

1980
BOOKS®
VĂN HOÁ VÀ THÔNG TIN



WEALTH MADE EASY:

Millionaires and Billionaires Help You Crack the Code to Getting Rich

Original English language edition published by BenBella Books

© 2019 by Dr. Greg Reid and Gary Krebs

Vietnamese Language edition copyright © 2019 by 1980Books, Ltd.

All rights reserved.

Copyright licensed by Waterside Productions, Inc.,
arranged with Maxima Creative Agency.

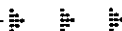
CHIẾN LƯỢC TÀI CHÍNH CÁ NHÂN

Bí mật quản lý dòng tiền thông minh của người giàu

Bản quyền Tiếng Việt © 2019,

Công ty TNHH Văn hóa và Truyền thông 1980 Books

- ▶ Không phần nào trong cuốn sách này được sao chép hoặc chuyển sang bất cứ dạng thức hoặc phương tiện nào, dù là điện tử, in ấn, ghi âm hay bất cứ hệ thống phục hồi và lưu trữ thông tin nào nếu không có sự cho phép bằng văn bản của Công ty TNHH Văn hóa và Truyền thông 1980 Books.
- ▶ Mọi ấn phẩm của 1980 Books đều được in trên chất liệu giấy cao cấp và an toàn.



Liên hệ về các vấn đề chung và bán dịch, bản thảo: rights@1980books.com

Liên hệ dịch vụ tư vấn và đại diện giao dịch bản quyền: rights@1980books.com

Liên hệ về phát hành, kinh doanh: 1980books@gmail.com

1980
BOOKS®
VĂN HOÁ VÀ THÔNG TIN



NHÀ XUẤT BẢN
CÔNG THƯƠNG

Tiễn sĩ GREG REID, GARY M. KREBS
Kim Ngân dịch

CHIẾN LƯỢC TÀI CHÍNH CÁ NHÂN



Bí mật quản lý dòng tiền
thông minh của người giàu

join here > https://t.me/tailieu_trader

Download các file tài liệu

Link : https://t.me/tailieu_trader

MỤC LỤC

Lời khen dành cho <i>Chiến lược tài chính cá nhân</i>	13
Lối tắt đến thành công.....	17
Ai là người sử dụng Lối tắt thịnh vượng?	29

PHẦN MỘT: NHỮNG Ý TƯỞNG LỚN

Lối tắt thịnh vượng #1	Thời gian + Đất đai = Sự thịnh vượng.....	44
Lối tắt thịnh vượng #2	Tạo ra một mặt hàng, sản phẩm hoặc dịch vụ mà mọi người sẽ vui vẻ tiêu hết số tiền tiết kiệm của họ để có được chúng.....	46
Lối tắt thịnh vượng #3	Một quả chuối chín nâu = Một chỗ ngồi trống trên máy bay = Tiền.....	48
Lối tắt thịnh vượng #4	Xây dựng sự thịnh vượng bằng cách giúp đỡ người khác.....	52

Lối tắt thịnh vượng #5	Tìm kiếm một nhu cầu và đáp ứng nó.....	55
Lối tắt thịnh vượng #6	Dẫn dắt người nhận dịch vụ.....	57
Lối tắt thịnh vượng #7	Đơn giản hóa mọi thứ.....	61
Lối tắt thịnh vượng #8	Kết hợp những ý tưởng kinh doanh không liên quan và biến chúng thành của bạn.....	64
Lối tắt thịnh vượng #9	Nhân đôi và nhân ba.....	67
Lối tắt thịnh vượng #10	Tìm kiếm các lĩnh vực bãi bỏ quy định.....	73
Lối tắt thịnh vượng #11	Tuyên bố và khởi tạo.....	76
Lối tắt thịnh vượng #12	Trở nên vĩ đại, một cách đích thực.....	78
Lối tắt thịnh vượng #13	Tư bản hóa những thứ không dùng đến.....	82
Lối tắt thịnh vượng #14	Tận dụng sự lỗi thời.....	85
Lối tắt thịnh vượng #15	Giải quyết vấn đề trị giá 10 tỉ đô la.....	88
Lối tắt thịnh vượng #16	Cứu sống những sinh mạng.....	91
Lối tắt thịnh vượng #17	Bán những thứ ngay dưới chân bạn.....	94
Lối tắt thịnh vượng #18	Đẩy giá lên theo sự khan hiếm.....	97
Lối tắt thịnh vượng #19	Chào mời sự tiện lợi, buôn bán sự tiện lợi.....	101

PHẦN HAI: TƯ DUY TRÙM TƯ BẢN

Lối tắt thịnh vượng #20:	Gìn giữ sự thịnh vượng của bạn bằng cách tin rằng bạn xứng đáng với nó.....	106
Lối tắt thịnh vượng #21	Bạn phải LÀM điều khác biệt nếu muốn đạt được kết quả khác biệt.....	109
Lối tắt thịnh vượng #22	Tiền bạc là vua – hãy tiết kiệm từ những tờ tiền lẻ.....	112
Lối tắt thịnh vượng #23	Hãy tử tế với tương lai của chính bạn.....	115
Lối tắt thịnh vượng #24:	Hỏi bản thân những câu hỏi tích cực.....	118
Lối tắt thịnh vượng #25	Đừng chăm chăm giữ nắm hạt.....	120
Lối tắt thịnh vượng #26	Hai mươi sáu lần đầu tư cho một lần thành công.....	122
Lối tắt thịnh vượng #27	Tạo ra một bảng tầm nhìn.....	124
Lối tắt thịnh vượng #28	Suy tính bước đi tiếp theo của bạn.....	127
Lối tắt thịnh vượng #29	Hình dung về tiền bạc và thành công.....	129
Lối tắt thịnh vượng #30	Hành động.....	132
Lối tắt thịnh vượng #31	Chấp nhận những điều bạn được trao cho.....	134
Lối tắt thịnh vượng #32	Đối xử với cuộc đời bạn như thể nó là chiếc điện thoại của bạn.....	137

Lỗi tắt thịnh vượng #33	Trả lời câu hỏi tại sao của bạn thay vì câu hỏi ai và cái gì.....	140
Lỗi tắt thịnh vượng #34	Đảo ngược tình trạng tinh thần.....	142
Lỗi tắt thịnh vượng #35	Tự thưởng cho thành tựu của bản thân.....	146

PHẦN BA: HÀNH ĐỘNG

Lỗi tắt thịnh vượng #36	Bám sát công việc cốt lõi, thuê ngoài những việc còn lại.....	150
Lỗi tắt thịnh vượng #37	Chạm vào sức mạnh của điểm tựa.....	153
Lỗi tắt thịnh vượng #38	Tiền xài 50, tích góp 50.....	155
Lỗi tắt thịnh vượng #39	Đầu tư như một người nông dân.....	157
Lỗi tắt thịnh vượng #40	Hiểu mọi khía cạnh trong thỏa thuận của bạn.....	162
Lỗi tắt thịnh vượng #41	Làm chuyện trái khoáy – hợp tác cùng đối thủ.....	164
Lỗi tắt thịnh vượng #42	Thay đổi khách hàng bằng lời nói.....	166
Lỗi tắt thịnh vượng #43	Thuê người tài.....	169
Lỗi tắt thịnh vượng #44	Xây dựng chốn riêng cho những kẻ lạc loài.....	171
Lỗi tắt thịnh vượng #45	Làm chủ cộng đồng của bạn.....	176

Lỗi tắt thịnh vượng #46	Sử dụng phương pháp ARCS để giành lấy khách hàng.....	180
Lỗi tắt thịnh vượng #47	Thuê người EQ cao trông nom những nhân tài IQ cao.....	183
Lỗi tắt thịnh vượng #48	Tận dụng MIC.....	186
Lỗi tắt thịnh vượng #49	Thuê người giỏi nhất – và chỉ khóc một lần.....	189
Lỗi tắt thịnh vượng #50	Phát biểu tại một trường đại học thuộc Ivy League.....	193
Lỗi tắt thịnh vượng #51	Khuếch đại nhu cầu của khách hàng.....	196
Lỗi tắt thịnh vượng #52	Hãy để người nổi tiếng chụp ảnh cùng sản phẩm của bạn.....	199
Lỗi tắt thịnh vượng #53	Đầu tư vào kim loại quý.....	202

PHẦN BỐN: GẶT HÁI TRÍ KHÔN

Lỗi tắt thịnh vượng #54	Mua một máy bán kẹo cao su và để tiền để ra tiền.....	206
Lỗi tắt thịnh vượng #55	Đừng ngại cho đi để nhận lại.....	209
Lỗi tắt thịnh vượng #56	Chậm hơn cũng không sao.....	212
Lỗi tắt thịnh vượng #57	Loại bỏ cái tôi khỏi quá trình ra quyết định sáng tạo.....	214
Lỗi tắt thịnh vượng #58	Đừng mua hàng với giá bán lẻ.....	217
Lỗi tắt thịnh vượng #59	Đừng lo khi phải chia tay với điều bạn yêu thích.....	220
Lỗi tắt thịnh vượng #60	Chỉ đóng một đinh với một búa một lúc.....	223
Lỗi tắt thịnh vượng #61	Manh mối, khuôn mẫu, lựa chọn.....	225
Lỗi tắt thịnh vượng #62	Vượt qua những ràng buộc.....	228
Lỗi tắt thịnh vượng #63	Kết nối bên ngoài lĩnh vực của bạn.....	231
Lỗi tắt thịnh vượng #64	Tham gia cùng quân sự.....	233
Lỗi tắt thịnh vượng #65	Điểm then chốt!.....	237
Lỗi tắt thịnh vượng #66	Ngẫu nhiên vitamin.....	239
Lỗi tắt thịnh vượng #67	Trả lời điện thoại.....	242
Lỗi tắt thịnh vượng #68	Tự thưởng cho bản thân trước.....	245

Lỗi tắt thịnh vượng #69	Tạo cảm giác phấn chấn cho sự cống hiến.....	247
Lỗi tắt thịnh vượng #70	Để tiền làm việc thay bạn.....	249
Lỗi tắt thịnh vượng #71	Làm ngược lại những gì mọi người bảo bạn làm.....	252
Lỗi tắt thịnh vượng #72	Quyết định giữa tiền tài và danh vọng.....	254
Lỗi tắt thịnh vượng #73	Lật tẩy bí ẩn trong các mối quan hệ.....	256
Lỗi tắt thịnh vượng #74	Khác biệt thật sự giữa giàu có và thịnh vượng.....	259
Lời cuối.....		267
Lời cảm ơn.....		269
Về tác giả.....		273

LỜI KHEN DÀNH CHO CHIẾN LƯỢC TÀI CHÍNH CÁ NHÂN



“Greg đã thu thập và kết nối những lời khuyên làm giàu từ các cá nhân siêu giàu trên toàn thế giới. Hãy thử làm theo những lời khuyên của ông ấy để xem chuyện gì sẽ xảy ra và *Bùm!* Bạn trở thành người chiến thắng”.

—Bob Proctor, tác giả cuốn *The ABCs of Success*

“Quyển sách tuyệt vời. Nhiệt liệt đề cử”.

—David Meltzer, nhà sáng lập của Sports 1 Marketing

“Chúng ta sẽ học hỏi thế nào nếu không phải là học từ người khác? *Chiến lược tài chính cá nhân* chính là câu trả lời cho câu hỏi này”.

—Don Green, CEO của Napoleon Hill Foundation

“Greg Reid đã nâng cấp trò chơi của anh ấy với những bí quyết quý báu mà chúng ta có thể học hỏi và áp dụng theo này. Tôi phải liên tục đánh dấu những dòng quan trọng trong suốt quá trình đọc sách. Một quyển sách rất tuyệt”.

—David M. Corbin, tác giả cuốn *Preventing BrandSlaughter*

“Mỗi trang sách đều đầy ắp những hạt vàng thịnh vượng”.

—Tiến sĩ Frank Shankwitz, nhà khởi xướng và sáng lập của Make-A-Wish Foundation

Gửi đến tất cả những doanh nhân, các chủ doanh nghiệp nhỏ, các vị trùm tư bản, các chuyên gia kinh tế, và những vị thuyền trưởng của ngành công nghiệp, những người cam kết hành động và áp dụng vào thực tế nguồn tri thức về sự thịnh vượng tột bậc mà họ sắp được trao tay trong cuốn sách này.



Đừng tính ngày tính tháng, hãy biến ngày tháng trở nên đáng tính.

Muhammad Ali, nhà vô địch quyền anh hạng nặng,
nhà từ thiện, nhà hoạt động xã hội.

LỐI TẮT ĐẾN THÀNH CÔNG



Tất cả chúng ta đều thích làm tắt các bước. Chúng ta sẽ làm tắt cả để giảm được một phút trên đường đến cơ quan mỗi ngày, để tránh phải lăn lộn hàng giờ đồng hồ chuẩn bị bữa tối và để giảm mấy kilogram mà không phải đổ mồ hôi trên máy chạy. Chúng ta luôn săn tìm con đường ít phải chịu đựng nhất để đạt được mục tiêu của mình.

Quyển sách này được viết ra để dành cho chúng ta, những con người tham vọng nhưng ít kiên nhẫn.

ĐI TẮT LÀ CHUYỆN BÌNH THƯỜNG

Khi còn nhỏ, chúng ta từng bị phạt vì chuyện làm tắt. Khi ta lớn và trở nên “có trách nhiệm” hơn, ta phát hiện ra rằng ta thường được thưởng cho hành vi trung thực trong môi trường làm việc – bao gồm được thăng chức, tăng lương và những tràng khen ngợi tỉ mỉ trước đồng nghiệp.

Quyển sách mà bạn hiện cầm đây – *Chiến lược tài chính cá nhân* – chính là tấm giấy thông hành giúp bạn đi tắt và đạt được sự thịnh vượng trong tài chính. Và sẽ không có ai nhắc mồm bạn vì đã nhảy vọt qua vài bước để chạm tới thành công đó. Nếu có đi chẳng nữa, họ cũng sẽ nghĩ rằng bạn thật thông minh và láu cá và họ ước có thể tìm ra những kiến thức này sớm hơn.

Gần đây chúng ta rất thường xuyên bắt gặp từ “hack” – không phải lúc nào từ này cũng mang nghĩa tích cực. Vấn đề hack máy tính xuất hiện rất phổ biến và gây ra mối quan ngại cũng như sự hoang loạn rõ ràng cho các doanh nghiệp (trong trường hợp các dữ liệu có liên quan đến thông tin khách hàng) và cho cả chính quyền (trong trường hợp xuất hiện sự can thiệp của nước ngoài vào các cuộc bầu cử).

Mặt khác, những bí quyết nhỏ “life hack” được phổ biến rộng rãi trong nhiều cuốn sách và trong các video trên YouTube. Đây là những mẹo nhỏ giúp giải quyết vấn đề theo cách đơn giản và hiệu quả hơn. Ví dụ, mẹo buộc một dải ruy băng nhiều màu lên vali khi đi du lịch để bạn có thể dễ dàng nhận ra vali của mình trên băng chuyền hành lý và tránh việc bị người khác lấy nhầm vali.

Quyển sách này là tập hợp những “mẹo làm giàu”, một loại lối tắt giá trị chưa từng có từ trước đến nay mà chúng tôi đã đơn giản hóa giúp mọi người có thể theo dõi và thực hiện được. Những nhà tỉ phú và triệu phú đóng góp kiến thức cho cuốn sách này chưa từng chia sẻ bí mật của họ ở bất cứ đâu và chắc chắn rằng những lời khuyên làm giàu đáng giá như trong cuốn sách này chưa từng được tập hợp. Chúng ta sẽ cùng nhau quan sát và phân tích những nguyên tắc đằng sau sự giàu có đến mức vô lý của các vị tỉ phú và các nhà triệu phú này – dù rằng chính họ có thể cũng không nhận ra họ đã “đi tắt” trong lần đầu tiên họ nghĩ đến những ý tưởng này.

TÌM KIẾM LỜI KHUYÊN THAY VÌ Ý KIẾN

Mọi người đều cần nhận được sự giúp đỡ và động viên ở một mức độ nào đó vào thời điểm khởi đầu – dù họ có định đi tắt đi nữa. Don Green, CEO của Napoleon Hill Foundation, có lời khuyên rằng “Hãy tìm kiếm lời khuyên từ những người tinh thông cả lĩnh vực bên ngoài chuyên môn của họ”.

Green đặc biệt chọn sử dụng từ “lời khuyên” thay vì “ý kiến”. Điều ông ấy muốn nói là nếu bạn cần sự giúp đỡ cũng như lời khuyên của chuyên gia để trở nên giàu có thì đừng dựa dẫm vào những người đưa ra ý kiến, bởi lẽ tất cả những gì họ có thể cho bạn chỉ đơn thuần là những ý kiến mà thôi. Chúng không phải là thực tế. Bạn bè và gia đình sẽ gạt đi ý tưởng của bạn và nói rằng đó là “ý kiến tệ hại” bởi vì họ hoàn toàn mù tịt chủ đề này; họ nghĩ rằng họ đang giúp bạn bằng cách hoạnh hợ và bắt bẻ ý tưởng của bạn.

Như đã được đề cập trong cuốn *Three Feet from Gold* (tạm dịch: Ba bước đến thành công) của Sharon L. Lechter và tác giả¹, tương tự với tình huống mà một thành viên trong gia đình không làm việc liên quan đến lĩnh vực viết lách-bông muốn trở thành

1. Xuyên suốt quyển sách “tác giả” nhằm chỉ Tiến sĩ Greg Reid.

tiểu thuyết gia, sẽ có người nói rằng “Đừng nghĩ nhiều thế, mày điên rồi – chưa từng có ai làm được điều đó hết”. Những người “có ý tốt” này không nhận ra rằng họ đang bóp vỡ bong bóng sáng tạo cũng như nghiền nát giấc mơ của bạn, và họ cũng không hề nhớ đến sự bi quan của chính bản thân họ.

Thay vào đó, khi bạn đi tìm kiếm lời khuyên nghĩa là bạn đang tìm kiếm những con người thông thái nhất, có nhiều trải nghiệm nhất và khôn ngoan nhất hành tinh trong lĩnh vực nhất định. Đây là những con người đã đánh đổi những quyền lợi của bản thân và leo lên - nếu không muốn nói là vật lộn để đến được – đỉnh cao thành công. Trong ví dụ về dự định trở thành một nhà văn, lời khuyên từ chuyên gia sẽ là hẹn gặp gỡ trực tiếp với một tác giả bán chạy, một người đại diện hay một biên tập viên của một nhà xuất bản lớn.

Ắt hẳn bạn từng tự hỏi: *Làm thế nào tôi có thể học hỏi được từ những người thuộc giới siêu giàu khi mà họ có vẻ không sẵn lòng chia sẻ bí quyết, và tôi thì không thể nào tiếp cận được với họ?*

Giới siêu giàu có thể đã truyền các kỹ thuật kiếm tiền và sự khôn ngoan của họ cho những thành viên trong dòng tộc cũng như cho các thế hệ kế thừa trong gia đình, nhưng họ sẽ giữ kín bí mật và

không chia sẻ chúng với công chúng. Đơn giản mà nói, những người giàu lưu giữ những kinh nghiệm đã được kiểm chứng qua thời gian cho chính bản thân họ; và rất nhiều trong số đó mang những bí mật ấy xuống mồ.

Chiến lược tài chính cá nhân sẽ đưa những lời khuyên của chuyên gia đến tận tay bạn. Bạn sẽ không cần phải truy lùng những con người siêu thành công, điều bất khả thi đối với hầu hết mọi người. Tất cả những gì bạn cần làm chỉ là lật giở từng trang sách. Dù rằng những cá nhân xuất sắc được trình bày trong cuốn sách này có thể không thuộc lĩnh vực kinh doanh mà bạn theo đuổi, chúng tôi đã cố gắng đảm bảo để tất cả những Lối tắt thịnh vượng này bao hàm đủ rộng để có thể ứng dụng trong nhiều lĩnh vực nhất có thể.

Lời khuyên từ chuyên gia không đồng nghĩa với bảng kế hoạch giúp bạn “trở nên giàu có”. Những trang sách này là những *kỹ thuật thực tế mà các tỉ phú và triệu phú đã sử dụng để tạo nên sự giàu có vô tận*. Chúng ta sẽ thâm nhập vào tâm trí họ và chất lọc những bí mật, đánh dấu những chiến lược đúng đắn mà họ đã sử dụng để tạo lập nên cuộc sống dư dả bền vững.

CÁCH PHÁ GIẢI “MẬT MÃ” CỦA GIỚI SIÊU GIÀU

Những bộ óc thông thái và sáng tạo, đã chia sẻ những chiến lược của họ trong những trang sách này, đến từ nhiều lĩnh vực kinh doanh khác nhau, nhưng tất cả đều có một điểm chung là có mạng lưới liên kết vô cùng rộng lớn. Thông qua những trang sách sắp tới, bạn sẽ thấy rằng, họ rất đa dạng về lứa tuổi cũng như ngành nghề, từ những người thuộc những công ty được thành lập và tồn tại lâu đời cho đến những doanh nhân cầu tiến trẻ tuổi – mỗi người trong số họ đều sở hữu thành công của riêng mình. Chúng tôi có hơn 36 người đóng góp những kiến thức tinh thông từ đáy biển sâu thẳm đến tận vũ trụ bao la: những CEO và giám đốc điều hành trong ngành công nghiệp xây dựng, năng lượng và ô tô; các nhà đầu tư và doanh nhân; những nhà phát minh và những nhà cải tiến trang web, trò chơi, sản phẩm, các doanh nghiệp trực tuyến và các thiết bị y tế và thiết bị nha khoa; những tác giả và diễn giả truyền cảm hứng; người dẫn chương trình truyền hình, đạo diễn và nhà sản xuất; ông trùm truyền thông; và các nhà phát triển bất động sản.

Trong số những người siêu giàu, có những cá nhân mà chúng tôi gọi họ là những người có “giá trị ròng cao”. “Giá trị ròng cao” dùng để chỉ những

cá nhân có tài sản lưu động hơn một triệu đô la. Trong cuốn sách này, chúng ta sẽ cùng nhau tiếp cận với *mật mã* – bí mật chưa từng được bật mí – từ chính những cá nhân có giá trị ròng cao ở mức đáng kinh ngạc; chúng ta sẽ đơn giản hóa mật mã và diễn giải chúng để áp dụng vào thực tế. Chúng ta sẽ tìm hiểu thật kỹ các kỹ thuật kiếm tiền của những con người này.

Bạn sẽ không chỉ biết những việc mà người thuộc giới siêu giàu đã làm mà còn cả *cách thức* mà họ đã làm điều đó. Chúng tôi đã chất lọc những mô hình của họ thành các bước dễ hiểu, có thể áp dụng cho hầu hết loại hình kinh doanh mà bạn muốn tham gia hoặc mở rộng.

Quyển sách này được viết và trình bày một cách đơn giản nhằm giúp bạn trải nghiệm khoảnh khắc reo lên à *hà!* không chỉ qua mỗi trang giấy, mà còn trong từng đoạn văn. Chúng tôi đã chia nhỏ những đoạn giải mã thành các phần theo chủ đề thuận tiện:

➤ **Những ý tưởng lớn (Phần Một):** đây là một cách nói khác của từ “đổi mới” hay còn gọi là những yếu tố sáng tạo thúc đẩy nỗ lực kinh doanh của bạn tiến đến mức cao hơn.

➤ **Tư duy trùm tư bản (Phần Hai):** Trong phần này, các Lối tắt thịnh vượng được thiết kế để hướng dẫn *thái độ* phù hợp giúp bạn đạt được thành công không gì sánh được.

➤ **Hành động (Phần Ba):** Ở đây, bạn sẽ tìm thấy những bí quyết *chiến lược* – thứ giúp bạn thực thi những ý tưởng lớn của riêng bạn.

➤ **Gặt hái trí khôn (Phần Bốn):** Phần này bao gồm những lời khuyên có giá trị của những người đào vàng am hiểu đường đi lối lại. Họ sẽ chỉ cho bạn chỗ để tìm được những khối vàng to nhất.

Bạn có thể đọc quyển sách này từ đầu đến cuối, đọc theo từng phần hoặc đọc theo bất kỳ phong cách nào mà bạn thích để tra cứu điều bạn cần. Như được nêu trong Lối tắt thịnh vượng #66, cách bạn uống vitamin không quan trọng, miễn là chúng được cơ thể bạn hấp thụ. Mục tiêu của quyển sách này chính là ngay tại thời điểm này (hoặc hai mươi năm sau kể từ bây giờ), bạn sẽ lấy quyển sách ra, lật giờ một trang bất kỳ và sử dụng được ngay một bí quyết hữu ích hay bắt gặp những câu chữ truyền cảm hứng giúp bạn có động lực hơn trong nhiệm vụ gây dựng sự thịnh vượng cả đời cho bản thân.

MỘT VÀI LƯU Ý TỪ NAPOLEON HILL

Napoleon Hill bắt đầu viết *Think and Grow Rich* (Nghĩ giàu làm giàu) từ năm 1937 bằng lời dẫn ấn tượng vẫn còn được nhắc lại nhiều năm sau, rằng: "Hôm nay sẽ là ngày quan trọng nhất trong cuộc đời bạn".

Quyển sách của Hill vẫn tồn tại như một kinh thánh của giới kinh doanh, tuy nhiên thời thế đã đổi khác. Trong khi nhìn chung những nguyên tắc cơ bản về kinh doanh, thành công và tích lũy tài sản vẫn đứng chung trên cùng một nền tảng cơ bản, thế giới ngày nay rất khác so với tám mươi năm trước – kỹ thuật khác và chiến lược cũng khác. Đây là thời đại mà chúng ta đi từ phương pháp quảng cáo trên báo đài cho đến sức mạnh của internet, đến những thiết bị được tất cả mọi người mang theo trong túi và liên tục được họ lấy ra để tham khảo thông tin. Cách mà con người giao tiếp và kết nối đã thay đổi xã hội cũng như mối quan hệ giữa người với người.

Những trang tiếp theo đây, chúng tôi dựa trên những lời khuyên của Hill về thành công. Với quyển sách này, bạn sẽ có thêm một ngày quan trọng khác để viết vào danh sách việc cần làm của

mình: Ngày bạn bắt đầu *xâm nhập* vào giấc mơ thành công của chính mình. Ngày đó là ngày *hôm nay*. Ngay lúc này.

Hãy cùng đi lối tắt đến thành công nào.

AI LÀ NGƯỜI SỬ DỤNG LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG?



Những “Wealth Hacker” mà những lời cố vấn của họ được trình bày trong cuốn sách này là một nhóm những người siêu giàu sở hữu bộ óc siêu việt, và họ đang chia sẻ những kho báu kiến thức đã được kiểm chứng cho bạn. Những bí quyết có thể đến từ một cá nhân nào đó, từ một vị tác giả hay đôi khi là từ một tập thể.

Có thể bạn đang thầm nghĩ rằng Một số bí quyết có vẻ dễ hiểu, tại sao mọi người vẫn chưa sử dụng chúng?

Đây chính là điểm sáng giá của Wealth Hacker mà tôi đã đề cập từ trước: Rằng họ thường tìm thấy

quan điểm tinh túy được ẩn giấu sau quá trình rèn luyện – và họ thực hành những quan điểm này. Chính vì vậy, những bí quyết trình bày trong cuốn sách này rất tuyệt vời bởi tính đơn giản và trực tiếp của chúng.

Nói tóm lại, tất cả mọi người đều có thể ứng dụng những bí kíp này – bao gồm CHÍNH BẠN!

VÀ KHÔNG ĐỂ CÁC BẠN CHỜ ĐỢI THÊM:

Sau đây là một số ví dụ về những Wealth Hacker – họ đều đã kiếm được hàng triệu, trong đó có một số người kiếm được hàng tỉ đô la – họ là những người đã đóng góp một hoặc nhiều lời khuyên dựa trên kinh nghiệm, chuyên môn và thành công của họ.

Ernesto Ancira, Jr.: Chủ tịch tập đoàn, chủ tịch hội đồng quản trị và giám đốc điều hành tại Ancira-Winton Chevrolet, Inc., với 13 đại lý có trụ sở tại San Antonio, Texas, và doanh thu hàng năm hơn 1 tỉ đô la.

Rob (Robert) Angel: Nhà sáng tạo trò chơi, người tạo ra trò chơi câu đố cực kỳ nổi tiếng Pictionary.

Les (Leslie Calvin) Brown: Một trong những diễn giả động lực nổi tiếng nhất thế giới, Brown đã huấn luyện và tư vấn cho các CEO trong nhóm Fortune

500, các chủ doanh nghiệp nhỏ, các nhà lãnh đạo của tổ chức vì cộng đồng và phi lợi nhuận trong mọi lĩnh vực xã hội. Ông cũng là tác giả của một số cuốn sách và sách nói bán chạy nhất.

Craig Clemens: Nổi danh với vai trò là một copywriter mang lại doanh thu 1 tỉ đô và trở thành người đồng sáng lập công ty Golden Hippo Media.

Tiến sĩ Dwight Damon: Bác sĩ chỉnh nha hàng đầu trong ngành, nổi tiếng với Hệ thống Damon đột phá mà ông là người sáng tạo. Bác sĩ Damon là người tiên phong trong lĩnh vực của mình. Ông giảng dạy cho các bác sĩ và nhân viên trên toàn thế giới về những học thuyết tiên tiến nhất trong điều trị chỉnh nha.

Scott Duffy: người dẫn chương trình truyền hình/chương trình trực tuyến, diễn giả chính và chuyên gia về tăng trưởng kinh doanh. Ông bắt đầu sự nghiệp bằng việc hỗ trợ cho tác giả và diễn giả bán chạy nhất Tony Robbins và sau đó tiếp tục làm việc cho một số thương hiệu truyền thông lớn như CBS Sportline, NBC Internet và FOXSports.com.

Marshall Ezralow: Nhà sáng lập Ezralow Company, một trong những công ty phát triển bất động sản lớn nhất và thành công nhất ở California và thậm chí là lớn nhất Hoa Kỳ. Doanh nghiệp gia đình thế hệ thứ tư này đã vẽ lại bức tranh của bất động sản vùng Nam California bằng việc mua lại, phát triển và quản lý hơn 20.000 căn hộ và một triệu tám trăm ngàn mét vuông đất kinh doanh.

Josh Flagg: Chuyên viên bất động sản và người dẫn chính của loạt phim truyền hình trên Bravo TV *Million Dollar Listing Los Angeles*¹. Flagg đã bán được số bất động sản trị giá hơn 1 tỉ đô la, ông là chuyên viên bất động sản hàng đầu ở Los Angeles, đồng thời trở thành đại lý lớn số một và đại lý có doanh số đứng thứ hai trong khu vực.

Dan Fleishman: Nhà sáng lập trẻ nhất trong lịch sử có công ty niêm yết trên sàn giao dịch khi mới hai mươi ba tuổi. Fleishman đã cung cấp sản phẩm nước tăng lực Who's your Daddy đến 55.000 cửa hàng bán lẻ và căn cứ quân sự. Anh

1. Chương trình truyền hình thực tế của Mỹ, lên sóng lần đầu trên mạng trả tiền Bravo ngày 29 tháng 8 năm 2006. Chương trình ghi lại cuộc sống cá nhân và công việc của bốn chuyên gia bất động sản cao cấp ở Beverly Hills, Hollywood, và Malibu, California.

tiếp tục cho ra mắt trò chơi Victory Poker vào năm 2010, xây dựng đội ngũ người chơi chuyên nghiệp lớn thứ ba trong số 550 trang web về poker trên thị trường. Fleishman là một nhà đầu tư thiên thần tích cực và đã cố vấn cho hơn 24 doanh nghiệp trong các lĩnh vực từ ứng dụng di động và công ty công nghệ đến các trang web thành công như Dollar Beard Club và các sản phẩm tiêu dùng như Uwheels, cả hai đều có doanh thu hơn 5 triệu đô la trong vòng chưa đến tám tháng.

Jeff Fried: Chủ tịch và giám đốc năng lượng của All In Entertainment, LLC, công ty đại diện cho các lợi ích trong thể thao và truyền thông, có trụ sở tại Washington D.C. Đây là công ty quảng bá Championship Boxing toàn cầu cùng các sự kiện giải trí khác.

Phil (Phillip B.) Goldfine: Nhà sản xuất và nhà sáng lập của Hollywood Media Bridge. Goldfine sở hữu 60 bộ phim nổi tiếng bao gồm *A Christmas Story 2* (Câu chuyện Giáng sinh 2), và đã sản xuất năm loạt phim truyền hình. Ông là giám đốc sản xuất cho bộ phim tài liệu phát hành năm 2014 *The Lady in Number 6: Music Saved My Life* (tạm dịch: Người đàn bà ở buồng số 6: Âm nhạc cứu rỗi

cuộc đời tôi) được trao giải Oscar cho Phim tài liệu ngắn hay nhất. Các chương trình TV của ông gồm có *Lawman (A&E)* (tạm dịch: Sĩ quan cảnh sát) và bộ phim được đề cử giải Emmy *Seal Team Six* (tạm dịch: Biệt đội 6) (National Geographic).

Ron (Ronald L.) Graham: Là chủ tịch, giám đốc điều hành đã nghỉ hưu và chủ tịch hội đồng quản trị của The Graham Group, một trong những doanh nghiệp xây dựng hàng đầu Canada với doanh thu hơn 1,8 tỉ đô la hằng năm. Graham được công nhận là một trong năm mươi nơi làm việc tốt nhất Canada đồng thời là một trong năm mươi công ty được quản lý tốt nhất tại quốc gia này.

Jules Haimovitz: Chủ tịch hội đồng quản trị và giám đốc điều hành tại Global Entertainment & Media Holdings Corporation. Tại Metro Goldwyn Mayer Inc., ông là chủ tịch của MGM Networks, cố vấn điều hành cho CEO và là chủ tịch của tổ công tác quản lý thư viện. Ông cũng là chủ tịch và giám đốc điều hành của Spelling Entertainment Inc. và giữ các vị trí cấp cao tại Viacom Inc., King World Productions Inc., ITC Entertainment Group, và Dick Clark Productions. Haimovitz nổi tiếng nhất với

vai trò nhà sáng lập các kênh truyền hình cáp Showtime, Lifetime, Sundance và Smithsonian cũng như bởi thương vụ mua lại các công ty, điển hình như MTV Networks.

Nik Halik: Là nhà đầu tư thiên thần và tác giả của cuốn *5 Day Weekend* (tạm dịch: 5 ngày cuối tuần), người đã tích lũy được khối tài sản đáng kể thông qua các khoản đầu tư khôn ngoan vào bất động sản, công việc kinh doanh và thị trường tài chính. Các công ty của Halik đã đào tạo về tài chính và khai vận cuộc sống cho hơn một triệu khách hàng tại hơn 57 quốc gia. Halik cũng nắm giữ cổ phần của nhiều doanh nghiệp trên toàn thế giới, bao gồm Vertex Media, một công ty sản xuất phim và truyền hình tại Hollywood, và Poptik - một công ty về công nghệ in Sub Optic đã được cấp bằng sáng chế.

Kevin Harrington: Là doanh nhân và giám đốc điều hành doanh nghiệp người Mỹ, ông Harrington là nhà sáng lập As Seen trên TV. Ông đã xuất hiện trên chương trình truyền hình *Shark Tank* (Thương vụ bạc tỉ).

Jeffrey Hayzlett: Ông là người dẫn chương trình truyền hình hàng đầu của chương trình *C-Suite with Jeffrey Hayzlett* và *Executive Perspectives* trên

đài C-Suite TV, ông cũng là người dẫn chương trình từng đoạt giải thưởng mang tên *All with Jeffrey Hayzlett* trên C-Suite Radio. Ông là một diễn giả nổi tiếng, một tác giả có sách bán chạy đồng thời là chủ tịch của C-Suite Network.

Wayne H. Henuset: Là đồng chủ sở hữu, đồng chủ tịch hội đồng quản trị kiêm chủ tịch của Energy Alberta Corporation, đồng thời là chủ tịch của Willow Park Wines & Spirits - cửa hàng rượu thuộc sở hữu tư nhân lớn nhất tại Canada. Ông là thành viên lâu năm của cộng đồng kinh doanh dầu khí, và điều hành nhiều đại lý xe hơi khác nhau, kèm theo nhiều dự án kinh doanh rất thành công khác.

Jeff (Jeffrey D.) Hoffman: Là một doanh nhân và nhà sáng tạo toàn tài, người nổi danh với vai trò là một thành viên sáng lập kiêm thành viên ban điều hành của Priceline.com. Hoffman đã thiết lập nên một bảng thành tích dài trong lĩnh vực đấu giá và bán lẻ trực tuyến, phần mềm và giải trí. Ông hiện là giám đốc điều hành tại Enable Holdings, Inc. (trước đây là uBid.com Holdings, Inc.) thuộc uBid, Inc. Trước đây, ông từng là giám đốc điều hành và đối tác sáng lập của Virtual Shopping, Inc.

Naveen Jain: Giám đốc điều hành kinh doanh, doanh nhân, đồng thời là nhà sáng lập và CEO của Viome Inc. Trước đây, ông là nhà sáng lập và là CEO của InfoSpace và đồng sáng lập của Moon Express.

Gavin Keilly: Nhà sáng lập GBK Productions, chuyên tổ chức các sự kiện đặc biệt cho ngành công nghiệp giải trí và lĩnh vực phi lợi nhuận.

Ron Klein: Được mệnh danh là “ông tổ của những khả năng”, ông nổi danh với việc là người phát minh ra dải từ trên thẻ tín dụng. Ông cũng là người tạo ra hệ thống kiểm tra tính hợp lệ của thẻ tín dụng và là nhà phát triển hệ thống máy tính cho Dịch vụ đăng kê bất động sản (MLS), tính năng trả lời bằng giọng nói trong ngành ngân hàng, báo giá trái phiếu và thông tin giao dịch cho Sở giao dịch chứng khoán New York. Ông là nhà sáng lập và là CEO của Technitrend, Inc. và General Associates, Inc.

C. Reed Knight, Jr.: Nhà sáng lập Knight's Armament Company, một công ty sản xuất vũ khí hàng đầu chuyên cung cấp các hệ thống vũ khí hoàn chỉnh, phụ kiện mô-đun và quang điện tử KnightVision.

Tonino Lamborghini: Nhà sáng lập của Tonino Lamborghini, nổi tiếng với các sản phẩm hàng xa xỉ được thiết kế sang trọng như đồng hồ, kính mắt, điện thoại thông minh, nước hoa, đồ nội thất, quần áo, phụ kiện thể thao, đồ uống đặc trưng, khách sạn năm sao, phòng chờ và nhà hàng. Lamborghini là con trai của Ferruccio Lamborghini, người tạo ra chiếc xe thể thao Lamborghini nổi tiếng thế giới, và là người thừa kế gia tài của gia đình Lamborghini.

Tiến sĩ Gene N. Landrum: Người tạo ra khái niệm giải trí gia đình tại các nhà hàng Chuck E. Cheese. Tiến sĩ Landrum đã viết rất nhiều cuốn sách, ông cũng đồng thời là một giảng viên nổi tiếng.

Jeff Levitan: Là lãnh đạo doanh nghiệp, doanh nhân, huấn luyện viên về thành công và chủ tịch điều hành World Financial Group (WFG).

Walter O' Brien: Là doanh nhân người Ireland và nhà sáng lập của Scorpion Computer Service, Inc. Ông được biết đến nhiều nhất với vị trí giám đốc sản xuất và biên kịch của loạt phim truyền hình *Scorpion* (tạm dịch: Bọ cạp).

Craig Shah: Giám đốc điều hành toàn cầu và đồng sáng lập của hãng đồng hồ và trang sức cao cấp Craig Shelly.

Brian Sidorsky: Nhà sáng lập kiêm CEO của Lansdowne Equity Ventures Ltd., một doanh nghiệp gia đình về bất động sản có lợi nhuận cao, hoạt động trong lĩnh vực đầu tư quỹ đất đai – hoạt động mua đất với mục đích bán lại trong tương lai với giá cao hơn. Sidorsky là nhà sáng lập nên cửa hàng đồ gia dụng và thiết bị độc lập lớn nhất miền nam Alberta.

Steve Sims: Nhà sáng lập Bluefish, dịch vụ giúp việc cao cấp.

Brian Smith: Nhà sáng lập thương hiệu giày boots UGG, nhà cải cách, diễn giả chính đồng thời là một tác giả.

Dan (Daniel) Smith: Nhà sáng lập và chủ tịch Energy Capital Fund. Smith vốn là một kỹ sư lành nghề và là chuyên gia trong lĩnh vực phát triển dầu khí, ông cũng đóng vai trò quan trọng trong tổ chức Sonat Exploration và XTO Energy.

Rob Snyder: Nhà sáng lập Stream Energy, công ty có trụ sở tại Dallas, chuyên cung cấp các dịch vụ gia đình về năng lượng, thiết bị không dây, thiết bị bảo vệ.

Marc Staniloff: Giám đốc điều hành, chủ tịch tập đoàn kiêm chủ tịch hội đồng quản trị Tập

đoàn Superior Lodging. Staniloff là người có công trong việc phát triển 110 nhà trọ Super 8 và Wingate tại Canada từ năm 1993 đến 2007.

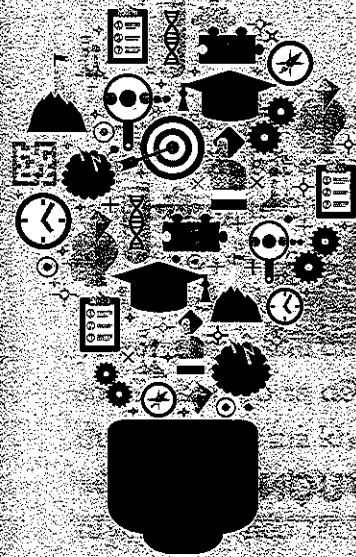
Greg (Gregory P.) Stemm: Đồng sáng lập và giám đốc điều hành của Odyssey Marine Exploration, Inc., người tiên phong trong việc thăm dò và khai quật khảo cổ trong các vụ đắm tàu dưới đại dương. Stemm đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển công nghệ mới và các tiêu chuẩn về khu vực tư nhân trong quản lý tài nguyên di sản văn hóa dưới nước. Dự án khám phá đáy đại dương đầu tiên của Stemm là một chiếc tàu đắm của thực dân Tây Ban Nha có tên *Tortugas*, đây là dự án khảo cổ di vật từ xa hoàn toàn sử dụng robot đầu tiên trên thế giới.

Tommy Tallarico: Nhạc sĩ và nhà sáng tác âm nhạc cho trò chơi video, nổi tiếng nhất với tư cách là người đã tạo ra chuỗi hòa nhạc Video Games Live. Kể từ những năm 1980 đến nay, ông đã làm việc với hơn ba trăm trò chơi video.

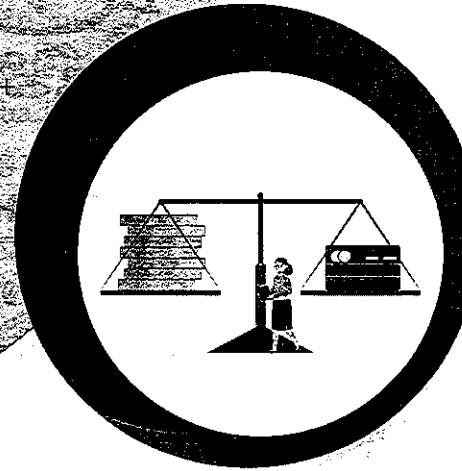
Stephen Van Deventer: Chủ tịch và giám đốc điều hành tại Preveceutical Medical Inc. Van Deventer là một doanh nhân và là chủ sở hữu của Cornerstone Global Partners.

Anson Williams: Diễn viên, đạo diễn, ca sĩ, doanh nhân và nhà phát minh nổi tiếng với vai diễn Potsie trong chương trình truyền hình *Happy Days* (tạm dịch: Những ngày vui). Ông là đạo diễn cho các phim truyền hình bao gồm *The secret life of the America Teenager* (tạm dịch: Cuộc sống bí mật của thiếu niên Mỹ); *Lizzie McGuire*; *Baywatch* (tạm dịch: Đội cứu hộ bãi biển); *Beverly Hills, 90210*; *Melrose Place*; và *Star Trek: Voyager* (tạm dịch: Người lữ hành); và một số phim khác. Williams đã được cấp bằng sáng chế cho một số phát minh, thêm vào đó, được thúc đẩy bởi một vụ tai nạn gần chết người và lời động viên từ người chú của mình, Tiến sĩ Henry Heimlich (người đã tạo ra cuộc diễn tập Heimlich), ông đã phát triển Alert Drops, một chất giúp làm tỉnh táo dành cho những người lái xe buồn ngủ.

Kevin Young: Nhà sáng tạo, người có tầm nhìn xa, nhà tư vấn và nhà đầu tư. Hiện tại, ông là phó chủ tịch, nhà phát triển doanh nghiệp tại Medicus Global, LLC. Ông được biết đến là một nhà đồng phát triển của nền tảng thẻ điện thoại trả trước đầu tiên tại Hoa Kỳ.



BIG IDEAS



PHẦN MỘT

.....

NHỮNG Ý TƯỞNG LỚN



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #1

MUA ĐẤT

Thời gian + Đất đai = Sự thịnh vượng.

Ông trùm đất đai người Canada - Brian Sidorsky chia sẻ một ý tưởng rất thuyết phục và dễ hiểu đến nỗi khó mà hình dung được rằng khái niệm này thực sự tồn tại.

Khi được hỏi làm thế nào để tích lũy được khối tài sản khổng lồ đến vậy ở vùng đất còn thô sơ, chưa phát triển, ông ngồi xuống ghế và nở một cười thân thiện.

"Thời gian cộng với đất đai chính là thịnh vượng!"
ông đáp.

Sidorsky giải thích công thức như sau: "Hãy tìm một thị trấn, bất cứ vùng nào ở Bắc Mỹ đang có mức tăng trưởng từ 20 đến 25% một năm. Xác định 'Đại lộ', vẽ một đường cách đó 12km và mua đất ở vùng này. Đó chính là 'đất cần mua'. Cho nông dân địa phương thuê khu đất đó để lấy tiền cho thuê bù vào số tiền bạn bỏ ra để mua khu đất, như vậy bạn có được khu đất mà không mất đồng nào – đó là chưa kể đến việc bạn sẽ có được những vụ rau tươi ngon tuyệt vời. Theo thời gian, thị trấn sẽ tiếp tục mở rộng trên phần đất thuộc tài sản của bạn, nơi bạn sở hữu lô đất lớn nhất và, vì lúc này đang có được vị trí gần Đại lộ, bạn có thể bán mảnh đất đó cho một trung tâm mua sắm với giá gấp trăm lần số tiền bạn đã bỏ ra để mua nó".

Bùm!

Những gia tài lớn trên đất Mỹ đã và đang được tạo nên từ đất.

—John D. Rockefeller, ông trùm đầu mỏ
kiếm nhà tư bản công nghiệp



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #2

Tạo ra một mặt hàng, sản phẩm hoặc dịch vụ mà mọi người sẽ vui vẻ tiêu hết số tiền tiết kiệm của họ để có được chúng.

Mọi người sẽ không tiêu hết số tiền tiết kiệm nếu chỉ mua những thứ như nến thơm hoặc khung tranh. Tuy nhiên, họ sẽ dùng toàn bộ tài sản của mình để mua một chiếc Lamborghini sang trọng.

Tận dụng thương hiệu nổi tiếng thế giới của gia đình mình, Tonino Lamborghini đã mở các câu lạc bộ đêm và khu nghỉ dưỡng đẳng cấp thế giới theo mô hình mà mọi người sẽ háo hức chi tiêu số tiền họ đã vất vả kiếm được để trải nghiệm cảm giác tuyệt nhất đời mình.

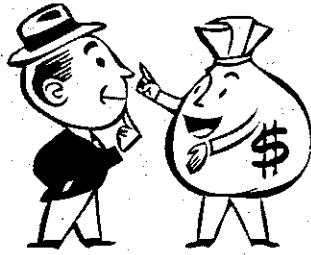
Bạn sẽ không bỏ ra một ngàn đô la để ở trong chính ngôi nhà của mình, nhưng sẽ vui vẻ dùng số tiền đó để trải nghiệm những tiện ích của một khách sạn sang trọng đẳng cấp thế giới *chỉ một lần*. Bạn sẽ tự động liên kết thương hiệu Lamborghini với *sự sang trọng* và hơn cả sẵn lòng phung phí tiền bạc của mình để ở lại một trong những khu nghỉ dưỡng của họ, vì bạn biết rằng những kỳ vọng cao nhất cũng như sự hài lòng của bạn sẽ được đáp ứng.

Các khu nghỉ dưỡng của Disney cũng tạo ra cùng một mức giá trị cảm nhận thông qua thương hiệu của họ. Khách hàng mong muốn trải nghiệm chúng nhiều đến mức họ sẵn sàng gom góp số tiền mà họ đã vất vả kiếm được để tận hưởng kỳ nghỉ ở đó.

Hãy cung cấp cho khách hàng của bạn những sản phẩm trên cả đỉnh cao như những gì mà Lamborghini, Disney hay thậm chí một số trường đại học như Harvard đã và đang làm. Nếu bạn có thể tạo ra những mặt hàng, sản phẩm, hoặc dịch vụ xa xỉ ở tâm của "Lamborghini" trong chính lĩnh vực hoạt động của bạn, đó là lúc bạn khám phá ra được bí mật của sự thịnh vượng bền vững.

Tôi không thiết kế quần áo, tôi thiết kế những giấc mơ.

-Ralph Lauren, nhà thiết kế thời trang



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #3

HẤP THỤ THÔNG TIN - HÃY MANG NHỮNG Ý TƯỞNG TỪ CÁC NGÀNH NGHỀ KHÁC VÀO TRONG DOANH NGHIỆP CỦA BẠN.

Một quả chuối chín nâu = Một chỗ ngồi trống trên máy bay = Tiền.

Gì cơ?

Vị tỉ phú Jeff Hoffman theo dõi các xu hướng và kết nối các mảnh ghép không liên quan mà theo thời gian chúng đột nhiên được ráp nối thật khớp với nhau như thể chúng đã luôn như thế ngay từ ban đầu. Ông liên kết những sự việc như một quả chuối chín với một chỗ ngồi trống trên máy bay và kiếm được bộn tiền.

Jeff gọi điều này là “Hấp thụ thông tin”. Ông thường đứng trước một quầy báo nghiên ngẫm các tạp chí thương mại về các ngành công nghiệp khác nhằm tìm kiếm những ý tưởng mà ông có thể áp dụng được cho việc kinh doanh của riêng mình.

Trong một lần đứng tìm đọc báo trong khoảng mười phút ấy, Jeff đã tìm thấy một bài viết về cách xử lý hàng tồn kho đang xuống cấp.

Nếu bạn đang hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, buôn bán và lưu kho thì hàng tồn kho xuống cấp chính là tai ương trong cuộc sống của bạn. Nghĩa là không có ai mua những thứ bạn phải bán và sản phẩm có thể trở nên hư nát (ví dụ khi chuối chín rục). Hàng tồn kho xuống cấp không bao giờ phục hồi được một khi chúng đã mất đi giá trị.

Nhiều năm trước, các chuỗi siêu thị phải bỏ số hàng tồn kho xuống cấp của họ đi hoặc tặng chúng cho các bếp ăn từ thiện hoặc ngân hàng thực phẩm. Các vị chủ doanh nghiệp đã nhìn thấy cơ hội kiếm tiền bằng cách xây dựng các “cửa hàng tạp hóa cứu hộ” trên mạng để mua các mặt hàng hư hỏng này với giá rẻ rồi bán lại ngay trước khi chúng hết hạn. Đây chính là một trường hợp mà trong đó, bên nào cũng có lợi.

Một tia chớp lóe lên trong đầu Jeff rằng: Chuyện gì sẽ xảy ra nếu ông tạo ra một “cửa hàng tạp hóa cứu hộ” ảo với sản phẩm là những chỗ trống trên máy bay vẫn chưa bán được?

Từ quan điểm tài chính, một chỗ trống trên máy bay không bán được không khác gì quả chuối đang chín rục. Một khi máy bay cất cánh, chỗ ngồi đó không còn giá trị.

Hòa trộn Bánh và Kem

Không có giới hạn nào trong phương pháp hấp thụ thông tin. Phương pháp này có thể kết hợp và hòa trộn vô vàn ý tưởng hữu dụng khác nhau.

Sau đây là một ý tưởng từ lâu của nhà sản xuất bánh kẹo Harry Burt:

Kem + Que = Kem Siêu hài hước

Đây là một ý tưởng mới hơn với cùng công thức sáng tạo:

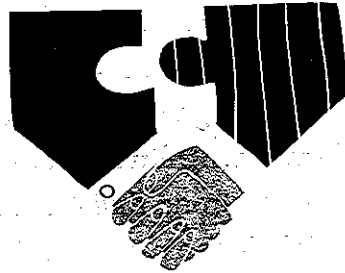
Bánh + Que = Bánh kẹo mút (Cake pop)
(hiện tại hầu hết các tiệm bánh đều bán loại bánh này).

☛ Tựa như miếng bọt biển, hãy hấp thụ thông tin!

Đó cũng là cách mà Priceline.com – nay là một doanh nghiệp trị giá 70,5 tỉ đô la – được hình thành. Priceline xem các các ghế trống không bán được trên máy bay là mặt hàng tồn kho xuống cấp và bán chúng với giá rẻ hơn trong thời điểm máy bay gần cất cánh. Việc kinh doanh này làm lợi cho tất cả các bên nói chung và riêng với Jeff Hoffman, mười phút đứng tại sạp báo của ông lúc đó thật quý giá.

Đổi mới là lấy hai thứ đã tồn tại và kết hợp chúng theo một cách mới.

—Tom Freston, Giám đốc sản xuất



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #4

Xây dựng sự thịnh vượng bằng cách giúp đỡ người khác.

Thực tế cho thấy rằng:

Giúp đỡ người khác = Tiền tỉ.

Điều này không hề điên rồ một chút nào đâu. Rất nhiều người giàu có hiểu rằng để kiếm được hàng đồng tiền, bạn phải làm điều thiện và biết trao tặng những gì mình có.

Tôi không nói đến vấn đề từ thiện (mặc dù điều đó tất nhiên là hoàn toàn ổn). Tôi đang đề cập đến việc tạo ra hoặc đầu tư vào một sản phẩm hay dịch vụ có thể giải quyết vấn đề và tạo ra khác

biệt thực sự trong vấn đề nâng cao cuộc sống của con người.

Điều này có thể nghe hơi cũ nhưng hãy cùng tìm hiểu về trường hợp của bác sĩ Dwight Damon.

Ông nhận ra rằng *tất cả mọi người đều ghét niềng răng*. Chúng đem đến những cơn đau thấu trời. Đám dây thun thì siết chặt và cắt vào lợi của chúng ta. Thật khó mà vệ sinh cho sạch sẽ được và chúng còn trông xấu xí kinh khủng (trông giống như “đường ray xe lửa” vắt ngang hàm răng) khi được cài lên hàm lũ trẻ con đang ở độ tuổi dậy thì.

Sự thật thì mất lòng: Đám niềng răng thật tồi tệ.

Bác sĩ Damon không lý giải được tại sao ngành nha khoa lại áp dụng phương pháp chỉnh nha gây áp lực lên răng gấp bảy trăm lần mức cần thiết. Chính vì vậy, ông đã vận dụng các kỹ năng chuyên môn của bản thân cùng sự hỗ trợ của máy móc để thiết kế những chiếc niềng răng thoải mái hơn, ít lộ rõ hơn và cần ít thời gian đeo hơn.

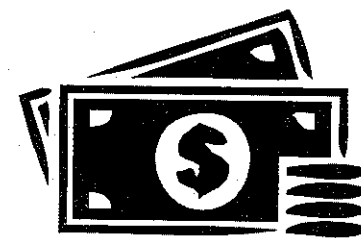
Ông đã kiếm được cả gia tài bằng cách giúp cải thiện nụ cười của mọi người đồng thời giúp hàng triệu trẻ em vượt qua giai đoạn niềng răng mà

không phải chịu đau đớn như trước đây. Kể từ thời điểm đó, ông đã nộp 20.000 bằng sáng chế và giúp được hàng triệu người trên toàn thế giới.

Chỉ một sự cải tiến đơn giản thực sự có thể giúp bạn nở nụ cười.

Hãy cống hiến cho thế giới nhiều hơn những gì thế giới có thể cho bạn, đó chính là thành công.

—Henry Ford, nhà sáng lập Ford Motor



LỖ TẮT THỊNH VƯỢNG #5

Tìm kiếm một nhu cầu và đáp ứng nó.

Làm thế nào để người sở hữu doanh nghiệp Knight's Armament, C. Reed Knight, Jr., kiếm được một tỉ đô la trong ngành sản xuất vũ khí?

Ông đã lắng nghe khách hàng của mình và cung cấp cho họ chính xác những gì họ yêu cầu.

Reed diễn giải, "Tôi đã hỏi những người trong quân đội rằng 'Thử thách lớn nhất của bạn là gì?' Họ trả lời, 'Chúng tôi không thể bắn trúng mục tiêu vào ban đêm. Trời quá tối và chúng tôi không thể nhìn thấy mục tiêu để nhắm.'"

"Chà," chúng tôi đã đề xuất rằng, "sẽ thế nào nếu chúng ta sử dụng công nghệ tương tự như kính

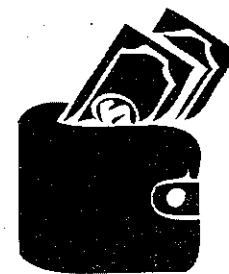
bảo hộ ban đêm để tạo ra một loại kính ngấm giúp những người lính nhìn thấy vào ban đêm?”

Không nghi ngờ gì, quân đội đã thử nghiệm sản phẩm và chúng cho ra kết quả rất tốt, trên thực tế, quân đội đã mua loại kính ngấm này cho *tất cả* các sư đoàn của họ.

Bằng cách cung cấp cho khách hàng chính xác những gì họ muốn và giải quyết thách thức của họ, công ty Knight's Armament đã tạo ra một công cụ thiết yếu mà mọi người đều cần.

Việc vô cùng quan trọng là trải nghiệm những gì khách hàng của bạn đang trải qua và lắng nghe những đề xuất của họ.

—David Neeleman, doanh nhân và là nhà sáng lập của bốn hãng hàng không lớn, trong đó có hãng JetBlue Airways



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #6

Dẫn dắt người nhận dịch vụ.



Trong phần Lối tắt thịnh vượng trước, Reed Knight Jr., đã lý giải việc lắng nghe khách hàng và dự đoán nhu cầu của họ đã định hướng doanh nghiệp của ông như thế nào. Trong phần này, bạn sẽ khám phá ra rằng việc đoán trước được một cơ hội lớn mà không cần tới thăm dò khách hàng thậm chí là điều hoàn toàn khả thi. Tất cả những gì bạn cần làm là luôn hướng mắt về phía cuối sân, suy nghĩ và phản ứng như một tiền vệ ở

Giải Bóng bầu dục Quốc gia (NFL). Hãy giữ tâm mắt ở nơi xa đó, kết quả sẽ đến.

Superior Lodging Corp. – một doanh nghiệp ở Canada – đã chi 72 triệu đô la để xây dựng các khu nghỉ dưỡng cao cấp quy mô trong một cánh đồng hoang vắng.

Có phải CEO của họ – Marc Staniloff bị điên hay không? Tại sao họ lại tiêu số tiền khổng lồ như vậy để xây dựng một khu nghỉ dưỡng giữa đồng không mông quạnh?

Câu trả lời được tìm thấy ở một địa điểm gần cánh đồng, nơi bạn có thể thấy một công trường xây dựng với các loại máy ủi, xe nâng, máy xúc, và xe ben.

Có gì ở nơi đó? Câu trả lời chính là cơ sở chăm sóc sức khỏe dài hạn lớn nhất Canada.

Staniloff nhận ra rằng những vị giám đốc điều hành của cơ sở chăm sóc sức khỏe này sẽ cần có một nơi để nghỉ lại – trong khi khu vực xung quanh lại hoàn toàn trống vắng. Quan trọng hơn, khi ông tiên đoán xa hơn, ông nhận ra rằng, một khi cơ sở được hoàn thành, những bệnh nhân đang trong quá trình hồi phục cùng gia đình và bạn bè đến thăm cũng sẽ cần chỗ để nghỉ ngơi.

Chuột không gặm vàng – ngay từ đầu

Bất cứ khi nào bạn cảm thấy chán nản với việc sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn mất quá nhiều thời gian để kiếm ra tiền, hãy nhớ đến một người: Douglas Engelbart

Ai cơ?

Engelbart đáng ra nên được đứng ngang hàng với Bill Gates và Steve Jobs trong ngôi đền của những vị thần công nghệ. Thế nhưng lại có ít người biết đến tên ông hoặc đóng góp to lớn của ông cho ngành điện toán: Ông chính là người phát minh ra chuột máy tính.

Tin hay không tùy bạn, bằng sáng chế chuột máy tính đầu tiên được cấp vào năm 1970. Ban đầu phát minh của Engelbart được đặt tên là “Thiết bị xác định vị trí X-Y trên hệ thống hiển thị”, nhưng sau đó đã được đổi thành “chuột” vì Engelbart nghĩ rằng đoạn dây ở phía sau trông giống như chiếc đuôi của một loài gặm nhấm – một bước tiến đi trước thời đại mà phải mất hàng thập kỷ sau đó giới công nghệ mới bắt kịp.

Bài học ở đây là gì? Dù cho sản phẩm của bạn có là bất cứ thứ gì đi nữa thì hãy cứ kiên trì, bởi lẽ bạn sẽ không bao giờ biết được khi nào thị trường sẽ đột nhiên cần nó.

Trong môn bóng bầu dục, trung phong không bao giờ ném bóng về nơi mà tiền đạo bắt bóng đang đứng. Thay vào đó, anh ta ném nó về phía cuối sân và để cầu thủ nhận bắt quả bóng đó.

Ghi điểm!

Hãy tìm kiếm nhu cầu và đáp ứng chúng.

—Khuyết danh



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #7

Đơn giản hóa mọi thứ.

Một vài ý tưởng kinh doanh tuyệt vời và hữu ích nhất không đơn giản chỉ là “tìm kiếm nhu cầu và đáp ứng chúng”. Ta cần đặt câu hỏi rằng tại sao một quy trình đã được thông qua lại mất tới mười hoặc mười hai bước để hoàn thành trong khi nó có thể được rút ngắn lại còn một bước và giúp tiết kiệm rất nhiều thời gian và công sức. Tuy nhiên, một số giải pháp không hiển hiện rõ ràng ngay trước mắt ta mà cần có trí khôn và tài xoay xở để tận dụng chúng. Nói cách khác, ta cần phát triển năng lực để nhận ra những vấn đề nào có thể đơn giản hóa.

Nhiều năm trước, khi mọi người mới bắt đầu sử dụng thẻ tín dụng, nhân viên thu ngân phải tra cứu thông tin và xác minh từng khách hàng từ một quyển sổ lưu khổng lồ. Điều này đồng nghĩa với việc mọi người phải xếp hàng chờ đợi hàng giờ liền trong các cửa hàng cho đến khi công việc khó nhọc này được hoàn thành. Bạn có tưởng tượng nổi cảnh tượng ấy trong thời đại ngày nay sẽ như thế nào không?

Ngày nay, bạn chỉ cần quét thẻ trong chớp mắt. (Hoặc, nếu thẻ thanh toán của bạn là loại có chip, bạn chỉ việc trượt thẻ vào là xong.)

Những việc đó sẽ không xảy ra nếu Ron Klein không đơn giản hóa vấn đề và phát minh ra hệ thống đọc dải từ xác nhận trên thẻ tín dụng. Klein nhận thấy rằng nguyên nhân của những dòng người dài dằng dặc xếp hàng đợi thanh toán trong cửa hàng bách hóa Macy là bởi việc phải tra cứu xác minh số thẻ tín dụng của khách mua hàng. Mục tiêu của ông chính là mang lại giá trị bằng cách rút ngắn các bước trong quy trình vô ích mà không một ai khác từng đặt câu hỏi cho vấn đề này.

Klein, một trong những chuyên gia giải quyết vấn đề tuyệt vời, đã phát minh ra một thiết bị có thể bắt chước máy đọc băng cuộn và sao chép các

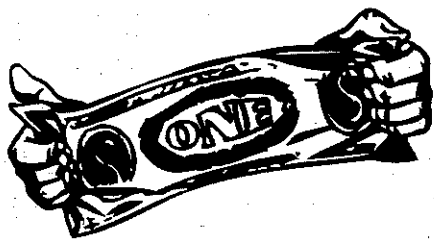
chữ số trên dải băng từ lên thẻ. Trên thực tế, ông là người đầu tiên khiến con người hành động theo chuẩn như máy móc. Ông thực hiện điều này bằng cách cho khách hàng quét thẻ với tốc độ phù hợp qua một thiết bị nhận dạng con số và xác minh tài khoản tại chỗ.

Phát minh tạo ra dải từ trên thẻ tín dụng cùng hệ thống xác thực thẻ tín dụng đã dịch chuyển phần trách nhiệm từ các cửa hàng sang các công ty thẻ tín dụng để sản xuất loại thẻ có thể quét được mã. Điều này giúp tiết kiệm được vô số thời gian của khách hàng và các nhà bán lẻ, cắt giảm đáng kể dòng người xếp hàng chờ thanh toán vốn dài dằng dặc.

Và đó chính là cách bạn đơn giản hóa một vấn đề.

Một chuyên gia giải quyết vấn đề tuyệt vời thường cởi mở với những ý tưởng mới, mang trong mình trí tò mò bẩm sinh và đồng thời giỏi cộng tác với mọi người.

—Richard Branson, doanh nhân, nhà đầu tư, tác giả, nhà hảo tâm, nhà sáng lập Virgin Group



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #8

Kết hợp những ý tưởng kinh doanh không liên quan và biến chúng thành của bạn.

Gene Landrum đã làm điều tưởng chừng như không thể khi lập nên Chuck E. Cheese. Ông đã tạo ra một mô hình kinh doanh hoàn toàn mới bằng cách kết hợp nhiều ý tưởng khác nhau thành một chuỗi nhà hàng bao gồm thức ăn, gia đình, và công viên vui chơi giải trí.

Thức ăn: Trẻ em thích pizza.

Công viên vui chơi giải trí: Trẻ em thích những thứ như trò chơi điện tử, đập chuột chũi, và bàn chơi khúc côn cầu cỡ nhỏ.

Kết hợp pizza với công viên vui chơi giải trí và ta có những đứa trẻ vui vẻ và cha mẹ chúng cũng vui vẻ. Vì sao lại là cha mẹ chúng vui vẻ? Đó là vì họ có thể ngồi tại bàn, nghỉ ngơi và ăn uống trong khi con của họ bận chơi trong khu vực trò chơi.

Mô hình trung tâm giải trí kết hợp chuỗi pizza là một cuộc cách mạng đã phá vỡ khuôn mẫu của lối suy nghĩ cũ kỹ cho rằng việc ăn uống và giải trí cho trẻ em là hai lĩnh vực riêng biệt. Ngày nay những quán cà phê sách cũng hoạt động với mô hình tương tự.

Bạn có thể kết hợp những mô hình kinh doanh nào để tạo ra một sản phẩm hoàn toàn mới?

Sự khôn ngoan của Tiến sĩ Gene Landrum

Tiến sĩ Gene Landrum là một nhà hiền triết mang bên mình đầy những hạt ngọc trai kết tinh từ sự thông thái. Dưới đây chỉ là một vài dòng mô tả một số hình mẫu người nổi tiếng mà ông tin rằng mọi doanh nhân đều nên phấn đấu noi theo.

Hãy là người khổng lồ như Alexander Đại đế.

Hãy kiêu ngạo như kiến trúc sư Frank Lloyd Wright.

Hãy thân bí như nhà thiết kế thời trang Coco Chanel.

Hãy mạnh dạn như nhà sáng lập FedEx, Fred Smith.

Hãy theo đuổi niềm hạnh phúc của bản thân mình như nhà thần thoại học Joseph Campbell.

Bạn không thể học được cái mới trừ khi bạn sẵn sàng bước đi trên những con đường khác lạ.

—Gene Landrum, nhà sáng lập Chuck E. Cheese's



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #9

Nhân đôi và nhân ba.

Bạn còn nhớ thẻ điện thoại trả trước chứ? Chúng xuất hiện trước khi điện thoại di động ra đời.

Khi bạn nhận được một thẻ điện thoại trả trước, bạn có thể gọi bao nhiêu cuộc gọi tùy ý cho đến khi sử dụng hết giá trị được in trên thẻ. Trong những năm chưa có điện thoại di động, điều này rất có ích đối với những người đi công tác, người đi làm, các sinh viên đại học và bất cứ ai sử dụng điện thoại thẻ công cộng.

Kevin Young, người đã phát triển nền tảng thẻ điện thoại trả trước đầu tiên và một công ty phân phối tại Hoa Kỳ, đã gạt hái được thành công vang

dội cùng những tấm thẻ này. Đây là một mô hình kinh doanh tuyệt vời: bạn có thể hô biến một phút thời gian gọi điện thoại thành một đô la nằm gọn trong túi trong khi hầu như không làm gì thêm ngoài việc cung cấp một tấm thẻ cho khách hàng và thanh toán lợi nhuận cho công ty điện thoại. Mô hình kinh doanh này không yêu cầu bất kỳ khoản cần thanh toán nào, và thêm vào đó, chi phí bỏ ra cho việc sản xuất và vận chuyển ở mức tối thiểu.

Đó còn chưa phải là một nửa của khoản lợi nhuận. Kevin nhận ra rằng đã đến lúc *nhân* đôi nó.

Nguồn tiền *thật sự* không đến từ những tấm thẻ mà đến từ khả năng có thể thêm thắt các biểu tượng và nhãn hiệu đặc biệt lên trên để biến chúng thành tấm thẻ xác nhận vai trò cao cấp của các đối tác kinh doanh. Tấm thẻ là phần thưởng cho việc đã thực hiện giao dịch và đồng thời là một khách hàng tốt của công ty. Kevin không để tâm đến việc công ty của ông chỉ là nhân vật phụ cho sản phẩm bởi lẽ ông đã kiếm được rất nhiều tiền mà không cần phải làm gì cả. Dưới đây là một số ví dụ của những gói sản phẩm cao cấp:

- ⑩ Mua một kỳ nghỉ tại công viên Disney và nhận thẻ điện thoại trả trước – tất nhiên là với tấm thẻ có hình ảnh chú chuột Mickey.

- ⑩ Mua một hộp cà phê Folgers và nhận thẻ điện thoại trả trước miễn phí.
- ⑩ Mua phần Bữa ăn vui vẻ tại McDonald's và nhận thẻ trả trước miễn phí.
- ⑩ Mua một bộ giấy ghi chú cỡ lớn và nhận kèm một thẻ điện thoại bên trong.

Quả là một món hời trong mỗi trường hợp nêu trên!

Những ví dụ trên đã giúp bạn nhận diện được vấn đề, rằng mô hình “tiện ích bổ sung miễn phí” như trên quá dễ tận dụng đến nỗi nó được áp dụng cho mọi thứ. Nó khiến mọi người cảm thấy rằng họ đang nhận được một điều gì đó có giá trị mà không mất gì.

Không lâu sau đó thậm chí còn xuất hiện thẻ Elvis và JFK, những thứ sau này biến thành món đồ sưu tầm có giá trị sau khi đã được sử dụng. Như thế bao nhiêu đó vẫn là chưa đủ, mô hình thẻ điện thoại trả trước được chấp nhận và được tin tưởng rộng rãi đến mức chúng đã trở thành một phương tiện từ thiện, như trong chương trình *Habitat for Humanity with Jimmy Carter* (tạm dịch: Môi trường sống cho nhân loại cùng Jimmy Carter). Tổ chức sẽ chi trả chi phí xây dựng thương hiệu trên thẻ và người dùng

cuối (những khách hàng mua thẻ) sẽ thanh toán mệnh giá cho tấm thẻ đó, một phần lợi nhuận trong đó sẽ được đóng góp cho tổ chức từ thiện.

Động não cho ý tưởng tiếp theo

Hàng tặng kèm, quà tặng và hàng tặng miễn phí đã tồn tại được một thời gian dài. Nhiều công ty đã tặng thêm một món đồ chơi bất ngờ trong những hộp bánh Cracker Jack từ nhiều thập kỷ trước. Những mẫu kem dưỡng ẩm hay mẫu nước hoa đã được tặng kèm trong những quyển tạp chí từ nhiều năm qua.

Hãy nghĩ về cách mà thời đại kỹ thuật số đã cách mạng hóa nghệ thuật tặng quà đi kèm cho khách hàng. Ngày nay chuyện trở nên đơn giản đến mức bạn chỉ cần truy cập vào một trang web, tải xuống ứng dụng cung cấp mã khuyến mãi. Dù rằng loại hình phiếu giảm giá giấy vẫn còn tồn tại và bán của chúng ta vẫn dành ngày Chủ nhật hàng tuần để lật giở chúng = nhưng những công ty như Groupon đã đạt được thành công lớn trong việc kết nối doanh nghiệp và khách hàng bằng cách cung cấp những phiếu ưu đãi và các tiện ích bổ sung đi kèm trong quá trình khách hàng mua hàng.

Loại hình trao đổi này đã tiến rất xa chỉ trong một thời gian ngắn nhờ vào sự bùng nổ đột phá của công nghệ - từ khi Internet ra đời đến phát minh ra mạng không dây cho đến việc các doanh nghiệp có thể cung cấp cho khách hàng những mã quét mà các cửa hàng có thể dễ dàng quét và nhận dạng được. Nói cách khác, loại hình này là yếu tố giúp xoay chuyển cách chúng ta kinh doanh với người tiêu dùng. Trước khi xem xét bạn sẽ tiếp thị sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty như thế nào, hãy thử nghĩ về sự bùng nổ có thể sẽ xuất hiện tiếp theo và làm thế nào để bạn có thể tận dụng nó cho doanh nghiệp của mình.

Hãy nhớ rằng: Đừng ngần ngại tặng khách hàng của bạn những mẫu dùng thử miễn phí trước khi họ chính thức đưa ra quyết định mua hàng.

Phần cuối cùng sau đây thực chất là *một lối tắt nhân ba sự thịnh vượng*:

Thẻ điện thoại trả trước Môi trường sống vì nhân loại = Lợi nhuận + Quý từ thiện + Hàng sưu tầm.

Nghệ thuật trong công thức nêu trên nằm ở chỗ nếu tấm thẻ trả trước bị mất hoặc không được sử dụng thì doanh nghiệp vẫn đã có doanh số bán ra

và độ lan tỏa là hiệu số của lợi nhuận thuần túy trừ đi phần quyền góp từ thiện và số tiền trả cho các cuộc gọi.

Hãy thử tìm ra một mô hình kinh doanh bao gồm lợi nhuận, khoản từ thiện và giá trị sưu tầm, khi đó chiến thắng là điều chắc chắn nằm gọn trong tay bạn.

Công ty Groupon – mà giờ đã phát triển trở thành một mô hình kinh doanh – luôn khiến bạn phải bất ngờ. Một hình thức kinh doanh mang lại bất ngờ cho bạn mỗi ngày.

–Andrew Mason, nhà sáng lập và cựu CEO của Groupon



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #10

Tim kiếm các lĩnh vực bãi bỏ quy định.

Hãy cùng gạt sang một bên tất cả các quan điểm chính trị và chỉ xem xét một vấn đề:

Cơ hội kinh doanh. Yếu tố nào trên thị trường có thể dẫn đến cơ hội kinh doanh tức thì và không bị kiểm soát?

Đó chính là sự *bãi bỏ quy định.*

Có thể bạn đã biết về điều này nhưng tôi cũng sẽ giải thích thêm về nó: Các quy định là những điều hạn chế được chính phủ ban hành nhằm kiểm soát các doanh nghiệp, giúp bảo vệ người dân khỏi một mối nguy xác định (ví dụ: các vấn đề về môi

trường). Sự bãi bỏ quy định là việc tháo dỡ những ràng buộc đối với các công ty, cho phép họ sản xuất và phân phối phù hợp với nhu cầu kinh doanh.

Rob Snyder, nhà sáng lập của Stream Energy, một nhà cung cấp năng lượng, dịch vụ không dây, dịch vụ bảo mật và dịch vụ gia đình có trụ sở tại Dallas đã luôn luôn tìm kiếm những khu vực không bị hạn chế bởi quy định. Giờ đây, trong tình hình các quy định đã được bãi bỏ trên khắp Hoa Kỳ, chiến thuật kinh doanh này có thể đặc biệt mang lại lợi ích cho ông.

Khi chính phủ chuẩn bị gỡ bỏ những quy định, hãy làm sao để bạn là người đầu tiên trong hàng ngũ những người được hưởng lợi từ việc đó.

Hãy biết những điều cần biết – Và cả những điều không cần biết

Lối tư duy cũ: Chỉ đầu tư vào những thứ bạn biết và hiểu rõ.

Lối tư duy mới: Bạn không cần biết mọi thứ về khoản đầu tư của mình (trừ khi bạn mua và bán bất động sản)

Một ví dụ điển hình cho lối tư duy trên chính là blockchain. Bạn có thể mua, bán và trao đổi

một cách nặc danh chúng mà không cần sự can thiệp của ngân hàng. Bạn không cần phải biết tất cả mọi thứ về Bitcoin để có thể kiếm được nhiều tiền về cho mình!

Sự bãi bỏ quy định về năng lượng sẽ là sự chuyển giao tài sản lớn nhất trong lịch sử.

– Warren Buffett, nhà đầu tư, chủ tịch, và CEO của Berkshire Hathaway



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #11

Tuyên bố và khởi tạo.

Khi nói đến thành công trong kinh doanh, điều trên được xem là chân lý - dù đó là việc ra mắt một kênh truyền hình cáp, phát triển một ứng dụng mới hay thậm chí là mở một nhà hàng sushi.

Bạn cần gì để giấc mơ này biến thành sự thực?

Có ba điều:

1. Một ý tưởng thực sự tốt
2. Sự thực thi hoàn hảo
3. Sự hiểu biết về mong muốn của khách hàng trước cả khi họ nhận ra nhu cầu của mình

Ba tiêu chí trên là cách mà nhà điều hành Jules Haimovitz đã sử dụng để xây dựng lên những xứ sở giấc mơ ở đài truyền hình cáp, bao gồm các kênh truyền hình cáp Showtime, Lifetime, Sundance và Smithsonian. "Kênh Showtime chỉ được bắt đầu từ một ý tưởng hay ho," ông chia sẻ. "Chúng tôi chưa từng nghĩ về sự giàu có, chúng tôi chỉ cố hiện thực hóa ý tưởng của mình... Chúng tôi tạo ra điều mà chúng tôi biết rằng có một thị trường đang chờ đợi nó. Đơn giản chỉ là chúng tôi phải xây dựng nó để đáp ứng nhu cầu đó mà thôi".

Nếu bạn có một ý tưởng thật sự hay ho về một sản phẩm hay một kế hoạch kinh doanh thì hãy hình dung về nó, viết ra giấy, vạch kế hoạch thực hiện và bắt tay xây dựng nó ngay lập tức.

"Có lòng xây dựng, giấc mơ sẽ thành hiện thực".

-từ bộ phim *Field of Dreams* (Cánh đồng mơ ước)



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #12

Trở nên vĩ đại, một cách đích thực.

Greg Stemm có một trong những công việc tuyệt vời nhất hành tinh. Với vai trò là người đồng sáng lập kiêm giám đốc điều hành của Odyssey Marine Exploration, Inc., ông tiến hành khám phá và khai quật những con tàu đắm nằm dưới đáy đại dương. Đội ngũ của ông đã tìm ra một số hiện vật quan trọng nhất trong lịch sử bao gồm: tàu SS *Republic*, tàu HMS *Victory*, tàu SS *Gairsoppa*, tàu SS *Central America*, tàu *Black Swan*, tàu *Tortugas* cùng nhiều hiện vật khác.

Người đàn ông này dường như là sự kết hợp giữa nhân vật thám hiểm liêu lĩnh Indiana Jones với nhà thám hiểm đại dương Jacques Cousteau.

Chúng ta sẽ không bàn đến những tranh cãi pháp lý và chính trị quốc tế xung quanh việc xử lý những kho báu được tìm thấy nhờ Greg và đồng đội (đơn giản mà nói, đó là vấn đề về người sẽ sở hữu tất cả những món đồ tuyệt hảo này). Chỉ cần nói rằng Greg có quyền được giữ lại một phần xứng đáng, và ông quyết góp một phần nhất định những món đồ được tìm ra cho đất nước mà chúng bắt nguồn (trong trường hợp quốc gia đó vẫn còn tồn tại cho đến ngày này), ông cũng thường xuyên tìm kiếm những bảo tàng thích hợp cho những hiện vật này.

Có thể bạn đang tự hỏi: Greg sẽ làm gì với đồng của cải đáng giá cả gia tài mà ông được phép giữ lại? Tất nhiên là ông bán đi rất nhiều cổ vật và nhận được khoản lợi nhuận đáng kể. Thế nhưng sự tài tình trong mô hình kinh doanh của ông nằm ở cách mà ông phân phối tất cả những đồng xu mà ông vớt được từ dưới đáy đại dương.

Đâu là lĩnh vực và cách thức để bạn tăng thêm giá trị nhận thức?

Những chiếc gối đã xuất hiện từ rất lâu – lâu đến nỗi có thể chúng đã xuất hiện tại vùng Lưỡng Hà vào năm 7000 trước Công nguyên. Ngày nay,

chiếc gối xuất hiện trên mỗi chiếc giường của những người có thể mua chúng. Bạn có thể mua gối trong hầu hết các cửa hàng từ Macy's đến Bed Bath & Beyond.

Vẫn chưa hết, một anh chàng tên là Mike Lindell đã tạo ra một hiện tượng với sản phẩm MyPillow! Đó đương nhiên là một sản phẩm tuyệt vời, nhưng làm thế nào mà sản phẩm này lại nhận được nhiều quan tâm tới vậy?

Đơn giản thôi: Lindell đã đưa thêm *giá trị nhận thức* vào sản phẩm. Ông nhận ra rằng vấn đề đau cổ và lưng xuất phát từ chiếc gối phẳng mà ông đang nằm. Và ông phát hiện ra rằng hàng triệu người khác cũng cảm thấy không hài lòng với chiếc gối phẳng giống như ông. Đó là cách ông tạo ra thương hiệu MyPillow - một loại gối không xẹp xuống khi nằm giúp ngăn ngừa đau cổ và lưng. Đúng là một phát hiện nhỏ bé đầy tiềm năng!

Ngay cả trong một ngành công nghiệp đông đúc như hiện nay, sẽ luôn còn chỗ cho bạn chen chân vào và xây dựng nên một thương hiệu khác biệt. Việc bạn cần làm đó là xác định một vấn đề cùng một sản phẩm thường được sử dụng và sau đó *khiến nó tốt hơn so với đối thủ cạnh tranh*.

Một khi bạn có thể làm được điều này, hãy yên tâm rằng bạn sẽ có thể ngủ một cách thoải mái trong sự giàu sang sớm thôi.

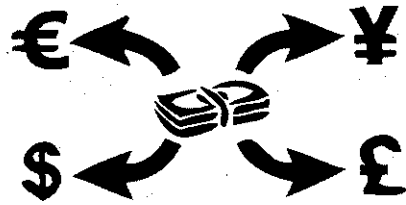
Ví dụ, Greg phát hiện ra một cái rương khổng lồ chứa nửa triệu tiền Tây Ban Nha thế kỷ 17. Ông có thể bán tất cả chúng đi - nhưng sao ông lại bỏ lỡ một cơ hội kiếm chác lớn hơn nhiều lần như thế cơ chứ?

Greg không cung cấp một đồng xu cho một nhà sưu tập hoặc tặng giá để thu lợi hơn đôi chút. Thay vào đó, ông tạo ra một chứng chỉ đặc biệt đại diện cho tính xác thực của đồng tiền, xác minh địa điểm và thời gian mà đồng tiền đó được phát hiện. Bằng cách này, ông đã *tăng giá trị cảm nhận của đồng tiền* lên rất nhiều lần. Vì là người duy nhất có thể cung cấp mặt hàng đặc biệt và độc đáo này, ông có thể bán đồng xu với giá lên đến hai mươi đô la.

Hãy thử làm một phép tính. Nửa triệu tiền xu nhân với hai mươi đô la bằng mười triệu đô la. Thật là một món hời!

Sự chênh lệch chính là một loại khách hàng.

—Paul Singer, nhà sáng lập kiêm quản lý quỹ phòng hộ của Elliott Management Corporation



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #13

Tư bản hóa những thứ không dùng đến.

Khi truyền hình cáp mới xuất hiện, Kevin Harrington, người mà sau này nổi tiếng với vai trò là một trong những "shark" đầu tiên của chương trình truyền hình *Shark Tank* (Thương vụ bạc tỷ), là một trong những người sử dụng các kênh truyền hình cáp từ sớm. Số kênh truyền hình cáp mà ông mua tăng từ bốn thành ba mươi kênh một cách nhanh chóng. Ông được chào mời rằng tất cả những kênh mà ông mua sẽ được phát 24/7 và ông có thể thỏa thích xem chúng mọi thời điểm trong ngày.

Sau đó ông nhận ra một vấn đề. Một vài kênh chẳng hạn như Discovery Channel không có chương trình nào trong thời điểm từ 3 đến 9 giờ sáng. Các kênh chỉ hiển thị màn hình chờ vào thời gian này. Ông gọi đến công ty truyền hình cáp vì nghĩ rằng mình bị lừa, nhưng hóa ra là có một số kênh không đủ ngân sách để duy trì các chương trình hơn mười tám giờ đồng hồ. Kết quả là sáu giờ còn lại hoàn toàn không được sử dụng và bị lãng phí.

Harrington nảy ra một ý tưởng lớn. Ông liên hệ với Discovery Channel và đề nghị được lấp đầy sáu giờ còn trống kia chỉ với 1.000 đô la một ngày. Ông tạo ra các phân đoạn quảng cáo sản phẩm dài nửa tiếng và *bùm!*— kênh thông tin quảng cáo (và cụm từ "Như đã thấy trên TV") được ra đời. Ông đã kiếm được hàng chục triệu đô la từ việc quảng cáo và theo thời gian, ông đã biến các sản phẩm như Ginsu, Bowflex, Snuggie và ShamWow! trở thành thương hiệu được nhiều hộ gia đình yêu thích.

Ý tưởng kinh doanh cũng được áp dụng cho những hệ thống kênh để trống giờ phát sóng vào thời điểm rạng sáng khác bao gồm kênh Lifetime, kênh Golf Channel, và kênh Home Shopping Network. Những kênh thông tin quảng cáo thành công đến

nổi các nhà mạng cũng nóng lòng muốn bán thời lượng phát sóng trong ngày cho Harrington.

Vẫn chưa hết! Harrington còn mua lại những chỗ trống còn lại trên các tờ báo để quảng cáo sản phẩm ngay trước lúc báo được in. Như thế, ông sẽ mua được nửa trang quảng cáo với mức giảm giá 95% vì ông đã đáp ứng được nhu cầu khẩn khiết được dàn đầy trang báo của các hãng báo in.

Hãy tìm kiếm những khoảng trống trong ngành kinh doanh của bạn và tận dụng lợi thế từ chúng. Những cơ hội vẫn còn đang chờ bạn đấy.

Niềm đam mê của bạn được truyền tải qua việc tiếp thị. Mọi người sẽ nhìn thấy niềm đam mê đó khi tôi đứng trước họ và thể hiện cho họ thấy một điều gì đó mới mẻ và tuyệt vời. Khi tôi tạo ra một thứ gì đó, tôi tin vào nó, và tôi thiết tha với nó.

—Ron Pompeil, nhà phát minh kiêm người sáng lập Ronco



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #14

Tận dụng sự lỗi thời.

Các công ty nhìn thấy gì ở những máy móc và các thiết bị văn phòng đã cũ?

Rác.

Họ sẽ làm gì với rác?

Họ đem cho hoặc ném chúng đi.

Tuy nhiên, Ron Klein không nhìn thấy rác. Cái mà ông nhìn thấy ở chúng là *cơ hội*.

Khi Klein điều hành General Associates, Inc. (GA), ông đã mua lại một lượng lớn các máy điện báo dư thừa từ Western Union Company.

Máy điện tín lúc bấy giờ đã lỗi thời đến mức trở thành một di tích. Vì lẽ gì mà ông lại mua những thứ vô giá trị như thế?

Khi mà những người khác chỉ xem chúng như đồng đồ cũ vô dụng thì ông nhìn thấy được cái đẹp và *tiền bạc* trong đồng đồ lỗi thời ấy. Klein đã cho tân trang lại các máy điện tín cũ và bán chúng cho các công ty truyền thông lớn. Như một dịch vụ đặc biệt, GA đã chuyển đổi nhiều máy điện tín cũ thành những chiếc điện thoại đặc biệt dành cho người khiếm thính với các thông điệp được in bằng chữ nổi. Ông đã sáng tạo ra một cách sử dụng hoàn toàn mới cho những gì từng được coi là *rác*.

Cũ là mới

Bạn sẽ không bao giờ biết được khi nào thì cái "cũ" thì sẽ trở thành "mới". Liệu mười năm trước có ai từng nghĩ rằng những đĩa than và đầu đĩa than sẽ nổi tiếng trở lại? Tuy nhiên, theo Nielsen Music, hơn 7,6 triệu bản thu đã được bán ra trong nửa đầu năm 2018, tăng 19% so với cùng kỳ năm trước. Doanh số của các đầu đĩa than cũng đều đặn tăng lên hàng năm kể từ năm 2012.

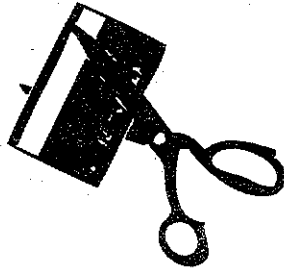
Hãy suy nghĩ về những xu hướng đã qua nhưng có thể sẽ nổi tiếng trở lại nhờ vào phong trào hoài niệm. Biết đâu đó trong tương lai loại băng 8 bài sẽ là cơn sóng tiếp theo!

Đừng tự giới hạn trí tưởng tượng của bạn. Những thứ lỗi thời đôi khi có thể dẫn đến những điều tuyệt vời. Trên đường Bleecker ở thành phố New York, có những nhà thiết kế trang sức đã tạo ra những chiếc nhẫn, vòng tay và dây chuyền từ những phím bấm của máy đánh chữ thủ công cũ.

Những thứ linh tinh nào xung quanh bạn có thể biến thành tiền?

Sự lỗi thời chưa từng mang nghĩa là kết thúc với bất kỳ điều gì. Đó chỉ là khởi đầu mà thôi.

—Marshall McLuhan, giáo sư, triết gia,
và nhà lý luận truyền thông



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #15

Giải quyết vấn đề trị giá 10 tỉ đô la.

Nếu bạn vẫn đang tự hỏi vì sao bạn vẫn chưa kiếm được 10 tỉ đô la thì có lẽ đó là do bạn chưa đủ tham vọng. Có lẽ bạn vẫn chưa cố gắng để giải quyết một vấn đề tác động đến mọi người ở quy mô đủ lớn. Có lẽ bạn vẫn chưa cố gắng giải quyết vấn đề trị giá *mười tỉ đô la*.

CEO của Viome — Naveen Jain — đã tìm cách giải quyết những vấn đề mang tính toàn cầu, chẳng hạn như đi tìm nguyên nhân gốc rễ của các căn bệnh phổ biến. Về bản chất, Viome tìm kiếm cách thức giúp kéo dài tuổi thọ của con người thông qua việc đặt câu hỏi: *Sẽ ra sao nếu ta có thể chọn lọc được bệnh tật?*

Công ty khẳng định rằng vấn đề của tất cả các bệnh nằm ở đường ruột. Họ cung cấp bộ dụng cụ thử nghiệm tại nhà được nghiên cứu bởi một nhóm các nhà khoa học tài năng. Các khách hàng sẽ nhận được một báo cáo đầy đủ các chỉ số của đường ruột, chỉ số trao đổi chất và chỉ số cơ thể. Dựa trên những chỉ số được gọi là các chỉ số xác định các vi sinh vật sống trong đường ruột này, công ty có thể đề xuất cho khách hàng kế hoạch dinh dưỡng và các chất bổ sung giúp ngăn ngừa bệnh tật.

Hãy suy ngẫm về bí quyết hay ho này

Công nghệ sinh học đang là một trong những ngành có tốc độ phát triển nhanh nhất. Một số nguồn tin dự đoán rằng ngành công nghệ sinh học sẽ đạt mức 727 tỉ đô-la vào năm 2025. Nếu bạn có cơ hội thành lập hoặc đầu tư vào một công ty công nghệ sinh học nghĩa là bạn đang đóng góp vào việc giúp đỡ mọi người thông qua việc nghiên cứu những phương pháp phòng ngừa bệnh tật.

Tất nhiên, cũng giống như với bất kỳ khoản đầu tư nào khác, vẫn có những rủi ro đáng kể tồn tại. Trong ngành công nghệ sinh học, kết quả thử nghiệm thuốc có thể khai sinh ra hoặc hủy bỏ một sản phẩm. Những nhà đầu tư thông thái sẽ

tim kiếm những loại thuốc ít gây chú ý nhưng có tiềm năng to lớn (như thuốc trị ung thư) đang ở trong giai đoạn thử nghiệm lâm sàng thứ hai thay vì những loại thuốc bị loại trừ trước cả khi được bắt đầu thử nghiệm. Bạn có thể sẽ bỏ lỡ cơ hội tham gia đầu tư từ giai đoạn đầu tiên khi quyết định chờ đến giai đoạn thử nghiệm lâm sàng thứ hai nhưng điều đó không thành vấn đề vì lúc này sản phẩm vẫn chưa bị đê y và vẫn chưa có được nhiều người đầu tư. Lợi ích ở đây là bạn sẽ ít gặp rủi ro tài chính hơn so với khi đầu tư vào thời điểm thuốc chưa được kiểm nghiệm, đồng thời có được tiềm năng cao hơn nếu thuốc thành công.

Như Naveen đã nói, “Đường ruột mà chông chênh ấy là ta bị bệnh”.

Đó chính là ý tưởng đáng giá mười ti đô.

Băng cá nhân là một giải pháp kinh tế, tiện lợi và vô cùng đa năng cho một loạt các vấn đề.

—Malcolm Gladwell, phóng viên tờ *The New Yorker*, tác giả của cuốn *Blink* (Trong chớp mắt) và *The Tipping Point* (Điểm bùng phát)



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #16

Cứu sống những sinh mạng.

Trong Lối tắt thịnh vượng #4, Tiến sĩ Dwight Damon đã khám phá ra cách để tạo ra sự khác biệt trong cuộc sống của mọi người, đó là cải thiện sức khỏe và ngoại hình thông qua công nghệ nha khoa mang tính cách mạng. Trong chương này, chúng ta sẽ tiếp tục tìm hiểu phương pháp xây dựng sự thịnh vượng thông qua việc đưa ra phát kiến đơn giản giúp mọi người tránh được tai nạn và thương vong.

Diễn viên, đạo diễn và doanh nhân Anson Williams, người nổi tiếng với vai diễn Potsie trong chương trình truyền hình *Happy Days* hồi

thập niên 1970 đã trải qua một tai nạn thập tử nhất sinh khiến ông phát minh ra một sản phẩm có thể cứu sống hàng ngàn người đồng thời kiếm được nhiều tiền.

Trong lúc kiệt sức và mất nước trong một chuyến đi nóng hầm hập trên con đường dài đằng đẵng băng qua sa mạc California, Anson đã ngủ thiếp đi trên vô lăng và suýt gặp tai nạn chết người. Biết ơn vì vẫn còn được sống, ông đã tìm đến người chú của mình – bác sĩ Henry Heimlich, người sáng tạo ra kỹ thuật Heimlich¹ cứu nạn nhân nghẹt thở - để hỏi về một phương pháp có thể giúp ngăn tài xế ngủ thiếp đi khi lái xe.

Bác sĩ Heimlich trả lời rằng cắn vào một quả chanh có thể giúp tạo ra một cơn bùng nổ adrenaline tức thời giúp ta trở nên tỉnh táo ngay lập tức. Anson nhận thấy rằng thủ thuật này mang lại hiệu quả tốt đến nỗi ông đã phát triển một sản phẩm với tên gọi là bình xịt Alert Drops chứa axit citric, đem lại cảm giác chua giống khi cắn vào một quả chanh.

Theo một cuộc thăm dò của National Sleep Foundation, 168 triệu người cho biết họ cảm thấy buồn ngủ khi lái xe. Gần 1/3 tài xế thừa nhận đã ngủ gật trên vô lăng.

Chỉ với khoảng mười đô la là bạn có thể mua một bình xịt Alert Drops để mang theo bên mình hoặc đặt trong ngăn đựng găng tay của xe hơi và phun lên lưỡi mỗi lần bạn cảm thấy buồn ngủ.

Nếu bạn tạo ra hoặc đầu tư vào một sản phẩm giúp cứu những mạng sống, bạn cũng sẽ kiếm được tiền một cách nhanh chóng đồng thời cảm thấy vui vẻ về điều đó.

Tôi nhận thấy việc cố gắng giải quyết những vấn đề của con người và bảo vệ cuộc sống quan trọng hơn sự nghiệp điện ảnh của tôi.

—Nicole Kidman, nhà hảo tâm, nữ diễn viên đạt giải Oscar

1. Kỹ thuật Heimlich: là thủ thuật dùng tay của người cứu hộ gây ra một áp lực mạnh trong đường dẫn khí để đẩy dị vật gây tắc khí quản ra khỏi đường hô hấp trên.



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #17

Bán những thứ ngay dưới chân bạn.

Hãy lật lại Lối tắt thịnh vượng #12, bạn sẽ nhớ lại rằng Greg Stemm đã phải đi qua những quãng đường xa quanh Trái Đất đồng thời ngao du tứ hải để tìm ra và phục hồi những kho báu dưới nước tuyệt vời. Nhưng đôi khi các mặt hàng tiếp thị sinh lợi nhất lại ở ngay trước mắt mà theo nghĩa đen là ngay dưới chân chúng ta. Đó là khi một số người nhìn vào một vật và chỉ thấy một đồng rác bần vô giá trị, nhưng những người khác lại thấy những dấu hiệu của lợi nhuận.

Khi sân vận động Yankee ban đầu bị phá hủy, một đại lý bán quà lưu niệm thể thao mang tên

Brandon Steiner đã mua bụi đất, những băng ghế khán đài, các thiết bị và bất cứ thứ gì có thể giúp tạo ra những vật lưu niệm thể thao để bán trong cửa hàng của anh.

Các vật liệu này đã được tái sử dụng và đưa ra thị trường để phát triển nên một doanh nghiệp trị giá 50 triệu đô. Người hâm mộ có thể sở hữu một chỗ ngồi thật từ sân vận động cũ hoặc một cây bút chứa đầy bùn đất được thu thập từ sân bóng chày nguyên bản. Những vật phẩm này đã trở thành vật kỷ niệm vĩnh cửu và cũng tương tự với trường hợp những đồng tiền cổ của Greg Stemm, chúng được bán cùng giấy chứng nhận tính xác thực để tăng giá trị.

***Antiques Roadshow*¹ trong chính ngôi nhà của bạn**

Nếu bạn vẫn chưa xem xét qua gác xep hay hầm để đồ cũ trong ngôi nhà của mình thì đây chính là dịp tốt để bạn làm điều đó. Bạn sẽ không bao

1. *Antiques Roadshow*: một chương trình truyền hình của Anh do đài BBC phát sóng. Trong chương trình, những người thẩm định cổ vật đi đến nhiều vùng khác nhau của Vương quốc Anh để thẩm định cổ vật do người dân địa phương mang đến. Chương trình này lên sóng từ năm 1979, dựa trên một chương trình tài liệu năm 1977.

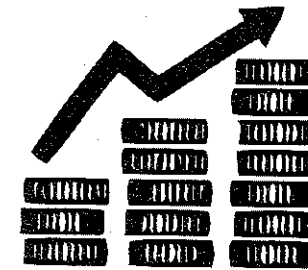
giờ biết được mình sẽ tìm thấy những thứ đáng giá nào cho đến khi bạn tìm thấy chúng đâu.

Một thẻ bóng chày Honus Wagner năm 1909 còn mới nguyên được bán với giá hàng triệu đô. Trong một tập của *Antiques Roadshow*, một người đã giới thiệu chiếc đồng hồ bỏ túi của ông cố anh ta. Chiếc đồng hồ được xác định là đồng hồ Patek Philippe năm 1914 hiện có giá trị hơn 1,5 triệu đô la. Một trường hợp khác, trong lần lên gác xếp để sửa chữa mái nhà bị dột trong căn nhà ở Toulouse, Pháp, một gia đình đã phát hiện ra một bức tranh Caravaggio 400 tuổi có giá trị xấp xỉ 136 triệu đô la.

Hãy quên câu hỏi cũ kỹ rằng "Có gì trong ví của bạn?" Câu hỏi thực sự cần đặt ra là "Có gì trong căn gác của bạn?"

Thế nhưng những thứ thực sự thú vị nằm trong tầng hầm và gác mái.

—Sherman Alexie, nhà văn, nhà làm phim và nhà thơ



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #18

Đẩy giá lên theo sự khan hiếm.

Trong Lối tắt thịnh vượng #3, Tonino Lamborghini đã cho chúng ta thấy khách hàng sẽ trả nhiều tiền như thế nào cho một sản phẩm và thương hiệu đẳng cấp thế giới. Trong chương này chúng ta sẽ thay đổi một chút khái niệm đó với một từ: sự khan hiếm.

Hầu hết các công ty đều bắt đầu bằng cách tạo ra một sản phẩm, phát triển, thử nghiệm, sản xuất, tiếp thị và sau đó phân phối những sản phẩm đó. Mục tiêu của họ thường là chiếm được vị trí trung bày trên kệ cũng như tăng độ hiển thị trực tuyến lên cao nhất, từ đó có được sự nhận biết của người tiêu

dùng và tạo ra thành công từ vòng xoáy của doanh số và sự hào hứng.

Tại sao ta không thử tiếp cận kinh doanh bằng cách ngược lại?

Craig Shah, đồng sáng lập của hãng đồng hồ và trang sức cao cấp Craig Shell đã từ chối đưa sản phẩm của mình vào dây chuyền sản xuất hàng loạt. Thay vào đó, ông chế tạo ra một số lượng hạn chế đồng hồ độc quyền cho những nhà sưu tập giàu có và du khách trên toàn thế giới. Những chiếc đồng hồ không chỉ được làm tỉ mỉ, bằng vàng với chất lượng tốt nhất, chúng còn có rất nhiều tính năng độc đáo như chuyển động hình xoắn ốc và cài đặt hai mươi hai múi giờ toàn cầu.

Bước vào thị trường đồng hồ xa xỉ đồng đúc đồng nghĩa với việc họ đang đối đầu với các thương hiệu tên tuổi như Richemont, Rolex và Louis Vuitton. Làm cách nào họ có thể xâm nhập vào thị trường đỉnh cao này đây?

Các sản phẩm độc quyền và dịch vụ ưu tú bảo đảm một mức giá cao

Nếu bạn muốn tạo ra một sản phẩm nào đó thực sự độc đáo thì nó không nhất thiết phải là

một sản phẩm sẽ đứng trước những thử thách của thời gian (như đồng hồ). Bạn thậm chí có thể xem xét trong lĩnh vực mặt hàng *thực phẩm* xa xỉ.

Một số thực khách đến nhà hàng Norma's ở thành phố New York sẽ chi 1.000 đô la cho một con tôm hùm frittata. Tại nhà hàng Serendipity 3, cũng ở New York, món sô cô la đông lạnh thượng hạng có giá 25.000 đô la.

Mọi người sẽ chi một số tiền nhiều đến nỗi bịch cho một đĩa frittata hoặc món sô cô la nóng đông lạnh ở các nhà hàng này bởi lẽ họ không thể thưởng thức những món ăn này ở bất cứ nơi nào khác, hoặc ít nhất là thưởng thức những món ăn này với sự tao nhã và hoành tráng tương tự. Ngoài ra, những món này còn có thể bị xóa khỏi thực đơn vào bất cứ lúc nào và các khách hàng sẽ chẳng bao giờ có cơ hội được nếm thử chúng.

Hãy tạo ra một sản phẩm mà mọi người sẽ không bao giờ quên, tìm cách để không ai có thể sao chép nó, hãy đặt giá cao và phục vụ chúng một cách hạn chế. Những người đủ khả năng để tận hưởng sản phẩm của bạn sẽ vô cùng say mê khoảnh khắc đó đến nỗi họ thiết tha để được trải nghiệm dù chỉ trong vài giây.

Tương tự như ví dụ trên, những chiếc đồng hồ Craig Shelly cũng được sản xuất với số lượng hạn chế khi chỉ có 108 sản phẩm trong mỗi lần ra mắt – chính sự khan hiếm này đã khiến cả giá thành và giá trị của chúng tăng vọt. Những chiếc đồng hồ thủ công được đánh số và bán ra kèm theo giấy chứng thực. Chúng không hề được quảng cáo trực tuyến; trên thực tế, chỉ có các nhà phân phối mới có thể xem trước đồng hồ trước ngày ra mắt. Nhu cầu tăng lên theo cấp số nhân thành một danh sách chờ dài và những người không mua sớm sẽ phải chờ đến khi chiếc đồng hồ độc quyền tiếp theo được ra mắt.

Trong khi các đối thủ cạnh tranh đang cố gắng khơi mào một cuộc chiến giá cả, tại sao bạn không thử đi ngược dòng để cung cấp chất lượng, thiết kế, các tính năng bổ sung đỉnh cao và thu lợi từ sản phẩm của mình?

Vấn đề không nằm ở giá thành thấp, mà ngược lại, chính việc nâng cao chất lượng mới giúp chúng tôi không chỉ nắm giữ mà còn nâng cấp thị trường.

—Hans Wildorf, nhà sáng lập Rolex



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #19

Chào mời sự tiện lợi, buôn bán sự tiện lợi.

Không lạ khi nói rằng con người ngày nay thích cảm giác được thỏa mãn những nhu cầu của bản thân ngay lập tức. Trong thời đại mọi thứ đều dịch chuyển với tốc độ ánh sáng ngày nay, các khách hàng mong đợi sẽ tìm thấy món đồ họ cần chỉ trong hai cú nhấp chuột và gói hàng sẽ được chuyển đến nhà họ ngay ngày hôm sau. Mỗi khi xuất hiện cảm giác muốn được mua một thứ gì đó, khách hàng sẽ tìm cách thỏa mãn mong muốn đó ngay lập tức. Các nhà bán lẻ trực tuyến như Amazon.com đã kiếm được bộn tiền khi đáp ứng được – bằng phương thức ít tốn kém - những con mua sắm bất chợt này.



Dù bạn đang kinh doanh trong lĩnh vực nào, hãy nghĩ về nó theo hai cách:

1. Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có giúp cuộc sống của khách hàng trở nên thuận tiện không?
2. Bạn có thể biến quá trình mua hàng trở nên dễ dàng và thuận tiện nhất có thể cho khách hàng của bạn không?

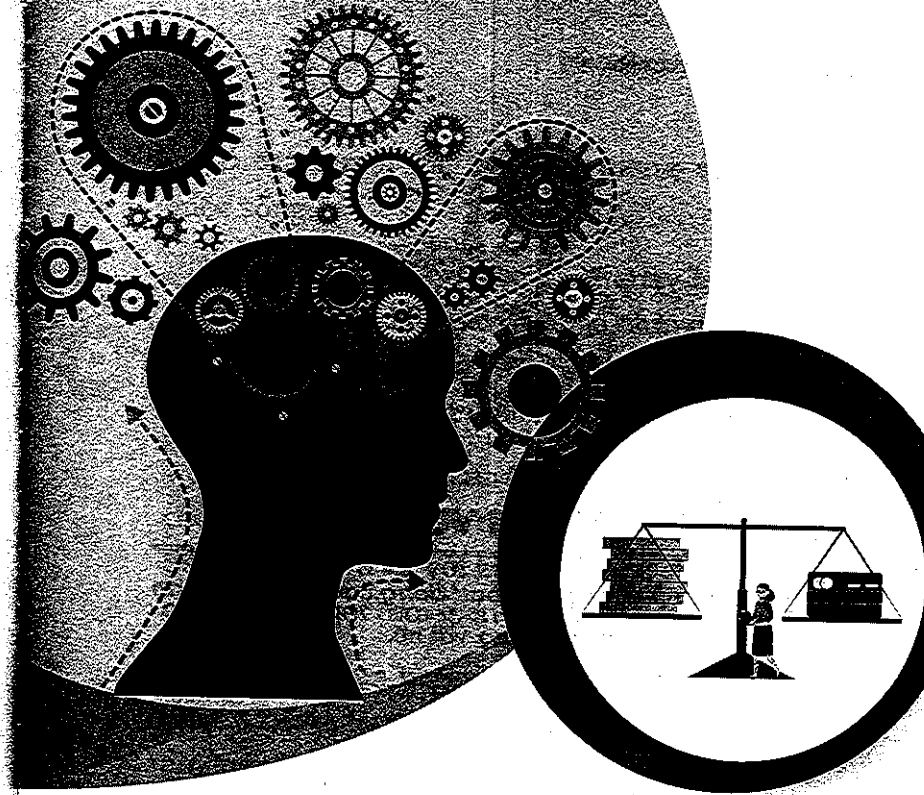
Sở dĩ mọi người đổ xô đến các cửa hàng Trader Joe's không chỉ vì cách quản lý sản phẩm độc đáo mà còn vì các quầy tính tiền nhanh chóng cộng với dịch vụ khách hàng tuyệt vời. Netflix đã xóa sổ các doanh nghiệp cho thuê đĩa DVD bằng cách chuyển đổi những đĩa phim cho thuê thành các bản phim có thể tải xuống, biến quá trình thanh toán thành một cú nhấp chuột ngay tại ghế sofa trong phòng khách của khách hàng.

Hãy thử suy nghĩ về cách bạn có thể giúp mọi người tiết kiệm được thời gian thông qua các sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, cũng như thông qua sự đơn giản hóa quá trình nhận hàng và thanh toán. Một khi đáp ứng được cả hai điều trên, bạn sẽ có được khách hàng trọn đời bất kể bạn đang kinh

doanh dựa trên việc giải quyết một vấn đề hay đáp ứng một nhu cầu.

Thời gian trung bình mà khách hàng mua hàng tại Wawa [cửa hàng tiện lợi] là 3 phút 46 giây. Tôi có một nhóm các kỹ sư đang nghiên cứu cách để giảm thiểu số thời gian đó nhưng vẫn khiến cho 3 phút 46 giây đó trở nên tốt nhất và nhanh chóng kết nối được với mỗi người mua.

—Chris Gheysens, nhà sáng lập chuỗi cửa hàng tiện lợi Wawa, Inc.



PHẦN HAI

TƯ DUY
TRÙM TƯ BẢN?



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #20:

Giữ giữ sự thịnh vượng của bạn bằng cách tin rằng bạn xứng đáng với nó.

Thử tìm kiếm trên Google những người từng trúng xổ số bị mất đi tài sản hoặc rất nhiều vận động viên và ngôi sao nhạc rock quay lại cảnh nghèo nàn, bạn sẽ nhận ra một điểm chung rằng:

Tất cả những người này đều từng đạt được sự giàu có tuyệt vời chỉ để mất đi tất cả chúng trong vòng ba năm.

Chúng ta đều ước mơ về những lần thắng đậm – là khi sự may mắn của chúng ta bùng nổ hoặc một khoản thừa kế kếch xù mở đường cho chúng

ta có được mọi thứ ta hằng mong muốn trong cuộc sống.

Vấn đề ở đây là, chúng ta sẽ quay lại ngay thói quen cũ và dần dần mất đi tất cả những gì chúng ta có được cho đến khi chúng ta thực sự tin rằng bản thân mình xứng đáng với những món quà như vậy.

Nếu tất cả tài sản của thế giới được phân bổ đều cho mọi người thì ước tính rằng hầu hết mọi người đều sẽ quay trở lại với tình trạng tài chính trước đó của họ sau một thời gian tiêu pha.

Chắc hẳn bạn từng nghe nói về “luật hấp dẫn”, rằng: Chúng ta nghĩ về điều gì thì chúng ta sẽ tự nhiên hướng theo những thứ đó.

Điều này là hoàn toàn vô nghĩa.

Thực tế rằng: Chúng ta KHÔNG thu hút những gì chúng ta muốn trong cuộc sống, chúng ta chỉ thu hút nhiều hơn những gì chúng ta đã có mà thôi.

Đây là lý do tại sao những người hay đấu đá nhất thường sẽ vướng vào những cuộc đấu đá nhiều hơn. Đó cũng là lý do tại sao những người thích hóng chuyện sẽ thu hút nhiều chuyện thị phi hơn.

Ngược lại, những người hạnh phúc sẽ thu hút được nhiều hạnh phúc hơn.

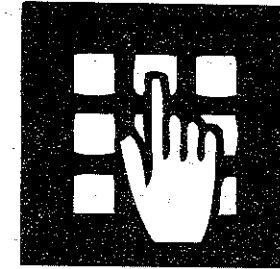
Trong tự như vậy, những người giàu có thu hút được *nhều của cải hơn*.

Cách chúng ta tự hình dung về bản thân và những điều chúng ta nghĩ rằng mình xứng đáng chính là một lời tiên tri tự ứng nghiệm.

Sau tất cả, *ta là ai và ở đâu trên cuộc đời này chính là do sự lựa chọn của bản thân ta.*

Tôi luôn biết rằng tôi sẽ trở nên giàu có. Tôi chưa từng nghi ngờ điều đó dù chỉ trong giây phút.

—Warren Buffett, nhà đầu tư kiêm chủ tịch và CEO của Berkshire Hathaway



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #21

Bạn phải **LÀM** điều khác biệt nếu muốn đạt được kết quả khác biệt.

Trong chương cuối của cuốn *Think and Grow Rich*, “Cách đánh lừa Sáu nỗi sợ hãi”, Napoleon Hill đã giải quyết được những vấn đề chính cản trở mọi người trên con đường tìm cách trở nên giàu có, đó là cảm giác không an toàn, sự nghi ngờ và nỗi sợ. Một trong những yếu tố lớn nhất kìm hãm mọi người đó là việc sợ bị chỉ trích và lo lắng về những điều người khác nghĩ. Hãy nhớ rằng những người thành công nhất chỉ đơn giản là không quan tâm và gạt bỏ những âm thanh gây nhiễu đó đi.

Jeff Fried, nhà sáng lập All In Entertainment, chỉ là một “chàng trai bình thường” đến từ Brooklyn, New York, người đã bắt đầu sự nghiệp của mình trong ngành hàng không và làm chân thay giấy photocopy trong một công ty luật. Anh đã có thể tiếp tục làm việc trong một trong hai lĩnh vực trên, nhưng thay vào đó, anh gạt những lựa chọn “an toàn” này sang một bên để trở thành quản lý của một võ sĩ đấm bốc.

Vấn đề là: *Anh hoàn toàn không biết gì về việc quản lý một võ sĩ.* Không một ai nghĩ rằng anh có thể thành công, nhưng điều đó không thể cản bước anh dù chỉ một chút. Anh đã rũ bỏ mọi lời chỉ trích và mọi sự nghi ngờ để làm nên điều khác biệt không ngờ. Trên thực tế, chiến binh đầu tiên ký hợp đồng với anh là Riddick Bowe, người đã trở thành nhà vô địch hạng nặng thế giới.

Jeff làm những điều mà anh thích gọi là *những bước đi táo bạo* dựa trên trực giác mà anh đã tôi luyện từ đường phố Brooklyn. Anh không hề sợ bị chỉ trích và sẽ dốc hết sức làm việc nếu anh cảm thấy đó là điều nên làm.

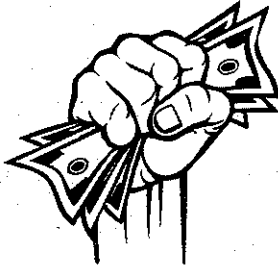
Đừng bao giờ ngần ngại nắm lấy cơ hội. Vùng vẫy trong vùng an toàn sẽ không bao giờ khiến bạn trở thành nhà vô địch trong lĩnh vực của bạn. Đôi

khi, việc không biết về ngành mà bạn đang dấn thân và nhìn nhận nó dưới con mắt của một người ngoài cuộc có thể là lợi thế cho bạn.

Đã đến lúc bạn bước lên võ đài và cho mọi người thấy những bước đi độc đáo của chính bạn.

Ở lại vùng an toàn chính là lựa chọn mạo hiểm nhất của chúng ta.

—Sarah Ban Breathnach, tác giả bán chạy nhất của tờ *New York Times*



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #22

Tiền bạc là vua - hãy tiết kiệm từ những tờ tiền lẻ.

Dã nhiều lần chúng ta cảm thấy thật khó mà dành dụm được tiền cho một dự định đặc biệt nào đó.

Có một mẹo đơn giản giúp bạn bắt đầu dành dụm được tiền đó là *hãy bắt đầu dành dụm đi.*

Lấy một cái lọ cũ và đặt nó lên chiếc bàn gần cửa chính nhất. Tiếp theo, hãy dán tấm ảnh của điều mà bạn mong muốn lên chiếc bình đó.

Ví dụ: *Một chuyến du lịch tới Hawaii với hình ảnh những cây cọ và bãi biển đầy nắng.*

Tại sao? Cách dễ nhất để đạt được mục tiêu chính là có một mục tiêu để chạm tới. Thông qua việc nhìn thấy hình ảnh đó mỗi ngày, bạn đã tăng cơ hội biến mong muốn đó trở thành hiện thực lên gấp trăm lần.

Mỗi ngày về nhà, bạn hãy thò tay vào túi hoặc ví tiền của mình và nhét bất kỳ tờ tiền lẻ nào bạn có vào trong chiếc lọ.

Dưới đây là một vài cách giúp bạn có tiền bỏ vào chiếc bình:

- ⑤ Khi thanh toán tại cửa hàng có sử dụng thẻ khách hàng thân thiết và tiết kiệm được bảy đô la, hãy giữ lại số tiền mà bạn dự định sẽ chi tiêu bằng bất cứ giá nào và đặt nó vào trong lọ ngay khi về nhà.
- ⑤ Khi đi ăn trưa cùng bạn bè và được họ thanh toán giúp số tiền mà bạn dự định sẽ trả, hãy đặt số tiền đó vào lọ ngay khi bạn vào nhà.
- ⑤ Khi nhận được tiền hoàn thuế, khi được thưởng thêm trong công việc, hoặc ngay cả khi bạn tình cờ tìm được một vài tờ tiền lẻ trong đồng quần áo cần giặt, hãy đặt tất cả số tiền đó vào trong lọ ngay khi bạn bước vào nhà.

Những bước tiến nhỏ có sức mạnh nhiều hơn những ý định lớn.

Sự tiến triển của những hành động liên tục chính là chìa khóa cho bất kỳ nỗ lực nào.

Ngay trước cả khi bạn nhận ra, giá trị của những tờ tiền lẻ trong chiếc bình đã gộp được thành những tờ tiền chẵn và rồi bạn sẽ bắt đầu thấy mục tiêu của bản thân hiện ra trước mắt.

Hãy tiếp tục nuôi dưỡng ước mơ của bạn.

Những điều vĩ đại không hình thành từ sự hấp tấp, nó là kết quả của một chuỗi những bước tiến nhỏ mà ra.

—Vincent Van Gogh, họa sĩ trường phái hậu ấn tượng



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #23

Hãy tử tế với tương lai của chính bạn.

Một trong những cách mô tả hay nhất, dù không thường được vinh danh, về sự phát triển cá nhân là “thành công là kết quả của *sự tiến bộ* chứ không phải *sự hoàn hảo*”.

Cụ thể hơn, đó là những bước tiến hướng tới một mục tiêu giúp ta cảm giác được phương hướng cũng như mục tiêu mà ta đang hướng tới.

Một người thầy từng được học trò của mình hỏi một câu rằng: “Con có thể làm gì để đảm bảo một cuộc sống thịnh vượng vững bền?”

Đáp án thật rõ ràng và đơn giản, rằng: “Hãy tử tế với tương lai của con”.

Chúng ta gần như có thể có được mọi thứ chúng ta mong muốn, miễn là chúng ta sẵn sàng trả giá cho chúng.

Sau đây là một ví dụ: Chúng ta tự cam kết với bản thân rằng mình sẽ giảm 4,5 kg trong vòng 30 ngày kể từ hôm nay. Thay vì áp dụng chế độ ăn kiêng mới nhất, ta đơn giản chỉ cần trở nên tử tế với "bản thân trong tương lai" thông qua việc không ăn kem trước khi đi ngủ.

Và ngày mai có thể chúng ta sẽ tiếp tục giúp đỡ "bản thân trong tương lai" bằng một hành động khác đồng thời tăng lượng nước nạp vào để thanh lọc cơ thể từ trong ra ngoài.

Mấu chốt là: Thông qua việc thực hiện từng bước tiến bộ trong *hôm nay*, chúng ta đang chuẩn bị cho bản thân trong tương lai vào *ngày mai*.

Nếu bạn đang tìm kiếm sự giàu có và thịnh vượng cho bản thân trong tương lai, dưới đây là bài thực hành mà bạn có thể làm ngay lập tức giúp ghi nhớ nguyên lý nêu trên.

Hãy đặt tờ mười đô la trong một ngăn kéo ở đâu đó quanh nhà bạn và hãy quên sự hiện diện của

nó. Cho đến khi bạn cần tiền đột xuất để trả cho một bữa ăn trưa hoặc một vé xem phim thì bản thân tương lai của bạn sẽ cảm ơn bạn trong quá khứ vì đã để mười đô la trong ngăn tủ như một món quà lúc cần kíp.

Giờ bạn đã biết rõ những gì cần làm tiếp theo rồi đó.

Hãy làm những điều sẽ mang lại lợi ích cho bạn nơi phía cuối cuộc hành trình của bản thân.

Có thể đôi khi bạn cảm giác những giọng nói "Mình không đủ tốt... Mình chỉ là một kẻ mạo danh" đang giết ngược bạn về phía sau. Thế nhưng hãy cứ cho phép bản thân bạn yêu lấy chính nó nhé.

—David M. Corbin, tác giả, diễn giả chính



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #24

Hỏi bản thân những câu hỏi tích cực.

Một trong vô số thông điệp được trình bày trong cuốn *Think and Grow Rich* của Napoleon Hill là thấu hiểu về nghệ thuật thay đổi tư duy của một người, từ mang ý thức thất bại sang ý thức thành công.

Thay vì tự hỏi những câu hỏi ngăn cản bản thân như “Làm thế nào tôi có thể tiếp tục kinh doanh khi mà khách hàng hàng đầu của tôi vừa phá sản?” thì bạn sẽ tìm thấy thành công lớn hơn cùng những cơ hội tiềm năng bằng cách *thuật lại câu hỏi của bạn dưới dạng một thông điệp tích cực*. Phương pháp này sẽ mang lại tác động rất lớn đến tâm lý cũng như khả năng đạt được thành công của bạn.

Ví dụ, hãy thử áp dụng những cách thuật lại dưới đây:

Thay vì hỏi: *Tại sao công việc kinh doanh của tôi lại đang bị thu hẹp?*

Hãy hỏi rằng: *Tôi có thể thực hiện những bước hành động nào để phát triển doanh nghiệp của mình?*

Thay vì hỏi: *Tại sao tôi không kiếm đủ tiền?*

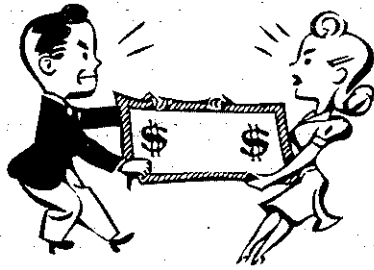
Hãy hỏi rằng: *Làm thế nào để tôi có thể dành nhiều thời gian hơn cho những thứ giúp tôi kiếm ra tiền?*

Thay vì hỏi: *Tại sao tôi lại đặt bản thân mình vào thử thách này cơ chứ?*

Hãy hỏi rằng: *Tôi có thể học được điều gì từ thử thách này?*

Tư duy là tất cả.

—Napoleon Hill, tác giả cuốn *Think and Grow Rich*



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #25

Đừng chăm chăm giữ nắm hạt.

Bạn đã bao giờ nghe nói về khi nhện Nam Mỹ chưa? (Đừng ngạc nhiên, có lý do để chúng tôi đề cập đến chúng, hãy đọc tiếp nhé...)

Khi nhện nổi tiếng là những con mồi dễ xoi. Người đi săn đơn giản chỉ cần bố trí bẫy xung quanh rừng rậm và đặt một loại hạt vào trong để nhử chúng. Khi loài sinh vật này thò tay vào bên trong qua một khe hẹp, chúng chắc chắn sẽ dính bẫy.

Tại sao lại thế? Đó là do bàn tay khi nhện khi cầm hạt quá lớn để có thể rút ra khỏi khe hở trong khi bẫy lại quá nặng để chúng có thể nhấc lên.

Những con khi nhện chỉ cần bỏ hạt ra và rút tay khỏi đó. Thế nhưng, thay vì cảm nhận mối nguy hiểm đang chực chờ hoặc bỏ nắm hạt lại để đi tìm thức ăn khác thì chúng chỉ ngồi nguyên đó cho đến khi người thợ săn quay lại và tóm gọn chúng.

Hãy rời khỏi khu rừng và quay trở lại lĩnh vực kinh doanh. Hãy tự hỏi bản thân những câu hỏi sau:

- ⑤ *Liệu bạn có đang níu kéo những niềm tin vô nghĩa và mắc kẹt trong ngành nghề hay việc kinh doanh của bạn không?*
- ⑤ *Bạn có những suy nghĩ cố chấp đã cũ về những thứ hiệu quả và không hiệu quả không?*
- ⑤ *Bạn có đang thực hiện những công việc tụn mún mà đáng ra không nên làm không?*
- ⑤ *Bạn có đang mắc kẹt vào những nhận thức tiêu cực, sai lầm về bản thân không?*

Đừng biến mình thành một chú khi nhện. Hãy quyết tâm bỏ hạt mồi như đó đi!

Sự ngu ngốc thâm căn cố đế chính là con quỷ của những đầu óc nông cạn.

—Ralph Waldo Emerson, nhà tiểu luận và triết gia



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #26

Hai mươi sáu lần đầu tư cho một lần thành công.

Rất nhiều nhà đầu tư và người cấp vốn mạo hiểm đã làm tất cả những điều mà họ cần phải làm nhưng vẫn không thoát khỏi đà lao dốc. Thất bại nối đuôi nhau diễn ra. Điều đó thật đáng buồn, đặc biệt là khi bạn đọc được trên tờ *Forbes* rằng một người bạn cũ của mình đã thành công khủng khiếp chỉ với lần đầu tư thứ hai, một thương vụ mà nghe qua có vẻ ngốc nghếch nhưng bằng cách nào đó lại rất hiệu quả.

Sau khi đã chịu quá nhiều nỗi thất vọng, nhiều đến nỗi bạn chẳng buồn đếm nữa, bạn rơi vào giai đoạn sắp sửa buông xuôi và bỏ cuộc. Tiền của bạn

như đang trôi tuột xuống cống và sự tự tin của bạn cũng thế.

Bí mật ở đây là: Bạn có thể chỉ cần thành công một lần mà thôi.

Một lần thành công có thể giúp bạn bạn kiếm được hàng triệu đô la, nhưng vấn đề là phải mất hai mươi sáu lần thử để mò được chiếc kim trong đống rơm đó. Và trong số đó, chỉ có duy nhất một lần bùng nổ vượt qua mong đợi.

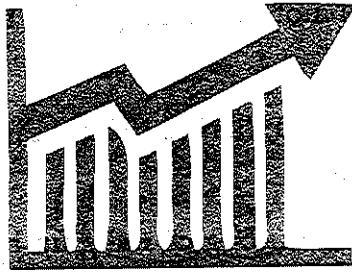
Có một nguyên lý đã được chứng minh hết lần này đến lần khác rằng mất trung bình hai mươi sáu lần thử trước khi bạn đạt được lần thành công đầu tiên. Vì vậy, đừng bỏ cuộc ở lần thử thứ hai mươi lăm.

Trong tinh thần thiền định Kundalini có một câu nói như thế này:

Vũ trụ gửi đến cho chúng ta chính xác những gì chúng ta đã sẵn sàng đón nhận vào đúng thời điểm mà chúng ta cần nó trong đời.

Nói cho phù hợp với việc làm giàu thì:

Vũ trụ gửi đến cho chúng ta chính xác những gì chúng ta đã sẵn sàng chấp nhận.



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #27

Tạo ra một bảng tầm nhìn.

Dôi khi chúng ta coi thường những chuyện hiển nhiên. Chúng ta đi về theo thói quen làm việc hàng ngày, chi trả cho những hóa đơn và tắt đèn đi ngủ mỗi đêm, nhiều lần chúng ta lãng quên mất đích đến mà ta đang hướng tới hay lý do tại sao chúng ta cần quan tâm đến chúng.

Nếu được hỏi rằng “Bạn có kế hoạch cho công việc của mình không?” thì phản ứng tức thì của bạn khi đó có lẽ sẽ là “À vâng, tất nhiên tôi phải có chứ!”

Thế nhưng lần gần đây nhất bạn xem xét lại, chứ đừng nói là viết ra, kế hoạch của bản thân là khi nào vậy?

Tommy Tallarico là một nhạc sĩ có một không hai: Ông hẳn là nhà soạn nhạc cho trò chơi video thành công nhất trên thế giới. Tallarico không chỉ cho ra đời những tác phẩm thu hút được lượng theo dõi đáng kể mà còn thường xuyên có những buổi biểu diễn trực tiếp để làm hài lòng đám đông người hâm mộ.

Ai nghĩ được rằng soạn nhạc cho trò chơi điện tử lại có thể trở thành một nghề ăn nên làm ra như thế? Chính Tallarico đã nghĩ như vậy – bởi lẽ trong ông đã và đang có *tầm nhìn*. Ông viết ra một “bảng tầm nhìn” của riêng mình và tham khảo nó hết lần này đến lần khác.

Tallarico ví bảng tầm nhìn như một lời tuyên bố đầu năm mới tích cực và đang tiến triển. Thay vì đề cập đến những mục tiêu như thể bạn đã làm sai điều gì đó và đang cố gắng sửa chữa (chẳng hạn như giảm cân), hãy viết *chính xác những gì bạn mong muốn mình sẽ đạt được trong năm tới*.

Bảng tầm nhìn nên linh hoạt và được trình bày dưới hình thức phù hợp với bạn nhất. Bạn có thể viết chúng ra tấm bảng trắng lớn trong văn phòng làm việc của mình, trên màn hình chờ hoặc trên mảnh giấy nhỏ dán lên máy tính, trong một ghi chú hoặc lời nhắc trên điện thoại của bạn. Hãy cứ đặt

những kế hoạch này ở bất kỳ nơi nào thuận tiện với bạn và xem chúng như lời nhắc để bạn nhớ về những gì đang thúc đẩy đam mê của bạn cũng như mục tiêu mà bạn đang hướng tới.

Tallarico khuyến khích bạn buộc bản thân nhìn vào bảng tầm nhìn thường xuyên, có thể là 20, 30 hoặc 40 lần một ngày. Mục tiêu cũng giống như những ngọn núi bạn cần leo lên, chúng phải phục vụ trực tiếp cho tầm nhìn của bạn.

MỤC TIÊU = NHỮNG NGỌN NÚI.

“Không gì có thể ngăn cản tôi leo đến đỉnh núi,” Tallarico nói. “Mỗi khi bạn sảy chân hay khi mọi người vượt qua bạn, hãy tiếp tục leo. Chỉ cần bạn vượt qua được ngọn núi đầu tiên, bạn sẽ có thể leo lên những ngọn núi tiếp theo”.

Hãy suy nghĩ và hành động như một người có tầm nhìn xa trông rộng.

Những giấc mơ vô cùng quan trọng. Bạn không thể hiện thực hóa chúng nếu không hình dung được chúng.

—George Lucas, đạo diễn, nhà sản xuất Hollywood



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #28

Suy tính bước đi tiếp theo của bạn.

Các doanh nhân vĩ đại nhất không bao giờ áp dụng nguyên các kế hoạch cũ vào kế hoạch tương lai của các doanh nghiệp của họ. Họ liên tục lên kế hoạch, suy nghĩ, hoạch định, điều hướng, đổi mới, phân tầng, và thực hiện những điều động trong kế hoạch của mình.

Nhà đầu tư thiên thần Dan Fleyshman, người mà chúng ta sẽ tiếp tục gặp lại trong Lối tắt thịnh vượng #55, không dừng lại sau khi đã có được thành công. Ông không ngủ quên trong vàng hào quang của bản thân hay lùi về sau để nghỉ ngơi và chờ cơ hội chín muồi. Ông không ngừng tìm kiếm những đột phá tiếp theo.

Dan đi từ vai trò là chủ sở hữu trẻ nhất trong lịch sử có công ty niêm yết trên sàn chứng khoán đến là người thành lập một trang web poker lớn, đầu tư vào sản phẩm xe điện tự cân bằng (hoverboard), trở thành một nhà đầu tư thiên thần và là người cố vấn cho hơn hai mươi công ty.

Sản phẩm xe điện tự cân bằng đã đạt được thành công lớn ngay trong lần đầu ra mắt. Bỗng nhiên chúng ta như được hòa mình vào bộ phim *Back to the Future II* (tạm dịch: Trở về tương lai 2) và bay trên ván trượt giống như nhân vật Marty McFly do Michael J. Fox thủ vai!

Tuyệt vời đấy. Thú vị đấy. Nhưng tiếp theo sẽ là gì đây?

Nghỉ xả hơi sau khi đạt được thành công để giải tỏa đầu óc là điều tốt, nhưng sau đó, hãy bắt đầu nhìn về chân trời xa để tìm kiếm cơ hội tiếp theo. Đừng tự hài lòng với bản thân và ngừng cố gắng.

Bước đi tiếp theo của bạn là gì? Biết đâu bạn sẽ trở thành nhà đầu tư thiên thần cho chiếc xe đệm khí đầu tiên và đưa tất cả chúng ta từ thế giới trong *Back to the Future* đến kỷ nguyên trong phim *The Jetsons!* (tạm dịch: Gia đình Jetson)

Phải có công trạng thì bạn mới được ghi nhận.

—Dan Fleyshman, nhà đầu tư thiên thần



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #29

Hình dung về tiền bạc và thành công.

Rất nhiều vận động viên vĩ đại nhất mọi thời đại đã áp dụng kỹ thuật hình dung, bao gồm: Michael Jordan, Lindsey Vonn, Jack Nicklaus, Peyton Manning, Michael Phelps,...

Bạn có biết những người nổi tiếng cũng làm điều tương tự không? Oprah Winfrey, Will Smith, Lady Gaga, Steve Harvey và Denzel Washington là một số cái tên đã áp dụng kỹ thuật hình dung như một công cụ dẫn đến thành công.

Vậy còn những nhà tỉ phú thì sao? Tất nhiên rồi. Richard Branson có sử dụng kỹ thuật này. Tỉ phú

tự thân Sara Blakely - nhà sáng lập Spanx cũng làm điều tương tự.

Và nhà sản xuất phim đại tài Phil Goldfine cũng thế. “Tôi biết rằng tôi sẽ thắng giải Emmy. Tôi biết rằng tôi sẽ thắng giải Oscar”, ông nói.

Đó không phải là sự tự mãn mà đó chính là một phần trong công thức thành công của ông.

Không như phương pháp tiếp cận theo hướng thực tế như người bạn cùng ngành giải trí Jules Haimovitz (xem lại Lối tắt thịnh vượng #11), Goldfine tin tưởng vào kỹ thuật hình dung sáng tạo.

Và không, đây không phải một mớ những nghi thức tâm linh kiểu Thời đại mới vô nghĩa đâu. Việc hình dung sáng tạo là sức mạnh khi bạn nhìn thấy đích đến cuối cùng bằng con mắt của tâm trí hết lần này đến lần khác, cho đến khi điều đó trở thành sự thật. Sau đó, não bộ của bạn sẽ vô thức tìm ra cách giúp bạn đạt được kết quả mong muốn.

Hãy hình dung trong tâm trí những thành tựu tương đương giải Emmy hoặc Grammy trong ngành nghề của bạn. Nếu tiền là động lực của bạn thì hãy hình dung một tỉ đô la trông sẽ như thế nào khi chúng nằm trong tài khoản ngân hàng của bạn.

Nếu bạn có thể nhìn thấy những viễn cảnh này một cách rõ ràng, bạn rồi sẽ đạt được chúng.

Bất kỳ thứ gì bạn có thể tưởng tượng sống động và khát khao cháy bỏng rồi cũng sẽ xảy ra.

—David M. Corbin, diễn giả chính, tác giả,
và là người cố vấn của những nhà cố vấn



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #30

Hành động.

Tác giả tình cờ gặp được một anh chàng khá thông minh tên là Leo Hefner tại San Diego. Leo, giám đốc điều hành của Bluefin Management Group, đã đặt ra một câu hỏi tuyệt vời rằng: “ Trong tất cả sự kiện tạo dựng động lực tìm kiếm sự thịnh vượng, tại sao những con người trong bộ phận sân khấu – ví dụ như những người chỉnh âm thanh và ánh sáng – lại không trở nên giàu có?”

Ái chà – anh chàng này đã nêu lên một điểm quan trọng đây! Rõ ràng là những người làm việc ở hậu trường tại các sự kiện đã nghe và nhìn thấy mọi thứ từ các vị diễn giả giỏi nhất. Ít nhất thì cũng

phải có một vài người trong số họ chú ý lắng nghe và thấm được những lời vàng ý ngọc ấy chứ?

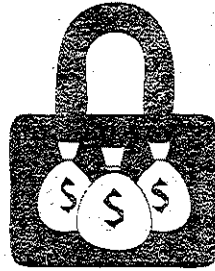
Tác giả đã phỏng vấn một vài người và hỏi một cách thẳng thừng: “Bạn nghĩ gì về các diễn giả? Bạn có lắng nghe lời họ nói không?” Hóa ra nhiều người trong số họ có tập trung và thích bài giảng. Vấn đề là, họ thừa nhận rằng họ chưa bao giờ nghĩ rằng họ sẽ thực hành những kiến thức mà họ đã hấp thụ.

Muốn lối tắt thịnh vượng mang đến thành công cho bạn, đặc biệt là với lối tắt này, bạn cần phải suy nghĩ, cảm nhận và nhắc nhở lên và thực hiện chúng.

Hành động chính là bí mật của luật hấp dẫn giúp ước mơ của bạn biến thành sự thật.

Tâm nhìn mà thiếu hành động thì chỉ đơn thuần là ước mơ. Hành động mà thiếu tâm nhìn chỉ tổ lãng phí thời gian. Tâm nhìn khi đi đôi với hành động mới có thể thay đổi thế giới.

—Joel A. Barker, nhà tương lai học về kinh doanh



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #31

Chấp nhận những điều bạn được trao cho.

Những người thành công nhất trên thế giới biết cách chấp nhận những gì được trao cho họ: sự giúp đỡ, nguồn tài nguyên, những ý tưởng và mối liên kết. Những người nghĩ rằng họ có thể tự làm mọi việc có thể là những kẻ thông minh và cần cù, thế nhưng họ lại không làm gia tăng được sự giàu có.

Cố gắng đi một mình không đem lại lợi ích gì và không việc gì phải xấu hổ khi ta tìm kiếm sự trợ giúp từ các chuyên gia. Lòng tự ái có thể là yếu tố kìm hãm bước chân của bạn.

Hãy thử thách bản thân! Trong ba mươi ngày, hãy chấp nhận tất cả những gì đến với bạn. Ngay cả khi bạn được mời đến dự một bữa tiệc nhưng đã có kế hoạch khác, hãy nói, “Tôi rất muốn nhưng tôi không thể tham dự trong dịp này được. Nhưng lần sau hãy mời tôi nữa nhé... hoặc chúng ta có thể hẹn một buổi cà phê chứ?”

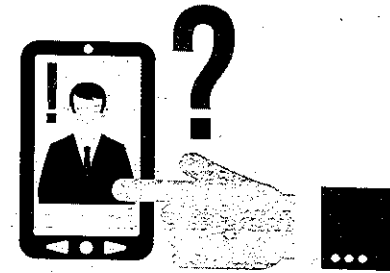
Chấp nhận những gì đến với mình nghĩa là chúng ta đã gửi đến người mang đến cho ta điều đó một cơ hội cảm thấy rằng họ được tôn trọng. Ví dụ, khi ai đó tặng cho bạn một hộp bánh quy sô cô la tự làm nhưng bạn lại từ chối vì bạn đang ăn kiêng. Làm sao bạn biết được rằng người đó đã phải dành hàng giờ đồng hồ để nướng chúng cho bạn – chỉ để cảm thấy thất vọng vì bị từ chối?

Hãy nhận lấy món quà. Cảm ơn người tặng vì sự hào phóng của họ.

Bạn không cần phải hủy hoại chế độ ăn uống của bản thân bằng việc ăn hết hộp bánh quy. Hãy mang chúng về cho gia đình bạn thưởng thức. Hoặc đặt chúng trong phòng ăn ở văn phòng và mời đồng nghiệp thưởng thức. Chắc chắn rằng những chiếc bánh quy sẽ hết veo trong vòng vài phút mà thôi.

Khi bày tỏ lòng biết ơn, chúng ta nhất định không bao giờ được quên rằng biểu hiện cao nhất không phải là qua lời nói mà qua cách chúng ta sống với những gì đã được nhận.

—John F. Kennedy, tổng thống thứ ba mươi lăm của Hợp chủng quốc Hoa Kỳ



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #32

Đối xử với cuộc đời bạn như thể nó là chiếc điện thoại của bạn.

Hầu hết mọi người đều tôn thờ chiếc điện thoại di động của họ. Một số thậm chí còn quan tâm và dành cho chúng sự chăm sóc, yêu thương nhiều hơn cả những người thân yêu. Họ biết chiếc điện thoại của họ ở đâu mọi lúc, họ đảm bảo rằng chúng được sạc đúng cách và thực hiện hầu hết công việc hằng ngày cùng chúng. Một số người thậm chí còn nghiện chúng điên cuồng và không thể rời khỏi chiếc điện thoại thông minh dù chỉ là một giây vì biết đâu chúng sẽ rung, reo lên, hay thông báo cho họ về một bài đăng theo trào lưu đang diễn ra trên mạng xã hội.

Hãy tưởng tượng điều này: *Chuyện gì sẽ xảy ra nếu chúng ta quản lý cuộc sống của mình theo cách chúng ta làm với điện thoại di động?*

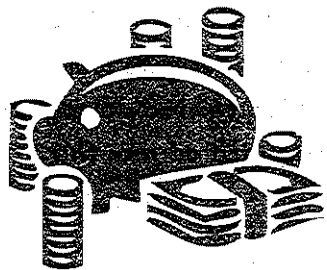
Những chiếc điện thoại di động là hình ảnh phản chiếu về cách mà chúng ta quản lý cuộc sống của mình. Chúng ta sẽ cảm thấy quá tải, lạc lõng và chán chường nếu các ứng dụng của chúng ta trở nên lỗi thời, nếu chúng ta có đến hàng trăm email chưa đọc hoặc màn hình bị nứt. Khi ta mất bộ sạc và điện thoại hiển thị chỉ còn 2% pin, ta cảm thấy mình thật yếu đuối và bất lực.

Mặt khác, khi ta chi trả và nhận về một chiếc iPhone hoặc điện thoại Android mới nhất, đồng thời thành công chuyển đổi cuộc sống của ta lên chiếc điện thoại mới, ta cảm thấy tràn đầy năng lượng, rằng ta được kết nối, được sắp xếp, được cập nhật, trở nên hiệu quả và có tổ chức. Ta cảm thấy như thể ta có thể tiếp quản cả thế giới.

Hãy chấp nhận tư duy rằng cuộc sống của bạn luôn là một chiếc điện thoại di động đời mới, đã được sạc đầy pin với nguồn dữ liệu vô tận đã được nạp đủ. Làm được điều đó, cuộc sống của bạn sẽ luôn nằm trong vùng phủ sóng và bạn sẽ là nhà cầm quyền cai trị vũ trụ của chính bản thân mình.

Khi bạn đối xử đúng cách với bản thân, bạn sẽ làm việc tốt hơn và hiệu quả hơn. Bạn không nhất thiết phải làm việc với tốc độ một trăm dặm một giờ để hoàn thành tất cả mọi thứ.

—Ann Curry, nhà báo kiêm phóng viên ảnh



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #33

Trả lời câu hỏi **tại sao** của bạn
thay vì câu hỏi **ai** và **cái gì**.

Mỗi khi gặp gỡ các khách hàng và đối tác mới tiềm năng, hầu hết mọi người thường có xu hướng đề cập ngay đến vấn đề *họ là ai và họ làm gì*.

Đây là một ví dụ: “Xin chào, tên tôi là Alan, người môi giới bất động sản”.

Điều đó hoàn toàn ổn và bình thường, Alan – trả lời cho câu hỏi *ai* và môi giới bất động sản trả lời cho câu hỏi *làm gì* - nhưng đồng thời chúng nghe khá là nhàm chán (dù rằng nghe cũng khá là vắn điệu). Thế nhưng nó không gây ấn tượng với đối phương hay giúp Alan tạo ra ký ức đáng nhớ.

Muốn bản thân thực sự nổi bật, bạn phải thể hiện bạn *là ai, làm gì, và tại sao*. Thay vì chỉ nói rằng “Tên tôi là Alan, người môi giới bất động sản”, sao bạn không thử thêm vào một số chi tiết và giải thích chúng? Trình bày lý do tại sao bạn theo ngành bất động sản, điều đó sẽ gây tác động hơn rất nhiều.

Ví dụ, Alan có thể nói rằng “Tên tôi là Alan, người môi giới bất động sản. Lúc còn bé, tôi từng chứng kiến chú Jimmy của tôi bị tịch thu nhà, sau đó ông phải thuê một căn hộ tồi tàn trong một khu ổ chuột. Điều đó đã khiến ông suy sụp. Cho đến hôm nay, sự thất vọng đó vẫn đeo bám ông. Và đó là thời điểm tôi quyết định sẽ xây dựng sự nghiệp của mình bằng việc giúp đỡ những người có nhu cầu tìm mua nhà”.

Chính việc giải thích lý do *tại sao* đã tạo nên một bối cảnh cảm xúc cho các khách hàng và những đối tác tiềm năng về Alan. Họ sẽ nghĩ về anh như một người biết quan tâm đầy tình cảm, một người sống vì gia đình và công việc của mình. Anh đã trở nên đáng nhớ hơn cũng như trở thành một người mà mọi người muốn hợp tác.

Hãy cho tôi biết chân lý và tôi sẽ học. Hãy cho tôi biết sự thật và tôi sẽ tin. Nhưng hãy kể cho tôi một câu chuyện và tôi sẽ không bao giờ có thể quên nó.

—Tục ngữ của người Mỹ



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #34

Đào ngược tình trạng tinh thần.

Theo nhiều cấp độ khác nhau, chúng ta chính là sản phẩm của nền tảng và kinh nghiệm của bản thân. Nếu ta trải qua những khó khăn và gian khổ trong thời thơ ấu, những tình huống và sự kiện đó có thể sẽ đi cùng ta suốt cuộc đời ngay cả khi ta mất nhiều năm để trị liệu tâm lý.

Dù ta có cố ý hay vô thức giữ lại những hình dung và cảm xúc tinh thần này thì chúng vẫn có thể là yếu tố níu kéo ta lại trên con đường tiến đến sự thịnh vượng. Bạc thầy về tạo động lực Les Brown đã cày xới hàng tấn sách hướng dẫn thành công và tìm ra rằng không hề có một ai để cập đến vấn đề

làm thế nào để đảo ngược tình trạng tâm thần đã ám ảnh ta, ngăn ta đạt được mục tiêu và trở nên giàu có này.

Les biết mọi điều về việc buông bỏ những hành lý tinh thần. Trong quá trình lớn lên trong nghèo khó tại Miami, Florida, ông được ngôi trường mà ông theo học mô tả là một học sinh "thiếu năng trí tuệ". Ông đã dành nhiều năm để vượt qua cái mác sai lầm mà ông bị gán cho, xây dựng sự tự tin và giải phóng tâm trí khỏi nỗi đau. Sau khi được giải thoát khỏi quá khứ, ông đã vươn lên và trở thành thành viên của Hạ viện Ohio, một diễn giả giàu sức thuyết phục, một tác giả và một người dẫn chương trình phát thanh/truyền hình thành công.

Họ đã tự trở thành những con người thành công kiệt xuất – Bạn cũng có thể

Trở thành một tỉ phú tự thân /a chuyên khả thi.

Tất cả những cá nhân sau đây đều là những con người đã đi từ nghèo đói đến giàu sang:

- ① Oprah Winfrey: Bà xuất phát từ một tuổi thơ nghèo khó, trở thành người dẫn chương trình trò chuyện trên truyền hình đến nữ hoàng

của một đế chế kinh doanh lớn trị giá gần 3 tỉ đô la.

③ Howard Schultz: Ông được nuôi lớn nhờ tiền trợ cấp nhà ở liên bang ở Brooklyn, New York, trở thành CEO của Starbucks và sở hữu tài sản ròng trị giá 3 tỉ đô la.

③ Ralph Lauren: Sinh ra là Ralph Lipschitz, con của gia đình nhập cư Do Thái nghèo, ông phấn đấu trở thành một trong những nhà thiết kế thời trang tiêu biểu và giàu có bậc nhất thế giới với tài sản ròng trị giá 7 tỉ đô la.

③ George Soros: Sau khi chứng kiến quân Phát xít chiếm đóng đất nước Hungary và sau đó phải chạy trốn khỏi Hungary, ông đã đầu tư và kiếm được khối tài sản trị giá 8,3 tỉ đô la.

③ Larry Ellison: Lớn lên trong khó khăn tại vùng South Side, Chicago cùng một người cha nói rằng ông "không được tích sự gì". Giờ đây ông đã kiếm được 57,6 tỉ đô la với tư cách là một doanh nhân và là đồng sáng lập của Oracle Corporation.

Nếu những cá nhân này có thể vượt qua thử thách và vươn lên dẫn đầu, thì bạn cũng có thể!

Điều gì đang cản bước chân của bạn? Hãy thoát khỏi nó ngay hôm nay.

Quá khứ không cắt đứt với chúng ta, thế nhưng chúng ta có thể cắt đứt với quá khứ.

—Les Brown, diễn giả truyền động lực huyền thoại



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #35

Tự thưởng cho thành tựu của bản thân.

Tất cả chúng ta đều xứng đáng được thưởng trong hiện tại và cả sau này. Đó có thể là một lần ghé thăm cửa hàng quần áo, giày dép, đồ trang sức hoặc đại lý xe thể thao yêu thích giúp ta trở nên phấn chấn tinh thần.

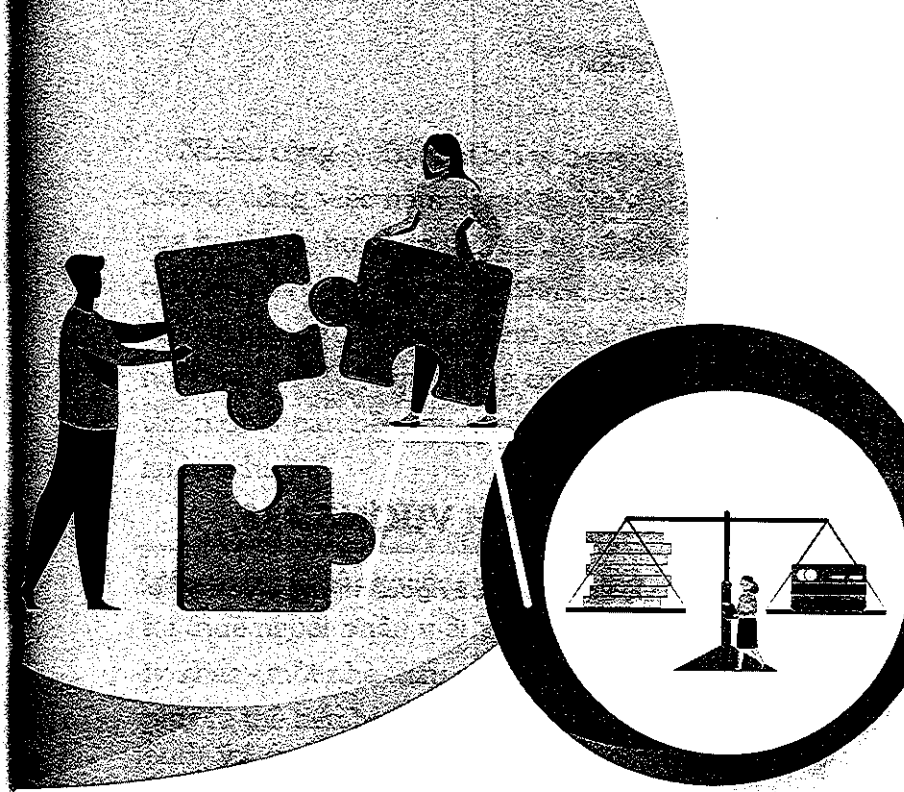
Sau mỗi lần đạt được thành công nào đó – như một giao dịch kinh doanh sinh lợi, một chiến dịch tiếp thị mang lại lợi nhuận, một lời mời diễn thuyết, v.v... hãy tự thưởng cho bản thân dù bằng bất kỳ hình thức nào. Tuy nhiên, trong lần tự thưởng tiếp theo, thay vì đi thẳng đến cửa hàng hoặc nhà hàng yêu thích, hãy đầu tư vào thứ gì đó sẽ mang lợi ích cho bạn.

Đã bao giờ bạn cân nhắc việc mua một phần mềm học một ngôn ngữ mới? Tham gia một khóa học trực tuyến? Học một nghề thủ công? Hay đọc một quyển sách chưa?

Hãy phát triển bản thân và để việc học điều gì đó mới trở thành một hạng mục trong khoản chi tiêu của bạn. Bạn không bao giờ biết được khi nào kỹ năng mới sẽ mang lại cho bạn những lợi ích tài chính trong tương lai.

Giáo dục chính quy giúp bạn kiếm sống nhưng việc tự học sẽ mang đến tài sản cho bạn.

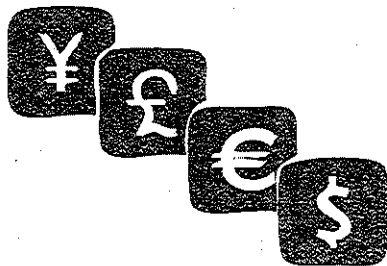
– Jim Rohn, doanh nhân, tác giả, và diễn giả truyền động lực



PHẦN BA

.....

HÀNH ĐỘNG



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #36

Bám sát công việc cốt lõi, thuê ngoài những việc còn lại.

Vị giám đốc điều hành xây dựng và kỹ thuật đã nghỉ hưu Ron Graham có một lời khuyên thuyết phục cho bất kỳ tổ chức, doanh nhân nào muốn trở nên giàu có mà không tự làm mình khốn khổ trong quá trình phát triển.

Thuê ngoài.

Đây có thể là ý tưởng tồi đối với một số cá nhân và công ty. Đôi khi khó mà buông bỏ được. Chẳng phải bạn muốn nắm quyền sở hữu và kiểm soát mọi giao dịch sao? Vậy tại sao bạn lại phải chia sẻ những điều mà khó khăn lắm bạn mới có được với một công ty khác cơ chứ?

Nhiều công ty thất bại bởi vì họ cố gắng thực hiện những công việc nằm ngoài lĩnh vực chuyên môn của họ. Hoặc họ nhận làm các dự án gây hao hụt tài nguyên của chính họ đồng thời khiến họ chệch khỏi những giao dịch thực sự đem lại lợi nhuận. Hoặc họ đồng ý thực hiện những công việc khiến họ tiêu tốn một khoản tiền lớn trước khi chúng có thể đem lại lợi nhuận.

Graham làm gì khi cần khai quật một công trình kiến trúc mà công việc ấy lại quá tốn kém? “Chúng tôi thuê ngoài phần việc này, giao nó cho một công ty khác - một nhà thầu phụ”, ông trả lời. “Nhà thầu phụ có thể tiến hành công việc này với giá rẻ hơn”.

Việc nhà thầu phụ kiếm tiền từ dự án của bạn sẽ không mang lại rắc rối bởi lẽ họ biết cách quản lý chi phí trên khía cạnh cụ thể của dự án. Chính vì thế, việc tính toán chi phí trở thành vấn đề của họ chứ không phải của bạn. Sau cùng thì điều này sẽ giúp giải phóng công ty của bạn, giúp bạn bảo tồn nhiều nguồn lực để thực hiện *nhiều giao dịch* hơn cũng như tiến hành các dự án nằm trong khả năng và thu nhiều lợi nhuận hơn trong dài hạn.

Bằng việc gắn bó với giá trị cốt lõi của mình, Graham Group Ltd. đã chuyển mình từ một công ty

trị giá 3 triệu đô la sang một công ty trị giá 2 tỉ đô la.
Quả là sự phát triển bạc tỉ!

Làm chủ những công việc bạn làm tốt và thuê ngoài những việc bạn làm chưa tốt.

—Ryan Kahn, huấn luyện viên nghề nghiệp



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #37

Chạm vào sức mạnh của điểm tựa.

Phải, chúng tôi biết mà, từ điểm tựa (fulcrum) này nghe thật là tân thời nhỉ!

Điểm tựa là một hòn bi nhỏ hay một điểm đòn bẩy trên bập bênh. Ta càng di chuyển điểm đó về gần đầu nào thì ta càng có được mô-men xoắn và công suất lớn hơn ở đầu đó.

Người giàu hiểu rằng đòn bẩy là nguyên tắc quan trọng nhất trong thành tích cá nhân.

Trong thời kỳ đầu của ngành công nghệ, các công ty như Apple và Microsoft nắm quyền kiểm soát dòng tiền. Họ kiểm soát điểm tựa và vì thế, kiểm soát được mọi thứ.

Lấy iPhone làm ví dụ. Apple đã không chỉ tạo ra một chiếc điện thoại mà còn tạo ra một vũ trụ các phụ kiện cho những người tiêu dùng đói khát, gồm: tai nghe, hộp đựng, dây cáp, bộ sạc và các miếng bảo vệ màn hình.

Các công ty khác cũng khai thác điểm tựa của iPhone, cũng cạnh tranh các sản phẩm ăn theo bằng cách “thiết kế” các miếng bảo vệ màn hình, ốp lưng, gậy selfie cùng những phụ kiện bổ trợ khác.

Apple vẫn vui vẻ để chỗ cho những kẻ ăn theo này hoạt động khi những sản phẩm của họ vẫn đứng vững tại trung tâm của sự chú ý điên cuồng của người tiêu dùng.

Khi bạn thấy một con sốt vàng trong thời hiện đại diễn ra, đừng chỉ cầm cúi đi đào vàng như số đông. Hãy tìm điểm tựa cho bản thân mình.

Hãy cho tôi một đòn bẩy đủ dài và một điểm tựa để đặt nó lên, tôi sẽ dịch chuyển cả thế giới.

—Archimedes, nhà toán học Hy Lạp cổ đại



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #38

Tiền xài 50, tích góp 50.

Khi bắt đầu công việc kinh doanh, một thực tế cần nhớ là đừng đầu cơ vay nợ quá mức. Bạn có thể gọi điều này theo bất cứ cách nào bạn thích như: phương pháp tự thân vận động, thắt lưng buộc bụng hoặc đốt cháy giai đoạn.

Vay nợ một chút ở đây và kia thì không sao, nhưng bạn sẽ không bao giờ muốn mắc nợ nhiều đến mức chết chìm trong nợ nần nếu xảy ra trường hợp xấu nhất. Đôi khi sự việc sẽ xảy ra nằm ngoài tầm kiểm soát của bạn – như một cuộc suy thoái kinh tế – nhưng chính bạn cũng có thể tự bảo vệ mình khỏi những điều đó.

Trong khi các đối thủ cạnh tranh của ông xuất hiện và biến mất trong suốt những năm qua, Marshall Ezralow - nhà đầu tư đất đai và bất động sản giàu có tại phía Nam California đã sống sót và phát triển mạnh qua *bốn cuộc suy thoái*.

Trong khi các đối thủ cạnh tranh tiến hành cắt giảm, Ezralow đã xoay xở để xây dựng các căn hộ trọn gói và đánh bại họ trên cả hai phương diện là giá thành và giá trị. Những căn hộ của Ezralow bao gồm tất cả tiện nghi đi kèm - hồ bơi, bồn mát-xa, đồ nội thất và ông vẫn tìm mọi cách để tránh vay nợ quá nhiều. Điều này khiến ông có ít tiền hơn trong thời gian ngắn, nhưng sẽ kiếm được nhiều hơn về lâu dài.

Lời khuyên của Ezralow là hãy phân chia 50% công ty thuộc vốn chủ sở hữu và 50% thuộc về đòn bẩy tài chính - không nhiều hơn một xu!

Hãy coi chừng những khoản chi phí nhỏ. Một lỗ rò bé có thể làm đắm cả con tàu.

-Benjamin Franklin, chính khách, tác giả, nhà khoa học và nhà phát minh



LỖ TẮT THỊNH VƯỢNG #39

Đầu tư như một người nông dân.

Làm thế nào mà các nhà đầu tư thành công nhất thế giới dường như luôn biết đúng thời điểm để mua, bán hoặc nắm giữ cổ phần?

Nik Halik - một nhà giả kim trong lĩnh vực kinh doanh, nhà đầu tư, đồng thời là tác giả của cuốn *5 Day Weekend*, người đã khám phá ra con tàu *Titanic* dưới lòng đại dương cũng như ngắm nhìn Trái Đất từ không gian, tin rằng bí mật để đầu tư thông minh, để bán ra/mua vào bất động sản cũng như sáp nhập/chịu sát nhập doanh nghiệp là *suy nghĩ như một người nông dân*. "Vấn đề cũng tương

tự như việc những người nông dân biết khi nào thì nên trồng trọt và khi nào cần phải thu hoạch”.

Đối với Halik, tồn tại những mô hình, hoặc “các mùa kinh tế” mà khi đó giá cổ phiếu thấp, cao hoặc trì trệ. Bất kỳ ai biết được khi nào nên đặt cược, bán hết hoặc giữ lại chính là những người sẽ giành được chiến thắng trong mọi thời điểm.

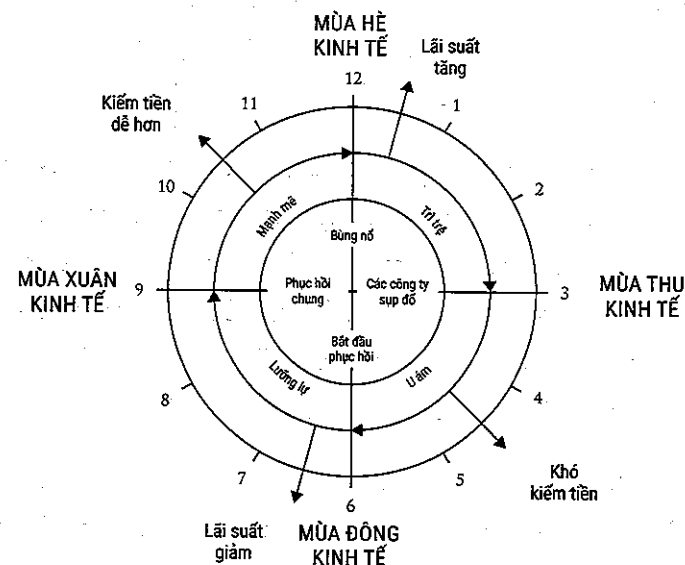
Tất cả các mùa đầu tư được *thúc đẩy bởi cảm xúc của con người*. Hầu hết mọi người đầu tư một cách công khai và bị dẫn dắt bởi hai yếu tố: *nỗi lo bị sợ mất tiền và lòng tham kiếm được nhiều tiền*. (Nỗi sợ bị mất đi lớn hơn nhiều so với lòng tham.) Những yếu tố thúc đẩy cảm xúc này tạo ra các mùa đầu tư trong kinh tế.

Halik đã áp dụng phương pháp đầu tư này và đạt được thành công to lớn trong hơn hai thập kỷ qua. Bằng cách so sánh các chu kỳ kinh tế (của các năm) với bốn mùa – hạ, thu, đông và xuân – ông đã sắp xếp chúng thành một chiếc đồng hồ được gọi là “đồng hồ theo mùa kinh tế” (xem hình dưới đây).

Chiếc đồng hồ bắt đầu lúc 12:00, là *mùa hè kinh tế*. Với người nông dân thì đây chính là lúc bạn bắt đầu

cất cỏ khô vào nhà kho để chuẩn bị cho mùa thu. Tương tự như vậy, là một nhà đầu tư, bạn cần phải thắt lưng buộc bụng, cắt giảm chi tiêu và dự trữ quỹ trong mùa này.

Mùa thu bắt đầu vào lúc 3:00: giá cổ phiếu, giá hàng hóa và dự trữ quốc tế bắt đầu giảm. Tiền trở nên khan hiếm khi chính sách tiền tệ đã được thắt chặt. Giai đoạn giữa mùa thu (3:00) và mùa đông (6:00), bạn có thể bắt đầu mua lại các đối thủ cạnh tranh đang trong tình thế căng thẳng vì những đám mây đen kinh tế thấp thoáng phía chân trời.



Vào lúc 6:00, mùa đông thực sự bắt đầu; nền kinh tế đang trong giai đoạn suy thoái. (Chúng ta từng chứng kiến điều này diễn ra vào năm 2008 cùng việc tịch thu tài sản, những vụ phá sản và các gói cứu trợ.) Thay vì sợ hãi và trốn vào hầm trú ẩn cùng đàn gia súc, một người nông dân giàu kinh nghiệm sẽ làm gì? Ông làm điều ngược lại là dùng đến kho dự trữ từ mùa hè của mình để mua về một số món hời. Đối với các chủ sở hữu công ty, điều này giống như việc mua lại những công ty không có đủ nguồn dự trữ để tồn tại qua mùa đông. Đối với các chủ sở hữu tài sản và đất đai, điều này có nghĩa là mua lại tất cả những thứ họ có thể mua (như các tài sản bị tịch thu) với giá thấp nhất.

Đến 9:00, chúng ta đã bước sang mùa xuân: Nền kinh tế dần khôi phục trạng thái bình thường. Các nhà đầu tư bắt đầu cảm thấy thoải mái hơn và đang tìm kiếm các thương vụ đầu tư. Đây là lúc bạn sẽ bán hết các khoản mà bạn đã đầu tư vì đây là thời điểm giá trị của chúng tăng dần đến đỉnh điểm.

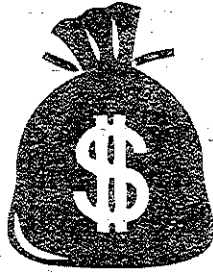
Một chu kỳ kinh tế hoàn chỉnh – từ mùa hè này đến mùa hè tiếp theo, hoặc từ mốc 12:00 đến 12:00 tiếp theo kéo dài trong khoảng tám đến mười một năm. Từ mùa hè (12:00, đỉnh điểm của sự bùng nổ

kinh tế) qua mùa đông (6:00, thời điểm phá sản) là khoảng ba đến bốn năm.

Lối tắt thịnh vượng mà ta có ở đây là: Hãy lưu ý rằng tất cả quyết định đầu tư dẫn đến các yếu tố kinh tế đều được điều khiển bởi cảm xúc của con người. Thời điểm tốt nhất để mua vào là khoảng thời gian mà nỗi sợ của mọi người lên cao nhất trong mùa đông kinh tế, khi mọi thứ đều đang trên đà lao dốc. Thời điểm cốt lõi để bán ra là khi giá đạt mức cao nhất và nhu cầu của mọi người là cao nhất.

Bạn không làm việc vì tiền. Bạn làm việc vì tự do. Bạn làm việc vì phong cách sống trong 5 Day Weekend.

—Nik Halik, một nhà giả kim trong lĩnh vực kinh doanh, nhà đầu tư, đồng thời là tác giả của cuốn *5 Day Weekend*.



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #40

Hiểu mọi khía cạnh trong thỏa thuận của bạn.

Nghe có vẻ khó tin nhưng rất nhiều doanh nhân không chốt được nhiều giao dịch như mong muốn vì không tìm hiểu đủ thông tin.

Kiến thức không chỉ là sức mạnh. Bạn phải sở hữu được loại kiến thức mà không phải ai cũng nắm bắt được đồng thời có giá trị với khách hàng.

Lấy ví dụ trong ngành kinh doanh bất động sản, Josh Flagg – chuyên viên bất động sản kiêm người dẫn chương trình *Million Dollar Listing Los Angeles* – tin rằng kiến thức chính là yếu tố tách biệt 1% các nhà đầu tư thành công với 99% còn lại. Đó là lý do tại sao một số chuyên viên bất động sản có được các

giao dịch lớn trị giá hàng chục triệu đô la và cũng có những người bị giáng xuống tầng lớp thu nhập chỉ có sáu con số.

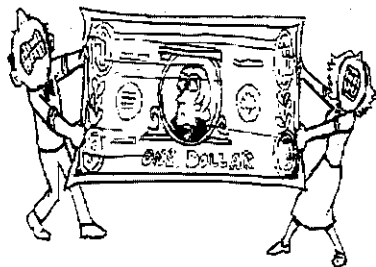
Từ khi còn bé, Flagg đã nghiên cứu từng ngôi nhà trong khu vực Beverly Hills. Ông đã sớm biết rằng nếu bán được nhiều ngôi nhà sang trọng trị giá từ 4 triệu đô trở lên hơn thì ông không cần phải làm việc nhiều như các chuyên viên bán những căn nhà giá 400 nghìn đô la.

Khi tiến hành một thỏa thuận, dù là trong ngành bất động sản hay bất kỳ ngành nghề nào khác, hãy luôn nhớ đào sâu vào chi tiết. Nếu bạn hiểu được các chi tiết và những giá trị của nó, đó cũng là lúc bạn hiểu được chính mình. Đừng bao giờ thỏa hiệp với những gì thấp hơn điều mà bạn xứng đáng nhận được.

Josh Flagg chưa bao giờ hạ mức hoa hồng của ông xuống, và bạn cũng nên làm như vậy.

Đầu tư bất động sản, dù ở quy mô rất nhỏ, vẫn là một phương tiện thực tế giúp xây dựng dòng tiền và tài sản cá nhân.

—Robert Kiyosaki, nhà sáng lập Rich Dad Company và là tác giả cuốn sách *Rich Dad Poor Dad* (Cha giàu Cha nghèo)



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #41

Làm chuyện trái khoáy - hợp tác cùng đối thủ.

Cạnh tranh là một loại hình hợp tác mới. Tại sao lại có đến bốn trạm xăng trên mỗi ngã tư lớn? Bạn muốn nhà hàng của mình nằm ven một con đường đất hay tọa lạc dọc theo một dãy nhà hàng trong khu vực trung tâm thị trấn?

Một số người có thể xem loại hình cạnh tranh như trên là một điều xấu, thế nhưng các doanh nghiệp thường có thể giúp đỡ lẫn nhau. Chẳng hạn, khi tình hình trở nên tồi tệ trong ngành kinh doanh của bạn, nhiều công ty mang tư tưởng *thân ai nấy lo*. Bạn nghĩ rằng điều gì sẽ xảy ra trong trường hợp này? Khi ấy câu chuyện sẽ không chỉ là về một con tàu đắm mà là cả hạm đội đồng loạt chết chìm.

Ernesto Ancira, Jr., chủ sở hữu một loạt các đại lý ô tô ở khắp San Antonio, Texas, không mang tư tưởng ấy. Điều này giúp mang lại lợi ích cho ngành công nghiệp, cho cộng đồng và cho doanh nghiệp của chính ông – Ancira-Winton Chevrolet, Inc.

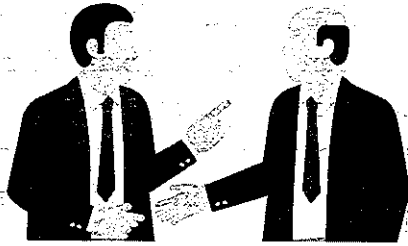
Khi nền kinh tế đi xuống, Ernesto đã hợp lực cùng các đối thủ cạnh tranh và Hiệp hội Đại lý Ô tô Texas để xoay chuyển hình ảnh tiêu cực của ngành công nghiệp ô tô trong khu vực.

Họ làm việc cùng nhau như một đội thống nhất và tất cả đều được hưởng lợi - chủ yếu bởi vì họ đã tạo ra được sự tin tưởng nhất định giữa khách hàng và các đại lý.

Bạn có thể làm gì để hợp tác với các đối thủ cạnh tranh và giúp nâng cao hình ảnh của lĩnh vực của bạn?

Vấn đề với cạnh tranh là nó lấy đi nhu cầu quyết định con đường của riêng bạn, lấy đi nhu cầu phát minh ra phương pháp của riêng bạn cũng như nhu cầu tìm ra một cách làm mới.

—Seth Godin, doanh nhân, blogger và nhà tiếp thị



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #42

Thay đổi khách hàng bằng lời nói.

Thế giới của copywriter xoay quanh chỉ một vấn đề, đó là: sự chuyển đổi. Trong bất kỳ loại quảng cáo nào, dù là quảng cáo trực tuyến, in ấn, thông qua truyền hình hoặc đài phát thanh, bạn phải có khả năng kết nối với hàng loạt khách hàng để họ sẵn sàng bỏ ra số tiền đã vất vả kiếm được cho sản phẩm của bạn và giúp bạn có được số tiền doanh thu vượt xa chi phí quảng cáo.

Nói tóm lại, copywriter viết nên những câu từ thu hút mọi người mua sản phẩm.

Nói thì dễ hơn làm, phải không?

Copywriter đẳng cấp thế giới - Craig Clemens có khả năng thuyết phục khách hàng như thế chỉ

bằng một bài quảng cáo. Clemens, nhà đồng sáng lập Golden Hippo Media đã kiếm được 1 tỉ đô la doanh thu nhờ khả năng thuyết phục của mình – quả là một thành tích ấn tượng!

Sai lầm mà ông gặp hết lần này đến lần khác trong những bản thảo thất bại là chúng thiếu sự thấu hiểu nội tâm của khách hàng. Thường thì các doanh nhân và các chuyên gia kinh tế tập trung đến những điều *họ* nghĩ mỗi khi cố gắng tiếp thị sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Ai thêm quan tâm những điều mà *họ* nghĩ cơ chứ?

Ví dụ, bạn tạo ra một loại thực phẩm chức năng có thể giúp mọi người giải quyết các vấn đề về tâm trí/cơ thể/tinh thần. Làm thế nào để bạn có thể sáng tạo ra những câu từ kỳ diệu trong một quảng cáo giúp mang đến doanh số khổng lồ?

Bạn đặt ra một câu hỏi cho khách hàng rằng: “Điều gì đang khiến bạn phải bận tâm vậy?”

Họ trả lời: “Tôi cũng không biết nữa. Tôi chỉ cảm thấy lúc nào cũng căng thẳng... việc đó khiến tôi không thể vui vẻ, không thể suy nghĩ thấu đáo cũng như không hoàn thành công việc”.

Bùm! Thế là bạn đã có câu trả lời cho mình rồi đấy. Bản thảo nên kể câu chuyện về một người phụ

nữ bị căng thẳng vì công việc, gia đình... và mất khả năng tập trung và hoàn thành công việc. Sau đó, cô ấy biết đến viên uống bổ sung của bạn. Chỉ sau vài ngày sử dụng, cô bắt đầu cảm thấy vui vẻ hơn và bớt căng thẳng. Ngoài ra, cô ấy còn hoàn thành được nhiều việc hơn.

Trong kịch bản trên, bạn đã truyền tải một câu chuyện dễ hiểu bởi lẽ bạn đã đặt mình vào vị trí của nhân vật và hiểu được sự khó khăn của cô ấy. Khách hàng sẽ dõi theo câu chuyện, dõi theo các diễn biến của nó và muốn đạt được kết quả tích cực giống như nhân vật trong quảng cáo thông qua việc sử dụng sản phẩm thực phẩm chức năng của bạn. Bằng cách này, khách hàng có thể hình dung bản thân trong câu chuyện và mua sản phẩm cho chính mình.

Bùm! Nhu cầu đã được chuyển đổi.

Cần có một ý tưởng lớn để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng và khiến họ mua sản phẩm của bạn. Nếu quảng cáo của bạn không hàm chứa ý tưởng lớn nào thì nó sẽ chỉ lướt ngang qua như một con tàu trong đêm. Tôi ngờ rằng trong hàng trăm nội dung quảng cáo ngoài kia, chẳng có mấy chiến dịch truyền tải được một ý tưởng lớn.

—David Ogilvy, nhà sáng lập công ty quảng cáo Ogilvy & Mather



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #43

Thuê người tài.

Người xưa có câu: “*Làm chủ những công việc bạn làm tốt và thuê ngoài những việc bạn làm chưa tốt.*” Trong Lỗi tắt thịnh vượng #36, Ron Graham đã cho bạn lời khuyên rằng “*Bám sát công việc cốt lõi, thuê ngoài những việc còn lại.*”

Trong chương này chúng tôi sẽ trình bày cụ thể các biến thể của quan điểm này. Walter O'Brien, thiên tài ngoài đời thực đứng sau chương trình truyền hình *Scorpion* có lời khuyên rằng: “*Bạn nên thuê một người tài mỗi ngày.*”

Điều anh muốn nói ở đây là bạn nên tận dụng những con người thông minh, những người giỏi nhất trong các lĩnh vực nằm ngoài thế mạnh của bạn.

Bằng cách thuê một chuyên gia trong lĩnh vực của chính họ làm việc cho bạn, bạn có thể tập trung vào tầm nhìn và mục tiêu của bản thân và để các chuyên gia chăm chút cho phần chi tiết của vấn đề. Nếu bạn có một ý tưởng kinh doanh mạnh mẽ nhưng lại dờ dặt trong khoản làm việc với những con số, hãy thuê cho công ty một vị giám đốc tài chính thông minh nhất. Nếu bạn có những ý tưởng tiếp thị tuyệt vời nhưng không phải là một cây bút danh thép, hãy thuê người copywriter tài năng nhất. Nếu bạn muốn phát minh ra một sản phẩm nhưng không biết phương pháp chế tạo, hãy thuê một nhà khoa học lỗi lạc.

Đừng ngại thuê các chuyên gia hay những người thông minh hơn bạn trong lĩnh vực của bạn. Điều này sẽ giúp tiết kiệm thời gian đồng thời giải phóng bạn khỏi rất nhiều nỗi thống khổ cũng như những cơn đau đầu.

Hãy ở gần những người bạn tôn trọng, không phải những người mà bạn gây ảnh hưởng.

—Khuyết danh



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #44

Xây dựng chốn riêng cho những kẻ lạc loài.

Một điều đã trở thành quy tắc rất rập khuôn là mọi chủ doanh nghiệp đều tìm cách thuê, đào tạo và giữ chân những con người giỏi nhất và tạo ra một đội ngũ “toàn sao”. Thế nhưng liệu việc tuyển chọn những cá nhân “giỏi nhất” có đồng nghĩa với việc đội đó sẽ gắn bó keo sơn và cho ra những kết quả xuất chúng hay không? Không hẳn.

Bạn không cần phải là một fan hâm mộ bóng chày để có thể hiểu được phép ẩn dụ sau đây. Đội Boston Red Sox năm 2011 là một tập thể được ghép lại từ nhiều siêu sao với mong đợi mãnh liệt rằng họ sẽ hướng thẳng đến giải World Series. Họ được so sánh

với các đội bóng vĩ đại nhất mọi thời đại, bao gồm cả 1927 New York Yankees. Bên cạnh những siêu sao có thực tài như David Ortiz, Jacoby Ellsbury và Dustin Pedroia, họ còn thêm vào tay đập bóng cứng cựa Carl Crawford và tuyển thủ nhà nghề tại vị trí chốt gôn 1 là Adrián González. Với đội hình như vậy thì làm sao mà thua được? Ấy vậy mà đội lại là một mó vô cùng hỗn độn khi các thành viên không hòa đồng với nhau, không chơi được như những gì họ được mong đợi, và gây tai tiếng với việc uống bia và ăn gà rán trong tòa nhà câu lạc bộ. Đội gây thất vọng khi chỉ về đích ở vị trí thứ ba và người quản lý Terry Francona cùng tổng giám đốc là Theo Epstein đã nhảy ra khỏi con tàu chìm này ngay sau mùa giải. Cuối cùng, đội phải chuyển nhượng đi hai cầu thủ mới là Crawford và González.

Tại sao một số đội hình trong mơ trong ngành kinh tế lại thất bại như đội Red Sox năm 2011? Vấn đề này được lý giải rằng không nhất thiết mọi vị trí trong đội đều phải là những con người tài năng *nhất* mà chính chất keo gắn bó một nhóm những người tài phù hợp với nhau mới mang đến thành công.

Nhưng “chất keo gắn bó phù hợp” thực sự là gì? Chẳng lẽ mọi người phải khen ngợi và ôm ấp nhau suốt ngày sao?

Stephen Van Deventer, chủ tịch kiêm giám đốc điều hành tại Preveceutical Medical Inc., bày tỏ ý tưởng độc đáo rằng để hình thành “chất keo gắn bó” đòi hỏi mọi thành viên trong nhóm phải:

- 1. Luôn tích cực:** Các đội thành công luôn sở hữu những thành viên cùng nhau chung tay tạo dựng và mang niềm tin sâu sắc vào thành công của kế hoạch chung. Suy nghĩ tích cực trở thành yếu tố lan truyền trong đội. Ngay cả những mầm mống tiêu cực nhỏ nhất cũng có thể lây lan trong nội bộ như một căn bệnh truyền nhiễm. Vì thế, tất cả những thành viên có suy nghĩ tiêu cực phải bị mời bước xuống khỏi chuyến xe của tập thể này.
- 2. Mỗi bộ phận đều có sức mạnh riêng:** Tại sao lại phải thuê những người biết những thứ giống nhau cơ chứ? Điều đó sẽ tạo ra kết quả không khả quan cho lắm.
- 3. Có sự kết nối:** Đây là những thành viên có quen biết với những người trong các lĩnh vực khác nhau. Việc các thành viên trong nhóm trở thành bạn bè và đồng hành cùng nhau thì không sao cả. Thế nhưng điều đó sẽ không

giúp mở rộng thêm mạng lưới quan hệ và phạm vi ngoài chuyên môn của công ty – yếu tố có thể cần đến trong tương lai.

Tổng kết lại, các yếu tố trên có xu hướng thu hút những người có động lực và hiếm thấy, những người được thúc đẩy bởi năng lượng và sự nhiệt tình của người khác. Họ thành công trong một số môi trường nhất định, nơi họ được cung cấp không gian sáng tạo rộng rãi để khám phá và bay bổng với những người có cùng động lực thúc đẩy như họ.

Van Deventer ví điều này với việc “tạo ra vùng đất của những món đồ chơi lạc loài”. Trong thời gian làm việc tại các công ty khác, có lẽ họ đã thất bại trong mặt nào đó và bị bó buộc vào những khuôn mẫu cứng nhắc. Họ trở nên bất mãn và vụn vỡ, cho đến cuối cùng, họ tìm thấy chính mình ở cùng một nhóm những món đồ chơi lạc loài khác.

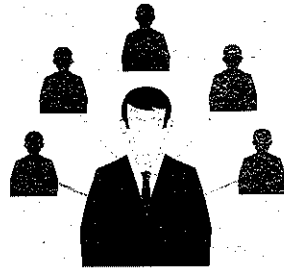
Hãy nghĩ về bất kỳ đội ngũ phi thường nào được mô tả trong phim ảnh. Họ hầu như luôn luôn là những kẻ lạc loài, nhưng chính họ cũng là những người bổ sung cho nhau những điểm mạnh và điểm yếu khác nhau.

Hãy xem thử những bộ phim này và bạn sẽ ngay lập tức hiểu được điều tôi muốn nói: *Star Trek*, *Star*

Wars, *Avengers* (Biệt đội siêu anh hùng), *Toy Story* (Câu chuyện đồ chơi), *Ocean's Eleven* (Mười một tên cướp thế kỷ).

Việc bạn cố gắng thành lập một công ty cũng giống như khi ta nướng một chiếc bánh. Bạn cần kết hợp tất cả nguyên liệu với nhau theo đúng tỉ lệ.

—Elon Musk, nhà sáng lập Tesla, Inc., SpaceX
và đồng sáng lập PayPal



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #45

Làm chủ cộng đồng của bạn.

Có nhiều bạn bè, người theo dõi và người hâm mộ không thôi là chưa đủ. Bạn cần phải liên tục xây dựng, chăm sóc và gắn kết với cộng đồng của riêng bạn.

Trong thời điểm những dòng này được viết ra, người dẫn chương trình truyền hình và podcast Jeffrey Hayzlett đã có hàng triệu người theo dõi. Ông từng bước một xây dựng cộng đồng của riêng mình qua việc nuôi dưỡng hình ảnh của bản thân trong một lĩnh vực cụ thể đó là mạng C-Suite và sau đó ông làm chủ mạng lưới này. Thử tìm kiếm trên Google với từ khóa “người nổi tiếng” và “C-Suite”,

cái tên xuất hiện đầu tiên trong kết quả tìm kiếm là Jeffrey Hayzlett.

Bằng việc làm chủ nhóm người thuộc lĩnh vực sở trường và chứng minh cho mọi người biết rằng bạn chính là một chuyên gia thú vị trong lĩnh vực đó, bạn đã tạo dựng được một thế lực cho bản thân và chạm tới những điều không giới hạn trong ngành giải trí, chính trị hay bất kỳ ngành nghề nào khác. Bạn có thể tác động đến toàn bộ thị trường.

Từ việc tự phát triển bản thân thành một con người vĩ đại trong mọi thời đại, Hayzlett đã trở thành người cố vấn tốt nhất cho bất kỳ ai đang tìm kiếm lời khuyên cho việc làm ăn và doanh nghiệp của họ.

Bạn có thể tạo lập vị thế của mình, đó là trở thành một chuyên gia trong lĩnh vực mà bạn đã chọn hay không?

Một triệu: Con số ma thuật

Các ông trùm truyền thông xã hội có một bí mật: Họ biết rằng mọi thứ sẽ ô-át kéo tới khi bạn đạt được một triệu lượt thích và/hoặc lượt theo dõi trên các nền tảng như Twitter, Instagram, Snapchat, Facebook,...

Một triệu là con số kỳ diệu. Đó không chỉ là một triệu người, đó còn là một triệu cặp mắt dõi theo, lúc này bạn sẽ trở thành "một người có ảnh hưởng cực lớn" như Kim Kardashian – một nhà môi giới quyền lực, người không phải làm bất cứ điều gì để xây dựng sự giàu có theo cấp số nhân cho mình.

Bằng cách có được một triệu người theo dõi, bạn sẽ có được khách hàng suốt đời, họ sẽ mua sản phẩm của bạn mà bạn không cần phải làm gì cả.

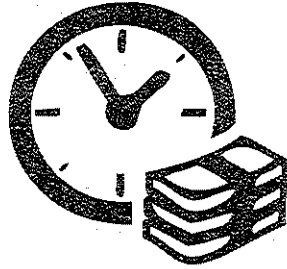
Vậy làm thế nào để có được một số lượng người theo dõi lớn đến vậy? Chà, ta sẽ cần thêm một quyển sách nữa để bàn về vấn đề này. Theo lời khuyên của Jeffrey Hayzlett, điều chính yếu là bạn phải đáng tin, *hãy là chính mình*. Đừng giả vờ là một ai đó mà không phải bạn, hay giả làm một người đáng tin, bởi mọi người rồi sẽ phát hiện ra thôi.

Chìa khóa là kết nối và thu hút cộng đồng của bạn. Cung cấp cho những người theo dõi bạn những điều mà không một ai khác có thể làm được – và hãy tập trung và chú ý liên tục đến điều đó. Hãy luôn nhớ đến FOP: Tần suất bài viết (Frequency of Post).

DẪN THÂN NHIỀU HƠN = ĐƯỢC CHÚ Ý HƠN = TỈ SUẤT SINH LỢI CAO HƠN.

Nếu muốn phát triển hình ảnh xã hội, bạn phải dành thời gian và sức lực để gạt hái những trái cây ở tầm thấp trước – những khách hàng hiện tại và những người đã biết đến bạn. Từ đây, bạn sẽ có được cho mình những người hâm mộ và những người theo dõi khác, những người có khả năng sẽ mua sản phẩm của bạn. Nhưng điều tiên quyết là bạn phải bắt đầu với những khách hàng hiện tại của mình trước đã.

—Dave Kerpen, doanh nhân
kiêm đồng sáng lập của Likizable Media



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #46

Sử dụng phương pháp ARCS để giành lấy khách hàng.

Trong Lối tắt thịnh vượng #42, bạn đã học được từ Craig Clemens – một copywriter chuyên nghiệp – cách thức để thu hút khách hàng. Đây là lúc bạn đã sẵn sàng cho lớp học nâng cao với công thức ARCS:

- A** (Ask a question) = Đặt câu hỏi.
- R** (Reveal you've been there) = Tiết lộ trải nghiệm cá nhân.
- C** (Call out your discovery) = Chia sẻ khám phá của bạn.
- S** (Send them out to do something) = Gửi sản phẩm đi.

Clemens minh họa phương pháp này bằng một ví dụ về thời tiền sử như sau.

A = Đặt câu hỏi **giới thiệu vấn đề**.

Anh trai của Marty đã bị một con gấu ăn thịt. Bạn giết một con gấu như thế nào?

B = Tiết lộ trải nghiệm cá nhân, **thể hiện rằng bạn có thể liên quan đến vấn đề**.

Anh trai tôi cũng bị một con gấu làm bị thương...

C = Chia sẻ khám phá của bạn để **thể hiện rằng bạn đã trải qua vấn đề và tìm ra cách giải quyết**.

Tôi đã giết được con gấu và cứu anh trai trong tích tắc bằng cách đâm nó bằng cây giáo tuyệt vời mà tôi tạo đã tạo ra này. Bill, bạn của tôi, cũng sử dụng nó và anh ấy đã giết được một con sói... Bạn muốn lấy một cây để sử dụng cho chuyến đi săn sắp tới ư? Tuyệt vời! Cây giáo của bạn trị giá hai mươi quả táo nhé.

S = Gửi sản phẩm đi và **giữ kết nối**.

Sau chuyến đi săn, hãy cho tôi biết bạn nghĩ thế nào về tác dụng của nó nhé. Tôi rất muốn được nghe phản hồi của bạn.

Với phương pháp ARCS, bạn không những tạo ra khách hàng mà còn xây dựng mối quan hệ tin tưởng và sự tín nhiệm sẽ được khách hàng của bạn ghi nhớ mỗi khi sử dụng sản phẩm (trong ví dụ này là cây giáo). Và họ sẽ dễ tiếp nhận hơn khi bạn giới thiệu cho họ sản phẩm tiếp theo, một chiếc súng cao su.

Mọi người muốn được bảo phải làm gì đến nỗi họ sẽ lắng nghe bất kỳ ai làm điều đó với họ.

—Don Draper, nhân vật trong chương trình *Mad Men* của đài truyền hình AMC



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #47

Thuê người EQ cao trông nom những nhân tài IQ cao.

C huyên sẽ trở nên đơn giản hơn rất nhiều cho các công ty khởi nghiệp nếu họ chỉ đề ra một tiêu chí tuyển dụng duy nhất: Chỉ tuyển những người có IQ cao nhất.

Điều này hợp lý mà, phải không? Bạn muốn tập hợp những con người có chỉ số thông minh cao, suy nghĩ kỹ lưỡng, làm việc độc lập, tập trung và có khả năng giải quyết vấn đề.

Thế nhưng, IQ chỉ là một trong các yếu tố tuyển dụng và chắc chắn không phải là yếu tố quyết định hay là điều quan trọng nhất. Tùy thuộc vào loại hình kinh doanh thì sáng tạo cũng là một yếu tố;

rất có thể bạn sẽ cần những người có thể tạo ra một chiếc hộp mới chứ không không chỉ cần người biết đo kích thước của nó. Như Stephen Van Deventer đã khám phá trong Lối tắt thịnh vượng #44, những đội giỏi nhất có thể là những nhóm được ví như “những kẻ lạc loài” vậy.

Walter O'Brien, bộ não đứng sau chương trình truyền hình *Scorpion* đồng thời là người đưa ra các giải pháp cho các vấn đề thực tế phổ biến, tin rằng còn một yếu quan trọng khác trong việc tạo ra một nhóm: đó chính là EQ (chỉ số cảm xúc), chỉ số đo lường cảm xúc. Trong nhiều trường hợp, dù chắc chắn không phải tất cả, những người có IQ cao thường sẽ có chỉ số EQ thấp.

Tại sao lại thế? Rất có thể là do họ từng bị bắt nạt ở trường vì trí thông minh của mình (và thiếu độ ngẫu nhiên như những bạn đồng lứa), do đó họ đã đóng cánh cửa cảm xúc của bản thân như một cơ chế tự phòng thủ.

Bằng việc thuê những người với chỉ số EQ cao, bạn đang đảm bảo rằng bạn sẽ có một đội ngũ cân bằng, có thể giao tiếp và hợp tác cùng nhau. Trong mọi trường hợp, những người có IQ cao sẽ giúp đỡ những người có EQ cao trong các vấn đề liên quan đến kỹ thuật; và đồng thời những người có EQ cao

sẽ hỗ trợ những người có IQ cao và đảm bảo rằng mọi người đều hòa hợp với nhau trong một tập thể. Và vì thế những bữa tiệc của công ty bạn cũng sẽ trở nên vui hơn rất nhiều.

Trong một công việc gồm những người có IQ cao, những kỹ năng như tính kỷ luật, động lực và sự đồng cảm sẽ quyết định ai mới là nhân tố xuất sắc.

—Daniel Goleman, nhà tâm lý học, nhà báo khoa học, tác giả cuốn sách *Emotional Intelligence (Trí tuệ cảm xúc)*



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #48

Tận dụng MIC.

MIC (micro) không chỉ là thứ bạn thả roi khi nói hoặc làm điều gì đó để hiện vẻ đặc trưng của bản thân với một người hoặc một nhóm người. Nó đồng thời cũng là một từ viết tắt của cụm từ sau:

M (Methodical) = Phương pháp

I (Information) = Thông tin

C (Code) = Mật mã

Những cá nhân vô cùng thành công tận dụng công thức MIC mọi lúc. Đó là công cụ giúp họ tận

dụng những mặt tốt và mặt xấu của những người xung quanh tại nơi họ làm việc.

Ví dụ, bạn có một nhân viên bán hàng không đạt kết quả công việc như mong đợi và không tìm thấy động lực phấn đấu từ phần thưởng hay việc được tăng lương. Trong trường hợp đó, bạn có thể tìm hiểu thông tin về người này để tìm ra giải pháp phù hợp. Có thể bạn sẽ phát hiện ra rằng con của nhân viên bán hàng đang muốn một món đồ chơi mà người đó khó mà mua được. Bạn sẽ làm gì với thông tin này? Bạn có thể tìm kiếm và mua món đồ chơi để tặng cho con của nhân viên đó. Bằng cách này, bạn đã đánh trúng yếu điểm của đối phương và có thể sử dụng nó làm đòn bẩy để cả hai bên đều có được điều mình mong đợi.

Bạn có thể đặt ra một hạn mức mới để nhân viên bán hàng phấn đấu. Khi đó, doanh số cũng như mức độ cam kết cá nhân của nhân viên đó sẽ tăng lên. Hơn nữa, con của họ cũng nhận được một bất ngờ tuyệt vời. Nói cách khác, tất cả mọi người trong tình huống này đều được hưởng lợi.

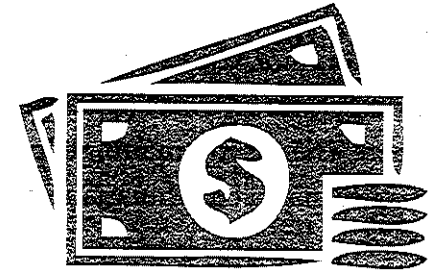
Tình huống này được giải quyết một cách ổn thỏa vì bạn đã giải quyết được điểm nóng của đối

phương (hay còn gọi là Mật mã) để tạo thêm đòn bẩy đồng thời truyền cảm hứng cho nhân viên làm việc tốt hơn mà không cần bất kỳ lời chỉ trích mang tính tiêu cực hoặc đe dọa nào.

Về mặt nào đó thì điều này nghe có vẻ thao túng, và thực ra đúng là như vậy. Những người giàu có nhận thấy phương pháp này hiệu quả hơn nhiều so với các lựa chọn thay thế khắc nghiệt khác và họ áp dụng phương pháp này hầu như mọi lúc. Mục đích cuối cùng của phương pháp MIC là bạn thu thập thông tin một cách tuần tự và có hệ thống, sau đó hành động dựa theo thông tin có được theo hướng tích cực và nâng đỡ.

Muốn được việc cho bản thân thì bạn phải giúp người khác có được thứ họ muốn trước đã.

—Zig Ziglar, nhà bán hàng và diễn giả động lực



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #49

Thuê người giỏi nhất - và chỉ khóc một lần.

Nhiều chủ doanh nghiệp trở nên tằn tiện trong việc tuyển dụng người tài. Họ thuê những người bình thường và họ tin rằng những người đó vừa đủ để hoàn thành công việc và chấm dứt quá trình tuyển dụng khổ sở, không có hồi kết của mình. Họ tin rằng họ đang tiết kiệm được một khoản tiền bằng cách không thuê những nhân viên hàng đầu trong lĩnh vực của mình.

Điều đó thật sai lầm.

Vấn đề quan trọng nhất ở đây là *chi tiêu nhiều nhất để có được điều tốt nhất*. Phải gạt bỏ hàng tá ứng viên và mất nhiều tháng để tiến hành một đợt tuyển

dụng thù đúng là mệt mỏi thật đấy. Thậm chí bạn còn có thể phải tốn một khoản kha khá cho công ty tuyển dụng để tìm được mảnh ghép phù hợp với công ty của bạn. Thế nhưng mảnh ghép đó sẽ thực sự xứng đáng với giá trị của thời gian và số tiền mà bạn đã bỏ ra.

Nếu bạn chọn ổn định với một nhân viên tầm thường, người đó vẫn có thể tiến hành công việc. Nhưng nếu bạn muốn phá vỡ các kỷ lục doanh thu thì một cá nhân "tầm thường" sẽ không mang lại điều đó.

Bạn sẽ luôn muốn thuê những người giỏi nhất cho các vị trí quan trọng trong lĩnh vực tiếp thị, bán hàng, tài chính và vận hành trong công ty của mình. Hãy tự hỏi bản thân những câu hỏi về ứng viên mà bạn đang tìm kiếm như:

Người đó có khả năng khiến tôi và đội ngũ của tôi làm việc chăm chỉ và năng suất hơn không?

Người đó có những kỹ năng, tài năng và kinh nghiệm mà tôi không có không?

Người đó có bằng chứng chứng minh được khả năng mang lại lợi nhuận hay không?

Người đó có học hỏi được từ những công ty thành công khác không?

Người đó có nhiệt huyết để điều hành một công ty không?

Nếu câu trả lời là "có" cho tất cả những điều trên thì hãy hào phóng thuê ứng viên và đồng thời kiểm tra lại cái tôi của bạn đi. Nhiều chủ doanh nghiệp cảm thấy bị đe dọa khi tuyển dụng một người có thể thông minh hơn, tài năng hơn hoặc có nhiều kinh nghiệm hơn họ trong các vấn đề liên quan đến sản phẩm, dịch vụ hoặc ngành kinh doanh đó. Điều này thật vô lý. Bạn *muốn* cải thiện đội ngũ của mình bằng cách lấp đầy những khoảng trống về tài năng và kinh nghiệm mà bạn không có – có sao bạn lại bận tâm khi đã tìm được một ứng viên đáp ứng được các yêu cầu của bạn chứ?

Sau đây là một ví dụ giúp làm sáng tỏ vấn đề hơn. Giả sử bạn là John Lennon trong giai đoạn thiếu niên và đang muốn thành lập một ban nhạc. Bạn sẽ muốn một nhạc sĩ tài năng như Paul McCartney trong nhóm của mình, dù rằng cậu ta có thể cũng tài năng như bạn và đôi khi còn thách thức suy nghĩ và vị trí thủ lĩnh của bạn. (Tất nhiên McCartney không phải là cấp dưới của Lennon, họ đã trở thành những cộng sự trong âm nhạc, nhưng tôi tin rằng bạn sẽ hiểu ý tôi khi đưa ra ví dụ này.)

Thuê những người giỏi nhất có thể sẽ khiến bạn mất một khoản tiền lương, tiền thưởng và chi phí cho bên tuyển dụng. Bạn có thể sẽ cảm thấy “đau ví” và đứng trước nguy cơ thỉnh thoảng phải thuận theo ý kiến vượt trội của người khác, nhưng về lâu dài, bạn sẽ gặt hái được những thành quả và lợi nhuận là món quà mà những cá nhân này mang về cho công ty của bạn.

Nếu mỗi người trong chúng ta đều thuê những kẻ nhỏ bé hơn mình, không sớm thì muộn ta sẽ có một tập hợp những tên lùn. Nhưng nếu mỗi một người trong chúng ta thuê những người to lớn hơn chính ta, rồi đây ta sẽ tạo nên một tập thể những người khổng lồ hùng mạnh.

—David Ogilvy, nhà sáng lập
công ty truyền thông Ogilvy & Mather



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #50

Phát biểu tại một trường đại học thuộc Ivy League.

Nếu bạn muốn hỗ trợ cho sự nghiệp của bản thân và mở rộng đáng kể doanh nghiệp cũng như thương hiệu của mình bằng cách trở thành một diễn giả đại chúng, có một cách sẽ giúp bạn xây dựng hình tượng ngay lập tức, đó là phát biểu ở Harvard, Yale hoặc Princeton. Thực hiện được điều này nghĩa là bạn đã mở ra được cánh cửa mới khiến doanh nghiệp của bạn tăng lên gấp bốn lần.

Con đường chính để có được một hợp đồng phát biểu tại một trường đại học thuộc Ivy League là kết nối thông qua các hội cựu sinh viên. Quen biết càng

những cựu sinh viên ở cấp chuyên gia càng tốt để tạo danh tiếng cho bản thân và sau đó chuyển sang tiếp cận những cá nhân đang điều hành các hiệp hội cựu sinh viên.

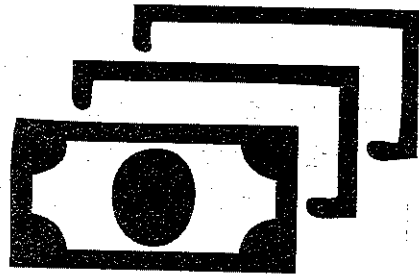
Nhân viên tại các tổ chức cựu sinh viên luôn sẵn lòng các diễn giả tuyệt vời với các chủ đề hấp dẫn và phù hợp. Nhưng đừng quá đề cao bản thân ngay lập tức nếu không bạn có thể sẽ khiến họ e ngại vì bạn quá "đắt giá". Đầu tiên hãy giới thiệu bản thân và chia sẻ các video clip có sẵn về những buổi chia sẻ tốt nhất, chuyên nghiệp nhất và được kết thúc bằng những tràng pháo tay và tiếng hoan hô nhiệt liệt mà bạn từng thực hiện. Một khi đã thu hút được họ, hãy đề xuất một vài chủ đề và chắc chắn rằng bạn đã cho họ thấy những ý kiến đánh giá tích cực từ những hoạt động trước đó của bạn.

Khi bạn có thể tham gia chia sẻ tại một trong những tổ chức này, hình ảnh của bạn sẽ trở nên chất lượng hơn. Thông tin về buổi chia sẻ có thể sẽ xuất hiện trên trang web của bạn, trong tiểu sử nghề nghiệp và trên các trang truyền thông xã hội của bạn. Nó sẽ trở thành một phần trong lời giới thiệu về bạn tại các buổi chia sẻ khác và là một tấm danh thiếp cho cuộc đời bạn.

Một buổi chia sẻ tại các trường đại học thuộc Ivy League là cánh cửa mở cho bạn và giúp đảm bảo rằng bạn sẽ được nhớ đến. Mọi người sẽ chú ý đến bạn khi bạn nói và sẽ luôn coi bạn là người thông minh nhất, có trình độ nhất tại nơi bạn hiện diện.

Truyền thông là một thế lực vô cùng mạnh mẽ.

—John Kotter, giáo sư danh dự tại Harvard Business School, đồng thời là nhà sáng lập tập đoàn Kotter International



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #51

Khuếch đại nhu cầu của khách hàng.

Hãy tưởng tượng bạn thành lập một doanh nghiệp giúp mọi người gặp gỡ những thần tượng nổi tiếng của họ, đột nhập vào những nơi độc quyền và hiện thực hóa những giấc mơ điên rồ nhất của họ.

Steve Sims, chủ sở hữu một công ty có tên Bluefish đã làm được tất cả những điều đó và còn hơn thế nữa. Ông là vị phù thủy xứ Oz ngoài đời thực. Ông đã giúp một khách hàng được Elton John hát cho một khúc tình ca. Ông tạo điều kiện cho một cặp vợ chồng kết hôn dưới sự chủ trì của Đức giáo hoàng. Ông thậm chí còn đưa được một nhóm

người trong một chiếc tàu ngầm xuống tham quan mũi tàu *Titanic*.

Bạn có thể không có được sự táo bạo như của Sims cũng như các mối liên hệ để làm được những gì ông làm, thế nhưng ông đã đưa ra một lời khuyên về điều mà bạn *nên làm* với tất cả khách hàng của mình: *Hãy khuếch đại nhu cầu của họ.*

Nói một cách đơn giản, hãy tăng tốc lên và đáp ứng hơn cả nhu cầu của khách hàng của bạn.

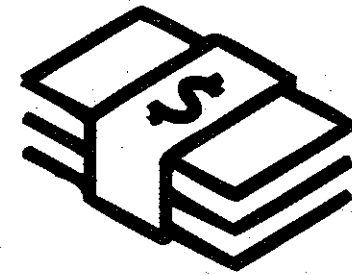
Dưới đây là một số ví dụ:

- ⑤ Ngoài việc sắp xếp cho Elton John biểu diễn cho khách hàng, người nhạc sĩ còn dạy cho vị khách hàng này một bài piano.
- ⑤ Ngoài việc giới thiệu khách hàng với ban nhạc rock Journey và xem họ biểu diễn, ông còn tổ chức sự kiện để khách hàng có thể biểu diễn trên sân khấu cùng ban nhạc.
- ⑤ Ngoài việc thiết lập một bữa tiệc tối riêng tư cho sáu người dưới chân bức tượng *David* của Michelangelo tại Florence, ông còn mời danh ca người Ý Andrea Bocelli đến biểu diễn cho buổi tiệc.

Hãy tự hỏi bản thân: Điều bất ngờ nào bạn có thể làm để khiến cho khách hàng của mình thực sự kinh ngạc?

Đường xa thì sẽ không bị kẹt xe.

—Roger Staubach, tiền vệ được vinh danh trong Hall of Fame của Liên đoàn Bóng bầu dục Quốc gia



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #52

Hãy để người nổi tiếng chụp ảnh cùng sản phẩm của bạn.

Nếu công ty của bạn tạo ra được một sản phẩm tốt nhưng lại không nhận được sự chú ý mà nó xứng đáng có được từ khách hàng, bạn có thể thử cách sau đây để giúp thúc đẩy mạnh mẽ và nâng cao hình ảnh của sản phẩm: Hãy chụp bức ảnh một người nổi tiếng đang cầm, mặc, hay sử dụng sản phẩm của bạn. Bức hình đó sẽ thu hút được rất nhiều sự chú ý cho sản phẩm, thương hiệu và công ty của bạn, đây là phương pháp giúp xây dựng độ nhận diện hiệu quả ngay lập tức.

Gavin Keilly, Giám đốc điều hành của GBK Productions, được biết đến là một trong những “nhà

tặng quà phòng chờ sảnh điệu" hàng đầu. Nói cách khác, ông là người điều phối quà lưu niệm, các vật phẩm miễn phí cho khách mời tại các bữa tiệc cao cấp, những buổi gây quỹ và các sự kiện tương tự khác. Nếu sản phẩm của bạn được chọn để được đặt trong các hộp quà gửi tặng, rất có thể một người nổi tiếng sẽ chụp ảnh cùng nó. Sau đó, bạn có thể đăng tải hình ảnh đó lên các phương tiện truyền thông xã hội mà không lo rằng bức hình sẽ bị gắn mác là quảng cáo và mọi người sẽ hào hứng tương tác với sản phẩm của bạn. Hiệu quả đạt được cho hình ảnh của công ty bạn thậm chí còn lớn hơn nhiều nếu bức ảnh được chụp tại một sự kiện từ thiện.

Thu hút quyền năng của ngôi sao

Sự ủng hộ của người nổi tiếng có thể tạo ra những hiệu quả tuyệt vời giúp tăng cường độ nhận diện cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Trên thực tế, sự ủng hộ của những tên tuổi lớn chính là động lực số một đằng sau quyết định mua hàng trực tuyến của các khách hàng thuộc thế hệ Y, những người sinh từ năm 1981 đến năm 1996.

Một lưu ý quan trọng cần nhớ: Những " gương mặt thương hiệu" này có thể khiến hình ảnh sản phẩm của bạn lao dốc nếu có bất kỳ vụ bê bối

nào xảy ra. Nhiều vận động viên, diễn viên và nhạc sĩ nổi tiếng từng bị loại khỏi các chiến dịch quảng cáo lớn do các hành vi sai trái ở nhiều mức độ. Dưới đây chỉ là một danh sách ngắn những người nổi tiếng từng bị loại khỏi các chiến dịch lớn do bê bối của họ: Tiger Woods, Matt Lauer, O.J. Simpson, Bill Cosby, Lance Armstrong và Gilbert Gottfried.

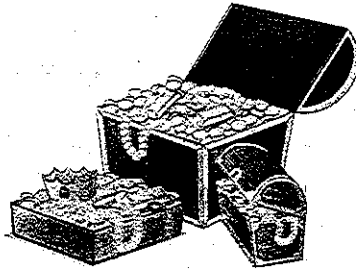
Hãy chọn ngôi sao cho sản phẩm của bạn một cách khôn ngoan.

Một lần nọ, một khách hàng của Keilly đã ngạc nhiên cung cấp sản phẩm đồng hồ đeo tay của họ như một phần trong túi quà gửi tặng cho khách mời. Ngôi sao nhạc rock Ozzy Osbourne đã cầm lấy chiếc đồng hồ và đặt nó trên miệng ông. Bức ảnh này đáng giá vô cùng đối với thương hiệu đồng hồ của vị khách hàng nọ.

Có sản phẩm nào của bạn có khả năng được những siêu sao như Ozzy đặt trên miệng không? Tất cả những gì bạn cần làm là tìm kiếm sự kiện và những người nổi tiếng phù hợp với sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Một bức ảnh giá trị hơn cả ngàn lời nói.

—Khuyết danh



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #53

Đầu tư vào kim loại quý.

Một thế kỷ trước, một ounce vàng (bằng 31,103476 gram vàng) trị giá khoảng 20 đô la có thể giúp bạn mua được một bộ vest nam lộng lẫy. Ngày nay, ta không thể mua được bất kỳ bộ vest nào với giá 20 đô la.

Chưa hết, một ounce vàng tương tự hiện nay có giá trị hơn một ngàn đô la, tức là thừa tiền để mua một bộ đồ từ một nhà thiết kế cao cấp.

Giá trị của vàng có tăng có giảm, nhưng về lâu dài, đầu tư vào vàng là một màn đặt cược an toàn vì nó vượt qua được hầu hết các cơn bão giá và theo kịp được lạm phát. Rõ ràng là vàng không mang

lại tiền lãi hoặc cổ tức nhưng giá trị của vàng có xu hướng tăng lên trong khi các khoản khác suy giảm. Vì vậy, giữ kỹ một lượng vàng nhất định bên cạnh các khoản đầu tư khác của bạn là một quyết định sáng suốt.

Kim cương – cùng các kim loại quý khác – tồn tại vĩnh cửu

Rất nhiều tỉ phú đã tạo ra của cải cho bản thân bằng việc tận dụng các loại kim loại quý và họ vẫn đang làm điều đó cho đến tận ngày nay. Sau đây là ví dụ vài tỉ phú vẫn đang xem vàng là lĩnh vực đầu tư khả thi: Ray Dalio, David Einhorn, Stanley Druckenmiller và Lord Jacob Rothschild.

Tỉ phú Nam Phi Christo Wiese khởi nghiệp bằng cách lập nên chuỗi siêu thị Shoprite tại Cape Town, nhưng trong nhiều năm qua, ông còn tích cực đầu tư vào các mỏ kim cương. Tại Úc, Gina Rinehart đã trở thành nữ tỉ phú giàu thứ sáu thế giới qua việc giám sát các công ty khai thác quặng sắt và than đá.

Bạn không cần phải là nhân vật Gollum trong *Lord of the Rings* (Chúa tể của những chiếc nhẫn) để tìm kiếm những thứ quý giá. Hãy tham khảo ý kiến người cố vấn tài chính của bạn và

tìm hiểu về các quỹ ETF vàng (quỹ giao dịch trao đổi) cũng như các phương pháp đầu tư khác để xác định xem kim loại quý có phải là lĩnh vực phù hợp để bạn bắt đầu làm giàu hay không.

Vàng là tiền. Mọi thứ khác chỉ là tín dụng.

—J. P. Morgan, giám đốc ngân hàng, chuyên gia tài chính



PHẦN BỐN

.....

GẶT HẢI TRÍ KHÔN



LỖ TẮT THỊNH VƯỢNG #54

Mua một máy bán kẹo cao su và để tiền đẻ ra tiền.

Nếu bạn có cơ hội hỏi những người giàu nhất thế giới câu hỏi “Điểm chung của mọi người là gì?” thì bạn nghĩ câu trả lời sẽ như thế nào?

“Thu nhập thặng dư”, tất cả họ sẽ trả lời như vậy.

Cái quý gì vậy?

Thu nhập thặng dư là thu nhập bạn có được khi làm một việc gì đó và sau đó được trả tiền cho điều đó hết lần này tới lần khác.

Dưới đây là cách thức mà mô hình này diễn ra giúp xây dựng nên một cuộc sống thịnh vượng.

Ví dụ, có một trăm người được trao cho 1.000 đô la tiền mặt. Mỗi người trong số họ muốn mua một chiếc ghế sofa mới cho phòng khách của mình. Bạn nghĩ 90% trong số họ sẽ làm gì?

Họ sẽ mua ghế sofa phải không? Như vậy, họ sẽ chi 1.500 đô la cho chiếc ghế sofa đó và mắc nợ 500 đô la.

9% ở tốp đầu sẽ mua một chiếc ghế sofa với giá từ 1.000 đô la trở xuống và không bị mắc nợ. Chúng ta biết được bao nhiêu người nằm trong số này?

Tuy nhiên, các vị triệu phú và tỉ phú sẽ làm một điều hoàn toàn khác với 99% đó.

Họ sẽ đi ra ngoài và mua một chiếc máy bán kẹo cao su rẻ tiền. Đó là loại máy lớn màu đỏ tươi chứa những viên kẹo cao su đầy màu sắc sẽ lăn xuống máng trong ánh mắt háo hức của những đứa trẻ chờ đợi phần thưởng của chúng mà bạn thường nhìn thấy trong trung tâm mua sắm. Những chiếc máy này có giá khoảng 750 đô la.

Các triệu phú và tỉ phú lấy 250 đô la còn lại để mua sỉ những viên kẹo cao su với giá vài xu mỗi lổ. Họ đặt các máy bán kẹo cao su này ở những cửa hàng địa phương nơi trẻ em thường lui đến và xếp hàng để lần lượt chờ lấy kẹo.

Về cơ bản, những người giàu có này đang liên tục bỏ ra mỗi 25 xu để thu về nhiều lần vài ba xu. Chẳng bao lâu sau họ đã thu được 1.000 đô la lợi nhuận. Họ dùng số tiền kiếm được này để mua ghế sofa và không phải mắc nợ.

Những con người giàu có nhất hiểu được tầm quan trọng của việc tạo ra một cỗ máy sẽ liên tục tạo ra tiền từ tháng này qua tháng khác mà không khiến họ tốn thêm một xu nào.

Khái niệm này có thể được áp dụng cho một loạt các ý tưởng khác. Một tác giả có thể viết một cuốn sách bán chạy nhất và nhận được tiền bản quyền mãi mãi. Một người khác có thể phát minh ra một sản phẩm giúp anh ta nhận được cổ tức cho đến nhiều thế hệ sau này.

Điều quan trọng là hãy tạo ra một phiên bản của chiếc máy bán kẹo nợ và để nó kiếm tiền giúp bạn cho đến nhiều thập kỷ sau. Tất cả những gì bạn cần làm là thiết lập trạng thái tự vận hành và tự nạp tài nguyên tương tự như chiếc máy bán kẹo tự nạp đầy kẹo cao su để bán vậy.

Đó chính là điều kỳ diệu của thu nhập thặng dư.

Chìa khóa của sự giàu có là làm điều gì đó một lần và hưởng lợi từ nó hết lần này đến lần khác.

-Khuyết danh



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #55

Dừng ngay cho đi để nhận lại.

Khi nhà đầu tư thiên thần Dan Fleyshman đang cố gắng cho ra mắt ý tưởng thức uống tăng lực *Who's Your Daddy*, anh tìm cách để đưa sản phẩm của mình lên các kệ trưng bày.

Dan đã giao loại thức uống của anh cho cửa hàng 7-Eleven trên cơ sở dùng thử miễn phí. Anh tin tưởng vào sản phẩm đến mức sẵn sàng nắm lấy mọi cơ hội, dù chỉ là để có được một vị trí trên kệ trưng bày. Sau khi loại đồ uống này tự chứng tỏ tiềm năng bằng doanh số bán ra, 7-Eleven đã tiến hành nhập sản phẩm (và tất nhiên là mất tiền để mua nó).

Sau khi thiết lập được sự quan tâm từ người tiêu dùng, Dan tiếp xúc với Albertson, Costco và các nhà bán lẻ khác và kể về câu chuyện thành công của sản phẩm tại 7-Eleven (nhưng tất nhiên là đã lược bỏ qua phần dùng thử miễn phí).

Sau đây là một ví dụ khác cho nguyên tắc tương tự từ một người sử dụng Lối tắt thịnh vượng khác. Vào cuối những năm 1970, nhà cải cách Ron Klein nhận thấy rằng khi những thương nhân giao dịch trái phiếu ở Phố Wall vẫn đang ngồi tại văn phòng của mình mà muốn biết yết giá trái phiếu thì họ phải gọi cho các thương nhân đang có mặt trực tiếp tại Sàn giao dịch Chứng khoán New York.

Klein nghĩ rằng vấn đề này gây lãng phí thời gian một cách vô lý – các thương nhân vô cùng bận rộn và không thể cứ luôn trả lời điện thoại – vì vậy ông đã phát minh ra một chiếc máy có tên “Màn hình liên kết yết giá trái phiếu chung” cho phép báo giá trực tiếp từ sàn giao dịch đến văn phòng. Ông cung cấp miễn phí hệ thống này cho một người bạn là người giao dịch trái phiếu và kết quả mang lại thật ngoạn mục.

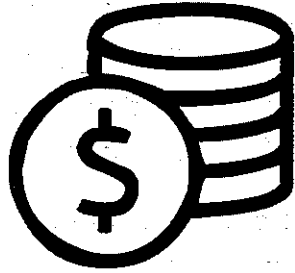
Ngay sau đó, các nhà giao dịch trái phiếu khác đã tìm ra lý do tại sao nhà giao dịch trái phiếu đầu

tiên có thể nhận được báo giá và trả lời họ nhanh chóng đến như vậy. Chuyện gì đến rồi sẽ đến chuông điện thoại và các đơn đặt hàng màn hình đổ về tới tấp khiến Klein choáng ngợp.

Hãy thử cung cấp miễn phí sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn cho một người có ảnh hưởng để chứng minh giá trị của nó. Và sau đó, những người có nhu cầu khác sẽ đến gõ cửa nhà bạn để có thể mua được sản phẩm.

Nếu bạn không sẵn sàng làm tất cả mọi thứ dù phải chịu chi phí tốn kém thì lý do gì tôi phải chấp thuận đầu tư cho doanh nghiệp của bạn?

—Dan Fleyshman, nhà đầu tư thiên thần



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #56

Chậm hơn cũng không sao.

Là người đầu tiên đưa sản phẩm ra thị trường không phải lúc nào cũng được lợi như những gì ta nghĩ. Motorola là hãng đầu tiên cho ra mắt điện thoại thông minh. Blockbuster có mặt trước khi Netflix ra đời. Sears từng kiểm soát mọi thứ trước Amazon. Friendster và Myspace đều xuất hiện trước khi ta có Facebook.

Là người xuất hiện thứ hai hoặc thứ ba, bạn đã để cho người khác đầu tư tất cả vốn liếng của họ để tạo dựng sự chú ý cho sản phẩm mới trong khi bạn không cần phải bỏ ra bất cứ chi phí nào. Đồng thời, bạn cũng chờ cho đối thủ của mình phạm phải tất cả

những sai lầm và bạn – kẻ đi sau – có thể tránh mắc phải những lỗi lầm đó.

Chú rùa đi chậm nhưng cuối cùng đã đánh bại thỏ rừng trong cuộc chạy đua. Đừng rút lui khỏi cuộc thi chỉ vì một đối thủ khác đã xuất phát trước. Bạn chắc chắn vẫn có khả năng tạo ra một sản phẩm tốt hơn và thông minh hơn.

Trở thành kẻ đầu tiên gia nhập thị trường không phải là điều quan trọng – vấn đề là bạn phải là người đầu tiên làm đúng.

–Benny Xian, doanh nhân kiêm nhà sáng lập Voyadi



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #57

Loại bỏ cái tôi khỏi quá trình ra quyết định sáng tạo.

Mối quan hệ hợp tác và đối tác kinh doanh đôi khi có thể trở nên vô cùng thách thức. Điều đó đòi hỏi rất nhiều niềm tin, không chỉ về vấn đề tiền bạc, mà còn cả *niềm tin sáng tạo*.

Để tồn tại và phát triển, các doanh nhân và chủ sở hữu doanh nghiệp cần phải là người hiểu chiến và có đầu óc kiên định. Họ phải có sự tự tin nhất định rằng sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng của họ sẽ thành công, dù bất kể điều gì xảy ra đi nữa.

Đồng thời, những người sáng tạo, các nhà thiết kế, nghệ sĩ đồ họa và các copywriter cũng nên có

tinh thần vững vàng cùng lòng tự hào về công việc của họ.

Thế nhưng khi bàn đến việc đưa ra quyết định sáng tạo, đặc biệt là các quyết định về thiết kế, thỉnh thoảng bạn khó mà biết được đâu là “câu trả lời đúng” khi có sự bất đồng giữa các phe phái khác nhau.

Chìa khóa để giải quyết vấn đề này là không dựa vào *cái tôi* của bất kỳ ai trong quá trình đưa ra quyết định sáng tạo. Không sao cả khi người sáng lập, nhà thiết kế hay nhân viên thư tín đưa ra được phương pháp tốt nhất. Cái chính là quyết định được đưa ra dựa trên lợi ích của khách hàng chứ không phải ý kiến của bất kỳ ai.

Rob Angel ban đầu là một người phục vụ giúp khuấy động các trò chơi trong nhóm bằng cách chọn ngẫu nhiên một từ trong từ điển và vẽ ra để mọi người đoán xem đó là từ nào. Dù anh ta có nhận thức được hay không, điều mà anh đang làm chính là tạo ra một biến thể cho một trò chơi kinh điển: *trò chơi đố chữ*.

Hai năm sau, anh tìm thấy những mảnh ghi chú từ cũ của bản thân và quyết định mở rộng ý tưởng

này. Anh đọc toàn bộ quyển từ điển, tìm hai đối tác cùng kinh doanh và tự xuất bản trò chơi mang tên gọi: Pictionary.

Khi Angel và nhóm của mình lần đầu tiên sản xuất Pictionary, một trong những đối tác của anh đã thay đổi màu sắc thiết kế của hộp đựng thành màu trắng. Nhà thiết kế đã *vô cùng giận dữ* – không phải vì sự thay đổi màu sắc sai lầm, mà bởi vì đó không phải là màu sắc trong thiết kế *của anh ta*.

Cuối cùng, thiết kế đó đã giành được giải thưởng và trở thành một trong những sản phẩm giải trí bán chạy nhất mà thế giới từng biết đến.

Trong việc kinh doanh, hãy sở hữu một cái tôi lớn khi cần đập cửa và chào bán hàng hóa của bạn. Thế nhưng hãy kiểm tra xem liệu cái tôi của bạn có đang chực chờ lao ra mỗi khi bạn đưa ra quyết định sáng tạo không.

Đừng bao giờ để cái tôi của bản thân đến quá gần vị trí của bạn, nếu không khi vị trí của bạn mất đi thì cái tôi của bạn cũng sẽ biến mất cùng nó.

—Colin Powell, đại tướng đã nghỉ hưu của Quân đội Hoa Kỳ



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #58

Đừng mua hàng với giá bán lẻ.

Khi một cửa hàng hiển thị MSRP, tức là mức giá bán lẻ khuyến nghị của nhà sản xuất, thì giá thành của nó đúng là như thế. Đó là mức giá mà nhà sản xuất nghĩ rằng nhà bán lẻ nên bán.

Các cửa hàng luôn mua được sản phẩm *thấp hơn* nhiều so với mức giá niêm yết.

Ví dụ: Khi một đại lý bán chiếc xe theo giá được ghi trên nhãn, điều đó có nghĩa là họ bán với toàn bộ mức giá bán lẻ đầy đủ. Đừng bị lừa khi nghĩ rằng đại lý bán xe đang tặng cho bạn bất kỳ một sự ưu đãi nào.

Thực tế là, nếu bạn mua được chiếc xe mới với giá thấp hơn giá trên nhãn thì bạn thậm chí vẫn chưa biết được giá trị thực của chiếc xe đó là bao nhiêu.

Những người giàu có biết điều này và chỉ hỏi một câu hỏi duy nhất giúp họ tiết kiệm khoản tiền của mình, rằng: "Đây đã là mức giá *tốt nhất* mà bạn có thể đưa ra chưa?"

Giá của một chiếc xe hơi, một chiếc váy, một bộ quần áo, và khá nhiều thứ khác được niêm yết rất cao, hầu như chúng luôn được trừ hao sẵn một khoản lớn để phòng khi cần thương lượng. Bạn sẽ ngạc nhiên về cách mà mỗi nhân viên thu ngân hay đại diện bán hàng có thể hạ giá thành sản phẩm đang bán khi được khách hàng yêu cầu.

Hãy thử làm điều đó.

Bạn sẽ nhanh chóng khám phá ra rằng "Đây đã là mức giá *tốt nhất* mà bạn có thể đưa ra chưa?" chính là cụm từ đáng giá của bạn.

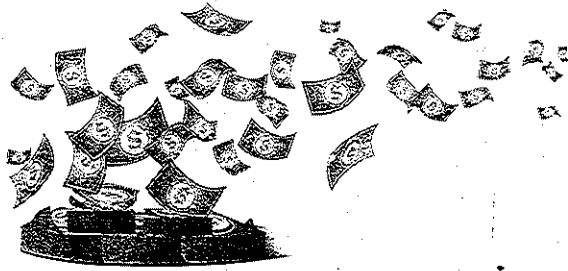
Mách bạn: Người giàu thích những thỏa thuận sinh lợi

Theo một bản sách trắng từ hai nhà nghiên cứu A. Yesim Orhun và Mike Palazzolo của Đại học Michigan, những người giàu có thường tiết kiệm tiền bằng cách mua hàng với số lượng lớn hơn so với những người có thu nhập thấp. Những người giàu cũng mua nhiều hàng giảm giá hơn so với các nhóm người có mức thu nhập khác. Các triệu phú và tỉ phú biết và hiểu rằng giảm chi tiêu xuống mức có thể kiểm soát được để liên tục gây dựng tài sản của họ là điều rất quan trọng.

Không có gì phải xấu hổ khi bạn là một người mua sắm thông minh! Xấu hổ là khi bạn chi tiêu vượt mức cần thiết của bản thân.

Đừng bao giờ mua hàng với giá bán lẻ.

—Warren Buffett, nhà đầu tư, chủ tịch
kiểm soát điều hành của Berkshire Hathaway



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #59

Đừng lo khi phải chia tay với điều bạn yêu thích.

Các chủ doanh nghiệp trải qua nhiều năm làm việc cật lực để xây dựng công ty từ hai bàn tay trắng. Họ khởi động, cọ xát và bầu vùi vào việc kinh doanh. Họ đưa ra một số quyết định kinh doanh tuyệt vời cũng như một số quyết định sai lầm, những điều mang lại cho họ bài học kinh nghiệm. Cuối cùng, việc kinh doanh của họ cũng phát lên và nở rộ.

Bây giờ công ty đã đạt đến đỉnh cao, tiếp theo sẽ là gì đây? Kỹ sư kiêm doanh nhân Dan Smith từng trải qua tình huống này với một trong những công ty của ông. Ông đã kiếm được rất nhiều vốn mồ

hôi nước mắt trong kinh doanh và nó đã trở thành một phần rất lớn trong cuộc đời ông. Ông từng đinh ninh rằng ông sẽ nghỉ hưu với nó.

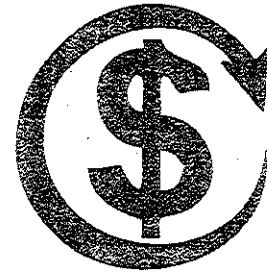
Nhưng sau đó, mọi thứ đã thay đổi: Ai đó muốn mua lại công ty của Dan. Lúc này, ông không biết phải làm gì. Liệu ông có thể chia tay với điều mà ông vô cùng yêu quý hay không? Không như Jeff Fried, người đã có một bước đi táo bạo bằng cách trở thành quản lý cho một võ sĩ quyền anh (xem lại Lỗi tắt thịnh vượng #21) với mục đích kiếm tiền ngay từ đầu, Dan hiện đã ở dốc bên kia trong công việc kinh doanh của mình. Liệu bán công ty có mang lại nhiều lợi ích hơn giữ nó lại không? Làm thế nào ông có thể có đủ can đảm để dứt khoát tách khỏi đứa con tinh thần của mình – thứ mà ông đã nuôi dưỡng từ thuở còn yếu ớt cho đến khi trưởng thành và ổn định?

Dan đã tìm kiếm lời khuyên từ cố vấn của ông, người bảo rằng ông nên bán công ty. Dù lo lắng, ông đã lắng nghe và làm theo lời khuyên. Ông lấy số tiền có được từ vụ mua bán để mua những căn nhà bị tịch thu, mà từ chúng ông đã kiếm được rất nhiều tiền lãi. Số tiền đã giúp ông có được nguồn vốn đầu tư và mở ra cánh cửa cho các nguồn doanh thu mới.

Nếu bạn có mối liên kết sâu sắc với công việc kinh doanh của mình và yêu thích những gì bạn làm thì điều đó thật tuyệt. Nhưng hãy cởi mở để buông bỏ và giải phóng bản thân để bạn có thể nắm lấy được một điều gì đó mà đến cuối cùng bạn có thể sẽ yêu thích hơn rất nhiều.

Nếu bạn yêu chiếc xe cút kít, bạn sẽ xoay vần trong những vòng tròn.

—Khuyết danh



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #60

Chỉ đóng một đinh với một búa một lúc.

Dây là một mô hình rất dễ làm theo. Khi có một cái búa và một chiếc đinh, bạn sẽ hoàn thành được công việc của mình và tạo ra được một điều gì đó tuyệt vời. Nếu bạn có hai cái búa, hai chiếc đinh và đóng bằng cả hai tay cùng một lúc, bạn nghĩ điều gì sẽ xảy ra?

Bạn sẽ có hai chiếc đinh cong và có thể là một ngón tay bị dập, đó chính là điều sẽ xảy ra.

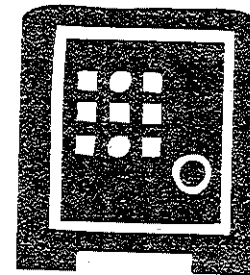
Scott Duffy, một doanh nhân kiêm diễn giả chính, gọi đây là “Hội chứng búa và móng tay”. Các doanh nhân có xu hướng tập trung vào quá nhiều

thứ cùng một lúc. Họ nghĩ rằng điều này rất tuyệt, họ có thể đa nhiệm và giải quyết được rất nhiều việc. Nhưng liệu họ có thực sự hoàn thành tốt công việc không? Có lẽ là không.

Hãy dốc hết sức nện búa trên một chiếc đinh, sau đó chuyển sang chiếc đinh tiếp theo. Như Duffy đã viết trong cuốn *Launch! The Critical 90 Days from Idea to Market* (tạm dịch: Ra mắt sản phẩm! 90 ngày quyết định từ ý tưởng đến thị trường): “Hãy nhớ rằng, lối tắt hiệu quả nhất là đi theo tầm nhìn dài hạn”.

Đa nhiệm là một sự dối trá.

—Gary W. Keller, doanh nhân
và nhà sáng lập Keller Williams



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #61

Manh mối, khuôn mẫu, lựa chọn.

Hon cả Austin Powers, Mark Anthony Bates là “người đàn ông bí ẩn quốc tế” thực sự. Một doanh nhân làm việc độc lập kiêm người kết nối tự xưng, ông đã đi khắp thế giới với tư cách là một huấn luyện viên cho những doanh nhân như Tony Robbins và Richard Branson.

Bates có một triết lý được gọi là CPC. Ông tin triết lý này chính là bí mật của mọi nhận thức và tinh thần trách nhiệm cho thành công cũng như thất bại trong kinh doanh.

C (Clues) = Manh mối

P (Patterns) = Khuôn mẫu

C (Choices) = Lựa chọn

Giả sử, bạn có một cuộc hẹn làm ăn và khách hàng của bạn đến muộn. Trong trường hợp này, một *manh mối* đã xuất hiện báo hiệu rằng có gì đó đang đi chệch hướng. Lý do mà đối tác đưa ra có thể là sự thật hoặc không? Dù sao thì đó cũng chỉ là một *manh mối*.

Cuộc họp đầu tiên đã kết thúc tốt đẹp đủ để đảm bảo hai bên sẽ có một cuộc họp lần thứ hai. Thế nhưng đối phương lại tiếp tục đi trễ. Đột nhiên *manh mối* giờ đã biến thành một *khuôn mẫu lặp đi lặp lại*.

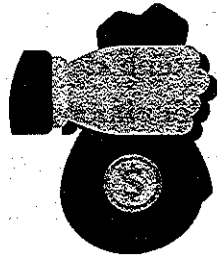
Bây giờ bạn phải đưa ra *lựa chọn* dựa trên *khuôn mẫu* này: Liệu bạn sẽ tiếp tục công việc làm ăn với đối phương, cảm thấy thất vọng, hay thậm chí đối chất với người kia về vấn đề này và yêu cầu anh ta phải thể hiện sự tôn trọng hơn đối với thời gian của bạn nếu hai bên vẫn tiếp tục làm việc cùng nhau.

Thực tế là bạn không thể và không nên cố gắng thay đổi người khác. Đó không phải là trách nhiệm của bạn. Đó là con người thật của đối phương.

Thay vào đó, trách nhiệm và sự lựa chọn của bạn nằm ở việc ra quyết định rằng bạn sẽ chấp nhận việc đến muộn của đối phương hay ký kết làm ăn với đối tác khác. Phương pháp này có thể giúp ích trong mọi mối quan hệ, bất kể đó là trong công việc hay trong đời sống cá nhân.

Thành công thường để lại manh mối.

—Jim Rohn, doanh nhân kiêm diễn giả động lực



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #62

Vượt qua những ràng buộc.

Nhiều doanh nhân và nhân viên bán hàng thường cho rằng chỉ vì một cửa hàng không kinh doanh một loại sản phẩm nào đó thì nó sẽ không bao giờ làm điều đó. Họ cũng đưa ra nhận định sai rằng một nhà bán lẻ quần áo hay phụ kiện sẽ không bao giờ lưu kho bất cứ sản phẩm nào ngoại trừ quần áo và phụ kiện.

Nhiều năm qua, chuỗi cửa hàng bách hóa Nordstrom được biết đến chủ yếu nhờ sản phẩm giày và túi xách. Chắc chắn một điều rằng họ không hề có bất cứ đặc điểm nào liên quan đến một bộ phận trong công ty game trong giai đoạn cuối những năm 1980 và đầu những năm 1990.

Nhưng điều đó không ngăn cản Rob Angel đưa trò chơi hoàn toàn mới của ông vào một cửa hàng bách hóa sang trọng. Bất chấp thực tế là vào thời điểm đó họ không hề kinh doanh bất kỳ trò chơi hay có phòng bán sản phẩm game nào, họ đã mua 172 máy Pictionary.

Điều đặc biệt trong tầm nhìn của Rob là ông xem tất cả mọi người và tất cả mọi thứ xung quanh là khách hàng tiềm năng cho sản phẩm của mình, dù đó là cửa hàng sữa chua hay cửa hàng giày, ông vẫn thấy được những tín hiệu của tiền bạc trong khi người khác thường bỏ qua.

Rủi ro đồng nghĩa với phần thưởng

Nếu bạn là một doanh nhân, bạn sẽ phải chấp nhận một vài rủi ro. Một số rủi ro sẽ đem lại kết quả và một số khác sẽ gây chân đông. Những người đạt được thành công to lớn dưới đây đã chấp nhận lựa chọn rủi ro trong thời điểm then chốt, điều có thể khiến họ phải trả giá cho quyết định của mình:

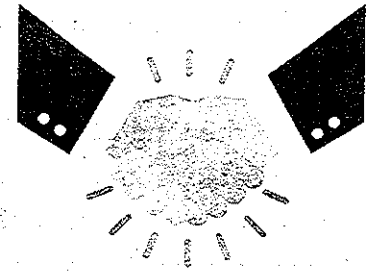
- ① Elon Musk: rời PayPal để lập nên SpaceX và Tesla – hai ngành hoàn toàn không liên quan gì đến thế giới dot.com mà ông đã hoạt động trước đó.

- ③ Bill Gates: Bỏ học đại học (!) để gây dựng Microsoft.
- ③ Bác sĩ Phil: từ bộ phòng khám tư vấn tâm lý tự nhân thành công để cho ra mắt một chương trình truyền hình.
- ③ Robin Chase: nhà sáng lập của Zipcar với khởi đầu chỉ vốn ven 78 đô la trong tài khoản ngân hàng.
- ③ James Dyson: cho ra đời năm nghìn phiên bản máy hút bụi và chịu khoản nợ khoảng 4 triệu đô la cho đến khi chiếc máy hút bụi Dyson cuối cùng được hoàn thiện.

Đừng bao giờ để những ràng buộc kìm hãm doanh nghiệp của bạn. Một bước chuyển mạnh mẽ khác thường của bạn có thể chính là chìa khóa giúp mở ra mọi cánh cửa.

Không có ràng buộc nào đối với tâm trí con người, không có bức tường nào ngăn cách được tinh thần và không có rào cản nào ngăn bước đường ta đi ngoại trừ những giới hạn ta tự dựng lên cho mình.

—Ronald Reagan, tổng thống thứ bốn mươi của Hợp chúng quốc Hoa Kỳ



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #63

Kết nối bên ngoài lĩnh vực của bạn.

Nếu bạn là chủ một tiệm rượu và chỉ giao lưu với các chủ tiệm rượu khác thì sau cùng, tất cả những điều bạn biết chỉ bao gồm trong ngành kinh doanh rượu.

Nếu bạn là chủ một cửa hàng pizza và chỉ kết bạn với những người chủ tiệm pizza khác, tất cả những gì bạn biết sẽ chỉ quay quanh ngành kinh doanh pizza.

Tất nhiên, rượu và pizza – thức ăn và đồ uống – là hai yếu tố kết hợp tuyệt vời. Vậy tại sao người chủ tiệm rượu không giao thiệp với chủ

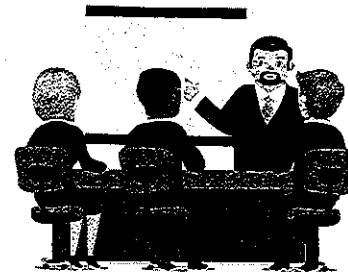
cửa hàng pizza để mở rộng cộng đồng của mình (và ngược lại)?

Chủ tiệm rượu có thể tặng phiếu giảm giá 50% một bánh pizza cho bất kỳ ai mua một lốc bia. Chủ tiệm bánh pizza có thể đính kèm phiếu giảm giá 50% một lốc bia bên trong mỗi hộp pizza được bán.

Việc chủ tiệm rượu và chủ cửa hàng pizza đang làm là chia sẻ khách hàng cho nhau. Họ đang mở rộng mạng lưới và làm tăng cơ hội kiếm thêm doanh thu qua việc kết nối bên ngoài lĩnh vực kinh doanh của mình.

Hãy hợp tác và liên hệ với những thiên tài có đầu óc lạ lùng như chính bạn.

—Khuyết danh



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #64

Tham gia cùng quân sư.

Lối tắt thịnh vượng trước đã giới thiệu cho bạn giải pháp kết nối ngoài lĩnh vực kinh doanh của bản thân. Trong phần này, chúng tôi sẽ đưa khái niệm này lên một cấp độ hoàn toàn mới. Đó là việc những người thành công nhất thế giới tham gia vào các nhóm “quân sư” cũng tương tự như mối liên kết trên các steroid vậy.

Khi muốn tham gia vào ngành kinh doanh xe hơi và hàng không vũ trụ, Elon Musk đã tham khảo ý kiến từ những người có trí tuệ vĩ đại nhất thế giới để biến giấc mơ của mình thành hiện thực. Người xưa có câu “hai cái đầu suy nghĩ thì tốt hơn so với một” – nhưng hãy tưởng tượng những gì bạn có

thể đạt được nếu bạn có thể tận dụng ba, bốn hoặc thậm chí tám trong số những bộ óc sáng suốt nhất trong lĩnh vực của bạn!

Sau đây là cách để bạn kết nối với các vị quân sư. Hãy tiếp cận với tám người không hề trong lĩnh vực kinh doanh của bạn. Họ có thể hoặc không phải là người có mối quan tâm với ngành nghề bạn đang kinh doanh hay ngành mà bạn muốn gia nhập, nhưng điều đó cũng không sao cả. Ví dụ, bạn có thể mời nhà môi giới bất động sản, đại lý bán xe hơi và nhà bán lẻ hàng đầu trong thị trấn mà bạn đang ở. Hỏi xem liệu họ có sẵn lòng gặp nhau như một nhóm mỗi tháng và cùng ăn tối (hoặc nhâm nhi cà phê) để chia sẻ về các dự án, trí tuệ và mong muốn của mình với nhau không.

Vị quân sư đầu tiên

Ai là người khởi xướng khái niệm "quân sư" đầu tiên? Hiển nhiên, người đó chính là Napoleon Hill.

Nhiều người cho rằng ông đã tạo ra khái niệm này từ cuốn *Think and Grow Rich*, nhưng thực ra lần đầu tiên ông giới thiệu khái niệm này là trong quyển *The Law of Success*, được ra mắt trong phiên bản giới hạn vào năm 1925 và được xuất

bản đầy đủ vào năm 1928. Qua nhiều năm, khái niệm này được gọi bằng nhiều cái tên khác nhau, bao gồm "liên minh quân sự" và cho đến nay là "nhóm quân sự", tuy nhiên dù với tên gọi nào thì tinh thần của nhóm vẫn giữ nguyên và mang giá trị vượt thời gian.

Trong lần gặp đầu tiên, sau khi mọi người đã cảm thấy thoải mái và làm quen với nhau, hãy tuyên bố một tầm nhìn đơn giản của cả nhóm. Tất nhiên, bạn đã xác định được mục đích này rồi, nhưng bạn nên trình bày bằng lời nói, đó là để giúp nhau phát triển việc kinh doanh riêng, giải quyết vấn đề, chia sẻ những thông tin liên hệ quan trọng và góp phần cải thiện cộng đồng.

Qua thời gian, bạn sẽ nhận ra rằng nhóm quân sư của bạn đã mở ra cho bạn tất cả cánh cửa ý tưởng và cơ hội mà bạn sẽ không để ý nếu không tham gia cùng nhóm. Họ sẵn lòng giúp đỡ bạn tương tự như cách mà bạn sẵn lòng giúp đỡ họ.

Một ngày nào đó trong nhiều năm sau, khi đã ở cùng đẳng cấp với Elon Musk, bạn rồi sẽ được yêu cầu tham gia một nhóm quân sự của một doanh nhân trẻ, và rồi bạn sẽ vui vẻ nhận lời.

Không có sự kết hợp giữa hai tâm trí nào mà không tạo ra một thể lực thứ ba vô hình, không thể xâm phạm và sẽ nhận được sự yêu thích từ tâm trí thứ ba.

—Napoleon Hill, tác giả cuốn *Think and Grow Rich*



LỜI TẮT THỊNH VƯỢNG #65

Điểm then chốt!

Đôi khi trong kinh doanh, bạn nghĩ rằng mọi điều bạn đang làm đều đúng, nhưng dường như chúng không đem lại tác dụng gì.

Cách đây nhiều năm, Brian Smith, người sáng lập hãng giày bột UGG, cho ra đời dòng sản phẩm giày dép đi biển mới. Theo lẽ thường, ông cũng thuê những người mẫu gọi cảm lướt sóng trên bãi biển để quảng cáo sản phẩm.

Chiến dịch quảng cáo thất bại. Smith không hiểu tại sao một chiếc dịch quảng cáo với những người mẫu lướt sóng đẹp mắt có thể thất bại. Ông tiến hành khảo sát khách hàng và có được một phát hiện

quan trọng: *Những người mẫu không trông giống như họ có thể lướt sóng.* Trong mắt khán giả, hình ảnh của họ hoàn toàn sai và không có sức thuyết phục.

Smith đã phải thay đổi hoàn toàn và tìm kiếm những người mẫu có thể lướt sóng để xây dựng uy tín cho chiến dịch. Ngay sau khi công ty thay đổi, chiến lược quảng cáo bắt đầu lan tỏa.

Khách hàng sẽ cho bạn biết hướng bạn cần đi. Hãy đi theo họ.

Tiềm năng trong ngành giày bột!

Bột có thể phát triển và thích nghi với nhiều phong cách và xu hướng phát triển theo thời gian, và chúng sẽ không bao giờ biến mất. Ngoài UGG, có rất nhiều thương hiệu muốn chạm đến đôi chân của bạn, như Red Wing Shoes, Timberland, Dr. Martens, Frye Company, Wolverine cùng nhiều thương hiệu khác. Hãy sáng tạo một thiết kế mới cho một nhóm người tiêu dùng mới nổi hay chưa từng được khai thác, và rồi bạn có thể bước vào một mỏ vàng.

Chỉ có một vị sếp duy nhất. Đó là khách hàng.

- Sam Walton, nhà sáng lập Walmart và Sam's Club



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #66

Ngẫu nhiên vitamin.

Harry S. Truman từng nói rằng "Không phải độc giả nào cũng là lãnh đạo, nhưng tất cả nhà lãnh đạo đều là độc giả".

Còn đây là câu châm ngôn của ngày hôm nay: "Những người hấp thụ thông tin hôm nay chính là tỉ phú của ngày mai".

Quay lại "những ngày xưa", hầu hết các tỉ phú đều là những người thích đọc sách. Họ sở hữu những thư viện khổng lồ và đọc sách mỗi ngày.

Bạn có thể sẽ thấy sốc vì sự thật sau đây, rằng những người sử dụng lối tắt thịnh vượng đã đóng

góp cho cuốn sách này không phải là những độc giả cuồng nhiệt. Một vài người trong số họ đã *viết và xuất bản* sách và đã đọc một vài quyển trong những năm qua, thế nhưng họ không phải là những tín đồ yêu sách giống như các tỉ phú trong quá khứ.

Điều này không có nghĩa rằng các tỉ phú không đọc sách. Họ chắc chắn có đọc sách, họ thậm chí còn tiếp thu *mọi thứ*.

Ngày nay, những người khổng lồ có phương pháp học tập khác. Họ đắm mình vào blog, các bài đăng xu hướng trên phương tiện truyền thông xã hội, sách nói, video, podcast và trao đổi trực tiếp nhiều hơn so với dạng "sách vở" truyền thống. Quá trình học hỏi không giới hạn của họ gắn liền với kỷ nguyên kỹ thuật số. Họ thích những định dạng mang tính tương tác và đa chiều. Thêm vào đó, thường thì các nguồn và định dạng này sẽ ngắn gọn và nhanh hơn rất nhiều. Các video trên YouTube đã và đang thu hút mọi người tham gia chia sẻ và chỉ dẫn về tương lai.

Tất cả chúng ta đều chịu áp lực về thời gian, phải không?

Đừng ghét bỏ sách vở, chúng ta yêu quý chúng mà, đúng không? Thực tế là chính bạn cũng đang

đọc sách ngay lúc này đây! Sách có thể không có sự nhay bén với thời gian thực như các định dạng kỹ thuật số tiên tiến khác, nhưng chúng có lợi thế từ việc được biên tập kỹ lưỡng và đào sâu vào các chủ đề hơn bất kỳ bài đăng blog nào.

Những tác phẩm văn học vĩ đại sẽ luôn luôn đứng vững trước thử thách của thời gian. Vì vậy: *Nếu bạn thích đọc những quyển sách có thể cầm trên tay thì hãy tiếp tục làm điều đó nhé!*

Điều cốt yếu chính là *hãy hấp thụ nội dung giống như hấp thụ những viên vitamin*. Bạn có thể nghiền nát chúng, uống, nhai hoặc nuốt viên thuốc. Kết quả cuối cùng đều như nhau.

Bằng cách đọc và trải nghiệm nhiều nội dung trong nhiều định dạng khác nhau, đặc biệt là những định dạng phù hợp với bản thân, bạn vẫn đang bổ sung vi chất và năng lượng cho bộ não của bạn.

Nội dung là vua.

—Bill Gates, nhà sáng lập chính của Microsoft Corporation



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #67

Trả lời điện thoại.

Những người thành công nhất là những người có tâm thái sẵn sàng nhất cũng như sẵn lòng chia sẻ thông tin liên hệ và kiến thức của họ. Các Wealth Hacker trong quyển sách này hoặc xuất hiện tại các sự kiện và/hoặc trả lời các cuộc gọi điện thoại lên lịch phỏng vấn trực tiếp của tôi. Không một ai trong số họ tắt máy hay bỏ qua lời đề nghị của tôi ngay cả khi họ chưa biết về tôi trước đó. Việc của tôi chỉ là nhắc điện thoại lên, quay số, và họ sẽ đáp lời. Giờ đây, tôi coi họ là một phần trong mạng lưới của mình và hầu hết trong số họ là bạn bè của tôi. Họ đã đáp lời tôi và tôi cũng sẽ *luôn luôn* làm điều tương tự mỗi khi họ liên lạc với mình.

Hãy ghi nhớ điều sau đây trong tâm trí bạn: Những người giàu có sẽ trả lời tin nhắn, email, bài đăng trên phương tiện truyền thông xã hội và tin nhắn điện thoại. Họ sẽ *tham gia*.

Chúng ta chìm đắm trong việc giao tiếp 24/7 theo nhiều cách khác nhau, ấy vậy mà ngày nay mọi người có vẻ nghi ngờ về việc được tiếp cận và muốn thoát khỏi hơn là tham gia hơn bao giờ hết.

Mọi người đều xứng đáng có được một cơ hội. Bạn sẽ không bao giờ biết được khi nào thì một kết nối khác lạ có thể dẫn đến một công việc kinh doanh lớn. Hay cảm giác hài lòng sẽ tuyệt vời đến thế nào khi bạn dành ra một vài phút để giúp đỡ người khác bằng lời khuyên của một chuyên gia là chính bạn.

Thời gian của bạn có giá trị và không nhất thiết phải bị quản thúc. Nhưng đừng chặn mọi liên lạc chỉ vì bạn (vẫn) chưa biết về người liên hệ với bạn. Nếu nó không phải là cuộc gọi quấy rầy hay những quảng cáo bán hàng không mong muốn thì hãy cứ nhắc điện thoại lên và đáp lời.

Thực hiện cuộc gọi NGAY BÂY GIỜ

Tám mươi phần trăm những gì ta cần nằm trong phạm vi ảnh hưởng của chính chúng ta. Mọi thứ đều đã nằm sẵn trong tâm với tâm danh thiếp trên bàn, số điện thoại liên lạc trong danh bạ đang chờ đợi thời điểm thích hợp để được quay số.

Thật không may, hầu hết chúng ta đều bị kiềm hãm bởi cụm từ "khi".

Tôi sẽ thực hiện cuộc gọi *khi* bạn trẻ đã rời đi.

Tôi sẽ gửi email *khi* tôi cảm thấy mình xứng đáng.

Thực tế mà nói, thời điểm tốt nhất để hành động là ngay bây giờ.

Thực hiện thử thách này ngay hôm nay. Mở điện thoại của bạn lên và gọi cho người mà bạn sợ nhất, người mà bạn đã ngừng liên lạc với họ. Bạn sẽ ngạc nhiên bởi sự hào hứng mà người đó đáp lại khi nghe tin từ bạn.

Hãy đến gần những người bạn có thể tạo ảnh hưởng.

—Sharon Lechter, kế toán viên, diễn giả động lực kiêm nhà từ thiện



LỖ TẮT THỊNH VƯỢNG #68

Tự thưởng cho bản thân trước.

Những người giàu có hiểu tầm quan trọng của việc đầu tư cho bản thân trước khi đầu tư cho bất kỳ ai khác.

Mỗi khi nhận được một tấm séc, bạn cần phải viết một tấm cho chính mình. Tương lai của doanh nghiệp của bạn phụ thuộc vào điều đó.

"Đầu tư cho bản thân trước tiên" không chỉ có nghĩa là bạn nạp đủ tiền vào tài khoản cá nhân của mình, mà còn đồng nghĩa với việc bạn phải cắt ra từ nguồn thu nhập thường xuyên của mình một quỹ khẩn cấp và tài khoản hưu trí cho bản thân. Điều này cũng xác định việc bạn sẽ trở nên giàu có đến mức độ nào.

Hầu hết mọi người nhận lương và tự động chi tiền cho xe hơi, quần áo, các chuyến đi và các mặt hàng xa xỉ khác. Họ cho rằng rồi họ sẽ tiết kiệm tiền ngay sau đó. Vấn đề mà họ không nhận ra là họ đang bỏ lỡ tất cả lần *tăng trưởng gộp*, được biết đến như một lượng tiền không đổi được cộng dồn qua một khoảng thời gian.

Nếu bạn tự sắm sửa cho bản thân trước đồng thời giữ lại những khoản nhỏ như một thói quen, rồi đây bạn sẽ nhận được kết quả trong dài hạn mà không cần phải làm gì cả. Nếu bạn quá lo lắng rằng bạn không thực sự có thể tiết kiệm được tiền trong một khoảng thời gian, hãy cứ bình tĩnh và quay lại bổ sung số tiền đó khi tình hình đã ổn định và bạn đang dư dả về mặt tiền bạc.

Mặt khác, dù tình hình tài chính của bạn eo hẹp đến mức nào đi chăng nữa, hãy nhớ lấy điều này: vào cuối mỗi tháng, khi phải đối mặt với một đồng hóa đơn cần chi trả, hãy luôn nhớ dành ra một khoản đầu tiên cho chính mình.

Rót đầy cốc của mình trước. Sau đó mới tặng cho thế giới những gì được dư ra.

—Les Brown, diễn giả động lực huyền thoại



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #69

Tạo cảm giác phần chẵn cho sự cống hiến.

Nhiều doanh nhân tin rằng chìa khóa của thành công là *tiên, tiên, và tiên*. Quan điểm này không thể đúng hơn trong lĩnh vực tài chính.

Nhưng có một ví cổ vấn tài chính khác biệt, Jeff Levitan, lấy việc làm từ thiện làm mục tiêu hoạt động chính. Ông đã làm việc không mệt mỏi để chống lại sự nghèo đói của trẻ em ở cả cấp độ địa phương và quốc tế.

Khi bàn đến vấn đề với khách hàng, hầu hết mọi người đều thích làm việc với một “người tốt”. Giống như câu ngạn ngữ cổ đã nói: “Hãy thành đạt bằng cách làm người tốt”.

Trái với suy nghĩ của nhiều người, nhiều người giàu nhất thế giới không phải là kẻ keo kiệt khi trao đi. Hàng năm, các tỉ phú như Bill Gates, George Soros, Warren Buffett và Michael Bloomberg đã trao đi hàng tỉ đô la cho các tổ chức từ thiện khác nhau.

Khách hàng sẽ muốn làm việc với các doanh nghiệp biết cho đi. Họ muốn làm việc với một cá nhân cụ thể chứ không chỉ là một thực thể công ty. Họ sẽ chi tiêu nhiều hơn cho việc thiện thay vì chỉ kiếm tiền. Trên hết, trong thế giới tài chính, khách hàng đang tìm kiếm những con người đáng tin để trông coi tiền bạc – những con người đã được chứng thực thông qua nỗ lực nhân đạo của họ.

Bạn sẽ ủng hộ cho động cơ nào? Có tổ chức từ thiện nào mà bạn hết lòng tin tưởng rằng bạn có thể kết nối họ với doanh nghiệp của mình không?

Bạn sẽ không phải mất nhiều tiền bạc để tham gia vào hoạt động từ thiện. Hãy quyên góp trong khả năng của bạn và gia tăng số tiền đó mỗi khi doanh nghiệp của bạn phát triển.

Lòng hào phóng luôn luôn nhận được giá trị từ hành động trao đi.

—Samuel Johnson, nhà thơ, nhà tiểu luận,
nhà ngôn ngữ học kiêm nhà từ thiện



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #70

Để tiền làm việc thay bạn.

Có thể bạn thường nghe nói rằng: *Hãy để tiền bạc của bạn làm việc cho bạn, thay vì trở thành nô lệ của chúng.*

Nhưng điều này thực sự có nghĩa là gì? Đừng như mỗi chuyên gia hay nhà tư vấn tài chính đều đưa ra một câu trả lời khác nhau, chính vì vậy, ta hãy cùng đơn giản hóa nó.

Nếu bạn chỉ đơn giản là nhận lương, thanh toán hóa đơn và chi tiêu những gì còn lại vào những thứ bạn cần và muốn, thì bạn đã không trao cho tiền bạc cơ hội phục vụ bạn. Mục tiêu ở đây chính là tìm cách *xây dựng tài sản thông qua thu nhập.*

Chiếc máy bán kẹo cao su được đề cập trong Lỗi tắt thịnh vượng #54 chính là một ví dụ của loại

doanh thu này. Sau đây là một biến thể khác: hãy đầu tư vào một tài sản cho thuê. Số tiền cho thuê mà bạn nhận được sẽ bù vào số tiền thế chấp nhà của bạn cộng với một khoản nhỏ để dự phòng. Một chút thu nhập thêm đó sẽ tạo thu nhập cho bạn mỗi tháng mà bạn không cần phải làm gì cả.

Đôi khi thu đông là một điều tích cực

Thu nhập thu đông đôi khi còn được gọi là "thu nhập thùng thư". Ai mà không thích sự hồi hộp khi thò tay vào thùng thư, rút ra một phong bì và tìm được một tấm séc bên trong cơ chứ? Tất nhiên, ta đã có dịch vụ tiền gửi trực tiếp, PayPal cũng như các phương thức chuyển tiền điện tử khác, thế nhưng quan niệm "tìm thấy tiền bạc" vẫn thuộc về khái niệm "thùng thư".

Có nhiều cách để nhận được thu nhập bất ngờ. Bất kỳ doanh nghiệp nào xây dựng được hệ thống khách hàng thành viên thường xuyên đều nhận được khoản chi trả hàng tháng, hàng quý hoặc hàng năm. Bạn có thể bắt đầu bằng một trang web hoặc xây dựng một khóa học trực tuyến. Nếu căn hộ hoặc nhà của bạn có một phòng không dùng đến, bạn có thể cho thuê để có được thu nhập hàng tháng.

Bằng mọi nỗ lực, hãy cố gắng tìm nhiều nguồn thu nhập thụ động để giữ hòm thư của bạn luôn đầy. Danh sách dưới đây minh họa cho cách xây dựng sự giàu có thông qua hòm thư/dòng tiền liên tục.

Làm thế nào để kiếm được

1.000.000 đô la

Bán một sản phẩm giá 200 đô la cho 5.000 người.

Bán một sản phẩm giá 500 đô la cho 2.000 người.

Bán một sản phẩm giá 1.000 đô la cho 1.000 người.

Bán một sản phẩm giá 2.000 đô la cho 500 người.

Bán một sản phẩm giá 4.000 đô la cho 250 người.

Hoặc:

Để 5.000 người trả 17 đô la/tháng trong vòng 12 tháng.

Để 2.000 người trả 42 đô la/tháng trong vòng 12 tháng.

Để 1.000 người trả 83 đô la/tháng trong vòng 12 tháng.

Để 500 người trả 167 đô la/tháng trong vòng 12 tháng.

Để 250 người trả 333 đô la/tháng trong vòng 12 tháng.

Có quá nhiều người tiêu xài số tiền mà họ kiếm được... để mua những thứ họ không muốn... nhằm gây ấn tượng với người họ không thích.

—Will Rogers, diễn viên, nhà hài hước, và bình luận viên xã hội



LỖI TẮT THỊNH VƯỢNG #71

Làm ngược lại những gì mọi người bảo bạn làm.

Dan Smith, người tiên phong trong ngành công nghiệp dầu khí và chủ tịch của Quỹ Đầu tư Năng lượng, đã không ngại mạo hiểm và làm điều ngược lại với những gì mọi người đang làm.

“Tôi luôn coi mở với những ý tưởng mới”, ông nói. “Nếu chúng thất bại, nghĩa là tôi đã đơn giản tự thưởng cho mình một lần thử”.

Trong khi đang làm việc tại XTO Energy vào những năm 1990, Dan đóng một vai trò quan trọng trong cuộc cách mạng công nghệ thủy lực. (Đúng vậy, quá trình này là một phần của quá trình *khai thác* – ví dụ, dùng áp lực để mở ra các khe nứt nhằm

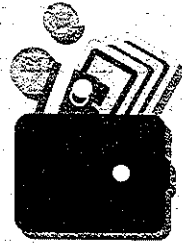
chiết xuất dầu hoặc khí ga. Lỗi tắt thịnh vượng này không cố động hay lên án quá trình gây tranh cãi và được cho là gây hại đến môi trường này. Vấn đề này được nêu lên đơn thuần là một ví dụ cho ý kiến đang được đề cập.) Sự phát triển này đã giúp mở ra trữ lượng dầu khí khổng lồ ở Hoa Kỳ.

Lúc đầu, mọi người cảnh báo ông rằng quy trình sẽ không bao giờ đem lại kết quả và nó chỉ gây lãng phí thời gian, tiền bạc và tài nguyên. Mọi người đều cho rằng ông thật điên rồ. Thế nhưng Dan nói rằng “Hãy thử đi” và ông đã được đền đáp. Quy trình không chỉ đạt được thành công tương đương với phương pháp trước đó mà còn giúp tiết kiệm chi phí khi chỉ tốn 1/10 số tiền đầu tư.

Đôi khi, làm ngược lại với những gì mọi người bảo bạn làm hay không làm sẽ đem lại lợi ích lớn hơn nhiều so với việc giữ nguyên tình hình hiện tại.

Nếu tất cả mọi người đều sử dụng cùng một phương pháp, rất có thể bạn sẽ tìm thấy cơ hội gách cho bản thân bằng cách đi ngược lại với số đông.

–Sam Walton, nhà sáng lập Walmart và Sam’s Club



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #72

Quyết định giữa tiền tài và danh vọng.

Có thể bạn muốn trở nên nổi tiếng. Hoặc có thể bạn muốn làm giàu.

Theo người dẫn chương trình truyền hình, nhà tư vấn C-Suite đồng thời là tác giả có sách bán chạy nhất – Jeffrey Hayzlett – bạn không thể cùng lúc theo đuổi cả hai mục tiêu trên. Bạn phải lựa chọn.

Xác suất thành công thường không bao gồm việc trở nên giàu có và nổi tiếng cùng lúc. Chỉ một số ít được chọn lựa (hãy nghĩ về Paris Hilton) mới có thể làm được điều này và bạn sẽ cần rất nhiều sự may mắn, mối quan hệ và thời gian đáng kể để thực hiện được điều đó.

Hãy đào sâu và tập trung nghiêm túc vào câu hỏi – *chọn tiền tài hay danh tiếng* – và đưa ra quyết định. Nếu bạn nỗ lực để có được danh tiếng, sự giàu có rồi sẽ đến sau. Nếu bạn muốn trở nên giàu có, bạn có thể dùng chính sự giàu có đó để trở nên nổi tiếng.

Tiền tài và danh tiếng thì khó kiếm như một tia chớp lóe sáng vậy.

—P. N. Elrod, tiểu thuyết gia



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #73

Lật tẩy bí ẩn trong các mối quan hệ.

Có thể bạn cho rằng các tỉ phú chỉ thích chơi đùa với kiểu người quyến rũ, lộng lẫy và cuối cùng sẽ lấy những người bạn đời là những cô gái/chàng trai trẻ đẹp.

Không đúng, đó chỉ là một câu chuyện hoang đường.

Gần như tất cả các nhà lãnh đạo được phỏng vấn trong quyển sách này, bao gồm Brian Sidersky và Ron Klein đều có mối quan hệ lâu dài với *những bạn đời giống như mình, những người đã và đang là những người bạn tâm giao và cánh tay hỗ trợ đắc lực.*

Đây là mẫu số chung chắc chắn của những người siêu giàu: Họ có những người bạn đời luôn ở bên họ bất chấp khó khăn, đồng thời trở thành những người tuyệt vời đứng đằng sau nhiều ý tưởng cũng như thành tựu lớn nhất của họ.

Tình yêu và hôn nhân tạo nên hạnh phúc và sự thịnh vượng

Dù rằng không phải mọi tỉ phú đều có tình yêu và mối quan hệ lâu dài, vẫn tồn tại nhiều trường hợp ngoại lệ đáng chú ý. Dưới đây chỉ là một vài trong số các cặp đôi đã ở bên nhau trong hơn hai thập kỷ.

- ① Bill và Melinda Gates
- ② Paul và Linda McCartney (kết hôn 29 năm cho đến khi người vợ qua đời vào năm 1998)
- ③ Carlos Slim và Soumaya Domit (kết hôn 32 năm cho đến khi người vợ qua đời năm 1999)
- ④ Warren và Susan Buffett (kết hôn được 52 năm cho đến khi người vợ qua đời năm 2004)
- ⑤ Eric và Wendy Schmidt
- ⑥ Phil và Penelope Knight
- ⑦ Richard Branson và Joan Templeman

Ngay cả trong giới chính trị, rất nhiều những người quyền lực nhất thế giới cũng có những cuộc hôn nhân bền vững. Sau đây là một vài cái tên: George Washington có Martha. Abe Lincoln có Mary Todd. Franklin Delano Roosevelt có Eleanor. Winston Churchill có Clementine. Ronald Reagan có Nancy. George Bush có Barbara. G.W. Bush có Laura. Barack Obama có Michelle.

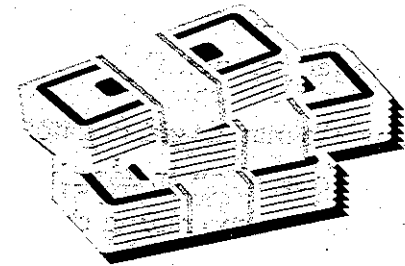
Cứ nghĩ mà xem.

Câu nói cổ hủ rằng “bạn không thể chọn gia đình cho mình” đơn giản là không đúng. Bạn có quyền chọn người mà bạn sẽ dành cả cuộc đời mình để ở bên. Từ người bạn đời rồi sẽ đến những đứa con, những đứa cháu, v.v... tất cả đều bắt nguồn từ người mà bạn chọn lựa một cách có ý thức để dành cả cuộc đời ở bên họ.

Hãy chọn lấy người bạn đời của bạn một cách khôn ngoan.

Đằng sau mỗi người đàn ông vĩ đại là một người phụ nữ. Cô ấy ở đó để nói rằng anh ta không quyền rũ lấm đâu.

—Harrison Ford, diễn viên



LỐI TẮT THỊNH VƯỢNG #74

Khác biệt thật sự giữa giàu có và thịnh vượng.

Bạn có thể là người giàu có, thậm chí là một triệu phú, nhưng bạn sẽ không bao giờ có thể mua được một đội NFL. Bạn có thể sở hữu đại lý xe hơi lớn nhất trong thị trấn hoặc cộng đồng của mình, nhưng rất có thể bạn sẽ chẳng bao giờ mua được NASCAR.

Với suy nghĩ đó, điều gì sẽ xảy ra nếu chúng tôi nói với bạn rằng Lối tắt thịnh vượng cuối cùng này sẽ trái ngược hẳn với 73 bí quyết trước đó?

Khi một vị tỉ phú được tác giả hỏi về lý do tại sao ông ta lại thành công đến vậy trong khi nhiều người khác thì không, câu trả lời thật đáng kinh ngạc: “Vi

những người khác tin vào những lời nói dối nhằm nhí được kể và rao bán trên TV”.

Nhìn thẳng vào mắt tác giả, ông nói, “Mọi người đọc những quyển sách truyền động lực giúp họ cảm thấy tốt hơn, trả tiền cho những chương trình gây hiểu lầm mà họ thấy trên các quảng cáo vào đêm khuya và lắng nghe những lời quảng cáo đại chúng thay vì làm theo những hành động đã được chứng minh từ những người giàu có”.

Choáng váng với câu trả lời của ông, tác giả hỏi, “Vậy lời nói dối lớn nhất là gì?”

“Đơn giản thôi”, quý ông mặc bộ vest trả lời. “Hãy theo đuổi đam mê và tiền bạc sẽ đến với bạn”.

Tác giả như chết lặng. Điều này đi ngược lại với khá nhiều lời khuyên từ những cuốn sách về thành công trong vòng 50 năm qua. “Ý anh là gì?” Tác giả hỏi lại.

“Đó là những gì mà chúng ta đã nghe trong suốt cuộc đời mình, thậm chí còn có một câu nói phổ biến mà đôi khi chúng được gán cho là của Khổng Tử hoặc Mark Twain rằng ‘Khi yêu công việc của mình, bạn sẽ chẳng phải làm việc một ngày nào trong đời mình cả’”.

Vị ti phú lẩm bẩm, “Đúng là nhằm nhí”.

Tác giả muốn hỏi lại để làm rõ câu chuyện: “Ông có thể giải thích thêm được không?”

“Như ông đã biết, khoảng tám mươi lăm phần trăm các doanh nghiệp mới thành lập phá sản mỗi năm – chắc hẳn ông đã nghe về con số thống kê này hàng ngàn lần”. Ông ấy bổ sung, “Vậy ông có biết rằng bảy mươi tư phần trăm các số liệu đều là giả không?”

Tác giả cười khi người người đàn ông giàu có nói tiếp: “Lý do họ thất bại *không phải* vì thiếu kinh phí, thiếu điều kiện tồn tại, hay bất cứ thứ gì tương tự. Lý do mà họ thất bại chính là vì lời nói dối mà tôi vừa đề cập...”

“Hãy tưởng tượng có một anh chàng thợ hàn. Anh ấy dành toàn bộ cuộc đời mình cho công việc để cuối cùng chi tiết kiệm được một vài đô la. Anh ta nghe những lời sáo rỗng rằng hãy theo đuổi đam mê của bản thân, và đã sử dụng khoản tiền đó để từ bỏ sự nghiệp và mở một cửa hàng sữa chua vì anh ta thực sự rất thích sữa chua. Giờ thì, anh chàng này *không biết gì* về sữa chua, chỉ có một mình và đứng ở ngưỡng cửa bắt đầu một doanh nghiệp mới. Tuy nhiên, cũng giống như nhiều người khác, anh đã

nghe một vài chương trình tạo động lực, đọc những quyển sách self-help mới nhất và tất cả đều cố vũ anh thực hiện định mệnh của đời mình là dựng nên một đế chế sữa chua của riêng anh. Nói cách khác, anh ấy đang theo đuổi đam mê của mình”.

“Làm sao ông có thể chắc chắn rằng việc kinh doanh sữa chua là sai lầm của anh thợ hàn? Biết đâu chính niềm đam mê sẽ thúc đẩy anh ấy học hỏi”.

“Không có gì sai với việc bắt tay vào kinh doanh, thực ra đó chính là phần việc dễ dàng. Thách thức nằm ở chỗ duy trì việc kinh doanh. Hãy nhớ rằng tám mươi lăm phần trăm doanh nghiệp khởi nghiệp thất bại trong năm đầu tiên, và năm mươi phần trăm trong số những doanh nghiệp còn tồn tại sẽ đóng cửa vào năm sau”.

“Tại sao lại thế?”

“Bởi vì đó là niềm đam mê của họ. Ông thấy đấy, họ coi công việc kinh doanh của họ như thể đó là đứa con của họ. Công việc kinh doanh đó sẽ chiếm lấy toàn bộ cuộc sống của những người đó”.

“Điều đó thì có gì sai?”

“Chính vì họ coi công việc kinh doanh như đứa con của mình chứ không phải là một công việc

kinh doanh. Họ giữ lại những nhân viên tồi quá lâu, hoặc đưa ra những quyết định dựa trên *cảm xúc* hơn là dựa trên những ví dụ tốt trên thực tế. Họ trở thành thuyền trưởng và chìm chìm trong khi cùng lúc chìm chết tất cả mọi người và mọi thứ còn lại trên tàu”.

Hai mắt tác giả mở to.

“Tôi xem mình là nhân vật trong một trò chơi điện tử,” ông nói tiếp. “Tôi chèo một khúc gỗ dọc theo con suối cho đến khi nó bắt đầu chìm xuống, sau đó tôi nhảy sang khúc gỗ trôi nổi tiếp theo và lướt trên hành trình của khúc gỗ mới. Tôi sẽ không bao giờ chìm bởi tôi sẽ không bao giờ gắn bó về mặt cảm xúc với bất kỳ một thực thể nào. Tôi coi việc kinh doanh của mình như một công việc kinh doanh thực sự chứ không phải như đứa con của tôi”.

“Vậy chẳng lẽ niềm đam mê không bao giờ tham gia vào quá trình hay sao?”

“Tất nhiên là có, đó là phần hay nhất. Đam mê là điều thúc đẩy chúng ta và đổ thêm nhiên liệu vào động cơ giúp chúng ta bắt đầu mọi thứ và cảm thấy phấn khích ngay từ đầu. Nó cũng phát huy tác dụng khi chúng ta tận dụng các cơ hội và xây dựng

sự giàu có cho mình. Chúng ta dùng sự giàu có đó để tài trợ cho niềm đam mê của mình. Nhưng hầu hết mọi người làm điều ngược lại. Đây chính là lý do tại sao rất ít người cảm thấy rằng họ đã thực sự tạo được dấu ấn trên giường quay này”.

“Chắc hẳn phải có một số người theo đuổi đam mê của họ hơn là sự giàu có chứ”, tác giả nêu ý kiến.

“Tất nhiên, có những người tiêu biểu, nhưng hãy hiểu điều này. Rằng bạn có thể trở nên giàu có và chắc chắn kiếm được hàng triệu đô la khi theo đuổi đam mê của mình; tuy nhiên, bạn sẽ không bao giờ biết về *toàn bộ sự giàu có* theo triết lý này. Bạn có thực sự nghĩ rằng Rockefeller đam mê hệ thống tiền tệ không? Hoặc Getty thức dậy mỗi sáng và cảm thấy phấn khích với ngành dầu thô? Hay những người kiếm tiền trong ngành quản lý chất thải đang đi theo tiếng gọi con tim của họ với rác thải? Hay những người mở đường và xây dựng những cây cầu có mối liên kết đặc biệt với đất cát? Điều họ làm chính là nắm bắt cơ hội”.

“Khi đến lượt mình, họ đã sử dụng sự thịnh vượng đó để giúp tạo ra đất nước tuyệt vời mà chúng ta biết ngày nay. Thực tế là, những người tận dụng cơ hội để tạo ra sự giàu có lớn nhất của họ cũng chính là những cá nhân thành lập gần như

mọi trường đại học lớn trên thế giới. Ngoài ra, họ còn tài trợ cho mỹ thuật, như múa ba lê và viện bảo tàng, và hiện còn quay trở lại với các hoạt động giải trí thú vị nhất mà ta có, như ngành giải trí và thể thao chuyên nghiệp”.

“Hãy cho tôi biết: Ông có thật sự tin rằng những vị tộc trưởng ở Ả Rập đi trên các mỏ dầu và trầm trồ thú chắt lòng nằm dưới chân họ không?”

Bị mê hoặc bởi nhận thức mới, tác giả giờ đây phải xem xét lại mọi điều mà ông từng cho là đúng.

Những cảm xúc liên quan đến niềm đam mê có thể cản trở con đường xây dựng và duy trì một doanh nghiệp có khả năng tạo ra khối tài sản khổng lồ.

Ở đâu chúng ta có những cảm xúc mạnh mẽ, nơi đó chúng ta có thể tự đánh lừa mình.

—Carl Sagan, nhà thiên văn học và người truyền bá khoa học

LỜI CUỐI



Giàu có bắt đầu từ suy nghĩ.

Những lời đó của Napoleon Hill trong cuốn *Think and Grow Rich* sẽ tồn tại mãi theo thời gian.

Nếu có một mẫu số chung cho tất cả các Wealth Hacker trong cuốn sách này, thì *niềm tin, mong muốn, trí tưởng tượng và sự kiên trì* chính là những phẩm chất đã được chứng minh và tìm thấy ở những người siêu giàu.

Từ Henry Ford và Andrew Carnegie trong quá khứ cho đến Ron Klein và Tonino Lamborghini ngày nay, *sự giàu có bắt đầu từ suy nghĩ.*

Tin tưởng.

Chinh phục nỗi sợ.

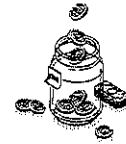
Không bao giờ dừng lại chỉ vì ai đó nói “không”.

Thuyết phục bản thân rằng bạn xứng đáng có được sự thịnh vượng.

Da Vinci, Franklin, Edison, Marconi, anh em nhà Wright, Gates, Buffett, Jobs và Winfrey không có điểm nào hơn bạn cả. Ước mơ của bạn thậm chí còn lớn hơn. Như Napoleon Hill đã viết, “Thế giới đầy rẫy những cơ hội mà những kẻ mơ mộng trong quá khứ chưa từng biết đến”.

Bạn đã sẵn sàng chưa? Đã đến lúc đặt quyển sách này xuống và *hành động*. Hãy cố gắng đưa vào thực tế càng nhiều giá trị trong quyển sách này càng tốt. Và hãy làm điều đó *ngay bây giờ!*

LỜI CẢM ƠN



Dầu tiên, xin gửi lời cảm ơn to lớn đến Brian Sidorsky, người đã gieo mầm ý tưởng để quyển sách này ra đời.

Tác giả muốn gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến tất cả Wealth Hacker xuất sắc đã cho phép đồng tác giả (Gary Krebs) và tôi thăm dò tâm trí họ và sàng lọc ra những hạt vàng tốt nhất, hiệu quả nhất.

Đặc biệt, tôi trân trọng biết ơn những cá nhân đã dành thời gian quý báu của họ cho các cuộc phỏng vấn cá nhân, bao gồm: Kevin Harrington; Tonino Lamborghini; Craig Shah; Dan Smith; Marc Staniloff; Reed Knight, Jr.; Jeffrey Hayzlett; và Jeff Levitan.

Đặc biệt cảm ơn và cảm kích Hiệp hội Mastermind cá nhân của chúng tôi đã chấp nhận thử thách tham gia cùng chúng tôi trong suốt nhiệm vụ này:

Scott Utterback

Simon Lovell

James Blakemore

Clarissa Burt

Kevin Gordon

Joshua Earp

John Chase

William Anthony Dean

Krysten Maracle

Frank Karako

Eric Osche

Brian Tweer

Tôi cũng muốn dành lời cảm ơn đến Katrina Thornton, Katiana Sanchez và Theo Davies, những người đã hỗ trợ rất nhiều từ hậu trường để cuốn sách này có thể ra đời.

Người đại diện của tôi, Bill Gladstone từ Waterside Productions, là một nguồn lực hỗ trợ xuất sắc và đáng tin cậy. Tôi cảm kích mọi điều ông đã làm, bạn của tôi ạ.

Những người bạn tại BenBella thật tuyệt vời: Cảm ơn Glenn Yeffeth, Adrienne Lang, Sarah (Dombrowsky) Avinger, Alexa Stevenson và Scott Calamar.

Cuối cùng, quyển sách này sẽ không thể được thực hiện nếu không có sự hỗ trợ và những đề xuất vô giá của những thành viên tham dự các sự kiện *Tiếng gõ cửa bí mật* và *Trại Thịnh vượng* của tôi. Các bạn **THẬT TUYỆT VỜI!**

VỀ TÁC GIẢ



Tiến sĩ Greg Reid có bằng Tiến sĩ danh dự trong ngành Văn chương, đã được *Forbes* và *Entrepreneur* bầu chọn là một trong năm diễn giả chính xuất sắc nhất. Ông đã xuất bản hơn 70 quyển sách, được dịch sang 45 ngôn ngữ. Một trong những tựa sách bán chạy nhất của ông là *Stickability* và *Three feet from Gold*.

Là một doanh nhân thành đạt được biết đến với tinh thần cống hiến, Tiến sĩ Reid có sở trường dịch chuyển các tình huống phức tạp thành các khái niệm đơn giản, dễ hiểu. Chiến lược của ông đã trở thành một hiện tượng hành động khi giúp tạo ra các kết quả một cách nhanh chóng và mạnh mẽ. Ông có

những mối quan hệ sâu sắc và bền chặt trong thế giới của mình, đồng thời ông cũng là một người có niềm tin vững chắc vào vai trò của các mối quan hệ hợp tác cùng có lợi và tạo ra sự khác biệt cho người khác để đạt được thành công.

Ông yêu thích việc truyền cảm hứng, đôi khi là ca hát và nhảy múa, và giúp đỡ cho những người xung quanh mình.

Gary M. Krebs, nhà sáng lập GMK Writing and Editing, Inc., là một nhà văn, người đại diện văn học và nhà xuất bản sách kinh doanh lâu năm tại Brilliance Publishing (Amazon Publishing), McGraw-Hill Professional, Globe Pequot Press, Adams Media, và Macmillan. Ông cũng là biên tập viên tại Mỹ của *Sách Kỷ lục Guinness*. Các tác phẩm của ông bao gồm *Creating Sales Stars* (viết cùng Stephan Schiffman) và *The Rock and Roll Reader's Guide*. Krebs nhận bằng Cử nhân Mỹ thuật (BFA) từ Chương trình Viết kịch, thuộc Trường Nghệ thuật Tisch (NYU), ông hiện cư trú tại Fairfield, CT.

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

Trụ sở: Số 655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội
Điện thoại: 024 3934 1562 - Fax: 024 3938 7164
Website: <http://nhaxuatbancongtuong.com.vn>
Email: nxbct@moit.gov.vn

CHIẾN LƯỢC TÀI CHÍNH CÁ NHÂN

BÍ MẬT QUẢN LÝ DÒNG TIỀN THÔNG MINH CỦA NGƯỜI GIÀU

Chịu trách nhiệm xuất bản:
Giám đốc - Tổng Biên tập
NGUYỄN MINH HUỆ

Biên tập	Lương Thị Ngọc Bích
Vẽ bìa	Mộc Trà
Trình bày	Anh Trang
Sửa bản in	Mai Lựu

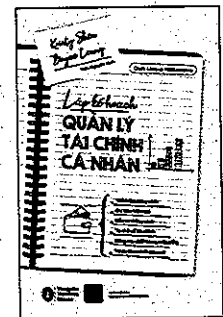
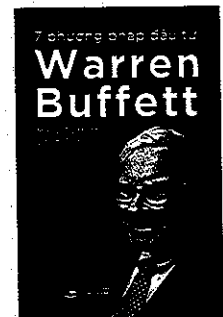
In 3.000 bản, khổ 13x20 cm tại Công ty Cổ phần In và Thương mại Prima.
Địa chỉ: Số 35, ngõ 93 Hoàng Quốc Việt, Cầu Giấy, Hà Nội. Số xác nhận
ĐKXB: 3983-2020/CXBIPH/01-161/CT. Quyết định xuất bản số 244/QĐ-
NXBCT cấp ngày 06 tháng 10 năm 2020. Mã ISBN: 978-604-311-058-6. In
xong và nộp lưu chiểu Quý IV năm 2020.

ĐỐI TÁC LIÊN KẾT:
CÔNG TY TNHH VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG 1980 BOOKS

Trụ sở chính tại Hà Nội:
20-H2, ngõ 6 Trần Kim Xuyên, Yên Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội.
Tel: 0243.7880225 / Fax: 0243.7880225

Chi nhánh tại TP. Hồ Chí Minh:
Số 42/35 Nguyễn Minh Hoàng, Phường 12, Quận Tân Bình, TP HCM
Tel: 0283.933.3216
Website/link đặt sách: www.1980books.com
Email: rights.1980books@gmail.com

Tim đọc các cuốn sách
cùng chủ đề:



QUÉT MÃ ĐỂ KHÁM PHÁ SÁCH HAY

