

# NAPOLEON HILL

TÁC GIẢ CỦA *THINK AND GROW RICH* VỚI HƠN 60 TRIỆU BẢN ĐƯỢC PHÁT HÀNH

HOW TO SELL  
YOUR WAY THROUGH LIFE  
ĐỂ THẾ GIỚI  
BIẾT BẠN  
LÀ AI

First News



NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Châu Khánh Tâm, Lê Thị Hồng Thắm dịch

# THỰC HÀNH LUẬT HẤP DẪN

THU HÚT TIỀN BẠC, TÌNH YÊU, SỨC KHỎE,  
MỖI QUAN HỆ..



MIỄN PHÍ



## **ĐỂ THẾ GIỚI BIẾT BẠN LÀ AI**

***NAPOLEON HILL***

### **Chịu trách nhiệm xuất bản:**

Giám đốc - Tổng biên tập

ĐINH THỊ THANH THÚY

**Biên tập:** Cao Bá Định

**Sửa bản in:** Bích Thúy

**Bìa:** Hà Thảo

**Trình bày:** Văn Đông

### **NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

62 Nguyễn Thị Minh Khai - Q.1 - TP. HCM

ĐT: (028) 38225340 - 38296764 - 38247225

Fax: (028) 38222726

Email: tonghop@nxbhcm.com.vn

Website: www.nxbhcm.com.vn

#### **NHÀ SÁCH TỔNG HỢP 1**

62 Nguyễn Thị Minh Khai, Q.1, TP. HCM

- ĐT: 38 256 804

#### **NHÀ SÁCH TỔNG HỢP 2**

86 - 88 Nguyễn Tất Thành, Q.4. TP. HCM

- ĐT: 39 433 868

## **GIAN HÀNG M01 ĐƯỜNG SÁCH TP. HCM**

Đường Nguyễn Văn Bình, Q. 1, TP. HCM

### **Thực hiện liên kết:**

**CÔNG TY VĂN HÓA SÁNG TẠO TRÍ VIỆT (First News) 11H**

Nguyễn Thị Minh Khai, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM

In 3.000 cuốn, khổ 14,5 x 20,5 cm tại Công Ty TNHH In TM Trần Châu Phúc (262/8A Lũy Bán Bích, P. Hòa Thạnh, Q. Tân Phú, TP. HCM).

Xác nhận ĐKXB số 340-2018/CXBIPH/03-14/THTPHCM ngày 25-01-2018 - QĐXB số 595/QĐ-THTPHCM-2018 cấp ngày 23-05-2018.

ISBN: 978-604-58-7360-1

In xong và nộp lưu chiểu quý II/2018.

### **Mục lục**

[Lời tựa](#)

[Một trong những điều hay nhất về quyển sách này chính là nó đã đáp ứng kỳ](#)

[vọng của người đọc](#)

[Lời thách thức cuộc sống](#)

[Về cuốn sách bạn đang cầm trên tay](#)

**[PHẦN I: CÁC NGUYÊN TẮC TÂM LÝ HỌC THỰC HÀNH ĐƯỢC SỬ DỤNG](#)**

**[TRONG ĐÀM PHÁN](#)**

Chương 1: Phần mở đầu - Định nghĩa nghệ thuật bán hàng

Chương 2: Đánh bóng tên tuổi theo cách khôn ngoan

Chương 3: Chiến lược nghệ thuật bán hàng bậc thầy.

Chương 4: Những phẩm chất cần phát triển ở một bậc thầy bán hàng

Chương 5: Tự kỷ ám thị

Chương 6: Tập thể trí tuệ ưu tú

Chương 7: Sự tập trung

Chương 8: Tính chủ động và khả năng lãnh đạo

Chương 9: Đánh giá khách hàng tiềm năng

Chương 10: Vô hiệu hóa tâm trí khách hàng

Chương 11: Nghệ thuật chốt một vụ mua bán

## **PHẦN II: NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG TRONG TIẾP THỊ DỊCH VỤ CÁ NHÂN**

Chương 12: Lựa chọn công việc

Chương 13: Xác định mục tiêu sự nghiệp cả đời

Chương 14: Thói quen bỏ ra nhiều hơn nhận lại (1)

Chương 15: Một tính cách tích cực

Chương 16: Tinh thần hợp tác

Chương 17: Lựa chọn nghề nghiệp

Chương 18: Tạo quỹ thời gian của bạn

Chương 19: Kế hoạch tổng thể để có được một công việc

### **PHẦN III: NHỮNG ĐIỀU BẠN CÓ THỂ HỌC TỪ HENRY FORD**

Chương 20: Mục đích đơn nhất

Chương 21: Lòng kiên trì

Chương 22: Niềm tin

Chương 23: Tính quả quyết

Chương 24: Tinh thần thượng võ

Chương 25: Phân bổ thời gian và chi tiêu

Chương 26: Khiêm tốn

Chương 27: Thói quen bỏ ra nhiều hơn nhận lại (2)

Chương 28: Bậc thầy bán hàng Henry Ford

Chương 29: Tích lũy sức mạnh

Chương 30: Tự chủ

Chương 31: Nỗ lực có tổ chức

Chương 32: Tính chủ động

### **PHẦN IV: QUY TẮC ĐẮC NHÂN TÂM TRỤ VỮNG TRONG HƠN 4.000 NĂM**

Chương 33: Nếu tôi là tổng thống Mỹ

Chương 34: Nguyên tắc vàng

Chương 35: Thái độ tinh thần phải đúng đắn

[Chương 36: Xung đột giữa chủ lao động và người lao động](#)

[Chương 37: Thế giới mới](#)

## **LỜI TỰA**

Giống như hàng triệu người khác, tôi là một người hâm mộ cuồng nhiệt tác phẩm kinh điển vượt thời gian Think and Grow Rich(1) của tác giả Napoleon Hill. Được xuất bản lần đầu tiên vào năm 1937, tác phẩm này hoàn toàn khác biệt so với những cuốn sách tự lực tốt nhất của thế kỷ XX.

*(1) Được First News xuất bản với tựa Nghĩ giàu & Làm giàu.*

Trước khi viết Think and Grow Rich, Napoleon Hill có một cuộc sống khá trầm lặng, ít được mọi người biết đến. Trong How to Sell Your Way Through Life, Napoleon Hill kể về hành trình nhiều năm của ông trên con đường hoàn thiện các kỹ năng của một bậc thầy bán hàng và người huấn luyện bán hàng. Cuốn sách được viết trong thời điểm cả nước Mỹ chìm sâu trong cuộc Đại suy thoái và để viết tác phẩm này, Hill đã liên lạc, phỏng vấn và hợp tác với những người thành công nhất trên khắp đất nước như Andrew Carnegie, Henry Ford, Thomas Edison và nhiều người khác nữa.

Những thông tin trong How to Sell Your Way Through Life đều có nét tương đồng với những diễn biến kinh tế đang xảy ra lúc này. Như thế Hill viết cho nền kinh tế ngày nay khi ông ấy nói: “Cuộc suy thoái kinh tế không phá hủy đi thị trường của sáng tạo; thật ra, nó còn gia tăng nhu cầu và mở rộng lãnh địa cho sáng tạo. Thế giới nằm trong tay những người biết sử dụng óc sáng tạo của họ”.

Ta có thể xem How to Sell Your Way Through Life là một khóa học đặc biệt



về nghệ thuật bán hàng, bởi từ cách áp dụng tâm lý học trong đàm phán và buôn bán đến cách phân tích chứng minh, cách suy nghĩ tích cực và tất cả

những điều quan trọng của Nguyên tắc Vàng đều được thể hiện trong cuốn sách này.

Hãy dành ra một ít thời gian để đọc những trang sách này, và các bạn sẽ

hiểu được vì sao Napoleon Hill được xem là một trong số những triết gia kinh tế bậc thầy trong thời đại của chúng ta.

### **- Ken Blanchard**

*Đồng tác giả của hai quyển sách The One Minute Manager và The One Minute Entrepreneur*

**TÁC GIẢ QUẢNG BÁ CHÍNH MÌNH BẰNG "TÒA LÂU ĐÀI TRÊN ĐỒI(2)" NỔI TIẾNG.**



*Cái nhìn thoáng qua về tầm vóc và sự nguy nga của "Ngôi nhà kiêu mẫu Mỹ"*

*của Napoleon Hill hướng ra bờ hồ Dora xinh đẹp của Florida.*

*(2) Castle on the Hill: Tòa lâu đài trên đồi, cũng là tên của tác giả.*

## **MỘT TRONG NHỮNG ĐIỀU HAY NHẤT VỀ**

## **QUYỀN SÁCH NÀY CHÍNH LÀ NÓ ĐÃ ĐÁP**

## **ỨNG KỲ VỌNG CỦA NGƯỜI ĐỌC**

Những cuốn sách triết lý về "cách để thành công" đang khá phổ biến trên thị trường hiện nay. Tuy nhiên, hiếm có một tác giả nào chứng minh rõ ràng được những ý tưởng mà mình viết ra trong sách là hữu ích, hay đã được kiểm chứng bằng chính bản thân tác giả về tính hiệu quả của chúng trong cuộc sống thực tiễn.

Chúng tôi đề cập đến những điều này, mục đích không phải là để khoe khoang khả năng của Hill mà là để đem đến cho độc giả niềm tin rằng những gì bạn sắp đọc là những điều thực tiễn, khả thi và là những triết lý đã được chứng minh. Khi đọc cuốn sách này, bạn sẽ cảm nhận được sự hiện diện của chính tác giả trong từng trang sách. Những bài học không chỉ được viết ra; chúng đã được sống lần đầu tiên và sau đó được đưa vào từng trang in.

Napoleon Hill đã áp dụng những triết lý và phương pháp được viết trong cuốn sách này để quảng bá hình ảnh bản thân một cách hiệu quả, bởi ông sống trong một lâu đài ở bang Florida - một trong những địa điểm tham quan nổi tiếng khắp miền Nam. Từ lâu đài, ông không chỉ được tận hưởng một góc nhìn tuyệt đẹp hiếm hoi của hồ Dora mà còn được chiêm ngưỡng toàn bộ thị trấn Mount Dora, trong "Tam giác Vàng".

Hill là người đầu tiên sở hữu tòa lâu đài này. Được biết, nó có giá trị lên đến 100.000 đô la. Tòa lâu đài được phát triển trở thành "một

ngôi nhà Mỹ kiểu mẫu". Đây là nơi mà 15 đứa trẻ đã được nhận nuôi và được học những triết lý thành công của Hill. Và vì thế, có lẽ chúng cũng sẽ học được cách quảng bá thành công bản thân mình.

Minh chứng rõ ràng của những biện giải phong phú này, theo một lối rõ ràng, chính là tác giả không thể chỉ kê ra đơn thuốc cho sự thành công, mà ông còn có thể làm cho những lý thuyết đó trở nên hiệu quả đối với bản thân mình. Trong một lá thư cá nhân không có ý định công bố gửi cho các nhà xuất bản sách, Hill đã viết:

*"Có một điều mà bạn có thể chắc chắn, đó là tôi và vợ tôi đã xông vào cuộc sống và thật sự khiến nó phải trả theo kỳ hạn cho chúng tôi một cuộc sống vẹn toàn, tràn ngập trong những chuỗi hạnh phúc nối tiếp nhau. Chúng tôi đã tìm ra những thứ mang lại sự bình yên trong tâm hồn mình và những thứ mang lại niềm vui đích thực trong cuộc sống. Tôi đã rất ngạc nhiên không hiểu vì sao trước đây mình không khám phá ra được khối tài sản khổng lồ này của bản thân".*

*"Nếu tôi có thể họa bức tranh ngôn ngữ biểu đạt chân thật vận may mà tôi và vợ*

*mình có được trong đời, bằng cách áp dụng triết lý mà tôi đang cố gắng truyền đạt cho người dân Hoa Kỳ, thì tôi tin rằng các ông sẽ không kịp in sách để đáp ứng nhu cầu của độc giả đâu".*

Và vì thế, trên tinh thần này, chúng tôi xin gửi đến cho các bạn quyển sách **Để thế giới biết bạn là ai** của tác giả Napoleon Hill.

### **- Napoleon Hill Foundation**

*Edison vĩ đại đã thất bại 10.000 lần trước khi ông tạo ra được bóng đèn điện dây tóc sáng rực. Vì thế, đừng vội nản lòng và bỏ cuộc nếu gặp thất bại một hoặc hai lần trước khi những kế hoạch của bạn thành công.*

## **LỜI THÁCH THỨC CUỘC SỐNG**

Tinh thần mà tác giả truyền tải trong quyển sách này liên quan mật thiết đến cuộc sống của chính ông ấy.

Cuộc sống, người không thể làm chủ được ta bởi ta cự tuyệt tuân theo những quy luật hà khắc mà người đã đề ra.

Khi người làm ta tổn thương, ta sẽ cười và nụ cười sẽ xóa tan mọi khổ đau.

Ta tận hưởng niềm vui từ người bất cứ khi nào ta tìm được nó. Nỗi buồn mà người mang đến không khi nào làm ta chán nản hay sợ hãi, bởi tiếng cười luôn ngự trị trong tâm hồn ta.

Khi ta có được thứ ta muốn, ta sẽ vui vẻ, nhưng những thất bại tạm thời không làm cho ta buồn chán. Ta chỉ đơn giản gieo điệu nhạc cho ngôn từ

của thất bại và biến chúng thành một bài hát của tiếng cười.

Những giọt nước mắt người tạo ra không phải dành cho ta. Ta thích tiếng cười hơn nhiều và bởi vì yêu thích tiếng cười, ta sẽ dùng nụ cười như một thể thân của tiếc thương, muộn phiền, nỗi đau hay thất vọng.

Cuộc sống, người chính là một kẻ lừa đảo hai mặt, đừng phủ nhận điều đó!

Người mang cảm xúc của tình yêu len lỏi vào trái tim ta để rồi người lại sử

dụng nó như những chiếc gai nhọn đâm vào tâm hồn ta. Nhưng ta đã học được cách để né tránh cái bẫy đó của người – bằng những tiếng cười.

Người cố gắng quyến rũ ta bằng những thỏi vàng. Nhưng thay vì nghe theo người, ta đã đánh lừa người bằng cách đi theo lối mòn dẫn đến kho tàng tri thức.

Người xui ta xây dựng nên những tình bạn đẹp đẽ, để rồi người lại biến bạn ta trở thành kẻ thù, khiến trái tim ta trở nên sắt đá. Nhưng ta đã tránh khỏi sự thất thường của người bằng cách cười vào nỗi lực của người và ta đang tự

chọn những người bạn mới theo cách của riêng mình.

Người khiến mọi người dỗi gặt ta trên chốn thương trường, điều đó khiến ta sẽ trở nên hà khắc và cáu kỉnh. Nhưng ta sẽ lại chiến thắng bởi ta sở hữu một tài sản vô giá, một thứ không ai có thể cướp đoạt được, ĐÓ CHÍNH LÀ

SỨC MẠNH ĐỂ LUÔN CÓ NHỮNG SUY NGHĨ CỦA RIÊNG TA VÀ LUÔN ĐƯỢC LÀ CHÍNH MÌNH, cộng với khả năng cười vào nỗi đau của người.

Người dùng cái chết để đe dọa ta. Nhưng với ta, cái chết chỉ là một giấc ngủ

dài yên bình và ngủ cũng là một trong những trải nghiệm ngọt ngào nhất của con người, không kể đến tiếng cười.

Người nhóm lên ngọn lửa hy vọng trong lồng ngực ta, sau đó lại tưới một gáo nước lạnh vào ngọn lửa đó. Nhưng ta đã đi nước cờ tốt hơn bằng cách dập lại ngọn lửa ấy bằng chính sức mình – và cười nhạo người lần nữa.

Người gài những kẻ thù xấu xa trên con đường ta đi, những kẻ luôn cố gắng tấn công danh tiếng và phá hủy lòng tin nhiệm bản thân của ta. Nhưng một lần nữa người lại thất bại vì ta đã công khai những nỗ lực mà kẻ thù bỏ ra để chống lại ta. Điều này đã thu hút những người bạn mới chú ý đến ta. Ta

sẽ không bao giờ có thể biết đến họ nếu không có sự phản bội này.

Một phần tư thế kỷ trôi qua, người xô đẩy ta vào hết trở ngại này đến trở

ngại khác dưới mọi hình thức của sự thất bại.

Nhưng từ những thất bại đó, ta đã rút ra được cho mình những kinh nghiệm quý giá và biến nó thành triết lý của sự thành công. Giờ đây, những triết lý này đã trở thành một công cụ hữu ích, mang lại vô số niềm vui, tiếng cười cho những người khác.

Và những người bạn mới này của ta sẵn sàng trả cho ta gấp đôi với mỗi phút giây thất bại mà người áp đặt lên ta.

Người đưa ta đến với thế giới này trong cảnh nghèo khó.

Nhưng điều này lại chứng minh rằng khổ khó chỉ là phước lành trong bộ

dạng cải trang, bởi nghèo đói đã dạy ta tính kiên nhẫn, cần cù, óc sáng tạo, thái độ ôn hòa, tính khiêm tốn và hàng trăm những điều hữu ích khác nữa, những điều mà những người nhàn rỗi không bao giờ được biết.

Cuộc sống, người lướt qua mọi thứ trong phạm vi quan tâm của ta bởi người không còn thứ gì khác để dụ dỗ ta ra khỏi tiếng cười và người không thể đe dọa được ta.

Cuốn sách này không được viết với mục đích truyền tải tinh thần anh hùng hay sự tài hoa. Mục đích duy nhất của nó là truyền đạt những kiến thức thực tế về triết lý đàm phán.

Những thông tin này rất chính xác bởi nó được hình thành từ kinh nghiệm trong cuộc sống của hàng trăm người thành đạt - những con người có khởi đầu cuộc sống khó khăn và đã tự vươn lên để nắm giữ những chức vụ đáng ngưỡng mộ trên thế giới. Do đó, cuốn sách này nên trở thành một quyển sổ

tay cho những người vừa mới tốt nghiệp và sẵn sàng quảng bá bản thân thành công. Nếu tôi có thể mang cuốn sách này đến được tay của những đứa trẻ còn đang học trung học ở mọi gia đình và cả

những sinh viên vừa tốt nghiệp từ các trường kinh tế, tôi sẽ cảm thấy mình đã có những đóng góp nhất định cho cuộc sống thành công của hàng trăm, thậm chí hàng ngàn người trẻ, những người ngày nay vẫn còn đang mò mẫm trong bóng tối để tìm ra con đường dẫn đến sự tự quyết của mình.

### **- Napoleon Hill**

*Cái mà tất cả mọi người đều cần chính là một tâm trí minh mẫn, một cơ thể tráng kiện và một mong muốn chân thành mang nhiều dịch vụ đến cho càng nhiều người càng tốt.*



*Napoleon Hill (1883-1970)*

*"Đừng chờ đợi, thời gian chẳng có gì khác ngoài NGAY BÂY GIỜ."*

*Bắt đầu ngay chỗ bạn đứng, với tất cả những gì mình có, những phương tiện tốt hơn sẽ được tìm thấy dọc theo cuộc hành trình."*

## **VỀ CUỐN SÁCH BẠN ĐANG CẦM TRÊN TAY**

Ba mươi lăm năm trước, một chàng thanh niên trẻ tuổi đã nhảy khỏi chuyến tàu chở hàng đang chạy ở Đông Orange, N .J, và vội vã lên đường đến phòng thí nghiệm của Thomas A. Edison.

Khi được hỏi về nghề nghiệp của mình trước khi được phép gặp Edison, chàng thanh niên trẻ đã mạnh dạn trả lời: "Tôi sẽ trở thành cộng sự của ông ấy!".

Sự táo bạo này đã giúp anh vượt qua được cửa ải người thư ký. Một giờ sau đó, anh đứng ở nơi làm việc, trở thành một nhân viên lau sàn nhà trong nhà máy của Edison. Chỉ 5 năm sau, anh ấy đã trở thành một người cộng sự

tuyệt vời của Edison. Tên của chàng trai đó là Edwin C. Barnes, người được biết đến trên khắp nước Mỹ như là một nhà phân phối máy ghi âm Ediphone. Ông sống ở bang Florida, không quá xa quê nhà của tôi. Tôi biết đến ông từ 25 năm trước, và qua những mối quan hệ cá nhân bạn bè gần gũi, tôi được biết ông ấy đã quảng bá bản thân với Edison bằng các nguyên tắc tâm lý học bán hàng được mô tả trong Phần Một của cuốn sách này.

Edwin Barnes đã tích lũy được một khối tài sản lớn hơn những gì ông cần.

Mỗi đồng xu có được trong khối tài sản ấy đều nhờ một giờ mà ông bỏ ra để

nói chuyện riêng cùng Edison. Trong một giờ đồng hồ đó, ông đã quảng bá bản thân và nhờ đó, ông có được cơ hội trở thành cộng sự cho người đàn ông vĩ đại nhất mà đất nước này từng có. Nhìn chung, những giờ phút nói



chuyện đó đáng giá đến hàng triệu đô la mà sau này Edwin Barnes tích lũy được.

Công việc đầu tiên của tôi là làm thư ký cho tướng Rufus A. Ayers, người mà tôi đã từng làm việc cùng từ khi tôi còn là một thiếu niên. Trước năm 20

tuổi, tôi đã trở thành giám đốc quản lý một trong những mỏ than của ông Ayers. Bước chuyển mình từ một người thư ký trở thành một giám đốc quản lý chỉ diễn ra trong vòng một giờ. Khi đó, tôi đã tiến cử bản thân vào một vị

trí tốt hơn bằng cách xung phong thực hiện một công việc bí mật mà không đòi hỏi thù lao. Việc làm đó đã thay đổi cả cuộc sống của tôi và trực tiếp mang tôi đến với Andrew Carnegie.

Thực tế, nó còn ảnh hưởng xa hơn nữa đến bản thân tôi và hàng ngàn người khác.

Nếu bạn yêu cầu tôi nói cho bạn biết tại sao cuốn sách này lại có lợi cho bạn và đòi tôi đưa ra bằng chứng để chứng minh rằng tôi là một phần của Đế

thế giới biết bạn là ai, tôi sẽ vén tấm rèm cửa nhà mình lên để bạn thấy được cuộc sống riêng tư của tôi và cung cấp cho bạn những thông tin bằng những lời lẽ trung thực nhất.

Ba mươi năm trước đây, với một lời đề nghị, tôi đã bắt đầu hợp tác với Andrew Carnegie thực hiện kế hoạch sắp xếp những nguyên nhân dẫn đến thành công và thất bại thành một triết lý về thành tựu cá nhân. Trong 30

năm nghiên cứu đó, điều cần thiết với tôi là liên hệ, phỏng vấn và đạt được thỏa thuận hợp tác với những người thành công nhất trên đất nước này,

như Henry Ford, Thomas A. Edison, John Wanamaker, Luther Burbank, Woodrow Wilson, và những người thành công khác.

Từ kinh nghiệm phong phú của những con người này, tôi đã hoàn thiện triết lý thực tiễn về thành tựu cá nhân với tựa đề The Law of Success (Quy luật Thành công).

Bằng chứng rõ nhất về tính vững chắc và thực tiễn của triết lý đó có thể

được tìm thấy trong cách tôi áp dụng nó vào việc quảng bá bản thân. Những phúc lành mà triết lý này mang lại cho tôi là rất nhiều và điều tuyệt vời nhất trong số đó chính là giờ đây tôi có thể thẳng thắn tuyên bố rằng tôi đã quảng bá bản thân thành công đến mức tôi có được mọi thứ cần thiết để

đạt đến hạnh phúc, kể cả sự tự do tuyệt đối khỏi những lo lắng về tiền bạc.

Tôi đã kết hôn với người phụ nữ mà tôi lựa chọn. Ở nàng, tôi tìm thấy một sự hòa hợp và một vốn kiến thức đủ để tâm trí của tôi tiếp tục yên bình.

Nàng còn truyền cho tôi nguồn cảm hứng, thúc đẩy tôi tiếp tục vươn đến những mục tiêu xa hơn bất kỳ khát khao nào tôi có trước khi chúng tôi gặp nhau.

Có được sự chuyển hóa những triết lý của mình vào đặc quyền được sống, được có lựa chọn theo cách riêng mình, trong bất kỳ phần nào của một thế

giới mà tôi ao ước, tôi và vợ mình đã quyết định xây dựng tổ ấm lâu dài ở

hồ Dora, bang Florida, một nơi ngập tràn ánh nắng, trong một tòa lâu đài được bao quanh bởi rừng cây xanh và không khí trong lành.

Nơi đây cách xa thế giới bên ngoài đủ để chúng tôi cảm thấy được sự riêng tư, và cũng đủ

gần để giữ chúng tôi hòa nhịp con tim, tâm trí cùng với những người hàng xóm.

Mỗi ngày, chúng tôi dành ra từ 1 đến 3 giờ để tham gia hội nghị Master Mind(3) của riêng mình. Ở đó, chúng tôi phân tích kế hoạch và chuẩn bị một số thứ để mang lại lợi ích cho những người kém thành công hơn chúng tôi trong việc quảng bá bản thân họ suốt đời.

*(3) Nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú, xem thêm ở chương 6.*

Chúng tôi không sợ hãi bất kỳ điều gì thuộc về tự nhiên, chúng tôi không có nỗi lo lắng nào. Chúng tôi không cảm thấy do dự trong quá khứ, hiện tại, hay tương lai. Chúng tôi có sức khỏe tốt và chúng tôi hy vọng những năm tháng phía trước đủ để chúng tôi có thể viết thêm một cuốn sách sau khi cuốn này được hoàn tất. Chúng tôi cởi mở với tất cả mọi thứ và tất cả mọi người, và tạo ra công việc kinh doanh để học hỏi những điều thú vị hay những giá trị từ những người mà chúng tôi hợp tác.

Vợ tôi đặc biệt thích trẻ con. Vì chúng tôi không có con, vợ tôi đã nhận nuôi 15 đứa trẻ vô gia cư trong độ tuổi từ 6 đến 10. Với nàng, gia đình sẽ không bao giờ hoàn thiện nếu nàng không được tận tay chăm lo từng miếng ăn, cái mặc, che chở và dạy dỗ chúng. Vợ chồng tôi sẽ nhận trách nhiệm nuôi dưỡng bọn trẻ cho đến khi chúng trưởng thành và hoàn toàn có thể tự

quảng bá bản thân thành công giữa đời.

Niềm yêu thích của tôi chính là vợ tôi!

Tôi đã trải qua 15 năm tìm kiếm mới tìm thấy nàng. Tôi đã bán bản thân mình cho nàng nhờ vào những nguyên tắc của nghệ thuật bán hàng mà tôi miêu tả trong cuốn sách này. Tôi tin rằng đây chính là

bằng chứng tuyệt vời nhất về tính chính xác của những quy luật bán hàng mà tôi đã miêu tả.

Nếu bạn đọc cuốn sách này, bạn sẽ nhận thấy tâm trí của mình đang tạm thời kết nối với những người có cuộc sống hạnh phúc hoàn hảo, những người có thể thành thật nói: "Cuộc sống không thể cho tôi những thứ mà tôi chưa có". Trong những ngày tháng hỗn loạn, khi mà một nửa thế giới đang được vũ trang đến tận chân răng, đe dọa hủy diệt nền văn minh loài người với những ý định tham lam và sự ham muốn quyền lực, việc tìm được một người có khả năng khiến cuộc sống chi trả theo cách người đó muốn mà không làm tổn hại đến những người khác quả là một phép màu.

Triết lý mà tôi và vợ mình đã bán để có được hạnh phúc theo cách của chúng tôi đã được miêu tả đầy đủ và thẳng thắn trong cuốn sách này. Tinh thần của triết lý này có thể tìm thấy trong những thử thách cuộc sống và tôi đã từng viết gần 10 năm trước, những tháng ngày sau cuộc Đại khủng hoảng, đã cắt đi thu nhập và hủy hoại toàn bộ tài sản của tôi (Tham khảo những trang đầu tiên của cuốn sách này).

Nhịp điệu sống trong ngôi nhà ở Florida của chúng tôi có cả sự tích cực lẫn tính lây lan vì nó được xây dựng dựa trên sự hòa quyện của hai tâm hồn từ

hai con người đang làm chính xác những điều mà mình mong muốn, và thông qua công việc, họ đã tìm thấy được niềm hạnh phúc viên mãn. Nhịp điệu trong môi trường này cũng tác động đến những người tiếp xúc với cuộc

sống của chúng tôi, bao gồm tất cả thành viên trong gia đình, các nhân viên thư ký, những đứa trẻ được nhận nuôi và tất cả những người đến thăm chúng tôi. Đáng chú ý là nhịp điệu này chính là thứ đầu tiên mà những vị

khách cảm nhận được khi đặt chân vào căn nhà, và họ luôn nói rằng nó đã truyền cho họ những nguồn cảm hứng mạnh mẽ.

Nhịp điệu của sự phong phú và yên bình trong tâm trí cũng được thể hiện qua những dòng chữ trong cuốn sách này.

Mỗi từ trong đó đều được tôi và vợ mình chọn lựa, cân đo đong đếm và tính toán một cách kỹ càng trước khi gửi cho nhà xuất bản. Chúng tôi sẽ rất ngạc nhiên nếu có độc giả nào không tìm thấy được niềm cảm hứng từ nhịp điệu của cuốn sách này khi đọc nó.

Cuốn sách gồm bốn phần. Phần Một miêu tả triết lý đàm phán thông qua hoạt động của những người quảng bá bản thân thành công mà không gây ra va chạm trong các mối quan hệ với người khác. Trọn cả Phần Hai được dành để nói về triết lý của việc quảng bá dịch vụ cá nhân cho mọi tính cách, đặc biệt nhấn mạnh vào những câu chuyện có thật, mang giá trị tuyệt vời đối với những người trẻ mới bắt đầu sự nghiệp. Phần Ba chủ yếu phân tích toàn diện về những phương pháp mà một người giàu có bậc nhất nước Mỹ, Henry Ford, đã dùng để quảng bá bản thân mình để từ một người nghèo khó trở thành một người nổi tiếng và giàu có.

Những câu chuyện có thật được kể trong bốn phần của cuốn sách này không chỉ đơn thuần là được viết lại. Đây là những câu chuyện đã được sống

bởi những người đàn ông, phụ nữ góp phần đưa nước Mỹ trở thành một đất nước công nghiệp vĩ đại nhất hành tinh. Tôi đã thu thập những câu chuyện này trong vòng 30 năm từ nhiều người đặc biệt, những người sống một cuộc sống mà tự nó đã là một công việc bán hàng. Từ đó, tôi đã học hỏi được những kinh nghiệm cực kỳ phong phú của Frank A. Vanderlip(4), John D.

Rockefeller(5), Dr. David Starr Jordan(6), Harvey S. Firestone(7), William Wrigley(8), Jr., F. W. Woolworth(9), James J. Hill(10), Charles M. Schwab(11) và những người đã tự bán bản thân họ bằng cách sử dụng các nguyên tắc mà tôi đã miêu tả trong cuốn sách này để đạt được sự giàu có đến mức khó tin.

(4) *Frank A. Vanderlip (1864-1937): Giám đốc ngân hàng National City Bank of New York (Citi Bank ngày nay), xuất thân từ nghề báo.*

(5) *John D. Rockefeller (1839 – 1937): Nhà công nghiệp giữ vai trò quan trọng trong ngành công nghiệp dầu mỏ thời sơ khai. Ông là người sáng lập công ty Standard Oil. Ông được xem là một trong những người giàu có nhất lịch sử với khối tài sản tương đương 663 tỷ đô la.*

(6) *Dr. David Starr Jordan (1851-1931): Nhà giáo dục, người theo thuyết ưu sinh, nhà hoạt động vì hòa bình, hiệu trưởng trường Đại học Indiana và là nhà sáng lập Đại học Stanford.*

(7) *Harvey S. Firestone (1868-1938): Doanh nhân và là nhà sáng lập của Firestone Tire and Rubber Company, công ty sản xuất lốp xe hơi đầu tiên trên thế*

*giới.*

(8) *William Wrigley (1861-1932): Nhà tư bản công nghiệp sản xuất kẹo cao su, là*

*nhà sáng lập của công ty sản xuất kẹo cao su nổi tiếng Wm. Wrigley Jr. Company.*

*Thương hiệu kẹo Doublemint thuộc công ty này.*

(9) *Jr., F. W. Woolworth (1852-1919): Chủ doanh nghiệp và là người sáng lập F.*

*W. Woolworth Company, một trong những hệ thống bán lẻ đầu tiên trên thế giới.*

(10) *James J. Hill (1838-1916): "Ông trùm" trong ngành đường sắt, sáng lập và điều hành Great Northern Railway. Ông được mệnh danh là "Người xây dựng đế*

*chế".*

*(11) Charles M. Schwab (1862-1939): Ông từng là kỹ sư trong nhà máy thép của Andrew Carnegie, sau đó trở thành người điều hành của công ty thép Bethlehem và nhanh chóng trở thành một trong những ông lớn trong ngành thép thế giới.*

Tôi không nhấn mạnh quá mức tầm quan trọng của việc nghiên cứu cẩn thận về câu chuyện làm giàu của Henry Ford được đề cập trong Phần Ba, bởi vì ngay chính trong những trang sách này đã có một bản phác thảo chân thực về những nguyên tắc mà mọi người phải dùng để quảng bá bản thân một cách hiệu quả. Nó có thể sẽ hữu ích nếu bạn thực hiện từng bước một 17 nguyên tắc thành công được miêu tả trong bài phân tích về Ford, cẩn thận quan sát cách mà Ford đã áp dụng từng nguyên tắc này vào cuộc sống.

Phần Bốn dành để phân tích một nguyên tắc cực kỳ quan trọng, chịu trách nhiệm cho mọi điều tốt đẹp trong nền văn minh hiện tại của chúng ta. Tất cả những người thành đạt và nắm giữ những vị trí quan trọng trong cuộc sống cần phải hiểu và áp dụng nguyên tắc này. Nếu bạn không biến những nguyên tắc này trở thành một phần cơ bản trong nghệ thuật bán hàng, bạn

có thể có khả năng quảng bá bản thân một cách hiệu quả để đạt được vị trí cao hơn, nhưng bạn sẽ không thể nắm giữ được những thành công của mình. Có lẽ, sẽ có một vài người phản nản rằng Phần Bốn giống như một bài thuyết giảng về đạo đức. Nhưng thật ra nó là gì? Lúc này tôi chẳng thể

nghĩ được điều gì đúng đắn mà tôi và bạn và hầu hết những người khác đang sống hiện nay cần hơn là cải thiện các phương thức gắn kết giữa chúng ta với những người khác trong kinh doanh và trong các mối quan hệ xã hội.

Phần Bốn nên được mọi người dân Hoa Kỳ, những người nắm trong tay quyền bầu cử tìm đọc, bởi nó miêu tả chính xác những nguyên tắc mà thông qua đó Franklin D. Roosevelt đã làm được một công việc bán hàng tốt nhất trong lịch sử nước Mỹ trong nhiệm kỳ tổng thống đầu tiên của mình, khi ông chấm dứt được tình trạng hỗn loạn,

sợ hãi và thuyết phục mọi người tin vào giá trị của đất nước họ đang sống. Điều thú vị là người dân đã không còn tin tưởng vào Franklin D. Roosevelt ở nhiệm kỳ thứ hai nữa, bởi ông đã không áp dụng nguyên tắc mà ông đã làm rất tốt trong nhiệm kỳ đầu tiên.

Phần Bốn này cũng đề cập đến điều mà tôi tin là sẽ xảy ra bởi mối tương quan giữa Tổng thống Franklin D. Roosevelt và John L. Lewis(12). Suy thoái kinh tế đã khiến cho hàng ngàn người bị mất việc. Bất cứ nguyên tắc ứng xử

nào của con người có khả năng tạo ra những kết quả to lớn như vậy đều xứng đáng để những người đang cố gắng quảng bá bản thân hiệu quả phân tích cẩn thận.

*(12) John L. Lewis (12-02-1880 – 11-6-1969): Là chủ tịch liên đoàn công nhân mỏ*

*than Hoa Kỳ và là người sáng lập Hội các tổ chức công nghiệp Hoa Kỳ (CIO -*

*Congress of Industrial Organizations) với mục đích công đoàn hóa những công nhân có tay nghề thấp để hình thành một tổ chức thống nhất trong quá trình đàm phán với các chủ doanh nghiệp. Tổ chức này chống lại những chính sách của Liên đoàn Lao động Hoa Kỳ (AFL). Lewis là nhân vật gây tranh cãi trong nước Mỹ về*

*các hoạt động cũng như chính sách giành quyền lợi cho người lao động, nhưng gây chia rẽ nền kinh tế.*

Nguyên tắc được phân tích trong Phần Bốn đã cho thấy cách mà thế giới có thể quảng bá chính mình, nhằm thoát ra khỏi sự phá sản về tinh thần đang bị kéo theo kể từ khi Chiến tranh thế giới nổ ra. Đây là nguyên tắc duy nhất có khả năng ngăn chặn một cuộc chiến tranh thế giới khác xảy ra. Đây chính là giải pháp duy nhất có thể giải quyết tất cả những vấn đề trong cuộc tranh luận giữa tổng thống Hoa Kỳ và các nhà lãnh đạo kinh doanh, công nghiệp chủ chốt, những người đã cung cấp nguồn sống cho đất nước. Đây cũng là giải



pháp duy nhất cho lối lao động mãnh khỏe, đang tổn hại đến con người cả trong sự yên bình của tâm trí lẫn hàng triệu đô la tiền lương mà lẽ ra họ

phải có. Nó còn là giải pháp duy nhất có sẵn cho những người đang chịu sự

phân biệt tôn giáo và chủng tộc trên khắp thế giới.

Nguyên tắc phổ quát tuyệt vời này là một nguyên tắc rất cơ bản, dựa trên đó tôi và vợ đã khiến cuộc sống phải trả công cho chúng tôi bằng những đồng tiền đúc hình chính chúng tôi.

Chúng tôi tin một niềm tin chân thành rằng đó là nguyên tắc duy nhất mà thông qua nó, bất cứ người nào cũng có thể tìm thấy, cũng như duy trì trạng thái thanh thản trong tâm hồn, sự thịnh vượng và niềm hạnh phúc. Vì

những lý do trên, Phần Bốn chính là phần không thể bỏ qua trong cuốn sách này, bởi mục đích chủ yếu của nó là cung cấp cách thức để mọi người có thể

quảng bá bản thân hiệu quả.

## ***Phần I***

### **CÁC NGUYÊN TẮC TÂM LÝ HỌC THỰC**

### **HÀNH ĐƯỢC SỬ DỤNG TRONG ĐÀM PHÁN**

Khả năng gây ảnh hưởng đến người khác mà không khiến họ phát bực là một nghệ thuật mang lại lợi ích lớn nhất cho con người. Toàn bộ phần đầu của cuốn sách này được dùng để phân tích các nguyên tắc đã được tâm lý học công nhận, thông qua đó chúng ta có thể đàm phán thành công với người khác mà không cần phải va chạm hay xung đột. Đây là những nguyên tắc mà chúng ta có thể áp dụng để có được bạn bè và gây ảnh hưởng đến mọi người xung quanh mà không nhất thiết phải tâng bốc họ. Những nguyên tắc này được tác

giả đúc kết từ kinh nghiệm sống của những nhà lãnh đạo thành công trong các lĩnh vực kinh doanh, công nghiệp, tài chính, giáo dục nổi tiếng của nước Mỹ trong suốt 50 năm qua. Trong phần này, người đọc có thể tìm thấy nghệ thuật bán hàng hiện đại trong các lĩnh vực phù hợp với ngành nghề của mình, được thể hiện một cách hợp lý nhất.

Người sử dụng lao động luôn giám sát để một người làm tốt bất kỳ công việc nào được giao, dù cho đó là đóng gói hàng hóa, viết một bức thư hay chốt một đơn hàng.

## ***Chương 1***

### **PHẦN MỞ ĐẦU - ĐỊNH NGHĨA NGHỆ**

#### **THUẬT BÁN HÀNG**

Bậc thầy bán hàng là một họa sĩ có thể phác họa những bức tranh sinh động trong tâm trí con người một cách khéo léo như cách Rembrandt pha trộn màu sắc trên một bức tranh sơn dầu. Anh ta còn là một nghệ sĩ có thể chơi một bản giao hưởng có khả năng khuấy động cảm xúc con người một cách tuyệt vời như cách Paderewski lướt đôi tay trên những phím đàn dương cầm.

Bậc thầy bán hàng là một nhà tư duy chiến lược tài ba. Anh ta có thể sắp xếp suy nghĩ của người khác một cách thành thạo như cách Foch điều khiển quân đội đồng minh trong Chiến tranh Thế giới.

Bậc thầy bán hàng được xem là một triết gia có khả năng lý giải mọi nguyên nhân dẫn đến sự việc, hiện tượng thông qua hệ quả của chúng và ngược lại.

Một người được xem là Bậc thầy trong lĩnh vực bán hàng khi anh ta hội tụ

những phẩm chất của một nhà phân tích.

Nghĩa là anh ta phải hiểu biết và có cách nhìn người sâu sắc như thế

Einstein nắm lòng kiến thức toán cao cấp.

Người bán hàng bậc thầy là người có khả năng đọc được tâm trí của người

khác. Anh ta biết được suy nghĩ của người khác qua biểu hiện trên gương mặt họ, qua những lời nói họ thốt ra, cả qua sự im lặng của họ hay cảm giác mà anh ta có được khi họ xuất hiện.

Bậc thầy bán hàng còn có khả năng của một nhà tiên tri.

Anh ta có thể dự đoán tương lai bằng việc quan sát những gì đã xảy ra trong quá khứ.

Và quan trọng hơn, Bậc thầy bán hàng là bậc thầy của những người khác vì anh ta đã làm chủ được chính mình!

Các phẩm chất cần có để làm chủ việc bán hàng, cũng như cách thức để đạt được những phẩm chất đó đều sẽ được mô tả trong cuốn sách này. Mục đích của cuốn sách này là giúp người đọc từ xoàng xĩnh trở nên tinh thông trong nghệ thuật thuyết phục người khác.

Cuộc sống vốn dĩ là một chuỗi trải nghiệm cùng những thăng trầm và thay đổi không ngừng của hoàn cảnh. Đương nhiên sẽ không có sự trải nghiệm nào giống trải nghiệm nào và cũng không có hai người giống nhau như đúc.

Ngày qua ngày, chúng ta đón nhận sự thay đổi muôn màu của cuộc sống.

Điều này dẫn đến sự cần thiết của việc chúng ta phải tự mình thích ứng với những người có suy nghĩ và hành động khác với mình.

Thành công của chúng ta phụ thuộc rất lớn vào cách đàm phán tốt để

quảng bá chính mình trong giao tiếp hằng ngày với người khác mà không gây ra xích mích hay đối lập nào.

Loại đàm phán này có thể xem là một cách hiểu về nghệ thuật bán hàng.

Tất cả chúng ta đều là người bán hàng, bất kể đang hoạt động trong lĩnh vực nào đi chăng nữa. Tuy nhiên, không phải ai cũng đều là người bán hàng giỏi.

Một chính trị gia bán đường lối chính trị của mình cho chức vụ. Và chừng nào ông ta còn tại vị, ông ta phải tiếp tục bán đường lối ấy cho cử tri của mình.

Người làm công ăn lương phải quảng bá chính mình để tìm việc. Và nghệ

thuật bán hàng phải luôn được duy trì sau khi anh ta đạt được công việc đó.

Nếu một người đàn ông muốn vay một khoản tiền ở ngân hàng, anh ta phải làm cho giám đốc ngân hàng tin vào việc anh ta có thể trả được số tiền vay ấy.

Một giáo sĩ phải chào bán những bài thuyết giảng của mình và chính bản thân mình cho giáo dân của ông ta. Nếu ông ta là một người bán hàng kém cỏi, ông ta sẽ sớm nhận thấy chính mình phải tìm kiếm một sứ mệnh khác.

Luật sư phải bán lẽ phải trái về vụ án của thân chủ mình với quan tòa và bồi thẩm đoàn, thậm chí khi anh ta biết rõ chẳng có lẽ phải trái nào trong vụ án mà mình đang theo đuổi cả.

Nếu một người đàn ông muốn kết hôn, anh ta sẽ phải bán được chính anh cho người phụ nữ mà anh chọn, mặc dù thông thường thì người phụ nữ sẽ

tự loại bỏ đi khá nhiều chướng ngại trong quá trình "buôn bán" này.

Mọi người đều sẽ tán thành với quan điểm này.

Ngày người lao động ký hợp đồng với chủ lao động của mình chính là lúc anh ta đang thỏa thuận một cuộc giao dịch mua bán. Mặc dù công việc nhân viên bán hàng không đòi hỏi quá cao như vậy nhưng người chủ vẫn phải ký hợp đồng trả mức lương 50.000 đô la/năm cho anh ta.

Trên đây là những ví dụ về nghệ thuật bán hàng mà ở đó con người bán ra những giá trị vô hình. Bất kỳ hình thức nỗ lực nào thông qua việc một người thuyết phục người khác để hợp tác, đó là nghệ thuật bán hàng. Thực tế cho thấy, hầu hết các nỗ lực cho nghệ thuật bán hàng còn rất yếu ớt, nên mọi người vẫn là người bán hàng kém cỏi.

Nếu một người đàn ông đạt được địa vị cao trong cuộc sống, là do anh ấy đã nỗ lực hết mình hoặc may mắn có được tài năng bẩm sinh của người bán hàng. Học thức, bằng đại học, trí tuệ, sự tài giỏi chẳng có ý nghĩa gì nếu anh ấy thiếu đi khả năng thu hút sự hợp tác từ người khác, tức khả năng mang lại cơ hội phát triển cho anh ấy. Những phẩm chất này còn giúp anh ấy vận dụng tối đa cơ hội mỗi khi có chúng. Nhưng trước hết anh ấy phải biết cách giao tiếp hoặc tạo cơ hội giao tiếp nhiều hơn. Có lẽ theo quy luật tự nhiên, cơ hội chỉ đến với một trong số hàng trăm ngàn người. Do đó, những người còn lại phải biết chủ động tạo ra cơ hội cho chính mình. Lúc này, nghệ thuật bán hàng tỏ ra cần thiết và hiệu quả trong việc phát triển cơ hội.

“Nghệ thuật bán hàng” trong cuốn sách này không phải chỉ để áp dụng riêng cho tiếp thị hàng hóa và dịch vụ. Bạn có thể dùng nó để tiếp thị bản

thân. Và đây thực sự là điều bạn nên làm!

Thực tế, mục tiêu chính khi tôi viết cuốn sách này là nhằm giúp hết thảy độc giả biết được cách để trở thành nhà bán hàng thành công trong cuộc sống thông qua việc sử dụng chiến lược về tâm lý bán hàng mà những nhà bán hàng bậc thầy trên thế giới đã sử dụng. Herbert Hoover(13) đã trải qua thời niên thiếu nhiều đau thương khi mất đi cha mẹ. Hàng triệu đứa trẻ mồ

cô khác đã sống và chết đi mà không có cơ hội biết gì về một thế giới khác ngoài nơi mà chúng tồn tại. Đặc trưng khác biệt nào ở Hoover đã giúp cho ông có thể “giương buồm, cưỡi gió” và đạt được những thành công to lớn như vậy ở Nhà Trắng? Ông ấy đã khám phá ra được cách quảng bá thành công giá trị của bản thân. Và cuốn sách này dạy những người khác có thể

làm điều tương tự như ông.

*(13) Herbert Clark Hoover (10/8/1874 – 20/10/1964), là Tổng thống thứ 31 của Hoa Kỳ, nhiệm kỳ 1929 – 1933. Ông từng là kỹ sư mỏ và ủng hộ việc cầm quyền bằng chủ nghĩa nhân đạo.*

Jean Beltrand đã đưa ra năm định nghĩa về nghệ thuật bán hàng như sau: Thứ nhất: Bán hàng là khả năng thể hiện sự chân thành, thiện chí hoặc đề

ngợi của bạn tới một hoặc nhiều người, nhằm tạo cho họ khát khao có được đặc quyền, cơ hội, sự sở hữu hoặc hứng thú.

Thứ hai: Bán hàng là khả năng của cả những chuyên gia lẫn những người bình thường, nhằm cung cấp dịch vụ, sự hỗ trợ và hợp tác, mục đích là tạo ra sự khát khao được chi trả, được đánh giá cao và coi trọng ở một số người.

Thứ ba: Bán hàng là khả năng thực hiện công việc, nghĩa vụ, dịch vụ như là một nhân viên, khiến nhà tuyển dụng hài lòng khi trả công, thăng chức và khen ngợi.

Thứ tư: Bán hàng là khả năng thể hiện sự lịch sự, tử tế, nhã nhặn và chu đáo, nhằm khiến những người bạn gặp đều cảm thấy hài lòng, tin yêu và tôn trọng bạn.

Thứ năm: Bán hàng là khả năng viết, thiết kế, phác họa, phát minh, sáng tạo, sáng tác hoặc hoàn thành bất cứ thứ gì để được mọi người tuyên dương là chủ nhân của những thành quả đó, như những nhà anh hùng, người nổi tiếng hoặc vĩ nhân.

Những định nghĩa trên rất rộng. Chúng có thể khái quát phần lớn các hoạt động của con người. Và tôi có thể khẳng định: Cuộc sống là một chuỗi dài và liên tục của những nỗ lực bán hàng.

Một đứa trẻ mới sinh ra đã là một người bán hàng. Khi muốn ăn, nó òa khóc để thể hiện đòi hỏi và nhận được thức ăn. Khi nó đau đớn, nó khóc to lên để

gây chú ý và nó đạt được điều mình muốn.

Phụ nữ chính là người bán hàng giỏi nhất trên thế giới.

Họ vượt trội cánh mày râu vì họ tinh tế hơn, gây ấn tượng sâu sắc hơn và sử

dụng sự khéo léo giỏi hơn. Đàn ông thường cho rằng chính họ là người thuyết phục thành công trong những đề nghị về hôn nhân. Thế nhưng, nhìn chung, phụ nữ mới chính là người thúc đẩy hoạt động này diễn ra. Cô ấy

thực hiện bằng cách làm cho mình quyến rũ, hấp dẫn và lôi cuốn.

Khi mà định nghĩa của Beltrand đã toàn diện và rất dễ hiểu, tôi vẫn muốn thêm vào đó một ý, đó là:

“Bán hàng là nghệ thuật gieo vào đầu người khác một động cơ khiến họ

hành động tích cực.”

Tâm quan trọng của định nghĩa này sẽ được trình bày rõ ràng trong cuốn sách.

Người bán hàng bậc thầy có thể trở thành bậc thầy là bởi khả năng thuyết phục người khác tự hành động mà không tỏ ra chống đối hay xích mích. Vì số lượng Bậc thầy bán hàng rất ít nên họ không có nhiều đối thủ cạnh tranh!

Bậc thầy bán hàng biết họ muốn gì. Họ biết cách lập kế hoạch để đạt được điều họ muốn. Hơn nữa, họ có óc sáng kiến để tiến hành kế hoạch.

Có hai dạng nỗ lực bán hàng. Một là, khi người bán hàng đang đàm phán với một người. Hai là, khi người bán hàng đang đàm phán với một nhóm người. Hình thức thứ hai được gọi là bán hàng nhóm hoặc nói trước công chúng.

Kỹ năng của người bán hàng bậc thầy sẽ là chưa hoàn thiện nếu người đó thiếu khả năng thuyết phục được một nhóm người, cũng như thuyết phục được những nhân vật có tầm ảnh hưởng. Khả năng nói chuyện với những nhóm người bằng sức thuyết phục là tài sản vô giá. Khả năng đó mang đến

cho anh ta một cơ hội vô cùng to lớn. Khả năng này phải tự mình tích lũy.

Nó là loại nghệ thuật chỉ có thể đạt được thông qua tự thân nghiên cứu, nỗ

lực và trải nghiệm.

Dưới đây là một số trường hợp cụ thể: William Jennings Bryan(14) đã tự

chấm dứt cuộc đời không tên tuổi để vươn tới vị trí xuất chúng tầm quốc gia, thông qua bài diễn văn nổi tiếng "Bước ngoặt vàng" của mình trong hội nghị quốc gia của Đảng Dân chủ.

*(14) William Jennings Bryan (1860-1925): Từng là Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ. Ông từng tranh cử vào chức vụ tổng thống năm 1896, nhận được sự ủng hộ*

*to lớn từ công chúng thông qua chiến dịch tranh cử rộng khắp đầu tiên trên nước Mỹ, nhưng ông đã thất bại trước liên minh những ông*



*trùm kinh doanh bấy giờ, những người e ngại việc đăc cử của ông sẽ đe dọa việc kinh doanh của họ.*

Patrick Henry(15) đã khiến mình trở nên bất tử với phát ngôn nổi tiếng "Cho tôi tự do hoặc cho tôi chết" trong thời điểm cuộc Cách mạng Mỹ đang diễn ra. Nếu không có bài diễn thuyết đó, tên tuổi của ông ấy sẽ không bao giờ

được biết đến như là một di sản.

*(15) Patrick Henry (1736-1799): Nhà ái quốc và là một trong những người thuộc nhóm Khai quốc.*

Robert Ingersoll(16) đã thay đổi quan điểm của thần học bằng khả năng hùng biện đầy sức thuyết phục của nghệ thuật bán hàng đám đông.

*(16) Robert Ingersoll (1833-1899): Luật sư, nhà hùng biện và là người lãnh đạo*

*chính quyền trong cuộc nội chiến Mỹ.*

Rõ ràng, bậc thầy bán hàng có khả năng ảnh hưởng đến người khác thông qua bài viết cũng như lời nói của mình.

Elbert Hubbard(17) đã dùng chính ngòi bút của mình để tạo nên sức mạnh thuyết phục. Và ông đã thành công vang dội khi tích lũy được tài sản đáng kể, gây được ấn tượng sâu sắc trong lòng nhiều người.

*(17) Elbert Hubbard (19/6/1856 - 7/5/1915): Nhà văn, người làm xuất bản, nghệ*

*nhân và triết gia người Mỹ. Ông là người sáng lập ra cộng đồng nghệ nhân Roycroft tại East Aurora, New York.*

Thông qua sức mạnh ngòi bút của mình, Thomas Paine(18) có lẽ đã làm nên điều tuyệt vời mà không ai có thể làm được, đó là truyền cảm hứng cho cuộc Cách mạng Mỹ.

*(18) Thomas Paine ( 29/1/1737 - 8/6/1809): Triết gia, nhà cách mạng, nhà hoạt động chính trị, người theo trường phái chủ nghĩa tự do cổ điển người Mỹ gốc Anh, một nhân vật nổi bật trong phong trào khai sáng.*

Benjamin Franklin(19) đã trở thành một biểu tượng bất tử và để lại dấu ấn tốt đẹp cho nền văn minh nhân loại bởi những điều giản dị và độc đáo trong loạt bài viết của ông về “nghệ thuật bán hàng”.

*(19) Benjamin Franklin (17/1/1706 – 17/4/1790): Chính trị gia, nhà khoa học, tác giả, thợ in, triết gia, nhà phát minh, nhà hoạt động xã hội và nhà ngoại giao*

*hàng đầu. Ông thuộc nhóm những người Khai quốc.*

Chỉ với bài diễn văn duy nhất, Gettysburg, bài diễn văn với chủ đề dễ hiểu, kết cấu thống nhất, suy nghĩ uyển chuyển đã đưa tên tuổi của Abraham Lincoln trở thành một huyền thoại.

Tinh thần của Chúa Giêsu truyền đi khắp nơi, vẫn ảnh hưởng đến hàng trăm, hàng triệu người sau 2.000 năm từ lúc

Ngài ra đi, bởi Ngài là một bậc thầy bán hàng. Ngài đã xây dựng cách thức thuyết phục người khác bằng một động cơ chân chính.

Và Caesar, Alexander, Napoleon Bonaparte, hoàng đế Wilhelm trước đây của Đức và hàng trăm vua chúa khác đều là nhà bán hàng bậc thầy. Nhưng họ đã xây dựng cách thức thuyết phục lòng dân dựa trên những động cơ đi ngược lại các giá trị nhân văn, văn minh của nhân loại. Họ gây ra hàng loạt các cuộc chiến tranh khiến người dân vô tội phải trả bằng máu, nước mắt và sự đau thương.

Thành công bền vững trong bán hàng luôn luôn được định hình bởi động cơ chân chính! Hãy nhớ điều này nếu bạn muốn trở thành “người bán hàng”

tài giỏi. Và đừng “bán” thái độ khiếm nhã, sự gian trá cũng như hiềm khích.

## **Tâm quan trọng của những Bạc thầy bán hàng**

Nhờ vào những người bán hàng bậc thầy trong lịch sử mà nhân loại hiện nay đang có được cơ hội vô cùng lớn. Cuộc khủng hoảng kinh tế để lại

những vết thương trong lòng hàng triệu trái tim cần được chữa lành. Chỉ

những Bạc thầy bán hàng mới có thể làm được điều đó. Những nhà lãnh đạo mới và một phương thức lãnh đạo cải tiến là điều cần thiết trên khắp thế giới, trong hầu hết mọi ranh giới nỗ lực của con người. Đây là giai đoạn tái thiết vĩ đại. Nó không những tạo ra nhiều cơ hội cho các Bạc thầy bán hàng - những người có khả năng tư duy để xây dựng những nỗ lực bán hàng của mình dựa trên động cơ có ích cho cộng đồng, mà còn tạo cơ hội cho những ai hết mình trong công việc.

Lợi ích giai cấp đang dần chấm dứt! Lợi ích cộng đồng đang chiếm ưu thế.

Hãy nhớ thêm điều này khi lựa chọn động cơ trở thành tinh thần chỉ đạo nỗ

lực bán hàng của bạn: Mọi người đều phải được lợi.

Toàn nước Mỹ đã và đang đứng trước “ngã ba đường” của quá trình tìm kiếm người lãnh đạo tài giỏi. Hàng triệu người đã bị kìm hãm bởi nỗi sợ sệt và do dự. Đây là cơ hội tuyệt vời cho những ai sẵn sàng thích nghi với phương thức lãnh đạo mới, được củng cố bởi lòng dũng cảm và cống hiến hướng tới phục vụ.

Công việc bán hàng áp lực cao mà chúng ta nghe nói rất nhiều trong suốt 20 năm qua đã lùi vào dĩ vãng. Trong mỗi bước đi của cuộc

sống, bao gồm cả việc bán hàng, người táo bạo và dám tranh đoạt sẽ phải hoàn thiện để

trở thành người dám cho đi.

Những nhà lãnh đạo thành công trong tương lai, dù trong lĩnh vực bán hàng hay trong các lĩnh vực khác đều phải dùng Nguyên tắc Vàng làm nền

tảng cho khả năng lãnh đạo của họ.

Trong tương lai, câu hỏi tối quan trọng sẽ là: “Tôi có thể cống hiến cho người khác được bao nhiêu?” chứ không phải

“Tôi có thể cuỗm đi bao nhiêu mà vẫn không phạm vào vòng lao lý?”.

Một thời kỳ phục hưng kinh tế tâm cỡ đang lan nhanh trên toàn thế giới.

Bất cứ ai cũng có thể nhìn thấy điều này, trừ khi anh ta bị che mờ cả lý trí lẫn tâm hồn. Trật tự lâu đời trong kinh doanh và công nghiệp đã bị quét đi và một trật tự mới đang nhanh chóng thay thế nó.

Người thật sự khôn ngoan là người nhìn thấy sự thay đổi này và tự thích nghi với nó một cách hài hòa, phi vũ lực.

Chúng ta đang tiến gần đến một kỷ nguyên mà trong đó chúng ta sẽ nhìn thấy sự tái sinh của tinh thần Thomas Jefferson, Benjamin Franklin, George Washington, Abraham Lincoln trong lĩnh vực chính trị; và sự trở lại của tinh thần Marshall Field, John Wanamaker trong các lĩnh vực công nghiệp, kinh doanh và tài chính.

Con người ngày càng chống đối quyết liệt trước những thế lực háms lợi và tham lam đã đàn áp họ. Tinh thần của sự oán giận không dễ dàng lụi tàn.

Nó sẽ vẫn tồn tại cho đến khi dập tắt được mọi bất công. Nó sẽ tạo đà chuẩn bị. Chẳng bao lâu nữa, nước Mỹ lại phải chứng kiến cảnh

tượng đáng buồn khi hàng triệu người chết đói trong một cuộc sống thừa mứa cả nhu yếu phẩm lẫn đời sống xa hoa.

Chúng ta đang ở ngã ba đường quan trọng, sẽ dẫn chúng ta ra khỏi sự bóc lột vô chừng của loài người, và trên con đường cao tốc đó, chúng ta sẽ không còn bị điều khiển hay bị ép buộc từ bỏ quyền lợi của mình.

Những nhận định vừa mang tính thực tế vừa mang tính dự báo này có thể

hữu ích cho những người mong muốn làm chủ trong lĩnh vực bán hàng hay trong mỗi bước đi của cuộc sống. Người có khả năng sáng tạo sẽ không đợi thời điểm để khẳng định mình. Họ sẽ dự đoán những thay đổi đang diễn ra và thích nghi với điều kiện mới.

Người nắm vững những nguyên tắc thuyết phục cơ bản này có thể mưu cầu sự nghiệp, trở nên thành công trong cuộc sống, khắc phục chướng ngại vật, vượt qua rào cản, khai thác và chuyển hướng mọi yếu tố bất lợi. Dù bất kể

bạn là ai hay bạn hiểu biết bao nhiêu, bạn sẽ không thành công nếu bạn không là một người bán hàng. Bạn phải bán đi sự phục vụ của bạn. Bạn phải bán ra kiến thức mình có được. Bạn phải quảng bá bản thân. Và quan trọng, là quảng bá nhân cách của mình.

Vào bất cứ lúc nào khi bạn tiếp cận những nguyên tắc cơ bản trên, hãy luôn công nhận một thực tế rằng: Chính những suy nghĩ tiêu cực trong đầu bạn mới là kẻ tạo ra giới hạn của bạn. Cũng hãy nhớ rằng, bạn có thể loại bỏ bất cứ giới hạn nào mà bạn tạo ra.

Cuốn sách này được viết cho tất cả mọi người - những ai không cho phép mình bị trói buộc bởi tình huống bế tắc hoặc bị vây hãm bởi những hạn chế

tâm lý.

## **Chương 2**

### **ĐÁNH BÓNG TÊN TUỔI THEO CÁCH**

#### **KHÔN NGOAN**

Có vẻ đúng khi nói rằng “thế giới sẽ gõ cửa nhà bạn nếu bạn biết cách làm một cái bẫy chuột tốt hơn người hàng xóm, cho dù nhà bạn nằm tận trong rừng sâu”(20). Nhưng bạn cũng nên biết rằng thành công chỉ đến khi bạn giới thiệu được vị trí của mình và tên tuổi của bạn được đánh bóng một cách hợp lý.

*(20) Hill đang nhắc đến câu nói được cho là của Ralph Waldo Emerson : "If a man can write a better book, preach a better sermon, or make a better mousetrap than his neighbor, you will find a broad hard-beaten road to his house, though it be in the woods." Ý của câu này là nếu bạn có sản phẩm tốt hơn, người khác sẽ tìm đến mua sản phẩm của bạn dù bạn có ở nơi xa xôi hẻo lánh thế nào.*

Thomas A. Edison, dù chỉ đến trường không tới 3 tháng, nhưng đã trở thành nhà sáng chế vĩ đại nhất thế giới, bởi ông sở hữu một khả năng đặc biệt đó là tự khuyến khích và quảng bá chính mình. Khi Edison thành công và trở

nên nổi tiếng, thế giới còn có không ít hơn 10 nghìn nhà phát minh khác, nhiều người trong số họ có năng lực chẳng thua kém gì ông, nhưng chưa bao giờ và sẽ không bao giờ được mọi người biết đến.

Trong Chiến tranh Thế giới, tôi đặc biệt chú ý đến Arthur Nash – một chủ

cơ sở may mặc tại thành phố Cincinnati. Ông đã cho những nhân viên của mình cùng tham gia vào công việc làm ăn và cho họ hưởng một phần lợi nhuận bởi vì công việc kinh doanh của ông đang trên đà phá sản và ông ta không thể nào cứu vãn được tình thế. Tôi đã đến tận Cincinnati để phỏng vấn Nash và viết câu chuyện đầu tiên về

ông. Trong câu chuyện của mình, tôi gọi ông ta là Nash “Nguyên tắc Vàng”.

Câu chuyện về ông được các tờ báo và tạp chí khắp cả nước chọn đăng, và thế là tên tuổi của ông được quảng bá đi trong hơn 5 năm, và hoàn toàn miễn phí. Nhiều năm sau, khi ông qua đời, ông đã là một người đàn ông giàu có và sự nghiệp kinh doanh của ông là một trong những sự nghiệp thành công nhất trong lĩnh vực đó.

Kate Smith(21) - như nhiều người biết đến cô đều xác nhận, là một “cô gái dễ

thương và ngọt ngào”, hát những bài hát được phát trên radio. Kate không có gì nổi trội khác ngoài một tính cách dễ thương cùng giọng hát dễ nghe.

Thế nhưng cô ấy có Ted Collins(22), nhờ đó cô ấy có thể nhận được một mức lương khủng hàng tuần, chưa kể những khoản thu nhập ngoài lề từ việc đóng phim và những công việc khác.

*(21) Kate Smith (1907 – 1986) là một ca sĩ nổi tiếng người Mỹ, đạt đỉnh cao vào những năm 40 của thế kỉ trước.*

*(22) Ted Collin (1900 – 1964) là một nhà quản lí kinh doanh show diễn người Mỹ, nổi tiếng với vai trò quản lý ca sĩ Kate Smith.*

Ely Culbertson là một tay chơi bài bridge xuất sắc, nhưng chẳng có gì đáng

tự hào về anh cho đến khi vợ anh bắt đầu các chiến dịch đánh bóng tên tuổi cho chồng. Và giờ đây, Ely được quảng cáo miễn phí trên khắp các mặt báo cả nước. Thêm nữa, anh còn trở nên giàu có và nổi tiếng với vai trò là một chuyên gia về bài bridge. Có lẽ trình độ chơi bài của anh cũng không khác gì so với trước lúc được quảng bá tên tuổi, nhưng anh được trả lương hậu hĩnh hơn rất nhiều.

Ziegfeld(23) tìm thấy Will Rogers khi anh này chỉ là một diễn viên tạp kỹ

hạng xoàng về môn ném dây thừng. Nhờ có cách quảng bá tên tuổi hiệu quả, Ziegfeld đã đưa Rogers trở thành ngôi sao hàng đầu chỉ trong một sớm một chiều. Chưa kể đến Rogers còn có thể lấn sân sang điện ảnh và nhận được nhiều cơ hội kiếm hàng triệu đô la khác. Trước khi được Ziegfeld quảng bá tên tuổi, Rogers đã từng rất vui mừng chỉ vì nhận được lời mời biểu diễn tạp kỹ trong các câu lạc bộ hay trong một dịp nào đó, chỉ để kiếm đủ vài bữa cơm. Ziegfeld cũng đã từng giúp đánh bóng tên tuổi cho Eddie Cantor "mắt to". Nhờ danh tiếng mà Ziegfeld mang lại, Eddie có thể kiếm được 10.000 đô la mỗi tuần chỉ với việc đọc những dòng chữ ai đó đã viết sẵn. Không tệ chứ nhỉ? Ziegfeld cũng đã đưa tên tuổi của Fanny Brice đến đỉnh vinh quang, giúp cô nàng mảnh khảnh này trở thành một nghệ sĩ đa tài và giàu có. Có lẽ, sẽ không có người nào trong số này có thể kiếm được số tài sản lớn như vậy nếu không được đánh bóng tên tuổi một cách thông minh.

*(23) Ziegfeld (1867 – 1932) là một bầu sô nổi tiếng tại sân khấu Broadway.*

Khi tôi đang trong quá trình biên soạn triết lý Quy luật Thành công, Andrew

Carnegie đã bảo tôi đến gặp Henry Ford.

Carnegie nói với tôi rằng, "Có lẽ anh sẽ muốn gặp người đàn ông này, vì một ngày nào đó anh ta sẽ thống trị nền công nghiệp ô tô của nước Mỹ". Năm 1908, tôi đến gặp Henry Ford ở thành phố Detroit. Khi nhìn thấy Ford lần đầu tiên, tôi tự hỏi một người thông minh, sắc sảo như Carnegie sao lại có thể lầm lẫn khi đánh giá về Ford như thế? Nhưng cuộc gặp mặt đó đã là chuyện 30 năm trước. Sau đó, tôi chứng kiến Ford, năm này qua năm khác, dần dần leo lên vị trí đứng đầu trong lĩnh vực sản xuất ô tô. Và đằng sau thành tựu kỳ diệu của Ford, tôi quan sát thấy một chiến dịch đánh bóng tên tuổi được tổ



chức bài bản, có hệ thống và rất hiệu quả. Có lẽ, không ai có công lớn nhất trong việc quảng bá tên tuổi của Ford như Thượng nghị sĩ

Couzens(24), trừ khi người đó là W. J. Cameron, người quảng bá hình ảnh hiện tại của Ford. Kể từ khi Ford bắt đầu sự nghiệp kinh doanh, tôi từng thấy vô số nhà sản xuất ô tô mọc lên rồi lại tàn nhanh chóng như nấm, bởi họ không có khả năng thu hút những chuyên gia quảng bá tên tuổi cho mình.

*(24) James J. Couzens (1872 – 1936) là Thượng nghị sĩ bang Michigan, là Thị*

*trưởng thành phố Detroit.*

Những “chuyên gia đánh bóng tên tuổi” hoàn toàn khác so với những người làm quảng cáo. Đánh bóng tên tuổi, kiểu mà tôi đề cập đến ở đây là nghệ

thuật giữ cho một cá nhân luôn luôn được công chúng yêu mến.

Ivy Lee là một trong những chuyên gia đánh bóng tên tuổi vĩ đại nhất thời

ông ấy sống. Chính ông đã khiến mọi người xóa bỏ thái độ ghét bỏ và dè bủ đối với cái tên Rockefeller cha(25), cũng như giữ cho cái tên này luôn được công chúng chú ý tích cực. Ivy Lee hiếm khi làm việc bằng hình thức quảng bá có trả tiền. Ông ấy thích không gian tự do và những hình thức đánh bóng tên tuổi hiệu quả hơn để giữ cho khách hàng của ông luôn được công chúng nhìn nhận với ánh mắt thiện cảm.

*(25) Phân biệt với Rockefeller con. Đặt tên con giống với cha là việc thường thấy ở*

*vài nước phương Tây.*

Trong lúc xuất bản Tạp chí Nguyên tắc Vàng, tôi đã viết một bài xã luận ngăn tán dương hành động nhân đạo của vua dầu mỏ John D.

Rockefeller khi ông này đến bang Colorado để dàn xếp vụ đình công mỏ than vào năm 1919. Ngay khi bài báo ra mắt, tôi nhận được điện báo từ Ivy Lee, mời tôi đến gặp mặt tại New York. Khi tôi gặp Ivy Lee, ông đề nghị trả cho tôi 10.000 đô la một năm nếu tôi tham gia đội ngũ của ông và viết những bài xã luận tương tự về những khách hàng khác của Ivy Lee. Những chuyên gia đánh bóng hình ảnh kiếm được nhiều khoản tiền lớn vì họ có khả năng nhận ra và giành lấy được những lực lượng cần thiết để làm tăng lợi ích cho khách hàng của họ. Tôi từ chối lời đề nghị của Ivy, và tôi đã luôn hối tiếc vì quyết định này. Bởi tôi nhận ra rằng nếu mình có cơ hội được học tập một vài năm dưới sự dẫn dắt của vị thiên tài ấy, sẽ đáng giá hơn rất nhiều so với khoản tiền mà ông ấy đề nghị trả cho tôi.

Trong quá trình đàm phán với Ivy Lee, tôi vô cùng ngạc nhiên khi biết được công cuộc truyền bá Phúc Âm nổi tiếng thế giới của Billy Sunday(26) được tổ

chức rất tốt, với sự hướng dẫn quảng bá của Ivy Lee. Sunday kêu gọi chống lại cái Ác, chống lại ma quỷ ở khắp nơi trên đất nước với số tiền lên đến hàng triệu đô la. Và gã Ác quỷ đó hẳn có thể "tính sổ" với Ivy Lee cho bất cứ thiệt hại nào mà Billy đã gây ra cho gã, những thiệt hại mà tôi nghĩ chẳng đáng là bao. Dưới góc nhìn cá nhân, tôi cho rằng Billy Sunday đã đặt Kitô giáo quay trở lại một ngàn năm trước. Và một điều chắc chắn rằng, cuộc phục hưng tôn giáo của Sunday – với những cảm xúc cuồng loạn - như cách những người biết nghĩ đã gọi, sẽ biến mất mãi mãi. Họ coi như đã chết từ

lúc Ivy Lee rời bỏ họ.

*(26) Billy Sunday (1862-1935), từng là cầu thủ bóng chày. Sau đó, ông từ bỏ sự*

*nghiệp bóng chày, trở thành nhà truyền bá Phúc Âm, công nhận sự tồn tại của ma quỷ, địa ngục và kêu gọi đấu tranh chống lại chúng. Ông còn là một nhà diễn thuyết nổi tiếng, với phong cách diễn thuyết ồn ào, sôi nổi, ông thường biểu diễn những động tác minh họa cho việc chống lại ma quỷ.*

Khi Theodore Roosevelt từ châu Phi trở về, cũng là khoảng thời gian ông vừa mãn nhiệm kỳ tại Nhà Trắng năm 1909, ông xuất hiện công khai lần đầu tiên trước công chúng là tại Madison Square Garden. Trước khi Theodore Roosevelt đồng ý xuất hiện, ông ấy cẩn thận sắp xếp gần 1.000

người vỗ tay thuê ngồi rải rác trong khắp khán phòng để vỗ tay khi ông ấy bước lên bục. Trong hơn 15 phút, những người vỗ tay thuê này đã làm khán phòng rung chuyển với sự nhiệt tình của mình.

Những nhà báo hiện diện tại đó đã vô cùng ngạc nhiên bởi sự hoan hô mà người ta dành cho Roosevelt. Và tên của ông được ca ngợi trên khắp các tờ

báo lớn ở Mỹ. Thật tuyệt diệu!

Teddy (tên mà công chúng gọi ông) đã hiểu và áp dụng một cách thông minh việc đánh bóng tên tuổi cho mình. Đó là lý do chính tại sao ông ấy trở

thành một nhà chính khách tài ba.

Cho dù một người nào đó không phải là một chuyên gia về tuyên truyền hoặc chiến thuật quảng bá tên tuổi cá nhân, họ vẫn quan sát thấy những người như Mussolini, Hitler và Stalin đã vận dụng nhiều phương thức khác nhau để duy trì vị trí trong mắt công chúng. Họ luôn giữ được hình tượng của mình vì họ biết được sự cần thiết của việc xoa dịu những người cùng dân tộc và gây ấn tượng với người nước ngoài.

Tại sao bạn cần một sự đánh bóng tên tuổi khôn ngoan?

Trong rất nhiều năm, tôi đã tự làm người quản lý kinh doanh và quảng bá tên tuổi của chính mình, nhưng tôi thấy những người khác trong cùng lĩnh vực vượt qua tôi dần dần.

Bây giờ tôi biết rằng việc tự mình đánh bóng tên tuổi cũng ngu ngốc như

việc tự cắt tóc cho mình vậy. Một người có thể tự cắt tóc cho mình, nhưng nó không cải thiện hay làm toát lên vẻ bề ngoài của anh ta. Một người cũng có thể tự làm luật sư cho chính mình, nhưng những người như vậy lại thường gặp khó khăn với những lời khuyên của chính bản thân họ. Đi theo một mẫu hình như vậy thật không khôn ngoan chút nào.

Thậm chí một con phố cũng có thể sở hữu một danh tiếng riêng biệt và

mang lại số tiền thuê cao hơn nếu được quảng bá một cách thông minh và hợp lý. Đại lộ số Năm tại quận Manhattan được cả thế giới biết đến như là con đường thời trang của New York. Danh tiếng này cho phép những người chủ sở hữu đất đai đưa ra những khoản tiền thuê cao nhất ngưỡng.

Sự nổi tiếng của Đại lộ số Năm nằm trong kế hoạch đánh bóng tên tuổi được quản lý bởi Hiệp hội Đại lộ số Năm. Với sự quản lý chặt chẽ theo kế hoạch quảng bá, Đại lộ này sẽ tuyệt đối cấm những người thuộc tầng lớp hạ lưu, những người sẽ làm suy thoái đường Broadway và đường số Bốn Mười Hai trở thành một nơi không gì khác hơn là khu kiếm ăn của những người ăn xin và bán hàng rong trên phố. Những cửa hàng tại Broadway chỉ thu về

khoản tiền thuê vô cùng nhỏ so với những cửa hàng tại Đại lộ số Năm.

Alvin York là một nhà leo núi mù chữ người Tennessee và là người có tư

tưởng phản đối chế độ cưỡng bách tòng quân trong cuộc Chiến tranh Thế

giới. Ông đã phát biểu nhiệt tình về sự “chống đối có lương tâm” đến mức ông thu hút được rất nhiều sự chú ý, quan tâm của báo giới cũng như những người xung quanh. Sau khi trở về từ cuộc chiến, ông ấy vẫn mù chữ, nhưng một nhà quảng bá hình ảnh tài ba đã tìm đến Alvin.

Hiện tại, Alvin đang quản lý một ngôi trường lớn dành cho những người sống trong khu vực miền núi, ngôi trường được sáng lập dưới tên ông. Bang Tennessee còn hiến tặng một trong những đường cao tốc cho Alvin. Ngoài ra, ông ấy còn nhận được sự giúp đỡ tài chính và những hình thức hỗ trợ

khác từ những người có thể lực trên khắp đất nước. Quả thực, sự thành công của Alvin có được chủ yếu là nhờ sự quảng bá tên tuổi khôn ngoan và hiệu

quả.

Tôi tự hỏi liệu có bao nhiêu độc giả của những dòng chữ này biết hoặc nghe về nhà tư tưởng vĩ đại nhất của nước Mỹ?

Tôi đánh bạo đoán rằng chưa đến một nửa số người được hỏi có thể trả lời chính xác tên của nhân vật ấy. Ông ấy sống tại Dallas, bang Texas, hành nghề luật và ông ấy tên là Stuart Austin Wier. Theo ý kiến cá nhân của tôi, ông ấy là ứng viên sáng giá nhất trong toàn nước Mỹ có thể kế tục Franklin D. Roosevelt. Tôi nghĩ hiện nay trên thế giới, hiếm người nào có sự sâu sắc và suy nghĩ cân bằng như Wier. Và tôi cũng nghi ngờ liệu trong số những nhà triết học, từ Socrate đến Elbert Hubbard, đã có ai sở hữu sự uyển chuyển trong suy nghĩ, một kiến thức uyên thâm và cách đánh giá công bằng như Wier không? Nhưng Wier không phải là một người nổi tiếng vì ông ấy không muốn quảng bá tên tuổi của mình rộng rãi. Các bạn hãy ghi nhớ cái tên này vì có lẽ các bạn sẽ nghe thấy nó lần nữa.

Sau này, nếu bạn nghe cái tên này ở đâu đó, bạn sẽ biết được ngay rằng có ai đó đã tình nguyện khám phá và công khai tên tuổi của

Wier để mọi người có thể biết đến và học tập về một vĩ nhân trong lịch sử.

Giờ thì, những ý tưởng này sẽ ứng dụng vào trường hợp của bạn như thế

nào?

Một trong những nhiệm vụ quan trọng của cuộc sống là tiến đến một mục tiêu xác định. Không phải tất cả chúng ta đều là những người có khả năng quảng bá hình ảnh bản thân hiệu quả, do đó hầu hết chúng ta cần sự hỗ trợ

của những chuyên gia quảng bá tên tuổi có kinh nghiệm, những người sẽ

nhận trách nhiệm giúp chúng ta luôn xuất hiện trước công chúng với một hình tượng đẹp đẽ.

Cách đây hơn 30 năm, luật sư trẻ dám nghĩ dám làm Paul Harris ở thành phố Chicago đã thai nghén một ý tưởng sáng tạo, nhằm phá vỡ quy tắc ngăn cản các luật sư tự quảng cáo cho công việc của mình. Paul Harris đã tập hợp khoảng ba mươi người bạn là những nhà kinh doanh, cùng nhau tổ chức nên Câu lạc bộ Rotary(27) đầu tiên. Dĩ nhiên, câu lạc bộ này trở thành nơi phù hợp để Paul tự quảng bá tên tuổi của mình bằng cách tạo ra hàng loạt mối liên hệ, và những mối quan hệ này đều có thể chuyển thành những khách hàng tiềm năng vì những thành viên của câu lạc bộ gặp nhau đều đặn mỗi tuần một lần. Ngày nay, phong trào Câu lạc bộ Rotary đã mở rộng ra khắp cả thế giới và trở thành một sức mạnh quốc tế để mang đến những điều tốt đẹp. Phong trào này không gây nên bất cứ thiệt hại nào cho người sáng lập ra nó!

*(27) Hiện nay, câu lạc bộ Rotary đã trở thành một tổ chức phi lợi nhuận quốc tế*

*mang tên Rotary International.*

Đạo đức nghề nghiệp của các bác sĩ, nha sĩ, luật sư, kỹ sư và những công việc chuyên môn khác khiến họ không thể trực tiếp quảng bá tên tuổi, nghề

nh nghiệp của chính mình. Thế nhưng họ có thể học tập tấm gương của những người thành công khác, như từ Paul Harris chẳng hạn. Đạo đức là một chuyện, xây dựng một lối hành nghề chuyên nghiệp là một chuyện, và hai chuyện này có thể hòa hợp với nhau. Đó chính là công việc của những

chuyên gia quảng bá tên tuổi, nhưng đồng thời cũng là việc của tất cả chúng ta. Nếu muốn tiến bước trên con đường thành công và được thế giới biết đến, chúng ta phải tìm cách giới thiệu, quảng bá bản thân rộng rãi để mọi người có thể nhận ra những gì mà chúng ta có thể mang lại. Việc làm ra cái bẫy chuột tốt hơn người hàng xóm không mang lại lợi ích gì, trừ khi bạn làm âm ỉ lên và không ngừng nhiệt tình quảng bá cho nó.

Chuông cửa nhà tôi đã reo lên khi tôi viết quyển sách này.

Vị khách của tôi là một người đàn ông trẻ tuổi được cả nước Mỹ và các nước khác công nhận là một trong những nhà soạn nhạc và nghệ sĩ piano tài năng. Suốt 2 tiếng, anh ta ngồi thuyết phục tôi rằng một nghệ sĩ chân chính thà chết đói trên một tầng gác mái còn hơn thương mại hóa nghệ thuật của mình. Anh ta hết mình thuyết phục tôi rằng triết lý về sự giàu có mà tôi đã phác họa trong quyển sách Nghĩ giàu và Làm giàu là một sự sỉ nhục đối với những nghệ sĩ vĩ đại. Vì theo quan điểm của anh ta, công việc của người nghệ sĩ chân chính là sẵn lòng chết đói vì nghệ thuật của mình. Tôi rất thích anh bạn trẻ này. Anh ta có một tính cách dễ chịu, thông minh và có niềm đam mê thực thụ với âm nhạc cổ điển. Nhưng tôi cũng cảm thấy rất tiếc cho anh ta, bởi quan điểm sống lệch lạc của anh có thể khiến anh đánh mất mục tiêu mà anh khao khát nhất: Được công nhận là một nhạc sĩ vĩ đại. Anh ta thật sự là một nghệ sĩ tài năng nhưng thế giới chưa biết đến anh ta. Trừ khi anh liên kết với những bộ óc tài năng trong quảng bá để giới thiệu sản phẩm của mình, còn không

anh có thể sẽ sống cả cuộc đời mà không mấy ai biết đến. Và không có bi kịch nào lớn hơn thế.

Nhưng sự mỉa mai trong câu chuyện này là nhân tài nghệ thuật mà tôi vừa mới đề cập đây đến nhà tôi chỉ để lấy một bộ đồ bỏ đi và một cái áo khoác ngoài mà tôi đã hứa cho anh ta!

Trời ạ, người nghệ sĩ tài năng này đã chấp nhận nhận của từ thiện, đơn giản chỉ vì anh ta không tin vào việc quảng bá tên tuổi chuyên nghiệp.

Cách đây không lâu, tôi cùng người quản lý đến văn phòng của một trong những biên tập viên của nghiệp đoàn để thương lượng về việc bán một số

tác phẩm của tôi. Anh ta nói với tôi rằng mỗi người nổi tiếng trong lĩnh vực văn chương đều đạt đến đỉnh cao sự nghiệp thông qua sự quảng bá tên tuổi khôn ngoan. Cụ thể, anh ta đề cập đến Tiến sĩ Frank Crane – cây bút với lối viết sáng sủa, phụ trách chuyên mục hàng ngày trên một tờ nhật báo. “Khi Tiến sĩ Crane tìm đến chúng tôi”, người biên tập viên xuất sắc ấy nói, “ông ấy đang rao bán những bài viết của mình đây đó, đến bất cứ đâu ông có thể

thuyết phục một tuần báo quốc gia chịu mua những bài viết này, và số tiền kiếm được chẳng thể nuôi sống được ông và gia đình”. Và theo những gì tôi biết sau đó, khi Tiến sĩ Crane qua đời, số tiền thuế thu nhập cá nhân mà ông đóng đã hơn 75 nghìn đô la một năm. Và tất cả khoản thu nhập này đều đến từ cùng một chuyên mục mà ông đã từng viết, nhưng đã được giới thiệu rộng rãi bởi một chuyên gia quảng bá tên tuổi.

Tôi dành cả một phần tư thế kỷ để biên soạn triết lý về thành tựu cá nhân.

Trong triết lý này, tôi đã chắt lọc và rút ra bài học kinh nghiệm từ những người tài ba lỗi lạc như Andrew Carnegie, Henry Ford, Thomas



A. Edison, John Wanamaker và những người khác. Tuy vậy, tôi thấy mình bị lỗi thời

trước những người viết sách bằng những tổng hợp trong một sớm một chiều bởi mỗi bận tâm về tài chính. Cuối cùng tôi cũng tự thức tỉnh và đặt mình dưới sự quản lý của vợ tôi. Và với lòng tôn kính, tôi buộc phải thừa nhận rằng chỉ trong năm đầu tiên vợ tôi quản lý, tôi đã đạt được nhiều hơn trên hành trình được công chúng công nhận so với tất cả những năm tôi tự

mình quản lý trước đó.

Mỗi người tự có trách nhiệm áp dụng những phương pháp đánh bóng tên tuổi để giúp bản thân đạt được thành công trong công việc mà mình đã lựa chọn. R. L. Sharpe đã bày tỏ quan điểm này qua những dòng thơ đẹp như

sau:

*Có lạ kỳ lắm không, những ông Vua, những chàng Hoàng tử*

*Những chú hề nháy nhót trong vòng tròn từ những hạt mùn cưa Và những thường dân như tôi, như bạn*

*Chính là thợ xây nên vô tận cuộc đời.*

*Những túi hành trình giống nhau được ban phát cho ta Chứa bên trong những cuốn sách lệ điếu*

*Cùng hàng đồng vũ khí không dáng hình cụ thể*

*Bằng nó ta tạo dựng cho mình*

*Những rào cản hoặc bệ phóng vươn xa*

*Trước khi để đời vụt trôi qua trước mắt.*

Sự tự tiến bộ không thể được xây dựng dựa trên sự lừa gạt, nỗi sợ hãi hay sự

xu nịnh! Cuộc sống đòi hỏi ở người thành công những điều nghiêm khắc hơn những điều vừa mới được liệt kê. Chỉ bằng những lời nói tầm thường, vô vị, chúng ta sẽ không bao giờ có thể bèn chí đưa một kế hoạch có ích vào hành động. Điều này đúng mặc cho sự thật là gần đây có một cuốn sách được xuất bản và được gần 1 triệu lượt mua chỉ với chủ đề trung tâm là khuyến khích người đọc xu nịnh và tâng bốc những người mà họ muốn thu hút và tạo ảnh hưởng.

Một cuốn sách về sự xu nịnh có lẽ sẽ hữu ích cho những ai sẵn lòng hạ mình để nịnh bợ người khác, nhưng những người bị xu nịnh thì sao - những người không may bị ai đó trong 1 triệu lượt mua ấy thi triển loại "ma thuật" xu nịnh của họ lên mình? Có phải họ sẽ bị tước đoạt sự bảo vệ chống lại những kẻ nịnh hót này?

Riêng về bản thân, tôi căm ghét mọi hành động của cá nhân nào đó nhằm xu nịnh tôi. Nếu tôi sử dụng thói nịnh hót trong công việc của mình, ngay lập tức tôi sẽ bị định giá như một kẻ bất tài. Tôi có được thành quả tốt đẹp hơn bằng một tính cách ngay thẳng trong cư xử với mọi người, và tôi thấy rằng cách cư xử trực tiếp, thẳng thắn không chỉ giúp chúng ta có được bạn bè mà còn có thể giữ được họ bên mình.

Tài sản lớn nhất tôi có là một người bạn, không phải có được bằng xu nịnh mà bằng những phân tích và xem xét kỹ lưỡng. Người bạn đó chính là vợ

tôi. Tôi có được nàng không phải bởi tôi luôn khen nàng xinh đẹp, thông minh hay dí dỏm.

Ngược lại, tôi hướng nàng đến những điểm yếu của bản thân và đề xuất phương pháp khắc phục những điểm yếu này. Phương pháp đó chính là kết hôn với tôi.

Khi ai đó bắt đầu nịnh nọt bạn, chắc chắn rằng người đó đang khao khát thứ gì đó mà bạn sở hữu hoặc mong muốn một đặc ân từ bạn. Nịnh hót là một hình thức gây nghiện, do đó nó có thể đánh lạc hướng khả năng suy nghĩ của người bị nịnh hót. Từ đó, kẻ xu nịnh sẽ đạt được những lợi ích tức thời. Và khi hiệu quả xu nịnh mất đi, nạn nhân thoát khỏi bùa mê với một trái tim đầy oán hận.

Có thể nói, nịnh hót đôi khi chỉ là những trò lừa gạt tâm lý rẻ tiền mà những kẻ bất tài và không trung thực dùng để quyến rũ người khác bước vào một trạng thái bất cẩn và thừa dịp đó “móc túi” của họ. Bằng cách xu nịnh, những kẻ bán hàng xảo quyệt có thể chiếm được hàng triệu đô la mỗi năm từ các nạn nhân. Tương tự như vậy, những tên gián điệp xấu xa sử dụng phương pháp xu nịnh để luồn lách vào những người trong giới quân sự và đánh cắp những thông tin tình báo bí mật từ họ.

Những người nào tự cho phép mình bị tác động bởi thói xu nịnh sẽ bị đánh bại trước khi cuộc chiến bắt đầu. Sự sa sút của Samuel Insull(28) thật sự bắt đầu khi ông ta chú ý đến Grand Opera và những ngôi sao opera nhiều hơn là chú ý đến công việc kinh doanh của mình.

*(28) Samuel Insull (1859 – 1938) là một doanh nhân thành đạt người Mỹ gốc Anh.*

*Ông là người đã cho xây dựng Nhà hát Opera tại thành phố Chicago.*

Một số nhà quản lý yêu cầu có quanh mình một đội ngũ nhân viên chỉ biết gật đầu tuân lệnh. Thế nhưng, họ sẽ được an toàn hơn nếu tuyển dụng một đội ngũ bao gồm những người dám nói “không” trước những quyết định sai lầm. Cái tôi là một bộ phận phức tạp trong thần kinh con người. Nó cần được bảo vệ liên tục để chống lại mọi hình thức xu nịnh, bởi vì cái tôi luôn có xu hướng phản ứng nhanh chóng và sẵn sàng nhất đối với thói nịnh hót.

Người ta nói rằng ngân hàng J. P. Morgan phải trả cho John W. Davis một khoản tiền lớn mỗi năm chỉ để có được những ý kiến phản đối

của ông. Cụ

thể, ông không khuyên ngân hàng này nên làm điều gì, thay vào đó là ông chỉ ra những điều mà họ không nên làm. Nói cách khác, ông ấy là người dám nói "không" của ngân hàng. John không xu nịnh để gây ảnh hưởng hoặc lôi kéo những thành viên của tập đoàn Morgan.

Những nhà kinh doanh sắc sảo của J. P. Morgan thà lắng nghe những sự

thật cay đắng còn hơn là nghe những lời nói xu nịnh lấy lòng. Có lẽ đây là lý do tại sao tập đoàn J. P. Morgan lại trở thành một trong những tập đoàn tài chính đứng đầu thế giới.

Từ công việc trong thị trường hải sản, Al Smith(29) vươn đến Nhà Trắng chỉ

sau một thời gian ngắn. Cố vấn tuyệt vời nhất của Al Smith là bà Bell Moscovics, người phụ nữ "nói không" của ông. Và có lẽ không phải là một sự trùng hợp khi bà Moscovics qua đời, ngài Mũ Nâu(30) bắt đầu suy tàn.

Những người đàn ông thích được tăng tốc cần khả năng miễn dịch để

chống lại loại hình bệnh tật này, và cả những ai thật sự mắc chứng hay xu nịnh.

*(29) Al Smith (1873 – 1944) là một chính khách nổi tiếng người Mỹ. Ông 4 lần được bầu làm thị trưởng thành phố New York và đã từng là ứng cử viên tổng thống của Đảng Dân chủ vào năm 1928.*

*(30) Brown Derby: Chiếc mũ quả dưa màu nâu là biểu tượng của Al Smith trong suốt quá trình chạy đua vào Nhà Trắng.*

Những nhà lãnh đạo kinh doanh thực thụ không cần phụ thuộc vào xu nịnh để có được kết quả mong muốn, mà họ có một công thức làm việc tốt hơn.

Andrew Carnegie không xu nịnh Charles M. Schwab nhưng ông lại được Schwab hỗ trợ hết mình. Carnegie có được những lời khuyên đáng tin cậy bằng việc trả lương cho Schwab tới một triệu đô la mỗi năm để nhận lại được trí tuệ và tính cách của ông ta, đòi hỏi lòng trung thành của ông ta và nhận được nó.

Vẫn có những lúc chúng ta nên nói "có" và những lúc nên nói "không". Tác giả của một đầu sách bán chạy nhất gần đây hẳn có thể đã cảm thấy hết sức xấu hổ với những độc giả trung thành của mình khi khuyên họ, như một trong "12 phép kỷ luật", là hãy trả lời "có" với tất cả những câu hỏi được đặt ra cho họ trong cả ngày. Cuộc sống dựng nên những hoàn cảnh và tình huống mà tùy thuộc vào đó ta nên đồng ý hay cự tuyệt.

Người có khả năng thương thuyết để quảng bá bản thân hiệu quả là người

biết học cách sử dụng hai từ "có" và "không" này ở những nơi thích hợp.

Tổng thống Abraham Lincoln luôn giữ những đối thủ chính trị của mình trong nội các, bởi ông mong muốn nhận được những phân tích và phê phán thẳng thắn của họ. Ngược lại, Woodrow Wilson lại hất cẳng những thành viên nội các nào không tán đồng ý kiến với ông ta. Sự khác biệt về thời gian cầm quyền của hai vị tổng thống này rất rõ ràng, và điều đó sẽ càng trở nên rõ ràng hơn với thời gian.

Một nhà cầm quân sẽ tiến xa đến đâu trong cuộc chiến nếu binh lính của ông ta chỉ toàn những kẻ xu nịnh?

Nếu bạn muốn quảng bá bản thân thành công, hãy nhìn xung quanh và tìm cách mang đến những dịch vụ hữu ích cho càng nhiều người càng tốt. Khi nâng tầm quan trọng của bạn đối với người khác, bạn sẽ không cần phải học cách xu nịnh để thu hút và tạo mối quan hệ tốt đẹp với người khác.

Ngoài ra, những người bạn mà chúng ta có được bằng cách này sẽ không bao giờ rời bỏ chúng ta.

Được nhiều người yêu quý là một lợi thế tuyệt vời, nhưng xu nịnh không phải là công cụ để đạt đến và giữ lấy kết quả đáng mơ ước đó. Một nhân cách tốt đẹp có giá trị rất to lớn với những ai sở hữu nó, nhưng nhân cách tốt đẹp không phải là thứ có thể phát triển bằng những lời mật ngọt của sự

xu nịnh sáo rỗng được. Một nhân cách tốt đẹp sẽ bao gồm 21 đặc điểm tính cách mà chúng ta có thể tự rèn luyện cho chính mình. Các bạn có thể tìm thấy mô tả cụ thể của 21 món "báu vật" này trong một chương ở phần sau.

Hãy làm chủ những nguyên tắc này và biến chúng thành tài sản riêng của bạn; sau đó bạn sẽ có khả năng thu hút và gìn giữ được những người bạn xung quanh mình.

Có nhiều quy tắc thực tế và đáng tin cậy mà chúng ta có thể vận dụng nhằm thu hút và gìn giữ bạn bè. Các bạn có thể tìm thấy chúng trong những chương tiếp theo của cuốn sách.

Những quy tắc này không được dùng để tranh giành những lợi ích tức thời từ người khác. Chúng là những quy tắc được chắt lọc từ trải nghiệm cuộc sống của những vĩ nhân, những người đã đặt nền tảng cơ bản nhất cho nước Mỹ, những nhà lãnh đạo kinh doanh tài năng. Nếu có ai đó trong số những nhà lãnh đạo kiệt xuất đó tán thành việc vận dụng phương pháp xu nịnh để

tiến thân trong sự nghiệp, có lẽ tôi đã bị ảnh hưởng bởi đề xuất của họ. Tuy nhiên, không ai trong số họ sử dụng hoặc khuyến khích người khác sử dụng phương pháp tiến thân vô cùng chậm chạp và đáng xấu hổ này.

Khi thói xu nịnh và sự chân thật thẳng thắn được đặt bên cạnh nhau để so sánh, về thứ hai bao giờ cũng giúp chúng ta chiến thắng trong 999 trên 1.000 trường hợp. Những luật sư tài năng đều biết rằng họ

không nên xu nịnh chánh án bởi vì điều này sẽ chỉ dẫn đến rủi ro và nguy hiểm lớn cho vụ

án của anh ta. Những luật sư thành công là những người chỉ giải quyết vấn đề bằng sự thật thay vì dựa vào việc xu nịnh người khác. Điều này cũng đúng với những doanh nhân thành đạt.

Có những cách lành mạnh và hữu ích giúp chúng ta kết giao với bạn bè và

gây được ảnh hưởng tới nhiều người, dựa trên sự kết hợp của chín động cơ

cơ bản được mô tả trong một chương khác. Nếu bạn muốn leo đến đỉnh vinh quang và giữ được vị trí đó, bạn sẽ cảm thấy an toàn hơn khi vận dụng chín động cơ này như là những bậc thang vươn đến thành công thay vì dựa vào cách thức xu nịnh người khác.

Mỗi bước đi, hành động và suy nghĩ của những con người có cơ thể và trí óc lành mạnh, với lý trí chín chắn đều chịu ảnh hưởng bởi một trong số chín động cơ cơ bản. Khi bạn đọc đến phần mô tả những động cơ này, hãy đọc chúng thật kỹ và học cách gây ảnh hưởng lên người khác bằng sự hiệu triệu chân thành những động cơ tự nhiên. Điều này sẽ giúp bạn tránh khỏi sự

oán giận từ những người mà bạn đã ảnh hưởng.

### **Từ trải nghiệm thực tế của tác giả**

Thành công của một người quảng bá bản thân hiệu quả, trong bất kỳ nghề

ng nghiệp nào, đều chủ yếu nhờ vào khả năng chung sống hòa thuận, không gây va chạm, xung đột của họ với người khác. Bằng việc hiểu rõ, làm chủ và áp dụng chín động cơ cơ bản, bạn có thể giảm những hiểu lầm, chống đối và va chạm với người khác xuống mức tối thiểu.

Hãy thực hiện điều này và bạn sẽ trở thành một người bán hàng vĩ đại, cho dù nghề của bạn là gì đi nữa.

Để những lời khuyên này không gây ấn tượng như một bài thuyết giáo với bạn, tôi xin mạn phép nêu ra ít nhất một ví dụ minh họa về tình huống thực tế có liên quan đến những nguyên tắc được đề ra trong triết lý thương

thuyết cá nhân này.

Hãy để tôi kể cho các bạn nghe về trải nghiệm thực tế của tôi khi áp dụng ý tưởng này.

Cuối năm đầu tiên của cuộc suy thoái thế giới, tôi thấy tiền bạc và tài sản của mình ngày một vơi dần đi. Mọi người không còn hứng thú với những quyển sách nữa, họ quay sang bận tâm về cái ăn cái mặc. Tôi đóng cửa văn phòng của mình tại New York và chuyển đến thành phố Washington, chờ

đợi cơn bão kinh tế qua đi.

Nhưng nhiều tháng, nhiều năm trôi qua, thay vì dịu đi, cơn Đại suy thoái lại càng lúc càng trở nên tệ hơn. Cuối cùng, tôi quyết định sẽ không đợi cho đến khi tình trạng kinh tế đình đốn này kết thúc, mà sẽ tiếp tục tham gia diễn thuyết và chuyển hướng hoạt động sang hỗ trợ những người bị cơn Đại suy thoái này quật ngã.

Tôi quyết định khởi đầu sự nghiệp mới tại Washington. Để đạt mục đích này, tôi cần có một tờ báo quảng cáo cho mình.

Mục quảng cáo trên tờ báo mà tôi cần có giá khoảng 2.000 đô la và tôi thì không có đủ khoản tiền này, cũng không thể vay tiền từ ngân hàng. Lúc này, tôi phải mặt đối mặt với một tình cảnh mà các bạn hoặc nhiều người khác có thể đã từng trải qua một lần trong đời: Tôi đang cần một thứ gì đó mà tôi chỉ có thể mua được bằng lời nói.



Tôi sẽ kể vắn tắt chính xác những gì tôi đã làm và nói để khắc phục vấn đề

của mình.

Tôi đến gặp Colonel Leroy Heron, giám đốc quảng cáo của tờ Washington Star, và nói cho ông ta biết những gì tôi cần. Để tiếp cận ông ta, tôi có thể

lựa chọn một trong hai cách thức. Tôi có thể nịnh bợ ông, khen ngợi về tờ

báo mà ông là đại diện, tâng bốc về những kỷ lục mà ông ta đã đạt được trong Chiến tranh thế giới, cũng như sự thành công trong sự nghiệp quảng cáo của ông ta, và tất cả những loại chuyện nhảm nhí khác.

Hoặc tôi có thể lật bài ngửa, nói rõ hết với ông ta những gì tôi cần, tại sao tôi cần và tại sao tôi tin rằng mình nên có được chúng. Và tôi đã chọn cách tiếp cận thứ hai.

Trong trường hợp đó, tôi buộc phải quyết định liệu tôi có nên nói ra cho Colonel Heron tất cả sự thật hay không, bao gồm cả việc thiếu hụt tài chính của mình, hoặc tôi sẽ chỉ lướt qua chủ đề gây bất lợi này mà không đề cập đến chúng một cách rõ ràng.

Lại một lần nữa, tôi chọn cách đề cập thẳng thắn và trực tiếp. Có những thời điểm trong đời mà không có một kế hoạch nào khác có thể đảm bảo cho kết quả mà chúng ta mong muốn.

Theo như những gì tôi nhớ, đây chính là những điều mà tôi đã nói với Colonel Heron:

- Ông Colonel Heron thân mến, tôi mong muốn thông qua tờ Washington Star để quảng bá về một chuỗi những bài giảng công khai, đại chúng về triết

lý thành tựu cá nhân mà tôi đã biên soạn bấy lâu nay. Mục quảng cáo mà tôi cần có giá khoảng 2.500 đô la. Vấn đề của tôi chính là sự thật đáng buồn rằng tôi không có đủ số tiền cần thiết để trả ngay cho tờ báo của các ông.

Tôi cũng đã từng sở hữu số tiền còn lớn hơn thế nhiều, nhưng cơn Đại suy thoái đã lấy mất gần như toàn bộ tài sản, tiền bạc của tôi. Yêu cầu của tôi cho khoản nợ này không dựa vào cách đánh giá vay nợ thương mại thông thường. Vì thế, tôi không thể vay tiền tại ngân hàng. Lời kêu gọi của tôi dựa vào sự thật, với rất nhiều chứng cứ tôi có thể đưa ra cho ông lúc này hay lúc khác, rằng tôi đã dành cả một phần tư thế kỷ để nghiên cứu những nguyên tắc về thành tựu cá nhân.

Trong suốt thời gian này, tôi đã nhận được sự hợp tác tích cực từ những người nổi tiếng như: Andrew Carnegie, Thomas A. Edison, Frank A.

Vanderlip, John Wanamaker và Cyrus H. K. Curtis. Những người này đã hào phóng chia sẻ thời gian và kinh nghiệm của họ trong nhiều năm trời trong khi tôi xây dựng triết lý về sự thành công. Thời gian mỗi người trong số họ

dành cho tôi đáng giá gấp nhiều lần khoản nợ mà tôi đang đề nghị ông. Nhờ

sự hợp tác của họ, giờ đây tôi đã sẵn sàng để mang đến một triết lý về sự tự

lực mà mọi người trên thế giới hiện đang rất cần. Nếu ông không muốn gia hạn khoản nợ này cho tôi bởi những rủi ro về mặt công việc, vậy thì hãy gia hạn nó bằng cùng một tinh thần trợ giúp như những người kể trên đã cho tôi thời gian và kinh nghiệm quý báu của họ.

Colonel Heron không những đồng ý cho tôi được nợ khoản tiền mà còn gửi cho tôi một lời nhận xét đầy ý nghĩa này:

- Tôi không thể biết chắc anh có khả năng trả được số tiền cho mục quảng cáo mà anh cần hay không, nhưng tôi tin rằng tôi biết rõ về bản chất con người đủ để hiểu rằng anh có ý định trả khoản tiền này. Tôi còn tin rằng bất cứ triết lý nào được rút ra từ cuộc đời và sự nghiệp của những người như

Edison và Carnegie sẽ vô cùng cần thiết và đúng đắn trong thời điểm này.

Hơn nữa, tôi tin một người được những nhân vật kiệt xuất như Carnegie chịu bỏ thời gian để trò chuyện, chia sẻ thì tất nhiên sẽ đáng giá hơn nhiều so với khoản tiền mà anh đang yêu cầu từ tờ báo của chúng tôi. Hãy mang đến đây bản thảo của anh và tôi sẽ cho in nó. Chúng tôi sẽ nói chuyện với người quản lý tài chính sau.

Sau khi vụ giao dịch được hoàn thành và việc quảng cáo đã được thanh toán, tôi gọi điện cho Colonel Heron và đã có một cuộc nói chuyện thân tình với ông. Tôi muốn ông nói cho tôi biết một cách thẳng thắn lý do ông chịu giúp đỡ tôi, dù tôi đã cho ông biết về sự thiếu hụt tài chính của mình, cũng như không có gì đảm bảo tôi sẽ trả được số tiền đó.

Câu trả lời của ông thật sáng rõ:

- Tôi đồng ý cho anh được nợ lần này bởi vì anh không cố gắng che đậy tình trạng thiếu hụt tài chính của mình. Anh không lẩn tránh và không cố gắng xây dựng một ấn tượng đẹp để ban đầu để làm lóa mắt tôi.

Các bạn cho rằng tôi sẽ tiến xa cỡ nào nếu tôi dùng bất kỳ cách nào khác để

ngỏ lời với Colonel Heron thay vì sự thẳng thắn?

Những nhà buôn thối xưa vẫn thường mang sẵn trên người những điều xì-

gà hảo hạng, rượu ngon và những câu chuyện hài hước, để gây cảm tình với những khách hàng tiềm năng của họ. Tuy nhiên, những nhà buôn bán thời nay chuyển sang tận dụng phim ảnh và những biểu đồ, đồ thị đẹp để để

phác họa vào tâm trí khách hàng tiềm năng một bức tranh hoàn hảo về các mặt hàng mà ông ta buôn bán.

Có tất cả chín cánh cửa mà thông qua đó chúng ta có thể xâm nhập và gây ảnh hưởng đến tâm trí một người. Trong số những cánh cửa này, không có cánh cửa nào mang tên "xu nịnh" cả. Chín cánh cửa này chính là chín động cơ cơ bản mà mỗi người chúng ta đều bị chúng ảnh hưởng và tác động.

Hãy nhớ rằng, khi bạn đọc và lĩnh hội nội dung của cuốn sách này, bạn sẽ

nhận ra đây không phải là một cuốn sách viết về cách xu nịnh. Nó không phải là một cuốn sách khôi hài và vô vị. Nó cũng không phải là cuốn sách viết về những chiêu trò tâm lý hay những trò lừa gạt. Đây là một cuốn sách được xây dựng dựa trên những sự thật và thực tế cuộc sống, được ghi chép và chắt lọc từ kinh nghiệm của những nhà lãnh đạo tài năng nhất mà nước Mỹ từng sản sinh ra.

Hãy tìm kiếm một người tư vấn có thể thẳng thắn nói ra sự thật về bạn, dù điều đó thậm chí có thể khiến bạn bị tổn thương. Sự tán thưởng đơn thuần sẽ không mang lại những cải tiến mà bạn cần.

### ***Chương 3***

## **CHIẾN LƯỢC NGHỆ THUẬT BÁN**

### **HÀNG BẠC THẦY**

Động cơ chính là hạt giống mà từ đó một vụ mua bán có thể nảy mầm. Nếu không có mầm sống, mọi loại hạt giống đều không thể nảy mầm dù nó có được gieo trên loại đất nào đi nữa. Động cơ cũng

vậy, nó cũng cần phải có một mầm sống, nếu không sẽ không thể nảy mầm thành một vụ mua bán.

Người nào nắm được cách tiêm mầm sống vào động cơ sẽ có thể trở thành Bạc thầy bán hàng – một bạc thầy bởi vì anh ta có thể thu phục được trí tưởng tượng của khách hàng tiềm năng và bắt nó phục vụ cho mục đích của anh ta.

Khi một người nghệ sĩ đích thực tô vẽ nên một động cơ trong tâm trí của người mua hàng tiềm năng, động cơ này sẽ bắt đầu phát huy tác dụng từ

bên trong, giống như cách men bánh mì hoạt động trong ổ bánh mì.

Để minh họa cho những điều tôi vừa đề cập, chúng ta hãy xem xét ví dụ sau đây. Khi còn là hiệu trưởng trường Đại học Chicago, Tiến sĩ Harper mong muốn xây dựng một tòa nhà mới trong khuôn viên trường, và kinh phí dự

toán cho công trình này là 1 triệu đô la. Tại thời điểm đó, ông không thể huy động đủ nguồn vốn từ các quỹ sẵn có hoặc từ ngân sách hằng năm của trường. Sau khi phân tích kỹ lưỡng tình hình, Tiến sĩ Harper hiểu rằng ông phải tìm kiếm nguồn tài trợ trị giá 1 triệu đô la từ bên ngoài.

Và dưới đây là cách thức làm việc của một Bạc thầy bán hàng.

Tiến sĩ Harper không có ý định kêu gọi tài trợ từ những người giàu có, cũng không có ý định chạy ngược xuôi tìm nguồn quyên góp. Thay vào đó, ông lên kế hoạch kiếm được toàn bộ số tiền cần thiết thông qua một vụ mua bán duy nhất, hơn nữa, chính ông sẽ nhận trách nhiệm thực hiện vụ mua bán này.

Bước đầu tiên của ông ấy là phác thảo một kế hoạch hành động (Ngoại trừ

những Bạc thầy bán hàng, tất cả thường thất bại do thiếu một kế hoạch logic và hiệu quả). Kế hoạch của ông được hoàn thành chỉ bao gồm hai nhà tài trợ tiềm năng.

Từ một trong hai người này, ông có thể nhận được nguồn tài trợ mà ông cần. Vậy chính xác Tiến sĩ Harper đã làm những gì?

Ông ấy đã chọn hai nhà tài trợ tiềm năng là hai triệu phú vốn được coi là kẻ

thù quyết liệt của nhau. Vâng, vâng, tôi biết, các bạn đã bắt đầu nhận ra vấn đề trước khi tôi giải thích nó.

Nhưng các bạn hãy tiếp tục đọc để nhận ra được kỹ thuật của một Nghệ sĩ

bán hàng xuất sắc.

Một trong số họ là người đứng đầu hệ thống Đường sắt Chicago. Người còn lại là một chính trị gia giàu có nhờ đục khoét các công ty tư nhân và bằng những phương thức khác.

Cách Tiến sĩ Harper lựa chọn khách hàng tiềm năng của mình thật vô cùng hợp lý và sáng suốt. (Lần nữa, đây cũng chính là một điểm mà ngoại trừ

những Bạc thầy bán hàng ra, những người khác đều mắc thiếu sót. Họ

thường không đưa ra những quyết định đúng đắn khi lựa chọn những khách hàng tiềm năng).

Sau khi đắn đo suy nghĩ kế hoạch của mình trong một vài ngày và cẩn thận diễn tập phần trình bày của mình, Tiến sĩ Harper bắt đầu ra tay hành động.

Ông quyết định giờ nghỉ trưa sẽ là thời điểm thích hợp nhất để trình bày lời kêu gọi của mình. Theo kế hoạch, Tiến sĩ Harper khởi hành

đến văn phòng của ông trùm tư bản ngành đường sắt. Chúng ta hãy xem xét cách lựa chọn thời điểm của Tiến sĩ Harper. Ông ấy suy luận rằng người thư ký của ông trùm tư bản chắc hẳn sẽ đi ăn trưa vào giờ đó và khách hàng tương lai của ông sẽ ở một mình trong phòng làm việc. Sự phỏng đoán của ông xem ra vô cùng chính xác và hợp lý. Nhận thấy văn phòng bên ngoài không có người, ông ấy tự mình bước vào phòng riêng của vị giám đốc. Vị giám đốc công ty đường sắt ngạc nhiên nhìn lên kẻ không mời mà đến và hỏi:

- Tôi có thể giúp gì cho ông đây?

- Xin ông thứ lỗi cho sự đường đột này, - Tiến sĩ Harper trả lời. - Tôi là Tiến sĩ Harper, hiệu trưởng trường Đại học Chicago.

Tôi không thấy ai bên ngoài, vì thế nên tôi mới tự mình bước vào đây.

- Tại sao? À, vâng, dĩ nhiên rồi, - ông trùm tư bản kêu lên.

- Xin mời ngồi, Tiến sĩ Harper, tôi rất vui khi được ông viếng thăm nơi này.

- Xin cảm ơn. Tôi đang rất vội và sẽ chỉ đứng đây, nếu ông không phiền. Tôi chỉ ghé qua để trình bày với ông về ý tưởng xuất hiện trong đầu tôi mấy hôm nay. (Đây là lúc động cơ bắt đầu xuất hiện. Hãy xem cách nó được gieo xuống mảnh đất màu mỡ, tức tâm trí khách hàng, như thế nào). Đầu tiên, tôi muốn bày tỏ sự ngưỡng mộ của tôi đối với hệ thống đường sắt tuyệt vời mà ông đã xây dựng cho thành phố Chicago này (Bước vô hiệu hóa tâm trí của khách hàng tương lai). Tôi tin rằng đây là hệ thống đường sắt vĩ đại và tuyệt vời nhất tại đất nước này. Tuy nhiên, tôi chợt nghĩ, người ta chắc hẳn sẽ quên đi công lao của người đã xây dựng nên công trình nguy nga ngay tại giây phút người ấy chết đi. (Hãy xem cách người bán hàng quay lại động cơ).

Tôi muốn thấy ông xây nên một công trình kỷ niệm có thể trường tồn mãi mãi. Tôi đã nghĩ ra một kế hoạch mà với nó ông có thể xây dựng

một tượng đài như vậy, nhưng tôi rất tiếc là quá trình đó đang gặp khó khăn. (Kéo mời nhử ra xa khách hàng để khiến ý tưởng trở nên đáng thèm muốn hơn). Tôi đã nghĩ cách giữ lại cho ông đặc quyền xây dựng một tòa nhà bằng đá granite tuyệt đẹp trong khuôn viên trường Đại học Chicago, nhưng một số

thành viên ban giám hiệu muốn giành đặc quyền này cho ông X (Tiến sĩ

Harper nêu tên của vị chính trị gia – kẻ thù của nhà tư bản đường sắt). Tôi đang cố gắng thay mặt ông giữ lại đặc quyền này và tôi đến đây để hỏi liệu ông có kế hoạch nào giúp tôi bảo đảm đặc quyền hiếm có này cho ông hay không?

- Điều đó thật thú vị! - Ông trùm tư bản thốt lên. - Xin hãy ngồi xuống và chúng ta sẽ bàn về vấn đề này.

- Tôi vô cùng xin lỗi, nhưng chúng tôi sẽ có một cuộc họp ban giám hiệu trong vòng 1 giờ đồng hồ nữa, thế nên tôi phải đi gấp. Nếu ông nghĩ ra một lý do nào đó mà tôi có thể thay mặt ông nói với ban giám hiệu, xin hãy gọi tôi càng sớm càng tốt và tôi sẽ chiến đấu cho ông trước ban giám hiệu. Chúc ông một ngày tốt lành. Tạm biệt!

Tiến sĩ Harper quay đi và bước ra ngoài. Khi về đến văn phòng của mình, vị

hiệu trưởng được báo lại rằng ông trùm tư bản đã gọi ông ba lần và yêu cầu ông gọi lại ngay khi về tới văn phòng.

Vị tiến sĩ vô cùng sốt sắng, ông gọi điện lại cho nhà tư bản.

Nhà tư bản yêu cầu được phép xuất hiện công khai và trình bày trực tiếp trường hợp của mình với ban giám hiệu. Nhưng Tiến sĩ Harper nói rằng đây không phải là một ý kiến hợp lý vào lúc này, vì một số thành viên ban giám hiệu đang tỏ ra chống đối nhà tư bản, thế nên Tiến sĩ Harper sẽ trình bày vấn đề một cách “ngoại giao” hơn (đây là cách Tiến sĩ Harper tăng cường mời nhử).



- Nếu ông gọi tôi vào sáng ngày mai, - Tiến sĩ Harper đề nghị, - tôi sẽ cho ông biết tôi có thành công hay không.

Sáng hôm sau khi đến văn phòng, vị hiệu trưởng thấy ông trùm tư bản đã đến tự bao giờ. Họ nói chuyện trong phòng riêng khoảng nửa tiếng đồng

hồ. Những gì xảy ra trong văn phòng đó không bao giờ được công bố. Tuy nhiên, điều thú vị là ông trùm tư bản nhận lấy vai trò người bán, trong khi Tiến sĩ

Harper trở thành "người mua" và đã "bị thuyết phục" để chấp nhận một tờ

séc trị giá 1 triệu đô la và vị tiến sĩ phải hứa rằng ông ấy phải cố gắng làm cho ban giám hiệu chấp nhận nó!

Tờ séc được chấp nhận, dĩ nhiên!

Không ai biết Tiến sĩ Harper đã trao đổi những gì với ban giám hiệu, nhưng tòa nhà trị giá triệu đô đứng sừng sững trong khuôn viên trường là một bằng chứng lặng lẽ nhưng đầy ấn tượng, chỉ ra rằng một vụ mua bán thành công không bao giờ là do sự ngẫu nhiên hay tình cờ. Dĩ nhiên, tòa nhà này mang tên nhà tài trợ xây dựng lên nó.

Sau khi biết sự việc này, tôi đến gặp Tiến sĩ Harper và hỏi ông ấy tại sao một số thành viên ban giám hiệu lại muốn chọn một chính trị gia lừa đảo và gian xảo để xây dựng tòa nhà trong khuôn viên trường. Ông ấy chỉ trả lời tôi bằng một cái nhún vai và một nụ cười, cùng với một cái nháy mắt thần bí.

Câu trả lời như vậy đã đủ. Tôi đã kịp nhận ra ý nghĩa của những dấu hiệu đó. Phe chống đối với vị giám đốc công ty đường sắt trong ban giám hiệu chỉ là do Tiến sĩ Harper bịa ra mà thôi.

Hãy phân tích kỹ cuộc giao dịch này để đảm bảo rằng chúng ta không bỏ

sốt bất cứ chi tiết nhỏ nào. Đầu tiên, Tiến sĩ Harper không sử dụng bất cứ

phương pháp gây áp lực nào.

Ông ấy chỉ dựa vào động cơ để thực hiện mục đích của mình.

Vì thế, ông ấy đã dành mấy ngày liên tiếp để lên kế hoạch tiếp cận. Động cơ

mà vị tiến sĩ chọn lựa tình cờ là một trong những động cơ hiệu quả nhất. Cụ

thể, ông ấy đã thực hiện lời kêu gọi của mình thông qua hai động cơ chính như sau:

1. Động cơ mong muốn đạt được danh tiếng và quyền lực 2. Động cơ trả thù

Vị trùm tư bản ngay lập tức nhận ra rằng ông ấy có thể khiến tên tuổi của mình sống mãi với thời gian như một nhà làm việc thiện xã hội, để nó còn có thể lan xa rất lâu sau khi di hài của ông tan thành cát bụi và sau khi hệ

thống đường sắt mà ông xây dựng bị hất cẳng bởi những phương tiện đi lại khác.

Ông còn thấy được (nhờ chiến lược của Tiến sĩ Harper) một cơ hội trả thù đối thủ lớn nhất của mình, bằng cách tước đoạt từ ông ta đặc ân to lớn nói trên.

Cách thức bán hàng của một người bình thường

Không cần phải có một trí tưởng tượng phong phú để biết được rằng điều gì sẽ xảy ra nếu Tiến sĩ Harper tiếp cận nhà tư bản đường sắt theo cách thông thường. Theo cách này, vị tiến sĩ sẽ gửi một bức thư đến nhà tư bản để yêu cầu một cuộc hẹn, và thế là nhà tư bản sẽ nhận thấy động cơ đằng

sau yêu cầu gặp mặt này. Ngoại trừ một Bạc thầy bán hàng, những người bán hàng thông thường chắc hẳn sẽ làm theo cách này hoặc xuất hiện tại văn phòng của nhà tư bản và yêu cầu ông ta "giúp trường đại học vượt qua cơn khó khăn" bằng cách hiến tặng số tiền 1 triệu đô la.

Giả sử Tiến sĩ Harper không hiểu được triết lý về động cơ và không phải là một Bạc thầy bán hàng, ông có thể đến gặp nhà tư bản và đây có lẽ là nội dung cuộc đối thoại giữa hai người:

- Xin chào buổi sáng! Tôi là Tiến sĩ Harper, hiệu trưởng trường Đại học Chicago. Tôi đến đây với hy vọng rằng ông có thể dành ít thời gian nói chuyện với tôi. (Yêu cầu một ân huệ thay vì đề nghị cho người khác một ân huệ! Thất bại trong việc vô hiệu hóa lý trí của khách hàng tiềm năng).

Trường chúng tôi hiện đang cần khoản tiền 1 triệu đô la để xây dựng một tòa nhà mới trong khuôn viên trường, và tôi nghĩ là ông sẽ hứng thú đóng góp cho công trình này. Ông đã rất thành công trong sự nghiệp. Ông đã kiếm được rất nhiều lợi nhuận từ hệ thống đường sắt của mình, những lợi nhuận mà ông chỉ có thể có được từ sự ủng hộ của cộng đồng. Vì thế, sẽ rất hợp lý nếu ông thể hiện sự tri ân của mình bằng cách làm một điều gì đó cho cộng đồng.

Hãy thử suy ngẫm về cảnh tượng xảy ra lúc này. Nhà tư bản đang ngồi bồn chồn sốt ruột trên ghế của mình, trên tay vôn vê những mảnh giấy tờ và cố

gắng tìm kiếm một lý do để từ chối.

Ngay khi vị hiệu trưởng do dự một chút trong phần trình bày của mình,

trùm tư bản bắt đầu lên tiếng:

- Tôi vô cùng xin lỗi, thưa ông Harper, nhưng nguồn quỹ cho những mục đích nhân đạo của chúng tôi đã cạn kiệt. Hàng năm, chúng tôi

đã đóng góp rất nhiều vào quỹ địa phương, vì thế, năm nay chúng tôi không thể làm gì hơn được nữa. Hơn nữa, 1 triệu đô la là một số tiền quá lớn và tôi chắc rằng ban quản trị sẽ không đồng ý hiến tặng một số tiền lớn như vậy để làm từ

thiện. (Người thương gia đã đánh bại vị hiệu trưởng bằng cách viện đến ban quản trị).

Và từ “từ thiện” ấy nữa!

Dĩ nhiên, bạn thấy đấy, một phần trình bày không thuyết phục đã đặt Tiến sĩ Harper vào vị trí người đi xin từ thiện.

Quyên tiền cho những hoạt động từ thiện không phải là một trong chín động cơ cơ bản thúc đẩy một người nào đó hành động.

Nhưng khi nâng hai chữ “từ thiện” thoát khỏi những ý nghĩa tầm thường của nó và tô cho nó sắc màu của đặc ân, danh tiếng và niềm vinh dự, nó sẽ

mang những ý nghĩa hoàn toàn khác. Chỉ có những Bạc thầy bán hàng mới có thể làm được điều này.

Một cách vô cùng khôn ngoan, cách còn lại thì lại vô cùng thô thiển.

### **Phân tích hành vi bán hàng Bạc thầy**

Nếu được tiến hành một cách khoa học, hành vi bán hàng có thể được so

sánh với hình ảnh một người họa sĩ bên giá vẽ của mình. Trong khi người họa sĩ, hết nét bút này đến nét bút khác, tạo hình và sự cân đối cho bức tranh, cũng như pha trộn những màu sắc trên giá vẽ, thì người bán hàng xuất sắc tô vẽ nên bức tranh lời nói về thứ mà họ muốn bán. Thay vì vẽ lên giấy, người bán hàng xuất sắc sẽ vẽ bức tranh ngôn từ lên trí tưởng tượng của người khách hàng tiềm năng. Đầu tiên, người bán hàng sẽ phác thảo sơ

lược bức tranh mà anh ta muốn vẽ, sau đó thêm vào những chi tiết và cuối cùng dùng những ý tưởng để tô vẽ màu sắc lên đó. Ngay tại điểm trung tâm của bức tranh, anh ta sẽ vẽ nên một động cơ rõ ràng và xác định. Giống như

khi vẽ tranh cần có ý tưởng và chủ đề, một vụ mua bán thành công cũng cần có những động cơ và ý tưởng thích hợp.

Bức tranh mà người nghệ sĩ bán hàng xuất sắc vẽ lên tâm trí của người mua hàng tiềm năng không chỉ là những nét phác họa cơ bản. Những chi tiết phải được bổ sung đầy đủ để khách hàng không những thấy được bức tranh một cách tổng thể mà còn cảm thấy dễ chịu về bức tranh. Động cơ chính là thứ xác định liệu bức tranh có thể làm khách hàng thích thú được hay không.

Người nghiệp dư và những đứa trẻ có thể vẽ nên một bức tranh phác họa một con ngựa và người khác có thể nhận ra đó là một con ngựa. Nhưng khi một họa sĩ xuất chúng vẽ, người xem không chỉ nhận ra đó là một con ngựa mà còn phải thốt lên “Thật là tuyệt vời! Nó trông giống như thật vậy!”.

Người họa sĩ đích thực có khả năng đưa những hành động, thực tại và sức sống vào chính bức tranh của mình!

Tương tự như sự khác nhau giữa một thợ sơn và một họa sĩ đại tài, có sự

khác biệt rõ rệt giữa một người bán hàng bình thường và một người bán hàng bậc thầy. Người bán hàng bất tài sẽ hấp tấp phác họa một hình mẫu thô thiển về thứ mà anh ta muốn bán, và không để ý gì đến động cơ. Anh ta nói với khách hàng của mình rằng: “Anh thấy chứ? Nó hiển hiện rõ ràng như

chính bàn tay trước mặt anh vậy! Giờ anh có mua nó không?”.

Nhưng khách hàng tiềm năng sẽ không thấy được, bởi người bán hàng đã che giấu nó trong tâm trí của mình. Hoặc người mua hàng

có thể thấy nhưng không cảm nhận được. Người bán không thể khiến người mua đưa ra quyết định mua hàng chỉ bằng cách vẽ nên những bức tranh sơ sài, thiếu sót và vô hồn.

Nói cách khác, người bán hàng chưa thể gieo vào đầu người mua hàng mong muốn, khát vọng và động cơ mua hàng.

Đó là lý do tại sao anh ta không đạt được kết quả như mong muốn.

Bậc thầy bán hàng vẽ nên một bức tranh khác. Anh ta không bỏ sót bất cứ

chi tiết nào. Anh ta pha trộn ngôn ngữ đầy màu sắc của mình một cách hài hòa và cân xứng để có thể thu phục được trí tưởng tượng của vị khách hàng tiềm năng.

Anh ta vẽ lên một bức tranh dựa trên một động cơ nào đó có thể chi phối toàn bộ cảnh trí, khiến tâm trí người mua hàng hoạt động theo chỉ dẫn của anh ta. Đó chính là Nghệ thuật bán hàng đỉnh cao!

Cách đây không lâu, một nghệ sĩ bán hàng xuất sắc đã đến bán bảo hiểm nhân thọ cho tôi. Như mọi người đều biết, bảo hiểm nhân thọ là một thứ vô cùng trừu tượng và mơ hồ, đồng thời là một trong những thứ khó bán nhất trên thế giới. Là thứ mà chúng ta không thể nhìn thấy, ngửi, nếm hay cảm nhận được bằng bất cứ giác quan nào trên cơ thể. Hơn nữa, chúng ta phải chết đi thì mới nhận được lợi nhuận từ nó. Ngay cả lúc đó, món lợi sẽ lại thuộc về tay của một người khác.

Không có người nghiệp dư nào có thể thành công trong việc bán bảo hiểm nhân thọ!

Nhưng người nghệ sĩ này không phải là một tay nghiệp dư.

Thông qua một quá trình học tập và chuẩn bị, anh ta đã đạt được vị thế của một Bậc thầy. Anh ta đã để bản thân làm quen với những động cơ có khả

năng tác động nhanh chóng đến tâm lý của khách hàng tiềm năng. Anh ta đã tự chuẩn bị cho mình khả năng phân tích khách hàng một cách chuẩn xác để từ đó vận dụng những động cơ phù hợp với từng khách hàng nhằm thuyết phục họ mua bảo hiểm nhân thọ.

Anh ta vẽ ra trước mắt tôi một bức tranh vô hình bằng lời nói, thay cho cây cọ và màu vẽ. Trong bức tranh này, anh ta vẽ ra hình ảnh tôi của 20 năm sau, một ông lão già nua với đôi vai rũ xuống và mái tóc xám ngắt, xơ cứng.

Và bên cạnh tôi, anh vẽ gia đình mà tôi có. Trong bức tranh ấy, anh phác họa hình ảnh vợ tôi từ một phụ nữ mạnh mẽ, xinh đẹp và tự lập trở thành một bà lão già nua và phải phụ thuộc vào người khác.

Cũng giống như cách một nghệ sĩ violin tài năng chạm đến những sợi dây thần kinh cảm xúc của thính giả bằng cây đàn Stradivarius(31), anh ta chạm đến những cảm xúc sâu lắng nhất của trái tim tôi bằng hai chữ phụ thuộc.

Nhưng bức tranh vẫn chưa kết thúc ở đó. Anh ta còn vẽ ra cảnh tôi nằm chết lạnh lẻo trên chiếc giường của mình! Tôi cảm thấy một nỗi sợ chạy dọc sống lưng khi người “nghệ sĩ” ấy nhắc đến từ chết. (Người bán hàng đã chạm đến những cảm xúc của tôi bằng động cơ nỗi sợ hãi, một trong những động cơ

mạnh mẽ nhất trong chín động cơ cơ bản). Cạnh cổ quan tài là vợ tôi, một phụ nữ già nua, không thể tự lo liệu và phải phụ thuộc vào người khác; anh ta biết rõ rằng đây là người phụ nữ mà tôi yêu thương và muốn đảm bảo cuộc sống tương lai nhất. (Ở đây, anh ta đã chạm đến tâm trí và cảm xúc của tôi thông qua động cơ tình yêu – một trong chín động cơ cơ bản).

*(31) Stradivarius là những nhạc cụ của Stradivari – một nghệ nhân làm đàn người Ý chuyên về các nhạc cụ bộ dây như violin, cello, guitar và harp. Stradivari được thế giới nghệ thuật coi là nghệ nhân nổi tiếng nhất trong lĩnh vực của mình. Các nhạc cụ do ông làm ra được gọi bằng cái tên Stradivarius (tên Latinh hóa của nghệ nhân) và*

*hiện nay chúng đều được coi là những báu vật của các nghệ sĩ biểu diễn và các dàn nhạc.*

Chỉ có thể là một nghệ sĩ thật thụ mới có thể vẽ lên một bức tranh như vậy.

Nó hiện thực đến nỗi vẫn ám ảnh tâm trí tôi cho đến tận bây giờ!

Tối đó, tôi đi vào giấc ngủ cùng với những hình ảnh mà người đàn ông ấy vẽ ra. Cơ ác mộng khiến tôi rên rỉ, quằn quại, tìm đủ mọi hướng để thoát khỏi nỗi kinh hoàng ấy. Trong cơn ngủ mê, tiềm thức bám lấy những hình

ảnh sống động và tra tấn tôi bằng những giấc mơ khủng khiếp. (Bằng việc gieo vào tôi động cơ của sự sợ hãi, người bán hàng bỗng trở thành một đồng minh thân thiện trong tâm trí tôi).

Chỉ những nghệ sĩ đích thực mới đủ khả năng vẽ lên bức tranh sống động nhường ấy. Nhưng những nghệ sĩ như vậy không phải được sinh ra với năng khiếu này, mà phải được tạo nên sau những học hỏi và rèn luyện. Họ có thể

đã được ban cho khả năng sáng tạo nghệ thuật từ khi mới ra đời, nhưng họ

chỉ trở thành những nghệ sĩ thực thụ sau khi lĩnh hội được kỹ thuật giúp họ

tạo ra sự cân đối hài hòa cho những hình thái và màu sắc của bức tranh.

Những người bán hàng xuất sắc cũng vậy. Họ phải được đào tạo và rèn luyện chứ không phải sinh ra đã có khả năng bán hàng. Họ trở thành những bậc thầy bằng cách nghiên cứu những kỹ thuật bán hàng và động cơ của người mua hàng, họ phát triển những phương pháp chuyên môn nhằm phân tích khách hàng và những món hàng họ mua.



Tiến sĩ Harper sinh ra không phải là một người bán hàng.

Ông có thân hình nhỏ bé và vẻ ngoài kém ưa nhìn. Ông trở thành một người bán hàng vĩ đại bằng cách nghiên cứu con người và những động cơ thúc đẩy con người hành động. Đó chính xác là những điều mà những ai muốn tinh thông nghề bán hàng cần phải tìm hiểu và nghiên cứu. Chuyện vô vị cũ kỹ

về việc người bán hàng là người được sinh ra với năng khiếu chứ không phải từ học hỏi và rèn luyện là quá lỗi thời và phiến diện. Tôi đã từng đào tạo hơn 30.000 người bán hàng và những người này là minh chứng cho thấy chúng ta có thể được đào tạo để trở thành những người bán hàng thành

công.

Để có thể trở thành một người bán hàng vĩ đại, chúng ta cần phải khéo léo tô vẽ những ấn tượng bằng hình ảnh vào tâm trí của khách hàng tiềm năng, thông qua một hoặc cả năm giác quan cơ thể. Nếu những bức tranh từ ngữ

này không rõ ràng và dứt khoát, cũng như không hài hòa với động cơ, chúng sẽ không thúc đẩy được khách hàng tiềm năng quyết định mua món hàng.

Bậc thầy bán hàng tô vẽ những bức tranh của họ vào tâm trí khách hàng tiềm năng thông qua càng nhiều động cơ và giác quan càng tốt. Họ thường bổ sung cho những bức tranh lời nói của mình bằng hàng mẫu hoặc những bức tranh thực tế của món hàng họ muốn bán, bởi họ biết rằng cuộc mua bán sẽ dễ thành công hơn nếu phần trình bày chạm đến được tâm trí người mua tiềm năng thông qua nhiều hơn một giác quan cũng như bằng nhiều hơn một động cơ.

Nghệ thuật bán hàng đỉnh cao đều bắt đầu và kết thúc bằng những động cơ

thích hợp! Khi động cơ đúng đắn được tiêm vào những trao đổi trong cuộc mua bán, nó lập tức tạo ra một sự khác biệt tinh tế về những gì xảy ra trong giai đoạn mở đầu và kết thúc cuộc mua bán. Mọi quá trình mua bán đều diễn ra theo cách này. Một người ra quyết định mua hoặc không mua một món hàng là bởi một động cơ nào đó. Vì vậy, phần trình bày của bạn khi bán hàng nên dựa trên những động cơ đúng đắn, và việc bán hàng của bạn sẽ gần như đã có kết quả thậm chí trước cả khi bạn bắt đầu.

Tuy nhiên, hãy nhớ rằng động cơ phải được bạn thiết lập trong tâm trí

người mua hàng tiềm năng, bởi hầu hết mọi người không có trí tưởng tượng hoặc khuynh hướng tự xây dựng động cơ riêng họ cho hàng hóa của bạn.

Chỉ những người có ý chí yếu đuối mới cho phép bản thân dễ dàng bị người khác dẫn dắt, thế nên nếu không có một động cơ thúc đẩy thích đáng, được gieo vào tâm trí người mua một cách khéo léo và sinh động, người bán rất khó thuyết phục được người mua.

Nghệ thuật quảng cáo và đề cao hàng hóa của mình không chỉ quan trọng trong nghề bán hàng mà còn quan trọng trong những nghề nghiệp khác.

Một người trình bày giỏi là người có khả năng biến những sự kiện thông thường của cuộc sống trở nên sống động và tô điểm cho chúng những diện mạo thú vị, độc đáo. Muốn tinh thông nghệ thuật trình bày, chúng ta cần có một tinh thần sáng tạo để có thể nhận ra những vật, những người, hay sự việc có khả năng biến thành một kịch bản.

Theodore Roosevelt là một trong những tổng thống Mỹ nổi bật nhất từng tại vị tại Nhà Trắng, dù nhiều người vẫn ngỡ rằng ông không phải là một trong những nhà lãnh đạo tài năng và lỗi lạc nhất. Roosevelt được nhiều người biết đến không chỉ vì thông thạo nghệ thuật trình bày mà còn bởi ông hiểu được giá trị của nghệ thuật

quảng cáo và gây ấn tượng cũng như áp dụng hiệu quả cả hai thứ này.

Calvin Coolidge có lẽ là người ít nổi bật nhất trong số những tổng thống Mỹ. Trong khi Theodore Roosevelt đầy sức sống và đầy nhiệt huyết thì Coolidge luôn tỏ ra là người lạnh nhạt và kín đáo. Hơn nữa, Roosevelt còn

hiểu được làm cách nào để phô bày sức hấp dẫn của mình. Người ta sẽ nhớ

và nói về Roosevelt rất lâu sau khi người ta quên đi vị “Thị trưởng Northampton”(32), vì Roosevelt rất biết cách biến những sự kiện tầm thường và buồn tẻ của cuộc sống thành những điều đặc biệt, thu hút sự chú ý của người khác. Những tính cách thú vị sẽ được ghi nhớ.

*(32) Calvin Coolidge đã từng là thị trưởng của thành phố Northampton trước khi trở thành tổng thống Hoa Kỳ.*

Mọi người mua tính cách và tư tưởng nhanh hơn mua hàng hóa.

Vì nguyên nhân này, một người bán hàng có khả năng trình bày hiệu quả

sẽ có thể bán được hàng trong khi những người khác không thể. Người bán bảo hiểm nhân thọ nếu không biết gì về nghệ thuật trình bày và không sở

hữu một tính cách thu hút sẽ luôn đội số trong doanh số bán hàng. Người bán bảo hiểm nào hiểu biết về nghệ thuật trình bày cũng như sở hữu một tính cách thu hút sẽ rao mọi thứ, trừ những con số thống kê, và cũng hiếm khi nhắc đến hai chữ “hợp đồng”. Anh ta không cần phải làm vậy. Anh ta chỉ cần vận dụng những ý tưởng và sử dụng chúng để tô vẽ nên bức tranh quyến rũ, thu hút sự quan tâm và làm vui lòng những người mua hàng tiềm năng.

Một người trình bày có năng lực dùng sự nhiệt tình để tạo hiệu quả. Người trình bày yếu kém không biết gì về sự nhiệt tình. Anh ta tin tưởng có thể

giải quyết vụ mua bán bằng cơ sở lập luận nhạt nhẽo trong phần trình bày của chính mình, thứ mà anh định dùng như một sự quyến rũ lý trí của người

mua hàng tiềm năng. Phần lớn mọi người không bị ảnh hưởng quá lớn bởi những lý luận, họ chỉ bị lung lay bởi xúc cảm hay cảm giác. Một người không có khả năng đánh thức xúc cảm sâu nhất trong chính con người anh ta sẽ không thể chạm đến cảm xúc bản năng của người khác.

Trong thời kỳ hoàng kim của sự nghiệp, Billy Sunday là một nhà diễn thuyết xuất sắc, người từng săn lùng ma quỷ.

Ông ấy có thể bán những vé đến thiên đường và làm cho đám đông đứng xếp hàng và thích thú với điều đó. Công chúng trả cho ông hàng triệu đô la trong khi những mục sư với những bài thuyết giảng nhằm chán khác bị bỏ

đói đến chết. Tin chắc là nếu Sunday bán những dược phẩm có bằng sáng chế thay vì những tấm vé bước qua cánh cổng Thiên đường, hẳn ông đã bị

bắt giữ vì tội bán bô.

### **Trở thành một người bán hàng có năng lực và bạn có thể trở thành bất cứ ai mà bạn muốn trở thành**

Người quản lý bán hàng nếu không giỏi nghệ thuật trình bày sẽ thất bại ngay trước khi anh ta bắt đầu. Muốn trở thành người xuất sắc, anh ta phải bộc lộ ra được năng lực trình bày hiệu quả trong con người bán hàng của mình.

Một bài giới thiệu bán hàng hiệu quả thật sự chính là một buổi biểu diễn và thú vị như một vở kịch. Hơn nữa, nó phải mang lại cho khách hàng tiềm năng chính xác những cảm xúc mà một vở kịch hay có thể mang lại. Một người bán hàng có khả năng trình bày tốt có thể thay đổi thái độ khách

hàng từ tiêu cực sang tích cực theo ý muốn của anh ta. Anh ta có thể đạt được sự thay đổi thái độ, không phải do ngẫu nhiên hay may mắn mà nhờ

một kế hoạch được sắp xếp kỹ lưỡng từ trước. Một người trình bày có năng lực có khả năng vô hiệu hóa tâm trí của khách hàng tiềm năng, bất kể trạng thái tinh thần của họ như thế nào vào lúc anh ta bắt đầu tiếp cận. Và điều quan trọng hơn cả, là người trình bày có năng lực hiểu biết đủ để không cố

gắng đề cập đến mẫu chốt cuộc mua bán trước khi trạng thái thay đổi này diễn ra thành công.

Người nông dân không thể trồng được lúa mì mà không chuẩn bị đất trước khi gieo hạt. Tương tự như vậy, người bán hàng cũng không thể gieo hạt giống của sự khao khát vào tâm trí của người mua tiềm năng khi tâm trí đó đang trong trạng thái tiêu cực. Người bán hàng nào hiểu được nghệ thuật trình bày sẽ chuẩn bị tâm lý cho khách hàng tiềm năng kỹ lưỡng và khoa học cũng giống như khi người nông dân chuẩn bị mảnh đất trồng trọt. Nếu không chuẩn bị kỹ càng, anh ta không thể nào trở thành một người bán hàng thành công.

Cách đây ít lâu, một người bán hàng bước vào văn phòng của một người đàn ông khi ông ta đang bị cuốn vào một trận cãi nhau nảy lửa với vợ mình qua điện thoại. Khi hai vợ chồng kết thúc cuộc gọi, người đàn ông quay sang người bán hàng và quát lên:

- Anh muốn cái quái gì đây?

Không nao núng trước cảnh ngộ này, người bán hàng nhẹ nhàng trả lời và

nở nụ cười toét tận mang tai:

- Tôi đang muốn tổ chức một câu lạc bộ bảo vệ những ông chồng.

Anh ta còn bảo rằng mình cũng có “kiểu vợ như vậy”. Hai người đàn ông nói về chủ đề phụ nữ trong vòng mười phút, sau đó người bán hàng chuyển sang nói về những món hàng của anh ta và ra về với một hợp đồng bán hàng trị giá mười ngàn đô la. Đây là ví dụ chứng minh cho sự kết hợp giữa nghệ

thuật trình bày và nghệ thuật bán hàng. Người bán hàng nào không biết gì về nghệ thuật trình bày chắc hẳn sẽ thất bại trong vụ này.

Do hiểu rõ về giá trị của việc gây ấn tượng, người bán hàng này đã biết cách biến chuyển một tình huống từ bất lợi sang thuận lợi cho mình.

William Burnette đã chuyển một kế hoạch chiến lược bán hàng thành một món tiền trị giá năm triệu đô la trong năm năm bằng việc dạy cho những người bán hàng cách bán những dụng cụ nhà bếp bằng nhôm. Toàn bộ kế

hoạch của Burnette có thể được mô tả trong một câu duy nhất: Anh ta dạy những người bán hàng cách tổ chức các câu lạc bộ gồm những bà nội trợ

với mục đích bán cho họ những đồ dùng nhà bếp bằng nhôm.

Cụ thể hơn, trong kế hoạch của Burnette, những người bán hàng sẽ mời những bà nội trợ của một khu dân cư đến dự một bữa tiệc trưa tại nhà của một trong số các bà nội trợ đó. Và người bán hàng sẽ chịu mọi chi phí cũng như chịu trách nhiệm nấu những món ăn bằng các dụng cụ nhà bếp bằng nhôm mà anh ta bán. Sau bữa tiệc trưa, người bán hàng sẽ nhận được đơn hàng cho những món hàng bằng nhôm với mọi giá dao động từ 25 đô la cho

đến gấp ba lần số đó.

Chính chiến lược bán hàng này trở thành mánh khéo nhà nghề của Burnette. Là một Bạc thầy bán hàng, William Burnette biết cách tự nâng mình từ công việc chào hàng đến từng nhà mà ông ta từng làm trước đó, trở

thành một triệu phú trong vòng 5 năm.

Nên khắc sâu vào tâm trí bạn sự thật rằng những người bán hàng của Burnette đang bán một bộ dụng cụ nấu bếp bằng nhôm hoàn chỉnh, chứ

không phải chỉ một vài món xoong nồi hoặc chảo. Hơn nữa, họ không chỉ

bán cho một khách hàng riêng lẻ. Sau khi phục vụ bữa tiệc, họ tiến hành bán hàng cho những bà nội trợ. Vị nữ chủ nhà thường là người ký vào đơn hàng trước tiên, sau đó những người phụ nữ khác sẽ lần lượt đăng ký đặt hàng.

Như bạn đọc có thể thấy, mỗi trang trong cuốn sách này đều nhấn mạnh đến tầm quan trọng của việc xây dựng chiến lược hoặc kế hoạch bán hàng dựa trên một động cơ hợp lý. Một trong những khác biệt lớn giữa một nhân viên bán hàng bình thường và một Bạc thầy bán hàng chính là người bán hàng bạc thầy quen thuộc với chín động cơ cơ bản, đồng thời sử dụng một trong số chúng như một nền tảng trong kế hoạch bán hàng của mình, trong khi những nhân viên bán hàng thông thường không sử dụng bất cứ kế

hoạch hay động cơ nào cả. Anh ta chỉ cố gắng bán hàng theo bản năng, và phương pháp này thỉnh thoảng cũng hiệu quả, nhưng thường là thất bại.

Chúng ta sẽ sớm đến phần miêu tả những thuộc tính của một Bạc thầy bán

hàng, cũng như những quy tắc nền tảng của nghệ thuật bán hàng. Trong phần đầu của cuốn sách, tôi đã cố ý giúp cho người đọc làm

quen với những nguyên tắc này một cách nhanh chóng, cũng như minh họa cách mà các Bạc thầy bán hàng vận dụng những nguyên tắc này.

Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ mô tả những phẩm chất mà một Bạc thầy bán hàng phải có. Những chương kế tiếp, chúng ta sẽ thảo luận cách phát triển và vận dụng hiệu quả nhất những phẩm chất này.

## ***Chương 4***

### **NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN PHÁT**

#### **TRIỂN Ở MỘT BẠC THẦY BÁN HÀNG**

Có nhiều yếu tố tạo nên một người bán hàng thành công. Hầu hết những yếu tố này liên quan đến cá nhân người bán hàng hơn là những hàng hóa, dịch vụ mà anh ta cung cấp hay công ty, hãng xưởng nơi anh ta làm việc.

Chúng ta sẽ xem xét tường tận những nhân tố này ngay dưới đây.

Trong việc nuôi dưỡng và phát triển những nguyên tắc thiết yếu đang nói đến đây, chúng ta cần phải xác định hai điều. Thứ nhất, tự phân tích để xác định liệu chúng ta đã có sẵn những phẩm chất đáng mong ước này hay chưa. Thứ hai, nỗ lực có chủ tâm để nuôi dưỡng những phẩm chất cần thiết này.

Hầu hết những gì thuộc về tinh thần của con người đều có nền tảng vật chất, vì thế chúng ta có thể xây dựng được những phẩm chất đáng mơ ước nếu chúng ta thật sự cố gắng và nỗ lực.

Khoa học đã chứng minh rằng tâm trạng của chúng ta thậm chí có thể phản ánh tình trạng thể chất trong cơ thể và những yếu tố hóa học và vật lý trong cơ thể có thể gây ra những tâm trạng, cảm xúc, cảm giác mà trong quá khứ



các nhà tâm lý học thường xếp chúng thuộc lĩnh vực thuần túy tinh thần.

Các nhà khoa học, gồm cả nhà tâm lý học nổi tiếng John B. Watson đã chứng minh được tư duy có liên quan mật thiết với lời nói. Watson tuyên bố rằng tư duy căn bản là những lời nói không được thốt ra khỏi miệng; và tư duy là một hoạt động thể chất có tổ chức cao.

Vì vậy, trước hết hãy nói với chính mình về những gì mà bạn muốn đạt được và hãy dần dần xây dựng chúng trong tâm trí và phẩm chất của bạn. Đây là bước đi tiên quyết mà bạn phải thực hiện.

Bước thứ hai cũng tương tự như bước đầu tiên vì đây cũng là một hoạt động thể chất. Bước thứ hai cốt yếu tập trung vào việc thực hiện thứ mà bản thân muốn làm. Chúng ta học hỏi qua kinh nghiệm của bản thân và đây thật sự

chính là người thầy vĩ đại nhất chúng ta có. Chúng ta có thể nuôi dưỡng những thói quen trong cả tâm trí lẫn cơ thể, vì tâm trí và cơ thể vật chất của ta đều hoạt động trong cùng một chiều kích.

## **28 phẩm chất quan trọng của Bậc thầy bán hàng thực thụ**

Dưới đây là danh sách những phẩm chất cần thiết mà bất cứ người bình thường và có ý chí nào đều có thể sở hữu và rèn luyện để đạt được. Danh sách này khá dài và sẽ phải mất khá nhiều thời gian để có thể hoàn thiện được tất cả những đức tính này. Vậy trước khi đi vào nghiên cứu chi tiết về

những gì bạn muốn cơ thể và tâm trí mình có được, hãy liệt kê ra đây những điều tuyệt đối cần thiết.

1. Sức khỏe. Đây là điều kiện bắt buộc phải có vì cả tâm trí và cơ thể sẽ không thể hoạt động tốt nếu thiếu sức khỏe. Thế nên, các bạn nhất định phải chú

ý đến thói quen sinh hoạt, chế độ ăn uống, luyện tập thể dục cũng như môi trường sống của mình để có thể giữ được một nền tảng sức khỏe tốt nhất.

2. Lòng can đảm. Mọi người đàn ông hay phụ nữ thành công trong bất kỳ

lĩnh vực, ngành nghề nào đều cần phải có lòng can đảm, đặc biệt là trong lĩnh vực bán hàng vào thời điểm cạnh tranh khốc liệt này, sau thời kỳ tàn phế của suy thoái và chán nản.

3. Trí tưởng tượng. Đây là điều kiện cần thiết mà một người bán hàng thành công phải có. Anh ta sẽ phải liệu trước những tình huống có thể xảy ra, thậm chí phải hình dung về thái độ phản kháng của những khách hàng tiềm năng mà anh hướng tới. Anh ta cần có một trí tưởng tượng phong phú để có thể

hiểu và đồng cảm với vị trí, nhu cầu và mục tiêu của khách hàng. Nói một cách nôm na, người bán hàng phải đi guốc trong bụng khách hàng.

4. Lời nói. Giọng nói của các bạn cần phải thu hút và tạo cảm giác thân thiện cho người nghe. Một giọng nói the thé và gắt gỏng sẽ khiến người khác cảm thấy khó chịu.

Những câu nói lấp lửng sẽ làm người nghe thấy khó hiểu. Hãy nói mạch lạc và phát âm rõ ràng. Một giọng nói nhỏ dẹt dẹt là biểu hiện của một người yếu đuối.

Ngược lại, một giọng nói chắc chắn, rõ ràng và dứt khoát sẽ thể hiện một con người mạnh mẽ, đầy nhiệt huyết và có quyết tâm thành công.

5. Làm việc chăm chỉ. Đây chính là nhân tố duy nhất giúp biến khả năng và

kỹ năng của chúng ta thành tiền bạc.

Sức khỏe tốt, lòng can đảm hoặc trí tưởng tượng phong phú sẽ không đáng một xu nếu chúng không được đưa vào công việc và lượng thu nhập mà một người bán hàng có được thường được định đoạt bằng lượng chăm chỉ và thông minh mà anh ta dành cho công việc. Rất nhiều người đã phớt lờ yếu tố dẫn đến thành công này.

Những nguyên tắc trên đây khá đơn giản. Không có gì bất thường hay bất khả thi hoặc thậm chí là quá đặc biệt về những nguyên tắc này trong suy xét riêng từng nguyên tắc một hoặc xét chung, trừ phi có khả năng xảy ra một sự thật là hầu hết người bán hàng không chịu sở hữu một trong số năm điều kiện tiên quyết căn bản này.

Một số nhân viên bán hàng có thể làm việc chăm chỉ và khôn ngoan, cũng như sử dụng trí tưởng tượng của mình khá tốt, cho đến khi họ gặp phải hàng loạt lời cự tuyệt và cứ thế tuột dốc. Đây chính là lúc mà người bán hàng, với sự kiên định trong tâm hồn, sức chịu đựng từ nghị lực và sự can đảm trong trái tim, lập tức vực dậy và đánh đuổi người bán hàng thiếu phẩm chất kia. Vì vậy, lòng can đảm là tối cần thiết.

Nhiều người bán hàng sở hữu lòng can đảm, trí tưởng tượng và làm việc rất chăm chỉ, nhưng do cách sống phóng đãng và lãng phí sức lực khiến thể

chất họ suy nhược và không thể đảm đương công việc trong phần lớn thời gian.

Những phẩm chất cần thiết khác mà những nhà quản lý bán hàng khuyên

mỗi cá nhân phải nuôi dưỡng nếu muốn thành công trong nghề bán hàng sẽ được liệt kê tiếp dưới đây:

6. Kiến thức về hàng hóa mà mình bán. Người bán hàng siêu việt sẽ phân tích kỹ lưỡng về mặt hàng hoặc dịch vụ mà anh ta cung cấp, cũng như hiểu tường tận mọi thế mạnh mà sản phẩm ấy có được, bởi

anh ta biết rằng không ai có thể bán hàng thành công nếu họ không hiểu và tin tưởng chính mặt hàng mà mình cung cấp.

7. Niềm tin vào mặt hàng hoặc dịch vụ. Người bán hàng siêu việt không bao giờ cố gắng bán thứ sản phẩm mà anh ta không tin tưởng bởi vì anh ta biết rằng tâm trí mình sẽ truyền tải sự thiếu tự tin đến tâm trí của khách hàng tiềm năng, cho dù anh ta có nói gì về những hàng hóa đó đi chăng nữa.

8. Sự phù hợp của hàng hóa. Người bán hàng siêu việt thường phải phân tích khách hàng tiềm năng và nhu cầu của ông ta và chỉ như vậy, người bán hàng mới đưa ra được món hàng phù hợp cho cả hai yếu tố. Người bán hàng giỏi không bao giờ cố gắng bán một chiếc xe Rolls Royce cho một người muốn mua xe Ford, thậm chí khi khách hàng tiềm năng có đủ khả năng tài chính để mua chiếc xe đắt tiền hơn. Anh ta biết rằng bán một sản phẩm không phù hợp cho người mua thì thiệt hại nặng hơn luôn nằm ở người bán.

9. Giá trị của mặt hàng. Người bán hàng siêu việt không bao giờ bán một mặt hàng với giá cao hơn quá nhiều so với giá trị thực của nó. Anh ta biết rằng niềm tin bền vững và sự tín nhiệm của khách hàng đáng quý hơn rất nhiều so với món lợi mà anh ta có được nếu bán hàng với giá quá đắt.

10. Hiểu biết về khách hàng tiềm năng. Người bán hàng siêu việt là một nhà phân tích tâm lý. Anh ta có khả năng phân tích, nhận định xem động cơ nào trong chín động cơ cơ bản sẽ khiến người khách hàng tiềm năng phản ứng tích cực nhất. Và sau đó, người bán hàng sẽ xây dựng bài thuyết trình bán hàng của mình dựa trên những động cơ này. Trong trường hợp, nếu người khách hàng tiềm năng không có động cơ nào nổi bật để mua hàng, thì người bán hàng sẽ chủ động tạo ra một động cơ cho người mua vì anh ta biết động cơ là nhân tố thiết yếu để có thể chốt đơn hàng thành công.

11. Đánh giá người khách hàng tiềm năng. Người bán hàng siêu việt không bao giờ cố gắng bán một mặt hàng cho đến khi anh ta đã đánh giá đúng và đầy đủ về khách hàng của mình. Anh ta cần phải

có được những thông tin cần thiết về khách hàng của mình, cụ thể như:

- a. Khả năng tài chính
- b. Nhu cầu mua hàng
- c. Động cơ mua hàng

Cố gắng thực hiện vụ mua bán mà không đánh giá đúng khách hàng tiềm năng là sai lầm đứng đầu trong danh sách những nguyên nhân gây ra thất bại của những người bán hàng.

12. Khả năng vô hiệu hóa tâm trí khách hàng. Người bán hàng siêu việt biết rằng không vụ mua bán nào thành công cho đến khi tâm trí người mua hàng tiềm năng bị vô hiệu hóa hoặc ở trong trạng thái dễ tiếp nhận. Do nắm

được nguyên lý này, người bán hàng siêu việt sẽ không cố gắng kết thúc vụ

mua bán cho đến khi anh ta làm cho tâm trí khách hàng mở ra và sửa soạn nó thành một phong nền hoặc nền móng mà trên đó anh ta có thể bày ra loại ngôn ngữ khắc chạm từ câu chuyện của mình.

Đây chính là chỗ mà nhiều người bán hàng thất bại.

13. Khả năng chốt đơn hàng thành công. Người bán hàng siêu việt là một nghệ sĩ trong việc vươn đến và vượt qua thành công điểm chốt lại của một vụ mua bán. Anh ta tự rèn luyện cho mình khả năng cảm nhận được thời khắc tâm lý khi những điều kiện cuối cùng cũng chín muồi. Anh ta hiếm khi hỏi người khách hàng liệu họ có nhu cầu mua hàng hay không. Thay vào đó, anh ta tiếp tục giả định rằng người mua hàng đã sẵn sàng và chủ động tiến hành cuộc đối thoại phù hợp với mục đích bán hàng.

Ở điểm này anh ta sử dụng năng lực đề xuất theo cách ấn tượng nhất. Người bán hàng siêu việt cũng cố gắng tránh kết thúc một vụ

mua bán cho đến khi tâm trí anh ta biết chắc được rằng mình đã sẵn sàng kết thúc vụ mua bán trong sự thành công. Người bán cũng nên bố cục phần trình bày bán hàng của mình để khách hàng tiềm năng tin rằng anh ta đã hoàn tất vụ mua bán.

Những yêu cầu cần thiết khác của nghề bán hàng phụ thuộc nhiều vào tính cách và khả năng tự tổ chức, sắp xếp của người bán hàng hơn là phụ thuộc vào hàng hóa hoặc dịch vụ mà anh ta cung cấp. Một số yêu cầu này được dẫn ra dưới đây:

14. Một tính cách vui vẻ. Người bán hàng siêu việt cần phải rèn luyện được

nghệ thuật làm vui lòng người khác, bởi anh ta biết rằng khách hàng tiềm năng không chỉ mua hàng hóa mà còn "mua" chính người bán những món hàng hóa đó. Hoặc là anh ta làm được điều này, hoặc là sẽ không có vụ mua bán nào diễn ra. (Xem thêm 21 yếu tố tạo nên một tính cách vui vẻ ở chương 14)

15. Khả năng trình bày. Người bán hàng siêu việt cũng là người có khả năng trình bày siêu việt. Anh ta có khả năng nắm bắt tâm trí của người mua hàng tiềm năng bằng cách biến phần trình bày của mình trở nên đầy màu sắc, khuấy động được mỗi quan tâm của người mua hàng.

16. Tự kiểm soát. Người bán hàng siêu việt có khả năng và luôn thực thi việc kiểm soát hoàn toàn tâm trí và cảm xúc của mình, vì anh ta biết được rằng nếu không thể kiểm soát bản thân thì sẽ không thể kiểm soát được tâm trí của khách hàng tiềm năng.

17. Thế chủ động. Người bán hàng siêu việt hiểu rõ giá trị và vận dụng hiệu quả nguyên tắc chủ động. Anh ta không cần người khác chỉ bảo phải làm gì hoặc làm như thế nào. Nhờ sở hữu một trí tưởng tượng tốt, người bán hàng siêu việt sử dụng nó và xây dựng nên những kế hoạch mà anh ta có thể biến nó thành hành động thông qua tính chủ động của mình. Nói cách khác, anh ta hầu như không cần sự giám sát từ người khác.

18. Lòng khoan dung. Người bán hàng siêu việt là người cởi mở và khoan dung trong mọi vấn đề, vì anh ta biết rằng sự cởi mở sẽ rất cần thiết để phát triển bản thân.

19. Tư duy chính xác. Người bán hàng siêu việt luôn tư duy!

Hơn nữa, anh ta sử dụng thời gian của mình và tiến thẳng vào những bản khoản để thu thập những sự thật bằng nền tảng tư duy của mình. Anh ta không đoán mò khi sự thật đã có sẵn. Anh ta sẽ không đưa ra ý kiến cố định nếu không dựa trên sự thật.

20. Sự kiên trì. Người bán hàng siêu việt không bị ảnh hưởng bởi lời nói

“không” và anh ta không chấp nhận từ “không thể”. Đối với anh ta, mọi thứ

đều có thể đạt được. Chữ “không” đối với người bán hàng siêu việt không là gì khác hơn một tín hiệu để anh ta bắt đầu bài thuyết trình bán hàng của mình một cách nghiêm túc và tập trung. Anh ta biết rằng mọi người mua hàng đều đã đến đường ranh yếu ớt nhất của sự kháng cự khi phải viện ra chữ “không” để làm cớ từ chối. Do hiểu rõ kiến thức này, anh ta không dễ

bị dao động bởi những ảnh hưởng tiêu cực khi bị khách hàng từ chối.

21. Niềm tin. Người bán hàng siêu việt có “niềm tin siêu việt” vào: a. Hàng hóa mà anh ta bán

b. Bản thân anh ta

c. Khách hàng tiềm năng của anh ta

d. Việc chốt đơn hàng

Hơn hết, anh ta không bao giờ cố gắng thực hiện vụ mua bán nếu không có những niềm tin này, bởi anh ta biết niềm tin đó sẽ có thể lan truyền đến

người khác. Niềm tin của người bán hàng được “trạm tiếp sóng” của người mua hàng tiềm năng tiếp nhận và hành động theo như thể đó chính là niềm tin của họ. Không có niềm tin, người bán hàng sẽ không thể thành công!

Niềm tin là một trạng thái tâm trí có thể được xem như một hình thức khác của sự tự lực. Nhiều người nói rằng niềm tin có thể dời chuyển cả đồi núi, không chỉ vậy, nó còn có thể giúp thực hiện thành công một vụ mua bán.

22. Thói quen quan sát. Người bán hàng siêu việt là một nhà quan sát của mọi chi tiết nhỏ nhất. Người bán hàng cần phải theo dõi từng lời nói, từng thay đổi nét mặt cho đến từng chuyển động cơ thể của khách hàng. Người bán hàng siêu việt không chỉ quan sát, phân tích chính xác những gì khách hàng tiềm năng làm và nói ra, mà còn đưa ra suy luận từ những gì họ không nói hoặc không làm. Không gì có thể vượt ra khỏi tầm quan sát và chú ý của người bán hàng siêu việt.

23. Thói quen cố gắng nhiều hơn. Người bán hàng siêu việt tuân theo thói quen cố gắng dịch vụ nhiều và tốt hơn so với những gì mà anh ta có trách nhiệm phải thực hiện. Nhờ đó, anh ta sẽ thu được lợi ích nhất định thông qua định luật lợi suất tăng dần, cũng như định luật tương phản.

24. Làm lợi từ thành công và thất bại. Kinh nghiệm của người bán hàng siêu việt hoàn toàn không đến một cách tình cờ từ những nỗ lực lạc lối. Anh ta tự tìm kiếm lợi ích từ trong những sai lầm của mình, và từ việc quan sát, chiêm nghiệm sai lầm của những người khác. Anh ta biết rằng từ trong mỗi thất bại và sai lầm, nếu được phân tích đúng, có thể tìm thấy hạt mầm của thành công!

25. Trí tuệ tập thể. Người bán hàng siêu việt có thể hiểu và áp dụng thành thạo nguyên tắc Trí tuệ tập thể, từ đó nhân khả năng đạt được thành công lên rất nhiều lần.

(Nguyên tắc Trí tuệ tập thể ám chỉ sự phối hợp tâm trí hài hòa của hai hoặc nhiều cá nhân riêng biệt, nhằm đạt được một mục đích nhất



định.) 26. Một mục tiêu xác định. Người bán hàng siêu việt luôn có một mục tiêu hoặc hạn ngạch bán hàng xác định trong tâm trí. Anh ta không bao giờ làm việc chỉ với mục tiêu là bán tất cả những gì anh ta có thể. Anh ta không chỉ

làm việc với một mục tiêu xác định trong tâm trí, mà còn thiết lập một khoảng thời gian xác định để đạt được mục tiêu đó. Hiệu quả tâm lý của một mục tiêu xác định sẽ được miêu tả rõ hơn trong chương 5 về sự tự kỷ

ám thị.

27. Áp dụng Nguyên tắc Vàng. Người bán hàng siêu việt sử dụng Nguyên tắc Vàng như là nền tảng của tất cả các giao dịch kinh doanh. Người bán hàng cần phải đi guốc trong bụng khách hàng và nhìn vấn đề từ quan điểm của người mua. Phẩm chất này trở nên cần thiết hơn trong tương lai vì sự

thay đổi đạo đức kinh doanh đã diễn ra như một hệ quả của cuộc khủng hoảng kinh tế.

Và trong số tất cả những phẩm chất mà một người bán hàng phải có, không gì cần thiết và có giá trị hơn phẩm chất dưới đây: 28. Sự nhiệt tình. Người bán hàng siêu việt lúc nào cũng ngập tràn sự nhiệt tình mà anh ta có thể vận dụng tùy theo ý muốn. Hơn nữa, anh ta cũng biết

rằng khách hàng tiềm năng sẽ nhận thấy sự nhiệt tình của người bán thông qua những rung động cảm xúc và thái độ của anh ta.

Sự nhiệt tình khó có thể được giải thích và định nghĩa một cách rõ ràng, nhưng sự hiện diện của nó luôn rất dễ nhận ra.

Mọi người đều thích những người nhiệt tình. Người nhiệt tình có tinh thần cao và luôn tỏa ra một cảm giác thân thiện, khiến người tiếp xúc cảm nhận được niềm tin tuyệt đối và mục đích cao quý nơi anh ấy. Có lẽ sự nhiệt tình của anh ấy được sinh ra cũng nhiều như chính

niềm tin sâu sắc của anh vào bản thân mình, vào nhiệm vụ công việc mà anh đảm trách, và vào hàng hóa mà anh bán ra, cũng như vào mọi thứ khác. Sự nhiệt tình và thiếu nhiệt tình của con người có thể được so sánh với ánh sáng lấp lánh, thanh thoát và rực rỡ tỏa quanh hạt kim cương trên khay trang sức được người người tán tụng và không khí mờ đục nặng nề bao quanh một mảnh kính có cùng kích cỡ

không được ai quan tâm, chú ý. Không ai đi tìm một mảnh kính tầm thường, nhưng mọi người, vĩ đại hay tầm thường, giàu có hay nghèo khổ, cũng đều sẽ đổ xô đi tìm một mảnh kim cương nhỏ bé nhưng giá trị.

Do đó, tất cả người bán hàng nên làm theo lời khuyên từ những nhà thông thái của bán đảo Sinai này:

“Với tất cả những gì người có thể chọn, hãy chọn sự nhiệt tình.”

Điều này trái ngược với quan niệm sai lầm cho rằng “Chỉ những người có năng khiếu mới có thể thành công trong nghề bán hàng”. Bán hàng vừa là một môn nghệ thuật vừa là một môn khoa học và có thể đạt được bởi bất

cứ ai sẵn lòng đạt được nó. Một số người được trời phú cho kỹ năng cần thiết để trở thành một người bán hàng giỏi, trong khi những người khác phải mất nhiều công sức, thời gian để rèn luyện, nhưng ai cũng có thể phát triển được những phẩm chất này.

**Chín động cơ cơ bản thúc đẩy con người hành động** Khoa học đã phân chia các loại phản ứng của con người và đưa ra các tác nhân kích thích có thể mang lại những phản ứng như mong muốn.

Phản ứng có thể ở cấp thấp, theo cách mà các nhà khoa học gọi là vật lý thuần túy hoặc có thể được thúc đẩy bởi các kích thích lý - hóa. Các bạn có thể khiến một người ra khỏi phòng bằng cách đá anh ta ra ngoài – đó là thuần túy về mặt vật lý – hoặc anh ta có thể tự bước ra ngoài do những phản ứng hóa học vốn liên quan đến một

điều kiện đặc biệt của cơ thể. Nhiệt độ, bầu không khí, sự tiện nghi hoặc bất tiện, thức ăn và nước uống, đều sẽ

mang lại những điều kiện hóa học để thúc đẩy một số phản ứng nhất định.

Nhưng hãy quên đi những phản ứng đơn giản và vật lý thuần túy ở trên.

Chúng ta có thể phân loại những tác nhân kích thích gây ra những phản ứng thích hợp thành ba nhóm chính. Những tác nhân kích thích là những phần chính yếu và quan trọng nhất mà chúng ta phải toàn tâm chú ý trong chương này. Những tác nhân kích thích này bao gồm: 1. Bản năng

2. Cảm xúc

3. Lý trí

Những tác nhân kích thích khiến hầu hết mọi người mua thức ăn, quần áo và chỗ ở chủ yếu nằm trong nhóm đầu tiên – bản năng, tuy nhiên vẫn có một số ít rơi vào hai nhóm còn lại.

Mọi tạo vật đẹp đẽ trên thế giới này được khao khát bởi vẻ đẹp của chúng có thể được sự yêu thích nhờ vào sức lôi cuốn thích hợp, được tạo nên bởi tác nhân thuộc nhóm thứ hai: cảm xúc.

Tình yêu, hôn nhân và tôn giáo liên quan nhiều đến vấn đề cảm xúc. Nhiều hàng hóa và dịch vụ được bán ra nhờ vào những tác nhân mang tính cảm xúc. Giáo dục, sách vở, âm nhạc, nghệ thuật, bảo hiểm nhân thọ, quảng cáo, mỹ phẩm, hàng xa xỉ, đồ chơi và rất nhiều thứ khác được bán nhờ vào sự lôi cuốn bằng cảm xúc của người mua.

Đầu tư kinh tế, tiết kiệm tiền bạc, các máy móc cơ khí, máy móc kinh doanh và những công việc mang tính khoa học thường nằm trong nhóm lý trí.

Có chín động cơ cơ bản kích thích con người phản ứng, và hầu hết suy nghĩ

và hành động của mọi người đều bị ảnh hưởng bởi một hoặc nhiều động cơ

trong số chín động cơ này.

Khi người bán hàng siêu việt đánh giá những người khách hàng tiềm năng, anh ta sẽ tìm kiếm động cơ nào là hợp lý nhất với khách hàng và với động cơ này, anh ta có thể tác động tới tâm trí của khách hàng. Chín động cơ cơ

bản được liệt kê dưới đây:

1. Động cơ bản năng sinh tồn
  2. Động cơ kiếm tiền
  3. Động cơ tình yêu
  4. Động cơ ham muốn tình dục
  5. Động cơ khát khao quyền lực và danh vọng
  6. Động cơ nỗi sợ hãi
  7. Động cơ trả thù
  8. Động cơ tự do (cho cơ thể và tâm trí)
  9. Động cơ khát khao xây dựng và sáng tạo về thể xác và tinh thần
- Những động cơ này được sắp xếp theo thứ tự mức độ quan trọng cũng như

mức độ hữu ích.

Người bán hàng siêu việt luôn xây dựng bài thuyết trình bán hàng của mình dựa trên chín động cơ trên để đảm bảo rằng nó chứa càng nhiều động cơ

càng tốt. Anh ta biết rất rõ một bài thuyết trình bán hàng sẽ hiệu quả hơn nếu được dựa trên nhiều động cơ thúc đẩy khác nhau.

Không người bán hàng nào có khả năng bán bất cứ thứ gì cho bất kỳ ai, trừ

khi anh ta có thể đưa ra ít nhất một động cơ hợp lý để thuyết phục người khác mua hàng hóa của mình.

Người bán hàng siêu việt dự tính trước những phần cần trình bày về sự hữu ích của dịch vụ cho người mua. Phương pháp gây áp lực cao không nằm trong danh sách của người bán hàng siêu việt, nguyên do chủ yếu là vì phương pháp gây áp lực thiếu động cơ logic dẫn đến việc mua hàng. Sự thật hiển nhiên mà phương pháp tạo áp lực cao được áp dụng chính là bằng chứng cho thấy người bán hàng không có động cơ logic để ngỏ lời với người mua hàng tiềm năng tại sao anh ta, hoặc cô ta nên mua món hàng ấy.

Phương pháp này có thể xem như một dạng đe dọa khách hàng, thế nên những bậc thầy bán hàng không bao giờ dùng đến phương pháp bán hàng tiêu cực này.

Nếu kế hoạch trình bày bán hàng của bạn không nhấn mạnh vào một hoặc nhiều động cơ kể trên, nó chắc chắn sẽ không hiệu quả và cần phải được sửa đổi lại. Sau khi phân tích kỹ lưỡng 30.000 nhân viên bán hàng, tôi phát hiện ra rằng những điểm yếu nổi bật nhất của khoảng 98% nhân viên bán hàng có thể được tìm thấy trong những điều được dẫn ra dưới đây: **Yếu kém về kỹ thuật**

1. Thất bại trong việc trình bày một động cơ thích hợp để khách hàng mua sản phẩm

2. Thiếu sự kiên trì trong việc trình bày và kết thúc vụ mua bán
3. Không đánh giá đúng về người khách hàng tiềm năng
4. Thất bại trong việc vô hiệu hóa tâm trí của khách hàng tiềm năng
5. Thiếu trí tưởng tượng
6. Thiếu sự nhiệt tình

Những khuyết điểm này là điểm chung của hầu hết nhân viên bán hàng thuộc mọi ngành nghề, lĩnh vực. Chỉ cần có một trong số những điểm yếu này cũng đã đủ để phá hỏng cơ hội bán hàng.

Bạn dễ nhận thấy rằng “thất bại trong việc trình bày một động cơ thích hợp để khách hàng mua sản phẩm” dẫn đầu trong danh sách sáu điểm yếu thông thường nhất của những người bán hàng. Sự thờ ơ hoặc thiếu kiến thức về khoa học bán hàng chính là nguyên nhân lý giải cho những yếu kém này của đa số nhân viên bán hàng.

**Điểm yếu chính trong tính cách và thói quen của người bán hàng** Thành công trong nghề bán hàng là kết quả của những phẩm chất tích cực mà mỗi cá nhân cần phải rèn luyện và vận dụng vào thực tế nghề nghiệp.

Thất bại trong nghề bán hàng là do tác động của những phẩm chất tiêu cực và chúng ta nhất thiết phải loại bỏ chúng đi. Trong đó, những phẩm chất tiêu cực tiêu biểu nhất là những gì được liệt kê dưới đây: 1. Thói quen trì hoãn, chần chừ. Không gì có thể thay thế cho một hành động tức thời, nhanh chóng nhưng kiên trì.

2. Một trong số sáu nỗi sợ hãi cơ bản. Tâm trí của người nào luôn chất chứa

nỗi sợ hãi sẽ không thể nào bán hàng thành công được. Sáu nỗi sợ hãi cơ

bản của con người bao gồm:

a. Nỗi sợ nghèo đói

- b. Nỗi sợ bị chỉ trích
- c. Nỗi sợ bệnh tật
- d. Nỗi sợ mất tình cảm của ai đó
- e. Nỗi sợ tuổi già
- f. Nỗi sợ cái chết

Ngoài danh sách sáu nỗi sợ hãi kể trên, những người bán hàng còn cần tránh những điều sau đây:

3. Dành quá nhiều thời gian cho những cuộc gọi thay vì cố gắng bán hàng.

Một cuộc gọi không phải một cuộc phỏng vấn. Một cuộc phỏng vấn không phải là một vụ mua bán. Một số người bán hàng chưa hiểu hoặc không chịu hiểu sự thật này.

4. Đùn đẩy trách nhiệm cho người quản lý bán hàng. Người quản lý bán hàng không có trách nhiệm cùng với nhân viên bán hàng thực hiện những cuộc gọi chào hàng. Họ không đủ thời gian và sức lực để làm việc đó. Công việc của người quản lý là chỉ dẫn cho nhân viên những gì phải làm, chứ

không phải làm thay cho họ.

5. Giỏi ngụy biện. Những lời giải thích không nói lên được điều gì, chỉ những đơn hàng mới có giá trị. Đừng quên điều đó!

6. Dành quá nhiều thời gian ở các sảnh khách sạn. Tiễn sảnh khách sạn là một nơi lý tưởng để "dùng chân", nhưng những người bán hàng dừng lại quá lâu ở đó thì sớm muộn gì cũng bị những tờ hợp đồng "biết đi" bỏ lại.

7. Mua những lời than thở thay vì bán hàng hóa của mình.

Cuộc suy thoái kinh tế là một đầu đề trò chuyện phổ biến, nhưng đừng để

khách hàng tiềm năng của bạn cắt ngang và làm chủ bài trình bày bán hàng.

8. Uống quá nhiều rượu vào đêm trước. Những bữa tiệc luôn thú vị, nhưng chúng sẽ không giúp ích gì cho công việc ngày hôm sau của bạn.

9. Dựa dẫm vào người quản lý bán hàng để có được khách hàng tiềm năng.

Những người nhận đơn đặt hàng luôn mong đợi khách hàng ngồi một chỗ

và đợi họ đến.

Trong khi đó, các Bạc thầy bán hàng luôn chủ động tự nắm lấy người khách hàng tiềm năng của mình. Đó là một trong những lý do chính giải thích tại sao họ là những Bạc thầy.

10. Chờ đợi tình hình kinh tế khá hơn. Những con chim cổ đỏ luôn kiếm được thức ăn dễ dàng, nhưng chúng không đợi ai đào giun sẵn cho chúng.

Ít nhất hãy thông minh như một con chim cổ đỏ! Hãy nhớ rằng những đơn đặt hàng sẽ không bao giờ tự tìm đến những người bán hàng đâu!

11. Nghe theo từ "không". Đối với một người bán hàng thực thụ, nghe thấy từ "không" chỉ là một dấu hiệu cho biết họ cần bắt đầu đấu tranh. Nếu mọi khách hàng đều nói "có", những người bán hàng sẽ không có công việc để

làm, bởi vì không ai cần đến họ.



12. Sự cạnh tranh. Doanh nhân Henry Ford có rất nhiều đối thủ cạnh tranh, nhưng ông ta không hề sợ hãi điều này. Vì ông ta có lòng can đảm và khả

năng để sản xuất những chiếc xe hơi động cơ 8 xy-lanh ở mức giá vô cùng thấp trong suốt một thời gian dài, trong khi nhiều nhà sản xuất xe hơi khác đang phải hạn chế sản xuất.

13. Dành quá nhiều thời gian cho những chuyện tầm phào.

Những kẻ chuyên buôn chuyện tầm phào chỉ có thể sinh sống tại những làng quê chứ không phải phố Broadway hay những con phố lớn!

14. Đọc những báo cáo thị trường chứng khoán. Hãy để những kẻ háms lợi dính mồi. Có lẽ bạn sẽ đủ thông minh để tránh những cạm bẫy trong thị

trường chứng khoán, nhưng hãy nghĩ đến thực tế là chỉ có một trong số

10.000 người chơi ngoài kia gây dựng được gia tài hay sự nghiệp từ lĩnh vực chứng khoán. Vì thế, hãy tập trung vào công việc bán hàng của mình.

15. Bi quan. Nếu bạn liên tục mong đợi người khách hàng tiềm năng của mình sẽ mở cho bạn một cánh cổng, bạn có thể đạt được điều đó. Cuộc sống luôn cho ta nhiều điều bất ngờ. Nó thường ban cho ta những gì ta thật lòng mong muốn.

Đây không phải là một danh sách hoàn chỉnh về những gì một người bán hàng nên tránh, nhưng nó đưa ra được những mẫu tiêu biểu. Có lẽ một số

người sẽ nghĩ danh sách này mang tính cá nhân và cợt nhả. Một số khác có thể nhìn thấy ở nó chút gì đó mỉa mai chế nhạo. Nhưng hãy nhớ rằng, cuốn sách này chỉ hướng đến những ai đang gặp vướng

mắc trong công việc bán hàng. Những người khác không cần phải cảm thấy bị xúc phạm hay phật lòng. Nếu có bất kỳ nghi ngờ nào về việc liệu mình có đang mắc những sai lầm, thiếu sót kể trên hay không, hãy thu hết can đảm và thảo luận về danh sách trên với người quản lý bán hàng của mình. Nhưng trước hết hãy thể

hiện là bạn thật lòng muốn nghe những lời nhận xét thẳng thắn từ người quản lý của mình!

Tôi không phải là người tự nghĩ ra danh sách những khuyết điểm kể trên.

Những điều này được tập hợp và biên soạn lại từ những kinh nghiệm tôi có được sau khi đào tạo và hướng dẫn hơn 30.000 người bán hàng.

## ***Chương 5***

### **TỰ KỶ ÁM THỊ**

Mỗi người bán hàng siêu việt đều biết rằng muốn bán hàng thành công trước tiên anh ta phải bán được cho chính mình và mức độ mà anh ta tự

thuyết phục mình trong vụ mua bán này sẽ là mức độ tin tưởng có thể nảy ra trong tâm trí của người mua.

Do tầm quan trọng của việc “bán” chính mình, chủ đề tự kỷ ám thị sẽ có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc đào tạo kỹ năng bán hàng. Đây là nguyên tắc mà qua đó, người bán hàng lấp đầy trong tâm trí mình niềm tin vào món hàng hoặc dịch vụ mà anh ta cung cấp, cũng như về khả năng bán hàng của chính anh ta.

Tự kỷ ám thị chính là sự tự gợi ý. Nó là nguyên tắc qua đó một cá nhân tạo ra trong tiềm thức của mình bất cứ ý tưởng, kế hoạch, khái niệm hoặc niềm tin nào. Tiềm thức chính là một trạm phát sóng, tình

nguyên truyền phát những suy nghĩ và niềm tin (hay sự bất tín) của một người đến những người khác.

Người bán hàng siêu việt biết rằng anh ta phải rèn luyện tiềm thức của mình có khả năng phát đi niềm tin về thứ mà anh ta đang cung cấp.

Việc nhắc đi nhắc lại một gợi ý trong tiềm thức là cách hiệu quả nhất để rèn luyện cho tiềm thức chỉ phát ra những suy nghĩ giống như vậy. Tiềm thức sẽ chỉ bị tác động bởi những gợi ý nào có kết hợp với cảm giác hoặc cảm xúc.

Khả năng lý luận xuất sắc hay tệ hại không ảnh hưởng chút gì đến những suy nghĩ trong tiềm thức. Tiềm thức chỉ đáp lời những thôi thúc tâm trí được hòa trộn hoàn hảo với cảm xúc. Tiềm thức của một người chịu ảnh hưởng bởi những điều tiêu cực cũng nhanh như những điều tích cực. Những người bán hàng siêu việt không bao giờ bỏ sót sự thật này! Điều này đã lý giải tại sao họ lại trở thành Bạc thầy bán hàng!

### **Bảy cảm xúc tích cực chính**

1. Cảm xúc tình dục (cảm xúc này đứng đầu danh sách vì nó chính là cảm xúc mạnh mẽ nhất)
2. Cảm xúc tình yêu
3. Cảm xúc hy vọng
4. Cảm xúc niềm tin
5. Cảm xúc nhiệt tình
6. Cảm xúc lạc quan

## 7. Cảm xúc trung thành

Thế giới được điều khiển bởi những cảm xúc!

Hầu hết hoạt động của con người từ khi sinh ra cho đến khi chết đi đều bị

ảnh hưởng bởi chính những xúc cảm của họ. Một người bán hàng có khả

năng chạm đến cảm giác hoặc cảm xúc của khách hàng có thể nâng cơ hội

thành công lên gấp mười lần so với những người chỉ chạm đến khách hàng thông qua những nguyên do lý trí đơn thuần. Người mua hàng thường đưa ra những quyết định mua hàng hóa do một số động cơ có liên quan chặt chẽ

tới cảm xúc của họ. Bạn có thể nhận thấy điều này bằng cách đọc lại phần miêu tả những động cơ thúc đẩy con người hành động (cụ thể là hành động mua hàng hóa).

Trong danh sách bảy cảm xúc tích cực kể trên, người bán hàng siêu việt sẽ

nhận thấy một loại “dược liệu tự nhiên”, là thứ mà anh ta phải phối trộn với những gợi ý đã được gieo trong tiềm thức của mình nếu anh ta thật sự

muốn truyền đến khách hàng tiềm năng những ý nghĩ thôi thúc vốn sẽ ảnh hưởng đến họ theo hướng có lợi cho mình.

### **Bảy cảm xúc tiêu cực chính**

1. Cảm xúc giận dữ (nhanh chóng và nhất thời)
2. Cảm xúc sợ hãi (nổi bật và dễ nhận thấy)

3. Cảm xúc tham lam (dai dẳng và khó nhận ra)

4. Cảm xúc ganh tị (bốc đồng và khi có khi không) 5. Cảm xúc trả thù (lặng lẽ và khó nhận ra)

6. Cảm xúc căm ghét (dai dẳng và khó nhận ra)

7. Cảm xúc mê tín (chậm rãi và khó nhận ra)

Sự hiện diện của bất kỳ cảm xúc tiêu cực nào trong tâm trí cũng đủ mạnh để đẩy lùi mọi cảm xúc tích cực. Trong một số trường hợp cực đoan, sự xuất hiện đồng thời của nhiều cảm xúc tiêu cực trong tâm trí một người có thể

khiến người ấy phát điên.

Rõ ràng, bất cứ ám thị nào được gieo trong tiềm thức trong khi đang có sự

hiện diện của một hoặc một số cảm xúc tiêu cực nào đó, thì tiềm thức ấy nhất định sẽ mang theo màu sắc tiêu cực, và khi tiềm thức ấy phát đi bất kỳ

gợi ý nào, nó cũng sẽ tạo một kết quả tiêu cực vào trong tâm trí của những ai bắt được làn sóng ấy.

Một khi hiểu được nguyên tắc này, bạn sẽ biết được tại sao những người bán hàng siêu việt phải "bán" được cho bản thân anh ta trước khi có thể

bán bất kỳ món hàng nào. Đồng thời, các bạn cũng sẽ biết được tại sao những người bán hàng có tư tưởng tiêu cực thường xuyên bị khách hàng từ

chối. Những cảm xúc, niềm tin và suy nghĩ mà người bán hàng thể hiện, thông qua tiềm thức của mình, sẽ hiệu quả hơn những lời nói của anh ta.

Hãy nhớ rằng mọi người thường bị thôi thúc mua hoặc không mua một món hàng bởi chính cảm xúc của họ.

Cũng hãy nhớ rằng phần lớn cái mà họ tin là cảm xúc của mình, trong thực tế, chính là những thôi thúc ý nghĩ họ nhận được một cách vô thức từ những rung động ý nghĩ mà người bán hàng phát ra.

Người bán hàng siêu việt không cho phép tiềm thức của mình phát ra những suy nghĩ tiêu cực hoặc thể hiện chúng thông qua lời nói, vì anh ta

hiểu được rằng những ám thị tiêu cực thường sẽ dẫn đến những hành động và quyết định tiêu cực từ khách hàng tiềm năng.

Người bán hàng thường hay chỉ trích hoặc phê phán có khả năng phá hủy lợi thế mà anh ta có thể có được thông qua những ám thị tích cực. Sự hiện diện của một hay nhiều cảm xúc tiêu cực trong tâm trí sẽ kéo theo nhiều hệ

lụy đi kèm. Do biết được điều này, người bán hàng siêu việt rất cẩn thận để

không gieo những suy nghĩ tiêu cực vào tâm trí những khách hàng tiềm năng của mình.

Như độc giả đã biết, ngày nay nền chính trị và các chính trị gia đang mang nhiều điều tiếng trên khắp cả nước. Khi phân tích cách thức "bán hàng" mà những chính trị gia sử dụng, bạn sẽ hiểu được tại sao họ lại đánh mất lòng tin của những "người mua hàng", tức người dân đất nước họ. Thông thường những người muốn bước vào chính trường thường công kích những đối thủ

của họ thay vì thể hiện cho người dân thấy được năng lực bản thân. Không một công ty thành công nào lại cho phép nhân viên bán hàng của mình tìm kiếm khách hàng bằng cách công kích những đối thủ của họ. Những nhà quản lý bán hàng có năng lực luôn nhận thấy rằng những vụ mua bán có được bằng cách hạ giá trị của đối thủ

hoặc sản phẩm của họ không phải là vụ mua bán chân chính. Và dĩ nhiên, việc kinh doanh có được bằng cách thức này sẽ không thể tồn tại lâu bền.

Một triết gia thông thái đã từng nói: “Khi các vị thần muốn hủy diệt một ai đó, trước tiên họ sẽ làm người đó phát điên”.

Sự giận dữ là một cảm xúc tiêu cực, nó mang lại những cảm xúc nghèo nàn khi kết hợp với nghệ thuật bán hàng, và trong bất cứ trường hợp nào, nó cũng chỉ chuốc lấy sự giận dữ. Sự im lặng còn hiệu quả hơn rất nhiều so với những lời nói mang đầy cảm xúc giận dữ.

Khi một người bán hàng châm biếm, mỉa mai hoặc chế nhạo ai đó, họ nghĩ

mình là người khôn ngoan, lanh lợi, nhưng những tư tưởng tiêu cực đó sẽ

không giúp họ bán được hàng hóa của mình. Những phát ngôn tiêu cực cũng đồng nghĩa với việc tự sát trong bán hàng.

Những phát ngôn tiêu cực trong việc bán hàng không chỉ tạo ra sự phật ý trong tâm trí của khách hàng tiềm năng mà chúng còn tác động đến tiềm thức của người bán hàng. Từ đó, người khác sẽ cảm nhận được những rung động tiêu cực từ người bán hàng và cuối cùng người bán hàng sẽ nếm mùi thất bại.

Chưa bao giờ trong lịch sử thế giới lại có nhiều cơ hội phong phú như ngày nay cho những người sẵn lòng phục vụ trước khi cố gắng thu thập lợi ích.

## ***Chương 6***

### **TẬP THỂ TRÍ TUỆ ƯU TÚ**

Trong bán hàng cũng như trong mỗi ngành nghề khác, thành tựu nổi bật của mỗi cá nhân được dựa trên sức mạnh.

Sức mạnh của một người có được là nhờ vào việc tổ chức và vận dụng kiến thức theo cách thông minh, hợp lý nhất.

Nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú tạo ra nguồn kiến thức vô hạn bởi thông qua việc áp dụng nguyên tắc này, một cá nhân có thể tận dụng hiệu quả

kiến thức của nhiều người khác cũng như những kiến thức được tích lũy và ghi lại trong sách vở.

Thuật ngữ “Tập thể trí tuệ ưu tú” nghĩa là sự phối hợp của từ hai bộ óc trở

lên, chúng tương tác với nhau một cách hài hòa vì một mục tiêu nhất định.

Có hai phương diện riêng biệt và rõ ràng trong nguyên tắc này. Một là phương diện kinh tế, hai là phương diện tinh thần.

Nhìn nhận trên phương diện kinh tế, chúng ta dễ nhận ra rằng thông qua sự hợp tác khăng khít với những người khác, một người có thể vận dụng kiến thức, kinh nghiệm và nỗ lực hợp tác của nhiều người. Phương diện tinh thần lại phát triển theo hướng hoàn toàn khác so với phương diện kinh tế.

Phần này của nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú có thể được dùng để gắn kết ý thức và suy nghĩ của một người với sức mạnh tối cao của Đảng toàn tri.

Tôi lấy làm tiếc rằng phương diện tinh thần của Tập thể trí tuệ ưu tú không được miêu tả chi tiết ở đây do không gian hạn chế (Nguyên tắc này đã được trình bày đầy đủ trong cuốn *Quy luật Thành công* của chính tác giả).

Xét về phương diện kinh tế, hãy luôn giữ trong tâm trí sự thật rằng năng lực chính là yếu tố cần thiết để một cá nhân đạt được thành công trong mỗi bước đi cuộc sống. Ngoài ra, cũng cần nhớ rằng năng



lực chính là kiến thức được tổ chức và định hướng một cách thông minh. Những nhận định trên cho thấy rõ ràng sức mạnh to lớn chỉ có thể được tích lũy nhờ vào nỗ lực hợp tác của nhiều trí tuệ khác nhau. Không một cá nhân nào làm việc đơn lẻ mà có được sức mạnh to lớn, dù cho anh ta có thông minh hay giàu kiến thức đến đâu đi nữa, bởi vì sức mạnh phải được lan truyền trước khi nó phát huy hiệu lực. Một cá nhân chỉ giới hạn trong phạm vi sức mạnh mà anh ta có thể truyền đi hoặc ứng dụng nó vào thực tế cuộc sống.

Độc giả nên đạt tới sự am tường đối với hai phương diện của nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú ở ngay đầu chương này, để có thể thông hiểu những nguyên tắc trừu tượng hơn về sau. Nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú là nền tảng của mọi sức mạnh to lớn và lâu dài. Do đó, tất cả những ai khao khát làm chủ

trong bất cứ ngành nghề nào, trong buôn bán cũng như các nghề nghiệp khác, đều phải hiểu và áp dụng thành công nguyên tắc này.

Henry Ford đã thành lập một trong những nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú hiệu quả và nổi tiếng nhất trong lĩnh vực phân phối. Đây là một tổ chức tập hợp hàng ngàn thương gia đã qua huấn luyện, những người hoạt động hầu như

khắp nơi trên toàn thế giới. Thông qua nỗ lực hợp tác của liên minh các

thương gia, Ford có thể đánh giá được thực tế việc xây dựng thương hiệu ô tô của mình, và dự đoán liệu có bao nhiêu xe có thể phân phối được. Ông tính toán được đâu là nơi thị trường kinh doanh của ông có thể tồn tại cũng như phạm vi của thị trường ấy, thậm chí trước khi những nguyên liệu thô được đưa vào lắp ráp, sản xuất. Không thể phủ nhận khi cho rằng tài sản lớn nhất của ông ấy chính là nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú những người bán hàng. Nhờ hiểu và vận dụng hợp lý nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú vào việc kinh doanh, Ford đã đạt được những thành công kỳ diệu, khiến bao người mơ ước.

Andrew Carnegie là người đầu tiên khiến tôi quan tâm đến nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú, vì ông ấy cho rằng tài sản to lớn mà mình gây dựng được là nhờ vận dụng nguyên tắc này. Nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú của ông gồm hai mươi thành viên, là những nhân lực chủ chốt của ông, họ đã kết hợp kỹ

thuật và kinh nghiệm của mình giúp Carnegie chế tạo ra thép và thị trường thép thành công trên toàn thế giới. Carnegie còn cho biết thêm, có lẽ ông ấy cũng đã thành công một cách dễ dàng trong việc kinh doanh tạp hóa, ngân hàng hay đường sắt hoặc trong bất kỳ lĩnh vực nào cung cấp dịch vụ

hữu ích cho nhiều người giống như ông ấy đã làm trong kinh doanh thép, chỉ đơn thuần bằng cách quản trị quanh ông những con người giàu tri thức và có khí chất phù hợp với ngành nghề mà ông theo đuổi.

Nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú chính là nền tảng của mọi tài sản lớn, thậm chí những tài sản kế thừa cũng có nguồn gốc từ sự tích lũy thông qua nguyên tắc này.

Huân chương thành công đều là kết quả của sức mạnh!

Sức mạnh to lớn có thể được tích lũy bằng cách áp dụng nguyên tắc Tập thể

trí tuệ ưu tú. Tôi đã lặp lại câu này nhiều lần nhằm nhấn mạnh nó, bởi vì nó là nền tảng cơ bản để chúng ta làm chủ bản thân và đạt được thành tựu to lớn.

## ***Chương 7***

### **SỰ TẬP TRUNG**

Chỉ có thể thông qua nguyên tắc tập trung chúng ta mới hiểu và áp dụng được phương diện tinh thần của nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú. Tập trung là hướng sự chú ý, quan tâm và khát khao đến một

mục đích xác định. Qua cơ sở lập luận này, ta dễ dàng thấy rằng tập trung là điều kiện cần thiết để

sử dụng hiệu quả nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú, hai nguyên tắc trên là không thể tách rời khi cần đạt đến những kết quả thực tiễn qua việc áp dụng của hai hoặc nhiều người.

Tự kỷ ám thị là nguyên tắc mà thông qua đó tiềm thức có thể chịu tác động và bị ảnh hưởng. Còn tập trung là nguyên tắc để áp dụng tự kỷ ám thị (điều này đã được làm rõ ở chương 5).

Chúng ta gọi nó là “bước đầu tiên trong nghệ thuật bán hàng”.

Sau đây, chúng ta sẽ nói rõ về những điều quan trọng này theo một cách khác.

Nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú, nguyên tắc Tập trung và nguyên tắc Tự kỷ

ám thị tạo thành bộ ba nguyên tắc được sử dụng trong việc kích thích và ảnh hưởng đến tiềm thức.

Tiềm thức sẽ không nhận diện được cũng như không bị chi phối bởi bất kỳ

gợi ý nào nếu gợi ý đó không kèm theo một, hoặc nhiều cảm xúc. Điều này

đã được đề cập ở chương Tự kỷ ám thị.

Như vậy, ta thấy ba chương gồm: Tập thể Trí tuệ ưu tú, Tự kỷ ám thị và Tập trung đã tạo nên phần tinh túy của Nghệ thuật bán hàng bậc thầy. Nếu bạn không hiểu và tiếp thu đầy đủ ba chương này, bạn đã bỏ lỡ nhiều giá trị mà cuốn sách đem lại.

Chương này mô tả phương pháp áp dụng hiệu quả nguyên tắc Tập trung, đừng quên tận dụng nó tối đa bởi nó cực kỳ quan trọng với bạn.

Tập trung được định nghĩa là “thói quen của việc hình thành trong đầu một mục đích, mục tiêu hay đối tượng rõ ràng và hình dung về chúng cho đến khi tạo ra cách thức và phương tiện để thực hiện chúng”.

Nguyên tắc Tập trung, khi áp dụng và tạo thành một phần của việc làm chủ

trong bán hàng, bao gồm việc gieo vào tiềm thức của một người một mục tiêu chủ yếu, một ý tưởng, kế hoạch, ý định rõ ràng và khiến tiềm thức của họ tiếp tục tập trung vào những điều này.

Nguyên tắc Tập trung là phương tiện khắc phục sự trì hoãn.

Nguyên tắc này còn là cơ sở để khẳng định lòng tự tin và khả năng tự kiểm soát.

Nguyên tắc Thói quen và nguyên tắc Tập trung gắn bó chặt chẽ với nhau, thói quen dẫn đến tập trung và tập trung phát triển thói quen.

Mục đích của việc tập trung vào một mục tiêu nhất định là để rèn luyện tâm

trí cho đến khi nó tạo thành thói quen tập trung vào trọng tâm của mục tiêu đó. Khi một người nỗ lực và tập trung vào một mục tiêu nhất định, thói quen này sẽ tác động đến tiềm thức để nó tiếp nhận ý niệm và chuyển ý niệm đó thành dạng vật chất của nó thông qua phương pháp thực tế và trực tiếp nhất sẵn có.

Mỗi người vẫn đang sử dụng nguyên tắc Tập trung dù anh ta có nhận ra điều đó hay không. Người nào cho phép ý thức của mình tập trung vào những suy nghĩ tiêu cực như sợ hãi, nghèo nàn, bệnh tật và lòng hẹp hòi thì sớm muộn gì tiềm thức của anh ta cũng sẽ nhận được những tín hiệu này và hành động theo chúng rồi chuyển chúng thành bản sao của mình.

**Hướng dẫn áp dụng nguyên tắc Tập trung**

1. Hãy làm chủ và áp dụng những nguyên tắc được miêu tả ở chương Tự kỷ

ám thị bằng cách làm theo thói quen đưa ra mệnh lệnh cho tiềm thức, kết hợp suy nghĩ của bạn với một hoặc nhiều cảm xúc tích cực và lặp đi lặp lại mệnh lệnh đó. Duy trì quy trình này cho đến khi bạn đạt được kết quả hài lòng, nhớ rằng cảnh giác không ngừng là điều cần thiết trong nỗ lực vươn tới sự tinh thông.

2. Hãy xóa bỏ hết tất cả suy nghĩ không cần thiết trong ý thức của bạn. Sau một vài lần luyện tập, bạn có thể tập trung toàn bộ tâm trí của mình vào bất cứ vấn đề nào mà bạn hứng thú.

3. Giữ suy nghĩ của bạn luôn hướng đến đối tượng của sự tập trung với một khát khao cháy bỏng về thành quả cuối cùng, bất kể đối tượng đó là gì. Khi

bạn tập trung vào mục tiêu nhất định, hãy làm điều đó bằng niềm tin trọn vẹn rằng bạn có thể đạt được đích đến của mục tiêu.

4. Khi nhận thấy tiềm thức của mình lơ đãng, ngay lập tức lái nó quay trở

lại và tập trung vào vấn đề đó, cho đến khi bạn phát triển khả năng tự kiểm soát thành thạo đến mức bạn có thể loại bỏ những suy nghĩ khác ra khỏi tâm trí mình. Hãy kết hợp cảm xúc hay cảm giác với suy nghĩ của bạn khi bạn tập trung, nếu không tiềm thức của bạn sẽ không nhận biết được những suy nghĩ đó.

5. Nguyên tắc tập trung có thể được áp dụng tốt nhất khi một người ở trong môi trường yên tĩnh - nơi không có các yếu tố làm xao nhãng hoặc những tiếng ồn náo động của tự nhiên. Thời gian tốt nhất để tập trung là vào ban đêm, sau khi chúng ta đã kết thúc công việc và những điều gây phiền nhiễu được giảm đến mức tối thiểu.

6. Tiềm thức chịu tác động và bị ảnh hưởng mạnh nhất khi bạn tập trung vào ý thức của mình bằng một ý tưởng, kế hoạch hoặc ý định

với tinh thần nhiệt huyết sục sôi. Bởi vì chính sự nhiệt tình đó sẽ đánh thức khả năng sáng tạo của bạn và chuyển nó thành hành động.

Khi lần đầu luyện tập sự tập trung, có thể bạn không trải nghiệm được cảm giác mình đang kết nối với một trí tuệ siêu việt, nhưng nếu bạn phát triển thói quen tập trung thường xuyên, bạn sẽ thấy rõ ràng có một trí tuệ siêu việt như vậy đang ảnh hưởng đến bạn.

Rõ ràng một người làm được nhiều thứ nhưng không tinh thông trong bất

cứ thứ gì sẽ không bao giờ đạt được thành công. Cuộc sống vốn rất phức tạp và có quá nhiều cách có thể làm tiêu tan đi năng lượng một cách vô ích, vì vậy những ai muốn thành công phải hình thành và giữ vững thói quen nỗ

lực tập trung này.

### **Tâm quan trọng của nguyên tắc Tập trung**

Dựa vào kết quả phân tích hơn 25.000 người đàn ông và phụ nữ được xem là những người thất bại, tôi nhận thấy rằng không ai trong số họ theo đuổi thói quen tập trung tâm trí của mình vào một mục tiêu chủ yếu nhất định thông qua nguyên tắc Tập trung. Ba mươi nguyên nhân chủ yếu dẫn đến thất bại có thể được kiểm soát hoặc loại bỏ hoàn toàn thông qua nguyên tắc Tập trung, cho thấy tầm quan trọng của nguyên tắc này như một phần công cụ làm việc của những nhà bán hàng thành công.

Gần như tất cả mọi người đều có một mục tiêu chủ yếu nhất định tại một thời điểm nào đó. Theo một khảo sát cho thấy, có đến 95% những người có mục tiêu như vậy. Tuy nhiên, họ không thực sự cố gắng để thực hiện mục tiêu đó, bởi vì họ chưa biết cách áp dụng nghệ thuật tập trung.

Chỉ đơn thuần cho phép một mục tiêu xác định nảy ra trong tâm trí thì tuyệt đối không thể sinh lợi. Với mục tiêu như vậy, để có được giá trị lâu dài, nó phải được ghi sâu vào trong tâm trí thông qua nguyên tắc Tập trung.

Sự tập trung giúp phát triển sức mạnh của lòng kiên trì, giúp cho một người có thể làm chủ mọi thất bại tạm thời. Đa số mọi người không bao giờ biết được sự khác biệt thật sự giữa thất bại tạm thời và thất bại vĩnh viễn, bởi vì

họ thiếu lòng kiên trì cần thiết để đứng lên sau khi trải qua thất bại tạm thời. Lòng kiên trì đơn thuần là nỗ lực tập trung kết hợp với sự quyết tâm và niềm tin.

Mỗi người chúng ta luôn chịu sự cai trị của điều lệ thói quen. Bởi vì sự thật này mà những ai học được cách xây dựng thói quen sẽ định đoạt được khả

năng kiểm soát thực tế những nguyên nhân chủ yếu của thành công. “Trước tiên chúng ta tạo ra những thói quen, rồi những thói quen ấy sẽ tạo ra chúng ta”. Mỗi người chúng ta có hai loại thói quen là thói quen lý trí và thói quen thể lý. Cả hai thói quen ấy đều đưa ra sự kiểm soát, và phương tiện của sự kiểm soát ấy chính là sự tập trung.

Giống như thể xác, lý trí cũng dễ bị tác động bởi ảnh hưởng của thói quen.

Thông qua sự tập trung, chúng ta có thể buộc lý trí tập trung vào bất cứ chủ

đề nào mà mình mong muốn cho đến khi nó có thói quen tập trung vào chủ

đề đó một cách tự động.

Không có sự thỏa hiệp giữa một người đàn ông và thói quen của anh ta.

Hoặc anh ta kiểm soát thói quen hoặc thói quen kiểm soát anh ta.

Tất cả suy nghĩ đều có khuynh hướng tự biểu hiện ra ngoài. Đó là sự thật mà mọi nhà tâm lý học đều biết và họ đã nhận định về hiện tượng này như

sau: "Gieo nhân nào gặt quả đó".

Tình hình tài chính của bạn không phải là kết quả của may mắn hay rủi ro.

Nó phản ánh toàn bộ bản chất của những suy nghĩ, khát khao và mục đích đang thống trị trong bạn. Người hiểu được những khả năng mà sự tập trung

có thể mang lại hầu như không biết từ "không thể nào".

Tôi là một người tin tưởng mạnh mẽ vào sức mạnh của những lời nguyện cầu. Tuy nhiên, hãy để tôi giải thích những gì tôi muốn nói qua thuật ngữ

"lời cầu nguyện". Đối với tôi, một lời cầu nguyện là bất kỳ mục đích rõ ràng hay cố định nào đó được xây dựng dựa trên niềm tin đối với việc hiện thực hóa mục đích ấy. Tập trung mà không có niềm tin sẽ không mang lại kết quả, nhưng khi kết hợp sự tập trung với sự tin tưởng, chúng ta sẽ đạt được kết quả thần kỳ.

Willis J. Abbot, biên tập viên của The Christian Science Monitor (Tổ chức tin tức quốc tế), gần đây đã viết:

"Cách đây không lâu, tôi đã đến tham quan phòng thí nghiệm Menlo Park nguyên bản của Edison mà Henry Ford, với tất cả lòng tôn kính dành cho nhà phát minh vĩ đại, đã cho xây tại Dearborn, bang Michigan. Tất cả dụng cụ thủ công trước đây của Edison đều ở đó, từ bóng đèn điện cháy sáng đầu tiên có thể sáng trong tám giờ đến chiếc máy hát đĩa với một cây kim được xê dịch trên lá thiếc, ghi lại và phát ra giọng hát âm thanh của con người.



Hàng ngàn chai hóa chất xếp kín thành những bức tường cao. Người trông coi phòng thí nghiệm đã từng làm việc với Edison cách đây nửa thế kỷ cho biết: 'Ngài Edison cần phải có mọi loại hóa chất từng được khám phá ở

trong tầm tay mình'.

Nhưng với tôi, thú vị hơn các di tích vật chất kia chính là câu chuyện mà người trông coi phòng thí nghiệm kể lại, một chút suy nghĩ thôi cũng thấy

nó ấn tượng đến mức nào. Ông ta nói, 'Ngài Ford thường đến đây, kéo chiếc ghế đó ra rồi chỉ ngồi đó và suy nghĩ. Đôi khi ông ấy ngồi cả giờ đồng hồ rồi trở ra ngoài mà chẳng nói với ai một lời nào cả'.

Người khổng lồ của ngành công nghiệp ấy đã nghĩ gì khi ngồi đó, vây quanh bởi những vết tích của bao thành tựu đến từ tài năng phi thường của Edison. Có lần ông đã nói 'Suy nghĩ là việc khó khăn nhất mà một người có thể làm'. Có lẽ ông nhận thấy rằng sẽ dễ dàng hơn để nghĩ ra cách giải quyết vấn đề của mình khi ngồi suy nghĩ trong môi trường đã từng chứng kiến giải pháp cho quá nhiều vấn đề. Dù sao đi nữa, cảnh tượng Henry Ford chìm đắm trong suy nghĩ giữa các bảng chứng về những lần thất bại và thành công của Edison như thế là điều đáng được suy ngẫm".

Thật khó để làm mọi người công nhận nguyên tắc nào trong các nguyên tắc được mô tả trong cuốn sách này là quan trọng nhất, nhưng tôi luôn cảm thấy khi tôi tiếp cận chủ đề tập trung là tôi đang tiếp cận nền tảng quan trọng của toàn bộ vấn đề.

Ông chủ của bạn không kiểm soát được hình thức phục vụ mà bạn thực hiện.

Chính bạn là người kiểm soát chúng và điều đó quyết định sự thành bại của bạn.

## **Chương 8**

## TÍNH CHỦ ĐỘNG VÀ KHẢ NĂNG LÃNH ĐẠO

Tính chủ động được thể hiện qua cách chúng ta thực hiện một công việc gì đó mà không cần đợi người khác yêu cầu. Phẩm chất này còn được thể hiện qua việc chúng ta chọn lựa một Mục tiêu xác định và xây dựng các kế hoạch nhằm đạt được mục tiêu đó. Tính chủ động sẽ giúp ích rất nhiều trong việc chọn ra nhóm Tập thể Trí tuệ ưu tú. Nếu bạn sử dụng óc phán đoán trong việc lựa chọn nhóm này, liên minh Tập thể Trí tuệ ưu tú sẽ mang đến cho bạn một khả năng lãnh đạo thực sự.

**Những thuộc tính thiết yếu của Tính chủ động và Khả năng lãnh đạo** Để vận dụng tính chủ động và khả năng lãnh đạo, các bạn cần phải làm theo một số bước nhất định. Dưới đây là một trong những bước quan trọng nhất: 1. Biết chính xác bạn muốn gì.

2. Xây dựng một kế hoạch thực tiễn để đạt được mục tiêu mà bạn mong muốn, lưu ý sử dụng lời khuyên và ý kiến của những thành viên trong nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú của bạn.

3. Tập hợp xung quanh bạn những người có kiến thức và kinh nghiệm cần thiết để tiến hành Mục tiêu xác định của bạn.

4. Có đủ niềm tin vào bản thân và kế hoạch đã được vạch ra để mừng tượng mục tiêu của mình đã hoàn thành, thậm chí trước khi bạn bắt đầu thực hiện

những kế hoạch đó.

5. Không được chán nản, mất tinh thần dù bạn có gặp nhiều cản trở hay chống đối. Nếu một kế hoạch thất bại, hãy chuyển sang một kế hoạch khác cho đến khi mọi việc được tiến hành theo đúng hướng.

6. Đừng đoán mò mà hãy dùng những sự kiện thực tế làm nền tảng cho kế

hoạch hành động của bạn.

7. Đừng để người khác tác động làm bạn từ bỏ kế hoạch hoặc mục tiêu của mình.

8. Không nên đặt ra một giờ làm việc cụ thể. Người lãnh đạo phải cống hiến bất cứ thời gian nào cần thiết để nhiệm vụ của mình đạt được thành công.

9. Hãy tập trung vào một công việc trong một khoảng thời gian nhất định vì bạn không thể phân tán suy nghĩ và năng lượng mà vẫn làm việc hiệu quả.

10. Bất cứ khi nào có thể, hãy chuyển giao cho cấp dưới của mình phụ trách những công việc chi tiết, nhưng phải luôn giám sát họ để đảm bảo mọi việc đều đi đúng hướng. Luôn chịu trách nhiệm về tất cả mọi việc trong kế

hoạch, và hãy nhớ rằng nếu những người phụ tá cho bạn thất bại, bạn cũng thất bại.

Kiên trì chính là chìa khóa thành công của mọi nhà lãnh đạo xuất chúng.

Nếu bạn buồn rầu, chán nản ngay khi gặp nghịch cảnh hoặc sự chống đối

từ người khác, bạn sẽ không bao giờ trở thành một nhà lãnh đạo tài giỏi.

Khả năng lãnh đạo là khả năng gánh vác những trách nhiệm lớn lao. Một nhà lãnh đạo tài giỏi không bao giờ cho phép mình chìm trong những chi tiết nhỏ nhặt. Một trong những phẩm chất nổi bật của nhà lãnh đạo là khả

năng tổ chức kế hoạch sao cho anh ta luôn luôn được tự do để làm việc bất cứ khi nào cần thiết. Trong số những nhà lãnh đạo công nghiệp tài năng của nước Mỹ mà tôi có dịp gặp và phỏng vấn, không ai trong số họ phải chạy đôn chạy đáo vì công việc, bởi họ đã chuyển

giao những nhiệm vụ chi tiết cho người khác phụ trách. Một người có thói quen tra xét mọi chi tiết của công việc kinh doanh thì chỉ có thể là một nhà lãnh đạo kém hiệu quả, hoặc là chủ của một doanh nghiệp rất nhỏ bé. Câu nói "Tôi không có đủ thời gian" là câu nói nguy hiểm nhất có thể khiến bạn thất bại.

Một người lãnh đạo giỏi cũng là một người bán hàng hiệu quả. Anh ta khiến người khác làm việc cho mình chỉ bởi vì họ muốn làm việc cho anh ta. Người lãnh đạo tài năng thường có một tính cách vui vẻ, lạc quan và nhiệt tình, và có thể truyền sự lạc quan lẫn nhiệt huyết đó cho nhân viên của mình. Ngoài ra, một nhà lãnh đạo hiệu quả cũng là người can đảm vì không ai muốn đi theo một nhà lãnh đạo yếu hèn. Một nhà lãnh đạo cần phải công tư phân minh, đối xử với nhân viên của mình một cách đồng đều và không thiên vị

bất kỳ ai. Bên cạnh đó, nhà lãnh đạo cũng cần chịu toàn bộ trách nhiệm đối với những hành động của nhân viên. Nếu nhân viên phạm lỗi, người lãnh đạo phải tự nhận mình là người có lỗi vì chính anh ta đã đưa ra quyết định chọn lựa những người phụ tá đó.

Hành động, quyết tâm và quyết đoán là những gì mà mọi nhà lãnh đạo phải có. Trong những ngày tháng lên đênh trên biển, một người thủy thủ hỏi Columbus liệu họ sẽ làm gì nếu chưa tìm thấy được dấu hiệu của đất liền vào ngày hôm sau.

Columbus đã trả lời rằng: "Nếu ngày mai chúng ta chưa tìm được dấu hiệu của đất liền, chúng ta sẽ tiếp tục chèo mãi".

Giống như nhiều nhà lãnh đạo kiệt xuất khác, Columbus có một Mục tiêu xác định và kế hoạch để đạt được thành công, cũng như quyết tâm không từ bỏ hay quay lại cho đến khi nào chinh phục được mục tiêu tối hậu.

Columbus là người có đầy đủ khả năng của một nhà lãnh đạo tài ba.

Napoleon, khi bất chợt phát hiện một hào sâu mà kẻ thù ngụy trang ở ngay phía trước tuyến hành quân, đã ngay lập tức ra lệnh cho đội

kỵ binh của mình lấp đầy nó. Đợi đến khi xác chết của binh lính và ngựa lấp đầy rãnh hào, ông đưa quân vượt qua và đánh bại kẻ thù. Tình thế lúc đó yêu cầu người chỉ huy không chỉ can đảm và quyết đoán, mà còn phải có khả năng đưa ra quyết định tức thời. Chỉ cần một phút dao động hay chần chừ, chắc hẳn ông đã bị kẻ thù tấn công và bắt giữ. Khả năng hành động nhanh không chờ người khác chỉ bảo chính là phẩm chất cho thấy ông là một nhà lãnh đạo vĩ đại.

Bước đầu tiên để phát triển tính chủ động và khả năng lãnh đạo là hình thành thói quen đưa ra quyết định tức thời và kiên định. Tiêu chuẩn để

đánh giá một nhà lãnh đạo giỏi là khả năng đưa ra quyết định nhanh chóng

và đúng đắn trong mọi tình huống. Người nào thường xuyên lưỡng lự

không biết mình muốn làm gì và nên làm gì thì thường chẳng làm nên trò trống gì cả.

Nhiều người hiện nay hay lầm tưởng rằng một người được trả lương vì những gì anh ta biết. Điều này chỉ đúng một phần, và giống như mọi sự thật nửa vời khác, nó gây hại còn nhiều hơn một sự sai lầm hoàn toàn. Sự thật chính là: Một người không những được trả lương cho những gì anh ta biết, mà quan trọng hơn là cho những gì anh ta làm với những gì mình biết, và cho những gì anh ta khiến người khác phải làm cho mình.

Cách đây không lâu, tôi nhận được một bức thư của một người đàn ông với nội dung như sau: "Tôi được học hành tử tế và tôi có thể thành công rực rỡ

nếu có ai đó chỉ cho tôi biết phải làm gì và làm như thế nào".

Những người thành công không cần đợi người khác bảo mình phải làm gì hoặc làm như thế nào. Họ tự mình giành lấy quyền chủ động, tự đưa mình vào vị trí lãnh đạo, liệt kê ra sự hỗ trợ cần thiết và tiến

bước đi lên cho dù có bị cản trở thế nào. Tự tin là một trong những phẩm chất thiết yếu nhất để

trở thành một nhà lãnh đạo tài năng. Một trong những xu hướng tự nhiên của con người là sẵn lòng đi theo những người có đầy đủ tự tin, không ai muốn đi theo một nhà lãnh đạo mà ngay cả bản thân mình anh ta cũng không tin tưởng. Người ta từng nói rằng binh lính tình nguyện theo Napoleon cho đến lúc chết bởi vì ông là một tấm gương về lòng dũng cảm và sự tự tin vô hạn.

Một nhà lãnh đạo thực sự không đối xử thiên vị hay bất công với những người đi theo mình. Nếu anh ta có bạn bè hay người thân làm việc trong tổ

chức của mình, anh ta cần phải đối xử công bằng với họ và những nhân viên khác.

Một nhà lãnh đạo tài năng không chỉ cần sở hữu tinh thần tự lực và lòng can đảm mà anh ta còn phải truyền những phẩm chất này cho người khác.

Tổng thống Mỹ sẽ chẳng đi đến đâu nếu ông ta tự mình chỉ dẫn mọi nhân viên dưới quyền làm thế nào để lập kế hoạch và thực hiện chiến dịch của họ. Ông ấy cần phải đặt lên vai họ trách nhiệm lên kế hoạch và hiện thực hóa kế hoạch đó. Một nhà lãnh đạo kinh doanh cũng cần phải áp dụng nguyên tắc này. Một người luôn làm việc tốt nhất khi anh ta cảm thấy mình đang làm việc một cách chủ động và phải gánh lấy mọi trách nhiệm cho những hành động của mình.

Một nhà lãnh đạo thật sự không đưa ra một giờ làm việc cụ thể, bởi vì trách nhiệm của anh ta là tiến hành những kế hoạch cho dù phải tốn bao nhiêu thời gian đi chăng nữa.

Người lãnh đạo thật sự không chọn lựa người hỗ trợ một cách tùy tiện và cầu thả. Anh ta chọn lựa cẩn thận người nào phù hợp với công việc nào, thậm chí sau đó anh ta có thể chuyển nhân viên nếu nhận thấy người nhân viên đó không phù hợp với nhiệm vụ

hiện tại. Người lãnh đạo tài giỏi có trí tưởng tượng to lớn và khiến người khác làm việc bằng cách truyền những tưởng tượng đó vào tâm trí của họ. Người lãnh đạo tài năng không cố gắng dùng uy quyền hoặc quyền lực để bắt người khác làm việc

cho mình. Thay vào đó, anh ta vận dụng khả năng thuyết phục người khác bằng cách trình bày những lợi ích mà họ sẽ có được khi làm việc cho anh ta.

Nhà lãnh đạo sử dụng khả năng thuyết phục, không phải uy quyền.

Chúng ta có thể phân chia những nhà lãnh đạo trên thế giới ra làm hai loại.

Một loại dùng đến sức mạnh và kiểm soát người khác thông qua nỗi sợ; loại thứ hai dùng khả năng thuyết phục và kiểm soát người khác bằng khả năng lãnh đạo hiệu quả.

Những người thuộc loại thứ hai là những Bạc thầy bán hàng, cho dù nghề

nghiệp của họ là gì đi chăng nữa.

Bạc thầy bán hàng có thể bán bất cứ thứ gì họ muốn, bởi vì họ có đủ sự chủ

động để tạo thị trường. Hơn nữa, họ có thể bán một món hàng hóa, ý tưởng, kế hoạch, dịch vụ hoặc động cơ cũng dễ dàng như bán những thứ khác.

Những nhà lãnh đạo tài giỏi và những Bạc thầy bán hàng sử dụng cùng một triết lý. Họ biết cách thu hút và lôi kéo những người khác bằng mối quan hệ

tin cậy lẫn nhau.

Một trong những nhà lãnh đạo vĩ đại nhất từng được biết tới đã phát biểu về bí mật trong khả năng lãnh đạo của mình như sau: "Lòng tốt

có sức mạnh hơn sự ép buộc rất nhiều.”(33)

*(33) Câu nói của Charles M. Schwab.*

## **Chương 9**

### **ĐÁNH GIÁ KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG**

Trong tiến trình thực tế của nghề bán hàng, bước đầu tiên cần làm là đánh giá khách hàng tiềm năng. Cụ thể, người bán hàng cần tìm hiểu thật khéo léo một số thông tin từ khách hàng tiềm năng của mình, và từ một số nguồn khác nếu có thể.

Những thông tin liệt kê bên dưới là những gì mà người bán hàng cần biết để có thể xây dựng một kế hoạch bán hàng với lợi thế tốt nhất:

1. Khách hàng tiềm năng sẵn sàng trả bao nhiêu tiền để mua món hàng và người bán hàng nên đề nghị anh ta trả bao nhiêu cho món hàng?
2. Liệu những điều kiện cần thiết khác, kể cả tâm trạng của khách hàng, có thuận lợi để hoàn tất một vụ mua bán chưa? Nếu chưa, thì khi nào?
3. Khách hàng tiềm năng sẽ tự mình quyết định, hay một luật sư, người của ngân hàng, vợ/chồng, người thân, người cố vấn hoặc một người nào khác sẽ được hỏi ý trước khi khách hàng đưa ra quyết định? Nếu vậy, ai sẽ là người được hỏi và mục đích cụ thể là gì?
4. Nếu khách hàng tiềm năng phải tham khảo ý kiến của người khác trước khi đưa ra quyết định, thì anh ta có cho phép người bán hàng gặp mặt người này không?

Điều này đặc biệt quan trọng. Không có người bán hàng nào có thể chấp

nhận để một bên thứ ba đưa ra phán xét về anh ta và hàng hóa của anh ta mà không được hiện diện để trình bày về mặt hàng của mình.



5. Có phải người mua hàng muốn làm chủ cuộc đối thoại hay không? Nếu vậy, hãy cho họ cơ hội được trình bày.

Mỗi lời mà người mua hàng thốt ra sẽ là một gợi ý cho thấy suy nghĩ trong đầu của anh ta. Nếu anh ta không chủ động nói chuyện, hãy thúc đẩy anh ta bằng những câu hỏi dẫn dắt và từ đó bạn có thể có được những thông tin hữu ích.

Trong lúc đánh giá khách hàng tiềm năng, người bán hàng sẽ dễ dàng biết được lý do tại sao khách hàng lại từ chối mua hàng. Dưới đây là một số lý do mà họ hay dùng nhất:

- Khách hàng tiềm năng sẽ nói rằng anh ta không có đủ tiền. Những Bậc thầy bán hàng chắc chắn sẽ tiên liệu được cơ từ chối này. Nếu người bán hàng đã đánh giá chính xác về tình hình tài chính của khách hàng tiềm năng, anh ta có thể khéo léo xử trí tình huống này.
- Khi người mua hàng là nam giới, anh ta có thể nói là mình cần phải tham khảo ý kiến của vợ hoặc luật sư trước khi đưa ra quyết định cuối cùng. Nếu anh ta dùng vợ để làm cái cớ, Bậc thầy bán hàng sẽ chủ động xin gặp cả hai vợ chồng để trao đổi về vụ mua bán. Trong cuộc gặp này, Bậc thầy bán hàng sẽ phân tích về người vợ và xác minh xem liệu cô ta có phải là người quyết định hay chỉ là cái cớ lẩn tránh của người chồng. Nếu người vợ thực sự là người quyết định, người bán hàng sẽ trực tiếp trình bày vụ mua bán với cô

ta.

- Người khách hàng tiềm năng có thể nói rằng anh ta chưa thể quyết định khi chưa "suy nghĩ kỹ càng". Đây là một cái cớ cũ rích! Bậc thầy bán hàng biết rõ hầu hết mọi người phải mất bao nhiêu thời gian để suy nghĩ về một vấn đề gì đó. Vì thế, anh ta sẽ khéo léo đề xuất những cách thức hoặc biện pháp giúp người mua hàng suy nghĩ. Bậc thầy bán hàng cho phép những khách hàng tiềm năng tin rằng họ đang tự mình suy nghĩ, nhưng thật ra họ

đều đang suy nghĩ dựa trên những ý tưởng và sự kiện thực tế mà người bán hàng đưa ra.

Người bán hàng cần phải đánh giá khách hàng tiềm năng thật kỹ lưỡng trước khi cố gắng kết thúc vụ mua bán. Thông thường, mỗi vụ mua bán thất bại sau phần trình bày của người bán hàng là do hai nguyên nhân chính sau đây:

Thứ nhất: Người bán hàng chưa vô hiệu hóa được tâm trí của khách hàng tiềm năng trước khi trình bày về mặt hàng của mình.

Thứ hai: Anh ta không đánh giá chính xác về khách hàng tiềm năng trước khi cố gắng hoàn tất vụ mua bán.

Một Bạc thầy bán hàng không bao giờ cố gắng kết thúc vụ mua bán trước khi anh ta chắc chắn đã xây dựng được trong tâm trí khách hàng tiềm năng của mình một sự khát khao muốn mua hàng hóa của anh ta. Khách hàng tiềm năng phải có khả năng mua hàng. Đây là điều mà người bán hàng không thể đoán mò. Một Bạc thầy bán hàng cần phải nắm được thông tin

này, nếu không anh ta không phải là Bạc thầy bán hàng!

Cố gắng để bán một chiếc xe hiệu Packard sang trọng cho một khách hàng với thu nhập chỉ đủ mua một chiếc xe Ford và một tài khoản ở ngân hàng Austin là một nỗ lực vô ích. Đánh giá chính xác khách hàng tiềm năng có thể ngăn việc lãng phí thời gian và công sức.

## **Phương pháp đánh giá khách hàng tiềm năng**

### **Những câu hỏi đánh giá**

Những Bạc thầy bán hàng luôn chuẩn bị sẵn những câu hỏi trước khi tiến hành liên lạc với khách hàng tiềm năng của mình. Hầu hết mọi người sẽ trả

lời những câu hỏi hợp lý mà người bán hàng hỏi họ. Sự chú tâm và suy nghĩ

chu đáo trong việc chuẩn bị cũng như tiến hành hỏi những câu hỏi này sẽ

trang bị cho người bán hàng những thông tin cần thiết giúp kết thúc thành công một vụ mua bán. Hơn nữa, đây là những thông tin xác thực và đáng tin cậy vì được chính khách hàng cung cấp.

### **Để khách hàng tiềm năng trò chuyện thoải mái**

Khi cảnh sát bắt được một kẻ tình nghi, ngay lập tức họ thúc kẻ đó phải nói chuyện! Mỗi lời nghi phạm nói hoặc không nói ra, sẽ giúp các nhà điều tra dễ dàng đưa ra được những suy luận quan trọng.

Trước khi thực sự đề cập đến vụ mua bán với khách hàng tiềm năng của mình, mỗi Bậc thầy bán hàng phải là một nhà điều tra thật sự. Nhiệm vụ

của anh ta là thu thập các thông tin thực tế và phương pháp hiệu quả nhất để biết được những thông tin này là thúc đẩy khách hàng tiềm năng phát biểu ý kiến của họ! Nhiều người tự gọi mình là người bán hàng nhưng lại làm hỏng cơ hội bán hàng của mình do nói quá nhiều, không quan sát cũng không lắng nghe khách hàng. Người bán hàng thành công nhất có khả năng điều khiển cuộc nói chuyện một cách khéo léo đến mức khiến người khách hàng nghĩ họ mới chính là người điều khiển cuộc nói chuyện. Khi kết thúc một vụ mua bán, người mua hàng sẽ tin rằng anh ta đã chủ động mua một món hàng chứ không phải bị người khác bán cho món hàng đó.

### **Bám đuôi khách hàng tiềm năng**

Bậc thầy bán hàng coi việc này như một phần trong kỹ thuật tiếp xúc với khách hàng tiềm năng của họ trước thời điểm nỗ lực bán hàng được tiến hành nhằm mục đích đánh giá khách hàng theo một cách khôn khéo nhất.

Một trong những người bán bảo hiểm nhân thọ thành công nhất tại Mỹ cho biết ông thường bán sản phẩm này cho những người mà ông

hay chơi golf cùng. Tuy nhiên, ông ta cố gắng không nhắc đến nghề nghiệp của mình, thậm chí là vài từ trong khi chơi golf. Hơn thế nữa, ông không bao giờ nói về bảo hiểm nhân thọ với đối tượng khách hàng của mình cho đến khi ông ta cùng chơi với họ ít nhất ba lần. Thậm chí, vị chuyên gia này còn khôn ngoan và khéo léo đến mức làm cho người khách hàng phải hỏi ông về bảo hiểm nhân thọ. Ông tự gọi mình là “Người tư vấn bảo hiểm nhân thọ”. Vị

chuyên gia này nói với khách hàng tiềm năng rằng công việc của ông ta là kiểm tra các hợp đồng bảo hiểm để xác minh xem liệu khách hàng có chọn

đúng gói bảo hiểm hay không,... Lẽ dĩ nhiên, vị chuyên gia sẽ chọn những đối tượng khách hàng có khả năng hoặc đã có những hợp đồng bảo hiểm với giá trị lớn. Bằng cách không trực tiếp đề nghị khách hàng mua bảo hiểm mà khéo léo phân tích những lợi ích của bảo hiểm nhân thọ, sau đó vẽ nên trong tâm trí họ suy nghĩ cho rằng bản thân thực sự cần một trong những loại hình bảo hiểm kia, ông ta đã thực hiện thành công hàng trăm vụ mua bán trong sự nghiệp của mình.

## **Phương pháp đánh giá**

Những thám tử lành nghề thường gài người chỉ điểm cho họ nhằm mục đích thu thập thông tin có liên quan đến đối tượng theo dõi. Bậc thầy bán hàng cũng dùng chiến thuật tương tự, nhưng họ tự mình làm kẻ chỉ điểm cho mình và trực tiếp nắm bắt thông tin. Bản chất công việc giúp người bán hàng không cần phải giấu giếm thân phận khi thu thập thông tin.

Tuy nhiên, Bậc thầy bán hàng thành thạo cũng phải nhờ đến những nhà điều tra chuyên nghiệp để thu thập những thông tin không thể tự mình có được. Điều này thường xảy ra khi đối tượng khách hàng họ hướng đến là những quan chức công quyền, vì đa số thói quen của họ hiếm khi được công bố rộng rãi, trong khi việc của người bán hàng là phải biết tất cả mọi thứ về

người khách hàng tiềm năng của mình. Anh ta phải có được những dữ kiện.

Những người bán hàng nào quá dửng dưng hoặc lười biếng không tự mình tìm kiếm thông tin để đánh giá khách hàng rất đáng chịu thất bại. Và trong thực tế, những người như vậy thường xuyên thất bại.

Bất cứ ai cũng sẽ dễ dàng bị đánh bại nếu đối thủ của anh ta nắm được điểm yếu quan trọng của anh ta và những động cơ có thể thúc đẩy anh ta hành động nếu đối thủ đủ thông minh để sử dụng thông tin một cách hiệu quả.

Bậc thầy bán hàng phải sở hữu được sự thông minh này. Nếu bạn là một người bán hàng, hãy tìm hiểu những động cơ chính, cũng như điểm yếu của đối tượng khách hàng tiềm năng. Khi bạn hiểu rõ anh ta như lòng bàn tay, bạn mới có thể thực hiện những bước tiếp theo.

## ***Chương 10***

### **VÔ HIỆU HÓA TÂM TRÍ KHÁCH HÀNG**

Sau khi khách hàng tiềm năng đã được đánh giá, hoặc đang trong quá trình đánh giá trước khi có thể tiến hành mua bán, tâm trí của anh ta phải được gột sạch những định kiến, khuynh hướng, oán giận và tất cả yếu tố khác bất lợi cho người bán hàng. Tâm trí của khách hàng tiềm năng phải được khai thông và chuẩn bị trước khi hạt giống của khát vọng được gieo vào thành công. Một tâm trí ở trạng thái trung lập hay đồng thuận của khách hàng tiềm năng sẽ bao gồm:

1. Sự tin tưởng. Khách hàng phải có niềm tin vào người bán hàng và hàng hóa của anh ta.
2. Quan tâm. Khách hàng phải được chinh phục bằng cách thu hút trí tưởng tượng và sự quan tâm của anh ta vào món hàng được chào bán.

3. Động cơ. Khách hàng phải có động cơ hợp lý để mua hàng. Việc xây dựng các động cơ này là nhiệm vụ quan trọng nhất của người bán hàng.

Khi ba điều kiện trên cùng tồn tại trong tâm trí khách hàng, tâm trí của họ

đã được vô hiệu hóa và có sự đồng thuận.

Nhiệm vụ đầu tiên của người bán hàng là tạo được niềm tin trong tâm trí khách hàng tương lai, điều này không thể thực hiện được khi khơi dậy bất kỳ cảm xúc tiêu cực nào. Nó chỉ có thể được thực hiện bằng cách phân tích

kỹ về:

1. Bản thân khách hàng.
2. Công việc hoặc nghề nghiệp của khách hàng.
3. Những trở ngại mà khách hàng có thể gặp phải trong quá trình thực hiện những giao dịch của mình.

Không gì có thể xây dựng được sự tin tưởng nhanh chóng hơn cách quan tâm chân thành và nhiệt tình đối với những vấn đề trong công việc của khách hàng.

Nhiệm vụ thứ hai của người bán hàng trong việc chuẩn bị tâm trí cho khách hàng tiềm năng là khơi dậy sự quan tâm về những hàng hóa này trong tâm trí khách hàng. Điều này có thể đòi hỏi việc áp dụng một hay tất cả "những phẩm chất cần phát triển ở một Bậc thầy bán hàng" - nội dung đã được mô tả trong một chương trước đó. Để khơi dậy sự quan tâm về hàng hóa, người bán hàng phải vận dụng hiệu quả trí tưởng tượng, niềm tin, sự nhiệt tình, kiến thức về hàng hóa, lòng kiên trì và nghệ thuật quảng cáo của mình. Một tâm trí bị vô hiệu hóa sẽ chẳng mang lại lợi ích gì cho người bán hàng nếu anh ta

không thể gieo vào tâm trí đó mong muốn mua hàng mà mong muốn đó sẽ không thể được tạo ra nếu khách hàng không có sự quan tâm.

Nhiệm vụ thứ ba của người bán hàng là tạo ra động cơ thích hợp để thuyết phục khách hàng tiềm năng mua hàng hóa của anh ta. Điều này đòi hỏi người bán hàng phải có kiến thức đầy đủ và hoàn chỉnh về khách hàng cũng

như công việc hay nghề nghiệp của anh ta.

Thất bại trong việc vô hiệu hóa tâm trí khách hàng tiềm năng là một trong năm điểm yếu lớn nhất của đa số những người bán hàng thất bại. Không có một quy tắc cố định nào được đặt ra để chúng ta tuân theo trong việc trung lập tâm trí khách hàng tiềm năng, vì mỗi người là một trường hợp riêng biệt, với những điều kiện đặc thù. Với trí tưởng tượng, người bán hàng sẽ

nhANH chóng nhận ra phương pháp tiếp cận phù hợp nhất để vô hiệu hóa tâm trí khách hàng tiềm năng. Có một số phương pháp đã được sử dụng thành công cho mục đích chuẩn bị bán hàng hay vô hiệu hóa tâm trí khách hàng như sau:

1. Giao tiếp xã hội thông qua các câu lạc bộ. Nhiều người nhận định rằng việc kinh doanh của nước Mỹ được thực hiện trên các sân golf nhiều hơn là ở trong văn phòng.

Chính vì vậy, người bán hàng siêu việt phải nắm được giá trị của việc giao thiệp tại các câu lạc bộ.

2. Các tổ chức giáo hội. Ở đây một người có thể làm quen với nhiều người mà không cần các nghi thức thông thường để tiến tới việc tạo lập niềm tin.

3. Các nghiệp đoàn và nơi hội họp. Trong nhiều tình thế bán hàng, việc thiết lập mối liên hệ thông qua các tụ điểm và liên minh bán hàng - nơi mà nghi thức không còn là vấn đề quan trọng đối với con người, sẽ vô cùng hữu ích cho người bán hàng.

4. Tác phong cá nhân. Các cuộc hẹn dùng bữa sẽ tạo ra nhiều cơ hội thuận lợi để phá vỡ sức mạnh của nghi thức, từ đó thiết lập nên sự tự tin - điều kiện tiên quyết để trung lập tâm trí.

5. Dịch vụ cá nhân. Trong một vài trường hợp, người bán hàng sẽ đóng vai trò là người cung cấp dịch vụ có giá trị và thông tin hữu ích cho những người mà họ dự định sẽ giao dịch.

6. Quan tâm sở thích củ a nhau. Gần như mỗi người đều có một sở thích hoặc một vài thú vui bên ngoài công việc hay nghề nghiệp của mình. Khi trao đổi hoặc bàn sâu về sở thích của mình, anh ta luôn có khuynh hướng thoát ra khỏi bức tường bảo vệ mà anh ta ẩn nấp phía sau trong quá trình giao dịch của mình.

Sau khi đã vô hiệu hóa tâm trí và tạo lập niềm tin nơi người mua, bước tiếp theo của việc bán hàng mà chúng ta cần thực hiện là củng cố niềm tin đó thành mối quan tâm về hàng hóa.

Ở đây, người bán hàng phải xây dựng toàn bộ phần giới thiệu hàng hóa của mình sao cho phù hợp nhất với động cơ, công việc và tình hình tài chính của khách hàng tiềm năng. Khi đã đạt được cả ba đối tượng là niềm tin, sự

quan tâm và động cơ, người bán hàng đã đạt đến giai đoạn có thể chốt vụ

bán hàng.

### **Nghệ thuật bán hàng giống như một vở kịch trên sân khấu**

Nghệ thuật bán hàng có tính khoa học bao gồm các nguyên tắc giống như

các nguyên tắc mà một vở kịch sân khấu thành công căn cứ vào.

Tâm lý bán hàng của một cá nhân cũng tương tự như tâm lý của các diễn viên trong lúc chinh phục khán giả.



Một vở kịch được đánh giá là thành công phải có cảnh mở màn sống động, cao trào hay và phần kết thúc tuyệt vời, ngược lại nó sẽ thất bại thảm hại.

Màn 1: Phải thu hút được sự chú ý và thích thú của khán giả.

Màn 2: Phải phát triển sự trình diễn hay tình tiết. Trường hợp màn này chưa đủ hay thì vẫn có thể được chấp nhận nếu màn mở đầu đã gây được ấn tượng. Khán giả hoặc khách hàng sẽ dễ dàng đón nhận nếu họ nhận đủ

niềm tin từ lúc mở màn để bắt đầu mong chờ một đỉnh điểm.

Màn 3: Phải chinh phục được mục tiêu. Đây phải là màn "hạ gục", bất chấp hai màn trước, hoặc là cả vở kịch sẽ thất bại.

Màn thứ ba hay màn cuối cùng phải là màn mà việc bán hàng được hoàn tất và chốt lại.

Phương pháp bán hàng phải đủ sức thuyết phục để tạo lập niềm tin và đánh thức sự quan tâm của khách hàng đối với người bán hàng và hàng hóa của anh ta. Nếu thất bại ở màn mở đầu, anh ta sẽ cảm thấy khó khăn, nếu không nói là không thể, trong việc bán hàng. Màn giữa của phần trình bày bán hàng có thể chưa đủ sức thuyết phục ở nhiều chỗ, nhưng sẽ không có rủi ro bán hàng nếu như màn mở đầu và màn kết thúc rõ ràng, lôi cuốn. Nghệ

thuật bán hàng khoa học có thể được mô tả như một vở kịch có ba màn:

Màn 1: Sự quan tâm. (Điều này phải được tạo ra bằng cách vô hiệu hóa tâm trí khách hàng tiềm năng và tạo lập niềm tin).

Màn 2: Mong muốn. (Mong muốn phải được phát triển nhờ cách đưa ra động cơ hợp lý).

Màn 3: Hành động. (Tính thuyết phục của hành động hay màn kết phụ

thuộc vào cách thể hiện của hai màn trước).

Chẳng cần thiết lắm khi gợi ý rằng đạo diễn (người bán hàng) muốn ra mắt thành công vở diễn bán hàng gồm ba màn phải sở hữu và sử dụng hiệu quả

trí tưởng tượng. Trí tưởng tượng là phân xưởng của trí óc - nơi sản sinh ra những ý tưởng, kế hoạch và bức tranh tinh thần mà với chúng người bán hàng có thể tạo sự khao khát trong lòng người mua hàng tiềm năng.

Người bán hàng không có trí tưởng tượng giống như một con tàu không có bánh lái – nó cứ đi loanh quanh theo vòng tròn và dừng lại ở nơi nó xuất phát mà không tạo được bất kỳ dấu ấn có ích nào.

Chỉ từ ngữ không thôi sẽ không có sức thuyết phục!

Từ ngữ, nếu được quyện vào sự gắn kết của những suy nghĩ để tạo ra mong muốn sẽ giúp vụ mua bán thành công.

### **Mười nhân tố chính để tạo lập niềm tin**

Bằng cách quan sát kỹ hàng ngàn người bán hàng mà từ họ tôi đã học được tất cả về nghề bán hàng, tôi phát hiện ra mười nhân tố chính để phát triển

niềm tin. Đó là:

1. Tuân thủ thói quen cung cấp dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn so với lợi nhuận mà bạn được nhận lại.
2. Không tiến hành bất kỳ một giao dịch nào không mang lại lợi ích cho những người nó tác động.
3. Không trình bày những điều mà bạn chưa chắc chắn, dù cho điều đó có thể mang lại lợi ích gì đi nữa.

4. Có một mong muốn chân thành trong trái tim là có thể cung cấp dịch vụ

tốt nhất cho nhiều người.

5. Tu dưỡng một lòng ngưỡng mộ lành mạnh với mọi người, quý trọng con người hơn quý trọng tiền bạc.

6. Sống hết mình cũng như truyền đạt triết lý kinh doanh của mình cho người khác. Hành động có giá trị hơn lời nói!

7. Không nhận bất kỳ ân huệ nào mà không có sự đền đáp, dù là ân huệ lớn hay nhỏ.

8. Không đòi hỏi từ bất kỳ ai khi không chắc chắn rằng bạn có quyền đòi hỏi đó.

9. Không tranh cãi với bất kỳ ai về những chi tiết nhỏ nhặt và không cần thiết.

10. Truyền đi ánh sáng của hy vọng mọi lúc, mọi nơi bạn có thể. Sẽ không có ai tin vào một người hủy hoại niềm vui!

Người bán hàng nào biết cách xây dựng cầu nối niềm tin giữa anh ta và khách hàng tiềm năng, có thể tự quyết định thu nhập của mình giống như

mọi người bán hàng khác vẫn thường làm. Những biện pháp cấp bách, những nhận định thổi phồng so với thực tế, cố ý trình bày sai sự thật, dù cho bằng lời nói thẳng thắn hay ám chỉ đều sẽ phá hủy niềm tin.

Cách đây không lâu, một trong những nhân viên bán xe ô-tô nổi tiếng đã bị

công ty sa thải một cách kiên quyết, ngay chính vào tháng anh ta có doanh số bán hàng cao nhất từ trước đến nay. Anh ta bị sa thải vì sau khi họ kiểm tra tài khoản của anh ta và nhận thấy có đến ba

phần tư khách hàng đã có nhầm lẫn trong thanh toán. Một cuộc điều tra sau đó phát hiện ra người nhân viên này đã thôi thúc khách hàng ký vào đơn đặt hàng bằng cách nói với họ rằng nếu có bất cứ điều gì xảy ra khiến họ không thể trả tiền hàng tháng kịp thời, họ có thể bỏ qua một vài tháng hoặc lâu hơn mà không gây hại gì đến quyền lợi của mình. Anh ta đã làm mất uy tín hãng ô-tô và tạo ra những hậu quả không bao giờ khắc phục được.

Mỗi doanh nghiệp thành công phải xây dựng được niềm tin nơi khách hàng. Và người bán hàng chính là cầu nối để doanh nghiệp đạt được hay đánh mất niềm tin đó. Bậc thầy bán hàng thành công vì anh ta coi trọng việc tạo lập và duy trì niềm tin của khách hàng, đồng thời anh ta thỏa thuận với khách hàng như thể mình là ông chủ của doanh nghiệp mà anh ta đại diện. Bậc thầy bán hàng luôn cư xử với khách hàng một cách đúng đắn, bởi

nếu anh ta là chủ doanh nghiệp, anh ta cũng mong muốn khách hàng được đối đãi như vậy.

Niềm tin là nền tảng tạo nên tất cả các mối quan hệ hòa thuận. Sẽ là điều đáng tiếc cho người bán hàng nào mà không nhận thấy sự thật này. Điều này đồng nghĩa với việc anh ta đã tự giới hạn khả năng kiếm tiền và cơ hội thăng tiến của chính mình.

Ở thành phố Chicago có một Bậc thầy bán hàng, người đang quản lý một chuỗi cửa hàng bán mũ cho nam giới. Cách đây hai mươi năm, khi lần đầu tiên tôi biết đến chuỗi cửa hàng này, họ chuyên bán những chiếc mũ với giá hai đô la một cái.

Chúng được bán kèm theo sự đảm bảo rằng nếu khách hàng thấy không hài lòng về chiếc mũ, khách hàng có thể mang chiếc mũ hay bất cứ bộ phận nào của nó đến cửa hàng và nhận lại một chiếc mũ mới cùng loại mà không có bất kỳ một đòi hỏi nào khác.

Chủ cửa hàng cho tôi biết là trong vòng hơn bảy năm, có một người đàn ông cứ quay lại cửa hàng mỗi năm hai lần để đổi chiếc mũ cũ của mình và nhận một chiếc mũ mới.

Tôi hỏi:

- Và ông cứ thể bỏ qua cho anh ta à?

- Bỏ qua cho ông ta ư? - Chủ cửa hàng trả lời. – Trời ạ! Nếu có được 100 người

làm như ông ta, có lẽ chỉ trong vòng 5 năm tôi đã có thể về hưu với toàn bộ

số tiền mà tôi cần rồi. Không có ngày nào trôi qua mà chúng tôi không có vài vụ mua bán nhờ vào những cuộc chuyện trò của người đàn ông này. Ông ta đúng thật là tởm quảng cáo biết nói và biết đi của chúng tôi.

Nhận định của người chủ cửa hàng đã khiến tôi quan niệm hoàn toàn khác về vấn đề này. Tôi thấy rằng ông ấy đã xây dựng được sự nghiệp to lớn nhờ

vào một chính sách thật tuyệt vời và khác thường, đó là phát triển niềm tin.

Có hai lý do chính khiến mọi người buôn chuyện với nhau, đó là khi họ nghĩ

mình đã bị lừa đảo và khi họ nhận được sự đối đãi tốt đẹp hơn cả mong đợi.

Và chính những lần buôn chuyện ấy đã tạo nên những hiệu ứng quảng cáo thiện chí hoặc không thiện chí cho cửa hàng.

Tất cả mọi người đều giống nhau ở điểm này, mọi người đều ấn tượng với quy luật tương phản. Bất cứ điều gì khác thường hoặc bất ngờ vốn gây nên một ấn tượng tốt đẹp hay thất vọng sẽ tạo ra dấu ấn lâu dài.

## ***Chương 11***

## NGHỆ THUẬT CHỐT MỘT VỤ MUA BÁN

Đỉnh điểm, tức là giai đoạn chốt lại vụ mua bán được cho là phần khó nhất của quá trình bán hàng. Tuy nhiên, điều này không đúng nếu công việc chuẩn bị để đi đến giai đoạn kết thúc được sắp đặt đúng cách. Trong thực tế, đỉnh điểm của một vụ mua bán chỉ là một chi tiết nhỏ nếu nó được chuẩn bị kỹ.

Trong hầu hết các trường hợp, khi việc bán hàng gặp khó khăn ở bước chốt lại, vấn đề có thể được tìm thấy đâu đó ở phần giao dịch trước giai đoạn đỉnh điểm. Trước khi cố gắng đạt đến giai đoạn đỉnh điểm, Bạc thầy bán hàng chuẩn bị chiến lược một cách kỹ càng từng bước một, thông qua sự

chú tâm đúng mức vào các chi tiết quan trọng sau đây:

- Anh ta đã chú trọng việc vô hiệu hóa tâm trí khách hàng tiềm năng, để họ

dễ dàng tiếp thu lời chào bán hàng của anh ta.

- Anh ta đã tạo ra trong tâm trí khách hàng tiềm năng một thiện chí mua hàng, thông qua việc tạo lập niềm tin.
- Anh ta đã đánh giá chính xác tâm trí khách hàng để chắc chắn rằng mình đang giao dịch với một khách hàng tiềm năng chứ không đơn thuần là người khả nghi.
- Trên tất cả, anh ta đã gieo vào trong tâm trí khách hàng tiềm năng

cơ thích hợp nhất để mua hàng.

- Anh ta đã xem xét khách hàng tiềm năng trong suốt quá trình bán hàng và đảm bảo rằng khách hàng hiểu được lời chào hàng với sự quan tâm nồng nhiệt. Bạc thầy bán hàng đã hoàn thành việc này bằng cách quan sát kỹ

những biểu hiện trên khuôn mặt và những lời nói bày tỏ mong muốn về

hàng hóa từ khách hàng tiềm năng.

- Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, người bán hàng đã mừng tượng việc mình có thể hoàn thành vụ mua bán trước khi cố gắng để đạt đến bước đỉnh điểm của quá trình bán hàng. Anh ta biết điều này thông qua khả năng cảm nhận tâm trí khách hàng tiềm năng. Không một ai có thể trở

thành Bạc thầy bán hàng mà không phát triển khả năng nắm bắt tâm trí khách hàng tiềm năng thông qua giác quan thứ sáu. Khả năng này, hơn bất kỳ thứ gì khác, là điểm nổi bật của một người bán hàng bậc thầy.

Sau khi tiến hành các bước trên một cách thỏa đáng, bây giờ người bán hàng đã sẵn sàng cho điều kiện thuận lợi cuối cùng hoặc để chốt lại vụ mua bán.

Có hàng ngàn người bán hàng có thể gợi lên sự quan tâm, bước đầu tiên trong quá trình bán hàng thực sự; và có thể tạo ra lòng mong muốn mua hàng, ở bước thứ hai; nhưng ở bước thứ ba lại thất bại vì thiếu khả năng chốt lại việc bán hàng. Tuy nhiên, bạn hãy nhớ điều này, nếu bạn tiến hành với sáu bước chi tiết được mô tả trong cuốn sách này thì việc chốt lại vụ mua bán sẽ diễn ra dễ dàng như một chi tiết nhỏ với bạn.

### **Những đề xuất giúp chốt lại một vụ bán hàng**

Những gợi ý bên dưới sẽ hữu ích, thậm chí cho cả những người bán hàng dày dặn kinh nghiệm, để phát triển ưu thế trong giai đoạn chốt lại này: 1. Không để khách hàng dẫn dắt bạn xa khỏi kế hoạch bán hàng của bạn bằng những tranh cãi về các vấn đề không cần thiết hay ngoài lề. Trong khi bạn đang thương lượng và cố gắng dẫn dắt cuộc nói chuyện mà khách hàng cứ cố ngắt lời để tạo nên cái cớ

không mua hàng, hãy để anh ta tiếp tục cho đến khi anh ta đuối sức; sau đó khéo léo kéo anh ta quay lại hướng suy nghĩ

của riêng bạn trong lúc anh ta do dự. Hãy tiếp tục và phát triển những suy nghĩ của bạn hướng đến đỉnh điểm. Điều này hoàn toàn cần thiết. Hoặc bạn sẽ là người chiếm ưu thế hoặc ngược lại khách hàng chiếm ưu thế. Việc ai chiếm ưu thế tạo nên sự khác biệt rất lớn đối với người bán hàng.

2. Lường trước những câu hỏi hay suy nghĩ tiêu cực mà bạn cảm nhận nó tồn tại trong tâm trí khách hàng và phải chinh phục anh ta trước khi những điều đó xảy ra. Bạn nên thử đặt mình vào vị trí khách hàng để tự đặt ra những câu hỏi đó và trả lời chúng. Đừng bao giờ hỏi những câu hỏi tiêu cực trừ khi bạn chắc rằng khách hàng đang nghĩ về chúng. Trong bán hàng, tốt hơn hết là hãy để những nguy cơ rắc rối ngủ yên.

3. Luôn thể hiện như thể khách hàng của bạn chắc chắn sẽ mua hàng, bất kể anh ta hành động hay nói điều gì thể hiện ý ngược lại và để cho anh ta biết mỗi lời nói và cử động của bạn là mong muốn anh ta mua hàng. Nếu bạn thể hiện sự do dự, bạn sẽ bị đánh bại ngay lúc đầu bởi vì khách hàng có thể đủ sáng suốt để nhận ra rằng bạn không có niềm tin vào chính mình.

Khi đó, anh ta sẽ sử dụng nó như một cái cớ để đưa ra lời từ chối khi bạn cố

chốt lại vụ mua bán. Bậc thầy bán hàng không bao giờ lãng phí một phút giây nào và cũng không bao giờ tỏ ra sợ hãi, bất kể khách hàng khéo léo như

thế nào trong việc gài bẫy để khiến cho người bán hàng trở nên yếu thế. Một số khách hàng hết sức khéo léo trong việc làm cho người bán hàng trở nên xao nhãng mục đích ban đầu cũng như sa lầy vào cuộc tranh luận với họ.



Bạn cần đề phòng loại mưu mẹo này và chuẩn bị thật kỹ càng để thương lượng thành công với loại khách hàng này.

4. Luôn thể hiện thái độ khách hàng luôn đúng; rằng anh ta hiểu rõ công việc mình làm. Bất cứ gợi ý nào mà bạn đưa ra, dù trực tiếp hay ám chỉ rằng bạn thông minh hơn khách hàng, chắc chắn sẽ gây phản cảm, mặc dù khách hàng không thể hiện công khai sự phản đối.

Phần lớn người bán hàng hạng xoàng thường phạm sai lầm trong việc cố

gắng gây ấn tượng với khách hàng bằng cách thể hiện kiến thức cao hơn họ.

Đây là nghệ thuật bán hàng kém cỏi và khiến người bán bỏ lỡ một cơ hội bán hàng.

5. Khi khách hàng hỏi về giá trị của hàng hóa, bạn hãy đưa giá cao. Khi cần thiết, bạn có thể giảm giá món hàng xuống mức thích hợp. Nếu ban đầu bạn đưa ra con số quá thấp thì đến thời điểm chốt giao dịch, bạn sẽ tự nhận thấy việc bán hàng này không mang lại lợi nhuận. Sẽ tốt hơn rất nhiều nếu bạn bắt đầu ở mức giá cao rồi dần thỏa thuận giảm giá xuống, thay vì bắt đầu ở mức thấp rồi cố nâng giá lên. Thậm chí, nếu số tiền bạn đưa ra nằm ngoài khả năng tài chính của khách hàng, thì việc bạn tỏ ra như thể khách hàng có khả năng mua với giá cao sẽ không làm xúc phạm anh ta.

Ngược lại, nếu bạn đánh giá thấp khả năng tài chính của khách hàng, bạn có thể khiến anh ta cảm thấy bị xúc phạm. Điều này đã xảy ra rất nhiều lần.

6. Sử dụng phương pháp đặt câu hỏi để thúc đẩy khách hàng đưa ra ý kiến quan trọng từ đó bạn sẽ xây dựng phần trình bày bán hàng của mình. Sau đó, nhắc đến những ý kiến này như những đề xuất của chính anh ta.

Đây là một trong những chiến lược bán hàng hiệu quả nhất vì một người tất nhiên sẽ luôn tán thành bất kỳ lời nói hay suy nghĩ nào của bản thân mình.

7. Nếu khách hàng tiềm năng nói rằng anh ta muốn hỏi ý kiến của chủ ngân hàng, luật sư, vợ hay một vài người quen trước khi quyết định thì bạn hãy tán thưởng anh ta về óc suy xét tốt và thói quen thận trọng của anh ta.

Sau đó ngay lập tức, bạn hãy khéo léo gieo vào tâm trí anh ta đề xuất rằng nếu chủ ngân hàng có quyền cho vay, luật sư có thể hiểu luật, vợ và bạn bè là những người thành thật và đáng tin cậy thì thực tế vẫn không có ai trong số họ hiểu biết về món hàng này hơn chính bạn. Bạn có tất cả dữ kiện, trong khi những người khác không có và không có đủ thời gian hay hứng thú để

tìm hiểu về chúng. Hơn nữa, khi gieo suy nghĩ đó vào trong tâm trí khách hàng, khách hàng sẽ biết mình muốn gì và quyền lợi của mình như thế nào hơn bất cứ người nào khác.

8. Tránh để khách hàng tiềm năng của bạn xem xét tường tận mọi cố, mọi lẽ, trừ khi anh ta có một lý do cực kỳ hợp lý để từ chối. Khi khách hàng nghĩ

ra một cố gì đó, bạn nên nhanh chóng ngăn anh ta lại và giúp cho anh ta

suy nghĩ đúng hướng ngay lập tức. Hãy nhớ, một chút kiên trì ở giai đoạn này sẽ giúp bạn nâng cơ hội thành công lên rất nhiều. Đa số vụ mua bán thất bại đáng lẽ đã được cứu vãn nếu người bán hàng kiên trì thêm vài phút nữa.

### **Thời điểm tâm lý để chốt lại vụ mua bán**

Chốt lại cuộc bán hàng ở thời điểm tâm lý thích hợp đã được đề cập nhiều, nhưng trải nghiệm chứng minh rằng đa số những người bán hàng không biết thời điểm tâm lý là gì. Thời điểm tâm lý là lúc mà

người bán hàng cảm thấy rằng khách hàng tiềm năng sẵn sàng chốt lại vụ mua bán. Dù thành công hay thất bại, mỗi vụ mua bán đều xuất hiện những thời điểm như thế.

Một trong những điểm khác biệt giữa một người bán hàng bậc thầy và người bán hàng bình thường là người bán hàng bậc thầy có khả năng đọc được suy nghĩ khách hàng, ngoài những gì người mua thể hiện ra ngoài bằng lời nói trong khi người bán hàng bình thường lại thiếu nhận thức sắc bén bằng giác quan thứ sáu.

Khi bạn cảm nhận được thời điểm tâm lý thích hợp cho việc chốt vụ mua bán, hãy đưa ra giá tiền và tiến đến kết thúc giao dịch ngay lập tức. Chỉ vài phút, thậm chí vài giây chậm trễ đã có thể tạo cơ hội cho khách hàng thay đổi ý định. Khi cố gắng chốt vụ mua bán, nếu bạn nhận thấy mình đã xác định sai thời điểm tâm lý, hãy xem xét kỹ lại toàn bộ quá trình và đưa ra những lý lẽ kết thúc mới mà bạn đã dự phòng cho trường hợp khẩn cấp như

thế. Để trở thành một Bậc thầy bán hàng, bạn cần phải chuẩn bị những lý

lẽ dự phòng cho mọi trường hợp khẩn cấp.

Không một Bậc thầy bán hàng nào lại dùng hết tất cả át chủ bài của mình, trừ trường hợp anh ta bị ép buộc làm thế, và anh ta cũng không sử dụng tất cả chúng cùng một lúc. Anh ta luôn giữ lại một ít phòng khi phải tiến hành quá trình bán hàng phụ để có được đơn đặt hàng.

Thời điểm tâm lý để chốt vụ mua bán thường phải được người bán hàng tự

cảm nhận, dù cũng có nhiều lúc nó thể hiện thông qua lời nói hay biểu cảm trên khuôn mặt khách hàng.

Những người bán hàng có suy nghĩ tiêu cực hay thiếu tự tin thường không cảm nhận được thời điểm tâm lý này, nhằm lẫn giữa trạng thái

tâm lý của mình với khách hàng.

Việc vội vã chốt lại vụ mua bán, nếu bị khách hàng tiềm năng quan sát được, thường sẽ là một lỗi tai hại, vì sự háo hức muốn kết thúc vụ mua bán thường kèm theo sự thiếu tự tin, ngay cả khi người bán không thật sự biểu lộ việc đó qua lời nói và biểu cảm trên gương mặt.

Nếu khách hàng có ấn tượng (bất kể họ có ấn tượng đó bằng cách nào) rằng người bán hàng háo hức muốn bán được hàng là bởi vì anh ta (người bán hàng) cần lợi nhuận từ việc mua bán đó, anh ta sẽ đánh mất cơ hội bán hàng. Một người bán hàng có phong thái phát đạt, điềm tĩnh được phản ánh qua vẻ bề ngoài và giọng nói thường sẽ có cơ hội kết thúc mua bán thành công hơn. Lý do đã rõ ràng.

Một Bạc thầy bán hàng hiếm khi hỏi khách hàng liệu họ đã sẵn sàng kết thúc bán hàng hay chưa. Anh ta sẽ tiếp tục việc bán hàng cho đến thời điểm tâm lý thích hợp, sẽ giải thích đơn hàng, tự mình sắp xếp mọi việc như thế

vấn đề bán hàng đã được giải quyết. Việc hỏi khách hàng đã sẵn sàng kết thúc bán hàng hay chưa cũng tương tự như việc bày tỏ sự nghi ngờ khách hàng. Nhưng lập đơn hàng và chuyển giao chúng cho khách hàng tiềm năng sẽ không để lại bất cứ nghi ngờ nào. Khi quá trình bán hàng được tiến hành đúng cách và mong muốn mua hàng đã được hình thành trong tâm trí khách hàng, họ sẽ hưởng ứng những đề nghị tích cực từ người bán.

Bạn hãy luôn luôn ghi nhớ rằng, nơi đầu tiên mà người bán hàng chốt một vụ mua bán là ở trong tâm trí anh ta. Cả thế giới sẽ đứng sang một bên và nhường chỗ cho người biết chính xác bản thân muốn gì và quyết định phải đạt được điều đó. Khi một người do dự và thiếu tự tin thì đám đông sẽ giẫm lên chân anh ta. Một khi người bán hàng tỏ ra chần chừ hay nghi ngại, dù chỉ một chút thôi, hoặc không hỏi gì về đơn hàng, thì khi đến thời điểm chốt vụ bán hàng, anh ta chắc chắn sẽ bị từ chối.

Đó là cách tâm trí con người hoạt động!

Điều quan trọng là một người phải có khả năng nhận ra nơi mà cuộc mua bán tiềm năng tồn tại và theo đuổi nó cho đến khi kết thúc thành công mà không biểu thị ra một cách rõ ràng rằng "Đây là một vụ mua bán".

Cách đây không lâu, tôi đánh tiếng với nhiều người trong giới kinh doanh bất động sản rằng tôi đang có nhu cầu mua đất trong nước và miêu tả chi

tiết nơi tôi cần. Rất nhiều người bán bất động sản đã tìm đến tôi. Trước đây, tôi chưa bao giờ biết có nhiều người cố gắng kiếm sống bằng cách bán bất động sản đến vậy. Rằng họ đều khao khát những cuộc giao dịch, được thể

hiện một cách thẳng thắn trong cách mà họ ra sức đặt tôi vào thế quyết định.

Tôi đã nói rằng có rất nhiều người bán bất động sản đến tìm tôi, nhưng có lẽ sẽ gần với sự thật hơn nếu tôi nói có một người bán hàng thật sự đã tìm đến, bởi trong toàn thể số nhiều những người kia, chẳng có ai hiểu được tâm lý chốt lại một vụ mua bán cả. Hầu hết họ miêu tả đất đai của mình bằng cách cho tôi xem những tấm bản đồ và những thứ đại loại như thế.

Vài người trong số họ trao cho tôi tài liệu giấy miêu tả đất rồi bảo tôi xem qua chúng và cho họ biết khi nào tôi sẵn sàng đi xem đất của họ. Làm thế

nào họ biết tôi không sẵn sàng ở thời điểm đó?

Không ai trong số họ có ý định mời tôi ra ngoài để xem đất của họ, trừ

trường hợp ngoại lệ của một người bán hàng đã tìm đến kia. Anh ta nói:

“Chúng tôi sở hữu đúng mảnh đất mà ngài đã mô tả. Chúng tôi đã giữ nó rất lâu để chờ đợi ngài (anh ta vừa nói vừa nháy mắt để biểu thị rằng anh ta biết tôi chẳng cả tin đến thế). Hãy lên xe tôi và chúng ta sẽ đi xem mảnh đất của ngài. Nếu nó không giống như những gì ngài muốn, tôi sẽ mời ngài bữa tối ngon nhất ở thành phố khi chúng ta quay về.”

(Anh ta có đủ trí tưởng tượng để thấy trước thời gian ăn tối khi chúng tôi quay về.) Anh ta tiếp tục: “Khi ngài nhìn thấy nơi này, ngài sẽ không cần

tìm kiếm nữa, tôi chắc chắn nó đúng là nơi ngài cần”.

Vào lúc tôi bắt đầu tin anh ta biết được thứ tôi cần, anh ta đã khiến tôi quyết định đi xem đất ngày hôm đó - điều mà tôi không dự định làm. Toàn bộ thái độ tích cực và quả quyết của anh ta đã thuyết phục tôi lên xe trước khi tôi có cơ hội nghĩ ra lý do khước từ. Nếu anh ta do dự trong cách tiếp cận của mình, có lẽ tôi đã lãng tránh anh ta cho đến ngày hôm sau. Nhưng đây là nghề của anh ta, chắc chắn vậy, anh ta biết mình phải làm gì, phải rèn sắt trong khi còn nóng. Vì thế mà tôi đã lên đường trong một khoảng thời gian ngắn hơn cả thời gian để kể lại câu chuyện này.

Trên đường đi, người bán hàng ấy mô tả nơi đó theo cách xác đáng và dễ

chịu đến nỗi tôi gần như cảm giác mình chính là chủ sở hữu nơi đó trước cả

khi nhìn thấy nó. Thành thật mà nói, tôi hẳn sẽ thất vọng tràn trề nếu nhận thấy bất cứ điều gì không đúng với tưởng tượng về nơi đó, bởi vì người bán hàng đã gieo mong muốn sở hữu vào trong tâm trí tôi quá sâu sắc đến mức giống như tôi đang bị anh ta điều khiển.

Người bán hàng mang theo một bản hợp đồng và có được tên tôi trên chỗ

trống trước khi chúng tôi rời khỏi nơi đó. Đó là một câu chuyện suôn sẻ nhất về nghệ thuật bán hàng mà tôi từng chứng kiến. Thời khắc người bán hàng cảm nhận được tôi đã sẵn sàng để ký hợp đồng, anh ta lấy nó ra và đưa cho tôi cùng với cây viết. Nhận thấy tôi không có vật gì để tựa lên để ký tên, anh nhanh nhẩu đi tới xe và lấy ra một chiếc cặp táp đựng tài liệu rồi nói: "Đây, hãy xem nó là một cái bàn, nhà chiến lược xuất sắc!". Trong tình cảnh đó, tôi nào phải nhà chiến lược xuất sắc, nhưng danh hiệu đó được gán cho tôi

một cách khiêm tốn đến mức tôi không hề bực tức về điều đó.

Và tôi đã ký tên vào bản hợp đồng!

Người bán hàng này không đưa cho tôi bất kỳ tài liệu nào để đọc. Thay vào đó, anh ta trực tiếp cho tôi xem mảnh đất của anh ta. Bậc thầy bán hàng luôn làm một việc gì đó tương tự như vậy. Đó là một trong những nét đặc trưng của họ.

Nếu được yêu cầu để đưa ra lời tổng kết về những nghiên cứu đa dạng và chi tiết về chủ đề bán hàng, tôi tin rằng tôi có thể diễn đạt trong một từ. Có một từ rất nổi bật trong tầm nhìn của mỗi người bán hàng, giống như sao Hỏa chiếu sáng rực lúc chiều hôm, luôn luôn ở đó, đầy thách thức, vẫy tay ra hiệu, thôi thúc, truyền cảm hứng và uy nghiêm. Từ đó biểu thị rằng điều vốn chi phối tất cả những người bán hàng vĩ đại và tài giỏi ở mọi nơi và nó là một từ mà Edward Bok tuyên bố là từ hay nhất trong tiếng Anh. Nó là...

## **Dịch vụ**

Bây giờ, chúng ta đi qua phần hai của cuốn sách - phần nêu rõ toàn bộ cách áp dụng của những nguyên tắc tiếp thị dịch vụ cá nhân để mang lại lợi ích cao nhất.

Nếu bạn thành công, hãy nhớ rằng ở một nơi nào đó, một thời điểm nào đó, một người nào đó đã cho bạn đi nhờ xe hoặc cho bạn một ý tưởng giúp bạn đi đúng hướng.

Cũng hãy nhớ rằng, bạn vẫn còn phải mắc nợ cuộc đời cho đến khi bạn giúp đỡ ai đó kém may mắn hơn, giống như bạn đã được giúp đỡ.

## ***Phần II***

### **NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG TRONG TIẾP**

#### **THỊ DỊCH VỤ CÁ NHÂN**

Mỗi người muốn thành công trong bất kỳ lĩnh vực nào cần hiểu và áp dụng nguyên tắc đàm phán thành công, được gọi dưới cái tên khác là Nghệ thuật bán hàng.

Toàn bộ Phần Hai của cuốn sách này được dành để phân tích các nguyên tắc bán hàng được áp dụng trong tiếp thị dịch vụ cá nhân – tức những gì mà cá nhân bạn có thể mang lại cho công việc và cuộc sống này.

Việc cố gắng đàm phán để được mức lương cao khi mới bắt đầu đã làm đánh mất đi cơ hội lớn cả đời của một người.

Nếu vị trí bạn tìm kiếm là một trong những điều mà bạn biết mình có thể

đặt cả trái tim vào đó thì hãy giành lấy nó, thậm chí, nếu bạn phải làm việc không công cho đến khi bạn đưa ra một mẫu “hàng hóa” tốt của mình. Sau đó, bạn sẽ nhận được tiền lương tương ứng với chất lượng và số lượng công việc mà bạn đã thực hiện.

## ***Chương 12***

### **LỰA CHỌN CÔNG VIỆC**

Bạn có toàn quyền lựa chọn vị trí mà mình mong muốn cũng như một mục tiêu để hướng đến. Lựa chọn công việc là bước đầu tiên bạn phải thực hiện để quảng bá bản thân một cách hiệu quả. Hơn nữa, đó là một trách nhiệm mà mỗi cá nhân phải tự gánh lấy.



Trước khi quyết định một vị trí hay công việc mong muốn nào, hãy quyết định xem bạn chỉ muốn làm một công việc bất kỳ nào đó, hay một công việc phù hợp với mong ước, học vấn, tính khí và năng khiếu của bạn.

Quyết định tiếp theo bạn cần thực hiện là lựa chọn một công việc mang lại nhiều cơ hội trong tương lai nhưng với mức lương ban đầu khiêm tốn; hay một công việc được trả lương cao lúc ban đầu nhưng không có hứa hẹn trong tương lai. Nói cách khác, bạn phải quyết định xem liệu bản thân mong muốn bắt đầu từ dưới chân hay trên đầu chiếc thang sự nghiệp.

Xét trong phạm vi rộng, khả năng kiếm tiền của bạn phụ thuộc vào quyết định này, vì rõ ràng một người bắt đầu ở vị trí trên cùng sẽ chỉ di chuyển theo một hướng.

**Những nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn công việc** Hãy chú ý tần số xuất hiện của từ "quyết định" được dùng suốt trong cuốn sách này. Để tiếp thị dịch vụ cá nhân hiệu quả, mỗi người chúng ta đều phải

đưa ra nhiều quyết định quan trọng. Dưới đây là những nhân tố có liên quan mà bạn phải quyết định để bước vào hành trình tiếp thị bản thân.

1. Quyết định đâu là nghề nghiệp hoặc công việc mà bản thân mình yêu thích nhất. Sự phân tích kỹ lưỡng hàng ngàn người đàn ông và phụ nữ đã cho thấy rằng một người có thể trải nghiệm thành công mỹ mãn và lâu bền nhất khi họ được làm công việc mà họ yêu thích nhất. Khi được làm công việc mình yêu thích, họ sẽ thể hiện sự nhiệt tình và hăng hái trong công việc như khi tham gia một trò chơi. Không ai lại tự nguyện lựa chọn một công việc mà mình không cảm thấy muốn đặt toàn bộ trái tim và tâm hồn vào nó.

2. Quyết định kiểu sếp nào bạn thích. Việc bạn cẩn thận lựa chọn một người sếp phù hợp cũng quan trọng chẳng kém gì một người chủ lao động tuyển nhân viên cho mình. Khi chọn sếp, hãy chọn

người mà bạn tin tưởng và có thể học hỏi. Hãy chọn người mà từ họ bạn có thể thu thập được những kiến thức hữu ích liên quan đến nghề nghiệp của bạn. Người chủ thật sự chính là người thầy của bạn. Vì vậy, hãy chắc chắn người sếp tương lai của bạn có đầy đủ năng lực của một người thầy thực sự.

3. Quyết định số tiền mà bạn dự định làm ra hàng năm từ vị trí của mình trong năm năm đầu. Sau đó, bạn hãy làm việc chăm chỉ, cung cấp dịch vụ

xứng đáng với con số mà bạn đã thiết lập trong đầu. Nhớ rằng tiền lương mà bạn kiếm được hàng năm chỉ tương đương với 6% năng suất cơ bản mà não bộ của bạn có thể tạo ra. Ví dụ, nếu thu nhập của bạn là 6.000 đô la/năm thì não bộ của bạn phải có khả năng kiếm được đến khoảng 100.000

đô la. Lưu ý đến điểm cơ bản này như một điều cần thiết cho hiệu quả công việc, nếu bạn muốn tích lũy thu nhập của mình.

4. Quyết định – và quyết định này là quan trọng nhất – chính xác chất lượng và số lượng dịch vụ mà bạn dự định cung cấp để đổi lấy mức thu nhập mà bạn mong muốn, và tối thiểu phải cung cấp được chất lượng và số lượng đã quyết định này - không thể ít hơn. Hầu hết mọi người dành nhiều thời gian để suy nghĩ về số thu nhập mà mình cần hoặc muốn có, hơn là để nghĩ ra cách thức, phương pháp kiếm được số tiền ấy bằng sự phục vụ tương xứng.

5. Quyết định mức độ trở ngại gây ra bởi những nguyên nhân thất bại chính và chọn một công việc có thể dẫn đến việc loại trừ những trở ngại đó.

(Những nguyên nhân dẫn đến thất bại được giải thích trong cuốn sách Think and Grow Rich của tác giả).

Năm quyết định trên phải được tiến hành trước khi bạn sẵn sàng xây dựng một kế hoạch tiếp thị dịch vụ của bạn. Đây là năm trong số những quyết định quan trọng nhất của cuộc đời bạn. Hãy quyết định

nhANH chóng bằng những suy xét thích đáng và thận trọng, bởi vì toàn bộ tương lai của bạn phụ thuộc vào những quyết định này.

Nếu bạn chỉ mới bắt đầu tìm kiếm công việc đầu tiên của mình, bạn được phép chấp nhận một công việc tạm thời để trang trải cuộc sống cho đến khi bạn có đủ thời gian tập hợp những thông tin cần thiết để đưa ra những quyết định trên một cách khôn ngoan. Đừng mắc sai lầm cho phép công việc tạm thời này thành công việc cả đời của bạn chỉ vì thói quen hay sự lơ

đãng. Chín mươi tám phần trăm số người trên thế giới có thể bị coi là thất bại trong quan điểm nghề nghiệp và kiếm tiền.

Hơn nữa, họ bám lấy công việc mà mình bị cuốn xô vào rồi lưu lại mãi ở đó chỉ vì họ thiếu năng lực quyết định lựa chọn một vị trí phù hợp hơn.

Một trong những cảnh tượng đáng buồn nhất mà tôi từng chứng kiến là cảnh một người đàn ông tự trói mình vào một công việc lao dịch nặng nề, buồn tẻ trọn cả một đời, ở nơi mà ông phải làm việc sáu, thậm chí bảy ngày một tuần mặc dù không hề thích công việc ấy. Những người như vậy đã tự

nhốt mình vào ngục trong suốt sáu phần bảy cuộc đời của mình. Và ngoài việc được tự do một ngày trong tuần, họ chẳng khác gì những tù nhân phía sau song sắt.

Làm công việc mà mình không thích là một trong những bi kịch lớn nhất giữa đời sống văn minh này. Ngược lại, việc tự nguyện lựa chọn một công việc mà mình yêu thích và tâm huyết, sẽ đòi hỏi người đó sức mạnh ý chí cũng như tính cách mạnh mẽ hơn so với những người bình thường vẫn đang tùy tiện với chính mình. Lưu ý quan trọng là tôi không nói về tính cách mạnh mẽ hơn so với những người bình thường sở hữu.

Việc sở hữu sức mạnh cá nhân và sử dụng nó là hai việc hoàn toàn khác nhau.

Lý do chúng ta chọn công việc mình yêu thích là rất hiển nhiên. Dịch vụ

được đưa ra gắn liền với nghề nghiệp mà mình yêu thích sẽ không bao giờ

là gánh nặng hay cực hình, bởi đó là kiểu lao động mà chúng ta có thể tận

hưởng. Bạn mệt mỏi vì công việc không phải bạn làm việc quá sức mà bởi bạn thiếu hứng thú với những gì mình đang làm.

### **Giờ là lúc thích hợp để trả lời cho bất cứ ai đặt câu hỏi**

“Làm thế nào tôi có thể tránh làm công việc mà tôi không thích chứ?”. Câu trả lời là: Bạn có thể tránh khỏi nó bằng quyết tâm không để bản thân trở

thành tù nhân trong ngục tù do chính mình dựng nên. Hoặc nếu bạn nhận ra mình đang tạm thời bị nhốt trong một nhà tù như thế, bởi những mưu sinh cuộc sống, thì bạn có thể giải phóng chính mình bằng cách quyết định rằng bạn sẽ lựa chọn một công việc khác, sau đó theo đuổi quyết định ấy bằng hành động, trong sự hài hòa với những chỉ dẫn được miêu tả trong quyển sách này.

Quyển sách này được viết ra với mục đích chính là trở thành chiếc chìa khóa giải thoát cho mọi người đàn ông và phụ nữ ra khỏi nhà tù của công việc mà họ không yêu thích.

Nó đóng vai trò như chiếc chìa khóa cho tất cả những ai làm theo nó.

Chúng ta là những sinh vật của thói quen!

Chúng ta ở nơi chúng ta đang ở và là những gì chúng ta vốn như vậy bởi những thói quen mà với chúng, chúng ta đã trở thành những nạn nhân, dù tự nguyện hay bị bắt buộc.

Chúng ta là nạn nhân của những thói quen suy nghĩ và thói quen hành

động của chính mình.

Chúng ta có thể thay đổi vị trí của bản thân trong cuộc sống và cách duy nhất để thay đổi nó là thay đổi thói quen của chính mình.

Bạn cần biết ngay lúc này, ngay tại đây, rằng bạn chẳng hy vọng gì có thể

quảng bá bản thân theo cách thuận lợi hơn nếu bạn không thay đổi những thói quen hiện tại. Nhưng nếu những thói quen của bạn vốn dĩ mang tính tích cực, bạn không cần thiết phải quảng bá bản thân theo một cách nào khác.

### **Nhận mà không cho**

Cuộc đời chẳng có nơi nào cho sự mặc cả. Mọi thứ đều có cái giá của nó và phải được trả bằng cách này hay cách khác.

Không một người nào đủ thông minh để gian lận trước cuộc đời. Những người thông minh nhất cũng từng thử đánh lừa cuộc đời mà chẳng thành công bao giờ.

Cái giá của thành công trong việc tiếp thị bản thân được tính theo muôn hình vạn trạng và những thứ tương đương, mà tất cả đã được mô tả giản dị

trong quyển sách này. Hãy cho bản thân làm quen với những bảng giá đó và quyết định xem liệu bạn có sẵn lòng trả giá hay không.

Nếu bạn đang đọc cuốn sách này với hy vọng nó sẽ gợi ý những chiêu trò bịp bợm giúp bạn bán công sức của mình cao hơn giá trị thực tế, hãy đặt nó

xuống ngay. Mặt khác, nếu bạn mong muốn kiếm được số tiền cao hơn so với thu nhập hiện tại và bạn cũng đã chuẩn bị năng lượng để

làm việc tương đương với số lương mình đáng được nhận, cuốn sách này sẽ hướng dẫn bạn cách vượt qua những cạm bẫy và sai lầm một cách an toàn mà thậm chí những người trung thực nhất cũng sẽ mắc phải.

Giờ đang là thời đại mà mọi người có xu hướng chỉ nhận mà không cho đi.

Xu hướng vươn tới sự tham lam và háms lợi ấy đang rất phổ biến và bạn sẽ

trở thành nạn nhân của xu hướng này do ảnh hưởng của những người xung quanh nếu bạn không tự trông coi chính mình.

Tôi đang cố gắng nhấn mạnh điều này vì lợi ích của những người trẻ

những người vẫn chưa trở thành nạn nhân của thói vị lợi khiến họ chỉ muốn nhận được mà chẳng bỏ ra điều gì này. Tôi giới hạn phần trình bày của mình chỉ áp dụng cho người trẻ và phụ nữ bởi tôi biết rất ít, nếu có, những người trưởng thành, với những thói quen hình thành từ lâu sẽ không chú ý đến lời cảnh báo của tôi.

Tạo hóa luôn công bằng với mọi người và luôn đòi hỏi sự trả giá cho tất cả

mọi thứ. Khi đến thời điểm phán xét, những ai may mắn có được một lượng tài sản không xứng đáng với công sức, thời gian mình bỏ ra sẽ phải bị trừng phạt và trả lại những gì không thuộc về mình.

Quy tắc này không chỉ áp dụng trong công việc, mà còn áp dụng cho tất cả

mọi vấn đề khác. Một người có thể nhận được rất nhiều trong một khoảng thời gian nào đấy, dù họ làm việc không đủ chất lượng và số lượng, nhưng

vị thần với cán cân công lý sẽ luôn chờ họ ở góc đường nào đấy.

Bản chất của tôi vốn là một người lạc quan! Tôi sẽ không cướp đi tính lãng mạn của công việc nếu có thể. Đối với tôi, không gì lãng mạn hơn việc một người có thể làm công việc phù hợp với bản thân. Hạnh phúc là mục tiêu tối hậu mà bất cứ người nào cũng muốn vươn tới và tôi không biết điều gì mang lại hạnh phúc nhiều hơn là làm công việc mà mình yêu thích.

Trong thời điểm hiện tại, hàng triệu người đang lâm vào cảnh thất nghiệp và hàng triệu người khác chỉ kiếm đủ sống với công việc của mình. Từ thực tế này, chúng ta sẽ có được nhiều bài học kinh nghiệm bổ ích. Cụ thể, chúng ta có thể biết được rằng có một điều còn tồi tệ hơn cả việc bị ép lao động.

Đó chính là chúng ta không bị ép phải lao động.

Không ai có thể hạnh phúc nếu không làm một công việc gì đó. Nhiều người đã từng đi tìm hạnh phúc trong sự nhàn rỗi và lười biếng và họ đã thất bại.

Hạnh phúc dài lâu chỉ đến khi chúng ta lao động, cống hiến cho bản thân, gia đình và xã hội.

Tất cả mọi loại hạnh phúc khác chỉ là nhất thời và hão huyền.

### **Hạnh phúc đến từ sự khao khát, không phải từ việc có được**

Không ai có thể hạnh phúc nếu trong tâm họ không có khát khao vươn đến những tầm cao mới. Những người nào có nhiều tiền sẽ không cảm thấy hạnh phúc vì tiền tài nữa. Nếu họ hạnh phúc, thì hạnh phúc này đến từ việc xây dựng những mục đích, hy vọng, sáng tạo và các kế hoạch phấn đấu cho

tương lai.

Tôi biết không có ngoại lệ với quy tắc này, mặc dù tôi có mối quan hệ thân thuộc với rất nhiều người giàu có trên đất Mỹ.

Tôi đang cố gắng, như các bạn có thể thấy, không những để các bạn thấy làm thế nào để quảng bá bản thân một cách hiệu quả, mà còn chỉ cho các bạn thấy làm thế nào để tìm được hạnh phúc thông qua những nỗ lực của bản thân.

## **Chương 13**

### **XÁC ĐỊNH MỤC TIÊU SỰ NGHIỆP CẢ ĐỜI**

Sự chuyên tâm là một phẩm chất mà không có nó không ai có thể đạt được bất cứ thành công mỹ mãn nào. Đây là thời kỳ của sự chuyên môn hóa, cũng là giai đoạn cạnh tranh khốc liệt vốn không dành cho những người không thể nổi trội ở một công việc đặc trưng nào đó.

#### **Năm bước cơ bản để vươn đến thành công**

Những ai muốn đạt đến thành công đều phải làm theo năm bước cơ bản sau:

1. Chọn lựa một mục tiêu xác định.
2. Phát triển năng lực đủ để đạt được mục tiêu mà bản thân đặt ra.
3. Xây dựng một kế hoạch thực tế để vươn đến mục tiêu.
4. Tích lũy những kiến thức chuyên môn cần thiết giúp chúng ta đạt được mục tiêu.
5. Kiên trì tiến hành kế hoạch.

Mỗi người thành công đều tuân theo những bước này, dù bằng hình thức này hay hình thức khác. Một số người tuân theo chúng một cách vô thức hoặc ngẫu nhiên trong khi những người khác tuân theo với một mục đích nhất định và được vạch sẵn.

**Vài lợi ích của một mục tiêu xác định** Làm việc với sự chuyên tâm hướng đến một mục tiêu duy nhất có những thuận lợi sau đây:



Thứ nhất: Sự chuyên tâm buộc chúng ta phải chuyên môn hóa và chuyên môn hóa dẫn đến sự hoàn hảo.

Thứ hai: Một mục tiêu xác định cho phép chúng ta phát triển khả năng đưa ra quyết định nhanh chóng và kiên quyết.

Thứ ba: Mục đích rõ ràng cho phép chúng ta áp chế thói quen do dự, chần chừ.

Thứ tư: Mục đích rõ ràng giúp tiết kiệm thời gian và công sức, không phải đắn đo suy nghĩ liệu nên chọn cách thức hành động nào.

Thứ năm: Một mục đích rõ ràng sẽ là một bản đồ phác thảo lộ trình dẫn đến đích cuộc hành trình của mỗi người.

Thứ sáu: Mục đích rõ ràng giúp xây dựng những thói quen tích cực trong tiềm thức, và được sử dụng như một động cơ thúc đẩy (dù không chủ tâm) vươn tới mục đích ấy.

Thứ bảy: Mục đích rõ ràng giúp phát triển lòng tự tin và thu hút lòng tin của những người khác.

Những bất lợi của việc không có mục đích rõ ràng được coi là nhiều vô kể,

như những hạt bụi năng xung quanh con người(34). Những người hay thay đổi cũng giống như những con tàu không bánh lái và "những chuyến du hành trong cuộc đời của họ đều sẽ mắc cạn và chìm trong khổ khổ"(35).

*(34) John Milton*

*(35) William Shakespeare*

Mỗi khu ổ chuột tồi tàn lộn xộn là minh chứng của sự thật này. Những đứa trẻ yếu ớt, tái nhợt và suy dinh dưỡng chưa bao giờ đứng thẳng người trong ánh nắng của Thượng đế đã cho chúng ta thấy rõ sự thật này. Những người phụ nữ dẫn vật khổ sở, ăn mặc rách rưới,

luôn mang ánh mắt âu lo, ngày đêm làm việc vất vả, đã cho chúng ta gợi ý về người chồng sống không mục đích của họ. Những người đàn ông làm việc không ngừng nghỉ với nét mặt cau có là những người chưa từng có một mục tiêu to lớn nào. Sự thật trần trụi không thể chối cãi đã tố cáo những người nào không biết nên đi đâu và làm những gì.

Những con người vĩ đại trên thế giới đã truyền cho chúng ta nhiều câu nói có thể xem là những biểu tượng chỉ dẫn trên con đường chúng ta đi. Trong số này, hiếm có từ nào quan trọng như hai từ này: *quo animo* (với tâm trí hoặc ý định gì).

Những người nào đã biết đích đến của con đường thì thường sẽ đi đến được nơi mà họ mong muốn. Họ không tiêu phí sức lực và thời gian trong cuộc hành trình bất định, mà tập trung những nỗ lực của họ vào một mục tiêu đã nhắm sẵn, đồng thời sử dụng mọi khả năng mà họ có để đạt được mục

tiêu đó.

Công việc chân tay chỉ mang lại đồng lương sống qua ngày, cái giá của nó được định bởi quy luật cung cầu. Những dịch vụ chung chung, do những người không có chuyên môn đảm trách, thường không mang lại hiệu quả

và lợi ích nhiều hơn so với công việc lao động chân tay. Nhưng trí óc, khi được tiếp thị thông qua một mục tiêu xác định sẽ trở thành vô giá. Bầu trời là giới hạn cho việc tiếp thị tài năng chuyên môn. Chúng là những tuyên bố

về sự thật hiển nhiên, thế mà vẫn có 98% những người thất bại trong suốt cuộc đời chỉ bởi họ không tuân theo nguyên tắc làm việc với một mục đích xác định.

Mỗi thất bại sẽ dạy cho bạn một bài học mà bạn cần, nếu bạn luôn mở to tai mắt và sẵn sàng đón nhận. Mỗi điều bất hạnh thường là phúc lành dưới lớp cải trang. Nếu không có những đau khổ và thất

bại nhất thời, bạn sẽ không bao giờ biết được mình mạnh mẽ đến nhường nào.

## **Chương 14**

### **THÓI QUEN BỎ RA NHIỀU HƠN NHẬN LẠI (1)**

Thói quen tận tụy, phục vụ nhiều hơn những gì chúng ta được trả công là điều cốt yếu tuyệt đối tạo ra lợi thế trong việc quảng bá bản thân.

Trong chương trước, chúng ta đã tập trung nhiều vào tầm quan trọng của việc đưa ra quyết định. Chương này sẽ hướng đến khẩu lệnh thói quen, đặc biệt là thói quen cống hiến nhiều hơn và chất lượng hơn.

Dưới đây là một số nguyên nhân giải thích tầm quan trọng của thói quen cống hiến nhiều hơn và chất lượng hơn mức được mong đợi: 1. Thói quen này giúp chuyển hướng sự chú ý có lợi của những người xung quanh đến người nào phát triển nó.

2. Thói quen này cho phép bạn đạt được nhiều lợi ích nhờ quy luật tương phản, bởi đa số mọi người đều hình thành và áp dụng thói quen ngược lại: nhận lại nhiều hơn bỏ ra.

3. Thói quen này mang đến cho bạn lợi ích từ quy luật hoàn trả tăng dần, và đảm bảo cho bạn tránh được sự tổn thất của quy luật hoàn trả giảm dần, thế là, đến cuối cùng, nó cho phép bạn nhận được nhiều sự chi trả hơn so với những người không tuân theo nó.

4. Thói quen này đảm bảo cho bạn có được công việc với mức lương mong muốn, cũng như duy trì công việc lâu dài. Người rèn luyện được thói quen

này sẽ là nhân viên cuối cùng bị cắt biên chế nếu công ty rơi vào cảnh cùng quẫn, và sẽ là người đầu tiên được gọi vào làm việc lại sau khi công ty khôi phục hoạt động.

5. Thói quen này còn giúp chúng ta phát triển kỹ năng tốt hơn, tăng hiệu suất làm việc và khả năng kiếm tiền, cũng như nhận được nhiều sự ưu ái hơn so với những người khác.

6. Thói quen này giúp cho chúng ta trở thành "cánh tay phải" không thể

thiếu của người chủ lao động, bởi không có nhiều người sở hữu được đức tính đáng quý này, đồng thời người chủ lao động cũng giao nhiều hơn những trọng trách quan trọng cho những ai muốn cống hiến hết mình. Khả

năng gánh vác trách nhiệm là phẩm chất sẽ mang lại sự đền đáp cao nhất về tài chính.

7. Thói quen này dẫn đến sự thăng tiến bởi nó là dấu hiệu của những người có khả năng giám sát và lãnh đạo, điều không thể tìm thấy ở những người tuân theo thói quen ngược lại.

8. Thói quen này giúp mỗi người có thể tự ấn định mức lương của mình.

Nếu người chủ này không nhận ra giá trị của bạn, hẳn đối thủ của ông ta có thể nhận ra.

Nếu bạn không cống hiến nhiều hơn những gì bạn được trả để cống hiến, thì bạn không có quyền đòi hỏi bất kỳ sự trả công vượt mức nào. Đây là sự

thật không thể chối cãi!

Sự tín nhiệm là một trong những tài sản quý giá nhất của bất kỳ doanh nghiệp nào. Đây không phải là một loại tài sản có thể liệt kê trên giấy tờ, nhưng nó thật sự giá trị đến mức nếu không có nó, không doanh nghiệp nào có thể phát triển mà sẽ dần lụi tàn. Ngược lại, có được nó, doanh nghiệp sẽ tồn tại trong một thời gian rất dài. Một người có thói quen cống hiến nhiều hơn và chất lượng hơn mức

họ được trả công cũng có thể có được loại tài sản tín nhiệm này, đảm bảo cho anh ta cơ hội và lợi thế trong việc quảng bá bản thân, điều mà những người không thực hành thói quen ấy không thể nào có được. Sự tín nhiệm này thường được hiểu là danh tiếng về khả

năng làm việc hiệu quả. Nếu không có tài sản này, không ai có thể quảng bá bản thân một cách nhanh chóng, dễ dàng và hiệu quả nhất.

Đặc trưng hấp dẫn nhất và có sức mạnh lớn nhất trong việc quảng bá bản thân mà mỗi cá nhân có thể sở hữu chính là thói quen cống hiến nhiều hơn về số lượng và vượt trội về chất lượng.

### **Cơ hội lớn nhất của bạn có lẽ ngay bên cạnh**

Bản tính tự nhiên của con người là “đứng núi này, trông núi nọ”. Khi một người bắt đầu tìm kiếm một chức vị tốt hơn và mức lương cao hơn, anh ta thường tìm kiếm những cơ hội ở những công ty khác. Điều này đôi khi là cần thiết, nhưng bên cạnh việc mang lại một số lợi ích, việc thay đổi nghề

ng nghiệp cũng có thể đem đến không ít bất lợi, mà đáng chú ý nhất chính là thực tế bạn không thể làm việc hiệu quả ở một vị trí mới, một môi trường và đồng nghiệp xa lạ như khi làm những công việc quen thuộc cùng những người cộng tác đáng tin cậy.

Hơn nữa, thay đổi công việc khiến bạn bị tước đi sự tín nhiệm vốn đã được xây dựng quanh mình bằng sự nối kết lâu dài với một người chủ.

Trước khi quyết định thay đổi người chủ, hãy đảm bảo rằng bạn đã tận lực phát huy hết khả năng của mình ở vị trí hiện tại, đánh giá lại công việc của bạn và xác định đâu là cách giúp bạn trở nên có giá trị hơn với người chủ

của mình. Hãy làm theo lời khuyên này cho đến khi bạn trở thành “cánh tay phải” không thể thiếu của ông ấy, đồng thời luôn nhớ rằng

chính sự không thể thiếu đó là thứ duy nhất chống lưng cho bạn, giúp bạn thành công khi yêu cầu ông ấy tăng lương hoặc thăng chức cho mình.

Trước khi quyết định thay đổi người chủ, cũng hãy xem xét và đánh giá lại người chủ của bạn cũng như công việc kinh doanh của ông ta. Hãy xem liệu họ có thể cho bạn một tương lai xứng đáng với khả năng của bạn hay không.

Nếu phân tích và phát hiện ra rằng có một cơ hội xứng đáng ở đó, hãy khai thác ngay cơ hội ấy. Bạn đã bước một chân vào cánh cửa dẫn đến tương lai lâu dài của mình. Hoặc bạn có được sự tin cậy của ông chủ, hoặc bạn không thuộc về nơi đó. Tận dụng cơ hội này để biến bản thân trở thành người không thể thiếu và sẽ rất nhanh thôi, quy luật hoàn trả tăng dần sẽ mang phần thưởng về cho bạn.

Mỗi người nông dân giỏi đều hiểu và tận dụng quy tắc trên để mang lại hiệu quả tối đa cho công việc của mình. Người nông dân đó thực hiện theo các bước như sau:

Thứ nhất: Chọn một khu đất phù hợp với loại cây mà anh ta định trồng.

Thứ hai: Cày bừa và bón phân cho khu đất để tạo điều kiện tốt nhất cho cây phát triển.

Thứ ba: Anh ta gieo những hạt giống đã được chọn lựa kỹ càng bởi anh biết rằng hạt giống kém chất lượng không thể mang lại một vụ mùa bội thu.

Thứ tư: Anh ta cho mẹ thiên nhiên cơ hội đền bù cho sức lao động của mình, trong một khoảng thời gian thích hợp. Anh ta không thể gieo hạt hôm nay và thu hoạch mùa màng ngay hôm sau được.

Sau khi tiến hành cả bốn bước trên, người nông dân biết rằng anh ta sẽ gặt hái được lợi nhuận từ quy luật hoàn trả tăng dần khi vụ thu hoạch tới và anh sẽ lấy lại từ công sức lao động của mình không chỉ

bằng số hạt giống mà anh đã gieo xuống đất mà với số lượng lớn hơn nhiều.

Việc tiếp thị dịch vụ cá nhân cũng áp dụng cùng một nguyên tắc đó. Chọn lựa đất đai kỹ càng để gieo hạt cũng giống như việc lựa chọn một ông chủ

thông minh và thành công. Sau đó, cày cấy "mảnh đất" ấy dưới sự dẫn dắt của tính hòa hợp và tinh thần hợp tác. Gieo vào đất những hạt giống dịch vụ tốt nhất và chắc rằng đã gieo được thật nhiều loại hạt giống đó, bởi không phải tất cả hạt giống đều sẽ nảy mầm và phát triển. Đừng mong đợi gặt hái hay thu hoạch điều gì trước khi bạn gieo hạt. Sau khi hạt giống được gieo, đừng trở thành một người thiếu kiên nhẫn, bởi bạn sẽ không thể thu hoạch được phần thưởng trong ngày một ngày hai. Hãy cho hạt giống ấy có thời gian nảy mầm và phát triển. Trong lúc đó, bạn đang biến bản thân trở

thành cái "không thể thiếu" với ông chủ của mình và cũng dần đảm bảo

được một công việc dài lâu.

Nếu sau khi bạn đã làm được những gì cần làm nhưng người chủ của bạn vẫn không cho thấy rằng ông ta đánh giá đúng được năng lực của bạn thì bạn cũng đừng dừng lại việc gieo hạt dịch vụ, về cả chất lượng lẫn số lượng.

Hãy đảm bảo những hạt giống luôn được gieo xuống bởi chúng sẽ cung cấp cho bạn những bằng chứng về năng lực của bạn trong việc mang lại những dịch vụ hữu ích và đáng mong muốn, trong trường hợp bạn thấy cần thiết để tìm một chỗ làm mới.

Thói quen thay đổi công việc thường xuyên sẽ khiến bạn chịu nhiều bất lợi từ quy luật hoàn trả giảm dần, bởi không nhà tuyển dụng nào cho phép một kẻ bay nhảy trở thành một phần trong công việc kinh doanh của họ. Đây là điều cần cân nhắc thật nhiều trước khi bạn quyết định chuyển sang một công việc mới.

Không ai có thể chắc chắn về thành công của mình nếu không áp dụng nguyên tắc bỏ ra trước khi nhận lại, bất kể nghề nghiệp của anh ta là gì.

Tâm quan trọng của nguyên tắc này ngày nay dường như trở nên cần thiết gấp bội bởi xu hướng đang thịnh hành trên khắp thế giới hiện nay là tìm kiếm những vụ mùa bội thu mà không phải gieo trồng hạt giống của sự

cống hiến. Cuộc Đại khủng hoảng kinh tế năm 1929 là minh chứng ấn tượng nhất cho sự tồn tại của định luật hoàn trả giảm dần. Con người trở nên thèm khát tiền bạc và cố gắng có nhiều tiền mà không bỏ ra công sức dựa vào quy luật cơ hội. Quy luật này lại rất xảo quyệt. Nó cho phép bạn kiếm

chác được vừa đủ để dụ dỗ bạn vào một sự hủy diệt tuyệt đối.

Trong thời kỳ cấm rượu(36), tôi ghé thăm một thị trấn nhỏ ở Mexico, tọa lạc ngay bên kia biên giới thuộc phía nam California. Tôi chứng kiến quang cảnh của 40.000 người, cả nam lẫn nữ, vượt qua biên giới chỉ để vào các quán rượu và sòng bạc của nước láng giềng. Ngoại trừ thời kỳ Đại khủng hoảng, tôi chưa từng chứng kiến hình ảnh một số lượng lớn người như vậy thiếu sự hiểu biết về tính phù phiếm và may rủi của trò chơi đánh bạc. Điều này làm tôi tò mò và quyết định điều tra xem liệu Nữ thần May mắn có ban phước cho 40.000 con người này hay không?

*(36) Diễn ra từ năm 1920-1933. Một lệnh cấm được ban hành trên toàn quốc nghiêm cấm sản xuất, buôn bán, vận chuyển hay xuất nhập khẩu các loại đồ*

*uống có cồn. Lệnh cấm này khiến phong trào rượu lậu phát triển ở khắp nơi. Thế*

*nên, thời kỳ này còn được gọi là Thời rượu lậu.*



Theo như những số liệu ước tính của chính quyền, có chưa đến 300 người trong tổng số 40.000 người có thể thắng bạc và mang tiền về nhà. Những quan chức còn ước tính rằng chủ các quán rượu và sòng bạc có thể kiếm được trung bình 10 đô la từ mỗi con bạc, tức 400.000 đô la từ 40.000 con bạc chỉ trong một ngày chủ nhật. Họ còn dự đoán rằng trong 300 người may mắn thắng bạc, không ai mang về được trung bình quá 20 đô la mỗi người, tức 6.000 đô la với tổng 300 người. Hãy so sánh hai con số này và bạn sẽ thấy được tỷ lệ phần trăm cơ hội thành công khi một người cố gắng kiếm tiền mà không chịu bỏ công sức làm việc.

Những người chỉ muốn nhận trước khi cho đi, cũng như những người cố

gắng đòi hỏi lợi ích trước khi cống hiến sức mình không khác gì những con bạc chìm đắm vào trò may rủi kia. Những người mong muốn gặt hái được thành quả khi không chịu làm việc thường cho rằng họ đủ thông minh để

chiến thắng số phận. Nhưng điều này là bất khả thi. Cuộc khủng hoảng kinh tế đã chứng minh cho chúng ta thấy rằng rất nhiều người vấp ngã và bị

nghiền nát trong vòng xoáy cuộc đời cũng chỉ vì niềm tin sai lệch này.

Một vài người có khả năng lừa đảo mà không bị người khác phát hiện.

Nhưng không ai có thể lừa dối lương tâm của mình. Chính lương tâm họ sẽ

luôn quan sát và ghi lại những suy nghĩ và hành vi sai trái này. Từ đây, tính cách của họ sẽ bị định hình bởi những hành động tội lỗi mà họ đã gây nên đối với người khác.

Lương tâm trong sạch là một tài sản không gì sánh được của bất kỳ ai.

Việc người bán hàng được coi là Bậc thầy dựa trên niềm tin tuyệt đối của anh ta đối với hàng hóa của mình, bất kể hàng hóa anh ta cung cấp là gì.

Hãy ghi nhớ điều này khi bạn thương lượng về giá trị công sức lao động của bạn.

E. M. Statler trở thành nhà kinh doanh khách sạn thành công nhất trên thế

giới vì ông luôn mang đến cho khách hàng sự phục vụ nhiều hơn và chất lượng hơn so với những gì họ yêu cầu.

## ***Chương 15***

### **MỘT TÍNH CÁCH TÍCH CỰC**

Một trong những trách nhiệm quan trọng mà bạn phải đảm đương, bất kể

nghề nghiệp của bạn là gì, là có thể dàn xếp việc quảng bá bản thân với sự

giảm thiểu tối đa những xích mích, xung đột giữa bạn với người khác. Đàm phán, dàn xếp mà không có va chạm, xung đột là một khả năng hiếm có. Đó là phẩm chất cần có trong việc tiếp thị hiệu quả dịch vụ cá nhân.

Tính cách tích cực là một tài sản mà không có nó, bạn sẽ rất khó quảng bá được bản thân cũng như giữ vững vị trí, thương hiệu của mình. Andrew Carnegie coi phẩm chất này là điều kiện tiên quyết trong danh sách những phẩm chất cần có để thành công và ông còn cho rằng tính cách đó có thể

thay thế cho trí tuệ con người. Có lẽ Carnegie không thật sự ngụ ý theo nghĩa đen của câu nói ấy, ông chỉ muốn nhấn mạnh với chúng ta về tầm quan trọng của một tính cách tích cực trong việc quảng bá bản thân.

Nhưng trước hết, chúng ta hãy xem qua định nghĩa về một tính cách tích cực:

Một người có tính cách tích cực sẽ có cả sự linh hoạt, khả năng thích nghi để có thể nhanh chóng hòa hợp với bất cứ môi trường nào và một sức hút cần thiết để chiếm ưu thế trong mọi hoàn cảnh nhờ sự hấp dẫn của mình.

Một tính cách tích cực là tổng hòa của những phẩm chất tích cực, trong đó quan trọng hơn cả là:

1. Khả năng trình bày tốt. Một người trình bày giỏi là người có thể hiểu và áp dụng nghệ thuật làm công chúng hài lòng. Anh ta lôi cuốn mọi người bằng chính trí tưởng tượng của họ và làm họ cảm thấy hiếu kỳ, thích thú.

Một người có khả năng trình bày tốt có thể nhanh chóng nhận ra và tận dụng những thành kiến, xu hướng hay những điều người khác yêu ghét, tại thời điểm tâm lý thích hợp.

2. Hòa hợp với cái tôi của chính mình. Không ai có thể có được một tính cách tốt đẹp nếu như trước tiên không xây dựng được sự hòa hợp và tự kiểm soát trong chính tâm trí của họ.

3. Mục tiêu rõ ràng. Một người hay do dự, sống không có kế hoạch hay mục tiêu rõ ràng thì không thể nào làm người khác vui lòng. Để có một tính cách tích cực, ít nhất chúng ta phải xác định mục tiêu phát triển những mối quan hệ hòa hợp với người khác và xây dựng mục đích chính cần tập trung như

một công việc lâu dài.

4. Trang phục phù hợp. Một người có tính cách tích cực sẽ biết cách ăn mặc không chỉ phù hợp với bản thân mà còn phù hợp với nghề nghiệp của anh ta. Ấn tượng ban đầu bao giờ cũng khó quên. Trang phục không phù hợp có thể tạo nên định kiến khó có thể thay đổi. Quần áo không làm nên con người, nhưng chúng sẽ cho bạn một

khởi đầu có lợi nếu bạn biết cách lựa chọn trang phục đúng đắn, phù hợp.

5. Điệu bộ và cử chỉ của cơ thể. Không cần là một chuyên gia phân tích tính cách, bạn cũng có thể nhận xét người khác qua cách họ đi đứng cũng như

dáng điệu, cử chỉ của họ. Sự nhanh nhẹn, linh động trong tư thế và dáng điệu sẽ là dấu hiệu của một trí tuệ sáng suốt và khả năng nhận thức sắc sảo.

6. Giọng nói. Tông giọng, âm lượng, cao độ và cảm xúc của giọng nói là một trong những nhân tố quan trọng của một tính cách tích cực. Một giọng nói gay gắt không bao giờ tạo ra được cảm giác vui vẻ mà thường khiến người nghe cảm thấy khó chịu.

7. Tính chân thành của mục đích. Có lẽ tôi không cần giải thích nhiều về

phẩm chất này. Không có nó, không ai có thể giành lấy lòng tin từ người khác.

8. Lựa chọn ngôn ngữ. Một người có tính cách tích cực biết cách sử dụng ngôn ngữ phù hợp với nghề nghiệp của mình; ngoài ra, anh ta còn tránh sử

dụng tiếng lóng và những lời bóng bẩy.

9. Thần thái. Thần thái phụ thuộc vào sự tự tin và khả năng tự kiểm soát.

Người nào thiếu phẩm chất này sẽ khiến người khác cảm thấy không thoải mái.

10. HÀi hước một cách tinh tế. Có lẽ không đức tính nào cần thiết hơn sự hài hước. Thiếu sự hài hước, cuộc sống sẽ là một chuỗi những bấp bênh và khó khăn.

11. Không ích kỷ. Tính ích kỷ và tính cách tích cực không bao giờ đi chung với nhau. Không ai muốn dính líu tới một kẻ ích kỷ chỉ quan tâm đến bản thân mình.

12. Biểu cảm gương mặt. Biểu cảm gương mặt là một gợi ý cho chúng ta biết phần nào về tâm trạng và suy nghĩ của người đối diện. Nó là một phong vũ

biểu(37) phân tích tính cách để đánh giá chính xác tâm trí một người.

*(37) Barometer là dụng cụ đo gió và áp suất không khí để dự báo thời tiết. Trong kinh tế, nó là những chỉ số kinh tế thị trường, thể hiện và dự báo cho những trào lưu, xu hướng về kinh tế trong tương lai.*

13. Suy nghĩ tích cực. Suy nghĩ tiêu cực và tính cách tích cực không thể là bạn đồng hành được, bởi những rung động trong suy nghĩ của chúng ta có thể dễ dàng bị người khác bắt lấy. Do đó, hãy chắc rằng bạn chỉ biểu hiện những suy nghĩ mang lại niềm vui và sự dễ chịu với người khác.

14. Lòng nhiệt tình. Những ai thiếu lòng nhiệt tình sẽ không thể khuấy động mọi người. Sự nhiệt tình là một nhân tố quan trọng trong khả năng bán hàng cũng như trong việc quảng bá bản thân.

15. Một cơ thể khỏe mạnh. Một người có sức khỏe kém không thể thu hút người khác đến với mình. Hơn nữa, không ai có thể nhiệt tình được nếu thiếu sức khỏe và tinh thần thoải mái.

16. Trí tưởng tượng. Khả năng tưởng tượng là một trong những nhân tố

quan trọng nhất cấu thành nên tính cách tích cực. Người nào không có phẩm chất này sẽ bị xem là ngờ ngẩn và chậm chạp.

17. Tài xử trí. Cho dù có nhiều cơ hội đến với mình, nhưng nếu bạn không có tài xử trí thì cũng không thể biến cơ hội trở thành thành

công được.

Chúng ta có thể nhận biết một người thiếu tài xử trí thông qua cách họ giao tiếp cũng như ứng xử thông thường như ăn nói lung củng và thiếu thuyết phục.

18. Hiểu biết rộng. Chúng ta nên tìm hiểu những vấn đề quan trọng thu hút sự quan tâm của dư luận. Ngoài ra, sự am hiểu về những vấn đề của cuộc sống và dân sinh cũng là một nhân tố hình thành nên tính cách tích cực.

19. Nghệ thuật lắng nghe. Hãy tự rèn luyện cho bản thân cách lắng nghe chăm chú khi người khác nói và không cố gắng chen ngang hay ngắt lời người khác trong cuộc đối thoại. Hãy để cho đôi tai của bạn phát huy tác dụng và rồi cái lưỡi của bạn sẽ biết phải làm gì.

20. Khả năng nói chuyện thuyết phục. Không một nhân tố nào của tính cách tích cực quan trọng hơn khả năng này. Lời nói thuyết phục là một trong những tài sản đáng giá nhất của người bán hàng. Không có nó, người bán hàng sẽ thất bại thậm chí trước cả khi bắt đầu. Bạn có thể trau dồi nghệ

thuật này nhờ luyện tập. Và đây là gợi ý cho một cuộc nói chuyện thú vị: Hãy nói những gì đáng nghe và hãy nói với tất cả lòng nhiệt tình mà bản thân có.

21. Sức hấp dẫn cá nhân. Đây là yếu tố duy nhất mà chúng ta không thể có được bằng rèn luyện và đào tạo. Nó là một phẩm chất bẩm sinh, được trời phú. Hầu hết mọi người đều có phẩm chất này nhưng không phải ai cũng biết cách kiểm soát nó. Nó là thứ tài sản giá trị mà mỗi chuyên gia bán hàng và những nhà lãnh đạo kiệt xuất đều tận dụng trong mỗi bước đi cuộc sống.

Những điều này có thể đã hiện ra như một danh sách khá kinh khủng về

những phẩm chất mà một người cần sở hữu để có một tính cách tích cực.

Nhưng có một sự thật có thể động viên bạn, đó là hầu hết những phẩm chất này đều có thể có được thông qua luyện tập cộng với một quyết tâm tuyệt đối muốn sở hữu chúng.

Để chuẩn bị tốt cho việc quảng bá bản thân, các bạn nên xem xét danh sách này một cách cẩn thận. Hãy kiểm tra xem bạn đang thiếu phẩm chất nào, và sau đó bù đắp những thiếu sót ngay lập tức. Đa số các bạn đều mong muốn bản thân mình được quảng bá một cách hiệu quả, nhưng các bạn không thể mong đợi công sức của mình mang lại lợi ích nhiều hơn giá trị

thực của nó. Thay vào đó, hãy làm chúng giá trị hơn. Bạn có thể làm điều đó bằng cách xây dựng lại tính cách của mình và hãy bắt đầu từ việc hoàn thiện danh sách ở trên.

**Ảnh hưởng của tính cách lên bầu không khí xung quanh** Mỗi người luôn mang trong mình cái gọi là "bầu không khí cá nhân". Bầu không khí này thật ra là tổng hòa phản chiếu của những nhân tố cấu thành nên một tính cách tích cực, cộng với bất kỳ nhân tố của tính cách tiêu cực mà cá nhân đó sở hữu.

Bầu không khí này là một thứ lây truyền.

Mỗi doanh nghiệp, mỗi nơi chốn cũng có một bầu không khí riêng, là sự kết hợp của những tính cách của mọi nhân viên làm việc trong đó. Một người có bản tính tích cực một cách vượt trội có thể tác động được đến bầu không

khí làm việc xung quanh anh ta và khiến cả bầu không khí chung cũng trở

nên vui vẻ. Ngược lại, một người có bản tính tiêu cực có thể khiến cho mọi người cảm thấy không thoải mái.

Emerson từng nói rằng: “Mỗi doanh nghiệp là cái bóng được mở rộng của một cá nhân”.

Hãy nhớ rằng, tính cách của bạn góp phần tạo nên bầu không khí nơi bạn sinh sống và làm việc. Mọi người có thể cảm nhận được một bầu không khí đầy vui tươi và lôi cuốn khi bước vào cửa hàng Marshal Field ở thành phố

Chicago hoặc cửa hàng John Wanamaker ở Philadelphia là nhờ tính cách và tâm trạng của những cá nhân làm việc trong những cửa hàng ấy. Mỗi ngôi nhà đều mang một bầu không khí nhất định và chúng ta có thể biết được liệu trong ngôi nhà ấy, các thành viên có hòa hợp hoặc xích mích hay không.

Tuy không thể sờ thấy được, nhưng bầu không khí tích cực và vui tươi toát ra từ nơi làm việc là một trong những tài sản giá trị nhất mà công ty sở hữu được. Một bầu không khí như vậy chỉ có thể được tạo ra từ sự kết hợp những tính cách tích cực của từng cá nhân làm việc trong công ty đó. Người nào mang theo sự cáu gắt đến nơi làm việc sẽ gây hại đến những người đồng nghiệp khác, cũng như đến công việc kinh doanh của công ty.

Hậu quả này cũng nghiêm trọng như khi có ai đó bỏ thuốc độc vào trong nguồn nước uống của mọi người. Những người chủ lao động nào hiểu được nguyên tắc này sẽ chỉ cho phép những ai có tính cách tích cực làm việc trong

công ty của họ.

**Những nhân tố chính tạo nên một tính cách tiêu cực** Giờ sẽ đến phần xem xét những phẩm chất cấu thành nên một tính cách tiêu cực. Hãy phân tích và kiểm tra bản thân một cách kỹ lưỡng để chắc rằng bạn không vô tình mang trong mình bầu không khí khiến người khác chán ghét mình. Dưới đây là những yếu tố tạo ra một tính cách tiêu cực: 1. Không trung thành. Không gì có thể thay thế được lòng trung thành!



Người không có lòng trung thành chỉ là một kẻ nghèo nàn, bất kể anh ta sở

hữu được mọi phẩm chất khác cũng như có được bao nhiêu vật chất.

Những người như vậy sẽ không thể thương mại hóa dịch vụ của mình được, bởi thị trường mà anh ta cung cấp dịch vụ sẽ nhanh chóng tống tiễn anh ta ngay khi anh ta bộc lộ bản tính đó .

2. Thiếu trung thực. Trung thực là đức tính không gì có thể thay thế được.

Đức tính này giữ vai trò quyết định cho mọi tính cách. Không có tính trung thực, không ai quảng bá bản thân thành công.

3. Tham lam. Không ai thích một kẻ tham lam. Tham lam là một bản tính không thể được che đậy mãi. Nó sẽ nhanh chóng được bộc lộ và mọi người sẽ nhận ra và xa lánh.

4. Đố kỵ và ghen ghét. Đây là những phẩm chất khiến con người không thể

xây dựng được tính cách tích cực. Những gì giống nhau sẽ hút nhau. Những

người hay ghen ghét người khác cũng sẽ bị người khác ghen ghét, bất kể họ

cố gắng che giấu sự khó chịu của mình như thế nào.

5. Ghen tuông. Đây là một dạng tâm thần nhẹ. Khi ai đó có phẩm chất này, anh ta không thể phát triển một tính cách tích cực được.

6. Giận dữ. Cho dù chủ động hay bị động, giận dữ sẽ khiến người khác không hài lòng, chống đối, thậm chí ghét bỏ bạn.

7. Sợ hãi. Đặc điểm này khiến mọi người khó chịu và không bao giờ hấp dẫn được người khác. Có tất cả sáu nỗi sợ căn bản mà mỗi

chúng ta đều phải đề

phòng. Đó là những trạng thái tiêu cực cần phải loại bỏ trước khi phát triển một tính cách tích cực.

8. Thù hằn. Một người có thói hay thù hằn sẽ luôn khiến người khác cảm thấy khó chịu và không hài lòng.

9. Vạch lá tìm sâu. Bất cứ ai có thói quen tìm kiếm lỗi lầm của người khác sẽ

không thể nào trở thành người tích cực được. Những người như vậy tốt hơn nên tự tìm kiếm lỗi lầm và thiếu sót của chính bản thân mình.

10. Buôn chuyện thị phi. Câu tục ngữ “Cái miệng hại cái thân” là hoàn toàn đúng. Người ta có thể sẽ lắng nghe khi bạn buôn chuyện thị phi vì họ không thể tránh điều đó nhưng họ không thích kiểu người như vậy.

11. Nhiệt tình thái quá. Một người nhiệt tình thái quá cũng gây hại không kém một người không có lòng nhiệt tình. Nhiệt tình có định hướng và được

kiểm soát sẽ có hiệu quả hơn nhiều so với một lòng nhiệt tình được biểu hiện lộ liễu. Không ai muốn tiếp cận một người nói quá nhiều mà chẳng làm gì hết.

12. Thoái thác, quanh co. Người không thật thà không được chào đón ở bất cứ gia đình hay môi trường làm việc nào. Một vài người có thói quen nói quanh co để lừa dối hoặc lảng tránh sự thật. Thói quen đó sẽ phá vỡ lòng tin và tạo ra mâu thuẫn, xung đột.

13. Trốn tránh trách nhiệm. Một người chỉ biết đưa ra cớ này cớ nọ để trốn tránh trách nhiệm sẽ luôn bị người khác ghét bỏ. Thà nhận trách nhiệm đối với những lỗi lầm mình không mắc phải còn hơn là cố gắng đùn đẩy trách nhiệm sang cho người khác.

14. Phóng đại. Nói giảm một sự thật sẽ tốt hơn là phóng đại nó lên. Một người có thói quen phóng đại sự việc nhất định sẽ làm mất lòng tin nơi người khác.

15. Tự cao tự đại. Tính tự cao tự đại là một trong những phẩm chất gây nhiều hậu quả nhất. Tự tin là một trong những phẩm chất cần thiết và đáng mong ước nhất, nhưng nó cần phải được kiểm soát và điều khiển một cách đúng đắn để đi đến những mục tiêu xác định, bằng cách không gây oán thù với mọi người xung quanh. Tất cả những hình thức tự tôn thường dễ dàng bị

nhìn nhận như là bằng chứng của tự ti mặc cảm. Vì thế, phương châm của mọi người nên là: "hành động thay vì lời nói".

16. Tính ngoan cố. Người nào luôn ngoan cố, bướng bỉnh và tự làm theo ý

mình sẽ không được người khác yêu mến và kính trọng. Một mức độ kiên định nào đó và khả năng bảo vệ quan điểm của mình dĩ nhiên là cần thiết nhưng không nên để chúng trở thành một chính sách đánh đồng.

17. Tính ích kỷ. Không ai ưa thích một kẻ ích kỷ. Phẩm chất này chỉ tạo nên sự chống đối từ những người khác.

Đây không phải là toàn bộ những phẩm chất tiêu cực của một tính cách, nhưng nhìn chung, những phẩm chất này gây ra nhiều bất lợi nhất. Đầu đó trong danh sách này, có lẽ bạn đã phát hiện ra nguyên nhân khiến một số

người chống đối mình.

Bạn không thể nào có được một tính cách tích cực nếu không loại trừ tất cả

những phẩm chất này ra khỏi bản thân. Hãy cứ tàn nhẫn với bản thân khi xem xét những phẩm chất trên, vì khi phát hiện ra kẻ thù thì

chúng ta đã chiến thắng một nửa rồi.

Để kết thúc chương này, tôi xin nhấn mạnh hai vấn đề quan trọng dưới đây: 1. Một tính cách tích cực sẽ giúp chúng ta quảng bá bản thân thành công.

2. Tính cách đó cũng sẽ giúp hình ảnh đã được quảng bá của bạn giữ được vị trí lâu bền.

## ***Chương 16***

### **TINH THẦN HỢP TÁC**

Tinh thần hợp tác là một phẩm chất quan trọng mà bất cứ ai cũng cần phải có để có thể quảng bá bản thân hiệu quả.

Muốn trở thành một phần không thể thiếu đối với công ty, bạn phải biến phẩm chất này thành thói quen trong cuộc sống.

Andrew Carnegie từng nói rằng, thiếu tinh thần hợp tác là nguyên nhân đứng đầu trong danh sách những nguyên nhân thất bại trong cuộc sống.

Hơn nữa, ông còn nhấn mạnh rằng thiếu tinh thần hợp tác là một trong những khuyết điểm không thể tha thứ, bất kể anh ta được trang bị tốt những đức tính và phẩm chất khác như thế nào đi nữa. Ông còn nhấn mạnh rằng người nào không có khả năng hợp tác với người khác hoặc không thể

có được sự hợp tác của người khác, thì sẽ chỉ là những nhân tố gây rắc rối, gây ra ảnh hưởng tràn lan bởi những hậu quả tồi tệ. Ngược lại, người nào không chỉ hợp tác tốt với những người khác mà còn có khả năng thu hút người khác hợp tác với mình sẽ tạo ra một đội ngũ làm việc hiệu quả.

Ông ta hẳn từng có kinh nghiệm khiến sự hợp tác phải chi trả cho mình.

Bằng một chuỗi thử nghiệm được tiến hành bởi Tiến sĩ Alexander Graham Bell và những đồng sự, kết quả rút ra cho thấy rằng chỉ một kẻ "vạch lá tìm sâu" tồn tại trong tổ chức có 1.000 người cũng có thể bóp méo thái độ tinh thần của mọi người xung quanh anh ta, từ đó gây nên xung đột và mâu

thuẫn.

Thành công đạt được nhờ sức mạnh!

Sức mạnh được tạo ra từ những kiến thức được tổ chức và hướng dẫn một cách thông minh. Việc sử dụng kiến thức một cách khôn khéo sẽ kêu gọi được sự hợp tác. Những người không chịu hiểu và áp dụng tinh thần hợp tác trong công việc sẽ chỉ nhận lấy thất bại và cô độc.

Những tập đoàn lớn trên thế giới đều hiểu rằng tinh thần hợp tác giữa lãnh đạo và nhân viên trong công ty là tài sản quý giá nhất. Việc thiếu hợp tác chặt chẽ sẽ đặt doanh nghiệp vào thế chịu sự lộng quyền của thói lao động gian trá.

Không sớm thì muộn, mỗi doanh nghiệp hoạt động hiệu quả sẽ phát triển một hệ thống giúp phát hiện sự thiếu hợp tác giữa các nhân viên. Trong công nghiệp và kinh doanh, sự mâu thuẫn giữa nội bộ nhân viên là một trong những điều tồi tệ nhất. Những doanh nghiệp hoạt động hiệu quả

trong tương lai sẽ dựa vào một đội ngũ nhân viên có tinh thần đồng đội và lòng tự hào, điều mà những nhà quản lý doanh nghiệp trong quá khứ đã không yêu cầu ở nhân viên của mình. Hơn nữa, nỗ lực hợp tác phải thể hiện cả trong tinh thần cũng như trong hành động thực tiễn. Điều này vô cùng quan trọng, vì thế các bạn hãy ghi nhớ nó thật kỹ.

Tôi đang nhấn mạnh rõ ràng những thực tế này vì tôi tin rằng không ai có thể quảng bá bản thân hiệu quả trong tương lai nếu không hiểu

rõ và áp dụng nguyên tắc hợp tác cùng phát triển. Hãy khắc sâu vào bạn hai chữ hòa

hợp.

Vị trí của bạn chính là cơ hội để bạn bộc lộ hết những khả năng bạn có. Bạn sẽ nhận lại đúng với những gì bạn bỏ ra – không hơn không kém.

Một vị trí “lớn” chẳng khác nào là tổng của nhiều vị trí nhỏ khác nhau đã được hoàn thiện.

## ***Chương 17***

### **LỰA CHỌN NGHỀ NGHIỆP**

Đã có những chỉ dẫn được đưa ra cho những ai muốn lựa chọn công việc một cách thông minh. Tuy nhiên, những chỉ dẫn đó không đủ cho những bạn trẻ vừa mới ra trường và chưa từng nắm giữ bất cứ vị trí hay chọn một ngành nghề nào.

Quyết định lựa chọn nghề nghiệp cả đời là một trong hai quyết định quan trọng nhất mà những người trẻ cần phải đưa ra. Quyết định còn lại chính là việc lựa chọn người bạn đời của mình.

Cả hai quyết định này sẽ xác định liệu cuộc đời bạn có được hạnh phúc mỹ

mãn không, hay sẽ lâm vào cảnh nghèo đói, bất hạnh.

Những người trẻ thiếu kinh nghiệm sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong việc chọn một ngành nghề tương lai cho mình. Nếu tôi quyết định lựa chọn nghề

nghe nghiệp ngay lúc vừa tốt nghiệp trung học, có lẽ tôi đã trở thành một nhân viên trực điện báo vì đó là công việc duy nhất mà tôi có thể nghĩ ra vào thời điểm đó.

Nhưng may mắn thay, tôi có một người bạn cũ theo học trường kinh doanh về nhà nghỉ ngơi dịp Giáng sinh, và trước khi quay trở lại trường học, cậu ta đã đem đến cho tôi ý tưởng đi cùng cậu. Quyết định tham gia lớp học kinh doanh có lẽ là một trong những quyết định quan trọng nhất của đời tôi. Đầu tiên, việc học tập về kinh doanh giúp tôi kiếm được một số tiền nhất định.

Thứ hai, nó giúp tôi tạo được mối liên hệ thân thiết với vài doanh nhân và nhà lãnh đạo xuất chúng nhất đất nước này.

Với cương vị là một thư ký, tôi đã học hỏi nhiều điều từ chính người chủ của mình. Và tôi phải thừa nhận rằng thời gian học tập này còn đáng quý hơn bất cứ khoảng thời gian đi học nào khác trong đời tôi. Tôi nghĩ mỗi người trẻ, cả nam lẫn nữ, đều nên tham gia một khóa học kinh doanh và cố gắng có được một số kinh nghiệm thực tế về kinh doanh trước khi lựa chọn nghề

ng nghiệp cho mình. Những khóa học như vậy sẽ cho chúng ta cơ hội để cân nhắc mọi khả năng trong nhiều lĩnh vực kinh doanh khác nhau và sau đó đưa ra chọn lựa nghề nghiệp phù hợp, dựa vào những kiến thức thực tế về

chi tiết của các công việc khác nhau.

Khóa học kinh doanh như thế không những cho tôi cơ hội được học hỏi từ

những người tài giỏi nhất nước Mỹ mà còn là nguồn bảo đảm thực sự trước mọi thảm họa có thể xảy ra trong rất nhiều sự kiện của suốt 25 năm nỗ lực khi tôi nhận thấy cần phải dừng việc nghiên cứu và bắt đầu kiếm tiền. Chưa lần nào tôi không thể dùng kiến thức học được từ trường kinh doanh ấy để

kiếm được nhiều hơn mức vừa đủ cho những trang trải cuộc sống.

Mỗi người trẻ hiện nay đều cần có khả năng:

1) Sử dụng thành thạo máy đánh chữ.

2) Viết tốc ký.

3) Quản lý sổ sách kế toán chính xác trước khi lựa chọn nghề nghiệp.

Nắm được những tri thức này vô cùng quan trọng nếu muốn đạt được thành công trong bất kỳ ngành nghề nào.

Một khóa đào tạo của trường kinh doanh là vô cùng cần thiết cho những ai tha thiết với chức danh ủy viên quản trị trong lĩnh vực kinh doanh hiện nay, bởi lẽ họ phải có được những kinh nghiệm mà chỉ những trường chuyên về

kinh doanh mới có thể cung cấp cho họ.

Chương này chủ yếu dành cho những bạn trẻ chưa chọn được một công việc lâu dài cho mình. Nếu bạn nằm trong trường hợp ấy, hãy cứ hoãn lại quyết định chọn nghề nghiệp và đăng ký tham gia một khóa học kinh doanh, sau đó áp dụng những kiến thức này và làm việc trong khoảng hai năm nữa.

Đến lúc đó, quyết định lựa chọn sự nghiệp của bạn sẽ sáng suốt hơn vì bạn đã có cơ hội học tập từ những người thành công.

Không có cách nào để có thể xác định giá trị thực sự của khóa đào tạo mà tôi đã theo học tại trường kinh doanh, thứ nhất, bởi tôi vẫn đang trong thời kỳ đẹp nhất của cuộc đời và trước mắt tôi là cái mà tôi coi như phần tốt nhất trong sự nghiệp của mình, và thứ hai, thông qua khóa học kinh doanh này tôi đã tìm thấy được nghề nghiệp mà tôi yêu thích nhất.

Hạnh phúc và mãn nguyện không thể đo lường chỉ bằng con số trong tài khoản ngân hàng. Tuy nhiên, nếu buộc phải quy ra một giá trị bằng tiền cho khóa đào tạo kinh doanh mà tôi đã học khi ấy, tôi sẽ ước đoán nó không dưới một triệu đô la, trong khi học phí khóa học chỉ có 500 đô la một năm.



Sự đầu tư này mang lại cho tôi nhiều hơn những gì mong đợi.

Chắc chắn một số độc giả muốn chuyển tiếp từ bậc phổ thông lên đại học với mục đích chuẩn bị cho một nghề nghiệp, nhưng tôi khuyên các bạn hãy tham gia một khóa học tại trường kinh doanh trước. Ngày nay, cạnh tranh nghề nghiệp ngày càng khốc liệt. Chỉ những ai hiểu được nền tảng kinh doanh của mỗi nghề nghiệp mới có thể tồn tại. Nhiều người thất bại trong công việc chủ yếu vì họ không biết gì về nguyên tắc cơ bản của tổ chức kinh doanh. Thật ra, những kiến thức đó vô cùng thiết yếu.

Hơn nữa, những sinh viên tốt nghiệp từ trường kinh doanh có thể dễ dàng trang trải cuộc sống của họ khi vào đại học.

Người nào có khả năng sử dụng máy đánh chữ một cách thành thạo cũng như khả năng tốc ký nhanh nhẹn có thể kiếm được nhiều tiền hơn những người thiếu các loại kỹ năng này.

Nhiều phụ nữ trẻ thường bắt đầu nghĩ về việc kết hôn sau khi tốt nghiệp phổ thông. Trong khi hôn nhân là một mong muốn cao đẹp thì nó cũng mang theo trách nhiệm và tạo ra nhiều trường hợp khẩn cấp cần đến sự

khôn ngoan trong cả suy nghĩ và hành động. Người phụ nữ nào từng tham gia học trường kinh doanh cũng như đã từng có kinh nghiệm trong kinh doanh sẽ có khả năng đảm đương trách nhiệm gia đình tốt hơn so với những người không được đào tạo về kinh doanh.

Người phụ nữ lập gia đình đã qua đào tạo về kinh doanh không những có thể hợp tác với chồng trên tinh thần cảm thông và thấu hiểu liên quan đến việc kiếm tiền của chồng mà còn có thể quay lại làm việc kiếm tiền nếu cần

thiết. Do đó, khóa học kinh doanh có thể xem như một loại bảo hiểm giúp họ tránh tình trạng phụ thuộc.

Để kết thúc chương này, các bạn nên chú ý vào một nguyên tắc mà tôi tin nó có thể quyết định thành công hay thất bại của một người trong bất cứ

ngành nghiệp nào. Nguyên tắc mà tôi đang nhắc đến đơn giản đến mức khiến nhiều người đánh giá thấp nó, đặc biệt là những người trẻ thiếu kinh nghiệm trong kinh doanh.

Nguyên tắc này được mô tả như là “niềm tin và sự nhẫn nại để chấp nhận thất bại như là một kinh nghiệm, từ đó chúng ta học được những bài học quý giá”. Hầu hết mọi người thường từ bỏ khát vọng của mình ngay khi gặp phải những khó khăn nghiêm trọng.

Cuộc sống này vốn đầy rẫy những trở ngại mà chúng ta buộc phải vượt qua.

Chỉ những ai có sức bền và tinh thần sẵn sàng chiến đấu mới có thể giành chiến thắng. Đừng mong đợi rằng bạn sẽ là một người may mắn không bao giờ gặp phải sự chống đối thật sự từ người khác, bởi không ai là ngoại lệ với nguyên tắc chung này.

Hãy chấp nhận cả những điều đắng cay và ngọt ngào của cuộc sống, bởi một cuộc sống vẹn toàn đòi hỏi cả hai điều này. Thành công không trải qua bất kỳ thất bại nào sẽ dẫn đến nhàm chán và độc đoán.

Giờ thì, chúng ta hãy xem một cây viết nổi tiếng nói gì về điều này.

Ed Sullivan, cây viết chuyên mục nổi tiếng của tờ báo Hollywood, đã viết

đoạn kết của chương sách này. Ông đã viết lại từ vô số những cơ hội quan sát những điều có thể giúp con người thành công trong việc quảng bá bản thân. Những lời khuyên của ông có thể có giá trị lớn lao cho bất kỳ người trẻ

nào, những người mà trong một khoảnh khắc nào đó từng suy nghĩ có thể

bứt phá những cánh cổng ở Hollywood hoặc bất kỳ nơi nào khác mà không cần trả giá cho thành công.

Cách đây vài ngày, một vị giáo sư của Trường Boston đã hối thúc các sinh viên chuẩn bị tốt nghiệp hãy quên đi tham vọng của họ và chấp nhận trợ

cấp. Một thuyết trình viên lớp học của Trường Đại học New York cũng phát biểu nội dung tương tự. Và giờ đây, tôi, người đã chứng kiến nhiều cuộc đời hơn bất kỳ ai trong hai vị giáo sư kia, đã đi nhiều nơi, gặp nhiều kiểu người khác nhau, quan sát cuộc sống một cách sâu sắc hơn, vì thế hãy để tôi nói vài điều với các bạn, những người vừa mới tốt nghiệp phổ thông và đại học.

Trong tháng này, sẽ có 500.000 sinh viên từ các trường đại học của Mỹ tốt nghiệp. Vậy thì tỷ lệ 1 chọi 500.000 này có đe dọa bạn không? Tất nhiên là không. Năm mươi phần trăm trong tổng số đó sẽ tự khiến mình bị loại do tính lười biếng, thiếu tham vọng và từ chối đảm đương trách nhiệm, bởi vì tôi đã phát hiện ra rằng chỉ có một nửa thế giới theo đuổi sự thành công và một nửa còn lại thì không. Vì vậy, đối thủ của bạn chỉ còn một nửa. Bệnh tật, thái độ thất thường, rượu chè, cờ bạc sẽ rơi vào một nửa còn lại.

Tôi sẽ cho các bạn thấy một ví dụ điển hình cho nhận định trên.

Năm ngoái, 110 chú ngựa được lựa chọn tham gia cuộc đua ngựa truyền

thống của Kentucky. Những chú ngựa này được các huấn luyện viên đào tạo và chăm sóc tốt nhất có thể. Thế nhưng, trong số này chỉ có 10 con được tham gia cuộc đua. Điều này cũng giống như những gì đang diễn ra trong cuộc sống hàng ngày. Tỷ lệ chọi luôn giảm đi khi đến vạch xuất phát.

Vì thế, đừng lo lắng về những cuộc cạnh tranh và chống đối.

Nó sẽ ít hơn nhiều so với dự tính của bạn. Và cũng đừng lo nếu như các bạn chưa từng vào đại học bởi bạn đã tốt nghiệp phổ thông rồi. Gần đây, Trường Đại học Nam California đã trao bằng Thạc sĩ khoa học cho một chàng trai thậm chí còn chưa tốt nghiệp phổ thông: Walt Disney.

Cách đây không lâu, cả Disney và người anh trai Roy của mình còn không có đủ tiền để được ăn uống tử tế. Họ thường đi vào quán ăn và gọi một suất ăn với hai bộ dao, thìa và nĩa để ăn chung với nhau.

Với những gì đang diễn ra, có lẽ bạn nghĩ rằng những ngày này lạ lùng đến mức thể hệ hôm nay nên bớt đi những tấm huy chương vinh danh họ. Điều này không đúng. Những người đàn ông và phụ nữ thành công trong ngành công nghiệp điện ảnh hầu hết đều xuất thân từ những gia đình nghèo khó.

Trong bất cứ thời đại nào, người nghèo luôn gặp khó khăn.

Paul Muni là một cậu bé nghèo khổ. Sam Goldwyn là một người bán gắng tay. David O. Selznick là con trai của một ông bố bị phá sản. Gia đình của Louis B. Mayer đã từng có thời không có đủ tiền để mua thức ăn. Còn Disney từng bị những nhà kinh doanh quý quyết chế nhạo và chơi khăm.

Nếu bất kỳ ai trong họ từ bỏ tham vọng của mình, ngày nay các bạn sẽ

chẳng bao giờ nghe đến danh tiếng của họ. Họ có tham vọng và lòng dũng cảm. Họ vô cùng quyết tâm. Và không ai giúp họ vươn lên. Không ai tạo ra công ăn việc làm cho họ, hoặc bảo họ cố gắng giữ lấy công việc khi nó ổn định. Nói tóm lại, không ai chỉ cho họ biết phải làm gì và làm như thế nào.

Các bạn phải học được điều đó; các bạn phải tự mình thích nghi với mọi hoàn cảnh.

Nếu có theo dõi radio trong mấy năm gần đây, các bạn chắc hẳn có nghe về

hai trận đấu quyền anh kinh điển, một là trận đấu giữa Joe Louis và Max Baer và hai là trận đấu giữa Henry Armstrong và Barney Ross. Baer bỏ cuộc sau cú đánh hiểm hóc của Joe Louis. Baer phải quỳ một chân để nghỉ trong khi trọng tài tuyên bố anh ta thua cuộc. Trong trận đấu giữa Armstrong và Ross, Ross bị đánh một cú như trời giáng, nhưng quyết không để huấn luyện viên hay trọng tài dừng trận đấu.

Trong cuộc sống, các bạn có thể từ bỏ giống như Max Baer, hoặc các bạn có thể bắt chước theo Barney Ross. Các bạn có thể từ bỏ hay tiếp tục chiến đấu.

Tôi sẽ để các bạn tự quyết định lấy con đường của mình.

Trong thời đại chúng ta đang sống hiện nay, chủ nghĩa tự do là tư tưởng chiếm vị trí độc tôn. Các nhà lập pháp đang tập trung giải quyết những vấn đề cho người nghèo, điều trước đây chưa từng xảy ra. Những tổ chức như

Tập đoàn Bảo tồn Dân sự (Civilian Conservation Corps) và Cục Quản lý Tiến độ Công trình (Works Progress Administration) được lập ra cũng vì mục đích giúp đỡ những người gặp khó khăn và nghèo khổ. Thế giới ngày

càng quan tâm đến việc giảm bớt tình trạng khốn cùng đang có xu hướng gia tăng. Chính phủ các nước đã và đang loại bỏ những lãnh đạo độc tài cũng như giúp đỡ những quốc gia kém phát triển. Tất cả những điều này đều báo hiệu cho một tương lai tươi sáng hơn.

Vì thế, các bạn trẻ đừng bị choáng ngợp bởi những dấu chỉ bề mặt. Nếu các bạn cố gắng, các bạn sẽ nhận được những phần thưởng đáng giá. Đừng yêu cầu quá nhiều ở cuộc sống, chỉ vậy thôi. Và cuối cùng, nếu bạn đạt được một thành công nho nhỏ, và nhiều sự yêu thương, người ta sẽ tung hô bạn là người chiến thắng.

## **Chương 18**

### **TẠO QUỸ THỜI GIAN CỦA BẠN**

Trước khi muốn tiếp thị dịch vụ cá nhân hiệu quả, bạn phải xây dựng một kế hoạch cho mình dựa trên quỹ thời gian phân bổ thích hợp. Không điều gì có thể giúp ích cho bạn hơn việc tuân thủ đề xuất trên. Khi xây dựng quỹ

thời gian đầu tiên của mình, bạn sẽ vô cùng bất ngờ vì nhận ra khoảng thời gian mà mình đã lãng phí vì không có kế hoạch thích hợp. Tất cả công việc được quản lý tốt đều hoạt động dựa trên một hệ thống ngân sách kế hoạch.

Tiếp thị dịch vụ là một công việc thuộc kinh doanh mua bán, hơn nữa đối với bạn, nó còn là việc bán hàng quan trọng nhất trên thế giới.

Đây là việc bán hàng mà bạn chỉ có thể tiến hành hiệu quả bằng cách tổ

chức thời gian theo ý muốn của bạn. Một khi có quỹ thời gian hợp lý, bạn sẽ thu được kết quả tốt hơn so với cách làm việc tùy hứng.

Thực nghiệm đã chứng minh rằng kế hoạch làm việc sau đây có thể thực hiện dễ dàng và mang lại hiệu quả cao đối với mọi người.

8 giờ cho giấc ngủ.

8 giờ cho công việc.

4 giờ cho giải trí và chăm sóc sức khỏe.

2 giờ cho học tập và chuẩn bị.

2 giờ cho các hoạt động phục vụ lợi ích không công cho người khác.

---

24 giờ

Hãy đánh giá lại bản thân trước khi lên bất kỳ kế hoạch quảng bá dịch vụ cá nhân nào và phân bố thời gian của bạn sót sao hết mức có thể miễn là bạn vẫn cảm thấy thoải mái khi tuân theo lịch trình đó.

Sự chú ý của bạn tập trung mạnh nhất vào hai khoảng thời gian hai giờ ở

cuối lịch trình trên. Đây là thời gian vô cùng thuận lợi mà bạn có thể tận dụng để tạo ra nhiều giá trị to lớn, quyết định hiệu quả của hoạt động quảng bá dịch vụ.

Dựa theo kế hoạch làm việc trên, bạn cần bỏ ra ít nhất hai giờ mỗi ngày cho việc học tập và chuẩn bị nếu muốn đạt hiệu quả cao trong công việc. Đa số

không dành thời gian này trong quỹ thời gian của họ - nếu thực tế họ có một quỹ thời gian nào đấy.

Bạn cũng thấy rằng kế hoạch làm việc trên còn bao gồm hai giờ xác định để

phục vụ lợi ích không công cho người khác.

Thời gian này cũng tương tự như thời gian một người đặt vào công việc để

tuân theo thói quen cung cấp dịch vụ nhiều và tốt hơn mức anh ta được trả.

Tỷ lệ đó bằng một phần tư thời gian được dành cho công việc. Nếu bạn tuân thủ kế hoạch làm việc trên, trong tương lai bạn sẽ tìm ra biện pháp và cách

thức để làm được thêm một phần tư công việc nữa a so với quá khứ.

Điều này có nghĩa là một người nếu biết sắp xếp thời gian hợp lý thì, trong 8 giờ có thể hoàn thành cùng lượng công việc mà trước đây cần đến 12 giờ.

Hai giờ làm việc bổ sung đó có thể sẽ hoàn trả cho bạn theo nhiều cách chứ

không đơn thuần là hiệu suất công việc.

Chẳng hạn, chúng có thể trả cho bạn bằng:

1. Mỗi quan hệ hợp tác tốt hơn với đồng nghiệp và ban quản lý.
2. Phẩm cách cá nhân giúp hình thành một tính cách tích cực hơn.
3. Kỹ năng tốt hơn liên quan đến nỗ lực của mình.
4. Làm việc với mục tiêu hay số lượng công việc xác định bởi vì người bán hàng thường làm việc theo chỉ tiêu bán hàng nhất định.
5. Làm việc với tinh thần nhiệt tình và thích thú thật sự.

Quý thời gian không nên làm theo 8 giờ lao động trong tư thế chỉ mong thời gian mau trôi qua để về nhà.

8 giờ để ngủ.

8 giờ dành cho những hoạt động phung phí năng lượng như tiệc tùng, bia rượu, thói quen ăn uống thiếu điều độ, ham muốn tình dục và những thói quen tiêu cực.

---

24 giờ

Hãy kiểm tra lịch trình trên cẩn thận và so sánh với cách sử dụng thời gian của bạn. Việc này sẽ giúp cấu thành một trong những khả năng quan trọng nhất bạn cần có, khả năng tự phân tích. Hãy tự kiểm tra



theo lịch trình này với sự can đảm và thẳng thắn. Đừng phạm sai lầm khi để mình rơi vào trạng thái do dự và nghi ngại.

Trong khi thực hiện việc tự phân tích, bạn có thể bắt gặp thoáng qua một vài thói quen đang chặn giữa bạn và mục tiêu bạn hướng đến trong cuộc sống. Bạn cũng có thể đi đến kết luận về những gì phải làm để việc quảng bá dịch vụ cá nhân hiệu quả hơn.

Bất kỳ bác sĩ uy tín nào trước khi kê thuốc cho bệnh nhân, anh ta nhất định sẽ tiến hành chẩn đoán kỹ lưỡng để biết chính xác tình trạng của người bệnh. Tương tự, trước khi một người tiến hành tiếp thị dịch vụ cá nhân của mình, anh ta phải bắt đầu với việc xác định điểm yếu của mình. Một khi đã phát hiện ra chúng, anh ta phải hình thành những thói quen giúp loại bỏ

hay khắc phục những điểm yếu đó để chúng không còn là rào cản.

Trước khi khép lại chương này, tôi buộc phải xin phép độc giả để tôi phân tích về khoảng thời gian tám giờ nằm ở cuối lịch trình không nên tuân theo được liệt kê ở trên.

Tôi đã giúp rất nhiều người thoát ra khỏi nghèo khổ và thiếu thốn bằng

cách hướng dẫn họ tiến hành phân tích khoảng thời gian tám giờ đó trong ngày. Khoảng thời gian này thật sự đóng vai trò quan trọng trong cuộc sống của một người, mà kết quả của việc sử dụng nó có thể chuyển thất bại sang thành công hoặc ngược lại.

Hãy hiểu rõ rằng tôi không phải là nhà cải cách cũng không có bất kỳ khiếu nại nào đối với những người muốn thư giãn bằng cách vui chơi bởi vì vui chơi và thư giãn cũng quan trọng như công việc và học tập. Đó là những gì tôi cần phải nói với độc giả, bởi đoạn tiếp theo đây được viết ra như một lời cảnh báo với tất cả những ai dành toàn bộ khoảng thời gian tám giờ này cho những thứ mà họ gọi là vui chơi và thư giãn.

Những thú vui trên khiến những người không may mắn này sử dụng hết tám giờ trong vòng xoay điên cuồng, thậm chí phải lấy thêm từ hai đến sáu giờ trong thời gian tám giờ của giấc ngủ.

Hệ quả của điều này là phải lấy đi từ hai đến sáu giờ từ tám giờ dành cho công việc, do hiệu quả công việc giảm xuống.

Tôi biết rất nhiều thanh niên đang ở độ tuổi hai mươi nhưng trông già hơn trước tuổi rất nhiều và có khả năng chịu đựng rất kém. Những người này đang tự rút ngắn cuộc đời và đánh mất tài sản quan trọng nhất mà họ sở

hữu trong việc quảng bá dịch vụ của mình một cách hiệu quả.

Cơ thể con người được tổ chức theo một trật tự đòi hỏi đến tám giờ thư giãn hoàn toàn trong giấc ngủ trong hai mươi bốn giờ mỗi ngày. Xã hội loài người cũng được tổ chức theo cách đòi hỏi mỗi người ít nhất phải bỏ ra tám

giờ trong hai mươi bốn giờ mỗi ngày để cung cấp dịch vụ hữu ích dưới nhiều hình thức. Hai khoảng thời gian tám giờ trên không thể lấy đi hoặc cắt giảm cho những mục đích khác mà không phải trả giá bằng thất bại.

Khoảng thời gian tám giờ thứ ba là thời gian duy nhất mà một người có thể

tiêu pha trong bất kỳ trường hợp nào.

Nhưng khoảng thời gian này sẽ quyết định tương lai của một người, bởi cách sử dụng nó sẽ tác động đến niềm vui hay phiền muộn trong hai khoảng thời gian tám giờ kia. Khoảng thời gian tám giờ thứ ba này cần được quan tâm nhất, bởi vì tính tự do mà nó mang lại được ví như lời mời gọi cuốn vào những cám dỗ của người khác. Mà chúng ta, ít nhiều đều là nạn nhân của thói quen.

Hai khoảng thời gian tám giờ để làm việc và ngủ, về bản chất sẽ ít nhiều giúp con người hình thành thói quen lành mạnh. Nếu một người không ngủ

đủ tám tiếng thì sớm hay muộn quy luật tự nhiên sẽ phát huy tác dụng và chấm dứt tạm thời cơ chế của giấc ngủ, thậm chí khiến anh ta nhập viện.

Nếu một người lấy đi một phần thời gian trong tám giờ dành cho công việc thì quy luật nhu cầu kinh tế tất yếu sẽ nhảy vào và chặn đứng anh ta bởi người ta cần phải có thức ăn, quần áo và nơi để ngủ.

Tuy nhiên, khoảng thời gian tám giờ thứ ba là thời gian hoạt động tự do, có thể bị lãng phí hay được sử dụng cho sự chuẩn bị để đạt hiệu quả cao hơn và khả năng kiếm tiền lớn hơn, tất cả tùy vào quyết định của mỗi người.

Hãy quan sát thói quen của bạn trong khoảng thời gian tám giờ thứ ba này

bởi vì những thói quen đó là ẩn số quyết định tương lai của bạn, dù bạn là ai và đang làm nghề gì. Khoảng thời gian tám giờ này là hy vọng duy nhất cho những người nghèo khó mong muốn trở thành giàu có. Nó là khởi điểm cho những ai khao khát sự độc lập và tự do.

Khi bạn tiến hành phân tích bản thân nhằm tìm ra có bao nhiêu nguyên nhân gây thất bại đang cản trở bước tiến của bạn, bạn sẽ nhận ra nếu không phải tất cả thì phần lớn những nguyên nhân ấy đều đến từ thói quen lãng phí khoảng thời gian tám giờ này.

Những buổi tiệc rượu thường rất vui vẻ và lý thú. Đối với vài người, nó thật thú vị, nhưng đối với đa số, nó chỉ mang đến tiêu cực. Nếu bạn không có khả

năng cưỡng lại sự cám dỗ tham gia vào những bữa tiệc kiểu như thế với bạn bè thì tốt nhất bạn nên tìm những người bạn mới - những

người có thói quen dẫn dắt bạn theo những hướng có ích hơn. Những bữa tiệc được ưa chuộng này có thể gây thiệt hại nặng nề cho những ai đắm chìm trong chúng ở hai khía cạnh: hiệu suất công việc và sức khỏe.

Người trẻ có sức khỏe và khả năng chịu đựng dẻo dai nên những tiêu hao sinh lực sẽ không ảnh hưởng ngay đến họ. Tuy nhiên, đến một lúc nào đó sức khỏe của họ chắc chắn sẽ suy giảm. Tạo hóa chú ý điều này! Ngài nắm giữ sổ sách trong đó mọi diễn biến đều được ghi lại. Hơn nữa, Tạo hóa buộc mỗi cá nhân phải trở thành người giữ sổ sách cho chính mình. Sự vô độ của tuổi trẻ sẽ khiến tuổi già mau đến.

Trong suốt sự nghiệp của mình, tôi đã quan sát những phương pháp được

hàng ngàn người thành công sử dụng để quảng bá bản thân hiệu quả trong cuộc sống. Trong khuôn khổ của cuốn sách này, tôi không thể miêu tả hết các phương pháp họ sử dụng mà chỉ chọn một trong số đó để mô tả chi tiết những nguyên tắc bán hàng của ông ấy.

Người được chọn là Henry Ford – được biết đến như một doanh nhân nổi tiếng thế giới bởi khả năng đạt được bất cứ thứ gì ông ấy muốn mà không xâm phạm quyền lợi của người khác.

Tôi chọn Ford cho bài phân tích về những người quảng bá bản thân thành công bởi vì ông ấy đã sử dụng những nguyên tắc mà hầu hết những người thành công phải sử dụng. Ngoài ra, còn một lý do nữa là tôi có cơ hội quan sát ông ấy nhiều năm đến nỗi tôi hiểu chắc chắn về các nguyên tắc nền tảng tạo nên thành công của ông.

Đừng xem lướt qua hay đọc vội vàng bài phân tích về Ford.

Nó xứng đáng để bạn đọc chậm và phân tích kỹ bởi nó truyền tải những yếu tố giúp bạn có thể dễ dàng xây dựng cuộc sống thành công. Câu chuyện không nhằm ca ngợi Ford. Mục đích duy nhất của câu chuyện này là cung cấp cho mỗi độc giả bản phác thảo chính xác

về những kế hoạch và nguyên tắc giúp thương gia giàu có nhất nước Mỹ thành công và nổi tiếng khắp thế

giới.

Bạn sẽ đặc biệt được yêu cầu nghiên cứu cẩn thận những đánh giá dành cho Ford liên quan đến Các nguyên tắc của Thành tựu Cá nhân. Sau khi đọc xong cuốn sách này, hãy quay lại bài phân tích về Ford và tiến hành đánh

giá, so sánh bản thân với những nguyên tắc này một cách trung thực và thẳng thắn. Nếu bạn trung thực khi so sánh, bạn sẽ nhận thấy những điểm khác biệt to lớn giữa bạn và Henry Ford. Và nếu như phát hiện này được tiến hành chính xác, nó sẽ vừa khiến bạn bất ngờ vừa giúp ích cho bạn.

Điều này rất đáng để cố gắng.

Cuốn sách về sự khích lệ cá nhân này sẽ không trọn vẹn nếu không có mô tả về các phương pháp mà qua đó đã giúp nhà tư bản công nghiệp hàng đầu thế giới vươn lên giàu có từ nghèo khó. Khi bạn đọc bài phân tích về thành tựu đáng kinh ngạc của Henry Ford, hãy luôn nhớ rằng, ban đầu ông ấy không phải là thiên tài lừng danh, ông ấy được học hành rất ít nhưng lại là người tiên phong trong ngành công nghiệp mới vào thời điểm khi người dân cả nước tỏ ra không thiện cảm với ông và "chiếc xe không ngựa kéo"

của ông.

Đừng ngộ nhận khi thừa nhận rằng Ford khởi nghiệp ở thời đại được ban cho nhiều cơ hội lớn hơn bây giờ. Sự thật ngược lại và có vẻ hoàn toàn ngẫu nhiên rằng chính những ảnh hưởng của Ford đối với nhân loại liên quan nhiều đến việc tạo ra nhiều cơ hội của ngày hôm nay. Tác động của ông đã giúp rút ngắn khoảng cách giữa thành thị và nông thôn bằng hệ thống đường nhựa thẳng tắp trải dài trên lãnh thổ quốc gia. Hơn bất kỳ ai, ông đã tạo ra rất nhiều việc làm cho mọi người. Ford đã chứng minh được rằng công dân Mỹ có thể bắt đầu từ

vạch xuất phát mà không cần kêu gọi hay giúp đỡ tài chính. Người Mỹ có thể tích lũy được tài sản to lớn mà không xâm phạm quyền lợi của người khác. Và tôi muốn nhấn mạnh một sự thật

vượt trên mọi sự thật khác, rằng nguyên tắc làm việc để giàu có của Ford rất dễ hiểu, dễ áp dụng cho bất kỳ ai khao khát đạt được điều họ muốn.

Bạn có bao giờ nghĩ về điều đó chưa?

Ford là người tự lập trên đôi chân của mình theo đúng nghĩa. Nếu có một người quảng bá bản thân thành công trong cuộc sống bằng trí tuệ và sáng kiến của riêng anh ta, người đó chính là Ford. Cuốn sách này chứa đựng câu chuyện của Ford bởi vì toàn bộ cuộc đời ông tiêu biểu cho một trong những công việc bán hàng xuất sắc nhất trên thế giới. Không có vụ tai tiếng nào liên quan đến các phương pháp bán hàng của Ford.

Ford đã giúp nhiều người bằng sức ảnh hưởng của mình. Mỗi đô la trong khối tài sản của ông đều được dùng một cách hữu ích. Ford đã xây dựng tiêu chuẩn đạo đức kinh doanh cho mọi thời đại - quy tắc mà mỗi cá nhân khác nhau có thể thực hiện tốt để cạnh tranh.

Tôi bắt đầu bài phân tích về Ford bằng cách mô tả nguyên tắc quan trọng nhất trong số các nguyên tắc khác. Nguyên tắc này đã giúp ông ấy đạt được thành công kỳ diệu - nguyên tắc mục đích rõ ràng. Đó là tất cả những gì Ford có như là nguồn vốn kinh doanh ban đầu, nhưng như vậy cũng đã đủ.

Hãy nhớ điều này nếu bạn muốn đạt được như Ford và cũng hãy nhớ rằng bạn đang đọc một bài phân tích về công dân số một và thương gia thành công bậc nhất thế giới.

Đây là trò đùa vui vẻ để ghi điểm với ông chủ: Hãy bắt đầu công việc của bạn sớm hơn và kết thúc nó muộn hơn quy định. Xử lý công việc của ông

chủ như thế đó là công việc của bạn vậy. Nỗ lực để nói lời tử tế về ông chủ

với đồng nghiệp. Khi có việc làm thêm cần phải hoàn thành, hãy tình nguyện làm. Đừng tỏ ra bất ngờ khi ông chủ vui vẻ với bạn hay đề cử bạn làm trưởng phòng hay đối tác trong kinh doanh, bởi vì đó là phần đặc sắc nhất của trò vui này.

## ***Chương 19***

### **KẾ HOẠCH TỔNG THỂ ĐỂ CÓ ĐƯỢC**

#### **MỘT CÔNG VIỆC**

Có một phương pháp rõ ràng và chắc chắn mà nhờ đó bạn có thể đạt được bất kỳ vị trí nào nếu có đủ khả năng. Tôi sẽ mô tả cụ thể phương pháp này, nhưng trước tiên hãy lưu ý rằng tôi không nói kế hoạch này sẽ giúp bạn có thể duy trì công việc. Có được việc làm là một chuyện, duy trì công việc đó lại là chuyện khác.

Tôi thường được hỏi: "Ông đã làm thế nào để phỏng vấn được tất cả những người thành công là những người đã giúp ông đúc kết nên triết lý Quy luật Thành công? Bằng cách nào ông đã thuyết phục họ dành cho ông nhiều thời gian như vậy?".

Câu trả lời của tôi là: "Rất dễ để có cơ hội nói chuyện với những người này nếu bạn tiếp cận họ qua những chủ đề mà họ quan tâm và hãy nói về chúng trong suốt cuộc nói chuyện".

Tôi có thể nói rằng việc tìm kiếm một công việc cũng tương tự như vậy. Một người dễ dàng đạt được bất kỳ vị trí nào anh ta muốn nếu anh ta có khả

năng đáp ứng yêu cầu công việc và có cách thức ứng tuyển đúng đắn.

Trong những trang dưới đây, tôi sẽ đưa ra lời khuyên cho những ai quan tâm đến việc tìm kiếm một công việc hoặc một hình thức tiếp

xúc cá nhân

nào đó đòi hỏi sự hợp tác của một hay nhiều người khác. Lời khuyên này được coi là lời hướng dẫn chung cho bất kỳ ai đang tìm cách để có được sự

hợp tác của người khác. Tùy nhu cầu riêng của mỗi cá nhân, các chi tiết cần thay đổi sao cho phù hợp và không nên sao chép nguyên văn từ quyển sách này. Óc phán đoán của bạn sẽ cho bạn biết phải làm gì.

Chúng ta hãy giả định rằng bạn đang khao khát một vị trí ở công ty Standard Oil; rằng bạn sẵn sàng khởi đầu bất cứ nơi đâu mà công ty muốn, sự khao khát to lớn của bạn là có cơ hội để thể hiện những giá trị mà bạn có thể cung ứng.

Dưới đây là bản phác thảo từng bước về cách tiếp cận mà nếu được điều chỉnh phù hợp với tính cách riêng của bạn thì sẽ dễ dàng mang lại cho bạn cơ hội mong muốn.

Thứ nhất: Hãy quyết định vị trí cụ thể ở công ty Standard Oil mà bạn muốn ứng tuyển, sau đó viết lên giấy một danh sách đầy đủ tất cả khả năng của bạn để đảm nhiệm công việc đó. Nếu cảm thấy chưa đủ khả năng, hãy tích cực làm việc và tự chuẩn bị bằng cách học tập và quan sát những người đang đảm nhiệm vị trí tương tự, cho đến khi bạn chắc chắn mình sẵn sàng cho công việc đó.

Thứ hai: Viết ra 17 nguyên tắc thành công bên dưới và tự chấm điểm cho mình một cách chính xác, điểm số dao động từ 0 đến 100% trên mỗi nguyên tắc. Đối với mỗi nguyên tắc, hãy trình bày chi tiết tại sao bạn tin bạn có quyền nhận được sự tin cậy về bản thân và phải đưa ra cơ sở để chứng minh



<p>Tri tưởng tượng</p>	<p>Đưa ra minh họa về những lần bạn sử dụng tri tưởng tượng của mình. Phương pháp khả thi nhất qua đó bạn có thể thực hiện tốt nguyên tắc này phải cho thấy mức độ bạn sử dụng tri tưởng tượng để làm quen với những yêu cầu công việc mà bạn đang tìm kiếm.</p>	<p>____%</p>
<p>Lòng nhiệt tình</p>	<p>Nói rõ bạn đã kiểm soát được sự nhiệt tình của bạn tới mức nào và những hiểu biết của bạn về sự khác biệt giữa sự nhiệt tình thụ động và chủ động. Chỉ ra rằng sự nhiệt tình lớn nhất của bạn gắn liền với mong muốn đạt được và đảm nhiệm công việc mà bạn đang tìm kiếm ở công ty Standard Oil. Nêu lý do cho sự nhiệt tình của bạn.</p>	<p>____%</p>
<p>Sự tự kiểm soát</p>	<p>Nêu lý do cho điểm số của bạn ở nguyên tắc này và nói rõ cách thức bạn áp dụng nguyên tắc này như một phương tiện tạo ra sự cân bằng giữa lý trí và tình cảm, hay nói cách khác, bạn sử dụng tinh kỷ luật tự giác ở mức độ nào để giúp lý trí kiểm soát được cảm xúc của bạn. Đặc biệt, phải chỉ ra rằng bạn có đủ khả năng tự kiểm soát để có thể tránh tranh cãi với người khác. Bạn cũng phải cho thấy nguyên tắc này đủ để cho phép bạn nghỉ cho bản thân mà không cần sự giúp đỡ của người tự xưng là người dẫn đầu hay tuyên truyền.</p>	<p>____%</p>
<p>Thói quen bỏ ra nhiều hơn nhận lại</p>	<p>Đây là lợi thế lớn giúp bạn có được công việc mong muốn. Bạn hãy trình bày chi tiết tại sao bản thân lại hình thành thói quen làm nhiều hơn những gì được nhận. Đây là nguyên tắc quan trọng nhất trong 17 nguyên tắc liên quan đến việc tìm kiếm một công việc mong muốn. Hơn nữa, nó cũng rất quan trọng trong việc giúp bạn duy trì công việc sau khi đã đạt được. Do đó, hãy trình bày một cách chắc chắn nguyên nhân mà bạn tuân thủ nguyên tắc này như là một phần triết lý sống của bạn.</p>	<p>____%</p>

điểm số của bạn là đúng.

Tận dụng thất bại	Ai trong chúng ta cũng từng phạm sai lầm hay trải qua thất bại, do đó, bạn hãy thành thật thừa nhận những lỗi lầm và chỉ ra bạn đã cố gắng để tránh tái phạm sai lầm ở mức độ nào. Đồng thời, bạn đừng quên trình bày việc bạn đã làm như thế nào để tận dụng thất bại của mình và của người khác. Hãy cho thấy bạn biết được sự khác biệt giữa thất bại thật sự và thất bại tạm thời, và nói rằng bạn không bao giờ chấp nhận thất bại là một điều gì đó lớn hơn nguồn cảm hứng để khởi đầu lại với sự quyết tâm cao hơn.	___%
Lòng khoan dung	Khi giải thích điểm số của bạn ở nguyên tắc quan trọng này, hãy chỉ ra rằng bạn hiểu sự khoan dung là “một tâm trí cởi mở với tất cả mọi người trong mọi vấn đề”. Đừng quên trình bày bạn luyện tập lòng khoan dung đến mức độ nào.	_____
Áp dụng Nguyên tắc Vàng	Tự chấm điểm cho bản thân trong việc áp dụng nguyên tắc tuyệt vời này và giải thích tại sao bạn theo đuổi thói quen đặt mình vào vị trí của người khác khi đưa ra quyết định ảnh hưởng đến người đó dù ở phương diện nào.	___%
Thói quen về sức khỏe	Khi giải thích về điểm số ở nguyên tắc này, hãy chắc rằng bạn không mắc các triệu chứng hoang tưởng bệnh hoạn, mà đang theo đuổi thói quen ăn uống, tập luyện và bài tiết hợp lý. Ngoài ra, đừng quên chỉ rõ rằng bạn không bao giờ nổi nóng khi thất bại để giữ hệ thống cấu trúc cơ thể luôn thoải mái.	___%
Nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú	Tập thể trí tuệ ưu tú là nguyên tắc mà qua đó một hay nhiều người có thể phối hợp nỗ lực của họ trên tinh thần hòa hợp tốt nhất cho cùng một mục đích xác định. Hãy chỉ rõ rằng bạn hiểu rõ giá trị của việc phối hợp những nỗ lực như thế. Đồng thời, hãy trình bày lý do tại sao bạn tuân thủ theo nguyên tắc quan trọng này và giải thích bạn tin mình có thể tận dụng nguyên tắc này trong việc tìm kiếm công việc như thế nào.	___%

Sau khi hoàn tất việc tự chấm điểm về 17 nguyên tắc thành công trên đây, hãy viết một bức thư hoặc một kiểu mẫu nào đó tương tự theo mẫu sau và gửi đến Chủ tịch công ty Standard Oil - công ty mà bạn đang tìm kiếm công việc.

*Gửi ngài Chủ tịch, ông Walter Teagle*

*Công ty Standard Oil*

*Thành phố New York*

*Ngài Teagle thân mến,*

*Tôi viết thư này gửi đến ngài để trình bày cụ thể những nguyên nhân tại sao tôi xứng đáng cho vị trí \_\_\_\_\_ ở công ty củ a ngài. Tôi cũng gửi kèm theo đây là bảng điểm tự đánh giá về 17 nguyên tắc thành công với lời giải thích chi tiết cho điểm số mỗi nguyên tắc.*

*Sau đây là các điều kiện mà theo đó tôi mong ngài cho tôi có được công việc tôi đang tìm kiếm:*

*Hãy để tôi làm việc ở vị trí đó trong một tháng mà không cần trả lương. Cuối tháng, nếu tôi không chứng minh được mình có năng lực và tố chất mà bất kỳ*

*công ty lớn nào như công ty Standard Oil đang tìm kiếm, tôi sẽ nhường chỗ cho người khác. Nhưng trước khi nhường chỗ, tôi sẽ trả cho công ty ngài số tiền hợp lý để hoàn lại tổn thất cho công việc mà tôi được giao trong suốt một tháng thử*

*thách.*

*(Bỏ qua điều kiện cuối cùng nếu ngài muốn.) Nếu ngài muốn thời gian thử thách lâu hơn một tháng, tôi sẽ rất sẵn lòng. Trong thời gian thử thách, tất cả những điều tôi muốn là ngài cho phép tôi được toàn quyền đảm nhiệm công việc. Tôi tin thời gian và nỗ lực của mình là điều cần thiết để chứng minh rằng tôi không chỉ đơn thuần là người*

*tìm kiếm công việc như bao người khác. Điều tôi thật sự đang tìm kiếm không phải là công việc mà là một cơ*

*hội để được làm việc trong công ty ngài.*

*Ngài sẽ cho tôi cơ hội này chứ?*

*Chân thành \_\_\_\_\_*

Hãy đánh máy bức thư cẩn thận, kèm theo điểm số của 17 nguyên tắc thành công và giải trình lý do tại sao bạn tin rằng bạn hội đủ điều kiện cho vị trí mà bạn tìm kiếm.

Nếu bạn muốn xin cùng một vị trí ở nhiều công ty khác nhau, hãy gửi những bức thư tương tự, kèm theo bảng điểm và sự trình bày về khả năng của bạn đến mỗi công ty. Tuy nhiên, bạn nên dành thời gian nghiên cứu kỹ phương pháp kinh doanh hay khó khăn của mỗi công ty, vì như vậy bạn sẽ trình bày đơn xin việc của mình phù hợp với công việc bạn tìm kiếm.

Ngoài ra, hãy nhớ rằng bạn sẽ không nhận được sự khích lệ trừ khi bạn chọn công việc nào đó có những đòi hỏi phù hợp với tính cách, học vấn và kinh nghiệm của mình. Bạn cần tìm hiểu đầy đủ để thuyết phục bản thân tin tưởng rằng vị trí đó thật sự cần bạn, sau đó ứng tuyển và thuyết phục người

phỏng vấn - người có vai trò quyết định tuyển dụng.

Bạn đừng mắc sai lầm khi chấm điểm mình quá cao. Hãy đánh giá thấp ở

một vài điểm và giải thích tại sao đánh giá của bạn không cao.

Nếu bạn làm tốt việc tự chấm điểm và đi sâu vào chi tiết về cách thức bạn đánh giá bản thân, bạn sẽ có được bức thư "chào hàng" tuyệt vời, thu hút sự quan tâm của người tuyển dụng trong lúc phỏng vấn. Hãy nhớ rằng, khi bạn giải thích mỗi phần tự đánh giá của mình cũng chính là bạn đang thể

hiện mạnh mẽ nhất phần tóm tắt chính con người bạn.

Ngày bạn gửi đơn xin việc, hãy gửi bức điện tín theo mẫu sau đến người mà bạn gửi đơn và đừng quên trả tiền trước cho bức điện tín:  
*Gửi ngài Chủ tịch, ông Walter Teagle*

*Công ty Standard Oil*

*Thành phố New York*

*Hôm nay, tôi đã gửi cho ngài một bức thư quan trọng mà tôi hy vọng thư ký sẽ*

*nhANH chóng chuyển nó đến ngài.*

Nhớ đính kèm một tấm hình đẹp và không có khung, mới chụp gần đây của bạn vào thư xin việc. Đồng thời, hãy gửi kèm theo thư tên và địa chỉ của năm người tham khảo, tốt nhất là những người chủ doanh nghiệp hay ngân hàng.

Nhớ ghi rõ tuổi, quốc tịch và học vấn của bạn.

Nếu cẩn thận chọn những công ty phù hợp và chuẩn bị thư xin việc hợp lý, bạn có quyền hy vọng nhận được vị trí mong muốn nếu bạn gửi đến mười công ty khác nhau trong danh sách của bạn. Nói cách khác, trong số mười hướng đi khác nhau, bạn chắc chắn sẽ tìm thấy điều bạn muốn.

Bạn nên sử dụng trí tưởng tượng và sáng kiến riêng của mình khi soạn đơn xin việc. Điều duy nhất bạn không nên thay đổi là chủ trương tạo ra giá trị

trong thời gian thử thách, dù là một tháng hay lâu hơn. Mọi thứ khác trong thư xin việc có thể được thay đổi sao cho phù hợp với tính cách của bạn hay nhu cầu công việc.

Ở đây và ngay lúc này, tôi có thể khẳng định sẽ luôn luôn có một vị trí dành cho những người có năng lực và những người thực hiện

nghiêm túc thói quen cung cấp dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn so với số tiền mà họ được trả.

Dẫu bao nhiêu cuộc suy thoái kinh tế có thể đến rồi qua đi, sẽ luôn có một vị trí dành cho người sẵn sàng tạo ra giá trị như thế. Hơn nữa, tạo ra các giá trị trên tinh thần này là cách thăng tiến chắc chắn nhất.

Bạn cần sự tự phân tích này, dẫu bạn có muốn sử dụng nó để tìm kiếm một công việc hay không. Mỗi người cần có cuộc kiểm tra toàn diện như thế, đặc biệt trong giai đoạn này, khi nhiều người đang cố gắng đạt được điều gì đó mà không muốn bỏ ra bất cứ thứ gì, và hàng ngàn người đang tự giết đi sáng kiến, tự tin, mục tiêu rõ ràng của họ để trong cậy vào viện trợ của chính phủ.

Nếu bạn sẵn sàng sống nhờ vào từ thiện và không muốn mang lại điều gì có

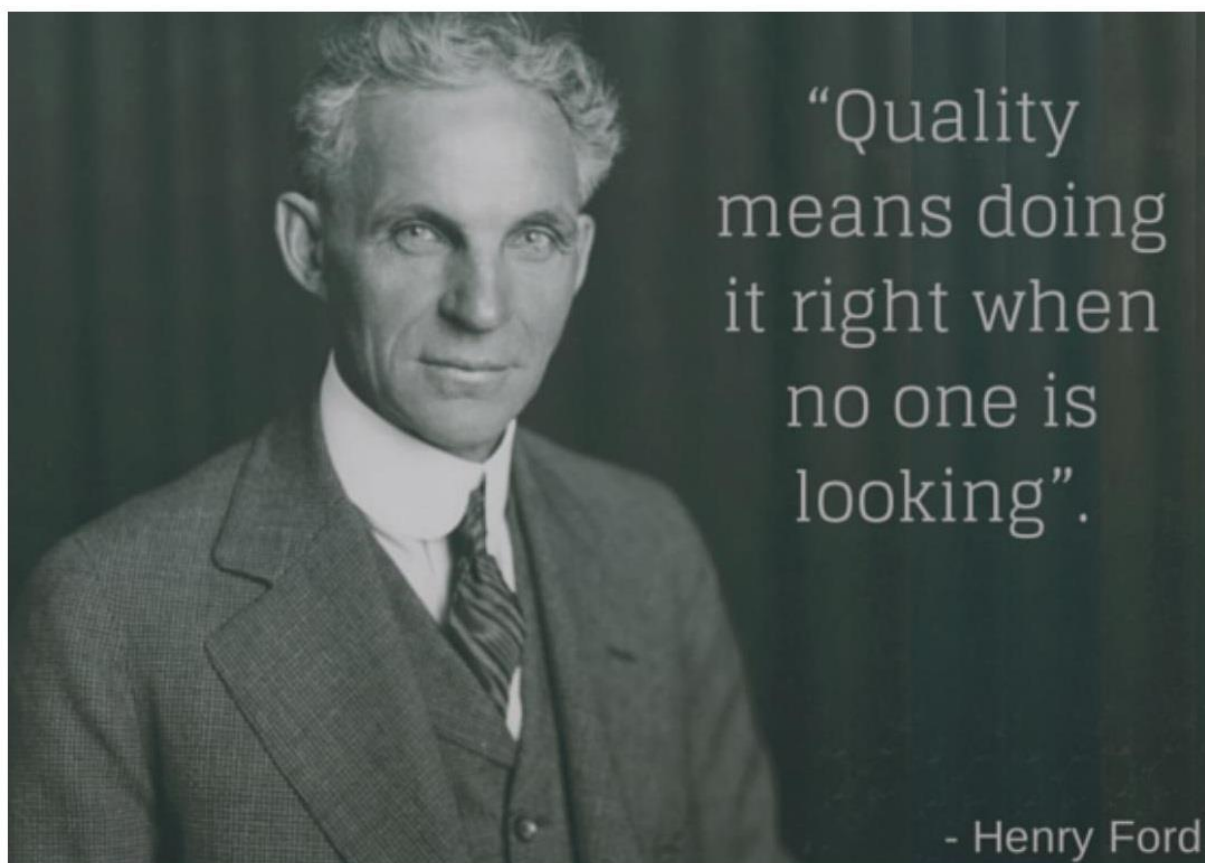
ích cho xã hội, bản phân tích này sẽ chẳng giúp ích gì cho bạn. Nó chỉ dành cho người mong muốn tự quyết và thật sự sẵn sàng để đạt được bất cứ thứ

gì anh ta muốn trong cuộc sống.

Và cuối cùng, đừng dừng lại bằng việc sử dụng những nguyên tắc thành công chung này để thuyết phục một người nào đó trao cho bạn một công việc, mà hãy tiến xa hơn nữa và dùng những nguyên tắc này sao cho bạn có thể đạt được mọi thứ bạn muốn hay cần đến trong cuộc sống như cách mà Henry Ford đã từng sử dụng chúng. Với việc so sánh điểm số của bạn với điểm số của Henry Ford cho 17 nguyên tắc được trình bày ở một chương khác, bạn có thể khám phá ra bạn khác với Ford ở điểm nào.

Sự khác biệt giữa bạn và Henry Ford là không nhiều khi xét về trí tuệ hay giáo dục mà nằm ở việc áp dụng và sử dụng 17 nguyên tắc thành công này.

Không có người lười biếng, chỉ có người không may mắn không nhận ra công việc phù hợp nhất với mình.



### ***Phần III***

## **NHỮNG ĐIỀU BẠN CÓ THỂ HỌC TỪ**



# HENRY FORD

*Henry Ford (1863-1947)*

Mọi người đều đã từng nghe về Henry Ford, và hầu hết đều biết rằng ông xuất thân từ nghèo khó, ít học, và với một nỗ lực phi thường, ông đã vươn đến đỉnh cao thành công. Tuy nhiên, ít ai biết được các nguyên tắc mà nhờ

đó nhà đại tư bản công nghiệp đã mang lại cho chính mình sự tự do về tinh

thần và kinh tế. Phần Ba của cuốn sách này được dành cho việc phân tích đầy đủ về Ford và phương pháp mà nhờ đó ông trở thành người tự định đoạt cuộc đời mình. Câu chuyện được sử dụng như là một lời giải thích đơn giản cho một trong những thành tựu bán hàng xuất sắc nhất trong lịch sử

nước Mỹ. Nó không chỉ nói về cách Ford "bán mình" để đạt được sức mạnh và sự sung túc mà nó còn chỉ ra cách ông ấy quản lý để giữ vững vị trí tuyệt vời của mình, bất chấp mọi nỗ lực tinh vi và mạnh mẽ muốn phế truất vị trí của ông.

## ***Chương 20***

### **MỤC ĐÍCH ĐƠN NHẤT**

Trong hơn 25 năm, tôi đã quan sát thấy được sự chuyển mình của Henry Ford từ một người nghèo khó vươn lên trở thành ông trùm sản xuất ô tô.

Cách đây nhiều năm, theo gợi ý của Andrew Carnegie, tôi đã xem Henry Ford như người thầy của mình.

Trong hơn một phần tư thế kỷ, tôi đã phân tích Henry Ford một cách tỉ mỉ

và kỹ càng. Tôi tin rằng một số khám phá của tôi về Ford chưa từng được bất kỳ người viết tiểu sử nào đề cập đến. Tôi sẽ trình bày những khám phá này dưới đây.

Henry Ford sở hữu nguồn tri thức hữu ích hơn bất cứ người nào mà tôi từng gặp. Tôi không phải là một người theo chủ nghĩa tôn thờ anh hùng, nhưng tôi đánh giá cao cơ hội được quan sát nỗ lực của những nhà công nghiệp thành công nhất của nước Mỹ, đặc biệt là Henry Ford. Những hoạt động của ông vô cùng rộng rãi nên ông đã gặp phải và vượt qua hầu hết những trở

ngại vốn ngăn cản bước tiến của con người.

Ford đã trở thành "Bằng chứng loại A" của tôi. Thông qua những thành tựu của ông, tôi kiểm tra những nguyên tắc thành công cơ bản và nhờ đó tôi đã đúc kết nên triết lý về sự thành công của mình. Nếu như không có vinh hạnh được quan sát và nghiên cứu những hoạt động công nghiệp của Henry Ford, công trình của tôi về triết lý đó, trong trường hợp có thể hoàn thành, thì

cũng sẽ mất thêm ít nhất 25 năm nữa. Đối với tôi, Henry Ford không phải là mẫu người lý tưởng, nhưng những tính cách tốt đẹp và sự nhạy bén trong kinh doanh có giá trị vượt xa những khuyết điểm của ông.

Henry Ford đã dạy cho tôi biết giá trị của việc lựa chọn mục tiêu xác định cho cuộc đời để cố gắng vươn đến nó trong khi đặt những mục tiêu khác ở

mức ưu tiên thấp hơn.

Ford đã làm việc với một mục đích trọng tâm duy nhất trong hơn một phần tư thế kỷ, đó chính là sản xuất và bán ra những chiếc ô tô chất lượng, với mức giá phù hợp cho nông dân và những người lao động.

Những người từng nghe đến cái tên Henry Ford đều biết mục đích chính yếu của ông là gì, cũng như nó đã được tiến hành như thế nào

trong hơn 30

năm qua. Tuy nhiên, không phải ai cũng giải thích được một cách chính xác việc lựa chọn mục đích xác định đó đã đóng góp như thế nào vào khối tài sản của Henry Ford. Chỉ có một số ít người cố gắng để được như Ford bằng cách kiên trì lựa chọn và theo đuổi một mục đích rõ ràng như ông đã từng làm. Tôi sẽ luôn cảm kích Ford bởi vì bài học này đã mang lại cho tôi nền tảng cơ bản của triết lý về sự thành công.

Nếu như không có sự ảnh hưởng từ Henry Ford, có lẽ tôi đã không bao giờ

chấp nhận trả giá bằng đấu tranh, nỗ lực và hy sinh cần thiết để hoàn thành nghiên cứu của mình. Trong những năm khi tôi xây dựng triết lý về sự

thành công, tinh thần bền bỉ của Ford là một nguồn động lực to lớn, giúp tôi vượt qua những khó khăn gian khổ tưởng chừng khiến tôi phải bỏ cuộc.

Dường như không phải là một sự trùng hợp đơn thuần mà chính nhờ việc quan sát Henry Ford, tôi mới nhận ra tầm quan trọng của việc đặt ra một mục đích xác định. Sự thật này đã khiến tôi nhận ra rằng: mỗi khám phá quan trọng hay thành tựu đáng kể của một người nào đó có thể đạt được nhờ vào ảnh hưởng của một số người khác. Thịnh vượng, chúng ta lờ đi công lao của người khác, không hiểu nguyên nhân dẫn đến thành tựu nhưng lại thích xoa dịu cái bản ngã của mình bằng cách tin rằng chúng ta là những nhà sáng tạo vĩ đại.

Trong trường hợp của tôi, tôi có thể tuyên bố một cách thẳng thắn rằng những kiến thức hữu ích mà tôi sở hữu phần lớn đến từ những người thông minh và thành công hơn tôi.

### **Cách thức hoạt động của một mục đích trọng tâm xác định**

Tôi mong muốn miêu tả ngắn gọn nhất có thể những gì xảy ra trong

tâm trí khi một người chấp nhận và làm theo một mục đích trọng tâm xác định.

1. Một mục đích xác định, khi phối hợp với niềm tin vào khả năng có thể đạt được mục đích ấy của bản thân và được duy trì như một khát khao vượt trội trong ý thức, sẽ được tiềm thức lựa chọn và sử dụng như một hình mẫu bởi khi đó mà mục đích ấy được chuyển hóa thành hình ảnh vật chất tương đương.

2. Tự kỷ ám thị hoặc tự gợi ý là phương tiện mà nhờ đó tiềm thức nhận thấy một mục đích xác định. Một mục đích cháy bỏng và mạnh mẽ được duy trì bền bỉ trong ý thức, sẽ dẫn đến hành động qua nguyên tắc tự kỷ ám thị.

3. Tiềm thức là trung gian qua đó những suy nghĩ hữu hạn của con người được truyền đạt và kết hợp với trí thông minh vô hạn.

4. Trí thông minh vô hạn, thông qua một số nguyên tắc mà các nhà khoa học vẫn chưa tìm ra, có xu hướng chuyển hóa sang hình ảnh vật chất tương đương bất kỳ một mong ước nào được truyền đến tiềm thức và kết hợp với xúc cảm của niềm tin.

5. Một mục đích trọng tâm xác định khi được chuyển đến tiềm thức cùng với xúc cảm của niềm tin sẽ được phát triển hoặc chuyển đổi thành hình ảnh vật chất tương đương, thông qua nguyên tắc tương tự như cách lời cầu nguyện được hiện thực hóa.

6. Tiềm thức chính là phương tiện hay trung gian qua đó quá trình cầu nguyện có thể, và thỉnh thoảng được chuyển hóa thành hình ảnh tâm linh tương đương, và nhờ trí thông minh vô hạn nó sẽ được chuyển hóa thành hình ảnh vật chất tương đương.

7. Một mục đích trọng tâm xác định khi được kết hợp với niềm tin có thể

tương đương với lời cầu nguyện.

8. Không suy nghĩ hoặc lời cầu nguyện nào được tiềm thức công nhận và làm theo trừ khi chúng được kết hợp với cảm xúc hoặc cảm giác. Những suy nghĩ được tạo ra thông qua những lý do hoặc ý muốn hững hờ sẽ không được tiềm thức công nhận và làm theo.

Trong tám mục trên, tôi đã mô tả rất ngắn gọn những nội dung tổng quát

và thực chất của những gì tôi học được về quá trình hoạt động của tiềm thức. Tôi có được những phát hiện này là nhờ những ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp từ Henry Ford. Tôi tin rằng những thành tựu kỳ diệu mà Ford có được là dựa trên sự thấu hiểu và ứng dụng những nguyên tắc mà tôi trình bày ở trên. Rõ ràng, tài sản của Ford không phải nhờ may mắn hay tình cờ

có được. Và người nào hiểu, cũng như áp dụng những nguyên tắc trên có thể đạt được những thành tựu bất ngờ.

Về mặt sinh học, Henry Ford không có lợi thế hơn so với những người có mức thông minh bình thường. Những thành tựu vượt bậc của ông chủ yếu nhờ những kiến thức và việc vận dụng những nguyên tắc ưu việt mà những người bình thường khác không sử dụng. Tôi tin rằng không ai có thể đạt đến một thành công đáng chú ý ở bất cứ nghề nghiệp nào, nếu như anh ta không sắp xếp một cách có ý thức hay vô thức những nỗ lực của mình và làm việc dựa trên những kế hoạch xác định cũng như hướng đến một mục tiêu xác định!

Mục đích xác định là điều kiện thiết yếu để một người có thể sắp đặt những nỗ lực của mình một cách hiệu quả. Phân tán sự chú ý, mục đích và nỗ lực sẽ khiến cho mọi nỗ lực của người đó trở nên kém hiệu quả. Đây chính là nguyên nhân khiến nhiều người thất bại, nhưng hầu hết họ lại không nhận ra nó.

Hành động dứt khoát, rõ ràng vươn đến một mục tiêu xác định nào đó sẽ

giúp bạn đạt được mục tiêu tương đối dễ dàng.

Một quyết định dứt khoát nhằm đạt được một mục tiêu nghĩa là bạn đã đưa mục tiêu đó vào trong khả năng của chính mình.

Chân lý này vô cùng quý giá đối với tôi.

Nếu bạn đã thử và đối diện với thất bại, nếu bạn đã lên kế hoạch và chứng kiến nó tiêu tan trước mắt, chỉ cần nhớ rằng mỗi nhân vật vĩ đại nhất trong lịch sử đều là sản phẩm của sự can đảm, và sự can đảm, như bạn biết đấy, thường được sinh ra từ trong cái nôi của nghịch cảnh.

## ***Chương 21***

### **LÒNG KIÊN TRÌ**

Henry Ford đã dạy cho tôi giá trị của lòng kiên trì!

Tôi đã chứng kiến ông khởi đầu từ đồng hỗn độn và chiến đấu theo cách của ông trước mọi chướng đối và chướng ngại mà đã có thể đánh gục hầu hết những người bình thường ngay vòng đấu đầu tiên. Tôi đã chứng kiến Ford vun roi vào đói nghèo và ngu dốt. Nếu không có lòng kiên trì, chắc hẳn ông ấy đã không thể đánh bại những khó khăn đó.

Trong tầm quan sát của tôi về tất cả những người đã tạo lập cho họ những vị trí đáng mong muốn trên đất Mỹ, tôi không nhớ được có ai từng tự đề ra kế hoạch và thực hiện kế hoạch một cách kiên trì như Henry Ford. Lòng kiên trì của ông không giống như lòng kiên trì của những người bình thường khác.

Nhờ phẩm chất này, ông không bao giờ bị đánh gục dù cuộc sống có khó khăn đến đâu.

Tôi chưa từng biết một người nào có thể đưa ra quyết định nhanh chóng và kiên trì thực hiện kế hoạch như Ford. Khi đến thăm nhà của George S.

Parker, nhà sản xuất nhãn hiệu bút máy nổi tiếng Parker, tôi đã nói chuyện với một người hàng xóm của ông. Người hàng xóm này trước đây từng là kỹ

sư trưởng trong một nhà máy của Ford tại thành phố Detroit. Ông ấy kể cho tôi nghe một câu chuyện khắc họa rõ nét tính kiên định đến mức cố chấp

của Ford. Thời điểm đó, những kỹ sư nhà máy cùng nhau phác thảo và lên kế hoạch cải thiện thiết kế cụm trục sau của xe ô tô mẫu T. Sau khi kế hoạch hoàn thành, mọi người mời Ford đến để xem xét và kiểm tra.

Từng kỹ sư giải thích cho Ford những lý do cần thay đổi thiết kế của xe ô tô mẫu T. Ford nghe mà không nói lời nào cho đến khi người kỹ sư cuối cùng trình bày xong. Sau đó, ông đứng dậy, gõ nhẹ vào bản vẽ và nói: “Thưa các vị, các vị biết rằng chúng ta đang bán nhiều xe hơn chúng ta có thể sản xuất.

Chúng ta đang làm việc 24 giờ một ngày. Chừng nào mà tình hình này còn tiếp diễn, chúng ta sẽ không thay đổi bất cứ chi tiết nào”.

Cuộc họp kết thúc. Henry Ford quay đi và bước ra khỏi phòng mà không nói thêm lời nào. Henry Ford luôn xác định mục tiêu trọng tâm và kiên trì thực hiện như vậy.

Những năm sau đó, sự cạnh tranh khốc liệt trong ngành ô tô đã cản trở công việc kinh doanh của Ford nhiều đến nỗi ông cảm thấy cần thiết phải thay đổi thiết kế thân máy cũng như những bộ phận khác. Sau cùng, với sự miễn cưỡng, Ford yêu cầu bộ phận kỹ thuật bắt đầu thực hiện những kế hoạch đổi mới. Từ những kế hoạch đó, mẫu xe ô tô A ra đời và được xem là có tính thẩm mỹ cao hơn so với mẫu xe trước đó mà hãng Ford đã sản xuất. Ông ấy tiến hành sự thay đổi này một cách chậm rãi. Thật ra, là quá chậm, bởi các đối thủ cạnh tranh của ông đã có những bước tiến dài khi ông chưa thể phục hồi hoàn toàn từ những thất bại bởi việc trì hoãn.

Sau đó, thực tế trở nên hiển nhiên rằng công chúng cần nhiều sự đổi mới

hơn. Lần này, Ford thay đổi nhanh chóng và đưa ra mẫu xe hiện tại với động cơ 8 xylanh cùng nhiều sự cải tiến trong thiết kế. Khi Henry Ford thay đổi kế hoạch, ông thường cân nhắc rất kỹ lưỡng. Ông có bản tính làm việc kiên trì với kế hoạch của mình cho đến khi nó mang lại thành công, mặc dù kế

hoạch của ông có thể không phải là kế hoạch tốt nhất. Ford không phải là loại người dễ bị khuất phục và thay đổi chỉ vì người khác phê bình hay chỉ

trích. Tính kiên trì của ông có thể không phải lúc nào cũng phù hợp, nhưng như vậy còn tốt hơn việc thiếu hoặc không có lòng kiên nhẫn.

Lòng kiên trì yêu cầu sự dũng cảm, đặc biệt nếu nó được sử dụng như một nền tảng cho những ý tưởng mới. Hầu hết mọi người thường mất rất nhiều thời gian để chấp nhận những ý tưởng hoặc quan niệm mới. Hơn nữa, mọi người cũng thường không ủng hộ những ai muốn tạo ra những điều mới mẻ. Nếu không có lòng kiên trì, người ta sẽ dễ dàng bị khuất phục trước những lời chỉ trích và từ bỏ ý tưởng của mình trước khi nó kịp chín muồi.

Năm 1908, tôi có cơ hội chứng kiến anh em nhà Wright nỗ lực để máy bay cất cánh trên bầu trời. Cuối cùng họ đã bay lên được. Nó quay ba vòng trên không rồi sau đó đâm sầm xuống đất. Một người đàn ông lớn tuổi đứng gần tôi đã nói rằng:

“Đúng như tôi dự đoán. Nếu Thượng đế muốn con người bay được, Ngài đã cho chúng ta đôi cánh rồi. Họ sẽ không thể làm cái thứ đó bay được đâu”.

Ông lão đó không thấy gì ngoài sự thất bại. Còn tôi, tôi chỉ xem đó như một sự thất bại tạm thời.



Dù chỉ mới theo dõi sự kiên trì của Henry Ford một thời gian, tôi đã học được nhiều bài học hữu ích.

Hầu hết người Mỹ chỉ trích Theodore Roosevelt rất nhiều khi ông bắt đầu kế hoạch xây dựng kênh đào Panama. Mọi người nghĩ rằng đó là một công việc thiếu sáng suốt và chính phủ Mỹ sẽ phải tiêu tốn một số tiền khổng lồ

cho một dự án mà cuối cùng sẽ thất bại. Dưới sự chỉ đạo của Tướng Goethals, kế hoạch xây dựng kênh đào Panama được kiên trì thực hiện.

Cuối cùng, dự án này trở thành một trong những vụ đầu tư thành công nhất mà chính phủ Mỹ đã từng thực hiện.

Lòng kiên trì là một trong những thuộc tính của khả năng lãnh đạo tuyệt vời. Nếu không có phẩm chất này, người ta không thể duy trì khả năng lãnh đạo. Lòng kiên trì đôi lúc sẽ khiến con người bướng bỉnh và cố chấp. Tuy vậy, một người có lòng kiên trì với một kế hoạch yếu kém sẽ có cơ hội thành công cao hơn so với những người có kế hoạch hoàn hảo nhưng lại do dự và nao núng không dám thực hiện kế hoạch của mình.

Kiên trì là một trong những phẩm chất nổi bật nhất của Henry Ford, mà đôi khi có thể xem là một sự cố chấp, bướng bỉnh. Và nhờ sự kiên trì này, ông thừa nhận những thất bại tạm thời, nhưng không chấp nhận nó là thất bại vĩnh viễn! Tất cả những ai có lòng kiên trì đều có khả năng phân biệt được thất bại tạm thời và thất bại vĩnh viễn. Họ biết rằng thất bại tạm thời chỉ là bước đệm để bước lên một nấc thang cao hơn trên chiếc thang vươn tới thành công mà thôi. Những ai thiếu lòng kiên trì sẽ không hiểu được điều

này bởi họ thường bỏ cuộc ngay khi gặp khó khăn, thậm chí trước khi đạt đến giai đoạn thất bại tạm thời.

## ***Chương 22***

## **NIỀM TIN**

Henry Ford đã dạy cho tôi giá trị của niềm tin!

Không có niềm tin, con người sẽ có khuynh hướng thiếu lòng kiên trì. Niềm tin chính là nền tảng cơ bản nhất của sự kiên trì.

### **Niềm tin là gì?**

Niềm tin là một trạng thái tâm trí cho phép con người hình dung ra được mục đích trung tâm hoặc những kế hoạch và mục đích thứ yếu phải đạt được thậm chí trước khi bắt đầu theo đuổi chúng.

Niềm tin là một trạng thái tâm trí được tạo ra thông qua cường độ của sự

mong muốn, được hỗ trợ bởi những gợi ý bền bỉ đến tiềm thức rằng đối tượng của những mong muốn này sẽ được nhận thức đầy đủ và nhanh chóng trở thành hiện thực.

Niềm tin bắt đầu thế chỗ cho lòng nghi ngờ khi một người nhận ra sự tồn tại của trí thông minh vô hạn.

Niềm tin tự nhiên lên trong quá trình được sử dụng, người ta càng dựa vào niềm tin, niềm tin này ngày càng trở nên rõ ràng hơn.

Niềm tin là liều thuốc tiên của tự nhiên thông qua đó, tự nhiên sẽ cho phép con người biến đổi những thôi thúc của suy nghĩ trở thành những tòa nhà

chọc trời hoặc một túp lều rách nát.

Thông qua minh chứng của ông về niềm tin, tôi đã học được cách phải làm việc với bất kỳ công cụ nào có sẵn chứ không đợi chờ cho đến thời điểm thích hợp mới bắt tay vào biến các mong ước thành hiện thực. Tôi khám phá ra rằng thời điểm thích hợp theo nghĩa đen sẽ không bao giờ xảy đến với bất kỳ ai. Nếu chúng ta chờ đợi mọi điều kiện thích hợp xuất hiện mới bắt đầu biến mục đích trung tâm

của bản thân thành hiện thực, chúng ta sẽ không bao giờ thật sự bắt đầu!

Thời gian bắt đầu chính là ngay bây giờ.

Những phân tích về Henry Ford cho thấy rằng ông ấy tin tưởng và thực hành thói quen khởi đầu ngay từ chính vị thế hiện tại của ông. Những ngày đầu khi mới bước chân vào ngành sản xuất ô tô, ông ấy buộc phải theo thói quen này.

Thời điểm chẳng thể xem là thích hợp vào lúc ông bắt đầu thí nghiệm với những máy móc ô tô, nhưng ông vẫn cứ tiếp tục.

Thực tế, Ford tuân thủ thói quen này một cách "máy móc" đến mức bị mất việc vì ban ngày ông đi làm và ban đêm thí nghiệm những máy móc ô tô.

Những ngày đầu khởi nghiệp, Henry Ford rất chật vật trong chuyện tiền nong. Thế nhưng, ông đã dùng niềm tin để thay thế cho tiền bạc, và sau những kỳ tích, ông phát hiện ra chính niềm tin ấy mang lại hiệu quả còn nhiều hơn cả tiền bạc!

Trong những ngày đầu tìm kiếm triết lý về sự thành công, tôi đã nhiều lần bị những kẻ chống đối tìm cách bôi nhọ danh tiếng cũng như phá hỏng nhiều cơ hội giúp tôi hoàn thành và trình bày triết lý của mình với thế giới.

Nhờ ảnh hưởng của Henry Ford, tôi đã khám phá ra rằng sự kiên trì cũng không sánh được với niềm tin. Tôi tiếp tục công việc của mình, không bận tâm chú ý đến những sự việc bên ngoài, không bao giờ dừng lại để công kích những lời chỉ trích của người khác hay giải thích bất cứ điều gì với bạn bè.

Tôi chỉ dựa vào niềm tin của chính bản thân thay cho những lời giải thích.

Và tôi không thất vọng vì quyết định này.

Từ năm 1929, một tai họa bất thành linh giáng xuống mọi người khắp nơi trên thế giới. Người ta thường gọi nó là cơn Đại suy thoái. Hàng nghìn ngân hàng đóng cửa. Hàng triệu người thất nghiệp. Những khối tài sản lớn bỗng chốc tan biến thành mây khói. Hàng nghìn nhà lãnh đạo kinh tế, tài chính, công nghiệp, chính trị, tôn giáo tỏ ra sợ hãi và thu mình lại. Hỗn loạn khắp mọi nơi. Bất chấp tình trạng khó khăn này, Henry Ford là một trong số ít những nhà lãnh đạo vẫn cố gắng giữ vững cương vị và tiến bước với niềm tin vào tương lai của nước Mỹ. Trong lúc mọi người bàn tán về mong muốn quay lại thời kỳ thịnh vượng trước đây, Ford cố gắng tạo dựng của cải và sự

thịnh vượng cho tương lai. Trong khi nhiều nhà sản xuất ô tô khác sa thải hàng ngàn nhân công, Henry Ford lại tuyển dụng thêm nhiều nhân công mới. Thật sự, chỉ có niềm tin mới có thể dẫn dắt con người vượt qua giai đoạn khó khăn như những năm 1931-1932.

Ford không chút nào bối rối vì cơn Đại suy thoái này.

Trong khi nhiều người khác điên cuồng đổ xô chạy đến các ngân hàng để

rút hết tiền ra và khiến các ngân hàng này phá sản, Henry Ford vẫn gửi tiền trong ngân hàng và tiếp tục sản xuất kinh doanh như thể chưa có chuyện gì xảy ra. Điều này đòi hỏi niềm tin. Henry Ford có niềm tin, và nhờ nó, ông cũng có được sự thịnh vượng.

Niềm tin có thể đánh bại mọi trở ngại trên đường đời, trừ mỗi cái chết.

Nhưng có lẽ thậm chí niềm tin có thể đánh bại cả cái chết! Ai biết được cơ

chứ? Ai có thể sẵn lòng tin tưởng đủ để tìm ra liệu giới hạn của niềm tin là gì, hoặc liệu có bất kỳ giới hạn nào của niềm tin hay không?

Giáo lý của những tôn giáo vĩ đại nhất đều hình thành dựa trên nền tảng niềm tin. Chúa Giêsu vốn dĩ khiến tông đồ tin vào những phép

màu của Người chủ yếu thông qua niềm tin.

Nếu niềm tin là trung tâm của tôn giáo và nếu niềm tin tạo nên nền tảng triết lý của chúa Giêsu, thì tại sao những người mong muốn đạt được thành công lại không chú ý đến tính chất này?

Tất cả chúng ta đều có hy vọng và mong ước, nhưng những điều này đều không thể thay thế cho niềm tin!

Nếu Henry Ford chỉ hy vọng và mong ước biến mục đích trung tâm của mình thành hiện thực, có lẽ ông ấy đã đi theo con đường mà hàng trăm nhà sản xuất xe hơi khác đã đi qua kể từ khi ông bắt đầu kinh doanh. Ông ấy đã thành công vượt qua nhiều trở ngại và sự chống đối từ người khác chủ yếu nhờ có niềm tin vững vàng.

Hằng năm, có rất nhiều kẻ dự đoán Ford sẽ vấp ngã, và phố Wall sẽ giành lấy công việc kinh doanh của ông. Trong khi chờ đợi ngày đó đến, Ford vẫn tiếp tục đi theo con đường của mình và xây dựng những kế hoạch mới cho tương lai.

Henry Ford biết rằng, niềm tin của ông sẽ giúp ông vượt qua những tình huống kinh doanh khẩn cấp mà ông sẽ gặp phải. Nhờ đó, ông sẽ đạp lên con sóng của những khó khăn thay vì bị chúng nhấn chìm.

Giới trí thức xem thường Henry Ford, vì ông không phải là người được giáo dục và đào tạo qua trường lớp chính thống.

Tuy nhiên, ít có ai trong số những trí thức này có được số tài sản trị giá hàng tỷ đô la như Ford. Ông biết cách giành được vật chất, của cải mà không động chạm đến quyền lợi của người khác. Điều này thể hiện tính giáo dục cao hơn so với nhiều kẻ tự xưng mình là trí thức và có giáo dục. Ford có thể

giành lấy bất cứ thứ gì ông ấy muốn bởi vì ông ấy có niềm tin!  
Những người khác cũng sẽ có được khả năng này, nếu họ có được niềm tin sắt đá như

Henry Ford.

Một kẻ ngu dốt có thể hỏi những câu hỏi mà những người có học vấn cao nhất không thể trả lời, nhưng không kẻ ngu dốt nào có thể đánh bại được sự nghèo đói cũng như sự tăm tối và đạt được khối tài sản 1 tỷ đô la bằng cách xây dựng loại hình dịch vụ hữu ích. Henry Ford là một con người của học tập. Ông ấy đã học tập bằng cách trầm tư mặc tưởng, suy nghĩ và thử

nghiệm mà không đặt ra bất kỳ giới hạn nào. Henry Ford đã thành công hơn

hầu hết mọi người bởi ông đã loại bỏ những giới hạn mà nhiều người nghĩ

mình không thể vượt qua.

Henry Ford lớn lên trong một nông trại. Ông ấy xây dựng nền tảng cho niềm tin vĩnh cửu của mình bằng cách quan sát trật tự, sự ngăn nắp của tự nhiên.

Ngước lên bầu trời, ông thấy hàng vạn ngôi sao và hành tinh chuyển động một cách trật tự và chính xác. Từ đó, ông kết luận rằng vạn vật trong thiên nhiên luôn vận động dựa trên một mục đích, đường hướng nhất định để tạo ra sự phong phú và hiệu quả.

Khi cơn Đại suy thoái hoành hành trên khắp nước Mỹ, Ford quan sát thấy rằng không có cuộc suy thoái nào diễn ra trong địa hạt tự nhiên. Ông vẫn nhìn thấy cùng một mặt trời soi sáng xuống trái đất và giúp hạt giống nảy mầm vươn lên. Ông nhận thấy rằng dù trong những năm 1930 – 1931 này, thiên nhiên vẫn làm công việc của mình không khác gì so với hàng trăm, hàng ngàn, hàng triệu năm trước. Từ những quan sát này, Ford đã suy luận rằng những cuộc suy thoái kinh tế là do chính con người tạo ra. Và từ những kinh nghiệm trong quá khứ, ông ấy biết những gì con người làm ra đều có thể được thay đổi hoặc xóa bỏ. Bằng sự quan sát và niềm tin sâu sắc, Henry Ford vẫn tiếp tục mở rộng công việc kinh doanh của mình, vì ông biết

cơn bão suy thoái sẽ qua đi và yên bình sẽ xuất hiện từ trong hỗn loạn khi con người lấy lại cảm giác cân bằng.

Và tất cả chúng ta đều biết ông ấy đã dự đoán đúng.

Không gì có thể đánh bại một người có niềm tin vĩnh cửu!

Nếu một kế hoạch thất bại, ông ấy sẽ đưa ra một kế hoạch khác để thay thế, bởi biết rằng chỉ có kế hoạch là thất bại.

Những ai có niềm tin này đều là những người có học thức, cho dù anh ta chưa bao giờ bước chân vào một ngôi trường nào.

Henry Ford biết mọi thành công đều được xây dựng dựa trên sự tự tin và niềm tin, đồng thời công việc kinh doanh sa sút là do con người đã đánh mất hai phẩm chất này.

Trong số những tỷ phú Mỹ, dường như không ai có thể mang lại kiến thức về sự thành công nhiều hơn Henry Ford.

Đối với tôi, ông ấy là một trong hai người thú vị nhất trên thế giới. Người còn lại chính là Mahatma Gandhi, nhà yêu nước nổi tiếng của Ấn Độ. Đặc biệt, giữa Henry Ford và Mahatma Gandhi có nhiều điểm tương đồng, trong số đó là một niềm tin vững chắc. Với niềm tin vô bờ bến, Gandhi đã dẫn dắt 200 triệu người dân Ấn Độ cùng nhau chung sống hòa hợp. Đây là một thành tựu vĩ đại mà chưa từng có người nào trên thế giới thực hiện được trước đó.

Niềm tin là một phẩm chất hiếm có. Những ai có được phẩm chất này đều rất đáng để chúng ta học hỏi và tranh tài.

Hơn một lần trong suốt sự nghiệp của mình, Henry Ford đã phải khéo léo tranh đấu với những người giàu có và quyền thế khác. Mỗi lần như vậy, danh tiếng của ông lại được đưa lên vị trí hàng đầu. Niềm tin của Henry

Ford luôn được chứng minh là mạnh mẽ và hiệu quả hơn so với sự xảo trá của những người khác. Henry Ford đã từng nhiều lần gặp

thất bại, nhưng ông luôn biết tự trang bị cho mình bằng chính kiến thức và kinh nghiệm sau những lần thất bại trước đó. Từ những kiến thức và kinh nghiệm này, ông đã xây dựng nên một bức tường thành tự vệ mà chưa ai có thể thâm nhập được.

Bất kỳ ai cũng có thể trở nên vĩ đại bằng cách làm những việc bình thường của cuộc sống với một tinh thần vĩ đại, với mong muốn cống hiến những giá trị và dịch vụ hữu ích cho cộng đồng, bất kể có được yêu cầu hay không.

## ***Chương 23***

### **TÍNH QUẢ QUYẾT**

Henry Ford đã dạy cho tôi biết giá trị của việc đưa ra quyết định nhanh chóng và rõ ràng.

Bằng cách so sánh phương pháp của Henry Ford với phương pháp của những người khác, tôi nhận thấy trong bất kỳ ngành nghề nào, người nào chậm chạp trong việc đưa ra quyết định và nhanh chóng thay đổi quyết định của mình ít khi đạt được thành công nổi bật. Từ những phương pháp của Ford, tôi đã học được chân lý này:

“Khi cảm thấy nghi ngờ, hãy làm điều gì đó, thậm chí dù điều đó không hơn gì việc đi bộ quanh một tòa nhà và suy nghĩ cần phải làm gì.”

Được truyền cảm hứng bởi những hành động kỳ diệu của Henry Ford, tôi học được rằng do dự là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến nghèo khổ mà con người phải nếm trải; do dự dẫn đến thất vọng và con người phải gánh chịu hình phạt do mình tự áp đặt ra.

Do dự trong thời điểm khẩn cấp sẽ phá hủy mọi khả năng, tư cách của người lãnh đạo. Không lâu sau khi khủng hoảng bắt đầu, tôi đã nhận thấy dấu hiệu do dự ở các nhà lãnh đạo trong hầu hết mọi lĩnh vực kinh doanh và nghề nghiệp. Những người bình thường hành



động nhanh và dứt khoát thì nay tìm chỗ ẩn náu, run rẩy và không có bất kỳ hành động nào. Những người này dường như chấp nhận phương châm sống của họ là

“Khi cảm thấy nghi ngờ, đừng làm gì cả”.

Người quyết định chóng vánh có thể phạm nhiều sai lầm hơn những người quyết định chậm chạp. Và chắc chắn, anh ta sẽ phạm sai lầm nhiều hơn người không bao giờ đưa ra quyết định. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng người quyết định nhanh và dứt khoát có thể đưa ra 9 trên 10 quyết định sai mà vẫn đạt được kết quả vô cùng tuyệt vời hơn người không đi đến quyết định hay người cho phép người khác quyết định thay anh ta.

Vậy thế nào là tính quả quyết? Nó là một suy nghĩ toàn diện!

Người quả quyết phải là người của suy nghĩ. Hành động đưa ra quyết định sẽ bao hàm nguyên tắc suy nghĩ đúng đắn - một quy trình mà đa số mọi người hoàn toàn không biết gì về nó.

Một trong những khám phá lạ lùng nhất mà tôi phát hiện ra về con người, đó là mức độ họ né tránh đưa ra quyết định cho chính bản thân mình. Hầu hết mọi người sẽ làm việc vất vả hơn để tránh suy nghĩ nhiều về những việc lẽ ra phải được thực hiện bằng cách suy nghĩ.

Người hiểu được làm thế nào để đi đến quyết định một cách thông minh không chỉ làm chủ số phận của mình, mà còn có thể điều khiển số phận của người khác. Do đó, hãy thử phân tích các nguyên tắc mà qua đó chúng ta có thể đưa ra quyết định một cách thông minh.

1. Trước khi đưa ra quyết định, hãy chắc chắn bạn đã có được tất cả dữ kiện có sẵn liên quan hay ảnh hưởng đến quyết định đó.
2. Học cách phân biệt sự khác nhau giữa sự thật và tin đồn, thậm chí cần bỏ

ra những nỗ lực để tách biệt chúng.

3. Học cách phân biệt sự khác nhau giữa những dữ kiện quan trọng và không quan trọng.

4. Khi không thể tận dụng tất cả dữ kiện bạn cần để đi đến quyết định, hãy sử dụng kinh nghiệm đã có và lẽ phải của bạn, và đưa ra lý luận cho những dữ kiện bạn bỏ qua. Tất cả các quyết định được đưa ra theo cách này nên được thực hiện trước trong tâm trí và nên thay đổi chúng ngay lập tức nếu sau đó bạn nhận thấy những dữ kiện giả định này không đúng.

Nếu bạn thực hiện bốn nguyên tắc đơn giản này như một thói quen, chúng sẽ giúp bạn đưa ra quyết định vừa nhanh chóng vừa thông minh.

Quan điểm cá nhân là thứ phong phú và rẻ nhất trên trái đất. Mỗi người có rất nhiều quan điểm. Hơn nữa trên thực tế, mỗi người tự do đưa ra quan điểm của mình. Không ai có quyền đưa ra quan điểm của mình ở bất cứ vấn đề nào, trừ phi quan điểm đó được dựa trên những suy nghĩ và phân tích cẩn thận các dữ kiện hoặc đó là điều mà họ tin là sự thật. Hầu hết các quan điểm chỉ có giá trị với người đưa ra chúng, vậy thôi!

Mỗi người bình thường đều được tạo hóa phú cho khả năng suy luận. Khả

năng suy luận mang đến cho họ khả năng phân biệt giữa sự thật và hư cấu.

Đối với hầu hết mọi người, khả năng này gần như ngày càng giảm đi do ít dùng đến nó.

Nhưng đối với Henry Ford, khả năng suy luận phát triển mạnh và trở nên chính xác do ông thường xuyên sử dụng nó.

Nhà văn bất hủ Emerson đã nói: “Tính kiên định là trở ngại lớn nhất của những đầu óc hẹp hòi”. Tôi có thể chắc chắn Ford không phải lúc nào cũng kiên định, nhưng ông ấy đã thoát khỏi nghèo khó và tích lũy được cơ nghiệp to lớn mà không xâm phạm lợi ích của người khác. Ngoài ra, ông ấy còn giúp những người cộng tác với mình tạo dựng nên tài sản khổng lồ và thuê hàng trăm ngàn nhân viên với mức lương cao. Có nhiều dữ kiện là bằng chứng hợp lý chứng minh Henry Ford là người suy nghĩ đúng đắn. Những người có suy nghĩ đúng đắn luôn luôn là người kiên quyết!

## **Chương 24**

### **TINH THẦN THƯỢNG VÕ**

Henry Ford đã dạy cho tôi giá trị của tinh thần thượng võ!

Hơn 25 năm nay, tôi đã quan sát và thấy Ford điều khiển nỗi sợ bị phê bình bằng cách rộng lượng chấp nhận thất bại như đã chấp nhận thành công.

Tôi chưa bao giờ nghe nói ông ấy trả đũa hay than phiền ở bất kỳ hình thức nào về cách hành xử của kẻ thù đối với mình. Khi bắt đồng với anh em nhà Dodge, Ford đã tự thoát khỏi tình trạng kinh doanh rối bời và hạn chế gây ra thiệt hại ít nhất có thể cho kẻ thù. Nếu Ford chưa bao giờ trả lời phỏng vấn báo chí về thương vụ đó, tôi chắc chắn sẽ không bao giờ biết được điều này.

Nhiều người hợp tác kinh doanh với Ford bằng cách đầu tư vài ngàn đô la hay cống hiến giá trị cá nhân của họ hoặc cả hai, sau đó họ thành công với khối tài sản to lớn. Ford không cố gắng ngăn cản họ rút lui khi họ đã sẵn sàng, và cũng không cố gắng cản trở họ nhận lại tài sản doanh nghiệp lớn hơn nhiều so với những gì họ đã đầu tư vào. Từ lúc bắt đầu kinh doanh, Henry Ford đã tỏ ra là một người “chơi đẹp”. Tuy nhiên, nhiều người lại xem đó là sự lạnh nhạt.

Thỉnh thoảng, tôi nghe nhà đại lý, nhân viên bán hàng hay người làm công cũ nào đó than phiền về sự nhẫn tâm của Ford đối với người

làm. Theo như

dữ liệu mà tôi có được, sự nhẫn tâm của Ford bao gồm việc vạch ra cách

thức và phương pháp giúp con người làm việc hiệu quả hơn.

Tôi chắc rằng vào thời điểm 1930, trước khi mọi người tập trung ồ ạt vào ngành công nghiệp sản xuất xe hơi, Ford đã giúp những người phân phối của ông làm việc hiệu quả hơn cả những gì họ mong đợi. Công bằng mà nói, đối với Ford, sự cạnh tranh trong giới kinh doanh xe hơi trở nên rất quyết liệt khi dòng xe Chevrolet được phân phối rộng rãi trên thị trường.

Ford nhận ra việc nâng cao khả năng hoạt động cho bộ phận những người phân phối là điều cần thiết để đối phó với cuộc cạnh tranh này. Cũng nên nhớ rằng, bất kỳ kế hoạch nào mà Ford tiến hành để khuyến khích những người phân phối sẽ giúp ích cho họ hơn là cho ông ấy. Rõ ràng, Ford càng thúc ép những người phân phối bán càng nhiều xe thì họ càng tạo ra nhiều lợi nhuận hơn. Trái ngược với những lời cáo buộc Ford nhẫn tâm, nỗ lực sản xuất và phân phối xe hơi hiệu quả của ông ấy đáng lẽ phải được những người phân phối công nhận như một sự giúp đỡ thật sự.

Ford không phải là kiểu người dễ dàng thân mật. Ông ấy không phải là người dễ bị thuyết phục và tính khí của Ford rất cứng cỏi và vững vàng khi thực hiện những kế hoạch. Nhưng suy cho cùng, ông ấy là một người trung thực, công bằng và khí phách, vì tâm trí ông luôn suy nghĩ về việc sản xuất và bán một chiếc xe hơi sao cho phù hợp với nhu cầu và khả năng của người bình dân. Tôi chưa bao giờ nghe nói Ford là kẻ bất lương và cũng không nghĩ có ai đó nghe được điều này. Kẻ thù hay cho rằng ông là một con người nhẫn tâm. Nhưng khi ai đó dừng lại và xem xét cách thức vận hành công việc kinh doanh của Ford, người đó sẽ dễ dàng hiểu tại sao Ford không chấp

nhận mọi yêu cầu áp đặt lên mình. Tính hiệu quả bao gồm một đường lối kinh doanh rõ ràng và những kế hoạch nhất định để thực

hiện đường lối đó.

Nếu ông ấy không làm như thế, có lẽ ông ấy sẽ không thành công như hiện nay.

Hầu như khi bắt đầu sự nghiệp kinh doanh, Henry Ford đã nhận thấy một điều mà không phải ai cũng thấy được, đó là việc thiếu khả năng đến mức ngớ ngẩn của những người sản xuất và buôn bán hàng hóa. Ông ấy đã hoàn thiện tâm trí của mình để không phải trở thành nạn nhân của sự ngớ ngẩn đó.

Ford hiểu rõ ông ấy đang làm việc ở giữa thời đại máy móc, khi mà quy luật

“mạnh thắng, yếu thua” đang chiếm ưu thế.

Tất nhiên, Ford biết rằng trạng thái sung sức cũng chính là hiệu suất của mỗi người, và với thành công đầy ấn tượng, ông ấy đã xây dựng kế hoạch mà qua đó có thể đạt được sự sung sức ấy.

Nhiều người được xem là có tinh thần thượng võ hơn Ford nhưng đã không vượt qua được cuộc suy thoái kinh tế. Từ điều này, tôi có thể đi đến kết luận chắc chắn rằng việc quản lý lỏng lẻo đôi khi lại được coi là thượng võ, nhưng thực tế, nó là biểu hiện của khả năng quản lý yếu kém.

Ford luôn luôn trả lương cao cho nhân viên. Ngược lại, ông ấy quản lý nghiêm khắc nhân viên để thu lại giá trị mà họ cống hiến cho công ty. Điều này không có gì là không công bằng trừ khi tôi hoàn toàn đánh giá sai ý nghĩa của sự việc.

Những người thường xuyên làm công tác từ thiện viện lý do Ford không làm từ thiện để chỉ trích ông ấy. Tôi cho rằng những lời nhận xét như vậy là quá ích kỷ. Một người mang lại lợi nhuận và việc làm thường xuyên cho hàng ngàn người với mức lương và điều kiện làm việc cao hơn mức trung bình như Ford thì ông ấy đang giúp đỡ trực tiếp và hiệu quả hơn so với những món quà của người làm từ thiện.

Ford tin rằng hình thức từ thiện tốt nhất là không làm mất lòng tự trọng của một người bằng cách cho anh ta cái gì đó, nhưng phải tạo cho anh ta cơ hội tự quyết định công việc của mình.

Theo tôi đây là hình thức từ thiện thiết thực nhất. Nó cũng thể hiện rõ tính công bằng.

Thực tế, Ford trở nên giàu có đáng kinh ngạc là vì ông ấy đã giúp người khác kiếm tiền và làm giàu bằng phương pháp hiệu quả của mình hơn là tự họ

làm mà không có sự giúp đỡ từ Ford. Ngược lại, hiệu quả làm việc của Ford đã trở thành hiệu quả làm việc của những người kiếm lời từ việc phân phối xe hơi hay làm việc ở các công ty của Ford.

Tôi tin rằng thế giới thương mại đã đạt đến giai đoạn khi những kiểu mẫu và phương pháp của Henry Ford ở nhiều phương diện phải được noi theo hơn là chỉ trích. Việc kinh doanh thành công trong tương lai sẽ được tổ chức theo cách tương tự như cách chỉ đạo công việc khôn khéo của Ford, đó là giúp mọi người kiếm tiền ở mức tối đa có thể. Để thực hiện điều này, thương gia và nhà sản xuất phải loại trừ lãng phí và những phí tổn không cần thiết từ việc quản lý yếu kém.

Không phải chỉ những người trong lĩnh vực kinh doanh hay công nghiệp

mới có thể học tập Henry Ford mà các nhà sư phạm cũng có thể học tập bằng cách quan sát phương pháp của ông ấy. Nếu đường lối kinh doanh của Henry Ford được áp dụng trong giáo dục, thời gian học những môn lý thuyết không mang lại giá trị thực tế cho học sinh có thể được rút ngắn.

Những chính trị gia cũng có thể học tập và áp dụng phương pháp hiệu quả

của Ford. Cũng như mọi người, tôi tin nếu Henry Ford được tự do hành động, ông ấy có thể vận hành chính phủ Mỹ tiết kiệm được 500 triệu đô la một năm. Nếu như Ford là người quản lý kho bạc quốc gia, tôi tin ông ấy đã có thể làm giảm một nửa nạn tham ô, tình trạng chông chéo và đôi khi là những vị trí công việc hoàn toàn không cần thiết.

Dĩ nhiên, những người rơi vào những trường hợp này sẽ than phiền, nhưng chắc chắn những người dân đóng thuế, những người ủng hộ chính phủ sẽ

không phàn nàn về điều này.

Khi bạn nghe ai đó chỉ trích Henry Ford là người thiếu tinh thần thương võ, hãy tìm hiểu kỹ về lời than phiền đó. Có lẽ lời than phiền này xuất phát từ

một người ghen tức với khả năng của Ford, hay xuất phát từ một người không đồng tình với những kế hoạch buộc người khác tạo ra giá trị được công nhận của ông.

## ***Chương 25***

### **PHÂN BỐ THỜI GIAN VÀ CHI TIÊU**

Henry Ford đã dạy tôi bài học về việc phân bố thời gian và chi tiêu của mình.

Bằng cách quan sát Henry Ford, tôi đã khám phá ra người ta có thể trở nên giàu có nhờ biết cách sắp xếp hợp lý thời gian của bản thân để tạo ra thu nhập nhiều hơn. Tôi tin rằng khó ai có thể giàu có bằng cách để dành một phần tháng lương của mình. Thời gian mà hầu hết mọi người lãng phí trong một ngày còn nhiều hơn so với khoảng thời gian mà họ sử dụng một cách hiệu quả cho công việc của mình. Điều này khá đúng với những người làm công ăn lương nói chung và tiểu thương nói riêng.

Từ sau khi Chiến tranh Thế giới thứ II kết thúc, những người thuộc hai tầng lớp kể trên dường như đã lãng phí một lượng thời gian khổng lồ. Sự lãng phí này được biểu hiện qua việc họ sử dụng không hiệu quả thời gian cũng như chi tiêu không hợp lý. Điều này sẽ dẫn đến nhiều hệ lụy và một trong những hệ lụy quan trọng nhất chính là lãng phí sức khỏe. Lãng phí thời gian kéo dài hàng năm trời trên khắp nước Mỹ với một tỷ lệ đáng kinh ngạc. Một số người biện minh rằng họ cần thời gian để thư giãn và phục hồi sức khỏe.

Với những người này, tôi muốn đưa ra cho họ lời gợi ý rằng Henry Ford đã luôn duy trì được sức khỏe tốt mà không lãng phí thời gian trong lối sống phóng đãng theo kiểu của họ.

Henry Ford vẫn dành thời gian nghỉ ngơi và thư giãn. Sự khác biệt lớn nhất

giữa Henry Ford và những người tầm thường lãng phí thời gian chính là cách giải trí của họ thường dẫn đến những tác động tiêu cực cho sức khỏe và tinh thần, trong khi đó cách của Henry Ford giúp ông mở rộng thêm tâm trí mà không gây hại cho sức khỏe của mình.

Tôi không phải là nhà viết tiểu sử hay người tuyên truyền cho Henry Ford.

Tôi chỉ là một người quan sát những thói quen và đường lối nghề nghiệp của ông trong hơn hai mươi lăm năm qua và đã thu được nhiều ích lợi từ

chúng.

Chúng ta sẽ có được của cải, tiền bạc như mong muốn nếu biết kết hợp hài hòa tinh thần tự kỷ luật với việc phân bổ thời gian và chi tiêu một cách hợp lý và chặt chẽ. Tuy nhiên, có nhiều người muốn thành công nhưng lại không chịu đánh đổi, và đó là một trong những lý do khiến cho rất nhiều người không bao giờ có được tài chính độc lập. Đa số chúng ta khi nhìn vào thời kỳ hoàng kim của Henry Ford đều nói "Ông ta thật may mắn!".



Ít có ai trong chúng ta chịu khó quan sát khoảng thời gian mà ông ấy đã trải qua cũng như phân tích nguyên nhân “sự may mắn” của Ford. Tôi đã tự

mình phân tích Henry Ford theo cách gần gũi và chính xác nhất có thể. Nhờ

đó, tôi đã khám phá ra những phương châm sống và làm việc của ông mà chúng có thể giúp ích cho cuộc sống của tôi.

Tôi đã viết một số trang trong quyển sách này vào một ngày tháng sáu nóng bức. Trong lúc đang viết, một người quen của tôi đến mời tôi đi chèo thuyền một chuyến. Tôi rất muốn đi cùng với anh ta. Tuy vậy, thời gian biểu của tôi

cho thấy rằng tôi không thể đi vào lúc này. Tôi có hối tiếc hay không? Câu trả lời là không, bởi vì tôi thích công việc đang làm cũng như biết cách biến nó thành một thứ giải trí cho riêng mình. Thay vì lo lắng thói quen tự kỷ

luật của bản thân có thể khiến tôi bỏ lỡ một số trò giải trí, tôi nhìn ra

giới bên ngoài và nghĩ rằng nhiều người, cả đàn ông lẫn đàn bà, đang cần truyền nguồn cảm hứng thực tế, và hy vọng rằng, chúng có thể được tìm thấy từ những trang viết của tôi và họ sẽ quay lại biết ơn Henry Ford, bởi vì nhờ ông ấy mà tôi đã xây dựng thói quen phân bổ thời gian của mình hợp lý cũng như tuân theo thời gian biểu này một cách chặt chẽ và kỷ luật.

Tôi không những cảm thấy hạnh phúc vì mình biết cách phân bổ thời gian, mà còn hài lòng hơn khi biết rằng niềm vui thật sự chỉ đến từ việc mang lại sự giúp đỡ hữu ích cho người khác.

Do đó, thói quen phân bổ thời gian và chi tiêu của bản thân một cách hiệu quả và chặt chẽ không chỉ mang lại tiền bạc vật chất mà quan trọng hơn là niềm hạnh phúc dài lâu.

Không ai có thể trở nên nổi tiếng và giàu có nếu không tạo ảnh hưởng và thuyết phục những người xung quanh.

Đơn giản là không thể.

## **Chương 26**

### **KHIÊM TỐN**

Henry Ford đã dạy tôi về giá trị của lòng khiêm tốn!

Thói quen, phong cách sống và thái độ của Henry Ford đối với mọi người lúc hiện tại không khác gì cách ông đã đối xử với người khác khi còn nghèo khó. Thành công không làm biến đổi tâm hồn và nhân cách của ông ấy.

Đa số những người đạt đến thành công lớn đều giống như vậy.

Henry Ford không có quan niệm sai lệch về tầm quan trọng của bản thân!

Ông ấy có một cuộc sống giản dị và không xem thường những người nghèo khổ hơn mình. Ford không phải là một người có khả năng diễn thuyết hay thuyết giáo. Thật ra, ông là một người ít nói và trầm lặng. Do đó, nhiều người cho rằng ông lạnh lùng và tự cao.

Tôi lại nghĩ Henry Ford sở dĩ có phần e dè trước mọi người chủ yếu là do "hệ

thống phòng thủ" mà ông xây dựng nên nhằm tránh né những người săn đón ông sau khi ông trở nên giàu có và nổi tiếng. Sự việc hàng năm có hơn 30.000 người viết thư cho ông để xin hỗ trợ về tài chính bằng cách này hay cách khác cũng nói lên phần nào lý do ông cảm thấy cần thiết phải giấu mình trong một chiếc vỏ bọc chắc chắn. Nhưng những bức thư này không hoàn toàn lãng phí. Ông đã dồn chúng lại và bán giấy vụn.

Nói chung, Henry Ford đã chứng minh cho mọi người thấy rằng ông ấy có

một tính cách rất đặc biệt. Không gì có thể khiến ông nản lòng hay tự cao quá mức.

Sự khiêm nhường của Henry Ford xuất phát từ sự hiểu biết và vận dụng những quy luật vô hình của tự nhiên. Ông ấy có mối quan hệ mật thiết với Thomas Edison, Luther Burbank, John Burroughs và nhiều vĩ nhân khác.

Điều đó cho thấy ông rất tôn trọng những người tuân theo quy luật của tự

nhiên.

Tôi nghĩ tính khiêm tốn của ông phần nào có được là nhờ ảnh hưởng của những nhà khoa học và những người theo chủ nghĩa tự nhiên này.

Henry Ford biết rằng trí thông minh vô hạn luôn luôn có mặt trong mọi vật thể và lấp đầy khoảng không vũ trụ. Ông ấy cũng biết rằng sự hiểu biết này có thể giúp đỡ con người giải quyết những khó khăn nếu họ biết cách nhìn nhận và chấp nhận nó. Bởi vì Henry Ford là người khiêm tốn nên ông cảm thấy không có gì khó khăn khi tiếp cận và hòa hợp với trí thông minh vô hạn này. Cũng nhờ tấm lòng khiêm nhường, ông không bao giờ bị ảnh hưởng hay bị làm phiền bởi cái gọi là lòng kiêu hãnh – một nhân tố khiến nhiều người từ bỏ thói quen giúp đỡ người khác. Trí thông minh vô hạn và lòng kiêu hãnh không thể đi cùng nhau. Nhiều người chỉ nhận ra sự thật này khi đã đi hết phần lớn cuộc đời. Lòng kiêu hãnh thường chỉ là sự kiêu ngạo mà thôi. Tôi chưa bao giờ nghe ai nói hay chứng minh là Henry Ford là người kiêu ngạo trong cuộc sống và trong công việc. Sự kiêu ngạo thường đòi hỏi cơ hội để được bộc lộ. Lòng kiêu ngạo và sự khiêm tốn là hai tính cách đối nghịch nhau. Khi một người có lòng kiêu ngạo, người đó thường

không có tính khiêm tốn và ngược lại.

Có lẽ không phải ai khi đọc quyển sách này cũng đều nhìn nhận Henry Ford là một người khiêm tốn. Một số thông tin không chính xác từ những đối thủ

hay những người không hiểu về Henry Ford đã khiến mọi người hiểu sai lệch về ông. Và thái độ không mấy thân thiện cùng sự trầm lặng của ông càng làm cho người ngoài cuộc xem những thông tin không chính xác về

ông là thật.

Tất cả những ai hiểu được bản chất của tự nhiên đều có một tấm lòng khiêm nhường. Tôi may mắn biết được những thói quen và khuynh hướng của John Burroughs và Thomas Edison thậm chí còn rõ hơn những thói quen của Henry Ford.

Mỗi người trong số họ đều mang trong mình một tấm lòng khiêm nhường.

Hãy bỏ qua những thiếu sót, khuyết điểm của người khác nếu bạn muốn, nhưng hãy tự chịu trách nhiệm và tự phán xét bản thân nếu bạn muốn trở

thành một người lãnh đạo trong bất cứ lĩnh vực nào của cuộc sống.

## ***Chương 27***

### **THÓI QUEN BỎ RA NHIỀU HƠN NHẬN LẠI (2)**

Henry Ford đã dạy tôi rằng bạn sẽ được đền đáp khi cung cấp dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn so với số tiền bạn được trả để cung cấp dịch vụ.

Tôi đã học được chân lý này từ nhiều người khác nhau chứ không chỉ riêng từ Henry Ford, nhưng ông ấy có cách chứng minh chân lý này khác với những người mà tôi đã từng có cơ hội quan sát khác. Hơn

nữa, ông ấy còn chứng minh rằng nguyên tắc này có thể áp dụng được cả với những người chủ lao động trong cách đối đãi với nhân viên một cách hiệu quả và lợi ích y như cách một cá nhân cố gắng hiển cho ông chủ của anh ta vậy.

Trước đây, Henry Ford từng xảy ra bất đồng ý kiến nghiêm trọng với những đối tác kinh doanh của mình do họ chưa hiểu được nguyên tắc sống và làm việc này. Những ngày đầu trước khi mẫu xe Model T ra đời, một số đối tác của Ford muốn ông sản xuất một loại xe có kích thước lớn và đắt tiền hơn.

Họ thuyết phục Ford rằng một chiếc xe có kích thước lớn thì giá bán sẽ cao hơn, từ đó lợi nhuận cũng sẽ tăng theo. Tuy nhiên, Henry Ford lại nhìn nhận vấn đề này theo một góc độ khác hẳn. Lúc đó, Ford có ý tưởng tích hợp những tính năng quan trọng và hữu ích nhất vào trong một chiếc xe có kích thước nhỏ và bán với giá thấp nhất có thể. Dựa trên triết lý này, Ford đã xây dựng thành công danh tiếng và khối tài sản khổng lồ.

Trong khi những nhà sản xuất xe hơi khác nâng giá xe lên, Henry Ford lại

hạ giá bán xe xuống. Khi những chủ doanh nghiệp khác cắt giảm tiền lương, Ford lại tăng tiền lương cho nhân viên của mình. Chính sách kinh doanh của Henry Ford hoàn toàn đối lập với người khác. Chúng ta có thể đo lường được tính hiệu quả của những chính sách này bằng cách quan sát mức độ

thành công của ông sau khi áp dụng chúng vào công việc kinh doanh.

Trong khi phân tích những báo cáo tài chính trong ngành công nghiệp ô tô, tôi nhận thấy hầu hết những bản báo cáo này đều có một ghi chú ở phía dưới rằng: "Báo cáo trên đây không liên quan đến cách thức vận hành của hãng Ford". Khó ai có thể lập một bản báo cáo tài chính bao gồm cách thức vận hành của hãng Ford, vì phương pháp vận hành kinh doanh của ông khác hoàn toàn với những nhà

công nghiệp khác. Ông ấy thường không làm theo những nguyên tắc sống thông thường mà những người khác tuân theo. Những cách thức kinh doanh của Ford thật sự rất mới lạ, cởi mở và mang bản sắc của riêng ông. Ông ấy từ chối làm theo răm rắp bất cứ phương pháp nào mà ông nghĩ có thể nâng cao hơn nữa.

Tôi đã từng quan sát một số người có thói quen cố gắng dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn những gì được nhận lại giống như Henry Ford. Mỗi người trong số họ đều đạt được những thành công đáng kể. Ngoài ra, họ không tuân theo những nguyên tắc làm ăn "chính thống" mà phát triển những cách thức kinh doanh mới và tốt hơn so với những người cùng ngành.

William Wrigley là một trong số những người gây dựng được khối tài sản khổng lồ sau khi áp dụng nguyên tắc cho đi nhiều hơn nhận lại. Ngoài ra, E. M. Statler cũng tuân theo cùng một nguyên tắc trên và đã quản lý thành

công chuỗi khách sạn Statler.

Henry Ford quan niệm nếu một người không làm ra nhiều lợi ích hơn so với tiền lương mà anh ta được trả, anh ta sẽ không có cơ gì để xin nâng lương hay thăng chức. Hơn nữa, nếu một người chẳng làm được gì hơn với tiền lương được trả, anh ta hiển nhiên chỉ được trả cho những gì mình làm.

Henry Ford rất tin vào nguyên tắc này và ông đã thực hành nó trong mỗi quan hệ với nhân viên và công chúng.

Hầu như toàn bộ giới doanh nhân trên khắp thế giới đều ngạc nhiên khi chứng kiến những thành tựu nổi bật của Ford.

Tất cả họ đều tự hỏi làm thế nào ông ấy làm được như vậy!

Họ biết ông ấy đi lên từ nghèo khó và không được học qua trường lớp đẳng hoàng. Họ biết ông ấy không có đủ vốn liếng khi khởi nghiệp. Họ chứng kiến Henry Ford bất chấp những khó khăn, vượt

qua những trở ngại vốn khiến cho nhiều người phải bỏ cuộc và tạo dựng một đế chế của riêng mình.

Những người này ghen tị với thành công của Ford nhưng họ lại không nhận ra rằng thành công này có được là nhờ Ford đã tuân theo những nguyên tắc mà bất cứ ai cũng có thể thực hành. Hầu hết những nguyên tắc giúp Ford trở nên nổi tiếng và giàu có thật sự khá đơn giản và dễ áp dụng. Có lẽ vì nguyên nhân này mà ít người làm theo phương pháp kinh doanh của Henry Ford.

Phương pháp của ông ấy rất đơn giản và không theo những quy tắc chính thống. Hầu hết mọi người không dám thử nghiệm những ý tưởng mới. Còn

đối với Ford, ông luôn luôn tìm hiểu và khám phá ra những điều mới mẻ

hơn.

Dần dần, Ford nhận ra đa số phương pháp kinh doanh của giới doanh nhân Mỹ đã trở nên lỗi thời và kém hiệu quả.

Elbert H. Gary từng nói với tôi rằng Tập đoàn Thép Hoa Kỳ hàng năm phải bỏ ra hàng triệu đô la để dàn xếp sự bất đồng và mâu thuẫn nội bộ. Henry Ford đã tìm ra được những phương pháp mới làm giảm mâu thuẫn giữa các nhân viên xuống mức tối thiểu. Ông ấy đã chứng tỏ sự đúng đắn của những phương pháp này khi áp dụng chúng vào thực tiễn kinh doanh. Và thật sự

chúng đã mang lại hiệu quả. Từ những gì tôi biết về hoạt động của hãng Ford, tôi thấy rằng những nhân viên của Henry Ford đang được nhận mức lương mà không một công ty hay tập đoàn nào khác có thể trả cho họ.

Xin mọi người đừng bỏ qua chi tiết quan trọng ấy.

Henry Ford thường xuyên cử người đến nhà của nhân viên để xem cách họ

quản xuyên nhà cửa và xem họ có đảm bảo điều kiện sống vệ sinh, sạch sẽ

hay không. Thật ra, ông không có trách nhiệm phải làm việc này. Cho dù phải đi lại thêm hàng dặm đường mỗi ngày cũng như tốn công sức và tiền của để giúp những người công nhân của mình, ông vẫn làm như vậy vì ông biết rằng nó không chỉ mang lại hạnh phúc cho họ mà còn mang lại hạnh phúc cho chính ông. Trong khi đó, những người chủ lao động khác thường không quan tâm đến gia cảnh, nhà cửa của công nhân mình. Do vậy, nhà cửa của đa số công nhân trong thời kỳ này không đảm bảo đủ điều kiện vệ

sinh thiết yếu.

Có một số người quá thờ ơ với những thói quen cá nhân của mình. Do đó, họ cần một ai đó giúp họ kiểm soát cuộc sống theo cách hiệu quả và tốt đẹp hơn. Khi Henry Ford cảm thấy nhân viên của mình cần một tinh thần kỷ

luật như vậy, ông sẽ giúp họ rèn luyện nó. Điều này không có gì phi thực tế

hoặc quá lý tưởng cả. Đây chỉ là một phần trong phương pháp giúp cho những người nhân viên tạo ra thêm giá trị cho ông cũng như cho chính họ.

Henry Ford là một người cực kỳ thực tế. Ông ấy hiểu rất rõ về con người và cuộc sống. Ford biết cách vận dụng những kiến thức của mình sao cho chúng không chỉ mang lại lợi ích cho ông mà còn cho nhân viên của mình.

Tôi không nghĩ phương pháp này của Henry Ford đáng bị chỉ trích; mà ngược lại, chúng ta nên trân trọng và tôn vinh cách đối nhân xử thế của ông.



Hơn 25 năm qua, tôi chưa từng thấy Ford đưa ra những chính sách hay quy định gì làm tổn hại đến lợi ích nhân viên hay khách hàng của ông. Cho dù phương pháp của Henry Ford có cấp tiến và phi chính thống như thế nào, chúng vẫn chứng minh cho chúng ta thấy rằng ông ấy luôn xem việc giúp đỡ mọi người là ưu tiên trên hết.

Một số nhà sản xuất ô tô quả thật đang ăn cướp khách hàng của họ bằng cách sửa chữa hay bán những phụ tùng xe hơi với giá cắt cổ. Ford là người đầu tiên đặt ra quy định đảm bảo khách hàng sẽ nhận được dịch vụ từ hãng Ford với giá cả cố định và hợp lý. Đã từng có nhiều nhà đại lý của hãng Ford bị mất quyền phân phối bởi vì họ đã cố tình bán phụ tùng, sửa chữa ô tô với

giá cao hơn so với giá quy định của hãng.

Đây là những sự thật mà tôi e rằng công chúng không thể nào hiểu được.

Những doanh nhân nếu muốn thành công lâu dài thì hãy nhớ đến nguyên tắc này.

Henry Ford thành công vì ông xứng đáng với điều đó.

Nhiều người thất bại trong kinh doanh vì họ đáng phải như vậy. Dĩ nhiên, những kẻ thất bại không chịu chấp nhận sự thật này. Hầu hết bọn họ tìm kiếm những cái cớ bên ngoài để đổ lỗi cho sự thất bại, nhưng họ lại quên đi tìm nguyên nhân thất bại từ chính bản thân mình.

Cách Ford đạt được thành công không có gì là huyền bí hay kỳ diệu cả. Nếu bạn hỏi Henry Ford, ông cũng sẽ trả lời giống như vậy. Ông ấy không cho rằng mình có được thành công là nhờ một bộ óc siêu việt hay những ưu thế

vượt trội.

Ông ấy thành công là nhờ áp dụng những nguyên tắc mà nếu những người khác áp dụng thì cũng sẽ thành công giống ông.

Đôi lúc, một số người nhờ có trí tưởng tượng và tinh thần sẵn sàng làm theo phương thức kinh doanh của Ford đã trở nên thành công vang dội dù họ

không tham gia vào ngành sản xuất ô tô. Trong số này phải kể đến Whalen

– người sáng lập hãng United Cigar Stores. Một người khác nữa là nhà sáng lập Công ty trà Atlantic and Pacific. John D. Rockefeller đã khám phá và áp

dụng chính sách của Henry Ford rất lâu trước khi ông trở nên nổi tiếng.

Standard Oil là công ty dẫn đầu trong lĩnh vực dầu mỏ cho dù họ gặp phải rất nhiều đối thủ cạnh tranh.

Chính sách kinh doanh của công ty này khá tương đồng với chính sách mà Ford và hãng của ông áp dụng. Standard Oil đã vượt mặt tất cả các công ty dầu mỏ khác khi họ biết đáp ứng những dịch vụ tốt và hiệu quả hơn mức mong đợi của khách hàng. Chúng ta có thể nhận ra điều này khi quan sát bất cứ trạm cung cấp xăng dầu nào của Standard Oil.

Marshall Field và John Wanamaker đã thành lập hai trong số những chuỗi bán lẻ thành công nhất ở Mỹ khi họ áp dụng nguyên tắc làm ăn của Henry Ford: cung cấp dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn cho khách hàng so với bất kỳ

chuỗi bán lẻ nào khác. Phương pháp kinh doanh này không thuộc về riêng ai.

Nói cách khác, bất cứ ai cũng có thể sử dụng và đạt được thành công nhờ

nó.

May mắn và thành công sẽ đến với những người nào biết cho đi và giúp đỡ

người khác. Tôi luôn cố gắng tự mình thực hành và truyền bá nguyên tắc này cho mọi người. Nhiều người truyền bá những nguyên tắc thành công, nhưng bản thân họ có khi chẳng bao giờ thực hành những nguyên tắc này.

Tôi làm theo những nguyên tắc học được từ Henry Ford vì tôi thấy chúng đã mang lại thành công cho ông.

Chúng ta đang bước vào một giai đoạn vốn thuận lợi cho những người có

thói quen cống hiến nhiều hơn được nhận lại.

Thật ra, đây là một giai đoạn yêu cầu con người phải có. Trong tương lai, những người nào không sẵn lòng làm việc nhiều hơn so với những gì họ

được trả sẽ chịu cay đắng khi chứng kiến những cơ hội của mình bị đối thủ

giành mất.

Những thương nhân nhỏ lẻ, đơn lập sẽ dần dần lui vào quá khứ. Một người thương nhân như vậy sẽ bị những người có kiến thức và trí tưởng tượng mạnh mẽ hơn vượt qua, vì thế giới đang cần những người biết cách cung cấp những sản phẩm, dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn.

Một số người thành công nhờ có người khác trợ giúp và khuyến khích, trong khi một số khác thành công vì bất chấp mọi khó khăn, trở ngại. Hãy tự chọn lấy phương pháp vươn tới thành công cho riêng mình.

## **Chương 28**

### **BẠC THẦY BÁN HÀNG HENRY FORD**

Henry Ford đã dạy cho tôi những nguyên tắc của Nghệ thuật bán hàng Bạc thầy. Trong vòng 30 năm ngắn ngủi, tôi đã chứng kiến việc Ford gây dựng thành công sức ảnh hưởng của ông trên toàn cầu bằng mục tiêu chủ yếu rõ ràng. Không phải là ai khác mà chính Bạc thầy bán hàng mới có thể đạt được thành tựu đáng kinh ngạc như thế.

Nghệ thuật bán hàng cốt ở sự hiểu biết sâu rộng và việc thể hiện với khách hàng tiềm năng giá trị thật sự của hàng hóa và dịch vụ mà bạn đang cố gắng bán.

Tôi tin rằng một người nếu đạt đến thành công xuất sắc ở bất cứ ngành nghề nào phải là Bạc thầy bán hàng. Kết luận này không chỉ dựa trên những quan sát về Henry Ford mà còn là kết quả phân tích về những người đã tích lũy được khối tài sản to lớn khác.

**Những phẩm chất khiến Ford trở thành Bạc thầy bán hàng** Tôi tin rằng Ford không thông minh hơn nhiều người khác. Tôi đồng thời tin rằng, thành công của Ford là do ông ấy biết cách sử dụng trí óc của mình một cách hiệu quả hơn so với phần đông người khác. Tôi chắc chắn nếu hơn trăm người khác thực hiện các nguyên tắc mà Ford đã sử dụng, họ có thể

sánh kịp, thậm chí vượt qua thành tựu về mặt tài chính của ông ấy.

<p align="center"><b>Đánh giá của Henry Ford ở những nguyên tắc cơ bản của thành công</b></p>		
1. Mục tiêu chủ yếu xác định	Những người mong muốn làm chủ việc bán hàng luôn luôn làm việc với chỉ tiêu rõ ràng và một mục tiêu xác định.	100%
2. Sự tự tin	Không một người bán hàng nào có thể trở thành Bạc thầy trong lĩnh vực này nếu không có khả năng tự lực. Ford đã từng đối mặt và vượt qua rất nhiều trở ngại, vì ông ấy biết được sự khác biệt giữa vấp ngã tạm thời và thất bại thật sự. Trong khi đó, nhiều người bán hàng không biết được điều này nên họ gục ngã ngay khi gặp thất bại, thay vì xem thất bại là một bàn đạp để tiến xa hơn.	100%
3. Thói quen tiết kiệm	Từ lúc bắt đầu, Ford đã thực hiện thói quen dự thảo cả thời gian và thu nhập của mình. Nhờ thói quen này, ông đã dự trữ đủ tiền mặt để dự phòng cho tất cả những sai lầm và thử nghiệm của mình.	100%

Chúng ta hãy xem xét những nguyên tắc giúp Ford tích lũy tài sản hàng triệu đô la.

8. Khả năng tự kiểm soát	Ford luôn vững vàng trong hầu hết mọi việc làm của mình, bởi ông ấy đạt được khả năng cân bằng giữa cảm xúc của con tim và khả năng lập luận của lý trí. Với một người có những hoạt động và thành tựu kỳ diệu như thế, Ford đã thoát khỏi khuôn khổ và những sai sót cơ bản.	100%
9. Thói quen bỏ ra nhiều hơn nhận về	Ford đã rất xuất sắc trong việc rèn luyện thói quen này. Ông ấy đảo ngược trình tự áp dụng của nguyên tắc khi chấp nhận trả mức lương tối thiểu được biết là 5 đô la một ngày. Cách này hầu như khiến mỗi công nhân trở thành người giám sát của mình. Qua chủ trương này, thay vì phải trả tiền thêm cho giá trị mà công nhân mang lại, Ford đã trả thấp hơn những người chủ khác, vì chủ trương của ông là đảm bảo nhận lại những giá trị lớn hơn về số lượng, hiệu quả hơn về chất lượng và hòa hợp hơn về tinh thần so với những gì ông từng nhận được.	100%
10. Tính cách tích cực	Ở nguyên tắc này, mức đánh giá về Ford thấp hơn hẳn so với những nguyên tắc khác. Tuy nhiên, Ford đã cho mọi người thấy ông ấy có đủ tư cách để thuyết phục người khác tuân theo sự lãnh đạo của mình với lòng trung thành và tinh thần đồng thuận.	30%
11. Suy nghĩ đúng đắn	Rất ít người Mỹ nào có đủ khả năng được đánh giá cao như Ford ở nguyên tắc này. Việc đánh giá cao Ford ở nguyên tắc này chủ yếu dựa trên việc tích lũy tài sản to lớn của ông ấy. Ford hiếm khi có những ý nghĩ sai lầm để rồi phải xóa bỏ nó đi.	90%
12. Tập trung nỗ lực	Nét đặc biệt nhất ở Ford là khả năng kiên trì theo đuổi kế hoạch cho đến khi hoàn thành nó. Ông đưa ra quyết định nhanh chóng và nếu có thay đổi quyết định, ông sẽ suy nghĩ trước thật kỹ càng. Ford đã kiên trì theo đuổi mục tiêu chủ yếu rõ ràng của mình trong 30 năm và hiện vẫn đang theo đuổi mục tiêu đó.	100%

13. Sự hợp tác	Sự chung sức, chung lòng rất cần thiết đối với việc bán hàng. Trên thực tế, Ford đã thiết lập và duy trì đại lý phân phối xe ô tô lớn nhất cả nước. Dù cho những người chỉ trích Henry Ford có nói gì về cách quản lý gắt gao của ông, nhưng ông đã gắn kết tổ chức lại với nhau và giúp bản thân ông kiếm tiền bằng cách giúp người khác kiếm tiền. Tài sản tuyệt vời nhất của Ford là khả năng phân phối bán hàng.	70%
14. Tận dụng thất bại và sai lầm	Giống như nhiều người khác, Ford cũng phạm những lỗi nghiêm trọng, có lẽ nhiều lỗi mà mọi người chưa bao giờ nghe đến. Tuy nhiên, Ford đã tận dụng những sai lầm đó, điều này được thể hiện qua nỗ lực của ông để làm giảm thiệt hại do sai lầm gây ra.	100%
15. Lòng khoan dung	Khoan dung nghĩa là “một tâm hồn rộng mở đối với mọi vấn đề ở mọi thời điểm”. Tâm trí Ford không phải luôn luôn rộng mở nhưng ông ấy dễ dàng mở nó ra khi bản thân nhận thấy nó đã khép lại.	90%
16. Áp dụng Nguyên tắc Vàng	Một số người chỉ trích mức đánh giá của Ford ở nguyên tắc này vì họ nghĩ điểm số quá cao. Tuy nhiên, mức đánh giá này được xem là chính xác nếu chúng ta phân tích toàn bộ chủ trương kinh doanh của Ford. Quy mô kinh doanh của ông ấy rất lớn. Vì lý do này, Ford đã không thể đứng vững nếu ông ấy cho phép mình bị ảnh hưởng bởi chủ trương thiên vị cá nhân thay vì thực hiện chủ trương làm việc rõ ràng hơn bằng kế hoạch mang đến lợi ích đồng đều cho những nhân viên chịu ảnh hưởng bởi mọi hoạt động của ông.	90%

17. Nguyên tắc Tập thể Trí tuệ ưu tú	Nguyên tắc Tập thể Trí tuệ ưu tú là nền tảng sức mạnh kỳ diệu của Ford. Nguyên tắc này có nghĩa là “Nỗ lực hợp tác với tinh thần hòa hợp”. Ford đã thành lập một trong những nhóm Trí tuệ ưu tú hùng mạnh nhất được biết đến trong ngành công nghiệp thế giới. Những cá nhân trong liên minh Trí tuệ ưu tú của ông đến từ khắp các quốc gia trên toàn thế giới. Ford đã cho thấy ông ấy là người vô cùng tài giỏi, bởi xung quanh ông là những người có thể làm bất cứ điều gì mà ông muốn. Những gì liên quan đến các nguyên tắc thành công cơ bản mà Ford còn thiếu, ông ấy đã bổ sung chúng nhờ vào những cá nhân trong nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú.	100%
--------------------------------------	--	------

Henry Ford là mẫu người bán hàng dám cho đi đầu tiên ở nước Mỹ.

Hơn 200 nhà sản xuất xe ô tô dám nghĩ dám làm đã thành công và lại thất bại kể từ sự bắt đầu của Ford. Trong khi những nhà sản xuất xe ô tô khác sử

dụng tiền họ kiếm được vào những kế hoạch đầu tư mở rộng, Ford thường tích lũy tiền đó như quỹ dự phòng. Nói một cách cặn kẽ, khi so sánh với những nhà sản xuất xe ô tô thất bại trong suốt 20 năm qua, Ford là một sự

đổi lập hoàn toàn.

Hãy nghiên cứu kỹ càng sự đánh giá về Ford ở những nguyên tắc thành công cơ bản. Nói một cách ngắn gọn, nó cho biết thành tựu tài chính đáng kinh ngạc của Ford. Đối với tôi, có hai việc không chỉ đơn thuần là sự trùng hợp ngẫu nhiên.

Việc đầu tiên được toàn thế giới biết đến, đó là Henry Ford đã gây dựng được



khối tài sản to lớn. Việc còn lại là ông ấy đã được đánh giá cao nhất ở những nguyên tắc thành công cơ bản so với bất kỳ người nào khác, nếu không kể

đến Mahatma Gandhi. Hai việc này có ý nghĩa rất quan trọng!

## **Chương 29**

### **TÍCH LŨY SỨC MẠNH**

Bằng cách quan sát Ford, tôi nhận ra nguồn sức mạnh to lớn chỉ có thể được tích lũy thông qua nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú. Tôi hoàn toàn xác định Ford chính là một Bậc thầy bán hàng. Và ông ấy trở thành bậc thầy không phải do ảnh hưởng của tính cách bẩm sinh, mà là do khả năng kết hợp nỗ

lực của những người khác trong tinh thần hòa hợp. Thành tựu này chỉ có thể đạt được qua việc thấu hiểu và áp dụng nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú.

Lần đầu tiên tôi chú ý đến nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú là nhờ Andrew Carnegie - người được cho là đã vận dụng thành công nguyên tắc này để có được khối tài sản khổng lồ. Trùng hợp thay, ông ấy cũng là người khiến tôi chú ý đến Henry Ford và gợi ý tôi nên quan sát Ford kỹ lưỡng nếu tôi muốn phân tích những bí quyết của "người đàn ông sẽ thống trị nền công nghiệp xe ô tô trong một ngày nào đó".

Lời dự đoán ấy mới chính xác làm sao!

Kết quả cuộc nói chuyện giữa tôi với Carnegie khi tôi hỏi ông ấy về nguyên nhân chính dẫn đến thành công của ông là gì đã giúp tôi nảy ra việc khám phá về nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú. Sau khi yêu cầu tôi định nghĩa thuật ngữ "thành công" theo cách hiểu của mình, điều mà tôi luôn tin rằng tiền bạc là bằng chứng cụ thể cho nó, Carnegie nói: "Tôi có thể nói cho ông biết

cách tôi tích lũy tiền bạc trong vài phút, nếu ông cho đó là thành công”.

Ông ấy nói: “Lúc mới bắt đầu, tôi không tích lũy tiền bạc.

Tiền bạc được tích lũy thông qua nỗ lực của nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú gồm khoảng 20 thành viên”. Ông ấy nêu tên từng thành viên trong nhóm, nói rõ mỗi người phải làm gì để thực hiện nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú.

Carnegie nhấn mạnh sự hòa hợp giữa tinh thần và hành động là rất cần thiết trong việc áp dụng nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú. Ông ấy đặc biệt chú ý đến sự thật về sự bất hòa, dù bất hòa chỉ xảy ra trong tiềm thức của một cá nhân đơn lẻ của nhóm Trí tuệ ưu tú, nó cũng sẽ phá hủy sức mạnh của nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú.

Hãy chú ý chi tiết quan trọng này.

Từ cuộc nói chuyện đầu tiên với Carnegie, tôi học được phương pháp của hàng trăm người thành công và nhận ra rằng nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú có sự gắn bó mật thiết với chủ trương kinh doanh của những người đã đạt được thành công nổi bật ở bất cứ ngành nghề nào.

Nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú là tâm điểm trong thành tựu đáng kinh ngạc của Henry Ford. Ông ấy có hai nhóm Trí tuệ ưu tú, một nhóm chịu trách nhiệm cho hiệu quả sản xuất ô tô, nhóm còn lại đảm bảo năng suất phân phối sản phẩm ra thị trường. Nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú đảm đương trách nhiệm phân phối xe ô tô thương hiệu Ford - lực lượng đại lý của ông ấy - là một trong những tổ chức bán hàng hiệu quả nhất trên thế giới. Thông qua tổ chức này, Ford đã cung cấp một thị trường nhất định cho sản phẩm

của mình. Hơn nữa, nhờ vào mối quan hệ chặt chẽ với tổ chức đó, ông có thể ước lượng được số ô tô mà ông sẽ bán hằng năm rất lâu trước khi mua nguyên liệu thô cần thiết để sản xuất chúng. Do đó,

không có gì lạ khi Ford có thể sản xuất một chiếc xe tốt hơn với giá thấp hơn so với những đối thủ

cùng thời với ông.

Chỉ tiêu bán hàng của đại lý được ấn định tại những văn phòng của Ford ở

Detroit. Mỗi khi chỉ tiêu bán hàng được thiết lập, con số được đề ra và mỗi nhân viên bán hàng phải đạt được con số đó. Mọi chứng cứ hay bất kỳ lý do đều không được chấp nhận. Hoặc là nhân viên bán hàng phải hoàn thành nhiệm vụ hoặc là nhường chỗ cho người có khả năng khác.

Chính sách này đã khiến Ford trở thành người nổi tiếng nhấn tâm với nhân viên bán hàng của mình. Nhưng cũng hãy nhớ rằng, chính sách này đã giúp nhân viên bán hàng của ông trở nên giàu có! Tôi cho rằng tất cả những nhân viên của Ford đều rất hài lòng với chính sách của ông ấy.

Trong rất nhiều năm, nhờ vào nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú những người bán hàng, Ford đã khiến những chủ ngân hàng phố Wall hoàn toàn thất bại trong nỗ lực giành quyền kiểm soát việc kinh doanh hãng xe Ford. May mắn cho Ford, việc rắc rối này xảy ra ở thời điểm thị trường xe ô tô vẫn linh hoạt, cho phép chỉ tiêu bán hàng tăng lên và đạt được thành công dưới áp lực bán hàng.

Tôi chưa bao giờ hỏi Ford ban đầu ông đã nhận ra tiềm năng của nguyên tắc này như thế nào và ở điểm nào, nhưng tôi có lý do để tin rằng Ford khám

phá ra nguyên tắc này khi ông giao thiệp với Thomas Edison. Tôi đã nghe Edison nói về những thành tựu của Ford, ông cũng luôn đề cập đến những thành tựu đó khi nhắc đến sự am hiểu của Ford về nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú. Cả Edison và Ford đều hiểu được phương diện tinh thần lẫn kinh tế của nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú.

Để tôi lặp lại lần nữa, thành công là thứ có được thông qua sức mạnh!

Sức mạnh được tích lũy nhờ vào việc tổ chức và định hướng tri thức một cách thông minh. Tổ chức và định hướng tri thức một cách thông minh yêu cầu sự kết hợp của nỗ lực với tinh thần hòa hợp giữa hai hay nhiều trí óc.

Chắc chắn, những độc giả tinh tế sẽ nắm bắt được ý nghĩa của những điều được đề cập về vấn đề này và sẽ thấy rõ ràng những thành tựu tuyệt vời, bất kể thành tựu đó là gì, phải được diễn ra thông qua sự áp dụng nguyên tắc Tập thể trí tuệ ưu tú.

Tôi đã nghe một số người bày tỏ quan điểm rằng sự nghiệp của Ford cuối cùng sẽ sụp đổ và ông ấy sẽ đánh mất cơ nghiệp của mình nhanh chóng hơn lúc ông gây dựng nó. Điều này sẽ không thể xảy ra, trừ phi ngành công nghiệp xe ô tô rơi vào ngõ cụt. Thậm chí, nếu điều đó xảy ra, Ford sẽ nhanh chóng bù đắp lại tổn thất nhờ vào sự chuyển hướng các tài năng và nỗ lực của nhóm Tập thể trí tuệ ưu tú của ông.

## ***Chương 30***

### **TỰ CHỦ**

Henry Ford đã dạy cho tôi giá trị của khả năng tự chủ!

Tuy nhiên, ông không dạy cho tôi cách áp dụng nguyên tắc này. Đây là một điều mà mỗi người phải tự mình học lấy.

Trong một khoảng thời gian dài quan sát Ford, tôi thấy ông ấy luôn có thể

duy trì một trạng thái cân bằng và điềm tĩnh khiến người khác phải ghen tị.

Thậm chí, cho dù bị một số nhà báo chống đối, chỉ trích bằng những ngôn từ khó nghe, ông vẫn giữ được một trạng thái bình tĩnh và

không đáp trả

lại. Những người thiếu khả năng tự kiểm soát chắc hẳn đã ăn miếng

miếng với những người phê bình, chỉ trích mình.

Tôi đã từng chứng kiến khả năng tự chủ của Henry Ford qua cách ông đối xử với những người đến làm ăn với ông chỉ vón vện mấy nghìn đô la nhưng ra đi với hàng triệu đô la.

Những người này đã trở nên giàu có nhờ nỗ lực của Henry Ford nhưng lại viện lý do này hay lý do khác để rời bỏ công việc kinh doanh của ông. Cho dù không còn mối quan hệ hòa hợp đi chăng nữa, ông vẫn thanh toán sòng phẳng và đặc biệt là không lên án hay nói xấu họ.

Theo quan điểm của tôi, lối sống giản dị chính là ví dụ điển hình nhất về

tính tự chủ của Henry Ford. Ông ấy không bao giờ ham mê bất cứ nghi thức,

lễ nghi nào nhằm mục đích khoe khoang tài sản và sự giàu có của bản thân với công chúng. Dù ở đỉnh cao thành công hay lúc khốn khó, cách Henry Ford đối xử với bản thân mình và với những người xung quanh không có gì thay đổi. Ông ấy còn thể hiện khả năng tự kiểm soát trong cách nuôi dạy con cái khi luôn nhắc nhở con mình về sự vinh quang của lao động.

Henry Ford đã thể hiện khả năng bình tĩnh phi thường trong cách ông đối phó với một số tổ chức lao động tìm cách kích động, lôi kéo những công nhân của hãng Ford nhằm mục đích trục lợi. Thay vì bố trí lực lượng có vũ

trang tại công những nhà máy, nhằm ngăn chặn thành viên thuộc các tổ

chức lao động này ra ngoài, Henry Ford đã dùng trí não thay cho súng đạn và tạo ra vô số trở ngại cho những kẻ kích động này. Ông đã tự nguyện cung cấp những điều kiện làm việc tốt hơn và mức lương cao hơn cho công nhân.

Ngay cả những liên đoàn lao động cũng không bao giờ nghĩ những người công nhân tại nhà máy Ford lại nhận được những khoản đãi ngộ như thế

này.

Ford kiên trì thực hiện khả năng tự chủ đáng kinh ngạc bằng cách sống theo cách của riêng ông chứ không chịu nghe theo sự sắp đặt của số đông. Khác với Henry Ford, hầu hết mọi người thường suy nghĩ và hành động theo ý kiến chung của đám đông và của cộng đồng.

Henry Ford thể hiện khả năng tự kiểm soát phi thường bằng cách duy trì khả năng kiểm soát những cảm xúc của bản thân. Đa số chúng ta đều bị

cảm xúc, tình cảm chi phối suy nghĩ và hành động. Henry Ford cũng có cảm xúc, nhưng ông luôn có khả năng chế ngự và làm chủ cảm xúc của mình.

Đó là một dạng tự kiểm soát mà không phải ai cũng có thể làm được.

Trong một chương trước đây, tôi đã từng nói rằng Henry Ford có một niềm tin mạnh mẽ với bản thân, với những người khác và với Trí thông minh vô hạn. Ông đã từng gặp nhiều nhân viên hoặc đối tác có tính tham lam và háms lợi. Tuy nhiên, nhờ vào khả năng tự chủ mạnh mẽ đã giúp ông xây dựng nên niềm tin vào con người. Cho dù đã gặp nhiều kẻ không đáng tin cậy, ông không bao giờ vỡ đũa cả nắm, cho rằng tất cả mọi người đều như

vậy.

Có một thực tế nên biết là Henry Ford thuê cả những người không may rơi vào cảnh tù tội. Một cựu tù nhân đến xin việc tại hãng Ford và anh ta giải thích rằng mình đã từng ngồi tù, Henry Ford liền ngắt lời: "Anh không cần lo về điều đó. Hãy bắt đầu tại chính nơi mà anh đang đứng." Sau đó không còn ai nói về sự việc này nữa. Và cho dù sau đó anh ta không còn làm việc tại hãng Ford, anh ta đã không bị những người chủ lao động khác ghi vào sổ đen.

Henry Ford còn thể hiện khả năng tự kiểm soát phi thường khi ông tiếp tục giữ vị trí của mình và gánh vác trách nhiệm điều hành một doanh nghiệp khổng lồ cho dù ở độ tuổi của ông lúc đó, nhiều người khác đã lui về nghỉ

hưu và an hưởng cuộc sống. Ông đã học được một khả năng hiếm có, đó là biết lấy công việc làm niềm vui cho bản thân.

Đây chỉ là một số ví dụ cho thấy khả năng tự chủ phi thường của Ford. Bằng cách theo dõi và quan sát phẩm chất này của ông, tôi đã dần dần thay đổi

một số thói quen sống của mình theo hướng có lợi hơn. Khi còn trẻ, tôi thường sống và làm việc theo cảm tính. Tuy vậy, sau khi noi theo tấm gương của Henry Ford, tôi đã khám phá ra tốt hơn hết chúng ta nên vận dụng hết tâm lực, trí lực vào một mục đích trọng tâm xác định, thay vì cho phép bản thân phân tâm vào việc phản bác lại những kẻ muốn chỉ trích mình.

Nhờ học hỏi và nghiên cứu Henry Ford, tôi nhận ra trên thế giới có nhiều kẻ

phá hoại thành quả của người khác hơn là những người xây dựng những điều có ích cho nhân loại.

Hơn hết, tôi còn thấy rằng những kẻ phá hoại sớm muộn gì cũng bị chính những suy nghĩ và hành động của bản thân mình hủy diệt.

Hãy suy nghĩ kỹ trước khi nói một điều gì đó, bởi vì những lời nói của bạn có thể gieo mầm thành công hoặc thất bại trong tâm trí của người nghe.

## ***Chương 31***

### **NỖ LỰC CÓ TỔ CHỨC**

Henry Ford đã dạy cho tôi giá trị của những nỗ lực có tổ chức!

Từ khi còn trẻ, Henry Ford đã tự đặt ra cho mình một mục tiêu trọng tâm xác định. Kể từ đó, ông đã dành cả cuộc đời phấn đấu để đạt được mục tiêu đó. Henry Ford cố gắng tận dụng thời gian và của cải của mình một cách sáng suốt theo một hướng đi nhất định. Ông đã khéo léo thể hiện được sự

khôn ngoan của nguyên tắc này.

Phân tán nỗ lực là một trong những điểm yếu lớn nhất của những người không thành công trong cuộc sống. Tôi đã học được điều này sau khi phân tích 25.000 người, cả nam lẫn nữ, được xem là thất bại trong cuộc sống.

Ngay từ những ngày đầu khởi nghiệp, Henry Ford đã nhận ra những lợi ích của việc sắp xếp những nguồn lực bản thân.

Ông ấy biết rằng đời người quá ngắn ngủi, nên không ai có thể thông thạo mọi lĩnh vực của cuộc sống. Điều này đã nhắc tôi nhớ đến một câu nói của Andrew Carnegie trong một cuộc phỏng vấn với ông cách đây 25 năm: "Hãy đặt tất cả số trứng mà anh có vào trong một cái giỏ và anh sẽ thấy rằng không ai có thể làm cho nó lật được". Qua câu nói này, ông ấy muốn nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tập trung những nỗ lực của bản thân bất kể

chúng ta làm nghề gì.

Tôi thường cố gắng xác định xem những bài học nào của Henry Ford mang lại nhiều lợi ích nhất cho mình. Trong khi cảm thấy khó đưa ra



một quyết định cụ thể, tôi thường nghĩ rằng tấm gương của ông về việc sắp xếp những nỗ lực bản thân có giá trị cao hơn so với bất kỳ phẩm chất nào khác của ông.

Tôi đã dành phần lớn đời mình tập hợp, phân loại và sắp xếp những nhân tố làm nên sự thành công của con người. Đây là một nhiệm vụ phi thường.

Tôi đã phải đọc rất nhiều sách về các chủ đề và lĩnh vực khác nhau trong cuộc sống như sinh học, hóa học, thiên văn học, địa chất học, kinh tế, tôn giáo, kinh doanh, triết học và những lĩnh vực khác có liên quan.

Tôi cảm thấy bản thân cần phải nắm được tri thức của những lĩnh vực khác nhau, có liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến chủ đề thành tựu tài chính.

Để hoàn thành mục tiêu này, tôi cố gắng đọc tất cả những cuốn sách có đề

cập đến những nhân tố giúp kích thích tâm trí con người, từ những ghi chép chắp vá, rời rạc của Socrates hay triết lý của Emerson.

Trong khi thực hiện công trình nghiên cứu khó nhọc này, tôi cảm thấy mình phải nghiên cứu và phân tích các phương pháp của hầu hết những nhân vật thành công tại Hoa Kỳ trong hơn một phần tư thế kỷ với mục đích xác minh rằng họ đã có được thành công nhờ những phương thức hay phẩm chất nào.

Sau khi tập hợp, sắp xếp và phân loại những dữ liệu cần thiết, tôi cần phải kiểm tra tính đúng đắn của chúng. Và đây là một công việc khá buồn chán và tẻ nhạt. Tất cả những công việc này đòi hỏi tôi phải lên kế hoạch tỉ mỉ

cho những hoạt động của bản thân! Hơn nữa, trong thời gian đầu, công việc

này không mang lại cho tôi giá trị vật chất, trừ một số trường hợp cá biệt.

Đôi lúc tôi cảm thấy chán nản. Và nếu không nhờ những bài học mà tôi học được từ triết lý kinh doanh của Henry Ford, chắc chắn tôi sẽ chẳng bao giờ

hoàn thành được nhiệm vụ khó khăn này.

Tôi còn nhớ Andrew Carnegie đã từng cảnh báo rằng, tôi cần phải bỏ ra không dưới 20 năm mới có thể hoàn thành công việc tìm ra triết lý thành công. Ông ấy còn nói có lẽ tôi sẽ không sống tới lúc nhận được thành quả

lao động của mình, vì một thực tế là tài năng và cống hiến của các triết gia thường được mọi người công nhận rất trễ.

Ý kiến của Carnegie không giúp tôi có thêm động lực để hoàn thành một nhiệm vụ mà theo quan điểm của ông, có lẽ không bao giờ mang lại lợi ích cho tôi. Tôi vẫn luôn băn khoăn không hiểu được làm thế nào mình có đủ

can đảm để tiếp tục công việc của mình khi đối mặt với nhiều khó khăn, trở

ngại.

Dẫu sao, ảnh hưởng của Henry Ford vẫn là nguồn cảm hứng chính nhắc nhở

tôi tập trung sắp xếp những nỗ lực của mình, cho đến khi triết lý này được hoàn thành.

Thế giới đã thay đổi rất nhiều từ khi tôi bắt đầu công việc của mình. Phong tục và thói quen của mọi người đã thay đổi với tốc độ chóng mặt. Con người đã tự hủy hoại lẫn nhau bằng những cuộc chiến tranh đẫm máu. Và hậu quả của những cuộc chiến đau thương vẫn còn hiện diện rõ ràng trong thế

giới ngày nay. Luật cấm rượu được ban hành và rồi hủy bỏ theo sự tăng

giảm của lối sống trác táng. Tội ác đã cưỡi lên yên ngựa của văn minh trong khi công lý bị buộc phải đi bằng chân trần. Thời đại máy móc đã chiếm được vị trí cao nhất. Nhà thờ đã mất dần tầm ảnh hưởng đối với những tín đồ của mình. Chính trị và nghệ thuật cai trị phần nhiều đã bị thoái hóa và biến chất.

Và cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, là Mẹ Thiên nhiên đã quay lưng với thế giới con người và trừng phạt con người bằng những cuộc suy thoái và khủng hoảng.

Đây là một số thay đổi lớn trong lịch sử con người mà tôi đã chứng kiến trong thời gian qua, kể từ khi tôi bắt đầu nghiên cứu sâu về quy luật nhân quả - một quy luật giúp xây dựng, nhưng cũng đồng thời hủy hoại con người.

Điều mong ước và hy vọng lớn nhất của tôi chính là tôi có thể giải phóng mọi người khỏi những giới hạn mà họ tự đặt ra cho mình. Nếu tôi không thể đạt được mục tiêu này, thì mọi thiếu sót đều là do lỗi của tôi. Là một cá nhân bình thường, tôi có thể không áp dụng thành công những nguyên tắc của Ford, nhưng những nguyên tắc của Ford không thể sai, bởi vì chúng là một phần của quy luật tự nhiên.

Chúng ta sẽ ngạc nhiên khi biết rằng những người thành công nhất sẽ nỗ

lực nhiều hơn để mang lại lợi ích cho người khác chứ không chỉ nhằm mục đích kiếm tiền.

## ***Chương 32***

### **TÍNH CHỦ ĐỘNG**

Henry Ford đã dành phần lớn đời mình để hiện thực hóa mục tiêu xác định của mình. Ông đã đặt ra và hoàn thiện mục tiêu này bằng tính

chủ động của bản thân.

Lúc còn trẻ, Henry Ford cũng đã tổng hợp về hiện tại và tương lai của mình và phát hiện có rất nhiều trở ngại ngăn cản ông đi đến thành công. Không ai giúp ông hoặc đề xuất ông thực hiện công việc này. Chính ông là người đã tự nghĩ ra nó.

Thông qua quá trình tự phân tích, Henry Ford đã phát hiện ra những điểm yếu mà ông phải vượt qua hoặc loại bỏ. Ngay từ lúc khởi nghiệp, ông bắt đầu điều chỉnh lại những yếu kém mà ông phát hiện ở bản thân.

Khi mới bắt đầu phân tích bản thân cũng như môi trường xung quanh, ông phát hiện ra rằng mình chưa có một mục đích trọng tâm xác định. Ngay lập tức, ông bắt tay vào xây dựng một mục đích cho riêng mình. Với thiên hướng yêu thích máy móc và xe cộ, ông bắt đầu thí nghiệm chế tạo ra một chiếc xe có thể di chuyển được mà không cần ngựa kéo. Ông có được ý tưởng này sau khi quan sát một chiếc máy đập lúa có thể tự vận hành bằng hơi nước.

Chúng ta cần phải biết một sự thật rằng: Henry Ford bắt đầu thí nghiệm của mình vào thời điểm mà những thí nghiệm như vậy được xem là công

việc của những kẻ lập dị.

Vì thế, ông cần phải có tính chủ động để thay đổi quan niệm của công chúng. Nông dân phản đối chiếc xe gắn động cơ của Henry Ford vì nó làm những con ngựa của họ hoảng sợ.

Đây là điểm mà những người thiếu tính chủ động dễ bị khuất phục và gục ngã.

Từ kinh nghiệm của chính bản thân, tôi biết có rất nhiều cám dỗ có thể

khiến con người đi chệch khỏi mục đích trọng tâm xác định. Mỗi cám dỗ sẽ

khiến chúng ta từ bỏ mục tiêu nếu chúng ta không có được tính chủ động.

Mỗi trở ngại mà mỗi người gặp phải trong công việc kinh doanh sẽ là một cái cớ để họ tự bênh vực bản thân. Hầu hết mọi người bị những trở ngại khuất phục vì họ thiếu sự kiên trì cũng như chủ động đấu tranh. Sự chủ

động và tính kiên trì là hai trong số những tính cách nổi bật nhất của Henry Ford. Tôi tin rằng hai tính cách này có đóng góp quan trọng nhất cho thành tựu đáng ngưỡng mộ của ông. Cùng với sự đơn nhất trong mục đích và khả

năng sắp xếp những nỗ lực của bản thân, bốn tính cách này đã đưa Henry Ford trở thành người giàu có bậc nhất nước Mỹ.

Chính nhờ những phẩm chất này mà Henry Ford đã loại bỏ được nghèo đói, thất học và ngu dốt – ba trong số những kẻ thù ngoan cố nhất của con người. Thông qua bốn phẩm chất này, ông đã suy luận ra những phương thức giúp ông đạt được thành công:

1. Biết chính xác bản thân muốn gì.
2. Tạo ra những kế hoạch xác định nhằm đạt đến điều mà bản thân mong muốn.
3. Kiên trì theo đuổi những kế hoạch, hoặc một kiểu biến thể nào đó của chúng.
4. Tập trung toàn bộ nỗ lực và nguồn lực để đạt được mục đích trọng tâm xác định.

Bốn điều trên mô tả những phẩm chất nổi bật mà nhờ chúng Henry Ford đã trở thành người đàn ông bí ẩn của toàn bộ giới kinh doanh và công nghiệp.

Thực tế, không có gì bí ẩn hay huyền bí xung quanh ông cả. Trong số hàng ngàn người mà tôi có vinh dự được phỏng vấn, Ford là người dễ phân tích nhất. Ông luôn hành động một cách thẳng thắn và công khai.

Ford không có bí mật cá nhân nào cả. Cả cuộc đời ông là một quyển sách để

mở mà bất cứ ai mong muốn đều có thể đọc hiểu được.

Henry Ford hiểu rõ quy luật nhân quả. Khi thất bại, ông ngay lập tức tìm hiểu nguyên nhân khiến mình thất bại, lúc thành công, ông cũng cẩn thận liệt kê những lý do giúp mình thành công. Về phương diện này, một số

người thành đạt mà tôi từng gặp không có được thói quen cần cù và chính xác như ông.

Cách lý giải về sự thành công của Henry Ford giờ đã nằm trong tay bạn. Tôi

thành thật hy vọng rằng tấm gương sáng của ông sẽ hữu ích cho cuộc sống của bạn. Thế giới đang trải qua một giai đoạn lịch sử cam go khi hàng triệu người đang phải gánh chịu những thất bại cay đắng, thất vọng, và chẳng may, cũng mất luôn niềm tin.

Xin gửi lời đến tất cả những ai đang mang những gánh nặng kể trên, các bạn không phải một mình đơn độc vượt qua thời kỳ khó khăn này. Tất cả

chúng ta đều đang phải đi qua Khu vườn Gethsemane(38) thời hiện đại.

*(38) Vườn Gethsemane là một khu vườn dưới chân núi Olives ở Jerusalem, nổi tiếng vì là nơi Chúa Giêsu và các tông đồ đã cầu nguyện trong đêm trước khi Ngài bị bắt và bị đóng đinh vào thập giá.*

Cách đây nhiều thế kỷ, một triết gia, nhà thơ kiêm cố vấn riêng của vua Ba Tư Cyrus Đại đế đã cho đức vua của mình một lời khuyên đầy triết lý. Ông nói rằng: “Thưa Đức vua, tất cả mọi chuyện trên thế gian này đều chuyển động xung quanh một chiếc bánh xe, và chiếc bánh xe này sẽ ngăn cản không cho bất cứ ai được may mắn luôn mãi”.

Thật sự có một chiếc bánh xe vô hình và mạnh mẽ như thế trong cuộc sống này. Tuy nhiên, bánh xe vận may này luôn luôn quay tròn. Trong khi nó ngăn cản người ta khỏi sự may mắn thì nó cũng ngăn cản họ khỏi những điều không may!

Hàng triệu người trên thế giới đã và đang phải đối mặt với mặt trái của bánh xe vận mạng này. Hãy kiên nhẫn và giữ vững niềm tin! Bạn hãy kiên trì và tiếp tục con đường của mình, vì bánh xe đó vẫn luôn quay tròn, dù sự thay

đổi có diễn ra chậm chạp.

Một ngày nào đó bánh xe này sẽ mang lại vận may cho bạn.

Lòng khiêm tốn là một phẩm chất kỳ diệu và đáng mong ước. Không gì tạo ra sự khiêm tốn nhanh cho bằng sự nghèo đói và khao khát. Có lẽ bánh xe vận mạng cố tình quay chậm lại để mặt trái của nó khiến con người nhận ra giá trị của khiêm nhường.

Những chương sau sẽ kết luận cho những phân tích của tôi về Henry Ford, bởi vì chúng đề cập đến một trong những nguyên nhân quan trọng nhất giúp Henry Ford quảng bá bản thân một cách hiệu quả đến mức ông ấy được mọi người quan tâm và chú ý trong hơn 40 năm.

Các bạn có lẽ ngạc nhiên khi biết rằng từ “American” kết thúc bằng ba từ

“Tôi có thể”(39).

*(39) Từ "American" kết thúc bằng "ican". "I can" có nghĩa là "Tôi có thể".*

Bạn sẽ không bao giờ thành công hay hạnh phúc cho đến khi bạn tỏ lòng khoan dung với những người luôn chống đối bạn, rèn luyện được thói quen dùng những lời tử tế để đáp lại những người bạn không ngưỡng mộ và tìm kiếm những điều tốt đẹp ở những người khác thay vì bới móc những điểm xấu của họ.

## ***Phần IV***

### **QUY TẮC ĐẮC NHÂN TÂM TRỤ VỮNG**

#### **TRONG HƠN 4.000 NĂM**

Phần còn lại của cuốn sách sẽ mô tả một nguyên tắc rất quan trọng với tất cả các mối quan hệ của a con người, được tác giả lựa chọn là duy nhất thích hợp để kết thúc cuốn sách này.

Trước khi bạn bắt đầu đọc nó, tôi muốn nhắc nhở bạn rằng tất cả những điều này có được là nhờ sự quan sát tỉ mỉ những nguyên tắc mà Tổng thống Franklin D. Roosevelt đã áp dụng để trở thành thần tượng của người dân nước Mỹ trong nhiệm kỳ đầu tiên của mình. Đến nhiệm kỳ thứ hai, Roosevelt bỏ bê việc áp dụng nguyên tắc này, vì thế, ông đã không tạo ra được nhiều lợi ích cho bản thân và đất nước.

Sự thật là lúc bắt đầu, vị tổng thống đã bán mình cho trái tim của người dân nước Mỹ - một trong những vụ mua bán cao quý và hiệu lực nhất của lịch sử đất nước – bằng việc hạ tầm quan trọng của mọi đặc quyền chính trị và cá nhân của mình vì lợi ích của toàn thể nhân dân. Trong nhiệm kỳ thứ hai, nếu ông ấy tiếp tục phụng sự người dân với một tinh thần không vụ lợi như

trước, sẽ không có nghi ngờ gì việc tên tuổi ông đi vào lịch sử Mỹ như một nhân cách vĩ đại nhất.



Khi bạn đọc những kết luận trong phần cuối này, nhiều lợi ích sẽ được mang

lại cho bạn, nếu bạn nghiên cứu kỹ những ghi chép về Henry Ford và Franklin D. Roosevelt. Nếu những phân tích của bạn về hai người này là đúng đắn, bạn buộc phải thừa nhận rằng Ford, bất chấp những trở ngại khi khởi đầu, đã vượt qua đói nghèo, thất học để đưa chí nh mình vào một vị

thế của sức mạnh, từ đó ông không bao giờ có thể bị phế truất bởi việc tuân theo nguyên tắc được mô tả trong những trang cuối của quyển sách này.

Bạn cũng bị buộc phải thừa nhận rằng Tổng thống Roosevelt, mặc dù có những lợi thế về của cải vật chất từ lúc mới sinh ra và sở hữu một tính cách đáng giá 100 điểm, đã suy tàn quyền lực khi bỏ mặ c nguyên tắc này. Việc so sánh giữa hai người đàn ông vĩ đại sẽ mang lại nhiều điều hữu ích cho những ai đang cố gắng quảng bá bản thân thành công, dù cho mọi người đồng thuận hay phản đối họ.

### ***Chương 33***

#### **NẾU TÔI LÀ TỔNG THỐNG MỸ**

Nếu như lúc này tôi là tổng thống Mỹ, tôi sẽ phục vụ người dân của đất nước này bằng một ý tưởng có thể thay đổi toàn đất nước, biến hỗn loạn và xung đột trở thành hòa hợp và thấu hiểu. Tôi sẽ truyền thông điệp này đến tất cả

người dân Mỹ thông qua đài phát thanh và các phương tiện truyền thông đại chúng khác. Bài nói chuyện của tôi sẽ bắt đầu như sau: Bạn thân mến, đã tới lúc chúng ta nên thẳng thắn và rõ ràng nói chuyện với nhau. Nếu các bạn cho phép, tôi xin được đưa ra một ví dụ ngắn gọn súc tích rằng chúng ta đã đến ngã tư đường của nền văn minh, nơi mà ta buộc phải lựa chọn một hướng đi giữa nhiều con đường khác nhau.

Hiện tại, nước Mỹ đang chịu khoản nợ công lên đến gần 40 tỷ đô la, và con số này đang tăng lên từng ngày. Chắc tôi không cần phải nhắc với các bạn rằng, chúng ta vừa mới trải qua một trong những cơn đại suy thoái kinh tế

ngghiêm trọng nhất mà lịch sử đất nước này từng chứng kiến. Và rằng cơn suy thoái này đã khiến cho mọi người trở thành "ngang hàng" với nhau, theo phương diện vật chất lẫn tinh thần. Nhằm đền bù của cải cho mỗi cá nhân và trả hết món nợ khổng lồ của quốc gia, chúng ta cần phải đánh thức những năng lực tinh thần tiềm tàng trong mình, cũng như xóa bỏ những khác biệt trong chính trị và kinh tế của đất nước. Muốn được như vậy, chúng ta phải đồng lòng hợp tác, cả trong suy nghĩ lẫn hành động. Mỗi người cần phải nhìn nhận một sự thật rằng người xung quanh chính là anh

em hộ vệ của mình, bất kể chúng ta có thích hay không.

Đây là thời điểm mà chúng ta phải hiểu được sự thật rằng chúng ta có thể

vẫn là những người giàu có và tự do nhất thế giới, duy nhất bằng con đường tổ chức kết hợp những hy vọng truyền cảm hứng, đức tin và sự tin cậy lẫn nhau. Đây cũng là lúc, chúng ta nhận thức rõ sự cần thiết của một cuộc phục hưng tinh thần trên toàn quốc, bởi sự khôi phục thuần túy về kinh tế sẽ

không mang lại bất kỳ điều tốt đẹp lâu dài nào. Đã đến lúc nên thôi nói về

khôi phục kinh tế, và nên bắt đầu nói về khôi phục tinh thần, bởi hẳn đã hiển nhiên với tất cả những người dân bé mọn trên khắp đất nước này là chúng ta đang thiếu hụt trầm trọng các giá trị tinh thần.

Trước khi chúng ta bận tâm với tội lỗi của các quốc gia khác, với những đe dọa chiến tranh và xung đột nội bộ của họ, mỗi cá nhân nên quan tâm đến đất nước và ngôi nhà của chính mình. Nên bắt đầu bằng cách xây dựng sự

đồng cảm và thông hiểu giữa những người chủ lao động và nhân viên của họ. Hai nhóm người này đang có sự xung đột với nhau, và nếu mỗi bất đồng này không được giải quyết kịp thời, nó không chỉ ảnh hưởng xấu đến những người trong cuộc, mà còn sẽ gây hại đến hơn 100 triệu người dân nước Mỹ.

Nước Mỹ vẫn là một nền cộng hòa và chúng ta là một dân tộc tự do. Đất nước này có quyền thiết lập, duy trì những nguyên tắc chính trị và kinh tế

nhằm hỗ trợ nền cộng hòa này, cũng như hỗ trợ những nền cộng hòa khác.

Tôi chắc chắn không có người Mỹ chân chính nào lại muốn một cá nhân hay một nhóm thiểu số nào đó nắm quyền cai trị đất nước mình.

Tôi chắc rằng tất cả các bạn sẽ sẵn lòng kề vai sát cánh bên nhau để giữ cho bánh xe số phận luôn quay đều, để chúng ta luôn là một dân tộc tự do.

Tôi đang tiếp cận các bạn thông qua lời kêu gọi cá nhân này, bởi tôi có một kế hoạch đề nghị các bạn chấp nhận, một kế hoạch mà tôi biết rõ rằng nó chứa đựng giải pháp cho vấn đề chung của tất cả chúng ta. Đây không phải là kế hoạch do tôi tự nghĩ ra, mà đã được chứng minh mang lại lợi ích qua những khảo nghiệm trong hơn 4.000 năm qua. Không còn nghi ngờ gì nữa, nó là một kế hoạch thực tế và chắc chắn sẽ mang lại hiệu quả.

Kế hoạch này không hề liên quan gì đến chính trị. Nó cũng không đòi hỏi bất kỳ người nào phải khổ sở nhọc nhằn, cũng không cần ai phải hy sinh bản thân để đưa kế hoạch vào thực tiễn. Nó không xâm phạm đến tôn giáo của bất kỳ ai và nó sẽ ngay lập tức mang lại những lợi ích về tài chính cho mọi công dân của nước Mỹ.

Ngoài ra, nó sẽ giải quyết được cuộc xung đột giữa giới tư bản và người lao động chỉ sau một đêm. Kế hoạch này sẽ giúp cho mọi nhà

thờ trên đất Mỹ

Có thể truyền năng lượng tinh thần cho mọi người dân ngay khi nó được đưa vào áp dụng. Nó sẽ là một tấm gương tốt cho người dân của những quốc gia khác noi theo. Và khi những quốc gia khác thực hiện kế hoạch này, họ cũng sẽ có được sự tự do và những lợi ích kinh tế giống như những điều chúng ta đang kỳ vọng về đất nước này. Kế hoạch này hiệu quả đến mức nó sẽ dễ dàng đẩy lùi được những cuộc xung đột, chiến tranh và dịch bệnh đang đe dọa nhiều nước châu Âu.

Nội dung tổng quát và căn bản của kế hoạch này chính là lời cam kết chung của mọi người dân trong đất nước này. Lời cam kết này sẽ được viết vào bản Tuyên ngôn Độc lập mới. Theo đó, mỗi người sẽ phải cam kết quay lại các nguyên tắc ban đầu khi quốc gia này mới thành lập, đồng thời tuân theo và áp dụng Nguyên tắc Vàng trong các mối quan hệ xã hội, kinh doanh, nghề

nghiệp và chính trị của họ.

Kế hoạch này vô cùng đơn giản, nhưng các bạn đừng xem thường nó, bởi vì nó chứa trong mình một sức mạnh lớn lao. Kế hoạch này đơn giản đến mức bất cứ ai cũng có thể làm theo và áp dụng nó. Kế hoạch này nằm trong tầm với của mọi người dân nước Mỹ. Mọi người, không phân biệt tôn giáo, tín ngưỡng, sắc tộc, đều có thể áp dụng nó. Chúng ta cũng không cần phải có sự chấp thuận của ai đó để tiến hành kế hoạch này. Và những ai làm theo kế hoạch này không những sẽ không bị mất đi quyền lợi, mà trái lại có thể

đạt được cả những lợi ích kinh tế lẫn lợi ích tinh thần.

Để có thể nhanh chóng tiến hành kế hoạch này, tôi kêu gọi sự hợp tác chân thành từ tất cả thống đốc của các bang, cũng như từ tất cả mọi nhà thờ trên đất nước này. Tôi cảm thấy vinh dự khi kêu gọi sự hợp tác từ phía các nhà thờ, vì họ sẽ đạt được lợi ích to lớn bởi tinh thần của những người áp dụng Nguyên tắc Vàng sẽ được khôi phục và phát triển mạnh mẽ.

Với mục đích nhanh chóng đưa kế hoạch này vào thực tiễn, tôi xin đề nghị

tất cả chúng ta dành ra một tuần trong năm, bắt đầu vào ngày hai mươi lăm của tháng mười hai và kết thúc vào ngày đầu tiên của tháng một năm sau, và gọi nó là “Tuần lễ Nguyên tắc Vàng”.

Trong Tuần lễ Nguyên tắc Vàng đầu tiên, tôi xin yêu cầu tất cả mọi người ký vào một bản cam kết sẽ làm theo và sử dụng quy luật phổ quát này như

là nền tảng của mọi mối quan hệ.

Tôi sẽ tiếp tục bài phát biểu này cho đến khi nào mọi người dân của nước Mỹ đều nhận thức rõ về Nguyên tắc Vàng và bắt đầu sống cũng như làm việc dựa trên quy tắc nền tảng này. Tôi sẽ đặc biệt quan tâm đến tầng lớp nhân dân lao động của nước Mỹ, hướng sự quan tâm của họ đến những lợi ích thiết thực khi họ áp dụng Nguyên tắc Vàng.

Những ý tưởng sẽ làm chủ thế giới! Đây là ý tưởng nhưng nó không hề mới.

Thật ra, ý tưởng này đã được nói nhiều đến mức mọi người cho rằng nó quá tầm thường và phi thực tế.

Thế giới cần phải phục sinh nguyên tắc này.

Tất cả những gì chúng ta cần hiện nay là thông tin, sự sáng suốt và sự thật!

Chúng ta cần phải biết mình có được gì khi là công dân của nước Mỹ, cũng như đã có được nó như thế nào! Chúng ta cần phải biết thêm về Andrew Carnegie, Henry Ford, J. P. Morgan, Du Ponts(40) và những người khác nữa

– những người đã đưa nền công nghiệp Hoa Kỳ lên một tầm cao mới. Những người nông dân nên biết rằng lương thực thặng dư mà họ sản

xuất và bán ra thị trường đã được thu mua bởi một hệ thống công nghiệp được nhào nặn từ những kẻ chuyên kích động quần chúng để cố gắng đục khoét họ.

Tóm lại, tất cả chúng ta cần hiểu rằng đây là một đất nước công nghiệp, theo chế độ tư bản và thời khắc mà hệ thống này bị phá hủy, tự do của

chúng ta cũng sẽ sụp đổ theo.

*(40) Éleuthère Irénée Du Pont là người sáng lập nên "đế chế" Du Ponts vào năm 1802, với công ty sản xuất thuốc súng tại Mỹ. Gia đình Du Pont cung cấp 40%*

*thuốc súng cho Thế chiến thứ I và cung cấp nguyên liệu cho quả bom nguyên tử*

*đầu tiên tại Mỹ. Hiện nay, tập đoàn này đang phát triển hạt giống biến đổi gene.*

Chúng ta kiêu hãnh về quyền tự do báo chí và tự do ngôn luận mà mình đang được hưởng, nhưng đôi lúc lại không chú ý đến những nguy cơ tiềm tàng của đặc ân này. Ngay lúc này, có vẻ quyền tự do ngôn luận đang được sử dụng để ngầm phá hoại nền tảng của tự do cá nhân. Bằng bất cứ giá nào, chúng ta cũng phải giữ gìn quyền tự do ngôn luận và tự do báo chí, nhưng hãy dùng nó để quảng bá tính hiệu quả, lợi ích, sự giàu có và những đặc ân mà chúng ta đang được hưởng. Thiên nhiên sẽ lấy đi những gì chúng ta không sử dụng đến. Nếu chúng ta cột cánh tay lại và không sử dụng nữa, nó sẽ dần teo lại và không còn có thể cử động được nữa. Hãy sử dụng đôi tay để làm việc một cách hợp lý, và Mẹ Thiên nhiên sẽ ban cho đôi tay ấy sức mạnh cũng như sự khéo léo. Nếu chúng ta không quan tâm chăm sóc vườn tược, ruộng vườn, thiên nhiên sẽ biến chúng trở lại thành rừng rậm.

Nếu chúng ta ngủ quên trên chiến thắng với quyền tự do ngôn luận và tự

do báo chí, thì những tay sai, đặc vụ của nước ngoài sẽ lợi dụng những vũ

khí này để khiến chúng ta lâm đường lạc lối.

Có những tội lỗi do chúng ta quá thờ ơ và cũng có những tội lỗi do chúng ta can thiệp quá nhiều. Trong đất nước này, con người thường mắc cả hai lỗi

trên, đặc biệt là lỗi thờ ơ. Sự thờ ơ của chúng ta được thể hiện như sau: Không có kế hoạch duy trì quyền tự do của chúng ta với suy nghĩ và hành động mang tính đoàn thể. Chưa đến năm triệu người được tổ chức dưới hình thức là những liên đoàn lao động đang thiết lập giá cả thực phẩm và giá cả của mọi hàng hóa, và 125 triệu người còn lại không thể làm gì khác ngoài việc phải trả giá đắt.

Hiện tại, điều mà đất nước chúng ta cần không phải là những điều xì gà đắt tiền hay những xa xỉ phẩm, mà là sự quan tâm đúng mức đến những vấn đề

của riêng mình, để tận dụng tối đa quyền tự do báo chí và tự do ngôn luận.

## ***Chương 34***

### **NGUYÊN TẮC VÀNG**

Tôi mang một chiếc đồng hồ loại tốt, được lắp ráp chuẩn mực để đảm bảo luôn chạy đúng giờ. Nếu tôi tháo rời từng bộ phận của chiếc đồng hồ và đặt hết linh kiện vào một cái nón và xóc lên, thì tôi có dùng cả quãng đời còn lại cũng không thể nào ráp lại những phần ấy thành một chiếc máy đo thời gian chính xác như cái đang phục vụ tôi bây giờ. Nguyên nhân chính là do đằng sau một chiếc đồng hồ là một kế hoạch được tổ chức, sắp xếp cẩn thận trước khi những bộ phận được lắp ráp với nhau thành một chỉnh thể thống nhất. Chiếc đồng hồ của tôi có thể cho biết thời gian một cách chính xác, vì người chế

tạo ra nó là người hiểu biết rất rõ về loại thiết bị này và biết cách sắp xếp những bộ phận lại với nhau theo một kế hoạch được định sẵn.

Tôi có vinh dự được tiếp xúc và phân tích hàng ngàn người khác nhau, có những người nổi tiếng trên toàn nước Mỹ về độ giàu có và thành công, nhưng cũng có những người hoàn toàn thất bại. Trong mọi trường hợp, tôi phát hiện ra rằng những người giàu có là những người luôn tuân theo một kế hoạch nhất định, còn những người thất bại là những người không chịu tuân theo bất kỳ kế hoạch nào cả. Từ sự quan sát này, tôi đúc kết được rằng mỗi thành công hay thất bại đều có nguyên nhân của nó. Sau khi nghiên cứu rất nhiều trường hợp, tôi thấy rằng có khoảng 17 nguyên tắc có thể giúp cho con người thành công, sự kết hợp của vài nguyên tắc trong số đó luôn được áp dụng bởi những người thành công, trong bất kỳ lĩnh vực nào.

Một trong những nguyên tắc thành công quan trọng nhất trong số đó lại trở thành nguyên tắc bị con người ngày nay thờ ơ nhất. Đó là nguyên tắc được biết đến với tên gọi Nguyên tắc Vàng, từng được hàng nghìn học giả

giảng dạy và tuyên truyền, nhưng người nghe vẫn chưa ấn tượng nhiều về

tính thực tiễn của nó.

Nguyên tắc đơn giản này có thể được hiểu là bất kể chúng ta đang làm gì với người khác, cho người khác, cũng là ta đang làm với chính mình, cho chính mình. Hiểu được tính độc đáo này và Nguyên tắc Vàng sẽ mang một ý nghĩa hoàn toàn khác.

Tôi sẽ không thuyết giảng cho các bạn về Nguyên tắc Vàng, nhưng tôi sẽ

cung cấp cho các bạn những thông tin trực tiếp và đáng tin cậy về cách mà nguyên tắc này hoạt động. Để mang đến cho các bạn thông tin trực tiếp, tôi phải dùng chính bản thân mình làm ví dụ, bởi tôi chỉ



có thể chắc chắn hoàn toàn về những động cơ và cảm xúc của bản thân mình - những động cơ và cảm xúc thực sự của người khác tất yếu phải dựa trên quan sát.

Điều mà tôi nêu ra ở đây không liên quan gì đến các vấn đề đạo đức cả. Nó cũng không liên quan đến những chuyện tương lai xa vời. Nó giải quyết những vấn đề bây giờ và tại đây. Nó đưa ra những giải pháp cho các vấn đề

mà con người đang phải đối mặt ngày này qua ngày khác. Ngoài ra, nó cung cấp cho mỗi cá nhân những con đường dẫn đến hạnh phúc, bởi một lý do tốt đẹp là một người thành công bằng nguyên tắc này sẽ không khiến người khác phải thất bại.

Tôi bị thôi thúc viết ra những lời thú nhận này là bởi cuộc chiến tranh vô nghĩa giữa giới tư bản và tầng lớp lao động. Nó vô nghĩa vì cả hai phía đều chắc chắn sẽ không giành được chiến thắng, bởi cuộc sống có một quy luật, cũng bất biến như luật hấp dẫn, đó là người nào làm hại người hàng xóm của mình thì cũng sẽ làm hại chính bản thân mình. Bạn đã bao giờ nghĩ về

điều này chưa?

Cùng tôi nhìn lại những năm đã trôi qua quá nhanh, và chúng ta hãy phân tích một số kết quả của việc áp dụng Nguyên tắc Vàng.

Khi Chiến tranh Thế giới chấm dứt, Arthur Nash, một thương nhân may mặc ở Cincinnati nhận thấy công việc kinh doanh của mình đang gặp vấn đề. Ông ấy thiếu nguồn vốn hoạt động. Công việc kinh doanh của Arthur đã sa sút đến nỗi chi phí bỏ ra còn nhiều hơn cả lợi nhuận mà ông kiếm được.

Ông ấy không thể huy động đủ nguồn vốn cho công việc kinh doanh của mình, mọi thứ khác cũng đều thất bại (chú ý quan sát cụm từ "mọi thứ khác cũng đều thất bại"). Trong lúc tuyệt vọng nhất, Arthur Nash quyết định thử

nghiệm Nguyên tắc Vàng như một phương sách cuối cùng.

Tập hợp những nhân viên của mình lại, Arthur Nash nói cho họ nghe về

tình thế khó khăn mà công ty đang lâm vào.

Ông nói rằng chỉ còn có một phần ngàn cơ hội để cứu được công việc kinh doanh, và với sự hợp tác của họ, ông ấy có thể nắm lấy cơ hội đó. Arthur Nash đề nghị những người nhân viên của mình trở thành “đối tác” của ông và ông sẽ chia sẻ một phần lợi nhuận với họ. Đổi lại, ông ấy yêu cầu họ quên

đi thời gian, những tiện ích cá nhân và đặt mọi thứ họ có vào công việc kinh doanh. “Nếu phương cách này không thể cứu chúng ta, thì sẽ không còn điều gì khác có thể làm chuyện này.

Nhưng tôi tin rằng nếu chúng ta đồng tâm hiệp lực, chúng ta chắc chắn sẽ

chiến thắng”.

Những nhân viên của Arthur Nash cũng tin tưởng vào điều này. Họ cùng tham gia với tất cả trí óc, con tim và công sức.

Không chỉ vậy, họ còn đi những đôi tất cũ, thay đổi chỗ ở để tiết kiệm từng đồng tiền và dồn tất cả những gì họ có vào công việc kinh doanh. Điều đó cũng giúp ích rất nhiều, nhưng thứ có giá trị nhất chính là tinh thần mà họ

đặt vào công việc, một tinh thần khát khao chân thành mong muốn việc kinh doanh tiến triển. Và việc kinh doanh thật sự đã đi lên. Thực tế, nó phát triển thịnh vượng hơn trước rất nhiều.

Tôi vinh dự là người đầu tiên viết về câu chuyện của họ và đăng trên tạp chí.

Và cho dù các bạn có tin hay không, người đàn ông tên Arthur Nash và những nhân viên của mình – những người không làm gì hơn ngoài việc tuân theo Nguyên tắc Vàng – đã được lên trang nhất của các tờ báo và chiếm vị

trí trang trọng trên những tờ tạp chí hàng đầu cả nước. Cho dù bỏ ra hàng triệu đô la, người ta chưa chắc có thể nào được lên trang nhất của những tạp chí như thế .

Khi Arthur Nash qua đời một vài năm sau đó, ông ấy đã là một người giàu có và công việc kinh doanh may mặc của ông cũng trở nên vô cùng thịnh

vượng với mức lợi nhuận ít nơi nào có được. Đó chính là “một người đàn ông làm gì cho nhân viên của mình, thì cũng chính là đang làm cho bản thân ông ta”.

Không ai là người sáng chế ra Nguyên tắc Vàng, vì thế bất cứ ai muốn đều có thể áp dụng nó vào công việc. Đó là một trong những nguyên tắc mà không có người chủ lao động, nhân viên hoặc hàng xóm nào cảm thấy phiền lòng. Có lẽ điểm yếu lớn nhất của nguyên tắc này là nó quá sẵn có. Có lẽ, nếu có một điều luật được ban hành cấm mọi người sử dụng Nguyên tắc Vàng, không chừng mọi người sẽ lén lút áp dụng nó cũng nên.

Cách đây một vài năm, Henry Ford đã khiến cả ngành công nghiệp thế giới phải ngạc nhiên khi ông tuyên bố sẽ trả lương cho nhân viên của mình ít nhất là 5 đô la mỗi ngày, bất kể họ giữ vị trí gì trong công ty. Mọi người đều có cách nghĩ riêng về chính sách mới của Henry Ford, nhưng hầu như không ai nhìn thấy trước được những hiệu quả tích cực mà chính sách này mang lại cho những nhân viên và công việc kinh doanh của hãng Ford. Những đối thủ của Ford trong ngành ô tô đã thét lên “phản loạn”. Họ đoán chắc kể

hoạch có phần ngông cuồng của Henry Ford sẽ khiến ông và những ai làm theo sớm muộn gì cũng sẽ phá sản. Tất cả đều sai lầm! Không những không bị phá sản mà quyết định này của Henry Ford còn là

một trong những quyết định khôn ngoan nhất của ông. Chúng ta hãy cùng nhau tóm tắt những lợi ích mà chính sách này đã mang lại cho Henry Ford. Đầu tiên, nó cho phép ông chọn lựa lao động, vì mọi người đều muốn làm việc cho một người tình nguyện trả lương cao như vậy. Nó còn giúp cắt giảm bớt chi phí hoạt động

của công ty khi mỗi nhân viên tự trở thành người giám sát của chính họ.

Khi nhận được mức lương cao như vậy, không có nhân viên nào dám trốn việc hoặc làm việc hời hợt vì họ sẽ có nguy cơ bị thay thế bởi những người làm việc chăm chỉ và hiệu quả hơn. Không dừng lại ở đó, chính sách này còn đảm bảo cho công việc kinh doanh của hãng Ford không bị dính vào những bê bối lao động trong suốt hơn 20 năm, bởi không có liên đoàn lao động nào có cơ để làm khó một người chủ "rộng rãi" như Henry Ford.

Có lẽ Ford không có ý định điều hành công việc kinh doanh theo Nguyên tắc Vàng khi ông tự nguyện tăng lương, nhưng hiệu quả mang lại là như

nhau. Chúng ta chỉ tính đến hành động thực tế mà thôi. Trong những chuyến đi của mình, tôi nhìn thấy một khẩu hiệu ngắn ngủi, giản đơn nhưng gây ấn tượng với tôi hơn mọi khẩu hiệu nào khác mà tôi từng biết.

Nó ghi rằng: "Hành động, chứ không phải lời nói".

Nguyên tắc Vàng, khi được đưa vào hoạt động thực tiễn, nó sẽ tương đương với nguyên tắc làm việc nhiều hơn và hiệu quả hơn so với mức được trả.

Ngoài ra, nguyên tắc tuyệt vời này còn mang lại một lợi ích to lớn khác nữa, đó là những người lãnh đạo có thể áp dụng nguyên tắc này để tạo ấn tượng tốt với những người đi theo họ.

Tôi đã có một khám phá đầy kinh ngạc về sức mạnh của Nguyên tắc Vàng, thứ mà tôi chưa từng được biết đến hay nghe thấy trước đây, đó là, khi một người gặp khó khăn thì cách tốt nhất để anh ta có thể vượt qua khó khăn đó là tìm một vài người khác cũng đang gặp phải hoàn cảnh khó khăn tương tự và giúp đỡ họ. Khi làm như vậy, anh ta sẽ thấy được, với rất ít ngoại lệ,

rằng khi giúp đỡ người hàng xóm thì anh ta cũng đang giúp cho chính mình. “Hãy giúp đỡ người anh em trên chiếc thuyền của người! Chính người cũng sẽ tới được bờ”(41).

*(41) Một câu cách ngôn trong Hindu giáo.*

Những người sống và làm việc theo Nguyên tắc Vàng tự họ có khả năng thu hút và làm vui lòng người khác, cũng như không gặp bất cứ khó khăn gì trong việc có được sự hợp tác tự nguyện của họ. Cách đây không lâu, tôi được Herman Schatzman thuộc Công ty Western Union Telegraph mời đồng hành với ông trong một ngày. Trong chuyến đi bằng ô tô này, Herman Schatzman đã tình nguyện đưa tôi đến gặp rất nhiều người, trong những hoàn cảnh khác nhau. Tôi rất ngạc nhiên khi nhìn thấy mọi người đều cực kỳ lịch sự và nhã nhặn với ông. Vì thế, tôi bắt đầu phân tích Herman Schatzman để tìm hiểu xem tại sao ông ấy được nhiều người quý mến như

thế.

Trong chuyến đi, ông ấy đưa tôi đến một công trình tư nhân, do một viên cảnh sát canh giữ cửa ra vào. Trước khi đợi viên cảnh sát cất lời, Schatzman nói: “Chúng tôi rất muốn được tham quan tòa nhà; các anh có thể vui lòng mở cửa cho chúng tôi được không?”.

Người cảnh sát quay lại và bắt đầu mở cánh cổng. Nhưng sau đó anh ta chần chừ, nhìn xung quanh và hỏi: “Các ông muốn vào đây gặp ai? Các ông biết là nơi này không tiếp khách tham quan chứ?”. Ngay sau đó, ông Schatzman trả lời:

“Tôi muốn dẫn bạn của tôi tham quan tòa nhà tuyệt đẹp này”.

Không nói một lời nào nữa, người cảnh sát mở cánh cổng và chúng tôi được phép bước vào trong. Trong lúc ra về, tôi nhận thấy người cảnh sát nhìn chúng tôi với ánh mắt vô cùng buồn cười bởi vì anh ta không hiểu tại sao bản thân lại vi phạm luật lệ và cho phép chúng tôi đi vào. Tôi cũng không hiểu tại sao người cảnh sát đó lại cho chúng tôi vào trong một cách dễ dàng như thế. Trước khi trời tối, tôi đã hiểu được nguyên nhân tại sao.

Sau đó không lâu, xe của chúng tôi bị thủng lốp ngay tại giao lộ Newark tấp nập của bang New Jersey. Còn tồi tệ hơn, sự cố xảy ra ngay trước cửa của một cơ sở kinh doanh tư nhân và chặn ngay lối ra vào của cơ sở này. Cách đó không xa, một cảnh sát giao thông đang làm nhiệm vụ hướng dẫn xe cộ

qua lại. Khi anh cảnh sát nhìn thấy chiếc xe của chúng tôi, anh ta bước đến và nhìn vào chiếc lốp bị thủng. Ngay trước khi anh ta bảo chúng tôi rời khỏi đây thì ông Schatzman cất lời kèm theo một nụ cười toét tới mang tai: "Bị

thủng lốp xe ngay tại một con phố đông đúc như thế này, chẳng phải cũng may mắn lắm sao?". Ngay lập tức, vị cảnh sát thay đổi nét mặt từ cau có sang vui vẻ và nói: "Anh nói thế đấy nhé, anh bạn!". Sau đó, tôi vô cùng ngạc nhiên khi thấy vị cảnh sát này tự nguyện hướng dẫn dòng xe cộ xung quanh chúng tôi và chỉ đường cho chúng tôi đến garage gần nhất. Mặc cả tiếng đồng hồ chúng tôi mới ra khỏi nơi hỗn loạn đó, nhưng vị cảnh sát vẫn không nói một lời than trách nào. Sau khi xe chúng tôi được thay chiếc lốp mới và có thể khởi hành trở lại, vị cảnh sát bước đến chúng tôi, cười một cách rộng lượng và cầu chúc cho chúng tôi được bình an trên đường đi.

Gần cuối ngày, khi xe chúng tôi sắp đi ngang qua một giao lộ, ông Schatzman đã quyết định nhấn ga đi thẳng dù chỉ còn vài giây nữa là đèn đỏ. Khi chúng tôi đi qua được một nửa giao lộ, một viên cảnh sát thối còi ra lệnh cho chúng tôi dừng xe lại. Và ngay sau đó, một viên cảnh sát khác to cao vạm vỡ tiến đến chúng tôi với một điệu bộ kiểu như "À, lần này thì ông bắt được bọn mày rồi nhé!". Và một lần nữa, ông Schatzman nhanh như

chớp giành được quyền nói trước: “Không hiểu tại sao tôi lại ngốc đến nỗi không nhìn lên cột đèn đó. Lúc tôi nhìn lên đèn giao thông trước đó vài giây thì nó vẫn còn là màu xanh mà”. Người cảnh sát nhìn chúng tôi một vài giây sau đó mỉm cười và ra hiệu cho chúng tôi lùi lại vạch đèn đỏ mà không nói một lời nào.

Suốt cả ngày hôm đó, tôi đã quan sát thấy Schatzman đối xử vô cùng lịch sự và nhã nhặn với những người lái xe taxi, cảnh sát và những người khác, từ đó tôi đã khám phá ra được một bí mật. Rất đơn giản, ông Schatzman thật sự yêu mến những người đó, mà thật ra, ông yêu mến tất cả mọi người.

Ông không chỉ thể hiện sự yêu mến qua hành động, mà còn qua suy nghĩ

của mình. Những lúc tôi phân tích và chỉ trích một số người mà tôi cho rằng hành động của họ không phù hợp, ông Schatzman luôn chỉ cho tôi thấy một số điểm tốt của họ mà tôi đã vô tình hay cố ý phớt lờ đi.

Thật sự, đối với người khác, Schatzman luôn luôn có cách nhìn, cách suy nghĩ mang tính tích cực và xây dựng. Sau đó, những người này sẽ nhận thấy dòng suy nghĩ tốt đẹp từ ông và họ cũng sẵn sàng đáp lại ông bằng những ý nghĩ và hành động tích cực. Và đây là một trong những đặc điểm lạ lùng

không thể đo lường được của bản chất con người: Mọi người cư xử hướng về chúng ta, cả trong suy nghĩ lẫn hành động thực tiễn, đều tương ứng với ý nghĩ của chúng ta. Không chỉ con người mà ngay cả động vật cũng không nằm ngoài quy luật này. Một chú chó sẽ nhận biết ngay lập tức một người nào đó không yêu thích chó, và nó sẽ thể hiện sự không yêu thích lại với người đó. Ý nghĩ có khả năng truyền từ não bộ người này sang não bộ người khác. Khi tôi rong ruổi khắp các nẻo đường với ông Schatzman suốt cả ngày hôm đó, tôi tự hỏi điều gì sẽ xảy ra nếu mọi người chủ lao động và nhân viên đều yêu thương nhau và không nói xấu nhau sau lưng.

Thật sự, chỉ cần tinh thần yêu thương đó là đủ để có thể giải quyết mọi bất đồng, xung đột lao động giữa người chủ lao động và người làm thuê của đất nước này. Không chỉ vậy, tinh thần này còn có thể mang lại sự yên bình và sự cân bằng trong tâm trí con người, cũng như loại trừ những cảm xúc xấu như ghen ghét, đố kỵ khỏi tâm trí.

Trước khi kết thúc chuyến du hành với ông Schatzman, tôi tự hỏi bản thân tại sao không có nhà giáo dục hay giáo viên nào đề cập đến việc dạy dỗ

những học sinh, sinh viên về tính lương thiện của con người, cho dù nền giáo dục của chúng ta đã đạt được nhiều bước tiến đáng kể! Hơn nữa, tôi cũng không thể hiểu tại sao những nhà lãnh đạo tư bản và những nhà lãnh đạo các liên đoàn lao động lại không bao giờ khám phá ra được những phúc lành to lớn cho họ và những người ủng hộ họ, bằng cách suy nghĩ và đánh giá người khác dựa trên cơ sở tình yêu thương.

Tôi sợ rằng một trong những điểm yếu lớn nhất của chúng ta chính là xu

hướng xem xét mọi thứ, mọi vật bên ngoài mà lại quên xem xét chính tâm trí của mình khi tìm kiếm nguyên nhân thất bại trong cuộc sống. Và tôi biết chắc chắn rằng, địa vị của chúng ta trong xã hội, về mặt tài chính hay tinh thần đều phụ thuộc vào những ý nghĩ nổi trội đang chiếm giữ tâm trí chúng ta.

### ***Chương 35***

## **THÁI ĐỘ TINH THẦN PHẢI ĐÚNG ĐẮN**

Cách đây không lâu, tôi có cơ hội tiếp xúc với bà Esperanza Garrigue - một giảng viên thanh nhạc lừng danh quốc tế, người đã cho tôi những đánh giá thú vị về trải nghiệm trước đây của Graham McNamee. McNamee muốn trở



thành ca sĩ nhưng lại không có tiền để trang trải cho việc học. Bà Garrigue xem xét và tìm hiểu kỹ trường hợp của anh, và sau khi biết rằng anh mong muốn trở thành ca sĩ đến mức sẽ sẵn sàng chết đói nếu cần thiết, bà đã đi đến kết luận rằng McNamee xứng đáng với sự nâng đỡ của bà, vì thế bà nhận lời và cố gắng hết mình để giúp đỡ anh ấy.

Sau khi McNamee trở thành một phát thanh viên nổi tiếng và tiền bạc thoải mái hơn, anh tìm đến bà Garrigue và đề nghị trả bà khoản nợ của mình. Bà Garrigue từ chối nhận tiền, vì thế McNamee yêu cầu được trả nợ theo cách khác, đó là mang đến cho một người trẻ tuổi khác cơ hội giống như cơ hội bà từng mang đến cho anh, khi anh không có tiền bạc.

Hóa đơn học phí sẽ do anh chi trả. Họ chi hơn 150 đô la để quảng cáo nhằm tìm ra một người trẻ tuổi phù hợp và cuối cùng họ cũng tìm được anh chàng đó (rất kỳ lạ là anh chàng này hiện đang làm tạp vụ ở trường quay đài phát thanh). Sau sáu năm đào tạo, chàng trai bước vào con đường sự nghiệp ca sĩ đầy triển vọng. Khoản nợ của McNamee đã được thanh toán. Không lấy làm lạ khi anh ấy trở nên phát đạt trong vai trò là một phát thanh viên.

Cũng không có gì ngạc nhiên khi công chúng đều yêu mến anh ấy. Có lẽ mọi

người không biết tại sao chất giọng của Graham McNamee lại khiến chúng ta dễ chịu đến thế. Tôi chắc mình cũng sẽ không hiểu được nguyên do cho đến khi tôi biết được triết lý ứng xử với người khác của anh ấy. Sự thật là anh ấy đã tô điểm cho giọng nói của mình với thái độ tinh thần được phản chiếu qua Nguyên tắc Vàng. McNamee suy nghĩ tốt đẹp về mọi người, áp dụng triết lý của Nguyên tắc Vàng vào suy nghĩ lẫn hành động, chính vì thế, anh ấy đã có một cuộc sống thịnh vượng. Khi nói anh ấy thành công, tôi không chỉ dựa trên sự giàu có về mặt vật chất mà còn cả sự phong phú về

mặt tinh thần của anh. Graham McNamee chắc hẳn cảm thấy thanh thản bởi vì anh ấy đã sống chan hòa với mọi người.

Charles M. Schwab khá may mắn được cộng tác với Andrew Carnegie khi ông ấy còn rất trẻ. Qua lời nói của Carnegie, tôi biết rằng Schwab không cần ai giám sát ông, cũng không cần những chiếc đồng hồ ghi lại giờ đến và giờ

về của mình.

Schwab trở thành người giám sát của chính mình và đối với giờ giấc cũng vậy, ông luôn có mặt khi cần thiết, dù có phải tốn bao nhiêu thời gian đi nữa. Có phải Carnegie đã yêu cầu nguyên tắc làm việc như thế không?

Không hề! Đó là ý tưởng của riêng chàng trai trẻ Schwab. Có phải ông ấy được trả tiền để cống hiến dịch vụ nhiều hơn và tốt hơn Carnegie yêu cầu?

Câu trả lời cho vấn đề này rất thú vị. Bằng cách tự sắp xếp thời gian và mang đến nhiều cống hiến hơn, với chất lượng dịch vụ cao hơn bất kỳ ông chủ nào có thể yêu cầu, Schwab đã tự quyết định mức lương của mình, cao hơn mức bất kỳ liên đoàn lao động nào có thể đòi hỏi, và Carnegie đã vui vẻ chấp

nhận nó.

Đôi khi, tổng mức lương của ông có thể lên đến một triệu đô la một năm.

Khi bắt đầu làm việc cho Carnegie, Schwab chưa có kinh nghiệm và rất nghèo, trình độ học vấn cũng rất thấp. Tuy nhiên, ông lại có một trạng thái tinh thần rất vững vàng. Có thể nói, chính thái độ tinh thần này đã mang lại cho ông những thuận lợi và cơ hội mà vẫn thường chối từ những người dùng máy chấm công và mức lương hàng tháng để đo lường mức độ công việc họ bỏ ra. Trạng thái tâm lý này được chứng minh là đem lại lợi ích to lớn cho Schwab, và được Carnegie đánh giá là "dễ lan truyền". Những người làm việc cùng với Schwab nhanh chóng tiếp nhận tinh thần của ông ấy, sau đó, họ lần lượt truyền tinh thần đó sang những người khác. Việc lan truyền này dẫn

đến sự hài hòa xuyên suốt công việc. Hài hòa là khái niệm mơ hồ, nhưng nó rất đáng giá cho những người có thể truyền cảm hứng về nó.

Bạn không thể đánh giá quá cao giá trị của nguyên tắc này.

Hãy áp dụng nó bất cứ nơi nào có thể.

Cho đến nay, chính thái độ tinh thần này của Schwab đã giúp ông không mất mát thứ gì, mà còn đem lại tính tự chủ cộng với một mong muốn chân thành là trở nên thân thiện với mọi người. Một thái độ như vậy có rất nhiều lợi thế. Nó không chỉ thu hút, làm hài lòng mọi người và khiến họ sẵn sàng hợp tác với bạn mà còn đem lại sự thanh thản trong tâm hồn, sự thỏa mãn cá nhân mà con người không thể đạt được theo cách nào khác. Schwab đã biến chuyển thái độ tinh thần của ông thành hàng triệu đô la. Với thái độ

tinh thần của mình, Schwab đã mang đến việc làm cho hàng ngàn người -

những người mà ông đã và đang dùng hàng trăm triệu đô la để trả lương cho họ.

Quả thật, thái độ của Nguyên tắc Vàng chính là cây đèn thần không bao giờ

tắt của Aladdin.

Bao lâu nữa con người mới hiểu được tầm quan trọng của thái độ tinh thần?

Bao lâu nữa con người mới nhận ra được chính trạng thái tinh thần của họ

chứ không phải một thứ nào khác quyết định thu nhập và đo lường giá trị

của họ với thế giới? Sẽ mất bao lâu nữa con người mới bắt đầu kiểm soát trạng thái tâm lý của họ? Nếu trả lời được những câu hỏi này, bạn sẽ trở nên giàu có và nổi tiếng như Schwab, Rockefeller hay bất cứ người nào khác biết được câu trả lời một cách rõ ràng. Nếu có một thứ quan trọng nhất mà một người không thể thiếu đối với ông chủ của mình hoặc cho cộng đồng, thì đó chính là thái độ tinh thần đúng đắn.

Hầu như tôi luôn luôn nghe nhiều người nói rằng: "Ồ, vâng, tôi tin vào Nguyên tắc Vàng và tôi muốn áp dụng nó vào công việc của mình nhưng như vậy thì sẽ là tự sát về mặt tài chính, bởi vì những người khác nhau không thể sống bằng một nguyên tắc giống nhau!". Tôi cũng phải thú nhận rằng trước đây tôi cũng sai lầm khi có thái độ không đúng đối với nguyên tắc tuyệt vời về cách ứng xử của con người này.

Sự thật là những người sống theo Nguyên tắc Vàng không thể bị dối lừa về

những bồi hoàn của họ, mặc cho có bao nhiêu người có thể từ chối sống

theo nguyên tắc ấy, vì lý do đơn giản là những người thực hành nguyên tắc này đã xây dựng được trong chính họ một điều gì đó thuộc về tinh thần, không thể đo lường và được biết đến như là thái độ tinh thần đúng đắn, tức thái độ giúp thu hút bạn bè, cơ hội thuận lợi, ý tưởng và những tình huống...

những thứ mà con người sẽ không nhận ra hay nắm bắt được nếu thiếu đi thái độ ấy. Những gì bạn muốn thì sẽ muốn bạn! Giả sử những người làm việc cùng bạn từ chối sống theo Nguyên tắc Vàng, trong khi bạn lại tuân theo nguyên tắc đó. Thiệt hại sẽ thuộc về họ chứ không phải bạn. Đúng vậy, họ có thể lừa gạt bạn ở chốn thương trường khi có cơ hội bởi vì bạn thận trọng tuân theo nguyên tắc này. Nhưng nếu có ai đó làm vậy, bạn sẽ thu hút hàng tá người khác những người sẽ đứng về phía bạn và giúp đỡ bạn, và rồi bạn sẽ được

đền đáp nhiều hơn bất kỳ tổn thất nào bạn từng hứng chịu. Đây là cách mà quy luật đền bù hoạt động.

Sức mạnh kỳ diệu của Nguyên tắc Vàng là một thứ gì đó mà chúng ta không thể mô tả hay truyền đạt qua từ ngữ đơn thuần. Chỉ thông qua hành động, con người mới có thể hiểu về nguyên tắc tuyệt vời này. Hãy bắt đầu sống theo Nguyên tắc Vàng và bạn sẽ sớm hiểu được bản chất của nó nhiều hơn so với những gì tôi có thể diễn đạt trong 100 năm với những nỗ lực không ngừng nghỉ. Bạn sẽ không bao giờ nhận được lợi ích từ nguyên tắc này nếu chỉ nói, hay tin vào nó.

### **Chương 36**

## **XUNG ĐỘT GIỮA CHỦ LAO ĐỘNG VÀ**

## **NGƯỜI LAO ĐỘNG**

Nếu nhìn vào cuộc chiến giữa giới tư bản và lực lượng lao động đang diễn ra rất dữ dội ngày nay, chúng ta có thể thấy được lợi ích của triết học. Hãy lấy John L. Lewis làm ví dụ và xem xét con người lẫn hành động của ông ấy.

Rõ ràng, mục đích của ông ấy là giành quyền kiểm soát cả nền công nghiệp và chính phủ, và cho đến lúc này, có vẻ như ông ấy đang trên đà chiến thắng. Dường như tất cả mọi lợi thế đều nghiêng về phía ông ấy. Ngay cả

những người lãnh đạo chính phủ cũng tạm thời nghiêng về phía Lewis.

Nhưng những sự việc này chỉ dễ dàng đánh lừa những ai không đi sâu nghiên cứu về nguyên nhân và kết quả.

“Gieo nhân nào, gặt quả nấy.(42)”

*(42) Văn bản gốc: "Whatsoever a man soweth that shall he also reap." – trích trong Kinh thánh Galatians, câu 7, chương 6.*

Từ câu nói ngắn gọn đó, bạn có thể tìm ra câu trả lời cho những gì sẽ xảy ra với Lewis và tất cả những ai khuyến khích hay ủng hộ ông ta. Bạn không cần phải là một triết gia tài giỏi hay một nhà tiên tri để có thể đoán trước những gì sẽ xảy ra với Lewis. Rồi ông ấy nhất định cũng sẽ bị đào thải, bởi tác động của một quy luật bất di bất dịch, tựa như quy luật của cái chết.

Và nguyên do của vấn đề này đó là có nhiều nhà lãnh đạo phá hủy thay vì xây dựng. Thời gian là kẻ thù không đội trời chung của những kẻ chỉ biết phá hoại nhưng là người bạn thân thiết của những người muốn xây dựng.

Không ai trên đời có thể thay đổi quy luật này. Không một tổng thống hay chính trị gia nào có thể giúp Lewis chặn đứng quy luật này. Hãy đánh dấu và ghi nhớ câu nói này: khi thời điểm kết thúc sự nghiệp chính trị của ông ấy đến, nó sẽ đến như là kết quả của những hành động của chính ông, còn sức mạnh dẫn đến hồi kết của ông sẽ đến từ những người mà hiện tại ông gọi là người ủng hộ mình.

Nhân công Mỹ có thể không được đào tạo bài bản nhưng họ có lương tri chất phác. Khi hồi tỉnh, bởi họ luôn như vậy khi đối mặt với khủng hoảng quốc gia, họ dường như biết nên làm gì và có dũng khí để làm điều đó.

Trong khi nhắc đến Lewis, chúng ta cũng hãy chú ý đến những người phản đối ông. Lewis đã định đoạt cho số phận của mình, thế nên chẳng ai có thể

làm điều gì khác cho ông.

Đối với những chủ lao động mà Lewis đấu tranh quyết liệt, tình hình sẽ

khác. Mặc dù, đa số họ đã phạm những sai lầm chết người trong cách đối xử với người lao động, nhưng họ vẫn còn thời gian để tự cứu lấy chính mình.

Bất kỳ người chủ lao động nào chọn làm thế có thể thiết lập – ngay lập tức và vĩnh cửu - hàng rào chống lại Lewis và triết lý của ông ấy, một hàng rào mà cả những nhà lãnh đạo của chính phủ Hoa Kỳ lẫn Lewis đều không thể

tháo dỡ được.

Cách đây hơn 20 năm, Henry Ford gần như đã nhận ra hàng rào đó khi ông trả lương cho nhân viên với mức tối thiểu là 5 đô la một ngày. Walter Chrysler(43) cũng tin vào điều này khi ông tình nguyện tăng lương cho nhân viên của mình với tổng giá trị hơn 50 triệu đô la. Nhưng hành động của cả

hai quý ông này đều chưa đủ.

*(43) Walter Chrysler (2/4/1875- 18/8/1940): Ông là người khai sinh ra dòng xe Chrysler danh tiếng một thời.*

Có một giải pháp khả thi cho những người chủ lao động và cho cả Lewis về

vấn đề này, đó chính là một đạo luật mà không một tòa án tối cao nào có thể lật ngược hay tuyên bố là trái hiến pháp. Đó chính là Nguyên tắc Vàng

- nguyên tắc kết hợp và áp dụng đa dạng những điều tôi đã cố gắng trình bày.

Nếu Walter Chrysler qua mặt L. Lewis và thỏa thuận trực tiếp với nhân viên khi ông tuyên bố tăng lương 50 triệu đô la và thẳng thắn nói với họ là từ

nay về sau, họ là đối tác kinh doanh của ông, và như thế họ sẽ được chia lợi nhuận giống như những cổ đông (những người mua cổ phần hưởng lợi nhuận ứng với tiền đầu tư) thì Walter Chrysler đã ngăn chặn Lewis mãi mãi.

Tất nhiên, cần phải có những điều kiện gắn với đặc quyền được mở rộng đến những người được chia sẻ lợi ích, một trong số chúng là họ phải thay đổi thái độ tinh thần và dành cho công việc không chỉ là khoản thời gian nhất định mà phải là một tinh thần luôn sẵn sàng làm việc hết mình. Kèm

theo yêu cầu là một danh sách hoàn chỉnh các điều kiện mà theo đó, nhân viên sẽ được chia sẻ lợi nhuận. Những điều kiện là "Dịch vụ của Nguyên tắc Vàng đổi lấy sự thanh toán của Nguyên tắc Vàng".

Khi khước từ quan điểm này dựa trên cơ sở đó chỉ là một học thuyết hoặc vì nó quá duy tâm, chúng ta hãy xem xét một khía cạnh khác. Nếu người chủ

tình nguyện chia sẻ lợi nhuận cơ bản trong kinh doanh cho nhân viên, thì ông ấy sẽ kiếm được nhiều lợi nhuận hơn so với việc chỉ đơn thuần trả lương cho họ theo cơ chế cũ. Lợi ích trước hết chính là người lao động sẽ mang lại nhiều giá trị hơn, với chất lượng cao hơn. Theo lối cư xử của Nguyên tắc Vàng, người chủ sẽ trả thêm một khoản tiền cho nhân viên, chưa kể đến khoản tiền tiết kiệm được trong cuộc đình công và thiệt hại tài sản. Arthur Nash đã chứng minh rằng quan điểm này là hoàn toàn đúng đắn. Hơn nữa, số tiền hiện đang được nhiều chủ lao động dùng để chống lại Lewis và các nhà lãnh đạo lao động khác, nếu được chuyển trực tiếp đến người lao động theo một kế hoạch làm việc thực tế nào đó dựa trên Nguyên tắc Vàng, sẽ đủ

để trả phí cố tức cho nhân viên.

Trong tất cả các cuộc xung đột giữa tư bản và lực lượng lao động này, các bên tranh đấu và hầu hết mọi người dường như không hiểu hết ý nghĩa của tư bản. Tư bản và lao động gồm ba yếu tố, cụ thể là: 1. Người lao động sử dụng cơ bắp của họ để làm việc.

2. Tiền hoặc tài sản tương đương của nó dưới hình thức tín dụng.

3. Trí tuệ để quản lý và hướng dẫn việc sử dụng lao động và tiền bạc.



Trong ba mục trên, yếu tố cuối cùng là quan trọng nhất bởi hiếm có trí tuệ

nào có thể quản lý và điều khiển nỗ lực của con người, cũng như tiết kiệm và sử dụng tiền một cách thông minh. Trong hàng ngũ lao động, có rất ít những người có trí tuệ như thế, kể cả những người được gọi là nhà lãnh đạo lao động. Trong 10.000 người lao động không một ai có thể hoặc sẽ quan tâm đến việc đảm nhận trách nhiệm quản lý nếu cơ hội đó được trao cho anh ta dễ dàng mà không đòi hỏi bất kỳ nỗ lực nào. Sự thật này đã quá rõ ràng đến nỗi không cần bằng chứng để chứng minh.

Trí tuệ để quản lý tư bản không chỉ dẫn dắt và điều khiển hiệu quả nỗ lực của con người mà còn tìm kiếm thị trường cho những sản phẩm làm ra. Trí tuệ đó cũng đòi hỏi khả năng tinh thông ở kiến thức và tay nghề mà chúng ta không thể tìm thấy trong các hàng ngũ lao động, trừ những trường hợp hiếm hoi.

Sản phẩm của người lao động phải được phân phối từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ. Điều đó đòi hỏi sự quản lý chuyên môn hóa cao trong lĩnh vực phân phối.

Quả thật có vẻ kỳ lạ khi người lao động lầm lẫn tin rằng vấn đề của họ sẽ

được giải quyết khi bổ nhiệm Lewis làm người đại diện phát ngôn cho họ.

Điều lớn nhất mà một nhà lãnh đạo lao động có thể làm là thu phí thành viên công đoàn và gây khó khăn cho người chủ lao động bằng cách ràng buộc công việc kinh doanh của họ. Tuy nhiên, việc này không thể giải quyết vấn đề của người lao động, mà chỉ khiến nó thêm phức tạp thôi.

Thực tế không một trí tuệ đơn lẻ nào tự nó là hoàn thiện cả. Những người thành công trong cuộc sống khi đảm nhận bất kỳ nhiệm vụ nào cũng đều thông qua sự liên minh với các trí tuệ khác, ở một mức

độ nhất định. Xung quanh Carnegie là những nhà khoa học, hóa học, kỹ thuật và cố vấn kinh doanh có trình độ chuyên môn cao và ông trả lương rất cao cho họ.

Nếu không có sự hợp tác nhiệt tình từ họ, có lẽ Carnegie đã không tích lũy được tài sản lên đến hàng triệu đô la. Điều cần ghi nhớ là, ông ấy đã trả

lương cho họ rất cao.

Giả sử rằng một số nhà lãnh đạo lao động dưới sự viện trợ của chính phủ

Hoa Kỳ khiến những nhà máy thép lâm vào tình trạng khó khăn và dẫn đến phá sản, sau đó họ tiếp quản chúng.

Điều gì sẽ xảy ra sau đó? Ai sẽ điều hành những nhà máy đó?

Ai sẽ bỏ tiền ra để chúng hoạt động trở lại? Ai sẽ bán sản phẩm của nhà máy?

Ai sẽ vận chuyển nguyên liệu đến nơi cần thiết?

Liệu Lewis có thể điều hành nhà máy thép hoạt động hiệu quả như Charles M. Schwab hay Girdler hay Myron Taylor chẳng?

Liệu có một ai trong toàn tầng lớp lao động có thể làm được như thế? Cá nhân tôi nghi ngờ về điều đó!

Đây là một vài câu hỏi mà cả giới tư bản và lực lượng lao động nên hỏi và trả lời trước khi sẵn sàng triệt tiêu lẫn nhau.

Cha chung không ai khóc! Vì thế, bên thích hợp để chủ động giải quyết xung đột dĩ nhiên là những người kiểm soát tư bản.

Thực tế, chỉ có họ mới có thể chấm dứt xung đột vì họ có khả năng điều khiển cơ cấu kinh tế, tài chính, công nghiệp to lớn của một quốc gia. Tổ chức người lao động rõ ràng là một chính nghĩa đáng được

xem xét. Thực tế, đó là một chính nghĩa lớn lao đến mức nó được quyền và cần phải có những người lãnh đạo như Lincoln, những người có ý thức về công lý, tính cách điềm đạm và trên hết là một trái tim chân thành. Ngày nay không ai được quần chúng biết đến trong hàng ngũ lãnh đạo lao động có thể đáp ứng được những yêu cầu này. Hơn nữa, hầu hết những nhà lãnh đạo lao động bị quần chúng và cả những người ủng hộ họ coi là thiếu khả năng đàm phán theo kiểu thương nghiệp với những người thuộc cấp quản lý tư bản.

Điều này nghe chẳng hay ho tí nào nhưng nó có một đặc trưng để bù trừ: đó là sự thật.

Tất cả những điều trên chỉ là một lý do khác nữa giải thích tại sao trách nhiệm trong việc chủ động giải quyết tranh chấp lao động lại đổ lên vai các nhà tư bản. Sức mạnh và trí thông minh vượt trội, dẫu có được tìm thấy ở

đâu đi nữa, đều gắn liền với trách nhiệm củ a nghĩa vụ và sự khôn ngoan trong việc sử dụng chúng.

Mỗi vấn đề đều có một giải pháp. Thông thường, người thích hợp nhất để

giải quyết vấn đề là người không liên quan hay bị ảnh hưởng trực tiếp bởi vấn đề đó.

Vâng, có một giải pháp cho mảnh lới lao động này! Và chúng ta hãy gọi nó bằng đúng cái tên của nó bởi vì nó là một mảnh lới rõ ràng, thậm khốc và hạ thấp giá trị. Có hai nhóm người chịu tổn thất lớn nhất từ sự mảnh lới này. Một nhóm là nạn nhân bất hạnh, bị ép buộc hay lừa gạt để nộp phí thành viên, nhóm còn lại là cộng đồng, họ sẽ chịu mọi hậu quả khi mảnh lới này kết thúc.

Đã đến lúc hai nhóm người này ngồi lại bàn bạc với nhau và chấm dứt mảnh lới trên. Do đó, chúng tôi đề xuất rằng mỗi người chủ lao động nên tuyên bố ngay lập tức, rằng từ nay việc kinh doanh của anh ta sẽ được điều hành bởi ban quản lý đại diện cho cổ đông và

người lao động, phân chia lợi nhuận công bằng theo Nguyên tắc Vàng. Chúng tôi cũng đề xuất rằng mỗi người chủ nên bổ nhiệm một ban cố vấn gồm những người có uy tín và không vụ

lợi của cộng đồng để ngồi lại cùng hai nhóm người đại diện cho tư bản và lao động, nhằm tạo nên nhóm đại diện cho bên thứ ba, đó là cộng đồng.

Nếu bất kỳ nhà tư bản công nghiệp nào đã tuyên bố như thế và thực hiện nó bằng hành động thì tất cả những nhà lãnh đạo lao động sẽ được chào đón trong hàng ngũ nhân viên của doanh nghiệp.

Tư bản có sức mạnh trí tuệ lớn lao! Vậy thì tại sao không ai trong nhóm người đó nhận ra cơ hội này, trở nên thông minh thực sự và chấm dứt mãi mãi những kẻ cướp đã gây ra mất mát to lớn cho tư bản và lao động mỗi năm?

Giờ là cơ hội cho những nhà lãnh đạo doanh nghiệp khiến bản thân và

doanh nghiệp của mình trở thành bất tử, bằng cách bán ý tưởng này cho các nhà tư bản công nghiệp và cộng đồng. Điều này chỉ mang lại hiệu quả

cao nhất thông qua hành động chứ không phải lời nói.

## ***Chương 37***

### **THẾ GIỚI MỚI**

Khi biển cả cuộc đời lần nữa trở lại êm đềm và khi thế giới này lần nữa trở

về trạng thái yên ổn để hoạt động kinh tế diễn ra có trật tự, hòa bình và phát triển thịnh vượng, những nhà lãnh đạo và một thương hiệu lãnh đạo mới cũng sẽ theo đó mà xuất hiện. Trong tất cả các lĩnh vực kinh tế, công nghiệp, tôn giáo và chính trị, các nhà lãnh đạo sẽ tập trung quan tâm và giúp đỡ

những người ủng hộ mình thay vì chỉ khư khư tích lũy của cải tài sản cho bản thân.

**Một tôn giáo mới đang trong quá trình được hình thành** Khi trạng thái yên ổn này diễn ra, và tất nhiên nó sẽ diễn ra, một tôn giáo mới cũng sẽ từ đó mà ra đời – một tôn giáo của cuộc sống chứ không phải tôn giáo của sự chết. Một tôn giáo mà những tín đồ của nó sẽ tạo phước đức bằng cách giúp đỡ, mang lại hạnh phúc cho người khác, thay vì sùng bái những người đã khuất. Một tôn giáo mà những người lãnh đạo của nó sẽ

dạy con người về tình yêu thương và vẻ đẹp của nỗ lực hợp tác thay vì sự sợ

hãi và mê tín; một tôn giáo mà những tín đồ của nó không tin vào những tín điều và giáo lý suông mà tin vào tính hiệu quả của hành động thực tiễn.

Khi tình trạng yên ổn này đến, nền chính trị và quản lý nhà nước của chúng ta sẽ loại bỏ được gian lận và tham nhũng. Khi ấy, chúng ta sẽ tìm ra được những nhà lãnh đạo có thể nắm bắt được tinh hoa của thời đại, hiểu và sống

theo Nguyên tắc Vàng.

Khi tình trạng yên ổn này đến, các quốc gia sẽ được dẫn dắt bởi những con người biết dùng trí tuệ và tình yêu thương để giải quyết bất đồng và xung đột thay vì dùng đến phương thức chiến tranh. Chiến tranh sẽ được gọi tên đúng với bản chất của nó – tàn sát! Từ đó, tên tuổi của Woodrow Wilson(44) sẽ sánh ngang với những vị tổng thống vĩ đại của nước Mỹ như

Washington và Lincoln. Thế giới sẽ tỏ lòng kính trọng những con người đã chủ trương giải quyết những khác biệt giữa các quốc gia thông qua sự hòa giải thay vì chiến tranh. Thế giới cũng sẽ biết ơn những con người đã tham gia và o một trận chiến để kết thúc nó, và nỗ lực thiết lập sự hòa hợp quốc tế, đảm bảo hòa bình vĩnh viễn.

*(44) Woodrow Wilson (28/12/1856 – 3/2/1924): Tổng thống thứ 28 của nước Mỹ.*

Khi tình trạng yên ổn này đến, những ai bôi nhọ, hãm hại, nói xấu người khác chỉ vì mục đích tư lợi sẽ bị xã hội lên án, xem thường và cô lập.

Hảo huyền và Không tưởng!

Có lẽ những điều tôi nói ở trên có vẻ hơi hảo huyền và viễn vông, nhưng đó là khi chúng ta xét theo trình độ của xã hội hiện tại. Tuy nhiên, thế giới sẽ

luôn thay đổi theo hướng ngày càng tiến bộ hơn. Nhiều năm sau, nếu các bạn nhìn lại những giả định mà tôi vừa mới trình bày, hẳn bạn sẽ không nghĩ chúng là viễn vông hay xa vời nữa.

Nếu cách đây hai mươi năm, các bạn được nghe kể về một loại phương tiện

vận tải chở khách có thể bay trên không với tốc độ 150 dặm/giờ, lúc đó các bạn có thể xem nó là viễn vông.

Hoặc nếu cách đây ba mươi năm, bạn được nghe rằng khoảng không gian xung quanh chúng ta được bao phủ bởi những sóng âm thanh, các bạn có lẽ đã sững sốt hét lên "Ý tưởng điên rồ".

Chúng ta đang sống trong một thế giới thay đổi liên tục. Sự ngu dốt và mê tín dị đoan đang lùi xa về quá khứ. Mọi người không còn sợ hãi khi nghĩ về

việc sẽ bị trừng phạt bằng lửa và lưu huỳnh sau khi chết như họ đã từng sợ.

Con người sẽ không còn xem Thượng đế là một thế lực độc ác, thất thường và độc đoán. Mọi người đang bắt đầu biết đến sự thật về cuộc sống này, về

Thượng đế cũng như những gì sẽ xảy ra sau khi chúng ta qua đời.

Sự thật giúp giải phóng con người. Đây là một thời kỳ lịch sử cho phép con người được thử nghiệm và khám phá mọi thứ.

Thế giới đang bắt đầu học cách tháo bỏ gông cùm của sự ngu dốt, mê tín dị

đoan và nỗi sợ hãi đã trói buộc con người hàng ngàn năm nay. Giờ đây, con người đã có thể tự tin đứng thẳng và vứt bỏ những sợi dây trói vô hình.

Có lẽ chúng ta sẽ không ngạc nhiên khi biết rằng những giáo lý và tín điều đang dần mất đi vị thế của chúng trong cuộc sống hiện đại. Thay vào đó, cuộc sống thế tục và những nhu cầu chính yếu của cuộc sống mới là những thứ nhận được sự quan tâm của mọi người. "Gieo nhân nào gặt quả nấy!".

Những nhà lãnh đạo tôn giáo trong quá khứ rất có tài gieo rắc nỗi sợ hãi vào

tâm trí tín đồ của mình. Và thế giới đang phải gánh chịu hậu quả từ những nỗi sợ ấy.

Những kẻ tin tưởng mù quáng và những kẻ cuồng tín vào tôn giáo trong quá khứ khắc sâu những tín điều vào tâm khảm chủ yếu thông qua nỗi sợ

hãi. Thế kỷ 18, họ đã làm chậm lại nền văn minh nhân loại bằng cách ngăn cản những nhà khoa học cố gắng tìm kiếm và truyền bá tri thức cho đông đảo người dân. Hơn nữa, họ còn bôi nhọ những triết gia và nhà tư tưởng –

những người đã cố gắng mang ánh sáng văn minh cho nhân loại. Cho đến lúc chết, Emerson(45) vẫn bị những nhà lãnh đạo tôn giáo chính thống căm ghét và xua đuổi. Thomas Paine(46) bị xã hội lên án và tẩy chay. Chắc hẳn Robert Ingersoll(47) cũng sẽ có chung số phận

như Thomas Paine nếu không phải vào thời của ông, dân chúng đã có cái nhìn rộng rãi và can đảm hơn.

*(45) Ralph Waldo Emerson (1803–1882) là nhà viết tiểu luận, nhà thơ, triết gia người Mỹ, và cũng là người đi đầu trong phong trào tự lực cánh sinh và chủ nghĩa siêu việt.*

*(46) Thomas Paine (1737-1809), nhà triết học, nhà cách mạng và là chính trị gia.*

*Ông theo trường phái chủ nghĩa tự do cổ điển và là nhân vật nổi bật của phong trào khai sáng.*

*(47) Robert Green Ingersoll (1833-1899) chính trị gia nổi tiếng người Mỹ, công khai tranh luận về các vấn đề tôn giáo, chế độ nô lệ và quyền bầu cử của phụ nữ.*

Tôn giáo của tương lai sẽ là một tôn giáo được xây dựng dựa trên đức tin thay vì sợ hãi. Đó sẽ là một tôn giáo của cuộc sống hiện tại, chứ không phải

tôn giáo của sự chết. Các giáo sĩ sẽ áp dụng các phương pháp giáo dục và dạy dỗ thay vì thuyết giảng như trước kia. Cuộc chiến giữa tôn giáo và khoa học sẽ chấm dứt, đồng thời các giáo sĩ sẽ dạy về những nguyên tắc khoa học cũng như những quy luật của tự nhiên chứ không còn thuyết giảng về

những tín điều từ thời xa xưa. Những giáo sĩ của tương lai dựa trên kiến thức về cuộc sống thực tại để giáo dục tín đồ của mình. Họ sẽ chứng minh được trên thế gian này chỉ có một Thượng đế duy nhất. Thượng đế luôn luôn hiện diện trong mỗi vật chất xuyên suốt cả vũ trụ. Nếu có ước mơ, những tín đồ của tôn giáo này có thể vươn tới được Thượng đế nhờ tri thức, sự hòa hợp và thấu hiểu giữa con người với nhau.

Chúng ta đang sống trong một thời đại khuyến khích con người mở mang đầu óc và trí tuệ. Với sự hiểu biết sâu sắc hơn về cuộc sống,



những nhà lãnh đạo của tương lai sẽ giúp nâng chúng ta đạt đến sự khôn ngoan và trình độ

hiểu biết cao hơn.

Chúng ta đang trong giai đoạn phôi thai của thời kỳ đáng mơ ước đó. Các trường đại học và cao đẳng trên khắp thế giới đang đẩy nhanh đến bình minh của thời kỳ ấy. Các nhà khoa học đã hoàn thành tốt phần việc của mình và những vị giáo sĩ cũng đã cùng nhau thích nghi với xu hướng mới của thời đại. Bình minh đang hé rạng trên những ngọn đồi ở phương Đông; một luồng ánh sáng mới đang chiếu rọi trên bầu trời. Một ngày mới đang bắt đầu, ngày mà mọi người có thể kiểm soát được những thiết chế của xã hội thay vì bị chúng điều khiển. Và trong ngày mới này, tính nhân văn sẽ

triển nở!

Gần đây, các giáo sĩ đang dần quan tâm đến quá trình thay đổi của nền văn minh nhân loại, trong đó có việc hiện đại hóa tôn giáo. Cách đây không lâu, tôi vinh dự được tham dự một chuỗi các bài giảng tối Chủ nhật tại Nhà thờ

Hội giám lý Núi Vernon ở Washington, D.C. Tại đây, các chính khách và doanh nhân đã trình bày một cách thẳng thắn về mối quan hệ mới giữa nhà thờ và nền công nghiệp hiện đại. Tôi thật sự khá ngạc nhiên khi người tham dự ngồi chật kín hết các ghế trong hội trường. Tôi mạn phép nghĩ rằng có lẽ mọi người cũng sẽ tập trung đến những nhà thờ khác nếu nó dành một phần trong dịch vụ của mình để giải quyết những vấn đề kinh tế, vấn đề cá nhân bức xúc đang đè nặng lên đôi vai của mọi người trên khắp thế giới.

Giống như kinh doanh, tôn giáo đang trải qua và sẽ tiếp tục trải qua những biến đổi và cải cách quan trọng. Tôn giáo của tương lai sẽ là một tôn giáo chú trọng phục vụ con người; nó phải giúp con người thỏa mãn cả những nhu cầu vật chất lẫn tinh thần. Hơn thế nữa, tôn giáo của tương lai phải là một tôn giáo dựa trên thực tiễn và đức tin.

Giới kinh doanh đã nhận ra thời điểm thích hợp để loại trừ những nỗi sợ hãi cũng như sự áp bức. Tôn giáo cũng không nằm ngoài xu thế này. Trong tương lai, kinh doanh và tôn giáo sẽ ngày càng phụ thuộc lẫn nhau.

Tôi đã muốn viết ra những sự thật này hơn hai mươi năm nay rồi, nhưng nỗi sợ hãi đã khiến tôi chùn bước. Tuy nhiên, tuổi tác và kinh nghiệm, cũng như những đổi thay nhanh chóng của thế giới sau cuộc Chiến tranh Thế

giới, đã thế chỗ nỗi sợ đó bằng sự can đảm. Hơn thế nữa, những thay đổi diễn ra trong hơn hai mươi năm qua đã chứng minh những nhận định của

tôi là đúng đắn.

Sợ hãi chính là kẻ thù lớn nhất của con người. Tương tự như một con quỷ

dữ dưới âm ty, nó leo lên đôi vai chúng ta và thì thầm: “Người không thể

nào viết được đâu. Người sẽ trở nên nghèo đói và túng quẫn vì nó. Người không thể viết hoặc làm được việc đó vì dư luận. Người không thể nào thể

hiện được những ý tưởng mới cũng như đề xuất ra những cách thức kinh doanh mới bởi vì mọi người chắc chắn sẽ cười nhạo người”.

Sợ nghèo đói và bị chỉ trích là hai trong những nỗi sợ hãi lớn nhất của con người. Chúng khiến con người mất đi tính chủ động; ngáng đường những thiên tài – những người có thể giúp thế giới tiến bước thêm cả ngàn năm chỉ sau một thế hệ.

Không chỉ vậy, hai nỗi sợ này còn giết chết đi tính sáng tạo trong chúng ta.

Thời đại hiện nay đang rất cần những con người dũng cảm, dám tìm kiếm và phơi bày sự thật của cuộc sống, cho dù những sự thật này có ảnh hưởng đến ai đi chăng nữa.

Khi những đau khổ do cuộc suy thoái kinh tế qua đi, một nền tự do mới sẽ

xuất hiện và sẽ tốt đẹp hơn rất nhiều so với những nền tự do trong quá khứ.

Nền tự do này dựa vào niềm tin chứ không phải sợ hãi, chân lý chứ không phải ngu dốt và kiến thức thật sự chứ không phải những phỏng đoán vô căn cứ. Trong nền tự do mới này, giờ làm việc sẽ được giảm bớt, nhưng nó sẽ

mang lại cho con người những tiện nghi vật chất của đời sống đủ để khiến chúng ta thỏa mãn. Thật không công bằng khi rất nhiều người phải làm việc

quần quật mỗi ngày từ 8 đến 10 tiếng đồng hồ chỉ để kiếm đủ tiền mua quần áo, đủ tiền mua thức ăn và kiếm được một mái nhà trú thân vào buổi tối.

Đáng lẽ ra chỉ cần 4 tiếng đồng hồ lao động trong ngày là chúng ta có thể

kiếm đủ số tiền để đáp ứng được những nhu cầu thiết yếu kể trên.

Nền tự do mới sẽ cho phép người lao động được hưởng những gì xứng đáng với công sức họ bỏ ra. Những người chủ lao động sẽ quan tâm đến hạnh phúc của con người hơn là những lợi ích vật chất tầm thường. Cho dù bản thân những người chủ lao động này không muốn chia sẻ lợi nhuận với những nhân viên hay người làm công của mình đi chăng nữa, họ cũng sẽ

buộc phải làm như vậy bởi vì đó chính là xu thế của thời đại.

Những người lao động chân tay sẽ được hưởng tự do, không chỉ tự do thoát khỏi những người chủ đã từng bóc lột họ trong quá khứ, mà họ còn thoát khỏi những nhà lãnh đạo lao động.

Trong quá khứ, dù mang mác "nhà lãnh đạo lao động", nhưng về bản chất, họ không khác gì những kẻ bóc lột lao động thông thường. Hơn thế nữa, những liên đoàn lao động trong tương lai sẽ hoạt động theo một hệ thống tôn vinh ba giá trị sau đây: lao động, nguồn vốn tư bản và cộng đồng. Trong đó lao động và nguồn vốn tư bản sẽ phục vụ cho cộng đồng. Ngoài ra, hệ

thống này sẽ công nhận và tưởng thưởng xứng đáng cho những cá nhân nào có thành tích lao động xuất sắc thay vì hiện tại, những kẻ lao động kém hiệu quả (miễn là họ đóng đủ phí công đoàn) cũng được xem ngang hàng với những người lao động làm việc hiệu quả hơn.

Nô lệ và những kẻ bóc lột lao động sẽ chỉ còn là những di tích của một thời kỳ quá khứ man rợ mà thôi.

### **Tội ác chúng ta gây ra cho trẻ em**

Nền tự do mới sẽ bảo vệ trẻ em khỏi những bậc phụ huynh vốn chỉ biết gieo rắc sợ hãi vào đầu óc con cái của mình, bằng đe dọa hay vũ lực. Trong tương lai, các bậc phụ huynh sẽ giáo dục con trẻ bằng cách khích lệ và cho chúng trải nghiệm thực tế thay vì dạy dỗ chúng bằng những đòn roi. Hơn nữa, nền tự do mới sẽ cho phép trẻ em được tự do cả trong suy nghĩ lẫn trong hành động. Chúng sẽ không bị những nỗi sợ về Thượng đế hay nỗi sợ từ người khác làm cho tâm trí trở nên lệch lạc và giới hạn. Nền tự do mới phải bắt đầu với việc trẻ em được quyền tự do trong suy nghĩ; thời đại của tương lai sẽ không khoan thứ cho hành động nhồi nhét nỗi sợ hãi vào tâm trí con trẻ, vì những nỗi sợ này sẽ hạn chế sự phát triển tâm trí của chúng.

Bất cứ cảm xúc nào, đặc biệt là sự sợ hãi, được gieo vào tâm trí của những đứa trẻ thông qua những câu chuyện kể đầy màu sắc, sẽ in

dấu vào tiềm thức của những đứa trẻ này và theo chân chúng trong suốt quãng đời còn lại!

Gieo vào đầu trẻ em những ý nghĩ tiêu cực dù cho bản chất nó vốn dĩ là như

vậy hay với một mục đích nào đó, chính là tội ác. Không ai có quyền ngăn cản cơ hội thành công của một đứa trẻ trong cuộc sống chỉ bởi vì họ là người đã sinh ra chúng.

Những đứa trẻ không thuộc về những bậc cha mẹ. Họ chỉ đơn thuần là

những người thực hiện trách nhiệm chăm sóc những đứa trẻ mà thôi.

Số phận của mỗi con người có thể và thường được ấn định thông qua những ảnh hưởng từ thời thơ ấu.

Một số trẻ em có thói quen ăn cắp hay nói dối chủ yếu là do sự tặc trách của cha mẹ. Do một bộ phận những người mẹ không biết dạy dỗ con cái một cách đúng đắn đã dẫn đến tình trạng hàng ngàn cô gái trẻ suy giảm đạo đức mỗi năm. Khi những đứa trẻ đến tuổi hiểu biết, những bậc phụ huynh không nên giấu giếm chúng những bí mật của cuộc sống.

Những “bí ẩn” về nơi trẻ em chào đời và lý do chúng đến thế gian này nên được các bậc phụ huynh giải thích rõ ràng khi chúng đủ lớn để hiểu. Khi những bậc cha mẹ nói dối con mình, họ cũng đồng thời thôi thúc chúng nói dối về những thứ khác. Trẻ em lớn lên, học để suy nghĩ cho bản thân mình và cuối cùng sẽ biết được sự thật. Thông thường, trẻ sẽ oán giận sâu sắc và lâu dài những ai đã từng lừa dối chúng.

### **Đẹp tan sự phân biệt cao – thấp**

Thời đại của tự do sẽ không khoan thứ cho hành động dạy cho con trẻ rằng con người là phận sâu bọ, được thụ thai và sinh ra trong tội

lỗi và do đó phải khiếp sợ Thượng đế. Ngược lại, người lớn phải dạy cho trẻ em biết con người được thụ thai và sinh ra trong hình hài của Chúa Trời; và con người chỉ bị

giới hạn trong thành tựu của mình chỉ vì không chịu sử dụng Trí thông minh vô hạn. Hiện tại, chúng ta đã thấy được một số dấu hiệu của nền tự

do mới khi những người trẻ của thế hệ này đã bắt đầu từ chối tiếp nhận một

số niềm tin mù quáng từ những người đi trước.

Các bạn hãy hiểu rằng tôi chỉ trích tính chính thống bởi vì nó chính là nguồn cung cấp và là phương tiện gieo rắc nỗi sợ hãi lên những thế hệ trước đây. Tôi không cố tình buộc tội hay chỉ trích một cá nhân nào; tôi chỉ muốn phê phán một hệ thống đã biến những nhà lãnh đạo tôn giáo và tín đồ

thành những kẻ nô lệ.

Nền tự do của thời đại mới sẽ dạy cho những người trẻ về vẻ đẹp và khả

năng của xúc cảm tình dục thay vì coi nó như một điều xấu xa và tội lỗi. Chủ

đề tình dục sẽ được phân tích và giảng dạy trong các trường công lập theo những cách thức khoa học và tinh tế. Giáo viên sẽ dạy cho học sinh chức năng thực sự của tình dục, những giá trị có thể có được nhờ quá trình biến đổi của những xúc cảm đẹp đẽ này. Học sinh sẽ được dạy về thứ năng lượng được sản sinh ra từ xúc cảm tình dục – cảm xúc mạnh mẽ nhất trong số

những cảm xúc của con người; về giá trị chữa bệnh của nó khi kết nối với các luồng cảm xúc khác; về khả năng kéo dài cuộc sống và

phát triển tiềm năng cá nhân nếu nó được kiểm soát, biến đổi và sử dụng một cách khôn ngoan.

Tôi viết cuốn sách này nhằm đánh thức và khơi dậy những suy nghĩ trong con người các bạn! Tôi không viết cuốn sách này nhằm mục đích cải cách hoặc phá hoại niềm tin về bất kỳ tôn giáo nào, cũng như không cố tình khiến người khác phải suy nghĩ giống như mình. Tôi chưa bao giờ tuyên bố

là mình không thể mắc sai lầm, và tôi rất mong muốn những ý kiến, niềm tin của tôi sẽ được truyền đến nhiều người khác cũng như được những bậc

trí giả nhận xét và phê bình.

Những câu chữ trong cuốn sách này thật sự là kết quả của quá trình lao động miệt mài và hăng say. Và tôi đã được đền đáp nhiều hơn gấp hàng trăm lần so với công sức mình đã bỏ ra. Những suy nghĩ trong lúc viết đã truyền hứng khởi cho tôi cũng như giúp tôi không nản lòng nhụt chí. Những suy nghĩ đó cũng đã giúp tôi phần nào thấu hiểu được những lời nói sau đây của nhà thơ Max Ehrmann:

"Xin hãy để cho tôi làm công việc của mình mỗi ngày; nếu nổi tuyệt vọng xâm chiếm tâm trí tôi, thì cầu cho tôi đừng quên đi nguồn sức mạnh đã giúp tôi cảm thấy thoải mái những lúc tôi thấy buồn phiền và cô độc. Xin hãy cho tôi nhớ về những khoảng thời gian đẹp đẽ của thơ ấu khi tôi bước đi trên những ngọn đồi yên tĩnh, hoặc nằm mơ mộng bên bờ sông tĩnh lặng, giữa những huyền ảo ồn ào của năm tháng đổi thay. Xin hãy dung thứ cho tôi vì những phút giây gặt gồng và những lần giận dữ vô cớ. Xin hãy giúp tôi luôn ghi nhớ sự thật rằng giàu có hay nghèo khó chỉ là những sản phẩm của tinh thần. Dù cho thế giới không biết đến tôi, cầu cho những suy nghĩ

và hành động của tôi sẽ luôn thân thiện với người khác. Hãy giúp tôi mở

rộng tầm mắt, và đừng để tôi quên ích lợi của những tinh tú.

Xin đừng cho phép tôi phán xét người khác vì e rằng sau này tôi kết án chính bản thân mình. Xin đừng khiến tôi đi theo bước chân của người khác, mà hãy để tôi đi trên chính con đường riêng của bản thân mình. Xin hãy cho tôi những người bạn thực sự yêu quý tôi vì chính con người của tôi. Xin hãy để

ngọn lửa hy vọng luôn rực sáng trước mỗi bước đường đời lang thang của

tôi. Và cho dù tôi có già yếu hay bệnh tật trong khi chưa hoàn thành những ước nguyện của bản thân, xin hãy dạy cho tôi biết cách cảm kích cuộc sống này, cũng như biết ơn những ký ức ngọt ngào và đẹp để thuở xưa; và cầu mong cho ánh hoàng hôn vẫn yêu mến tôi.”

### **Tương lai đang cần những người dám mơ ước**

Cả thế giới giờ đây đang rất cần và đòi hỏi những nhóm người tiên phong có thể hình thành và phát triển những kế hoạch, ý tưởng và phát minh mới; những con người can đảm và có khả năng chủ động để chinh phục những chặng đường mới của cuộc sống.

Những nhà lãnh đạo và nhà tiên phong sẽ được trọng dụng trong mọi lĩnh vực của cuộc sống như: chính trị, tôn giáo, tài chính – ngân hàng, vận tải, công nghiệp, kinh doanh, giáo dục, nông nghiệp, quy hoạch đô thị, nghệ

thuật, âm nhạc, văn học, báo chí, sân khấu, điện ảnh.

Cuộc suy thoái kinh tế đã khai tử một giai đoạn của lịch sử nhưng lại sản sinh ra một thời kỳ mới. Thế giới mới sẽ cần những người dám mơ ước và dám biến ước mơ của mình thành hiện thực! Những người dám mơ ước chính là những người tạo dựng nên nền văn minh của nhân loại.

Nhờ niềm tin, lòng can đảm và trí tưởng tượng, con người đã biến những nguồn lực vô hình thành những cơ hội và từ đó xây dựng nên những tòa nhà chọc trời, biến những khu rừng rậm rạp hay sa mạc



khô cằn thành những thành phố lớn sầm uất, và biến đường biên giới thành những khu chợ buôn bán tấp nập.

Bất cứ người nào ấp ủ một giấc mơ cao đẹp và kiên trì theo đuổi nó sẽ có nhiều khả năng biến những giấc mơ đó thành sự thật, bởi vì thời đại hiện nay luôn tạo điều kiện cho những người dám mơ tới những ước mơ thực tế.

Columbus đã mơ về một thế giới chưa được con người biết đến và ông đã khám phá ra một thế giới như thế.

Copernicus(48) đã mơ về vô vàn những thế giới khác nhau và ông đã vén được bức màn bí mật về chúng.

*(48) Copernicus (1473 – 1543) là một nhà thiên văn học đã nêu ra hình thức hiện đại đầu tiên của thuyết nhật tâm (Mặt Trời ở trung tâm).*

Dù nghèo đói và thất học, Henry Ford vẫn luôn mơ về một loại phương tiện di chuyển không cần dùng đến sức kéo của ngựa. Ông kiên trì bám giữ giấc mơ này, và như các bạn có thể thấy, ước mơ của ông đã đạt được kết quả

vượt cả mong đợi.

Edison mơ về một loại máy có thể thu âm và phát lại giọng nói của con người. Cho dù trải qua vô số thất bại trong các cuộc thí nghiệm, ông vẫn không chùn bước. Giờ đây, tất cả chúng ta đều thấy rằng giấc mơ của ông đã trở thành hiện thực.

Whelan lúc nhỏ thường ao ước sau này sẽ mở một chuỗi cửa hàng bán xì gà. Ông đã biến ước mơ thành hành động, và giờ đây, chuỗi cửa hàng xì gà United Cigar Stores của ông đã hiện diện trên khắp các con phố của nước Mỹ.

Lincoln đã mơ ước mang lại tự do cho những nô lệ da đen.

Và khi hai miền Nam Bắc của nước Mỹ được thống nhất, ước mơ của ông đã thành hiện thực. Tương tự như Lincoln, những người Mỹ khác đang mơ đến việc giải phóng những “nô lệ da trắng” của nước Mỹ và sống để xem những giấc mơ của họ thành hiện thực.

Anh em nhà Wright ước mơ sáng tạo nên một cỗ máy có thể giúp con người bay lên không trung. Mỗi chúng ta đều biết rằng mơ ước có thể trở thành sự thật khi giờ đây, những chuyến bay tập nập đang chở những hành khách đi từ nơi này sang nơi khác khắp nơi trên thế giới một cách nhanh chóng.

Nhà khoa học Marconi lúc nhỏ thường mơ về một hệ thống có thể tận dụng được những nguồn lực vô hình của sóng âm thanh. Và ước mơ của ông đã không chìm vào vô vọng khi ngày nay thế giới đã và đang sử dụng những chiếc radio truyền tin tức từ những khoảng cách xa xôi.

“Những thành tựu vĩ đại nhất luôn bắt đầu từ những giấc mơ!”

“Những cây sồi say ngủ trong những hạt giống nhỏ bé; những chú chim đang đợi chờ trong lớp vỏ trứng; và trong tầm nhìn cao nhất một thiên thần đang cựa mình thức giấc; và những giấc mơ chính là mầm non của thực tại.”

Hỡi những con người đang ấp ủ những giấc mơ, hãy tỉnh dậy và bùng cháy!

Thế giới đầy rẫy cơ hội mà những người trong quá khứ chưa từng biết đến.

Khát khao vươn lên và làm việc chính là điểm khởi đầu của một người ấp ủ

mơ ước. Những giấc mơ tuyệt đối không được tạo ra từ sự thờ ơ, lười biếng và thiếu tham vọng!

Cuộc suy thoái kinh tế vừa qua chính là một trong những phước lành lớn nhất mà chúng ta từng biết đến. Nó đã mở đường cho những người dám theo đuổi ước mơ và ban cho họ những cơ hội mà có lẽ họ sẽ không bao giờ

có được nếu không có cuộc khủng hoảng kinh tế này.

Các bạn đừng nói rằng “hôm nay không có cơ hội nào đến với mình”.

Thế giới không còn cười nhạo những người dám mơ ước cũng như không còn gọi họ là những kẻ mơ tưởng hảo huyền nữa. Thay vào đó, giờ đây thế

giới đang ủng hộ những ý tưởng cũng như kế hoạch sáng tạo của những người dám tiên phong và sau đó ban cho họ những phần thưởng tiền bạc và sự vẻ vang tương xứng với công sức mà họ đã bỏ ra.

Các bạn đã từng bị thất vọng tràn trề, đã phải trải qua những lần thất bại tạm thời và chịu nhiều đau khổ. Tuy vậy, hãy dựa vào chính những kiến thức và kinh nghiệm mà mình đã tích lũy được trong những thời khắc khó khăn ấy vì chúng là tài sản vô giá không gì sánh được.

Các bạn hãy nhớ rằng, những người thành công luôn biết cách thoát khỏi phiền muộn trong cuộc sống và vượt qua những khó khăn trước khi họ đạt được thành tựu đáng nể. Thời điểm chuyển mình của những người thành công thường xảy ra khi họ vừa mới trải qua một cơn khủng hoảng nào đó, bởi vì trong lúc này họ sẽ phát hiện ra được những bản ngã khác của mình.

Lincoln đã trở nên vĩ đại chỉ sau khi sự tuyệt vọng về mối tình đầu của ông với Anne Rutledge thâm nhập và soi sáng tâm hồn ông.

John Bunyan đã viết nên tác phẩm Trên đường hành hương (The Pilgrim's Progress) nổi tiếng – một trong những tác phẩm xuất sắc

nhất của nền văn học Anh sau khi ông bị bắt giam và chịu nhiều hình phạt đau đớn chỉ vì niềm tin tôn giáo của mình.

O. Henry đã khám phá ra tài năng của bản thân sau khi bị giam trong nhà tù ở Columbus, bang Ohio. Khi ở trong tù, bị buộc phải làm quen với cái tội khác của mình, O. Henry nhận ra rằng ông phù hợp để trở thành một nhà văn nổi tiếng hơn là một tên tội phạm đáng thương và bị ruồng rẫy.

Thomas A. Edison là một nhân viên điện tín không mấy thành công. Sau khi trải qua vô số lần thất bại, nhờ kinh nghiệm của những thất bại này, ông đã khám phá ra được tài năng tiềm ẩn của mình mà bấy lâu nay chưa được khai thác.

Milo C. Jones đã tích lũy được khối tài sản lên đến hơn một triệu đô la nhờ

khai thác và bán lại thương hiệu xúc xích nổi tiếng "Little Pig Sausage" sau khi ông bị tai biến liệt toàn thân.

Trước khi xảy ra biến cố, ông kiếm sống nhờ vào đôi tay của mình. Nhờ tật nguyền, ông đã phát hiện được tài năng cũng như một bản ngã khác đang tiềm ẩn trong trí óc của mình.

Khi còn nhỏ, Charles Darwin bị xem là một cậu bé khù khờ, chậm hiểu.

Nhưng trí tưởng tượng của cậu đã bùng cháy mạnh mẽ với khát khao nắm lấy tri thức của nhân loại. Và nhìn xem, thế giới đã khám phá ra được một thiên tài – người đã đưa nền văn minh của nhân loại lên một bước tiến lớn.

Demosthenes mắc tật nói lắp từ bé, nhưng khát khao trở thành một nhà hùng biện lại mạnh mẽ hơn hẳn khuyết tật thể chất của ông. Ông đã ghi tên mình vào danh sách những người vĩ đại của lịch sử khi vượt lên những khuyết tật của bản thân để đạt đến thành công.

Charles Dickens bắt đầu sự nghiệp của mình bằng công việc dán nhãn lên những hộp xi đánh giày.

Helen Keller bị câm, điếc và mù sau khi chào đời không lâu. Cho dù gặp phải bất hạnh lớn như thế, bà vẫn có thể vượt qua số phận và viết tên mình vào trang sử của nhân loại. Bà đã chứng minh cho chúng ta thấy rằng con người chỉ thất bại thật sự khi tâm trí họ chấp nhận thất bại.

Robert Burns(49) đã từng là chàng trai miền quê thất học, bị nghiền rủa bởi sự nghèo khổ và lớn lên trong thói nát rượu.

*(49) Robert Burns (1759-1796): Đại thi hào dân tộc của Scotland.*

Thế nhưng, thế giới đã trở nên tốt đẹp hơn nhờ những ý nghĩ cao đẹp mà Robert Burns đã đưa vào những vần thơ của mình.

Booker T. Washington là một nô lệ từ khi mới chào đời.

Ông còn bị người khác xem thường và xa lánh do màu da và sắc tộc. Tuy

nhiên, ông đã tạo dấu ấn không thể phai mờ lên chính những người đã từng khinh rẻ ông.

Thời trẻ, Napoleon chỉ là một binh nhì trong quân đội Pháp. Những bất hạnh, đau khổ và thất bại nhất thời trong tuổi trẻ đã từng khiến ông có ý định tự tử. May thay, ông đã thay đổi ý định và trở thành một trong những tướng lĩnh vĩ đại nhất mọi thời đại.

Nhạc sĩ Beethoven bị điếc còn Milton lại bị mù.

Neysa McMien từng sống trên một căn gác mái tại thành phố New York trước khi những bức họa trên các trang bìa tạp chí của cô được bán với giá 3.000 đô la/bức.

“Con đường dẫn đến thành công ẩn chứa rất nhiều gai góc, khó khăn và trở

ngại. Thế nên, những người có trái tim yếu ớt thường sẽ không chịu nổi và chùn bước. Nhưng niềm hy vọng và nguồn năng lượng ẩn chứa trong những người có tinh thần đấu tranh sẽ tiếp tục chiến đấu. Cuối cùng, nhờ lòng can đảm và sự kiên trì nhẫn nại, họ sẽ đạt đến thành công và tận hưởng những thành quả của bản thân.”

## - HENRY IRVING

Hiện tại, chúng ta đã đi đến cuối cuộc hành trình. Trước khi mỗi người mỗi ngã, tôi muốn nhắn nhủ cho các bạn một số suy nghĩ sau đây. Để tích lũy được những suy nghĩ này, tôi và những người đi trước đã phải trải qua rất nhiều tranh đấu và gian khổ.

- Không có thứ tài sản nào trên thế giới này có thể đáng giá bằng cái giá của nỗi sợ hãi và lo lắng.
- Chúng ta không thể nào có được hạnh phúc trường cửu trừ phi chúng ta mang lại hạnh phúc cho những người khác. Khát vọng của con người không thể nào được thỏa mãn hoàn toàn chỉ bởi những tài sản hoặc của cải vật chất thông thường.
- Chúng ta chỉ có thể được xem là hạnh phúc nếu cả thể xác và tinh thần được tự do. Dù có được công nhận hay không, tự do chính là mục tiêu cao nhất mà bất cứ ai trên thế gian này cũng đều cố gắng đạt được. Giàu có không hẳn sẽ luôn mang lại tự do; thực tế, những người giàu có còn mang nhiều trách nhiệm, nỗi sợ hãi và lo lắng hơn những người bình thường.

Không ai có thể được xem là tự do nếu trong tâm trí còn tồn tại những nỗi sợ hãi.

- Tất cả đều phải đối mặt với những thời khắc khó khăn nhất định trong đời. Trong những lúc khó khăn này, chúng ta sẽ cảm thấy bất mãn, do dự

và sợ hãi. Hãy cẩn thận, nếu không các bạn sẽ bị cuốn vào vòng xoáy của sự

hỗn loạn này. Nếu lỡ bị nó nhấn chìm, hãy ghi nhớ rằng ngoài bạn ra sẽ

không ai có đủ khả năng giúp bạn giải thoát khỏi nỗi tuyệt vọng đang chế

ngự bạn.

Bạn chính là người điều khiển số phận và tâm hồn của mình, bởi vì bạn là sản phẩm của những suy nghĩ trong chính bản thân mình.

Thói quen cá nhân đều có thể được thay đổi. Trong cuốn sách này, tôi đã đề

cập đến những nguyên tắc có thể giúp bạn thay đổi thói quen trong cách suy nghĩ. Giờ đây, bạn phải tự mình chèo lái con thuyền của bản thân để đi đến chặng cuối của cuộc hành trình. Cuộc sống của bạn trở nên tươi đẹp hay tồi tàn, vui vẻ hay đau khổ đều phụ thuộc vào cách bạn sử dụng năng lượng và suy nghĩ của bản thân.

Nếu tôi được yêu cầu phải cô đọng nội dung của cuốn sách này thành một câu duy nhất, thì nó sẽ là: Mỗi chúng ta đều có một tâm trí mà bạn có thể

kiểm soát; và bởi vì tâm trí của chúng ta có thể thấu suốt Trí thông minh vô hạn, các bạn có thể tìm được câu trả lời cho những khó khăn, cũng như

phương tiện để đạt đến mọi thứ của cải vật chất mà bạn muốn.

Trước khi kết thúc, tôi cầu chúc cho các bạn luôn có được nhiều can đảm, niềm tin và sự an lành. Nếu bạn có được những phẩm chất này, bạn sẽ có được bất cứ thứ gì bạn muốn khi cần.

Tôi xin kết thúc chương này với những lời sau đây của Ralph Waldo Emerson:

“Mỗi câu tục ngữ, mỗi quyển sách, mỗi câu ngạn ngữ thuộc về bạn để nâng đỡ hoặc an ủi cho bạn chắc chắn sẽ đến với bạn thông qua những con đường thông thoáng hoặc quanh co. Mỗi một người bạn đến với bạn không phải với ý đồ lập dị mà với một tâm hồn cao cả và dịu dàng sẽ ôm chặt bạn trong vòng tay của anh ấy.”