêm túc.

32. Cung và Cầu

Hãy tỏ ra cởi mở, lịch thiệp và kiên định trong quan hệ với các nhà cung cấp của bạn, và họ cũng sẽ đối xử lại với bạn như vậy. Bạn nên nói rõ với họ rằng bạn cần những gì và vào thời điểm nào. Bạn cần nắm rõ thông tin về giá cả, chi phí, và nhấn mạnh cho các đối tác rằng bạn mong muốn được giao hàng đúng hẹn.

Việc giữ liên lạc thường xuyên với các nhà cung cấp giúp hai bên thông tin kịp thời cho nhau về chậm trễ có thể xảy ra, về sự thay đổi các thành phần nguyên vật liệu và dòng sản phẩm, chất lượng sản xuất, cải tiến sản phẩm hay những hướng dẫn sản phẩm mới cũng như khả năng tiết kiệm chi phí.

33. Tìm kiếm một đại lý bảo hiểm phù hợp

Ngày nay, không ít chủ doanh nghiệp xem việc tìm kiếm một đại lý bảo hiểm là nhiệm vụ không mấy quan trọng, và biến những cuộc tiếp xúc với đại lý bảo hiểm thành buổi gặp gỡ giữa hai người không quen biết. Các chủ doanh nghiệp liên lạc với một đại lý bảo hiểm ngẫu nhiên, sau đó đại lý bảo hiểm này được chỉ định các công việc cần làm. Nếu thật vậy, thì có lẽ đã đến lúc cần đánh giá lại mối quan hệ đó và tìm kiếm một đại lý bảo hiểm mới cho bạn.

Bạn làm thế nào để xác định xem một đại lý bảo hiểm có đáp ứng được các nhu cầu của bạn hay không? Hãy đặt các câu hỏi: đại lý bảo hiểm bạn dự định lựa chọn có chuyên môn sâu rộng trong lĩnh vực kinh doanh của bạn hay không? Liệu nhân viên ở đó có kinh nghiệm và năng lực trong thị trường bảo hiểm thương mại? Nếu không, bạn đừng ngại chuyển sang đối tượng khác. Một đại lý bảo hiểm tốt nhất bao giờ cũng sẽ đặt ra rất nhiều câu hỏi về hoạt động kinh doanh của bạn.

Để xác định xem nhà đại lý bảo hiểm của bạn có đủ hiểu biết về hoạt động kinh doanh của bạn hay không, hãy hẹn gặp và bắt đầu một cuộc phỏng vấn với họ. Bạn có thể đưa ra các câu hỏi chung chung, chẳng hạn như: Anh có thể đề xuất một loại hình bảo hiểm nào đó phù hợp với doanh nghiệp của tôi không? Công ty của anh có cung cấp những dịch vụ xyz hông? Tại sao đây lại là công ty tốt nhất? Anh có thể nêu lên một vài đề xuất để giảm đến mức thấp nhất các rủi ro kinh doanh không?

34. Chú trọng tới các mối quan hệ với ngân hàng

Ngân hàng sinh ra là để cho vay và thu lợi nhuận từ lãi suất tiền vay - những khoản tiền vay thường sẽ được đảm bảo bằng tài sản thế chấp hay thông qua bảo lãnh của một cá nhân, tổ chức nào đó. Các nhân viên ngân hàng sẽ phải giải trình với cấp trên của họ về nguyên nhân tại sao anh ta cho bạn vay, bạn sẽ hoàn trả khoản tiền đó như thế nào và tại sao việc giao dịch với công ty bạn sẽ không gặp nhiều rủi ro. Bên cạnh đó, bạn cũng nên nói cho nhân viên ngân hàng được biết, trong trường hợp rủi ro xuất hiện thì đồng vốn cho vay sẽ như thế nào.

Nhân viên ngân hàng càng hiểu rõ về hoạt động kinh doanh của bạn, mối quan hệ giữa công ty bạn và ngân hàng càng chặt chẽ, thì bạn sẽ càng có nhiều lợi ích từ mối quan hệ này. Hãy định kỳ soạn thảo báo cáo về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty bạn và gửi tới các ngân hàng mà bạn đang giao dịch. Tài liệu này có thể giúp ngân hàng hiểu hơn về công ty bạn, tin tưởng các kế hoạch kinh doanh mà bạn đang thực hiện. Trên cơ sở đó, ngân hàng có thể tính đến việc cung cấp cho bạn một dịch vụ tài chính tốt hơn.

Khi nhân viên ngân hàng có đủ thông tin về công ty bạn, anh ta còn có thể đưa ra cho bạn những lời khuyên hữu ích để đảm bảo công ty bạn không vướng vào các rắc rối tài chính.

35. Những người quan trọng

Nhân viên ngân hàng, luật sư tư vấn và nhân viên kế toán của bạn - mỗi người đều có khả năng tác động mạnh mẽ đến thành công trong lĩnh vực kinh doanh mà bạn đang theo đuổi. Điều quan trọng nhất bạn cần làm là chăm lo đúng mức mối quan hệ với họ. Hãy duy trì và phát triển mối quan hệ hữu hảo, lâu bền, gắn gũi với họ, và bạn sẽ có những người để trông cậy trong lúc khó khăn.



PHẦN 8: CÁC HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ

36. Tiếp thị với 4 USD/ngày

Các cuộc nghiên cứu đã kết luận rằng, chúng ta cần nghe một thông điệp ít nhất 3 lần để nhận biết và nhớ một cái tên, và 9 lần trước khi chúng ta mua sắm, nghĩa là trở thành một khách hàng. Các sách lược tiếp cận khách hàng một lần duy nhất hoặc rải rác theo kiểu “xuân thu đôi lần” đều không hiệu quả trong việc gia tăng mức độ nhận thức, chấp thuận, ưa thích và tạo nhu cầu cho sản phẩm/dịch vụ của bạn. Vì thế, bạn hãy tích cực hơn với

các hoạt động tiếp thị và một cách để làm được điều này đó là sử dụng “chương trình tiếp thị 4 USD/ngày” dưới đây.

Nội dung cơ bản của chiến lược này là mỗi ngày, bạn hãy có 10 cuộc tiếp xúc với khách hàng hiện tại, khách hàng tiềm năng hay các đối tượng khác, đều đặn như thế cả năm ngày trong tuần. Bạn có thể liên hệ bằng điện thoại, fax, e-mail, thư hay thiệp mừng. Bạn cũng có thể gửi đi các bản tin, thư chào hàng, bản giới thiệu sản phẩm, các khuyến mãi đặc biệt, thư cảm ơn hay phiếu quà tặng. Bạn thử làm phép tính mà xem, tất cả những việc đó không lấy đi của bạn hơn 4 USD/ngày đâu. Nếu bạn đang tiếp xúc với khách hàng qua email, chi phí thậm chí còn thấp hơn. Mục tiêu của bạn là phổ biến kết hợp các hoạt động thường nhật sao cho bạn có thể giao tiếp hiệu quả nhất với khách hàng hiện tại cũng như khách hàng tiềm năng.

37. Dành thời gian cho tiếp thị

Muốn duy trì hiệu quả của một chương trình tiếp thị dài hạn, bạn cần phải kịp thời điều chỉnh, thậm chí tái hoạch định chiến lược tiếp thị nhằm tránh những thiếu sót hay tình huống rắc rối phát sinh khiến bạn phải trả giá đắt. Bạn đã tự mình lập kế hoạch tiếp thị cho cả năm chưa? Thật ra mọi việc không đòi hỏi quá nhiều công phu – bạn chỉ đơn giản phác thảo một đề cương sơ lược. Ở đây có một lưu ý nhỏ là bạn nên soạn lịch trình thực hiện các sách lược trong một chương trình phần mềm quản lý hay thậm chí là viết lên cuốn lịch để bàn của bạn. Với bản phác thảo và lịch trình thời gian biểu cụ thể cho các sách lược tiếp thị, bạn có thể yên tâm thu xếp kế hoạch sản xuất kinh doanh và lập thời gian biểu cho những nhiệm vụ khác. Ví dụ, hệ thống thư tin tức điện tử hàng tháng (monthly e-newsletter) là cách thức tuyệt vời để bạn duy trì liên lạc với khách hàng tiềm năng. Bạn sẽ tiết kiệm được khoảng thời gian đáng kể so với việc gọi từng cuộc điện thoại một. Hàng quý, bạn có thể lên kế hoạch cho bốn vấn đề cụ thể nào đó, rồi lựa chọn một chủ đề và soạn thảo nội dung để gửi tới khách hàng trong các bản tin hàng tháng.

Không có con số thống kê nào có thể nói chính xác là bạn sẽ cần bao nhiêu thời gian để tiến hành hoạt động tiếp thị. Với những lĩnh vực kinh doanh tăng trưởng nhanh, các chủ doanh nghiệp có xu hướng dành từ 25% - 40% thời gian trong tuần cho hoạt động tiếp thị và bán hàng. Tuy nhiên, nếu công ty của bạn chỉ là một tổ chức nhỏ, bạn có thể cần dành đến 60% thời gian để xúc tiến hoạt động này. Điều quan trọng nhất là bạn phải duy trì những nỗ lực này để đảm bảo tốc độ tăng trưởng kinh doanh ổn định.

38. Tuân thủ các quy tắc tiếp thị

Nếu bạn nghĩ rằng đa số các quy định được đề ra rồi sẽ bị phá vỡ, thì bạn có thể phải suy nghĩ lại. Đôi lúc việc mở rộng phạm vi suy nghĩ có thể đem lại những kết quả tích cực đáng ngạc nhiên. Tuy vậy, trong hoạt động tiếp thị, bạn cần tuân thủ đúng theo các quy tắc nhất định. Ví dụ: một công ty đã thất bại trong chiến dịch tiếp thị qua thư điện tử, dù danh sách các khách hàng được họ chuẩn bị kỹ lưỡng từ trước. Vậy thì nguyên nhân do đâu? Nội dung quá dài (trên 500 chữ), tiêu đề không rõ ràng và những chào hàng không cụ thể. Lần tiếp theo, công ty đã rút kinh nghiệm và thực hiện theo đúng quy tắc - nội dung không qua 250 chữ, tiêu đề rõ ràng, dễ hiểu để người nhận biết được nội dung bức

thư, những lời đề nghị hấp dẫn. Kết quả là công ty này đã có thêm rất nhiều khách hàng mới.

Nhờ những khoản tiền khổng lồ các công ty đổ vào thị trường quảng cáo mỗi năm, mà tất cả các khía cạnh quảng cáo đều đã được nghiên cứu kỹ lưỡng. Ví dụ, chúng ta thấy rằng đối với các quảng cáo trên tạp chí, một bức ảnh lớn ở giữa trang sẽ hiệu quả hơn so với một vài bức ảnh nhỏ, trong khi đối với quảng cáo trên báo viết, một vài bức ảnh nhỏ lại tỏ ra hiệu quả hơn, thu hút sự chú ý của độc giả nhiều hơn. Thông thường, tiếp thị không phải là công việc mà bạn có thể tự làm lấy. Nếu bạn không chắc chắn về các quy tắc tiếp thị, thì việc nhờ đến sự trợ giúp của các hãng quảng cáo chuyên nghiệp sẽ là ý tưởng hay.

39. Tập trung các phương tiện tiếp thị

Việc đặt trọng tâm vào quá nhiều hoạt động tiếp thị khác nhau tại cùng một thời điểm là sai lầm chung của không ít các chủ doanh nghiệp với ngân quỹ nhỏ hẹp và các đối thủ cạnh tranh lớn. Họ muốn thử một việc một ít - quảng cáo trên nhiều tờ báo và tạp chí khác nhau, quảng cáo trực tuyến trên rất nhiều trang web và tài trợ cho hàng loạt các sự kiện đặc biệt – nhưng với một ngân quỹ hạn hẹp, họ kết thúc chiến dịch quảng cáo mà hầu như không gặt hái được một kết quả đáng kể nào cả, sự chú ý của khách hàng cũng rất nhỏ nhoi và về tổng thể, chi phí dành cho hoạt động tiếp thị đã bị lãng phí.

Khi tiến hành quảng cáo, bạn nên nhớ rằng quy mô lớn bao giờ cũng tốt hơn. Những quảng cáo lớn, nhiều màu sắc trên tạp chí thường đem lại kết quả cao hơn so với những quảng cáo nhỏ với hai màu đen trắng. Để tối đa hoá kết quả từ chương trình tiếp thị, bạn hãy thu hẹp các lựa chọn và hãy tập trung vào một hoặc hai phương tiện quảng cáo, đồng thời thiết kế các quảng cáo đủ lớn để thu hút sự chú ý của mọi người.

Lời khuyên tương tự cũng thích hợp đối với quảng cáo tại các sự kiện đặc biệt. Thay vì lựa chọn một sự kiện nhỏ với ít người tham dự, bạn hãy đầu tư thêm để có mặt tại những sự kiện lớn thông qua việc quảng cáo hay tài trợ nhằm thu hút sự chú ý của số đông dân chúng.

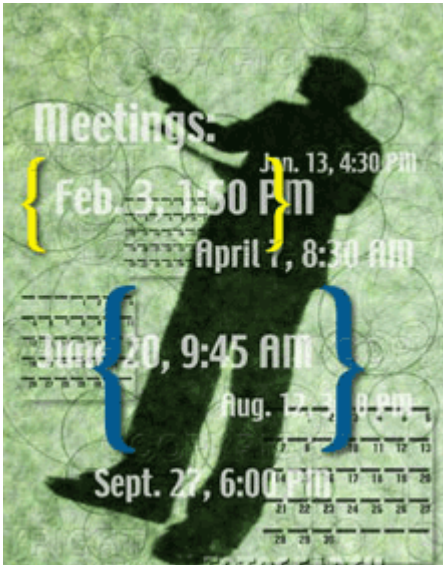
40. Cách tấn công chiến dịch tiếp thị của bạn

Doanh số bán hàng trong thời gian gần đây của bạn bắt đầu sụt giảm? Nếu bạn dự đoán rằng những điều tương tự sẽ tiếp diễn trong vài tháng tới, thì đã đến lúc để đánh giá lại các chiến lược tiếp thị của bạn:

- **Nghiên cứu khách hàng.** Dấu hiệu rõ ràng nhất cho thấy hoạt động tiếp thị của bạn cần đến phải thay đổi là khi nó không còn thu hút được khách hàng tiềm năng. Bước đầu tiên để bạn tìm hiểu về khách hàng là xem xét lại các tài liệu nghiên cứu và các bài báo đã xuất bản trên thị trường từ trước đến nay. Bạn hãy xác định xem khách hàng của bạn mua sắm những gì và mua sắm như thế nào. Điều này cũng rất cần thiết nếu khách hàng của bạn là khách hàng [B2B](#). Hãy ghé thăm các trang web của họ để tìm hiểu những khó khăn mà họ đang phải đối mặt, cũng như lý giải xem họ hy vọng những gì khi giao dịch với công ty bạn.

- **Bổ sung thêm những giá trị thông qua sự cách tân.** Một điều gì đó thật mới mẻ là rất quan trọng vào thời điểm này. Cái mới được tạo ra và những cái cũ được chỉnh sửa, cải tiến. Vì vậy, hãy giữ sạch những phương pháp tiếp thị lạc hậu và tìm những cách thức mới để truyền tải tới khách hàng các giá trị mới có được từ sự cách tân của công ty bạn.

- **Đặt ra một kế hoạch cạnh tranh.** Các đối thủ cạnh có biết rõ chiến lược tiếp thị của bạn không? Nếu bạn đã dành hàng năm trời để đối phó với các thông điệp tiếp thị của các đối phương, thì đã đến lúc bạn lên một kế hoạch cạnh tranh cụ thể của mình, với hướng đi và nhịp độ rõ ràng. Hãy quan sát những đối mới của đối thủ xem họ tiếp thị như thế nào, nhưng bạn sẽ phải xây dựng một chiến lược tiếp thị riêng nhắm tới đối tượng khách hàng tiềm năng và chú trọng vào việc bổ sung các giá trị cộng thêm cho khách hàng.



PHẦN 9: QUẢN LÝ THỜI GIAN

41. Chiếc hộp thời gian của bạn.

Việc đảm bảo thời gian biểu làm việc và sinh hoạt của bạn luôn cụ thể, rõ ràng là điều rất quan trọng, bởi vì thời gian trôi đi rất nhanh và rất khó nắm bắt. Nhưng nếu bạn lưu ý đến nó một cách đầy đủ, thì việc quản lý thời gian cũng không khác lắm so với việc tổ chức công việc của bạn. Giờ giấc đều có các hạn định của nó. Nếu bạn bắt đầu nghĩ đến thời gian của bạn như một chiếc hộp trong đó chứa những gì bạn cần làm dưới dạng các hộp nhỏ hơn có kích cỡ cụ thể - chẳng hạn như Nhiệm vụ 3151 - bạn sẽ bắt đầu cẩn trọng hơn về những gì bạn sẽ đặt vào trong chiếc hộp đó. Và nếu bạn sắp xếp các nhiệm vụ vào thành những nhóm tương đồng về chủ đề, tính chất..., bạn có thể có một cách giải quyết tốt hơn đối với những mục tiêu mà bạn đang nỗ lực hoàn thành.

42. Hôm nay chuẩn bị cho ngày mai.

Vào cuối mỗi ngày làm việc, hãy lấy một tờ giấy trắng và viết ra tất cả những công việc cần phải hoàn thành trong ngày mai nhằm đảm bảo rằng bạn sẽ không bỏ sót bất kỳ nhiệm vụ nào. Ngày tiếp theo, bạn sẽ không phải quyết định xem cần làm cái gì đầu tiên, và việc gạch đi những gì đã hoàn thành sẽ đem lại cho bạn một cảm giác thoải mái tuyệt vời. Danh sách những công việc cần làm này chính là công cụ quản lý thời gian tốt nhất.

Bạn nên lập danh sách những công việc cần làm như vậy vào mỗi ngày hay ít nhất là mỗi tuần. Điều này sẽ giúp bạn có một cái nhìn tổng quan về những gì cần được tiến hành. Hãy sử dụng danh sách đó kết hợp với lịch ngày tháng. Bạn nên nhớ rằng các danh sách công việc cần làm này chỉ dành cho những nhiệm vụ phải hoàn thành, trong khi cuốn lịch để dành cho việc ghi chép thời gian của những buổi hẹn.

43. Nhiệm vụ có phù hợp với khoảng thời gian bỏ ra?

Thỉnh thoảng bạn hãy tạm ngưng những công việc đang thực hiện và tự hỏi bản thân xem liệu việc đó đã được thu xếp hợp lý về mặt thời gian chưa. Bạn hãy đặt ra một số câu hỏi sau:

- Nhiệm vụ bạn đang làm có phải là ưu tiên hàng đầu?
- Nhiệm vụ đó có giúp kinh doanh tăng trưởng hoặc đẩy mạnh doanh thu hay không?
- Nhiệm vụ có tương xứng với các mục tiêu của bạn?
- Đó có phải là nhiệm vụ mà bạn không thể giao phó cho một ai khác để bạn rảnh tay giải quyết các nhiệm vụ khác quan trọng hơn?

Nếu câu trả lời của bạn là “Không” đối với bất cứ câu hỏi nào, bạn hãy chuyển sang một nhiệm vụ khác hoặc uỷ thác công việc đang làm cho một người nào đó.

44. Bạn cần bao nhiêu thời gian?

Một trong những kỹ năng mà bạn cần ứng dụng đầu tiên là kỹ năng ước tính khoảng thời gian tương đối để hoàn thành một công việc nhất định. Rèn luyện kỹ năng này rất đơn giản: bạn hãy để ý - nếu bạn yêu cầu những nhà quản lý thời gian xuất sắc nhất làm một việc gì đó, họ sẽ hỏi: “Việc này sẽ chiếm bao nhiêu phần trong quỹ thời gian của tôi? Tôi phải có thêm một số trợ giúp. Tôi phải cài đặt phần mềm XYZ. Tôi phải kiểm tra pin. Để tôi suy nghĩ đôi chút đã”.... Vậy thì nếu bạn cũng lặp lại theo quy trình này, bạn sẽ đứng vào vị thế chủ động, có thể quyết định lựa chọn nhiệm vụ để thực hiện, nhiệm vụ nào sẽ bỏ qua, nhiệm vụ nào sẽ giao cho người khác, và làm thế nào để rút ngắn lịch trình thực hiện. Đây là một kỹ năng hữu ích.

45. Thời gian sẽ đi về đâu?

Mỗi tuần, bạn hãy kiểm tra xem lịch trình làm việc của bạn diễn ra như thế nào, thời gian được sử dụng ra sao. Bạn nên có bản thống kê thời gian của bạn trong vòng một vài tuần. Sau khi bản thống kê được hoàn thành, hãy đánh giá xem thời gian đã được sử dụng như thế nào. Vừa xem xét lại bản thống kê, bạn vừa đặt câu hỏi cho từng đầu việc: “Liệu nhiệm vụ này có cần thiết không?”. Nếu câu trả lời là có, bạn hãy hỏi tiếp: “Người thực hiện nhiệm vụ này có nhất thiết phải là mình không?”. Ngay lập tức, bạn sẽ loại bỏ những nhiệm vụ không cần thiết ra khỏi lịch trình, cũng như gạt ra bất cứ việc nào mà không hứa hẹn đem lại lợi ích rõ rệt cho công ty bạn trong hiện tại hay tương lai.

Đối với các nhiệm vụ khác, bạn hãy lên một biểu đồ hình cột đơn giản về lịch trình thực hiện. Trong mỗi cột, bạn hãy lên danh sách những nhiệm vụ quan trọng mà chính bạn sẽ phải thực hiện. Ở cột khác, bạn lên danh sách những công việc sẽ được phân công cho những người khác. Và cuối cùng, bạn uỷ thác việc triển khai việc thực hiện cho những nhân viên có đủ năng lực hoàn thành.



PHẦN 10: LÀ MỘT “ÔNG CHỦ” TỐT

46. Không ngừng học hỏi.

Kiến thức đang ngày càng được quan tâm tại các công ty. Vài thập kỷ tới, các chủ doanh nghiệp sẽ chỉ tuyển dụng những nhân viên có các kỹ năng mới nhất trong các lĩnh vực công nghệ, bán hàng, kế toán và nhiều lĩnh vực khác. Còn bạn, bạn sẽ xây dựng một chiến lược tự đào tạo và học tập như thế nào cho bản thân mình?

Trước tiên, bạn cần thừa nhận rằng bạn có thể học hỏi được khá nhiều điều từ chính các nhân viên. Sau đó, bạn có thể xem yêu cầu học hỏi này như là một phần của quy trình tuyển dụng. Bạn hãy hỏi các ứng viên vào chức vụ quản lý xem họ có cảm thấy sẵn sàng học hỏi từ các nhân viên khác trong công ty hay không.

Không có cách nào để bạn hay các nhà quản lý của bạn có thể trở thành chuyên gia trong mọi lĩnh vực, vì vậy đừng e ngại – hãy học hỏi bất cứ điều gì tại bất cứ đâu mà bạn có thể, thậm chí từ các nhân viên cấp dưới.

47. Tại sao sự công nhận lại quan trọng.

Phần lớn các chủ doanh nghiệp không xem việc công nhận kết quả làm việc của nhân viên là trọng tâm của hoạt động quản lý. Dưới đây là lý do giải thích tại sao bạn cần dành thời gian để xác nhận những gì mà nhân viên của bạn đã hoàn thành:

- Nếu bạn nhận ra và thể hiện rằng bạn đánh giá cao những thành tích trong công việc của các nhân viên, bạn sẽ thấy không còn quá lo lắng về những sai sót của họ trước đây. Bạn sẽ giúp cho nhân viên thực thi nhiệm vụ tốt hơn, nếu bạn kịp thời ghi nhận và khen ngợi khi họ làm được một điều gì đó đúng đắn, chứ không phải khi bạn chỉ trích và phàn nàn khi họ phạm sai lầm.

- Nhận ra những nỗ lực, chứ không chỉ những kết quả. Khi các nhân viên có một tuần làm việc vất vả, bạn hãy tổ chức một bữa tiệc nhỏ để cảm ơn họ. Bạn cũng có thể viết những tấm thiệp gửi tới các nhân viên. Việc ghi nhận đúng lúc có tác động lớn hơn nhiều việc trao một phần thưởng vào cuối cuộc đua.

48. Phân công nhiệm vụ.

Các chủ doanh nghiệp và các nhà quản lý đều biết rằng họ cần có những kết quả tốt đẹp, nhưng đôi lúc họ cảm thấy khó khăn để phân công đúng người đúng việc. Dưới đây là 3 yếu tố giúp bạn giao phó công việc sao cho phù hợp nhất.

- Hỏi nhân viên xem họ cần những thông tin nào: Bạn hãy tranh thủ các cơ hội gặp gỡ trực tiếp để trao đổi với nhân viên xem liệu họ có câu hỏi, vướng mắc nào về công việc không, cần làm những gì và thứ tự ưu tiên sẽ như thế nào.

- Đảm bảo rằng nhân viên luôn chia sẻ thông tin với mọi người: Trong các buổi họp mặt nhân viên, bạn cần hỏi xem liệu nhân viên nào có bất cứ thông tin gì mà những nhân viên khác có thể chưa biết hay không. Bạn sẽ thu thập được khá nhiều thông tin ngoài lề nhờ những câu hỏi này đây.

- Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc chia sẻ thông tin và bản thân các thông tin đó: Điều đó sẽ giúp nhân viên nhìn nhận rõ ràng về mọi nhiệm vụ của họ, cũng như giải thích cho họ lý do phải hoàn thành tốt những nhiệm vụ đó.

49. Sự tin tưởng.

Giao tiếp tốt sẽ làm cơ sở cho sự tin tưởng. Thật vậy, nếu các nhân viên không tìm thấy những gì đáng tin tưởng, họ sẽ không đặt niềm tin vào bạn.

Với mong muốn đảm bảo cho các nhân viên luôn được thông tin kịp thời, nhiều nhà quản lý nói với nhân viên về những gì họ dự định thực hiện, nhưng điều đó đã không xảy ra. Lời nói suông sẽ xói mòn lòng tin của nhân viên đối với bạn. Để tránh thực tế đáng buồn vẫn thường xảy ra đó, các chuyên gia tư vấn luôn khuyên rằng bạn không nên nói về dự định, mà chỉ nên nói với mọi người về những gì mà bạn đã hoàn thành.

Một khi làm đúng những gì đã nói, bạn sẽ gây được lòng tin từ phía đội ngũ nhân viên, và những sai sót nếu có sẽ không trở nên quá to tát, bởi các nhân viên luôn thông cảm. Khi nhân viên đặt niềm tin nơi bạn, việc giao tiếp nội bộ sẽ dễ dàng và thoải mái hơn, nhưng nếu lòng tin không còn, nhân viên sẽ nghi ngờ mọi lời nói của bạn, cho dù đó có là một ý tưởng tuyệt vời.

50. Thể hiện sự quan tâm.

Thể hiện sự quan tâm là một trong những kỹ năng lãnh đạo đòi hỏi nhiều thời gian và cả tình cảm của cá nhân bạn. Bằng cách biểu lộ sự quan tâm tới họ và công việc họ đang thực hiện, bạn sẽ xây dựng được niềm tin và lòng trung thành của nhân viên. Dưới đây là một số lời khuyên:

- Luôn hiện hữu: Bạn hãy đi dạo quanh công ty – tránh ẩn mình cả ngày trong phòng làm việc. Nếu suốt cả ngày các nhân viên không trông thấy bạn, họ có thể cho rằng bạn thiếu quan tâm đến nhân viên của mình.

- Ăn mừng chiến thắng: Bạn hãy thường xuyên đặt ra những mục tiêu nhỏ và có thể đạt được trong thời hạn vài tuần hoặc vài tháng, và động viên nhân viên thực hiện. Sau đó, bạn hãy tổ chức một bữa tiệc mừng công nhỏ để tuyên dương các nhân viên xuất sắc trong thời gian đó.

- Động viên những mối quan hệ bằng hữu giữa các nhân viên. Bạn hãy khích lệ việc giao tiếp thân thiện, cũng như tạo ra thêm nhiều cơ hội để nhân viên trao đổi, chia sẻ hiểu biết, kinh nghiệm với các nhân viên khác trong công ty.



PHẦN 11: QUẢNG BÁ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA BẠN

51. Tổ chức sự kiện.

Việc tổ chức các sự kiện khác nhau liên quan, hay thậm chí không liên quan, đến hoạt động kinh doanh của bạn sẽ là cách thức tuyệt vời để quảng bá tiếng tăm cho công ty. Khái niệm sự kiện có thể bao gồm lễ khai trương, cắt băng khánh thành, lễ kỷ niệm, buổi hội thảo với sự tham gia của các khách hàng mời quan trọng như chính trị gia, nhân vật nổi tiếng.... Một khi bạn quyết định sẽ tổ chức một sự kiện, bạn nên lưu ý mấy điểm sau đây để những đồng tiền bạn bỏ ra sẽ không lãng phí.

- Để cho thị trường mục tiêu của bạn biết rõ về sự kiện bạn sắp tổ chức. Trước tiên, bạn có thể công bố sự kiện thông qua các bản tin dành cho nhóm khách hàng mục tiêu của bạn. Sau đó, bạn hãy dán các quảng cáo sự kiện ngay tại địa điểm kinh doanh, in trong các đơn đặt hàng hay tại bất kỳ buổi hội thảo nào bạn tham dự để chắc chắn rằng sự kiện sẽ được mọi người biết đến.
- Nếu bạn có một vị khách mời quan trọng, một nhân vật nổi tiếng, bạn hãy soạn một bản thông báo riêng biệt để công bố sự xuất hiện của nhân vật đó.
- Hãy mời đại diện của các phương tiện truyền thông tham gia vào sự kiện đó bằng những giấy mời viết tay. Cũng như một bữa tiệc, bạn chỉ mời những ai mà bạn muốn họ tham dự. Hãy gửi giấy mời tới đại diện báo chí, truyền hình, khách hàng, bạn bè và người thân.
- Bạn cần chuẩn bị sẵn thật nhiều tài liệu truyền thông quảng cáo khác nhau để tối ưu hoá hiệu quả của sự kiện. Những bộ tài liệu này phải được gửi cho các đại diện của giới truyền thông, báo chí và tất cả khách mời của bạn. Các khách hàng hiện tại và cả khách hàng tiềm năng nên nhận được bất kỳ thông báo nào mà bạn sẽ phổ biến.

- Bạn nên đưa vào bộ tài liệu này một danh sách các câu hỏi thông thường về công ty, cá nhân, sản phẩm hay dịch vụ của bạn được viết dưới dạng mẫu phỏng vấn. Điều này sẽ giúp các phóng viên báo chí, truyền hình dễ dàng hơn rất nhiều trong việc tìm hiểu về công ty bạn.

52. Viết bài cho các tạp chí, website.

Một trong những cách thức tiết kiệm chi phí nhất để các thông điệp kinh doanh của bạn được nhanh chóng lan rộng ra công chúng là viết bài cho tạp chí, trang web và các tờ báo kinh doanh khác. Việc này giúp bạn tiếp cận tới các khách hàng mục tiêu một cách rất hiệu quả. Thậm chí cả khi kỹ năng viết của bạn chỉ ở mức trung bình, nếu bạn có thể đưa ra một chủ đề hấp dẫn giúp giải tỏa các thắc mắc cho người đọc, thì ban biên tập sẽ không từ chối đăng tải ý tưởng của bạn. Muốn vậy, các bài báo phải đáp ứng được các yêu cầu sau:

- Nhấn mạnh công ty như một chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực bạn đang kinh doanh. Nội dung thông điệp của bạn nên đặt trọng tâm vào việc nêu bật danh tiếng của một chuyên gia ưu tú với kiến thức và ý tưởng có giá trị đã được đồng ý của người tiêu dùng thừa nhận.

- Tạo cảm giác về việc được bên thứ ba chứng thực. Nếu tạp chí kinh doanh nào đó sẵn sàng dành những “chỗ đẹp” để đăng tải bài báo của bạn, bạn cần tranh thủ điều đó để biểu lộ một sự xác nhận đáng tin cậy, ít nhất tạo cho người đọc cảm giác rằng thông tin này đã được một ai đó chứng thực.

- Trở thành các công cụ tiếp thị có tác động lâu dài hơn cả tuổi thọ của tạp chí. Có vô số các cách thức khác nhau để tăng cường giá trị của bài báo. Bạn có thể sử dụng lại những bài báo đó trong các chiến dịch tiếp thị bằng thư tín, trong các nỗ lực mở rộng mạng lưới hợp tác kinh doanh, tiếp thị bằng e-mail và đưa vào nội dung trang web của bạn.

- Dẫn tới những cơ hội PR bổ sung. Các bài về những công ty hàng đầu luôn có tác dụng hỗ trợ trong việc quảng bá danh tiếng của họ. Vì vậy, khi bạn viết và đăng tải các bài báo với những luận điểm có cơ sở, bạn sẽ thu hút thêm nhiều sự chú ý từ các phương tiện truyền thông và những bài báo sau này của bạn sẽ được đăng tải thường xuyên hơn.

53. Chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn của bạn.

Chìa khoá cho một cuộc phỏng vấn thành công chính là sự chuẩn bị chu đáo. Do trọng tâm của các bài phỏng vấn là các thông tin đặc biệt có thể thu hút sự quan tâm của người đọc, người xem và người nghe, nên nhiệm vụ đặt ra lúc này là cung cấp đầy đủ các nội dung có liên quan, trong khi vẫn phải tìm kiếm các chủ đề PR quan trọng.

Để đảm bảo thông điệp trọng tâm không đi chệch hướng, bạn hãy xây dựng một kế hoạch PR hợp lý mà bạn có thể dựa sử dụng trong thời gian tương đối dài. Đây được xem như nền tảng cho tất cả các cuộc phỏng vấn. Kế hoạch PR này sẽ đặc biệt hữu ích nếu có

nhiều người trong công ty bạn được giới báo chí truyền thông phỏng vấn, bởi vì nó sẽ đảm bảo cho tính nhất quán và có tác dụng khẳng định, nhấn mạnh các thông điệp gửi đi.

Vậy đâu là thông điệp chủ yếu mà bạn muốn truyền đạt tới mọi người về công ty của bạn, về sản phẩm, dịch vụ mà bạn đang cung cấp? Hãy xem xét các quảng cáo, bản giới thiệu kinh doanh và nội dung trang web của bạn để chọn ra khoảng ba chủ đề quan trọng nhất. Sau đó lồng ghép chúng vào những câu chuyện PR ngắn. Đừng quên là bạn đang xây dựng một kế hoạch PR để truyền đạt những chủ đề trọng tâm theo cách mà khách hàng của bạn mong muốn.

54. Quan hệ với giới báo chí.

Hãy khởi động bằng việc xây dựng một “danh mục giới báo chí truyền thông”. Đây là bản liệt kê các phương tiện báo chí, truyền hình có thể tiếp cận một lượng khán giả tối đa và được xem như công cụ tạo dựng danh tiếng cho bạn. Sau đó, bạn lựa chọn từng tờ báo, đài truyền hình cụ thể và thích hợp nhất vào một danh sách để gửi đi các câu chuyện PR khác nhau.

Trước khi bạn quyết định sẽ gửi đi bất cứ thông tin nào, hãy sao lưu nội dung từng văn bản để biết loại thông tin nào giành được sự chú ý nhiều nhất của người đọc, người nghe hay người xem. Ví dụ, nếu công ty bạn vừa giành được một giải thưởng địa phương, thì câu chuyện PR của bạn có thể thu hút được sự quan tâm của các tờ báo địa phương. Nhưng nếu bạn phát minh là một sản phẩm đặc biệt hữu dụng, bạn nên nghĩ tới các tờ báo, tạp chí tiêu dùng lớn trong cả nước.

Để giữ cho câu chuyện của bạn không bị lãng quên trong số hàng trăm các câu chuyện PR khác được gửi đến cho các báo mỗi tuần, bạn cần dành thời gian để nghiên cứu về các chủ bút, các giám đốc thông tin hay phóng viên phụ trách sẽ nhận nó. Nếu bạn có mối quan hệ thân thiện với các tờ báo, tạp chí và đài truyền hình mà bạn đang nhắm tới, bạn sẽ không khó khăn gì để nhận ra các cá nhân sẽ phụ trách biên tập các câu chuyện PR của bạn.

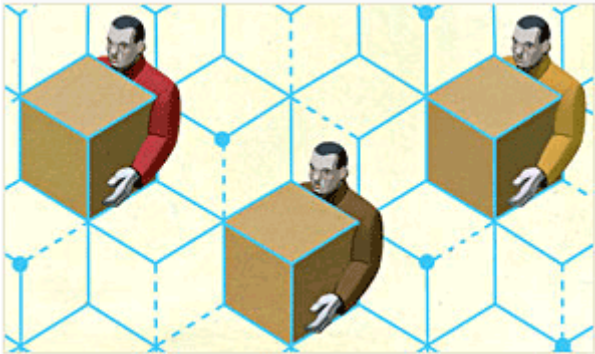
55. Tại sao các bản thông cáo báo chí lại quan trọng nhất?

Chúng ta đều biết rằng hình ảnh công ty sẽ gia tăng cùng với cường độ của các hoạt động PR. Hơn tất cả, hoạt động này sẽ tập trung mọi biện pháp nhằm đưa tin tức về công ty bạn ra toàn thế giới. Và công cụ quan trọng nhất mà bạn có thể sử dụng để hoàn thành điều này đó là các thông cáo báo chí.

Bạn nên thể hiện những gì trong bản thông cáo báo chí đó? Trước hết hãy nghĩ đến những chủ đề thú vị và thu hút được sự chú ý, chẳng hạn như sự hiện diện trực tuyến của bạn, các thông tin và công cụ quan trọng về một thay đổi nào đó trong tổ chức, những cải tiến liên quan tới hoạt động kinh doanh, các thông tin đặc biệt cho phép tái xuống miền

phí từ trang web của bạn, công bố các bài báo, sự kiện, các kỹ thuật, lời khuyên...

Khi viết một bản thông cáo báo chí, các mục tiêu của bạn nên đơn giản, đưa ra đúng thời điểm và dễ nhận biết. Một khi bạn có được hình ảnh và tiếng tăm, số lượng các khách hàng sẽ gia tăng đều đặn. Một câu chuyện PR thành công về các kết quả nổi bật của công ty sẽ có giá trị lớn hơn nhiều lần so một quảng cáo đắt tiền.



PHẦN 12: ĐƯA KINH DOANH VÀO QUY CỬ

56. Đưa mọi người vào quy củ: Công ty của bạn có thể được tổ chức một cách có nề nếp và trật tự, nhưng còn các đối tác kinh doanh, cộng sự và trợ lý của bạn thì sao? Dù mức độ quy củ của bạn có thể nào, thì sự tùy tiện hay thiếu tổ chức của các người khác có thể tác động xấu tới công ty bạn. Bạn hãy thử một vài việc sau để “xếp đặt” những người xung quanh vào đúng các vị trí mà bạn muốn:

- *Sử dụng những biện pháp tích cực:* Thay vì chỉ tập trung phê phán sự thiếu tổ chức của mọi người, bạn hãy khen ngợi những nỗ lực của họ trong việc tuân thủ các quy định. Họ luôn biết rõ sự thiếu tổ chức của mình và, theo tâm lý chung, không thích nghe những lời chỉ trích.
- *Hãy là tấm gương cho mọi người.* Bạn không thể mong đợi một ai đó lắng nghe bạn và rút kinh nghiệm từ những lời khuyên của bạn, nếu bạn không thể hiện mình là một người ngăn nắp, có tổ chức. Nếu bạn thay đổi kiểu làm việc tùy hứng sang phong cách làm việc có tổ chức, mọi người xung quanh bạn cũng sẽ nhận ra và làm theo bạn.
- *Hãy kiên nhẫn, bởi vì mọi người có thói quen làm việc khác nhau.* Bạn cần biết rằng nếu một ai đó thay đổi thói quen làm việc buông tuồng, cầu thả, hiệu suất lao động của họ chắc chắn sẽ gia tăng. Bạn cần cho họ thời gian để thay đổi.

57. Dần dần từng bước: Các kế hoạch tổ chức lại công việc phải được thực hiện từng phần trong một khoảng thời gian phù hợp. Dưới đây là một vài lời khuyên giúp bạn từng bước thực hiện quy trình này:

- Xác định đâu là nơi cần được tổ chức, sắp xếp lại, và đưa chúng vào danh sách công việc cần làm hàng ngày.
- Phân tách công việc tổ chức, sắp xếp lại thành những nhiệm vụ nhỏ hơn, và bổ sung những nhiệm vụ này vào danh sách. Bạn nên làm cho các nhiệm vụ đủ nhỏ để chúng có thể được quản lý và thực thi dễ dàng, nhưng không quá nhỏ đến nỗi chúng trở nên không còn quan trọng.
- Đặt ra thời hạn phải hoàn thành cho từng nhiệm vụ.
- Khi bạn hoàn thành việc tổ chức, sắp xếp lại mỗi khu vực, hãy gạch bỏ nhiệm vụ đó trong bản danh sách công việc cần làm của bạn.
- Tránh khuynh hướng lan man từ khu vực này sang khu vực khác trong khi cố gắng sắp xếp, tổ chức lại công việc. Khi bạn tập trung vào một khu vực, bạn sẽ có thể hoàn thành mọi việc nhanh chóng và chuẩn xác hơn, sau đó hãy dành thời gian cho những khu vực khác.

58. Làm sạch ngăn kéo của bạn: Nếu quanh bạn là hàng chồng giấy tờ, còn các ngăn kéo tràn ngập đủ loại vật dụng như bút, hộp, thước kẻ..., thì đã đến lúc bạn dọn dẹp chỗ làm việc của bạn. Nhưng bạn nên bắt đầu từ đâu? Dưới đây là 5 bước giúp bạn làm sạch các ngăn kéo bàn làm việc:

- *Tháo rời.* Bao giờ cũng vậy, bước đầu tiên là tháo rời mọi thứ - hãy lấy ra tất cả các bút máy, bút chì, ghim kẹp, túi chè, gói kẹo, ảnh, chìa khoá....
- *Sắp xếp.* Sau khi đã lấy ra mọi thứ, bạn hãy xếp chúng lại và đếm xem, liệu bạn có cần đến ngăn ấy thứ không.
- *Sàng lọc.* Vài chục chiếc bút, thậm chí có những chiếc không có bất kỳ tác dụng nào, hay hộp bánh đã hết có thể ngay lập tức được quăng vào thùng rác tại nơi làm việc.
- *Giữ lại.* Dừng lại và suy nghĩ - nếu bạn đặt tất cả những vật dụng còn lại vào ngăn kéo, thì chẳng mấy chốc ngăn kéo lại bừa bộn như cũ. Vậy thì bạn hãy phân tích xem cái gì thực sự cần thiết để giữ lại.
- *Tìm vị trí.* Dừng đặt mọi vật cần thiết vào cùng một ngăn kéo. Bạn hãy tìm cho mỗi vật dụng một vị trí cất giữ phù hợp.

59. Viết ra giấy: Các chuyên gia khuyên rằng chủ doanh nghiệp nên sử dụng không chỉ một, mà là hai danh sách các công việc cần làm. Danh sách chính bao gồm những công việc có tính chất quan trọng và dài hạn, chẳng hạn như đẩy mạnh doanh thu, hay mở rộng đối tượng khách hàng mới. Danh sách thứ hai bao gồm những công việc thường nhật để cập tới các bước đi cụ thể để thực hiện thành công danh sách thứ nhất.

Một khi bạn đã có các danh sách trên ở dạng văn bản, hãy phân loại chúng theo chủ đề, bên cạnh từng công việc là ghi chú về kế hoạch thực hiện, số điện thoại, mục đích, lịch trình, công việc cần làm tại máy tính hay bàn làm việc, những gì có thể làm tại bất kể đâu, và công việc nào là không cấp bách.

Bạn nên thường xuyên xem xét lại danh sách các công việc cần làm để kiểm tra xem có điều gì khiếm khuyết cần bổ sung hay không. Hãy xem xét hàng ngày, hàng tuần những bản danh sách đó, như vậy, bạn sẽ không phải bị động trước những công việc đột xuất phát sinh.

Đừng quên xóa đi những công việc đã làm xong. Việc này không chỉ đảm bảo cho danh sách của bạn được tổ chức quy củ, mà nó còn thể hiện rằng bạn đã hoàn thành công việc như thế nào.

60. Kiểm soát công việc: Để làm việc hiệu quả và tích cực, bạn cần tạo ra một môi trường làm việc có khả năng trợ giúp cho bạn. Hãy lấy lại quyền kiểm soát cuộc sống và công việc của bạn bằng một vài bước dưới đây:

- *Tạo ra một môi trường làm việc sạch sẽ.* Với những khoảng không gian văn phòng hiện tại, bạn hãy phác họa nên một bức tranh lý tưởng về văn phòng làm việc của bạn trên giấy. Hãy nhớ dành một khoảng không gian để lưu trữ hồ sơ dự án cũ, các bản báo cáo tài chính và thông tin khách hàng của bạn.
- *Ngay bây giờ, hãy dành ra một ngày để tổ chức, sắp xếp.* Bạn sẽ không bao giờ có thời gian cho công việc tổ chức, sắp xếp, trừ khi bạn lên lịch cụ thể cho nhiệm vụ này. Hãy sử dụng bản phác họa trên như bản hướng dẫn thực hiện.
- *Loại bỏ bớt những thông tin ít liên quan.* Bạn hãy thẳng tay vứt bỏ những tạp chí và sách vở, tài liệu mà bạn sẽ không bao giờ đọc – chúng ở đó chỉ để gây phiền hà cho bạn. Bạn cũng nên hủy những đăng ký nhận thông tin không cần thiết, và rút ra khỏi bất cứ danh sách địa chỉ mail nào không giúp bạn gặt hái thành công.
- *Thiết lập những thư mục dự án mới.* Một dự án mới luôn làm phát sinh sự bừa bộn nhất thời. Để tránh tình trạng này, bạn nên đặt tất cả những thông tin dự án mới, các bản dự thảo và công việc giấy tờ liên quan vào một thư mục hồ sơ riêng.
- *Dành ra hẳn một ngày để dọn dẹp sau mỗi đợt đi nghỉ.* Bạn nên lấy ra một ngày từ kỳ nghỉ của bạn để sắp xếp lại các ý tưởng, suy nghĩ, các dự án... theo thứ tự ưu tiên trong công việc của bạn. Ngày hôm đó, bạn cũng có thể tổ chức lại công việc giấy tờ từ các dự án trước, các hoá đơn thanh toán đáng chú ý và trả lời thư khách hàng...



PHẦN 13: BỒI DƯỠNG CÁC KỸ NĂNG BÁN HÀNG CỦA BẠN

61. Thoát khỏi đà suy thoái: Có lẽ người bán hàng nào cũng đã từng trải qua quãng thời gian suy thoái. Nếu bạn nhận thấy doanh số bán hàng có dấu hiệu đi xuống, hãy đưa doanh số bán hàng của bạn tăng trưởng trở lại theo những bước sau đây:

- Gọi điện cho các khách hàng của bạn. Hãy làm mọi cách để thoả mãn nhu cầu của khách hàng và cả những nhu cầu mới phát sinh mà bạn có thể đáp ứng. Bạn nên tìm hiểu để nắm rõ các vấn đề và thách thức mới, sau đó đưa ra những giải pháp thích hợp nhất.
- Hãy kiên nhẫn. Hoạt động bán hàng phụ thuộc vào chu kỳ mua sắm, sử dụng sản phẩm, vì vậy đôi khi phải mất đến vài năm, bạn mới có thể thu được lợi nhuận. Việc kiên trì theo đuổi một chiến lược bán hàng thích hợp là rất quan trọng, cho dù nó không đem lại những kết quả ngay tức khắc.
- Không ngừng học hỏi. Hãy tìm kiếm các nguồn thông tin có thể gợi ý cho bạn những ý tưởng mới nhằm cải thiện các hoạt động bán hàng nhằm thu hút được nhiều khách hàng nhất. Bạn nên đọc tất cả các tài liệu hướng dẫn giúp bạn nói chuyện với khách hàng theo đúng ngôn ngữ của họ. Bên cạnh đó, bạn hãy dành thời gian để tìm hiểu kinh nghiệm tăng trưởng kinh doanh của những công ty khác trên thị trường.
- Cần trọng với những gì xung quanh bạn. Nếu mọi người xung quanh cũng lâm vào tình trạng suy thoái giống như bạn, tất cả sẽ cùng kéo nhau đi xuống. Hãy tập hợp quanh bạn những người thật sự phấn khích về công việc họ đang thực hiện và cùng nhau hợp tác phát triển cho đến khi bạn đủ lớn mạnh để tự mình xoay sở.

62. Nên làm những gì?: Bạn có thể cải thiện hoạt động kinh doanh như thế nào, nếu bạn không thể tìm ra sai sót nảy sinh ở đâu và cần khắc phục như thế nào? Hãy thường xuyên đề nghị mọi người đưa ra cho bạn những ý kiến nhận xét, đóng góp. Nếu bạn muốn cải thiện kỹ năng bán hàng hay các mối quan hệ với khách hàng, bạn cần hỏi họ xem bạn cần làm gì. Không chỉ là một công cụ hỏi học tuyệt vời, việc đón nhận các ý kiến đóng góp

của khách hàng còn là một cách thức hiệu quả để khách hàng thấy rằng bạn đang quan tâm tới họ và sẵn lòng làm mọi việc để giúp họ giải quyết vấn đề. Không chỉ có vậy, điều đó còn có thể giúp bạn cải thiện mối quan hệ với khách hàng. Những khách hàng bất mãn dường như không bao giờ phàn nàn, mà họ chỉ không quay lại mua sắm sản phẩm/dịch vụ của bạn lần thứ hai.

63. Lắng nghe: Một trong những yếu tố quan trọng nhất mà bạn không thể bỏ qua, nếu muốn trở thành người bán hàng tài ba, chính là kỹ năng lắng nghe. Bạn nên dành ít nhất 50% thời gian của cuộc trò chuyện để nghe khách hàng nói.

Hãy củng cố kỹ năng nghe của bạn bằng việc ghi chép lại các chi tiết đáng chú ý, quan sát thái độ và cử chỉ của người nói, không vội đi đến kết luận mà luôn tập trung vào nội dung cuộc trò chuyện. Nếu bạn nhận thấy mình đang nói nhiều gấp đôi khách hàng, hãy dừng lại và lắng nghe khách hàng.

64. Rút kinh nghiệm từ những sai sót: Dường như không có cách nào để bạn tránh được hoàn toàn các sai sót trong kinh doanh, tuy nhiên có rất nhiều cách thức khác nhau để bạn rút ra bài học quý báu từ những khuyết điểm mắc phải. Dưới đây là ba biện pháp giúp bạn hạn chế tối đa những sai sót của mình:

- Đặt cái tôi cá nhân sang một bên. Thật dễ dàng để nổi giận hay chán nản khi một điều gì đó diễn ra không theo ý muốn của bạn, và bạn cũng sẽ bảo vệ quan điểm của mình đến cùng khi cho rằng đó là lỗi của một ai đó. Nhưng cách duy nhất để tìm ra ngọn ngành vấn đề đó chính là hỏi khách hàng. Hãy lắng nghe những gì khách hàng nói và xem xét liệu có còn thời gian để giải quyết vấn đề hay không.
- Tận dụng lúc thoái trào như một cơ hội thành công mới. Hãy để những sai sót của bạn trở thành động cơ thúc đẩy bạn thực hiện các cải tiến cho những lần tiếp theo. Bạn đặt vào đó rất nhiều thời gian và công sức – và nếu bạn không rút ra được bài học gì từ những sai sót mắc phải, nghĩa là bạn đang lãng phí thời gian của mình.
- Thực thi những biện pháp mới. Hãy đọc mọi thứ có thể liên quan đến chuyên môn, lĩnh vực kinh doanh, sản phẩm/dịch vụ của bạn. Sau đó, bạn cần gặp gỡ những người có các kỹ năng và tài trí đặc biệt để trao đổi thông tin và học hỏi từ họ. Việc này sẽ giúp bạn loại trừ các sai sót tương tự xảy ra trong tương lai.

65. Những việc không nên làm: Để hoạt động bán hàng được hiệu quả hơn, bạn cần loại bỏ những điều sẽ làm lãng phí thời gian của bạn và của khách hàng. Dưới đây là một số việc sẽ lấy đi của bạn khá nhiều thời gian quý báu:

- Giao dịch với những người có thể không có quyền quyết định mua sắm. Bạn cần đảm bảo rằng người mà bạn đang nói chuyện sẽ là người ra quyết định. Đừng ngại gọi điện cho người có chức vụ cao hơn, thậm chí cả chủ tịch của công ty mục tiêu.
- Làm việc không có danh sách theo thứ tự ưu tiên. Hãy lên danh sách 10 mục tiêu lớn nhất của bạn và 10 khách hàng tiềm năng quan trọng nhất. Sau đó, bạn thường xuyên

xem xét danh sách này để đảm bảo rằng bạn luôn làm việc có trọng điểm, và sức lực bạn đang bỏ ra là để đạt được những kết quả hợp lý nhất.

- Dựa vào công nghệ nhiều hơn là các mối quan hệ. Các giao dịch mua sắm được hình thành từ những mối quan hệ, và thật khó để thiết lập các mối quan hệ trên màn hình vi tính của bạn. Hãy viết các thư điện tử thật ngắn gọn và súc tích - bạn cần nhớ rằng đây là công cụ tuyệt vời để truyền tải thông tin, nhưng “giao tiếp ảo” đó không bao giờ có thể thay thế được hiệu quả của những cuộc tiếp xúc trong đời thực.



PHẦN 14: BẢO VỆ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA BẠN

66. Hãy chuẩn bị để đối phó với điều tồi tệ nhất: Trong những trường hợp khẩn cấp, như lũ lụt, hỏa hoạn hay động đất, mọi việc trở nên khó khăn và dường như ùa tạt xuống của công ty bạn đang bị đe dọa nghiêm trọng. Vậy, tại sao bạn không bị chuẩn bị trước để đối phó với các thảm họa này ngay từ bây giờ? Hãy suy nghĩ về những gì có thể xảy ra với khách hàng, với các mối hệ và với những tài liệu quan trọng của bạn? Dưới đây là bốn vấn đề bạn cần suy tính:

- Những chính sách bảo hiểm kinh doanh và kế hoạch tái xây dựng luôn rất cần thiết đối với công ty của bạn. Mặc dù chi phí dành cho bảo hiểm thiên tai có thể khá tốn kém, nhưng nó rất đáng để bạn quan tâm.
- Sao lưu những tài liệu, giấy tờ quan trọng như hợp đồng với khách hàng, thông tin về nhân viên và các văn bản pháp lý, sau đó giữ chúng ở những địa điểm an toàn. Bạn nên kiểm tra định kỳ các hồ sơ này.

- Đảm bảo rằng các nhà cung cấp, đối tác kinh doanh của bạn cũng có một kế hoạch đề phòng thiên tai giống như bạn. Bạn chắc không muốn hoạt động kinh doanh của bạn bị ảnh hưởng nặng nề chỉ vì một trong số các nhà cung cấp không có sự chuẩn bị kỹ lưỡng.

67. Sự thư thái tinh thần: Sẽ rất phiêu lưu nếu bạn điều hành kinh doanh mà không có bất cứ loại hình bảo hiểm nào. Nhưng bạn cần bắt đầu từ đâu và như thế nào?

- Tìm kiếm một đại lý bảo hiểm. Việc trò chuyện một đại lý bảo hiểm có thể giúp bạn xác định được chính xác bạn cần đặt ưu tiên hàng đầu cho kế hoạch bảo hiểm như thế nào. Lời khuyên của các chuyên gia tư vấn bảo hiểm luôn rất hữu ích.
- Các loại hình bảo hiểm. Sau khi tìm được một đại lý bảo hiểm, bạn hãy bàn bạc với họ về loại hình bảo hiểm cần thiết cho bạn. Đó có thể là bảo hiểm tài sản, bảo hiểm trách nhiệm, bảo hiểm cơ giới, bảo hiểm bồi thường nhân viên và bảo hiểm tạm dừng kinh doanh....
- Nghiên cứu các lựa chọn của bạn. Như bất kỳ quyết định mua sắm nào, bạn cần hiểu rõ những lựa chọn của mình. Hãy tìm hiểu kỹ lưỡng về các chính sách bảo hiểm, phí bảo hiểm... và so sánh chúng với nhau.

Cuối cùng, bạn hãy lưu ý đến một vài quy tắc chung liên quan đến hoạt động bảo hiểm:

- Xem việc mua bảo hiểm như một chính sách phối kết hợp, nghĩa là bạn sẽ mua bảo hiểm cho cả tài sản và trách nhiệm. Điều này có thể giúp bạn tiết kiệm đáng kể chi phí.
- Tìm kiếm các gói bảo hiểm dành cho những công ty nhỏ bao gồm nhiều loại hình bảo hiểm khác nhau. Các gói bảo hiểm này sẽ rẻ hơn rất nhiều so với việc mua từng loại bảo hiểm riêng biệt tại những công ty khác nhau.
- Tìm hiểu xem các Hiệp hội nhà nghề, Phòng thương mại, Tổ chức kinh doanh tại địa phương bạn có cung cấp bảo hiểm theo nhóm hay không. Nếu có, bạn nên tham gia ngay và tỷ lệ rủi ro của bạn sẽ giảm đi rất nhiều.

68. Tại sao chúng ta không thể là những người bạn?: Bản thoả thuận không cạnh tranh là gì? Nó có vai trò như thế nào? Những ai nên ký vào đó?

Bản thoả thuận không cạnh tranh là một dạng hợp đồng giữa bạn và nhân viên của bạn, theo đó các nhân viên cam kết sẽ không sử dụng các thông tin hay các địa chỉ liên hệ của công ty vào những mục đích gây tổn hại cho hoạt động kinh doanh của bạn, trong trường hợp nhân viên chuyển sang làm việc cho các đối thủ cạnh tranh, hay thành lập công ty riêng để cạnh tranh trực tiếp với bạn.

Vậy nhân viên nào nên ký vào thoả thuận hạn chế cạnh tranh? Tùy thuộc vào từng công ty mà các điều kiện lựa chọn sẽ thay đổi. Nhưng có một danh sách chung bạn có thể tham

khảo. (Từ “nhân viên” bao gồm cả các giám đốc cấp cao, nhà quản lý, giám sát và các nhân viên tham gia trực tiếp vào sản xuất kinh doanh):

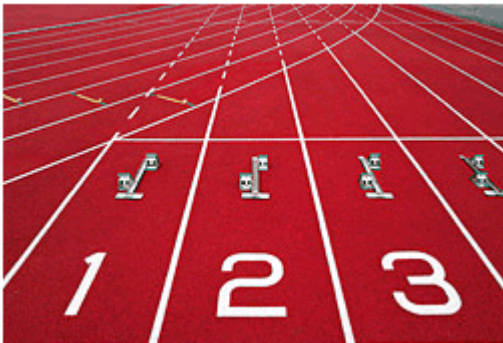
- Các nhân viên có liên quan tới hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm.
- Các nhân viên có liên quan tới quy trình thiết kế, sản xuất, cơ khí và chế tạo sản phẩm.
- Các nhân viên liên quan tới các sản phẩm được công ty bạn sản xuất và cung cấp độc quyền.
- Các nhân viên bán hàng và dịch vụ thường xuyên liên hệ với khách hàng hay quản lý những thông tin khách hàng nhạy cảm.
- Các nhân viên có quyền tiếp cận các thông tin kinh doanh quan trọng hay các bí quyết thương mại.
- Đặc biệt các nhân viên từ trước đến nay biết rõ ràng, đầy đủ thông tin về hoạt động kinh doanh của bạn, điều có thể cho phép họ khởi sự một công ty cạnh tranh trực tiếp.

69. Văn bản hóa mọi thứ: Nếu bạn đang kinh doanh với một đối tác nào đó, cho dù đó là khách hàng hay nhà cung cấp, bạn sẽ cần tới một bản hợp đồng. Bạn có thể nhờ một công ty luật tư vấn và soạn thảo giúp bạn hợp đồng, nhưng lý tưởng nhất là bạn tự mình làm lấy công việc này. Vậy, bản hợp đồng nên bao gồm những gì? Dưới đây là các bộ phận cấu thành quan trọng của bản thoả thuận hợp tác kinh doanh:

- Các bên ký kết hợp đồng. Phần này bao gồm tên công ty, giám đốc, địa chỉ kinh doanh, điện thoại... cho dù đó là khách hàng hay nhà cung cấp.
- Quyền lợi của từng bên. Bạn nên đưa nội dung quyền và lợi ích của các bên vào ngôn ngữ pháp lý.
- Những điều khoản chính của hợp đồng. Ví dụ, các bên sẽ cam kết thực hiện những gì. Một cách hiển nhiên, đây là phần quan trọng nhất của hợp đồng. Bạn cần làm cho những chi tiết đó càng cụ thể bao nhiêu càng tốt bấy nhiêu, chẳng hạn danh sách công việc cần làm, các chi phí thanh toán, thời gian thanh toán, hiệu lực hợp đồng
- Thực thi. Hãy đảm bảo rằng các bên đều ký vào bản hợp đồng và người ký có đủ thẩm quyền theo đúng quy định.
- Ngày tháng. Ngày tháng ký kết hợp đồng
- Giao hợp đồng. Bạn cần đảm bảo rằng mỗi bên đều nhận được một bản hợp đồng có đầy đủ chữ ký của các bên.

70. Bảo vệ những tài sản nhạy cảm: Các tài sản như quyền sở hữu trí tuệ, bí quyết thương mại, công thức định giá, danh sách khách hàng, kế hoạch kinh doanh, công thức chế tạo và những tài sản quan trọng khác cần được bảo vệ cẩn mật, tránh sự sao chép, ăn cắp của các đối thủ cạnh tranh. Dưới đây là 5 cách để bảo vệ các ý tưởng và các tài sản nhạy cảm khác của công ty bạn:

- Sáng chế, bản quyền và nhãn hiệu. Đây là những chế định pháp lý ghi nhận quyền sở hữu và tạo dựng những bảo vệ pháp lý, giúp bạn bảo vệ tài sản của mình. Bạn nên nhờ các luật sư trợ giúp công đoạn này.
- Các bản thoả thuận bảo mật hay không tiết lộ. Đây là tài liệu xác nhận cam kết của các bên sẽ giữ kín một số dữ liệu và thông tin bí mật, tuyệt đối không được tiết lộ cho bên thứ ba biết. Ở đây, bạn cũng nên nhờ đến sự trợ giúp của các luật sư tư vấn.
- Mật khẩu máy tính, kết an toàn và các tủ hồ sơ dữ liệu có khoá. Khi được sử dụng chính xác, chúng có thể hạn chế việc tiếp cận nguồn thông tin nhạy cảm của một số nhân viên không có thẩm quyền hay có ý đồ xấu.
- Sao lưu dữ liệu. Việc sao lưu là rất cần thiết. Các tài liệu ở dạng điện tử nên được sao lưu vào một máy chủ tại các địa điểm khác nhau, hay trên một đĩa nén, đĩa CD,.... Bạn hoàn toàn không nên cố gắng “sao lưu” mọi thứ trong đầu mình.



PHẦN 15: NHỮNG MẢNG THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG

71. Thị trường quân đội: Lực lượng vũ trang luôn là một thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng. Với hàng trăm ngàn quân nhân tại ngũ và dự bị, ước tính thị trường mục tiêu sẽ lên tới hàng triệu khách hàng, bao gồm cả các cựu chiến binh và thành viên gia đình của họ.

Phục vụ những nhu cầu đặc biệt của đối tượng khách hàng này là cách duy nhất để có được sự chú ý và ... tiền bạc của họ. Các công ty đào tạo nghề, dịch vụ chuyển địa điểm,

tư vấn tài chính, các cửa hàng sản phẩm tiêu dùng và các nhà bán lẻ nội thất xem ra thích hợp nhất với thị trường quân đội.

Việc thể hiện một tinh thần ái quốc khi nhắm tới thị trường đặc biệt này cũng rất cần thiết, tuy nhiên, bạn phải chân thành và thực tế một chút. Các công ty nên thay thế lời cảm ơn bằng một vài lời mời giảm giá, hay những lợi ích hữu hình khác, chẳng hạn như một món quà, tuyển dụng một cựu chiến binh hoặc lính dự bị vào làm việc.... Và cách thức tốt nhất để tiếp thị cho khu vực thị trường này chính là lời nói. Xuất phát từ tính cộng đồng gần gũi của nhiều doanh trại quân đội, mọi người nói chuyện với nhau về các công ty hỗ trợ các thành viên quân đội, vì vậy lời nói sẽ lan truyền nhanh chóng.

72. Thị trường người gốc nước ngoài: Ở bất kể quốc gia nào, số lượng người gốc nước ngoài cũng khá đông đảo. Họ tiêu dùng mạnh và theo những phong cách khác nhau.

Các công ty có thể tìm thấy rất nhiều chỗ trống tại thị trường rộng lớn này. Dân số người gốc nước ngoài đang ngày một tăng cao và trở thành một thị trường hấp dẫn. Bạn cần quan tâm tới việc sử dụng ngôn ngữ nước ngoài khi tiếp cận thị trường này. Tuy nhiên, nếu bạn không thông thạo ngôn ngữ của họ thì cũng đừng quá cố gắng: hãy tìm những nhân viên có thể giúp bạn trao đổi với họ. Đối với thị trường này, sự hời hợt có thể để lại nhiều tác động xấu. Bạn cũng có thể quảng bá hình ảnh công ty thông qua các sự kiện của cộng đồng người gốc nước ngoài tại địa phương.

Cơ hội luôn hiện hữu ở hầu hết tất cả các lĩnh vực - từ thực phẩm, giải trí cho tới dịch vụ tài chính, dịch vụ web.... Ví dụ, bạn bổ sung thêm một số món ăn mới thích hợp với người gốc nước ngoài vào thực đơn của mình là một cách để gia nhập thị trường này. Hay bạn có thể hợp tác với nhà sản xuất để cung cấp các sản phẩm phù hợp với đặc tính của người gốc nước ngoài tại địa phương bạn.

73. Người trung niên: Đây là những đối tượng khách hàng phổ thông nhất, họ có rất nhiều mối quan tâm hàng ngày như con cái đều đã vào đại học, lo lắng đến tuổi về hưu, hay cha mẹ qua đời để lại cho họ những tài sản thừa kế cần quản lý....

Những thay đổi trong cuộc sống của lớp người trung niên lại chính là cơ hội kiếm tiền của bạn. Số tiền mua sắm của các khách hàng trung niên chiếm hơn một nửa trong chi phí tiêu dùng hàng năm. Chìa khoá để thu hút các khách hàng trung niên là giúp đỡ họ cảm thấy thoải mái hơn với những áp lực cuộc sống - bởi vì nỗi sợ lớn nhất của họ chính là tuổi tác.

Những người trung niên sẽ sẵn sàng bỏ tiền cho bất cứ điều gì khiến họ tự tin hơn, cảm thấy an toàn hơn và có lại được tuổi trẻ của họ. Các cơ hội kinh doanh hiện hữu rất nhiều trong các dịch vụ hoạch định tài chính, chăm sóc hình thể, quần áo, xe cộ, nội thất, dịch vụ bảo dưỡng máy móc....

74. Người cao tuổi: Đối với nhiều người cao tuổi, những “năm tháng vàng” trong cuộc đời họ chính là thời gian thư giãn khi về hưu – lúc mà họ có thể tận hưởng sự thư giãn

sau hàng chục năm bị bó buộc trong công việc và trách nhiệm. Khi mức sống trung bình được nâng lên, nhu cầu của số người ở độ tuổi trên 60 cũng tăng cao, vì thế đối với các công ty trên thị trường, quãng “thời gian vàng” đó đồng nghĩa với các “cơ hội vàng”. Đó sẽ là một thị trường lớn với những nhu cầu về các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, y tế gia đình, giúp việc nhà

Không chỉ người cao tuổi là đối tượng tiếp thị, mà còn bao gồm cả những người trẻ tuổi, họ có nhu cầu rất lớn đối với các dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho cha mẹ. Đôi khi, do có những mâu thuẫn nảy sinh giữa các thành viên gia đình, nên sự có mặt của một bên thứ ba là rất cần thiết. Điều này dẫn tới nhu cầu ngày một tăng các sản phẩm dịch vụ giúp đỡ có liên quan tới người cao tuổi như chăm sóc hàng ngày, trò chuyện với người cao tuổi và thậm chí là cả dịch vụ cắt tóc, làm đẹp tại nhà.

75. Phụ nữ: Các nhà tiếp thị của bất kỳ sản phẩm hay dịch vụ nào đều chấp nhận một triết lý rằng họ cần đảm bảo sao cho các yếu tố thiết kế sản phẩm và dịch vụ khách hàng được thực hiện theo cách mà phụ nữ mong muốn. Một khi bạn chuyển những mong đợi của giới nữ vào các quan điểm tiếp thị, bạn sẽ dành được trái tim và túi tiền của họ.

Thị trường nữ giới vô cùng rộng lớn với hơn một nửa số các sinh viên đại học và khoảng 38% các chủ doanh nghiệp nhỏ. Gần một nửa số phụ nữ trưởng thành là người chịu trách nhiệm duy nhất cho việc chi tiêu và tiết kiệm tiền bạc gia đình. Vậy bạn có thể làm những gì để đảm bảo rằng bạn đang thu các khách hàng nữ tới công ty bạn? Dưới đây là một số lời khuyên:

- Phụ nữ rất ấn tượng với những sản phẩm được thiết kế bắt mắt, trang nhã. Họ có xu hướng thiên về thẩm mỹ nhiều hơn. Mọi thứ lịch thiệp, láng bóng đều thu hút được sự chú ý của phụ nữ. Những chủ doanh nghiệp thông minh luôn biến điều này thành lợi thế của họ khi đầu tư vào sự nhã nhặn rất được phụ nữ ưa chuộng.
- Phụ nữ có rất nhiều công việc và trách nhiệm gia đình, họ không có nhiều thời gian để nghiên cứu và suy nghĩ về từng quyết định mua sắm, do đó bạn hãy cẩn thận khi đưa ra những lựa chọn khác nhau kèm theo những ích lợi về thời gian, và khách hàng nữ sẽ lựa chọn công ty bạn từ vô số các nhà cung cấp trên thị trường.
- Cho dù mục đích mua sắm là “công” hay “tư” thì quyết định mua sắm cuối cùng của phụ nữ luôn dựa trên mối quan hệ của họ với nhà cung cấp, chứ không phải trên các số liệu thống kê. Nếu phải lựa chọn giữa hai sản phẩm giống hệt nhau, phụ nữ dường như sẽ quyết định dựa trên dịch vụ khách hàng và các mối quan hệ hiện tại với nhà cung cấp.



PHẦN 16: CÂN BẰNG GIỮA CUỘC SỐNG VÀ CÔNG VIỆC

76. Giải tỏa sức ép: Việc xây dựng và điều hành một công ty không dễ dàng chút nào. Bạn luôn phải đứng trước những lựa chọn khó khăn, có hàng triệu công việc cần làm, và áp lực, áp lực, áp lực. Những lúc cảm thấy quá mệt mỏi, bạn hãy hít thở thật sâu và thử “giảm áp” bằng cách:

- Xây dựng một danh sách các mục tiêu quan trọng nhất: Hãy chuyển các mục tiêu lớn hơn của bạn thành những mục tiêu ngắn hạn và thực tế hơn, sau đó chuyển những mục tiêu ngắn hạn này thành những bước đi cụ thể sao cho bạn có thể thực hiện ngay lập tức.
- Hãy nhớ rằng, hạnh phúc là mục tiêu cuối cùng của bạn: Thay vì cố gắng làm việc khi bạn đang trong tâm trạng rối bời, hãy nghỉ ngơi hoàn toàn và chỉ hành động khi bạn thực sự bình tĩnh.
- Đánh giá và rút kinh nghiệm từ những hành động của bản thân: Cuối mỗi ngày, bạn hãy tự chúc mừng những gì bạn đã hoàn thành, đồng thời tự kiểm điểm và rút kinh nghiệm về những gì chưa làm được.
- Nhận ra rằng bạn không phải làm việc này một mình. Khi kinh doanh tăng trưởng, sẽ có rất nhiều nhiệm vụ mà bạn nên giao phó cho cấp dưới hay các nhân viên chuyên trách trong công ty. Bạn hãy xây dựng danh sách các nhiệm vụ đó, sau đó uỷ thác cho nhân viên để bạn có thể tập trung vào các mục tiêu lớn hơn là chiến lược phát triển của công ty.

77. Đi nghỉ: Tất cả mọi người đều cần đến đôi chút thời gian nghỉ ngơi, thậm chí là cả các chủ doanh nghiệp bận rộn. Đừng lo ngại nếu bạn không cảm thấy tin tưởng khi giao công việc kinh doanh cho một ai đó quản lý trong vài tuần để đi nghỉ mát. Bạn có thể nghỉ vài ngày thôi. Nhiều chủ doanh nghiệp chỉ cần nghĩ “thoảng” hơn một chút, nghĩa là

xem kỳ nghỉ như dịp cuối tuần kéo dài hơn, là họ đã có thể thoát khỏi công việc điều hành căng thẳng rồi.

Nếu bạn đang chuẩn bị cho một kỳ nghỉ, bạn có thể băn khoăn với những công việc kinh doanh phải bỏ lại phía sau, do đó bạn vẫn làm việc như mọi ngày. Bạn cần đặt ra giới hạn rõ ràng rằng bạn sẽ làm việc trong bao lâu. Hãy nhớ rằng, bạn cần thực sự thoát khỏi văn phòng làm việc, chứ không phải mang văn phòng đi theo bạn. Vì vậy, bạn nên uỷ thác công việc cho những ai có thể giúp bạn yên tâm tận hưởng quãng thời gian nghỉ dưỡng.

Dưới đây là một số cách thức dễ dàng để bạn có thể biến giấc mơ nghỉ ngơi trở thành sự thật:

- Đi nghỉ vào thời điểm kinh doanh trì trệ nhất trong năm.
- Biến ba ngày cuối tuần thành một kỳ nghỉ ngắn.
- Khám phá những hoạt động mới mẻ và thú vị gần nhà.
- Tắt điện thoại di động và để máy tính xách tay ở nhà.
- Nếu bạn phải làm việc, hãy giới hạn trong vòng 1 giờ/ngày.
- Không quan tâm tới những lời cảnh báo. Hãy chỉ tập trung vào kỳ nghỉ!

78. Khi kinh doanh tại nhà: Nếu bạn đặt văn phòng tại nhà, việc đảm bảo sự tách biệt giữa cuộc sống gia đình và hoạt động kinh doanh sẽ rất khó khăn. Để duy trì sự ổn định của cuộc sống gia đình, bạn cần quan tâm tới một vài yếu tố dưới đây nhằm đảm bảo văn phòng làm việc không xâm chiếm hoàn toàn căn nhà của bạn:

- Tách biệt rõ ràng giữa khu vực làm việc với phần còn lại của ngôi nhà.
- Đặt thời gian làm việc rõ ràng.
- Nói rõ với các thành viên về những khoảng thời gian bạn không muốn bị làm phiền.
- Học cách để nói: “Không, bây giờ tôi đang làm việc”.
- Sử dụng đường dây điện thoại riêng biệt.
- Cách âm không gian làm việc của bạn.

79. Quản lý thời gian: Đối với các chủ doanh nghiệp, thời gian dường như không bao giờ đủ. Tuy bạn không thể làm thời gian trôi chậm lại hay khiến ngày dài ra, nhưng bạn hoàn toàn có thể tận dụng quãng thời gian trong mà bạn có. Hãy sử dụng những bước dưới đây để thời gian làm việc trong ngày của bạn không lãng phí và vô bổ:

- Lên kế hoạch cho ngày mai ngay từ ngày hôm nay: Cuối mỗi ngày làm việc, bạn hãy lấy một tờ giấy trắng và viết ra tất cả những gì cần hoàn thành vào ngày mai theo thứ tự ưu tiên các nhiệm vụ cần thiết. Ngày tiếp theo, bạn sẽ không phải quyết định xem cần làm gì trước, và việc gạch đi những nhiệm vụ nào đã hoàn thành sẽ đem lại cho bạn một cảm giác vô cùng mãn nguyện.
- Đừng để việc hôm nay sang ngày mai: Một lời khuyên khá quen thuộc dành cho hoạt động quản lý thời gian đó là loại bỏ sự trì hoãn. Công việc nào của hôm nay nếu hoàn thành được bạn cần cố gắng hoàn thành xong. Sự trì hoãn sẽ chỉ khiến công việc này lần sang công việc khác, đôi khi rất khó kiểm soát.
- Dành cho bản thân một chút thời gian giải lao. Các kỹ thuật quản lý thời gian sẽ không đem lại những giải pháp hiệu quả nếu bạn không có 100% năng lượng hoàn thành công việc. Vì vậy, hãy dành ra vài phút nghỉ ngơi và đi lại xung quanh văn phòng làm việc, xung quanh toà nhà, hay ra ngoài ăn trưa. Các ý tưởng sẽ không đến với bạn tại văn phòng làm việc hoàn toàn có thể nảy sinh một khi bạn ở trong môi trường mới.

80. Chúng ta là một gia đình hạnh phúc: Thậm chí cả khi bạn không trực tiếp điều hành hoạt động kinh doanh của gia đình, cuộc sống của những người trong gia đình bạn vẫn sẽ bị tác động. Vì vậy, bạn cần làm việc thế nào để luôn là một người chồng tốt, một người cha mẫu mực và một người con hiếu thảo trong khi kinh doanh vẫn tăng trưởng đều đặn? Dưới đây là một số yếu tố giúp bạn hài hoà giữa cuộc sống công việc và cuộc sống gia đình, duy trì một gia đình hạnh phúc:

- Tổ chức các buổi họp mặt gia đình: Hãy thảo luận các cách thức để bạn có thể chia sẻ trách nhiệm gia đình, từ việc chăm sóc cha mẹ, con cái đến nấu nướng, dọn dẹp.
- Đừng cố gắng trở thành một người quan trọng và giải quyết tất cả mọi thứ một mình. Bạn hãy tự hỏi bản thân: “Liệu mọi người có cùng chia sẻ công việc trong gia đình?”
- Tận dụng lợi thế công nghệ. Bạn hãy tận dụng ưu thế của điện thoại di động, e-mail, máy fax để mọi người dễ dàng liên lạc với bạn. Nếu có một điều gì đó xảy ra tại nhà, bạn sẽ được thông báo bằng cách nào?
- Hãy sống với khẩu hiệu: “Nếu tôi không chăm sóc tốt cho bản thân, tôi sẽ không thể chăm sóc tốt cho người khác”.



PHẦN 17: NHỮNG KẾ SÁCH TIẾT KIỆM CHI PHÍ

81. Thông minh trong mua sắm: Đôi lúc, không phải những gì bạn mua, mà chính việc bạn mua như thế nào, sẽ tiết kiệm đáng kể tiền bạc cho bạn. Hãy xem xét những lời khuyên mua sắm thông minh dưới đây:

- *Tiết kiệm cho ngân quỹ bằng sự trao đổi.* Việc trao đổi một sản phẩm hay dịch vụ này lấy một sản phẩm hay dịch vụ khác là cách thức hiệu quả để giảm sự tổn kém, đồng thời giải phóng được hàng hoá tồn kho. Nếu bạn không quen mặc cả trực tiếp với các đối tác kinh doanh, hãy tuyển dụng một nhân viên chuyên về vấn đề này với mức hoa hồng hợp lý, hay tham gia vào các câu lạc bộ trao đổi thương mại hoặc hội đổi.
- *Thời gian thanh toán tiện lợi.* Bạn hãy hỏi các nhà cung cấp xem liệu họ có thể giảm giá nếu bạn thanh toán sớm hay không. Nếu không, cũng sẽ là một lợi thế trong trường hợp bạn có được sự đồng ý thanh toán trả chậm các hoá đơn về nguyên vật liệu, thuế... mà không kèm theo bất cứ khoản phí cộng thêm nào. Khoản tiền càng ở lâu trong tài khoản của bạn bao nhiêu, bạn càng có thêm nhiều lãi suất bấy nhiêu.
- *Tham gia một Hiệp hội ngành nghề.* Nhiều hiệp hội kinh doanh và thương mại có thu phí thành viên ở mức hợp lý và đưa ra nhiều khoản giảm giá cho các thành viên từ bảo hiểm, du lịch, xe hơi tới dịch vụ điện thoại đường dài, y tế và cả thể thao.
- *Tìm kiếm ít nhất ba giá chào hàng cho từng sản phẩm/dịch vụ.* Bạn hãy xem xét nhiều chào hàng khác nhau của các nhà cung cấp hay nhà phân phối, sau đó mới quyết định.

82. Tính kinh tế liên quan tới các nhân viên: Nhân viên có thể là một khoản đầu tư tốn kém của bạn. Nếu bạn không chắc chắn rằng mình đã sẵn sàng tuyển dụng nhân viên làm việc toàn thời gian, và trả cho họ các khoản tiền lương và thưởng, thì vẫn có một số lựa chọn khác cho bạn. Việc thuê nhân viên bán thời gian hay theo vụ việc có thể sẽ giúp bạn tiết kiệm đáng kể chi phí nhân viên.

Hay, thay vì phải trả tiền công cho nhân viên để họ “ngồi chơi xơi nước” trong thời kỳ kinh doanh suy thoái, bạn có thể tuyển dụng nhân viên làm việc theo mùa vụ để giải quyết các nhu cầu kinh doanh trước mắt. Một cách khác để tiết kiệm tiền bạc cho bạn và đem lại cho các sinh viên đại học cơ hội làm quen với môi trường kinh doanh là tuyển

dụng sinh viên vào thực tập. Bạn hãy liên hệ với các trường đại học tại địa phương để có thêm thông tin.

83. Khôn khéo trong việc mua bảo hiểm: Mua bảo hiểm là một trong những thủ tục cần thiết, nhưng cũng không kém phần phiền hà. Các chủ doanh nghiệp giỏi luôn tìm ra được các kế sách giúp họ giải quyết vấn đề bảo hiểm một cách tốt nhất. Điều này không có nghĩa là họ không mua bảo hiểm, mà cái chính là hiệu quả đồng vốn bỏ ra cho các hợp đồng bảo hiểm. Dưới đây là một vài ý tưởng cắt giảm chi phí bảo hiểm:

- *Tiết kiệm nhờ các hiệp hội.* Khi bạn tìm kiếm các hợp đồng bảo hiểm, hãy kiểm tra thông qua hiệp hội thương mại. Nhiều hiệp hội đưa ra các hợp đồng bảo hiểm nhóm với mức chi phí thích hợp.
- *Gia tăng khoản khấu trừ của bạn.* Việc gia tăng khoản khấu trừ bảo hiểm của bạn thường thấp hơn mức phí bảo hiểm. Bạn nên tính toán kỹ lưỡng khoản khấu trừ sao cho hợp lý nhất, vừa không ảnh hưởng đến hợp đồng bảo hiểm, vừa tiết kiệm được tiền bạc.
- *Có một người bạn trong lúc khó khăn.* Bằng việc sắp xếp một số địa điểm kinh doanh xen kẽ lẫn nhau nhằm đề phòng trường hợp xảy ra thảm họa lớn, bạn có thể tiết kiệm được khoản tiền bảo hiểm tạm dừng hoạt động kinh doanh. Ví dụ, bạn có thể dàn xếp với một công ty cùng ngành về việc sử dụng nhà xưởng, văn phòng của họ trong trường hợp có thiệt hại, và ngược lại, công ty này cũng có quyền sử dụng nhà xưởng, văn phòng của bạn trong trường hợp họ gặp sự cố gì đó chưa thể khắc phục được.

84. Tổng chi phí văn phòng: Những chi phí văn phòng có thể là một trong những nhân tố dẫn tới thất bại tài chính của bạn, trừ khi bạn quản lý chúng một cách hiệu quả từ đầu vào tới đầu ra. Bạn hãy trang bị những hộp mực in có thể tái sử dụng. Hãy vào Google hay Trang Vàng để tìm kiếm các nhà cung cấp hộp mực tái sử dụng ở địa phương bạn. Bạn cũng có thể tìm kiếm trực tuyến các mẫu đơn đăng ký miễn phí, tải chúng về máy tính, chỉnh sửa cho phù hợp và in ra để sử dụng. Một trong những trang web có chứa nhiều mẫu đơn nhất là trang Formnet.com.

Một cách thức khác để tiết kiệm tiền bạc là mua sắm những trang thiết bị đã qua sử dụng. Bạn có thể tiết kiệm tới 60% nhờ các thiết bị máy tính, máy in và nội thất văn phòng đã qua sử dụng.

85. Tiết kiệm trong việc xúc tiến kinh doanh: Bạn muốn tiếp thị các hoạt động kinh doanh khi ngân sách còn hạn hẹp? Những người quen có thể giúp đỡ bạn. Dưới đây là ba cách để mọi người trong mạng lưới quan hệ xã hội của bạn sẽ trợ giúp những nỗ lực tiếp thị của bạn:

- *Chia sẻ các chi phí quảng cáo và xúc tiến kinh doanh với những công ty lân cận.* Hãy cùng với một số công ty triển khai các hoạt động bán hàng trên đường phố, hoặc đưa liên minh tiếp thị của bạn tiến xa hơn bằng cách chia sẻ các danh sách địa chỉ e-mail, các kênh phân phối và nhà cung cấp trên thị trường.

- *Đề nghị sự giúp đỡ từ những người bạn quen biết.* Cách thức giúp đỡ mà những người quen biết luôn sẵn sàng dành cho bạn là các lời giới thiệu, tiến cử tên, địa chỉ cụ thể của những ai đang cần đến sản phẩm/dịch vụ của bạn. Người quen của bạn cũng có thể giới thiệu với những khách hàng tiềm năng địa chỉ và số điện thoại của công ty bạn. Tốc độ tăng trưởng kinh doanh của bạn sẽ tỷ lệ thuận với số lượng các lời giới thiệu mà bạn có được.
- *Có một khách hàng hạnh phúc?* Bằng việc nói với mọi người những gì họ nhận được từ việc sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn trong các cuộc nói chuyện thân mật, hay các buổi giới thiệu sản phẩm chính thức, bạn hoàn toàn có thể động viên họ sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn.



PHẦN 18: HOÀ MÌNH VÀO CỘNG ĐỒNG

86. Khuyến khích nhân viên làm từ thiện: Một biểu hiện đơn giản nhất của việc hoà mình vào cộng đồng là khuyến khích nhân viên làm các công tác từ thiện tại địa phương. Bạn không cần phải lý luận gì nhiều, mà chỉ cần đảm bảo vẫn trả lương đều đặn cho khoảng thời gian nhân viên vắng mặt tại công ty để đi những làm công việc tình nguyện. Cho dù bạn mất 8 giờ hay 40 giờ làm việc một năm, thì món quà thời gian của bạn sẽ động viên rất nhiều người tham gia vào các hoạt động từ thiện.

87. Xây dựng một thành phố mà mọi người đều muốn sinh sống tại đó: Trên cương vị một chủ doanh nghiệp, mục tiêu đầu tiên của bạn có thể không phải là sự phát triển lớn mạnh của thành phố nơi bạn sống và làm việc, nhưng quả thật bạn nên đặt mục tiêu như vậy. Nếu thành phố bạn thịnh vượng, công ty của bạn sẽ có phần thưởng là số lượng khách hàng đông đảo hơn và đội ngũ nhân viên có năng lực hơn. Và một trong những nhân tố then chốt để nuôi dưỡng sự thịnh vượng của thành phố là thu hút các nhân viên sáng tạo - những người sẽ khởi sự và làm việc trong các công ty năng động, luôn đổi mới.

Thế hệ nhân viên mới nhất luôn muốn làm việc trong một thành phố có chất lượng cuộc sống cao và mong chờ cơ hội để xây dựng những thành phố như vậy. Với việc trở thành một phần của quy trình xây dựng đó, bạn đang nêu một tấm gương tuyệt vời, thu hút sự

quan tâm của các nhân viên hiện tại và tiềm năng của mình. Ví dụ, bạn có thể dành một vài trăm giờ lao động để đào tạo cho học sinh các trường trung học và cao đẳng để xây dựng một đội ngũ lao động thành thạo chuyên môn.

Hãy dành thời gian và cử các chuyên gia của bạn đến giúp đỡ các công ty mới đạt kết quả tăng trưởng trong thời kỳ đầu, tài trợ cho các sự kiện nghệ thuật, tìm kiếm các địa điểm mới để tái phát triển, tham gia vào các kế hoạch xã hội tại địa phương.... Có thể nói, bạn đã xây dựng được một công ty tuyệt vời, giờ đây hãy sử dụng kiến thức đó để xây dựng một thành phố tuyệt vời.

88. Chia sẻ sự giàu có của công ty bạn: Bạn có quan tâm tới những công việc của cộng đồng có liên quan trực tiếp tới hoạt động kinh doanh của bạn? Hãy xem xét một số ý tưởng sau:

- Nếu bạn kinh doanh trong lĩnh vực thực phẩm, hãy dành thực phẩm dôi dư cho những người dân nghèo trong thành phố.
- Nếu bạn kinh doanh trong lĩnh vực giải trí, hãy tổ chức một buổi hòa nhạc nhỏ, miễn phí tại các trung tâm như trại mồ côi, nhà dưỡng lão...
- Nếu bạn là một chuyên gia tài chính, hãy đề nghị được tư vấn miễn phí hoặc tổ chức các buổi thảo luận về quản lý tài chính và nợ nần cho những người có nhu cầu.
- Nếu công ty của bạn cung cấp các sản phẩm/dịch vụ liên quan tới cơ sở hạ tầng như điện, nước, xây dựng... bạn sẽ có rất nhiều cơ hội để tham gia vào sự phát triển chung của cộng đồng như xây thư viện, trường học, bệnh viện... nơi người dân nghèo được phục vụ miễn phí.
- Nếu bạn cung cấp các dịch vụ chuyên môn như nha khoa, tư vấn thuế, tư vấn pháp luật, hãy dành thời gian của bạn cho những đối tượng quá khó khăn về tài chính.
- Nếu bạn là nhà cung cấp các dịch vụ tiếp thị, PR, tài chính, thiết kế web, IT,... hãy tham gia vào các tổ chức phi lợi nhuận tại địa phương.

89. Tham gia như thế nào?: Không có giới hạn nào, nếu bạn thành tâm muốn giúp đỡ cộng đồng. Dưới đây là một vài gợi ý mà bạn có thể áp dụng để triển khai các hoạt động xã hội tại công ty mình:

- Tham gia một chương trình từ thiện, quyên góp xây dựng nào đó.
- Tạo cơ hội cho các học sinh, sinh viên tại địa phương tham gia vào các chương trình thực tập nhằm giúp họ có thêm kinh nghiệm thực tế.
- Cung cấp thức ăn cho những người cao tuổi hoặc người vô gia cư.
- Tài trợ cho chương trình dịch vụ công, giúp đỡ người nghèo.

- Tổ chức hiến máu nhân đạo tại công ty bạn.
- Tham gia vào các chương trình từ thiện theo lời kêu gọi của địa phương.
- Làm việc với các nhóm môi trường địa phương để vệ sinh, dọn dẹp các khu vực trong thành phố.
- Tài trợ các hoạt động thể thao, đặc biệt là cho các đội phải chịu nhiều thiệt thòi.
- Tham gia vào các cuộc đi bộ, xe đạp hay chạy bộ, quyên góp cho các nghiên cứu y tế.
- Quan tâm tới các chương trình đào tạo cho thanh niên trẻ ở địa phương của bạn.

90. Tại sao bạn nên là một nhà cải cách hăng hái?: Do các công ty nhỏ phụ thuộc vào cộng đồng địa phương nhiều hơn so với các tập đoàn lớn, nên bạn không thể thành công trong một cộng đồng nếu không hòa mình tối đa vào đó. Điều này sẽ rất có lợi cho hoạt động kinh doanh của bạn, cho cộng đồng, và cuối cùng là có lợi cho bản thân bạn. Muốn công việc kinh doanh phát triển mạnh mẽ hơn, đồng thời có thể giúp đỡ nhiều hơn cho cộng đồng địa phương, bạn nên trở thành một công dân tốt. Dưới đây là những phần thưởng dành cho một công dân tốt:

1. Nó đem lại cho cá nhân bạn sự thoải mái, bạn có thể tự do lựa chọn các dịch vụ công, tại đó bạn và công ty của bạn sẽ trở nên chủ động hơn.
2. Bạn sẽ gặp gỡ các chủ doanh nghiệp khác và hiểu biết về họ, về công ty của họ. Sự giao tiếp này là hoàn toàn có lợi – và nó sẽ mở rộng mạng lưới mối quan hệ kinh doanh của bạn.
3. Bạn sẽ không lạc lõng khi tiến hành các hoạt động kinh doanh. Nếu bạn không có thời gian để hoà mình vào cộng đồng, bạn cần tạo ra thời gian cho công việc này.
4. Những thủ tục hành chính sẽ không còn quá khó khăn nữa. Việc đưa công ty bạn trở thành một công dân tốt luôn là một cách thức để “nhận lại một cái gì đó” từ cộng đồng.
5. Việc các doanh nhân nỗ lực hòa mình vào cộng đồng là một tin tốt lành. Bạn có thể nhận được nhiều ích lợi từ giới báo chí truyền thông nhờ họ có ấn tượng tốt với các nỗ lực của bạn.
6. Bạn có thể nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên của công ty. Việc bạn gắn bó với cộng đồng sẽ thu hút các nhân viên có năng lực, nhiệt tình và chăm chỉ trong công việc về với công ty của bạn.



PHẦN 19: XÂY DỰNG MẠNG LƯỚI KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH

91. Sau bán hàng: Hãy thể hiện với khách hàng rằng bạn luôn quan tâm đến chất lượng dịch vụ mà bạn cung cấp. Sau khi bán hàng, bạn nên gọi điện cho khách hàng và hỏi họ:

- Quý vị có hài lòng với dịch vụ của công ty chúng tôi không?
- Quý vị thích điều gì nhất khi giao dịch với công ty chúng tôi?
- Quý vị mong muốn dịch vụ của công ty chúng tôi sẽ được cải thiện như thế nào?

Thiếu những thông tin quý giá này, bạn sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc cải tiến sản phẩm và dịch vụ của mình. Chưa kể một khi bạn đề nghị khách hàng đóng góp ý kiến và sau đó thực thi đúng theo những phản hồi của họ, khách hàng sẽ cảm thấy mình là một phần của những công việc mà bạn đang thực hiện, vì thế họ sẽ trung thành hơn với sản phẩm và dịch vụ của bạn. Ngoài ra, bạn hãy thường xuyên gửi đi những lá thư cảm ơn. Việc này không lấy đi của bạn quá nhiều thời gian và trí lực, nhưng sẽ đem lại cho bạn những hiệu quả bất ngờ thú vị. Vậy mà vẫn có không ít chủ doanh nghiệp lại bỏ qua công việc dễ chịu này. Hãy làm cho khách hàng thấy rằng bạn thật sự cảm kích họ. Họ sẽ nhớ mãi việc làm này của bạn, bởi phần lớn các đối thủ cạnh tranh đều không gửi đi các lá thư cảm ơn như bạn.

92. Quý vị có nhớ tôi không? Hãy gửi những lá thư viết tay mang tính cá nhân tới các khách hàng cũ của bạn. Bạn có thể viết: “Tôi đang ngồi tại bàn làm việc và tên của bạn bỗng nảy ra trong tâm trí tôi. Hãy cho tôi biết nếu bạn cần một sản phẩm túi xách nào đó. Tôi có thể ghé qua đưa cho bạn xem những kiểu mới nhất vào bất cứ lúc nào”. Hoặc nếu bạn làm quen với khách hàng tại một sự kiện nào đó, nội dung thế này sẽ rất phù hợp:

“Thật thú vị khi được gặp bạn tại bữa tiệc Giáng sinh. Tôi sẽ gọi điện cho bạn vào dịp năm mới và chúng ta cùng ăn trưa ở đâu đó nhé”.

Tương tự, bạn cần ghi nhớ các sự kiện đặc biệt. Hãy gửi thiệp chúc mừng sinh nhật, mừng ngày kỷ niệm, thiệp nghỉ lễ,... tới các khách hàng của bạn. Những món quà nhỏ cũng là công cụ tuyệt vời gây dựng lòng trung thành của khách hàng. Bạn không cần phải đánh đổi cả một gia tài để thể hiện sự quan tâm với khách hàng, mà hãy vận dụng tính sáng tạo pha lẫn những ý tưởng quà tặng thú vị có liên quan tới hoạt động kinh doanh của bạn, công ty của khách hàng hay những lần giao dịch mua sắm gần đây. Với tất cả những gì mà các khách hàng hiện tại có thể làm cho bạn, không có lý do nào để bạn không liên lạc với họ.

93. Để khách hàng biết rõ sự giúp đỡ của bạn: Bạn cần để khách hàng thấy rõ tất cả những gì bạn đang làm cho họ. Điều này có thể được thực hiện trong phương thức thư tin tức gửi tới khách hàng, hay bằng các cuộc gọi điện thoại, ghé thăm trực tiếp... Cho dù sử dụng phương pháp nào, thì bạn vẫn phải nêu bật được hình ảnh về một dịch vụ tuyệt vời mà bạn có thể cung cấp cho khách hàng. Nếu bạn không đề cập tới những gì bạn đang làm cho khách hàng, họ có thể sẽ không chú ý tới bạn. Sẽ không có gì là quá tự phụ khi bạn nói với khách hàng về tất cả những cố gắng của bạn để thoả mãn nhu cầu của họ. Chỉ cần một cú điện thoại để khách hàng biết rằng họ không phải lo lắng, bởi vì bạn đã hoàn tất mọi thủ tục giấy tờ, gọi điện thoại cho luật sư hay kiểm tra lần nữa để việc giao nhận được tiến hành đúng như đã hẹn – như vậy, khách hàng đã bớt đi một số công việc đáng lẽ ra họ phải làm.

94. Vượt xa những mong muốn cơ bản: Bạn có một đội ngũ nhân viên tận tụy, hay một nhóm chuyên giải quyết khó khăn cho khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả? Các chương trình trợ giúp trực tuyến sẽ có tác dụng như thế nào? Một trong những biện pháp tốt nhất để bổ sung giá trị và khiến bạn nổi bật giữa các đối thủ cạnh tranh là cung cấp một dịch vụ khách hàng hoàn hảo. Khách hàng luôn lựa chọn các sản phẩm/dịch vụ tương tự nhau trên cơ sở “trải nghiệm khách hàng” của họ, cụ thể là những trợ giúp mà họ có thể nhận được từ phía công ty bạn sau khi giao dịch bán hàng kết thúc. Một dịch vụ khách hàng chuẩn mực sẽ giúp bạn có được những lần mua sắm tiếp theo, những lời giới thiệu về công ty bạn từ các khách hàng cũ, từ đó gia tăng doanh số bán hàng nhờ số lượng khách hàng mới ngày một đông đảo hơn.

Một cách đơn giản nhằm đảm bảo dịch vụ khách hàng tốt là trao quyền rộng rãi hơn cho các nhân viên trong việc giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách hàng. Các cuộc nghiên cứu cho thấy, một khi có được sự tự do đó, nhân viên của bạn sẽ suy nghĩ một cách chiến lược hơn về công việc của họ và về hoạt động kinh doanh của bạn. Họ chăm sóc khách hàng chu đáo hơn, bởi vì họ hành động trên cương vị một người trợ giúp cho khách hàng, và bởi vì họ nắm vững các thông tin về sản phẩm/dịch vụ của công ty, triết lý kinh doanh, thực trạng ngành công nghiệp, những yếu tố cần thiết để công việc kinh doanh trở nên hiệu quả. Những nhân viên như vậy có thể thu hút khách hàng quay trở lại nhiều hơn, nhờ đó đem lại cho bạn một lợi thế cạnh tranh lớn hơn.

95. Để khách hàng quay trở lại nhiều hơn: Với sự gia tăng vùn vụt của các chi phí nhằm thu hút khách hàng mới, những nỗ lực tập trung vào việc giữ chân và đẩy mạnh doanh thu từ các khách hàng cũ ngày càng được chú trọng. Chi phí để có được một khách hàng mới cao gấp năm lần chi phí giữ chân một khách hàng cũ. Các chương trình khách hàng trung thành (chương trình phần thưởng khách hàng) cũng dần dần trở nên thiết yếu trong bối cảnh giá cả nhạy cảm và đầu đầu cũng là những sản phẩm/dịch vụ tương tự nhau. Dưới đây là một số điều bạn cần nắm vững khi xây dựng một chương trình phần thưởng khách hàng:

- Lựa chọn những phần thưởng phù hợp – các phần thưởng kiểu như “Mua sáu tặng một” luôn tiết kiệm chi phí hơn và thật sự có tác dụng thúc đẩy hoạt động kinh doanh của bạn.
- Nói với khách hàng những gì họ mong đợi; điều này sẽ lôi kéo họ sớm quyết định mua sắm theo các mục tiêu của họ.
- Quan tâm tới các khách hàng tốt nhất của bạn bằng những cấp độ phần thưởng khác nhau, gia tăng theo giá trị tiền mặt. Điều này sẽ chuyển các khách hàng giá trị thấp thành những khách hàng giá trị cao, nhằm bù đắp cho phần thiệt hại do các chương trình phần thưởng vốn chỉ thu hút các khách hàng đem lại lợi nhuận thấp.
- Dành những phần thưởng kiểu kết nạp vào một danh sách hay một chương trình đặc biệt nào đó nhằm động viên các khách hàng đăng ký tham gia. Bạn cũng cần giám sát hoạt động kinh doanh và chăm sóc khách hàng bằng việc đặt ra các mục tiêu cho chương trình này và luôn theo dõi kết quả một cách chặt chẽ.



PHẦN 20: HOÀN THÀNH CÁC MỤC TIÊU KINH DOANH.

96. Xem xét lại các mục tiêu của bạn: Giá trị của một mục tiêu nằm ở chỗ chúng có ổn định hay không và kết quả chúng đem lại cho bạn là gì. Nhưng điều đó không có nghĩa là mục tiêu nên bất di bất dịch. Bạn nên định kỳ xét duyệt lại các mục tiêu của bạn để xem liệu chúng có cần được thay đổi, điều chỉnh hoặc loại bỏ hay không. Sự thay đổi trong hoàn cảnh cá nhân của bạn, chẳng hạn như quyết định dành nhiều thời gian hơn cho gia đình, có thể khiến một vài mục tiêu trở nên không còn phù hợp nữa.

Điều bạn cần biết về các mục tiêu là: chúng chỉ là ... mục tiêu và chúng không quyết định trước các sự kiện sẽ xuất hiện hay không. Nói cách khác, bạn đặt mục tiêu 10 triệu USD doanh số bán hàng không có nghĩa là bạn chắc chắn sẽ đạt được con số này vào cuối năm. Dù muốn hay không, việc hoàn thành mục tiêu đề ra cần được xem như đòi hỏi thiết yếu trong cuộc sống của bạn. Một vài mục tiêu có tính chất quan trọng hơn các mục tiêu khác, nhưng thật không thông minh chút nào nếu bạn cứ dồn hết tâm trí để hoàn thành những mục tiêu đó.

97. Thư giãn! Nếu việc đặt ra và hoàn thành các mục tiêu không khiến bạn vui vẻ, vậy tại sao bạn còn bám khoăn theo đuổi chúng? Hãy để tâm trí dẫn dắt bạn tới những giấc mơ tuyệt vời, và đừng giới hạn các nhu cầu của bạn. Việc đặt ra các mục tiêu, và biến quá trình này thành một trò chơi thú vị là điều cần thiết đối với bạn, giúp cải thiện đáng kể cơ hội hoàn thành mục tiêu của bạn. Bên cạnh đó, việc đặt ra một mục tiêu mới sẽ thách thức bạn vươn tới những mục tiêu cao hơn.

Nhưng nếu bạn thất bại? Hãy đứng dậy, giữ bỏ mọi phiền muộn và đặt ra một mục tiêu mới. Tất cả chúng ta đều từng đặt mục tiêu và từng có ít nhất một lần thất bại. Nhiều người đã tự gây áp lực tâm lý khi nghĩ về các mục tiêu, do đó việc “hiện thực hóa” các mục tiêu bỗng nhiên trở thành điều hết sức khó khăn. Những người đó đã vô tình nhốt mình trong công việc và nghĩa vụ, mà không biết đến những hoạt động thực sự đem lại niềm đam mê. Trên thực tế, thất bại chỉ thật sự là thất bại, khi bạn không học hỏi được gì từ nó.

98. Sức mạnh của trí tưởng tượng: Khi bạn bắt đầu nghĩ tới các mục tiêu, hãy đặt bản thân vào tương lai và suy nghĩ về nó một cách thực tế. Bạn xác định thời điểm mục tiêu sẽ được hoàn thành, sau đó dừng lại, nhắm mắt và thử hình dung rằng bạn đang ở đó. Cảm giác của bạn như thế nào khi hoàn thành mục tiêu?

Khi bạn nghĩ đến các mục tiêu, hãy viết chúng ra giấy và đặt động từ ở thì hiện tại. Ví dụ, nếu mục tiêu của bạn là mở một nhà hàng, hãy viết như thể nhà hàng đã bắt đầu thành công: “Nhà hàng của tôi (tên của nhà hàng) là một địa điểm ẩm thực tuyệt vời! Chúng tôi nhận đặt chỗ vào tất cả các tối trong tuần. Nhà hàng được năm tờ báo địa phương phỏng vấn và hàng chục người gọi điện đến hỏi xem liệu nhà hàng có sẵn sàng nhượng quyền kinh doanh hay không. Ở đâu mọi người cũng đều nói rằng họ thật sự yêu thích thức ăn của nhà hàng!”.

Sau đó, bạn nên viết ra viễn cảnh về cuộc sống lý tưởng của bạn. Hãy để trí tưởng tượng của bạn vẽ nên những bức tranh tuyệt vời về bản thân. Liệu có điều gì trong cuộc sống thực tế ngăn trở bạn thực hiện viễn cảnh đó (không đủ nguồn tài chính, không có đủ kiến

thức...)? Hãy tạm coi như chúng không tồn tại và thử xem những gì bạn có thể theo đuổi. Dù sao, khả năng của bạn là không giới hạn mà.

99. Xây dựng những mục tiêu có ý nghĩa và xứng đáng để hoàn thành: Khi tìm kiếm những mục tiêu mới, hãy đảm bảo rằng chúng có đủ các đặc điểm sau:

- **Cụ thể.** Cơ hội đạt được mục tiêu của bạn sẽ lớn hơn rất nhiều, nếu bạn có một mục tiêu cụ thể. “Tăng vốn” không phải là một mục tiêu cụ thể, mà “tăng vốn lên 10.000 USD trước ngày 1 tháng 7” mới là mục tiêu cụ thể.
- **Lạc quan.** Các mục tiêu nên thể hiện tính tích cực và nâng đỡ. “Có khả năng thanh toán hoá đơn” không phải là một mục tiêu tạo nên sự hứng thú. “Vươn tới sự an ninh tài chính” mới là nội dung của một mục tiêu lạc quan.
- **Thực tế.** Nếu bạn đặt ra mục tiêu doanh thu 100.000 USD/tháng, trong khi bạn vẫn chưa thể đạt được con số đó trong cả năm, thì mục tiêu này xem ra phi thực tế. Hãy bắt đầu bằng những bước đi nhỏ, chẳng hạn như tăng thu nhập hàng tháng của bạn lên 25%. Sau khi mục tiêu đầu tiên của bạn được hoàn thành, bạn mới nên nghĩ đến những mục tiêu lớn hơn.
- **Ngắn hạn và dài hạn.** Các mục tiêu ngắn hạn là mục tiêu phải đạt được trong thời gian một vài tuần đến một năm. Các mục tiêu dài hạn là mục tiêu phải đạt được trong vòng 5, 10, hay thậm chí là 20 năm. Về cơ bản, các mục tiêu dài hạn có thể quan trọng và to lớn hơn các mục tiêu ngắn hạn, nhưng chúng vẫn nên sát với thực tế.

100. Lên kế hoạch cho thành công của bạn: Hiểu một cách đơn giản nhất, mục tiêu chỉ là điều gì đó bạn đang nhắm tới. Tuy nhiên, các mục tiêu luôn đóng vai trò quyết định trong mọi thành quả kinh doanh của bạn, dù theo nhiều cách khác nhau. Quy trình đặt ra mục tiêu sẽ buộc bạn suy nghĩ một cách kỹ lưỡng về những gì bạn mong muốn, cũng như các biện pháp tăng trưởng kinh doanh. Quy trình này giúp bạn định hướng hợp lý trong suốt lộ trình vươn tới các kết quả tăng trưởng.

Mục tiêu cũng là bộ khung của công việc, giúp bạn xác định công việc nào là cần thiết, công việc nào không thật sự góp phần hoàn thành mục tiêu đề ra. Một phần rất quan trọng của bộ khung công việc này là thời gian biểu - công cụ sẽ ảnh hưởng sâu rộng tới hành động của bạn.

Cuối cùng, hãy viết ra các mục tiêu của bạn và dán chúng lên một chỗ nào đó dễ thấy như bàn làm việc, gương nhà tắm, cánh tủ lạnh... để bạn có thể đọc được mỗi ngày. Bạn nghĩ rằng bạn đã ghi nhớ tất cả các mục tiêu cho ba tháng hay ba năm tới, nhưng những công cụ nhắc nhở bằng hình ảnh sẽ giúp bạn tập trung nhiều hơn vào các mục tiêu đã đặt ra và các nhiệm vụ bạn cần hoàn thành trong ngày để đạt được các mục tiêu đó.

(Dịch từ Entrepreneur)