

BÍ QUYẾT TAY TRẮNG THÀNH TRIỆU PHÚ

SECRETS OF SELF-MADE MILLIONAIRES

ADAM KHOO

Tác giả nổi tiếng của

"Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!"

"Làm Chủ Tư Duy, Thay Đổi Vận Mệnh"

Làm thế nào để có **thu nhập dồi dào**
và **gia tài bạc tỷ** từ... số 0 ?

Dịch giả:

TRẦN ĐĂNG KHOA – UÔNG XUÂN VY
TRƯƠNG VIỆT HƯƠNG



NHÀ XUẤT BẢN PHỤ NỮ

Bí quyết tay trắng thành triệu phú

Adam Khoo

Chia sẻ ebook: <http://downloadsach.com>

Follow us on Facebook: <https://facebook.com/caphebuoitoi>

Table of Contents

[MỤC LỤC](#)

[MANG CHẤT LƯỢNG VÀO KIẾN THỨC](#)

[Lời giới thiệu](#)

[Lời đề tặng từ tác giả Adam Khoo](#)

[LỜI CẢM ƠN](#)

[GIỚI THIỆU VỀ ADAM KHOO](#)

[LỜI GIỚI THIỆU CỦA RON KAUFMAN](#)

[Phần I BẢY BƯỚC LÀM GIÀU](#)

[CHƯƠNG 1 BÍ QUYẾT CỦA MỘT NGƯỜI TỪ TAY TRẮNG LÀM NÊN TRIỆU ĐÔ](#)

[Công cụ làm giàu lợi hại nhất](#)

[Muốn đạt 1000% lợi nhuận ư, bạn hãy...](#)

[Hành trình làm giàu từ tay trắng của tôi](#)

[Tôi đã đạt được tất cả những điều đó như thế nào?](#)

[Thương vụ đầu tiên của tôi... Mở sàn nhảy lưu động](#)

[Ý tưởng kinh doanh thứ hai của tôi... Công ty Adam Khoo và cộng sự](#)

[Tiền bạc là một trò chơi... Bạn phải học để biết cách thắng](#)

[Đầu tiên... Bạn phải biết tại sao mình chưa giàu](#)

[Lý do khiến tôi chưa giàu là](#)

[CHƯƠNG 2 BẢY BƯỚC LÀM GIÀU](#)

[Bước 1: Có cách nghĩ của một triệu phú](#)

[Bước 2: Xác lập và định hình mục tiêu tài chính rõ ràng](#)

[Bước 3: Lên kế hoạch tài chính](#)

[Bước 4: Tăng thu nhập](#)

[Bước 5: Quản lý tiền bạc và giảm chi tiêu](#)

[Bước 6: Triệu phú biết cách nhân giống đồng tiền](#)

[Bước 7: Bảo vệ cơ nghiệp của bạn](#)

[CHƯƠNG 3 CHÍNH THÓI QUEN CỦA TRIỆU PHÚ](#)

[Vậy thế nào là lối tư duy triệu phú?](#)

[Thói quen triệu phú 1: Bao giờ cũng làm vượt trên sự mong đợi](#)

[Kẻ làm giảm giá trị](#)

[Người duy trì giá trị](#)

[Người tạo ra giá trị](#)

[Vấn phá sản nếu chỉ làm vừa đủ](#)

[Đối thủ của tôi](#)

[Chương trình “Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!” và “Thiếu Nhi Siêu Đẳng” của AKLTG](#)

[Thói quen triệu phú 2: Chủ động](#)

[Thói quen triệu phú 3: Chiu trách nhiệm 100%](#)

[Thói quen triệu phú 4: Chưa vội hưởng thụ](#)

[Thói quen triệu phú 5: Làm việc mình thích nhất](#)

[Hãy bắt đầu bằng việc trả lời những câu hỏi...](#)

[Thói quen triệu phú 6: Hành động ngay thẳng chính trực](#)

[Thói quen triệu phú 7: Toàn tâm toàn ý trong việc làm giàu](#)

[Thói quen triệu phú 8: Khả năng chuyển bại thành thắng](#)

[Thói quen triệu phú 9: Quý trọng đồng tiền](#)

[Tiền là...](#)

[Có tiền sẽ...](#)

[Người giàu là...](#)

[Những quan điểm khác về tiền...](#)

[Những quan niệm sai lạc về đồng tiền](#)

[Xóa bỏ định kiến sai lầm về tiền bạc](#)

[Quan điểm mới của tôi về tiền bạc](#)

[Tiền là...](#)

[Có tiền sẽ...](#)

[Phần II PHƯƠNG PHÁP KIỂM TIỀN CỦA TRIỆU PHÚ](#)

[CHƯƠNG 4 NGƯỜI GIÀU QUẢN LÝ TIỀN BẠC NHƯ THẾ NÀO](#)

[Hiểu lầm lớn nhất về sự giàu có](#)

[Sự thật về sự giàu có](#)

[Thế nào là sự giàu có đúng nghĩa](#)

[Mức độ giàu có hiện tại của bạn](#)

[Cách người giàu quản lý đồng tiền](#)

[Cách quản lý tiền của người nghèo](#)

[Cách quản lý tiền của người trung lưu](#)

[Cách quản lý tiền của người giàu](#)

[CHƯƠNG 5 BỐN MỨC ĐỘ GIÀU CÓ](#)

[Sức khỏe tài chính của bạn?](#)

[Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân](#)

[Bảng Thu Nhập Cá Nhân](#)

[Bốn mức độ giàu có](#)

[Mức độ 1: Vững vàng tài chính](#)

[Mức độ 2: An toàn tài chính](#)

[Mức độ 3: Tự do tài chính](#)

[Mức độ 4: Dư dả tài chính](#)

[Câu hỏi đặt ra, mất bao lâu để đạt được bốn mức độ giàu có này? Hãy cùng tôi tìm hiểu, bạn nhé.](#)

[Chiến lược đạt tới mức độ an toàn tài chính](#)

Chiến lược đạt tới mức độ tự do tài chính

Chiến lược đạt tới mức độ dư dả tài chính

Phần III LÀM GIÀU NHANH CHÓNG VÀ BỀN VỮNG

CHƯƠNG 6 HÃY ĐƯA RA MỨC GIÁ CAO NHẤT

Điều gì quyết định thu nhập của một người?

Định nghĩa thật sự về thu nhập

Thu nhập phản ánh giá trị tạo ra

Bạn hiện đáng giá bao nhiêu?

Bạn sẽ phấn đấu để có mức giá bao nhiêu?

Trong lĩnh vực của bạn, ai là người đang tạo ra giá trị mà bạn hướng tới? Bạn có thể học tập được gì ở họ?

Làm gì để tăng lợi nhuận công ty lên gấp đôi trong vòng sáu tháng

Tác động của việc tăng năm yếu tố lên 10%

A. Tăng lương khách hàng tiềm năng

B. Tăng tỷ lệ mua hàng

C. Tăng số tiền mua trung bình

D. Tăng số lần mua

E. Tăng tỷ lệ lợi nhuận

Quyết tâm tạo ra nhiều giá trị hơn ngay từ bây giờ

Bạn hãy khởi động đầu óc bằng cách trả lời những câu hỏi sau...

Bạn cần trang bị những kiến thức và kỹ năng nào?

Trong thời gian tới, tôi quyết tâm đạt được những kiến thức và kỹ năng sau đây...

Làm thế nào để biến giá trị thành thu nhập?

CHƯƠNG 7 THỜI GIAN LÀ TIỀN BẠC... PHƯƠNG PHÁP TẬN DỤNG TỐI ĐA THỜI GIAN

Không chỉ là vấn đề bạn làm việc bao nhiêu giờ...

Tôi đã mất 4900 đô một ngày khi làm những việc không đâu như thế nào

[Dennis Wee kiếm bạc triệu bằng cách tận dụng thời gian như thế nào](#)

[Làm sao để sử dụng 70%, thậm chí 100% thời gian của bạn vào những việc hữu ích](#)

[Bài học từ nhân viên](#)

[Bạn đang sử dụng thời gian như thế nào?](#)

[Bài tập 1: Tôi sử dụng thời gian hàng ngày như thế nào?](#)

[Bài tập 2: Tôi sử dụng thời gian hàng ngày như thế nào?](#)

[Ghi lại giá trị của từng loại công việc \(mức độ từ 1 tới 5\)](#)

[Bài tập 3: Làm thế nào để tối đa hóa giá trị thời gian của tôi?](#)

[Bài tập 4: Làm thế nào để tối đa hóa giá trị thời gian của tôi?](#)

[Bạn có thể giao phó công việc nào ngay bây giờ?](#)

[Bạn có ý định giao phó lại cho người khác những công việc nào trong thời gian sắp tới?
Hạn chót là bao giờ?](#)

[CHƯƠNG 8 LÀM THẾ NÀO ĐỂ TĂNG THU NHẬP THEO CẤP SỐ NHÂN TRONG BẤT CỨ LĨNH VỰC GÌ](#)

[Sức mạnh của việc khuếch đại giá trị](#)

[Sức mạnh của việc nhân giá trị lên gấp bội](#)

[Thu nhập theo cấp số cộng và thu nhập theo cấp số nhân](#)

[Làm thế nào để bất cứ ai thuộc bất cứ ngành nghề nào cũng có thể tăng quy mô giá trị của mình](#)

[a. Đầu bếp kiếm được triệu đô ở tuổi 65 với đồng vốn bằng không!](#)

[b. Thầy phong thủy kiếm được tiền triệu khi đã ngoài 45 tuổi](#)

[c. Bác sĩ có hơn 100 ngàn bệnh nhân đến từ 112 nước trên thế giới](#)

[d. Giáo viên/cố vấn cũng có thể kiếm được hơn 500 ngàn đô/ngày](#)

[e. Tại sao Bill Gates là người giàu nhất thế giới](#)

[Chiến lược tăng quy mô giá trị của bạn ngay lập tức](#)

[Cách 1: Kiếm tiền bản quyền hoặc phí từ việc cấp phép hoặc bán sản phẩm trí tuệ](#)

[a. Nhà đầu tư kiếm được nhiều tiền khi phát minh của họ được áp dụng](#)

b. Siêu sao thu phí cho từng sản phẩm mà họ quảng cáo (ví dụ: đồ chơi, quần áo, đồ dùng thể thao, thức ăn, v.v...)

c. Ca sĩ và nhạc sĩ thu tiền bản quyền từ ca khúc của mình

d. Nhiếp ảnh gia thu phí bản quyền khi ảnh của họ được sử dụng

e. Họa sĩ thu tiền bản quyền và phí cấp phép từ sản phẩm của mình

f. Nhà thiết kế phần mềm và trò chơi thu tiền bản quyền

g. Đầu bếp kiếm được tiền bản quyền khi bán cho nhà sản xuất thức ăn công thức chế biến của họ

h. Tác giả nhận tiền bản quyền từ sách và băng đĩa

Bán thông tin... Sản phẩm quyền năng của nền kinh tế mới

Thông tin của tôi có giá trị không? Tôi thật sự có cái mà người ta muốn mua không?

Không cần là nhà văn mới trở thành tác giả sách bán chạy... Thậm chí bạn không cần phải viết!

Một triệu đô từ quyển sách... không có chữ

Tác giả sách bán chạy nhất không nhất thiết phải là nhà văn giỏi nhất!

Microsoft không tạo ra DOS

Ray Kroc không dựng lên McDonalds

Jack Canfield và Mark Hasen không viết "Món súp gà dành cho tâm hồn"

1. Lọc tìm cơ sở dữ liệu ở Cục đăng ký phát minh sáng chế

2. Tìm các tác giả và chuyên gia có triển vọng

3. Đi tìm các sản phẩm hoặc dịch vụ tốt nhưng chưa được khai thác trên phạm vi toàn cầu

Cách 2: Khuếch đại giá trị của bạn bằng cách bán cho nhiều người hơn cùng lúc

a. Tăng số lượng khách hàng

b. Mở rộng dịch vụ qua Internet

c. Nhân rộng giá trị qua các phương tiện thông tin đại chúng

d. Khuếch đại giá trị công ty bằng cách lên sàn chứng khoán

Cách 3: Thu tiền huê hồng nhiều lần từ việc bán hàng hay giới thiệu sản phẩm

Cách 4: Thu lợi nhuận, cổ tức hoặc tiền bản quyền từ công ty

a. Thu lợi nhuận và cổ tức từ việc xây dựng hệ thống kinh doanh

b. Chủ công ty mở thêm nhiều cửa hàng, tạo thêm nhiều nguồn lợi nhuận

c. Doanh nghiệp phát triển các dòng sản phẩm khác từ sản phẩm chính

d. Thu tiền bản quyền từ việc bán nhượng quyền thương hiệu và mô hình kinh doanh

e. Thu phần chia lợi nhuận từ công ty của bạn

f. Chuyên gia tư vấn tiếp thị, quảng cáo & quản lý hưởng phần trăm lợi nhuận từ khách hàng

Làm sao tôi có thể tăng quy mô giá trị của mình?

Phần IV TẠO NHIỀU NGUỒN THU NHẬP THÔNG QUA INTERNET

CHƯƠNG 9 GÂY DỰNG VIỆC KINH DOANH SINH LỢI MÀ KHÔNG CẦN NGHỈ LÀM

Hiểu lầm 1: Kiếm tiền trên mạng chỉ là cơn sốt hoang đường

Hiểu lầm 2: Kinh doanh trên mạng dễ như trở bàn tay

Hiểu lầm 3: Kiếm tiền trên mạng rất nhanh chóng

Hiểu lầm 4: Việc mở kinh doanh trên mạng là miễn phí

Hiểu lầm 5: Thị trường Internet đã bão hòa với quá nhiều trang web nên không còn cơ hội kiếm tiền nữa

Năm yếu tố giúp việc kinh doanh trên mạng tại gia thành công

1. Nhu cầu sản phẩm hoặc dịch vụ cao

2. Lý tưởng nhất, không phải trư hàng

3. Chi phí thành lập và hoạt động thấp

4. Tiếp cận trên phạm vi toàn cầu

5. Sản phẩm có tỉ lệ lợi nhuận cao

Các doanh nhân thành công nhờ kinh doanh tại gia trên mạng

Iermaine Griggs với Hearandplay.com

Preston Ruther với www.wire-sculpture.com

Aaron Ang với www.gameshop.com.sg

CHƯƠNG 10 BIẾN NIỀM ĐAM MÊ THÀNH NGUỒN THU NHẬP BỀN VỮNG

Bước 1: Xác định niềm đam mê và công việc mà bạn tinh thông nhất

Bước 2: Tìm thị trường chuyên biệt

a. Tìm một thị trường chuyên biệt liên quan đến lĩnh vực bạn yêu thích

b. Đảm bảo đủ số người quan tâm và có nhu cầu về sản phẩm/dịch vụ đó

c. Xác định một vấn đề chưa được giải quyết hoặc một nhu cầu chưa được đáp ứng

Bước 3: Đánh giá đối thủ và tiềm năng lợi nhuận

Bước 4: Tạo ra sản phẩm và nguồn thu nhập

Cách 1: Bán sản phẩm vật chất

Cách 2: Bán sản phẩm kỹ thuật số

Cách 3: Bán dịch vụ

Cách 4: Bán sản phẩm của người khác (Tiếp thị liên kết)

Bước 1: Tham gia chương trình liên kết

Bước 2: Đặt đường dẫn vào trang web của bạn

Bước 3: Khách hàng nhấp vào đường dẫn và mua sản phẩm

Bước 4: Kiếm huê hồng bằng cách bán hàng qua đường dẫn

Cách 5: Lập trang web có nội dung phong phú và cho đặt quảng cáo

Bước 1: Tạo một trang web có nội dung phong phú, bổ ích

Bước 2: Tham gia chương trình Google AdSense

Bước 3: Khách hàng nhấp vào quảng cáo và bạn kiếm được tiền huê hồng

Cách 6: Chiến lược “ốc mượn hồn”

Cách 7: Sử dụng mô hình đa doanh thu

CHƯƠNG 11 CÁCH THỨC XÂY DỰNG MỘT TRANG WEB SINH LỢI

Bước 5: Thiết kế và xây dựng trang web

a. Đăng ký tên miền

Một số điểm quan trọng cần lưu ý về cách đặt tên miền...

[b. Tìm nhà cung cấp dịch vụ máy chủ](#)

[c. Thiết kế và xây dựng trang web](#)

[Để mang lại hiệu quả mong muốn, trang web của bạn phải đáp ứng bảy yếu tố sau...](#)

[1. Trang “Tự giới thiệu”](#)

[2. Trang “Liên lạc”](#)

[3. Tiêu đề và lời chào hàng ấn tượng](#)

[4. Hình ảnh và đồ họa đẹp](#)

[5. Lưu thông tin người dùng](#)

[6. Thanh điều hướng rõ ràng](#)

[7. Trang mua hàng và giỏ hàng ảo](#)

[Bốn cách xây dựng một trang web chuyên nghiệp trong vòng một tuần với giá dưới 500 đô](#)

[1. Tự làm trang web](#)

[2. Thuê nhân viên thiết kế mẫu trang web](#)

[3. Mua mẫu trang web và chỉnh sửa lại](#)

[4. Thuê công ty thiết kế web chuyên nghiệp](#)

[Bước 6: Viết lời chào hàng thật độc đáo để thuyết phục khách hàng](#)

[a. Nắm được điểm độc nhất mà sản phẩm/dịch vụ của bạn mang lại](#)

[b. Đặt mình vào vị trí khách hàng](#)

[c. Làm thế nào để viết tiêu đề ấn tượng](#)

[d. Bí quyết viết lời chào hàng hiệu quả](#)

[Nguyên tắc 1: Bán lợi ích, không bán tính năng](#)

[Nguyên tắc 2: Dùng nhiều tính từ mạnh, con số cụ thể làm điểm nhấn trong câu chào hàng](#)

[Nguyên tắc 3: Sử dụng từ “bạn” và “của bạn” như đang đối thoại với người đọc](#)

[e. Viết quảng cáo dài nếu bạn chỉ có một hoặc vài sản phẩm](#)

[8 bước giúp bạn viết quảng cáo dài thành công](#)

[Bước 1: Đồng điệu và thổi phồng vấn đề](#)

[Bước 2: Đưa ra giải pháp](#)

[Bước 3: Bán lợi ích và giấc mơ](#)

[Bước 4: Tạo dựng uy tín](#)

[Cách tốt nhất để xây dựng uy tín là:](#)

[Bước 5: Đưa ra lời chào mời khó cưỡng lại với những món quà tặng](#)

[Bước 6: Đề ra mức giá và giải thích tính hợp lý của nó](#)

[Bước 7: Bảo hành mạnh tay để giảm rủi ro cho khách](#)

[Bước 8: Mời đặt hàng](#)

[f. Quảng cáo ngắn cho trang web kiểu danh mục liệt kê](#)

[CHƯƠNG 12 LÀM THẾ NÀO ĐỂ THU HÚT NGÀY Càng NHIỀU KHÁCH HÀNG TRÊN MẠNG](#)

[Bước 7: Thiết lập hệ thống đặt hàng và thanh toán](#)

[Hãy để khách hàng trả tiền bằng thẻ tín dụng và PayPal](#)

[Giải pháp thanh toán trực tuyến trọn gói](#)

[Những mẹo nhỏ giúp khách hàng tự tin mua hàng của bạn](#)

[Mẹo 1: Trang “Tự giới thiệu” và trang “Liên lạc” cần có đầy đủ thông tin](#)

[Mẹo 2: Đăng các bằng chứng xác nhận lên trang web](#)

[Mẹo 3: Đưa các thông tin về việc bảo mật và logo vào đơn đặt hàng](#)

[Bước 8: Thu hút khách hàng vào trang web của bạn](#)

[Tăng lượng truy cập vào trang web của bạn miễn phí](#)

[1. Thu hút khách hàng qua các công cụ tìm kiếm](#)

[Cách 1: Làm cho trang web của bạn phổ biến hơn](#)

[Cách 2: Lựa chọn và khôn khéo để vào các từ khóa tốt nhất](#)

[a. Tên miền](#)

[b. Thẻ tiêu đề](#)

[c. Trong cả đoạn quảng cáo chào hàng, hãy chèn càng nhiều từ khóa càng tốt](#)

[Cách 3: Gửi trang web của bạn cho tất cả các công cụ tìm kiếm](#)

[2. Đặt đường dẫn vào những trang web liên quan](#)

[3. Cung cấp nhiều thông tin quý giá miễn phí](#)

[4. Tiếp thị truyền miệng](#)

[5. Đăng quảng cáo trên những trang quảng cáo miễn phí](#)

[Trả tiền để thu hút khách hàng bằng quảng cáo](#)

[Chiến lược 1: Quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm](#)

[Chiến lược 2: Quảng cáo trên các báo điện tử](#)

[Chiến lược 3: Tham gia chương trình liên kết](#)

[Chiến lược 4: Quảng cáo truyền thống](#)

[Bước 9: Lập danh sách khách hàng tiềm năng](#)

[Xin phép lưu lại email của khách với những món quà hấp dẫn](#)

[Bước 10: Thiết lập mối quan hệ với khách cho tới lúc họ mua hàng](#)

[Phần V QUẢN LÝ TIỀN BẠC VÀ KIỂM SOÁT CHI TIÊU](#)

[CHƯƠNG 13 NGUYÊN TẮC SỐ MỘT CỦA NHỮNG TRIỆU PHÚ TAY TRẮNG LÀM NÊN](#)

[Nếu quản lý tiền không khéo, chi tiêu bao giờ cũng tăng cùng thu nhập](#)

[Những người thật sự giàu có sống như thế nào...](#)

[1. Trưởng giả học làm sang](#)

[2. Những kẻ thừa tự giàu có](#)

[3. Những ngôi sao nổi tiếng](#)

[Nguyên tắc bất di bất dịch của những người giàu có đúng nghĩa](#)

[Những người giàu nhất thế giới sống như thế nào?](#)

[Giản dị thanh bạch nhưng không keo kiệt](#)

[Thích kiếm tiền... nhưng ghét tiêu tiền](#)

[“Buôn tàu bán bè không bằng ăn dè hà tiện”](#)

[Tôi sẽ để dành khi thu nhập cao hơn](#)

[CHƯƠNG 14 CÁCH THỨC QUẢN LÝ TIỀN VÀ KIỂM SOÁT CHI TIÊU](#)

Cắt những món nợ tiêu dùng nếu muốn làm giàu

Tránh lạm dụng thẻ tín dụng và nợ tín dụng nếu bạn không muốn phá sản

Thẻ tín dụng... công cụ làm giàu mạnh mẽ

Thẻ tín dụng... công cụ "hóa nghèo" hiệu quả

Năm phương pháp quản lý tiền hiệu quả

15 phút mỗi ngày tạo ra một triệu đô khác biệt

1. Luôn trả giá

2. Bao giờ cũng lấy hóa đơn

3. Cuối ngày, ghi lại tất cả các chi tiêu vào Bảng Theo Dõi Chi Tiêu Hàng Ngày

4. Dùng thẻ tín dụng mỗi khi có thể (nhưng lúc nào cũng trả hết nợ đáo hạn mỗi tháng)

5. Đến cuối tháng, cập nhật Bảng Thu Nhập Cá Nhân Hàng Tháng

5 cách giảm chi tiêu và tăng tiền tiết kiệm lên 20%-30%

1. Tìm hiểu chi tiêu hàng tháng của bạn

2. Để dành trước, tiêu xài sau

3. Suy nghĩ bảy lần trước khi mua

4. Thanh lọc bớt thẻ tín dụng và chỉ giữ lại một

5. Tính trước mình sẽ cần mua gì... và chỉ mua hàng giảm giá

Phần VI XÂY DỰNG TÀI SẢN TRIỆU ĐÔ

CHƯƠNG 15 TĂNG TÀI SẢN VỚI LỢI NHUẬN TIỀN TRIỆU

Rủi ro thấp, lợi nhuận cao

Sức mạnh của lãi suất kép

Mất bao lâu để số tiền của bạn tăng gấp đôi?

Liệu bạn có cá độ 10 xu cho một trận chơi gôn không?

Làm thế nào để lãi mẹ đẻ lãi con

Có hai chiến lược đầu tư chính mà tôi đã và đang áp dụng thành công và giờ đây muốn chia sẻ cùng bạn.

1. Chọn quỹ đầu tư tốt

2. Chọn cổ phiếu tốt

Phân bổ tiền như thế nào để tối đa hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro

Bốn rổ tiền của bạn

1. Rổ An Toàn (1,5%-4,5% lợi nhuận/năm)

2. Rổ Tăng Trưởng (8,57%-20% lợi nhuận/năm)

3. Rổ Tăng Trưởng Nhanh (15%-25% lợi nhuận/năm)

4. Rổ Xa Xỉ (0% lợi nhuận/năm)

Chia tiền vào rổ như thế nào

Bước 1:

Bước 2:

Nếu bạn dưới 30 tuổi

Tôi đã ở tuổi ngũ tuần, liệu tôi có thể đạt tới mức độ tự do tài chính không?

Tái đầu tư để có mức tăng trưởng vượt bậc

Tái đầu tư từ Rổ Tăng Trưởng

CHƯƠNG 16 THẮNG LỢI VỚI QUỸ ĐẦU TƯ

Đa số quỹ đầu tư đều mất tiền... chỉ có người quản lý quỹ kiếm ra tiền

Tại sao nhiều người mất tiền vào quỹ đầu tư?

1. Chi phí giao dịch và quản lý cao

2. Mua quỹ “nóng”

3. Thiếu thông tin, số liệu và công cụ nghiên cứu

Bí quyết chọn quỹ đầu tư

Điều kiện 1: Kết quả lâu dài

Điều kiện 2: Đội ngũ quản lý mạnh và ổn định

Điều kiện 3: Chi phí thấp

Điều kiện 4: Rủi ro thấp so với lợi nhuận

CHƯƠNG 17 CHỌN MUA CỔ PHIẾU THEO CÁCH CỦA WARREN BUFFETT

Tại sao có quá nhiều người bị mất tiền vào thị trường chứng khoán?

Mô phỏng nhà đầu tư tài ba nhất thế giới... Warren Buffett

Niềm tin 1: Thị trường thường vô lý. Giá cổ phiếu không phải lúc nào cũng phản ánh giá trị thực của công ty

Niềm tin 2: Việc dự đoán thị trường không ảnh hưởng đến thành công trong đầu tư

Niềm tin 3: Tôi có thể kiếm được lợi nhuận cao với rủi ro thấp

Niềm tin 4: Nên tập trung vốn vào một vài công ty tốt

Niềm tin 5: Mua cổ phiếu công ty khi giá giảm và bán khi giá tăng

Niềm tin 6: Ra quyết định mua bán dựa vào những yếu tố có cơ sở, không phải vào cảm xúc

Ba bước đi của nhà đầu tư bậc thầy

Bước 1: Xác định công ty tốt

Bước 2: Mua cổ phiếu khi giá cực rẻ

Bước 3: Đợi cho thị trường nhận ra giá trị thực của cổ phiếu hoặc đợi giá lên thật cao

Ngôn ngữ của đồng tiền và doanh nghiệp

Báo Cáo Tài Chính 1: Bảng Cân Đối Tài Chính

Bảng Cân Đối Tài Chính phải luôn cân bằng

Những điều cần biết về tài sản

1. Tài sản ngắn hạn

a. Tiền mặt và tương đương tiền mặt

b. Khoản thu ngắn hạn

c. Hàng tồn kho

2. Tài sản dài hạn

a. Bất động sản, nhà máy và thiết bị

b. Nguồn đầu tư lâu dài

c. Tài sản vô hình

Những điều cần biết về nợ

1. Nợ ngắn hạn

a. Khoản phải trả ngắn hạn

b. Khoản vay ngắn hạn=

2. Nợ dài hạn

Báo Cáo Tài Chính 2: Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh (Báo cáo lời lỗ)

Doanh thu

Giá vốn hàng bán

Lợi nhuận gộp

Chi phí hoạt động kinh doanh

Thu nhập từ hoạt động kinh doanh

Lợi nhuận ròng sau thuế (Thu nhập ròng)

Thu nhập trên một cổ phiếu (Earnings Per Share - EPS)

Tỉ lệ giá trên thu nhập (Price to Earnings - PE)

Báo Cáo Tài Chính 3: Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tê

CHƯƠNG 18 TÁM TIÊU CHÍ ĐỂ MUA CỔ PHIẾU TỐT VỚI GIÁ HỜI

Tiêu chí 1: Doanh thu và lợi nhuận tăng đều đặn trong thời gian dài

Tìm những thông tin này ở đâu?

Tiêu chí 2: Lợi thế cạnh tranh bền vững (Rào chắn kinh tế mạnh)

Nói chung, lợi thế cạnh tranh bền vững của một công ty có thể đến từ những khía cạnh sau:

Đặc điểm của công ty có lợi thế cạnh tranh bền vững (Rào chắn kinh tế mạnh)

Đặc điểm của công ty cạnh tranh về giá (Rào chắn kinh tế yếu)=

Tiêu chí 3: Yếu tố tăng trưởng trong tương lai

Tiêu chí 4: Nợ vừa phải

Tiêu chí 5: Lợi nhuận trên tổng số vốn (ROE) luôn ở mức cao (>15%)

Tiêu chí 6: Không đòi hỏi đầu tư nhiều vào cơ sở hạ tầng để duy trì hoạt động hiện tại

Tiêu chí 7: Ban lãnh đạo trung thực và có tài đầu tư tài sản

Tiêu chí 8: Giá cổ phiếu thấp hơn giá trị thực

Tính giá trị thực của Anheuser-Busch

Dự tính số tiền từ hoạt động kinh doanh trong vòng 10 năm tới (CF Proj)

Tính hệ số giảm (Discount Factor - DF)

Giảm tất cả số tiền trong tương lai về giá trị hiện tại (Discounted Value - DV)

Nếu công ty tốt nhưng giá cổ phiếu cao hơn giá trị thực thì sao?

Khi nào nên bán cổ phiếu?

Phần VII BIẾN ƯỚC MƠ TRIỆU PHÚ THÀNH HIỆN THỰC

CHƯƠNG 19 LÊN KẾ HOẠCH TRỞ THÀNH TRIỆU PHÚ

Sức mạnh của việc thiết kế vận mệnh

Năm đặc điểm quan trọng của một mục tiêu hiệu quả

a. Cụ thể và đo lường được

b. Thử thách bản thân

c. Được thúc đẩy bởi những lý do mạnh mẽ

Giá trị sống của tôi

d. Bản kế hoạch hành động

e. Thời hạn

Thiết kế lộ trình thành triệu phú ngay bây giờ...

Mong ước cá nhân và lối sống

Đóng góp cho cộng đồng và tôn giáo

Gia đình và bạn bè

Sức khỏe và phát triển bản thân

Mục tiêu tài chính

Vạch ra con đường vươn tới thành công

Bắt đầu hành động

- a. Thông báo rộng rãi
- b. Hành động trong vòng 36 tiếng
- c. Tìm một nhóm người ủng hộ

Sức mạnh của hội làm giàu

- a. Giải phóng năng lực sáng tạo
- b. Sức mạnh của các mối quan hệ
- c. Đồng hội đồng thuyền tát cạn biển Đông

Lời nhắn gửi cuối sách

Tham khảo

Dịch giả Trần Đăng Khoa

Dịch giả Uông Xuân Vỹ

MỤC LỤC

[Lời cảm ơn](#)

[Giới thiệu về tác giả Adam Khoo](#)

[Lời mở đầu của Ron Kaufman](#)

[Phần I - Bảy bước làm giàu](#)

[Phần II – Phương pháp kiếm tiền của triệu phú](#)

[Phần III – Làm giàu nhanh chóng và bền vững](#)

[Phần IV – Tạo nhiều nguồn thu nhập thông qua Internet](#)

[Phần V – Quản lý tiền bạc và kiểm soát chi tiêu](#)

[Phần VI – Xây dựng tài sản triệu đô](#)

[Phần VII – Biến ước mơ triệu phú thành hiện thực](#)

MANG CHẤT LƯỢNG VÀO KIẾN THỨC

TGM Books được thành lập vào tháng 9 năm 2007 bởi ba thành viên: chuyên gia đào tạo - dịch giả **Trần Đăng Khoa**, dịch giả **Uông Xuân Vy**, chuyên gia đào tạo **Trần Đăng Triều**. Sau này, vào tháng 2 năm 2009, **TGM Books** được sát nhập vào **TGM Corporation**.

Từ những ngày đầu thành lập, khát vọng của chúng tôi là xuất bản ra những quyển sách có giá trị, được đầu tư công phu cả về nội dung lẫn hình thức, nhằm mang lại cho độc giả không chỉ kiến thức mà còn là một trải nghiệm mỗi khi cầm từng quyển sách của **TGM Books** trên tay.

Với phương châm không xuất bản ồ ạt mà **chỉ xuất bản những quyển sách chất lượng cao từ nội dung đến hình thức**, các ấn phẩm của **TGM Books** được trải qua nhiều công đoạn từ chọn lọc nội dung kỹ lưỡng đến dịch thuật chính xác, rồi biên tập lại với ngôn từ trong sáng, dễ đọc, dễ hiểu, gần gũi với văn hóa Việt Nam. Không chỉ dịch sách, chúng tôi còn mong muốn góp phần nhỏ nhoi làm giàu đẹp thêm ngôn ngữ tiếng Việt thông qua những quyển sách của mình.

Chính vì thế, các ấn phẩm của **TGM Books** đã và đang mang lại những giá trị to lớn cho nhiều tầng lớp xã hội khác nhau bao gồm: sinh viên học sinh, các bậc phụ huynh, công nhân viên chức, các nhà quản lý, các nhà lãnh đạo, doanh nhân... trở thành những đầu sách mang tính hiện tượng, bán chạy nhất tại Việt Nam hiện nay, và được yêu quý bởi hàng triệu độc giả trong và ngoài nước.

TGM Books có được những thành quả này là nhờ sự quan tâm và ủng hộ của những độc giả tâm huyết như bạn. Chúng tôi xin chân thành cảm ơn bạn vì tình cảm tốt đẹp đó.



Mang chất lượng vào kiến thức

www.TGMBooks.vn



Lời giới thiệu

Chúng tôi xin hân hạnh giới thiệu tới bạn quyển sách: **“Bí Quyết Tay Trắng Thành Triệu Phú: Làm thế nào để có thu nhập dồi dào và gia tài bạc tỷ từ... số 0?”**. Đây là quyển sách được dịch và biên soạn bởi chính hai dịch giả nổi tiếng **Trần Đăng Khoa** và **Uông Xuân Vy** (những người đã tạo nên các quyển sách giáo dục bán chạy nhất tại Việt Nam như *“Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!”*, *“Con Cái Chúng Ta Đều Giỏi”*, *“Làm Chủ Tư Duy, Thay Đổi Vận Mệnh”*), và dịch giả **Trương Việt Hương**, một gương mặt trẻ đầy triển vọng trong lĩnh vực dịch thuật.

Từ đầu năm 2008, kết hợp với **Adam Khoo** (tác giả của quyển sách này và cũng là một trong 25 triệu phú trẻ tuổi và giàu có nhất Singapore), hai dịch giả Trần Đăng Khoa và Uông Xuân Vy đã bắt đầu con đường làm giàu một cách chân chính của mình bằng cách học hỏi nhiều kiến thức được chia sẻ trong quyển sách này, ví dụ như:

- Thành lập doanh nghiệp chuyên phát hành sách chất lượng cao và bán chạy nhất tại Việt Nam. (Vui lòng xem chi tiết tại: www.tgm.vn)
- Thành lập doanh nghiệp chuyên về đào tạo và nhanh chóng trở thành một hiện tượng trong lĩnh vực phát triển con người tại Việt Nam. (Vui lòng xem chi tiết tại: www.toitaigioi.com)
- Bán hàng và tiếp thị qua mạng Internet.
- Đầu tư vào chứng khoán một cách khôn ngoan.
- Quản lý tiền bạc và kiểm soát chi tiêu hiệu quả.
- ...

Thông qua quyển sách mà bạn đang cầm trên tay, chúng tôi muốn khẳng định một điều rằng: **Làm giàu một cách chân chính không hề quá khó khăn như phần lớn mọi người nghĩ. Vấn đề là ở phương pháp.**

Bên cạnh đó, chúng tôi hiểu rằng, những người mới làm quen với dòng sách phát triển bản thân sẽ rất bối rối trong việc hiểu và áp dụng vào thực tế nếu nội dung quyển sách được trình bày một cách khoa giáo, cứng nhắc. Chính vì thế, được sự tin tưởng, đồng tình và ủng hộ của tác giả Adam Khoo, chúng tôi đã biên soạn lại nội dung quyển sách này từ bản gốc tiếng Anh sao cho thật dễ đọc, dễ hiểu, hữu ích và gần gũi với đời sống cũng như ngôn ngữ của người Việt ở mọi lứa tuổi.

Trở thành một người thành công và làm chủ vận mệnh của mình chắc chắn là điều đa số ai trong chúng ta cũng mong muốn. Vậy thì chúng tôi xin mời bạn hãy cùng chúng tôi đi trên cuộc hành trình kỳ diệu này để khám phá những con đường dẫn đến một cuộc sống giàu có hơn, viên mãn hơn.

Lời đề tặng từ tác giả Adam Khoo

Dành tặng hai cô con gái của tôi - Kelly và Samantha Khoo

LƯU Ý

Quyển sách này chứa đựng những ý tưởng và quan niệm riêng của tác giả. Tác giả không đề nghị mua/bán bất cứ chứng khoán, doanh nghiệp hoặc đầu tư nào được đề cập trong sách. Tác giả và nhà xuất bản không phải là môi giới chứng khoán hoặc cố vấn đầu tư. Chúng tôi không giới thiệu bất cứ một loại cổ phiếu hoặc đầu tư nào. Những loại cổ phiếu hoặc đầu tư được nhắc đến trong sách chỉ với mục đích minh họa và giáo dục.

Mặc dù chúng tôi đã nỗ lực hết sức để cung cấp những thông tin chính xác nhất và cập nhật nhất, chúng tôi không thể bảo đảm tuyệt đối về độ chính xác, tin cậy, tính xác thực hoặc hoàn chỉnh của những thông tin được nêu trong sách. Tác giả và nhà xuất bản không chịu bất kỳ trách nhiệm gì về mặt pháp lý trước những mất mát hoặc rủi ro có thể xảy ra, trực tiếp hoặc gián tiếp, từ việc sử dụng và áp dụng bất cứ ý tưởng, chiến lược hay kỹ thuật nào trong quyển sách này.

LỜI CẢM ƠN

Xin cảm ơn cha mẹ tôi: Vince, Betty và Joanne, những người đã yêu thương, ủng hộ tôi vô điều kiện qua bao nhiêu năm. Cảm ơn vợ tôi Sally, nguồn cảm hứng và sức mạnh của tôi. Cảm ơn hai cô con gái Kelly và Samantha đã mang đến nụ cười cho tôi mỗi ngày. Cảm ơn đối tác Patrick Cheo của tôi, người đã chia sẻ tầm nhìn và liên tục thúc đẩy tôi tiến về phía trước. Cảm ơn đối tác Stuart của tôi, người đã sánh bước cùng tôi trên cuộc hành trình kỳ diệu thay đổi cuộc sống này. Cảm ơn Zachary Low vì luôn là một người bạn và đối tác mà tôi tin cậy. Cảm ơn Gary Lee vì tình bạn và sự ủng hộ qua bao nhiêu năm. Cảm ơn những chuyên gia đào tạo của tôi, Christina Seet, Amin Morni, Ramesh Muthusamy, Melvin Chew, Danny Tong, Yuan Yee và Jeff vì đã liên tục cải tiến chương trình của chúng ta với niềm đam mê và sự tận tụy.

Cảm ơn toàn thể nhân viên của Adam Khoo Learning Technologies Group, Adcom và Event Gurus đã làm việc không mệt mỏi vào cuối tuần và đêm khuya để xây dựng những công ty tuyệt vời. Đặc biệt cảm ơn Andrew Ling, Cindy Lim, Cherie Kiew và Kelly Yee đã làm tốt công việc hoàn thành quyển sách.

Cũng xin dành tặng quyển sách này cho hàng trăm trợ lý huấn luyện viên và thành viên Whoosh đã tình nguyện cống hiến thời gian để quay lại và đào tạo trong các chương trình SuperkidsTM (Thiếu Nhi Siêu Đẳng), I Am Gifted, So Are You!TM (Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!), Patterns of ExcellenceTM (Những Mô Thức Thành Công) và Wealth AcademyTM (Khóa Học Làm Giàu).

Cảm ơn các thầy hiệu trưởng, giáo viên và giáo sư của tôi ở trường cấp hai Ping Yi, trường trung học Victoria và trường Đại Học Quốc Gia Singapore (National University of Singapore), những người đã góp phần to lớn trong việc phát triển bản thân tôi như ngày hôm nay. Đặc biệt cảm ơn Giáo sư Wee Chow Hou, Bà Lee Phui Mun, Bà Ng Gek Tiang, Tiến sĩ Kulwant Singh và Tiến sĩ May Lwin. Cảm ơn những người thầy và chuyên gia đào tạo đã giúp tôi khám phá tiềm năng thật sự của mình. Cảm ơn người thầy đầu tiên của tôi, Ernest Wong, đã dạy cho tôi biết tôi là ai. Cảm ơn Tiến sĩ Tad James, Tiến sĩ Richard Bandler, John LaValle, Tony Buzan, Brad Sugars, Rober G. Allen và Anthony Robbins, tất cả đã dạy tôi những phương pháp quý giá để đạt được thành công và sự giàu có.

Cảm ơn ban quản lý và nhân viên của American International Group, John Hancock, Prudential Life Insurance, Great Estearn Life, Lux Asia, Ngee An Polytechnic, NUS, NTU, Youth Challenge, Marshall Cavendish, Prentice Hall & Dennis Wee Realty vì sự ủng hộ vô giá của các bạn.

GIỚI THIỆU VỀ ADAM KHOO

Adam Khoo là nhà doanh nghiệp, tác giả của những quyển sách bán chạy nhất và là một trong những chuyên gia đào tạo xuất sắc nhất. Trở thành triệu phú tay trắng làm nên vào năm 26 tuổi, Adam Khoo sở hữu và quản lý nhiều công việc kinh doanh với tổng thu nhập hàng năm là 30 triệu đô. Anh là Chủ tịch và là Trưởng chuyên gia đào tạo của công ty Adam Khoo Learning Technologies Group, một trong những công ty lớn nhất Châu Á về giáo dục và đào tạo, đồng thời là Giám đốc của Singapore Health Promotion Board (HPB).



Adam cũng là tác giả của chín quyển sách bán chạy nhất bao gồm, “I Am Gifted, So Are You!”, (bản dịch tiếng Việt – **“Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!”**), “How to Multiply Your Childs Intelligence”, “Clueless in Starting a Business”, “Secrets of Self-Made Millionaires” (bản dịch tiếng Việt – **“Bí Quyết Tay Trắng Thành Triệu Phú”**), “Secrets of Millionaire Investors”, “Secret of Building Multi-Million Dollar Businesses”, “Master Your Mind, Design Your Destiny” (bản dịch tiếng Việt – **“Làm Chủ Tư Duy, Thay Đổi Vận Mệnh”**), “Profit From The Panic” và “Nurturing the Winner & Genius in Your Child” (bản dịch tiếng Việt – **“Con Cái Chúng Ta Đều Giỏi”**). Những quyển sách của anh được liên tục xếp hạng trong danh sách bán chạy nhất toàn quốc và đã được dịch sang sáu thứ tiếng.

Adam tốt nghiệp bằng danh dự ngành Quản trị kinh doanh ở trường Đại Học Quốc Gia Singapore (National University of Singapore - NUS). Thời sinh viên, anh đứng trong top 1% những học sinh dẫn đầu trường và được nhận vào chương trình Phát Triển Tài Năng (Talent Development Program), một chương trình đào tạo những sinh viên tài năng của trường. Vào năm 2008, anh được trao tặng giải thưởng Cựu sinh viên xuất sắc ngành kinh tế trường NUS (Business School Eminent Alumni Award).

Trong 15 năm qua, anh đã đào tạo hơn 355.000 học sinh, giáo viên, chuyên gia, nhân viên và chủ doanh nghiệp về việc phát triển tiềm năng cá nhân và đạt thành quả xuất sắc trong nhiều lĩnh vực.

Thành công và thành tích đạt được của anh thường xuyên được đăng tải trên các phương tiện truyền thông trong khu vực như The Straits Times, The Business Times, The New Paper, Lianhe Zaobao, Channel News Asia, Channel U, Channel 8, Newsradio 938, The Hindu, The Malaysian Sun, The Star và nhiều hơn thế nữa. Tạp chí “The Executive Magazine” đã xếp hạng Adam Khoo là một trong 25 người giàu nhất Singapore dưới tuổi 40 năm 2007.

LỜI GIỚI THIỆU CỦA RON KAUFMAN

Tác giả quyển sách bán chạy “Up Your Service”

Tôi không nhớ lần đầu tiên tôi gặp Adam Khoo là vào khi nào, nhưng tôi biết chắc rằng tôi sẽ không bao giờ quên anh.

Adam là một trong số những người hiếm hoi có thể nhận thấy vấn đề trong cuộc đời mình, tìm cách giải quyết nó và sau đó nhiệt tình truyền đạt lại cho người khác tất cả những điều anh thu lượm được trong quá trình giải quyết vấn đề.

Đó chính là điều khiến Adam trở thành kiểu người mà tôi ngưỡng mộ nhất: một người luôn hăng hái vượt qua mọi khó khăn trở ngại cho đến khi thành công, để rồi sau đó lại làm tất cả những gì có thể để giúp người khác cũng đạt được thành công tương tự – hoặc lớn hơn – trong đời họ. Adam là một học sinh tham vọng khi học, và là một người thầy hào phóng khi dạy.



Khi Adam hạ quyết tâm trở thành bậc thầy trong một lĩnh vực mới, anh tìm đến tất cả những người thành công trong lĩnh vực đó. Anh học hỏi mọi điều về họ và như một con ong chuyên cần, anh hút tất cả những mật ngọt từ sự truyền đạt của họ, trong các bài viết của họ, trên con đường đưa họ đến thành công, và cả những kinh nghiệm thất bại của họ.

Một khi anh đã hiểu rõ những yếu tố tạo nên thành công của họ, anh sẽ xâu chuỗi chúng lại và đem áp dụng vào cuộc sống của mình. Anh chính là một phòng thí nghiệm sống, một nhà khoa học chuyên nghiên cứu về thành công, một con người phiêu lưu mạo hiểm dám dùng chính cuộc đời mình để thử nghiệm xem điều gì đem lại hiệu quả, điều gì không.

Chỉ khi anh chắc chắn và thật sự thành công với một điều gì đó, Adam mới chia sẻ con đường tìm tòi đầy gian khó của mình với mọi người. Anh biết rằng bạn không giống anh, rằng mỗi người trong chúng ta là một cá thể độc nhất vô nhị. Vì thế, Adam không chỉ cho bạn con đường duy nhất dẫn tới thành công mà vẽ lên cho bạn một bức tranh toàn cảnh bao gồm những phương pháp và hành động, những biện pháp đã được chứng minh hiệu quả, những kỹ thuật thành công và những kế hoạch rõ ràng để bạn có thể theo đó mà gặt hái những thành công như anh đã đạt được trong cuộc sống.

Khi bạn tiếp tục tiến về phía trước, bạn sẽ tìm thấy ở Adam một huấn luyện viên tận tình, một người thầy thông tuệ và một người bạn nhiệt tâm. Anh tuyệt đối kính trọng và quý mến những người luôn vươn tới những điều tốt đẹp. Anh biết đó là con đường khó khăn gập ghềnh, rằng nhiều người sẽ vấp ngã trên đường đi. Và nếu bạn vấp ngã, anh luôn sẵn sàng đỡ bạn đứng lên một cách chân thành.

Trong thế giới ngày nay, tiền là một chủ đề mà mọi người đều muốn mình thông tỏ. Đây không phải là một chương trình ngoại khóa không bắt buộc, mà là một chủ đề cốt lõi của cuộc sống, đòi hỏi bạn phải luôn học hỏi và chú tâm đến nó.

Nhiều người cố tránh học những điều cần thiết này cho đến khi quá muộn. Một số người sống một cuộc đời vô tư lự, để rồi bị sút đầu mẻ trán về những tai nạn liên quan đến tài chính. Một số khác lê từng bước vất vả trong đời, với hy vọng tình hình tài chính sáng sủa hơn mà chẳng bao giờ dám phá rào, bứt ra khỏi lối mòn hàng ngày. Chỉ có một số rất ít người tìm được sự tự do về tài chính, nhưng thường thì vào lúc khá muộn màng.

Điều trớ trêu là bài học lên kế hoạch cho sự thành công về tài chính bao giờ cũng có sẵn – trong thực tế nó đang nằm trên tay bạn. “Bí Quyết Tay Trắng Thành Triệu Phú” là một quyển sách nên đọc với bất cứ ai chưa tốt nghiệp ra trường và bắt buộc phải đọc với bất cứ ai đã học xong nhưng vẫn loay hoay mãi chưa tìm thấy sự dư dả và niềm vui về tài chính.

Bạn thân mến, bạn có thể thành công với tiền bạc, cũng như bạn có thể thành công trong bất cứ lĩnh vực nào trong cuộc sống. Nhưng cuộc đời đòi hỏi bạn phải hành động để học hỏi: đó là cách bạn học đi, học đọc và học hỏi mọi thứ. Đồng tiền cũng đòi hỏi bạn phải tập trung tâm sức và cố gắng hết mình. Và trong nỗ lực ấy, trên chuyến phiêu lưu để học hỏi và gặt hái thành công, Adam Khoo sẽ là người dẫn đường thông thái và tận tình của bạn.

Quyển sách tuyệt vời này nói cho chúng ta biết về cách tạo dựng một cuộc sống sung túc về vật chất và dạt dào niềm đam mê cho bạn và gia đình. Nó không dừng lại ở một quyển sách dạy bạn cách kiếm tiền mà là quyển sách dạy bạn tìm hiểu về bản thân mình, tận dụng tất cả những tố chất tài năng mà cuộc đời trao cho bạn để mang lại những giá trị cao nhất mà bạn có thể tạo ra cho bản thân, cho cộng đồng và cho cả thế giới. Tôi chúc bạn đạt được tất cả những thành công, trong thử thách và thuận lợi, với niềm vui và chiến thắng về tài chính đang chờ bạn ở phía trước..



Ron Kaufman

Singapore, 2006

Bản quyền 2006 thuộc về Ron Kaufman, chỉ cho phép Adam Khoo sử dụng.

Phần I

BẢY BƯỚC LÀM GIÀU

CHƯƠNG 1

BÍ QUYẾT CỦA MỘT NGƯỜI TỪ TAY TRẮNG LÀM NÊN TRIỆU ĐÔ

Trước khi bắt đầu, tôi muốn cảm ơn bạn đã chọn quyển sách này. Việc bạn đầu tư thời gian và tiền bạc vào việc đọc quyển sách này cho thấy bạn biết mình có khả năng và xứng đáng kiếm được nhiều tiền hơn và trở nên giàu có hơn. Bạn biết rằng bạn có thể đạt được sự giàu có, đi đôi với sự tự do và sự bảo đảm trong cuộc sống mà bạn xứng đáng được hưởng.

Bản thân việc làm giàu cũng cao đẹp như bất cứ việc gì khác mà bạn làm cho bản thân và cho người khác. Chẳng phải con người, vào thời nào cũng vậy, đều nỗ lực hết mình với mong muốn làm cho cuộc sống trở nên tốt đẹp hơn, giàu có hơn, đạt chất lượng cao hơn hay sao? Tiền bạc cho phép bạn sống theo cách mà bạn mơ ước, làm những việc mà bạn yêu thích, mua những món đồ mà bạn mong muốn, chia sẻ với những người mà bạn yêu thương và làm cho thế giới này tốt đẹp hơn bằng tấm lòng rộng mở của bạn.

Phải, nếu mơ ước của bạn là kiếm được thật nhiều tiền, một cách chính đáng, thì tôi có tin vui cho bạn đây. Bạn đã có sẵn tất cả các điều kiện cần và đủ để làm ra tiền, thật nhiều tiền. Nói cách khác, bạn có sẵn trong tay mọi “nguyên liệu” mà những người giàu nhất nhì thế giới như Bill Gates, Warren Buffett hay Donald Trump đã có khi khởi nghiệp.

Công cụ làm giàu lợi hại nhất

Bạn có biết đâu là thứ tài sản quý giá nhất mà tạo hóa ban tặng cho con người không? May thay, đó không phải là việc sở hữu hai tấm bằng đại học, bằng thạc sĩ kinh tế hay bằng tiến sĩ của các trường đại học danh tiếng nhất. Cũng không phải là gia sản kếch xù mà nhiều người may mắn thừa hưởng từ cha mẹ, ông bà hay người thân để bắt đầu sự nghiệp.

May mắn hơn, thứ tài sản mà bạn sở hữu tuyệt đến nỗi nó không chỉ cho bạn mức lãi suất 4% của ngân hàng, hay 20% tiền lời mà bạn có thể nhận được từ thị trường chứng khoán. Mức lợi nhuận mà nó mang lại cao gấp nhiều lần. Thậm chí nếu bạn hết lòng phát triển nó, nó có thể mang về cho bạn 1000% lợi nhuận với khoảng thời gian hữu hạn mà bạn bỏ ra.

Thứ tài sản tôi đang nói đến là thứ mà ai trong chúng ta cũng có từ lúc chào đời. Đó là thứ duy nhất giúp con người không chỉ kiếm tiền, làm giàu, mưu cầu hạnh phúc mà còn chinh phục được

những đỉnh cao tài chính không giới hạn. Thứ tài sản giá trị này chính là bộ óc của bạn hay còn gọi là **tài sản trí tuệ**.

Nếu bạn biết cách đầu tư thời gian và tiền bạc để mở rộng kiến thức, nâng cao kỹ năng, nhất là hiểu biết về tài chính, não bộ sẽ giúp khơi dòng tiền về cho bạn, dồi dào trong suốt cuộc đời. Đó là thứ tài sản mà bạn cần tin cậy, trân trọng; và tôi viết quyển sách này không gì ngoài mục đích giúp bạn tăng cường đến mức tối đa tính năng kỳ diệu của thứ tài sản trí tuệ mà bạn đang nắm giữ ấy.

Tôi hoàn toàn tin tưởng vào điều này, bởi vì giống như nhiều triệu phú khác, tôi cũng bắt đầu mà chẳng có gì ngoại trừ lòng khát khao học hỏi những kiến thức giúp con người làm giàu. Ngày hôm nay, tôi có thể thành thật nói rằng hàng triệu đô mà tôi và các cộng sự đã tạo ra cho công ty chúng tôi và cho gia đình mỗi người chính là nhờ vào những ý tưởng trong đầu chúng tôi. Những ý tưởng đó sẽ không xuất hiện nếu chúng tôi không đầu tư học tập về tài chính.

Cách đây còn chưa lâu lắm, tài sản của một công ty thường được đánh giá dựa trên những tài sản hữu hình, như máy móc, nhà xưởng, vật dụng và đất đai. Giá trị của công ty chính là tổng số tiền của những thứ đó cộng lại. Ngày nay, hơn 90% giá trị của công ty là tài sản vô hình hay tài sản trí tuệ. Hãy nhìn vào Google, Microsoft, Nike, Berkshire Hathaway hay Ebay mà xem. Mỗi công ty này trị giá hàng tỉ đô và kiếm được hàng trăm triệu đô mỗi năm, thế mà tổng số tài sản hữu hình của họ lại chẳng đáng bao nhiêu. Toàn bộ nhà xưởng, tài khoản ngân hàng, hàng tồn kho và thiết bị văn phòng cộng lại chỉ chiếm khoảng 5% tổng giá trị công ty. Nike thậm chí còn không có một nhà máy nào. Giá trị của những công ty này nằm trong ý tưởng và trí tuệ của những người làm việc ở đó.

Bạn cũng vậy! Hơn 90% tài sản của bạn không phải là những gì bạn có trong ví hay gửi ngân hàng, mà nằm trong đầu bạn. Trong thời đại thông tin hiện nay, một ý tưởng độc đáo có thể kiếm được hàng tỉ đô. Đó là cách mà một thanh niên không bằng đại học, không tiền bạc, làm việc ngay trong nhà xe của bố mẹ nuôi, có thể trở thành triệu phú ở tuổi 25 (tôi muốn nói đến Steve Jobs, Giám đốc công ty Apple Computers).

Đó cũng là con đường đã giúp cho một người Ấn Độ 35 tuổi, lưu lạc đến một đất nước xa lạ (Singapore), không một đồng lạng lạng và không có gì ngoại trừ lời mời làm việc cho một công ty, xây dựng được một công ty toàn cầu với thu nhập hàng năm lên đến 3,4 tỉ đô, với 800 nhân viên thuộc 31 nước chỉ trong vòng 5 năm (Vikas Goel, Giám đốc công ty eSys Technologies).

Những nghiên cứu mới nhất về não bộ cho chúng ta thấy một sự thật đáng kinh ngạc: tất cả chúng ta, về căn bản, đều có lượng nơ-ron (tế bào thần kinh) như nhau, và vì vậy, chúng ta có cùng tiềm năng phi thường của não bộ. Tuy nhiên, trong thực tế, một người trung bình tận dụng chưa đến 1% tiềm năng não bộ trong suốt cuộc đời. (Nếu bạn muốn biết thêm chi tiết về sức mạnh của bộ não con người, bạn có thể đọc quyển sách đầu tay của tôi, “Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!”).

Như vậy, chùng nào não của bạn còn hoạt động thì chùng ấy bạn còn sở hữu thứ tài sản vô giá đã giúp Bill Gates, Warren Buffett, Richard Branson hay Donald Trump có tên trong danh sách những người giàu nhất thế giới. Tất cả các tỉ phú này đều bắt đầu không có gì ngoài vốn liếng trí tuệ của mình.

Vì thế, bất kể bạn đam mê điều gì và mục tiêu của bạn là kiếm được bao nhiêu tiền, tôi cũng nguyện làm người bạn đồng hành chia sẻ với bạn những bí quyết làm thế nào để kích hoạt tài sản giá trị này. Từ kinh nghiệm bản thân và từ những gì tôi học hỏi được ở những người giàu nhất và mạnh nhất, tôi sẽ lần lượt chia sẻ với bạn những tuyệt chiêu và chiến lược làm giàu tiên tiến nhất,

hiệu quả nhất trong bối cảnh toàn cầu hóa. Nói cách khác, bạn sẽ được học cách kiếm tiền, quản lý tiền, rồi làm cho nó sinh sôi nảy nở không phải bằng cấp số cộng mà bằng cấp số nhân.

Và tất cả những điều tôi yêu cầu ở bạn chỉ là sự kiên nhẫn và lòng quyết tâm theo đuổi mục tiêu đến cùng. Ta hãy bắt đầu, bạn nhé!

Muốn đạt 1000% lợi nhuận ư, bạn hãy...

Tất nhiên, để việc đầu tư vào quyển sách này đạt hiệu quả tối đa, tôi cần sự hợp tác của bạn. Hãy thực hiện đầy đủ tất cả các bài tập và hoạt động mà tôi đã dày công nghiên cứu, tìm tòi và đúc kết trong thực tiễn kinh doanh của mình. Trong khi đọc, hãy đánh dấu những khái niệm quan trọng, ghi chú để có thể thường xuyên tra cứu và đọc lại.

Khi đến một hoạt động thực hành nào đó, hãy ngừng đọc, sẵn sàng giấy bút làm theo chỉ dẫn trong sách. Tôi tin rằng việc ghi chú và làm bài tập giúp bạn hiểu sâu hơn và nắm được điểm cốt lõi trong những phương pháp nêu ra.

Nếu bạn chỉ hiểu chút ít hoặc thậm chí chẳng biết mô tê gì về tài chính kế toán, một vài chương cuối sách có thể hơi khó hiểu đối với bạn, nhưng bạn đừng quá lo lắng. Với một chút cố gắng và quyết tâm, bạn sẽ thành thạo những khái niệm đó trong một thời gian ngắn.

Cuối cùng, tôi muốn bạn vượt qua một thách thức nhỏ: hãy đọc quyển sách này trong vòng 10 ngày hoặc ít hơn. Mỗi ngày bạn chỉ cần dành ra ít nhất một tiếng đồng hồ để đọc khoảng hai chương, nghiền ngẫm về những điều đã học và áp dụng vào thực tế.

Các số liệu thống kê cho thấy 72% người mua sách để trưng trên kệ, sau khi đọc vài trang, chỉ có chưa tới 3% là làm theo những gì học được. Thật phí phạm thời gian và tiền bạc. Nhưng tôi tin bạn thuộc nhóm 3% đó. Tôi tin bạn toàn tâm toàn ý để đạt được kết quả mỹ mãn. Mong bạn hãy đọc sách với tâm thế chủ động, và rồi bạn sẽ thấy tất cả các cánh cửa mở ra trước mắt bạn.

Hành trình làm giàu từ tay trắng của tôi

Vậy tôi lấy tư cách gì mà đứng ra hướng dẫn bạn làm giàu? Tôi là ai mà dám chỉ cho bạn cách thức kiếm tiền? Tôi có phải là người giàu nhất Đông Nam Á không? Hay giàu nhất Singapore? Tất nhiên là không! Nhưng tôi dám tự hào tuyên bố rằng, tôi là người đã trở nên giàu có trong một thời gian ngắn.

Ở tuổi 26, tôi trở thành triệu phú tay trắng làm nên trẻ nhất Singapore (mặc dù tôi đã mất đi 2 năm rưỡi thực hiện nghĩa vụ quân sự). Câu chuyện về tôi được đăng tải trên tất cả những tờ báo lớn và được phát trên các đài truyền hình trong cả nước. (Bạn có thể xem những bài báo đó ở www.adam-khoo.com). Ngày nay, ở tuổi 31, tôi có ba công ty với tổng doanh thu hơn 20 triệu đô, và cá nhân tôi kiếm được hơn 936 ngàn đô/năm, một nửa trong số đó là từ hoạt động đầu tư của tôi. Tôi làm được tất cả những điều đó không nhờ gì khác ngoài những ý tưởng trong đầu... cùng một thứ nguyên liệu mà bạn cũng có. Phải, tôi làm được mà không cần tới một đồng thừa kế, không vay ngân hàng, thậm chí không cần kêu gọi vốn đầu tư bên ngoài.

Tôi đã đạt được tất cả những điều đó như thế nào?

Có thể nói, yếu tố quan trọng nhất trong công thức làm giàu của tôi chính là một quyết tâm

mãnh liệt, một khát khao cháy bỏng vươn tới thành công và trở nên giàu có. Với lòng đam mê đầy nhiệt huyết ấy, tôi muốn hấp thụ tất cả mọi kiến thức có thể giúp tôi kiếm tiền, thật nhiều tiền. Từ năm 15 tuổi, tôi đã miệt mài, ngẫu nhiên đọc sách dạy làm giàu của các tác giả như Warren Buffett, Peter Lynch, George Soros, Anthony Robbins, Zig Ziglar, v.v... Tôi muốn học theo cách suy nghĩ và chiến lược của họ và bắt đầu áp dụng từng kỹ thuật một, cho đến khi tôi đạt được kết quả mong muốn.

Điều gì trở thành động lực lớn nhất trong mơ ước làm giàu của tôi? Tại sao ở tuổi teen, trong khi mấy đứa bạn cùng trang lứa chỉ bàn luận về những bộ phim chiếu trên tivi, tôi lại quyết tâm trở thành triệu phú? Ở một chừng mực nào đó, có lẽ vì tôi may mắn được sinh ra trong một gia đình giàu có, cha và các chú tôi đều sống trong những biệt thự tuyệt đẹp, lái xe Mercedes Benzes và kiếm được hàng triệu đô thu nhập hàng năm. Từ nhỏ, tôi đã sớm hiểu được những thứ mà sự giàu sang có thể mang lại, đó là sự tự do và sự bảo đảm về mọi mặt. Tôi chứng kiến cảnh họ ung dung thụ hưởng một cuộc sống tươi đẹp, dồi dào, đầy ý nghĩa. Trong dòng họ nhà tôi, việc ai đó kiếm một triệu đô một năm không phải là chuyện lạ. Vì vậy, trong khi những đứa trẻ khác quan tâm đến game và một áo quần thì tôi đã sớm có niềm tin rằng làm giàu là chuyện khả dĩ, nhất là khi cha và các chú tôi đều làm giàu từ con số 0 tròn trĩnh.

Tuy vậy, may mắn lớn nhất của tôi là mặc dù rất giàu, cha tôi đã chủ trương ngay từ đầu là không cho tôi bất cứ thứ gì khác ngoài cái ăn cái mặc hàng ngày, một môi trường giáo dục tốt và tình thương con sâu đậm. Sở dĩ như vậy là vì trong đời mình, ông chứng kiến cảnh nhiều cậu ấm cô chiêu được cưng chiều quá đáng rồi cuộc đời ra hư hỏng hoặc chẳng làm nên trò trống gì. Ông dạy con theo phương châm “nghiêm khắc để tốt cho con” và đã cực kỳ nghiêm khắc với tôi.

Cho dù chúng tôi sống trong ngôi biệt thự sang trọng và cha tôi có tới bốn thẻ hội viên của các câu lạc bộ quý tộc, tôi còn có ít tiền tiêu vặt hơn bạn bè trong trường. Trong khi bạn bè tôi rủng rỉnh tiền trong túi để mua quà vật, chơi trò bắn bi hay đánh bài thì cha tôi chỉ cho tôi đủ tiền mua một tô mì và một ly nước mỗi ngày. Thậm chí, khi ông đưa tôi 2 đồng để mua một món đồ giá một đồng rưỡi thì bao giờ ông cũng bắt tôi phải trả lại 50 xu. Tôi vẫn nhớ, khi còn nhỏ tôi không khỏi ấm ức khi nghĩ mình bị tước đoạt mọi thứ và đem lòng oán giận người cha keo kiệt. Nhưng đó chính là cách cha dạy tôi nên người. Ngay từ thời thơ ấu, tôi đã được tiếp cận với điểm cốt lõi và tinh yếu của sự giàu có: *lòng khao khát vươn tới thành công và giàu có bằng chính đôi tay và khối óc của mình chứ không phải dựa dẫm vào người khác.*

Cha tôi tin rằng, cho con tất cả những gì chúng cần tức là bóp chết nỗi thèm khát lành mạnh được thành công trong mỗi đứa trẻ. Bằng chính cuộc đời mình, ông biết rằng nỗi khát khao đó chính là chìa khóa, là động lực thành công. Và cách duy nhất buộc tôi phải nuôi dưỡng nỗi khát khao là chỉ chu cấp cho tôi những thứ tối thiểu và xóa bỏ trong tôi ý thức về việc muốn gì được nấy của con cái nhà giàu. Mỗi lần tôi hỏi xin cha thứ gì, ông bao giờ cũng trả lời: “*Sao ba lại phải mua cho con? Nếu muốn con hãy tự mua đi!*”. Bởi vậy, từ khi biết nghĩ, tôi đã học được một điều rằng, không ai có bốn phận phải cung cấp mọi thứ cho mình, kể cả cha mẹ mình.

Lúc còn nhỏ, tôi rất thích chơi game và khoái sưu tập những món đồ trong trò chơi Chiến tranh giữa các vì sao (Star Wars). Biết rằng cha sẽ không cho tiền để mua, tôi quyết định sẽ tự kiếm tiền. Tôi nghĩ rằng nếu là đồng tiền mình làm ra, tôi sẽ có toàn quyền mua cái mình thích, không cần hỏi ý ai, đặc biệt là cha tôi, người chắc chắn sẽ lên lớp cả tiếng đồng hồ về chuyện phí phạm tiền bạc của ông. Lần đầu tiên trong đời, tôi có niềm tin rằng “**tiền bạc là tự do**”. Nó trở thành một trong những niềm tin quan trọng nhất thúc đẩy tôi kiếm tiền.

Cha của đứa bạn thân nhất của tôi giúp tôi có được công việc đầu tiên. Ông mở một đại lý bán văn phòng phẩm và muốn lũ nhóc chúng tôi đi gõ cửa từng công ty để bán văn phòng phẩm vào kỳ nghỉ hè. Lúc đó tôi mới 13 tuổi. Bây giờ nhìn lại, chính những ngày tháng hàn vi đó đã cho tôi bài học vượt qua sự xấu hổ và nỗi sợ bị từ chối – hai phẩm chất quan trọng để làm giàu.

Ngoài việc bán văn phòng phẩm, tôi còn làm DJ (disc jokey) cho một cửa hàng bán băng đĩa lưu động. Công việc này khiến tôi tự tin hơn, vì tôi phải học cách nói năng lưu loát và chọc cười thiên hạ. Từ bé tôi đã thích ảo thuật, chẳng là tôi là fan ruột của ảo thuật gia lừng danh David Copperfield mà. Dành dụm được đồng nào tôi đều dùng để mua “bí kíp ảo thuật” và thực hành cho tới khi thuần thục.

Tôi ra mắt trước công chúng lần đầu khi mẹ tôi khuyến khích tôi trở tài ảo thuật trong buổi lễ “tốt nghiệp” mẫu giáo của đứa em họ. Lần ấy tôi biểu diễn để góp vui chứ không có thù lao, nhưng chính kinh nghiệm đó giúp tôi tin rằng mình có thể kiếm tiền bằng “tài lẻ” này. Thế là tôi thêm “nghề ảo thuật tay trái” vào danh sách các kỹ năng kiếm tiền của mình. Tôi lấy 40 đô cho hai giờ biểu diễn, phần lớn khán giả của tôi là các em bé mẫu giáo, học sinh tiểu học và bạn bè của gia đình, những người muốn đãi tiệc cho con em họ.

Chắc bạn tự hỏi làm sao tôi có thể học hành thi cử tốt, trong khi bươn chải kiếm tiền như vậy? Thật ra, hồi học tiểu học, trước khi bắt đầu kiếm tiền, tôi là một học sinh cá biệt: lười biếng, dốt nát, không có ý chí phấn đấu, khoái rong chơi quậy phá hơn là chuyên chú học hành. “Thành tích” của tôi không tồi, tôi bị đuổi học vào năm lớp ba (lúc 9 tuổi) còn kết quả thi tốt nghiệp cấp một thì kém đến nỗi cả sáu trường cấp hai mà cha mẹ tôi đâm đơn xin học cho con trai đều từ chối.

Cuối cùng, tôi bị xếp vào một trường cấp hai làng nhàng trong vùng. Tôi tiếp tục thi lại gần như tất cả các môn học, và “đội sổ” trong toàn trường. Năm tôi 13 tuổi, tuyệt vọng với đứa con bất trị, cha mẹ đành gửi tôi vào trại hè tập huấn với hy vọng may ra người đứng có thể làm tôi tỉnh ngộ mà tìm được mục tiêu sống của mình chẳng. (Bạn có thể đọc câu chuyện đời tôi trong quyển sách “Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!”).

Cũng trong khóa học này, lần đầu tiên tôi tiếp xúc với khái niệm Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy (Neuro-Linguistic Programming – NLP) và các phương pháp học tăng tốc. Đến lúc ấy tôi mới biết rằng khả năng của con người là vô tận và một khi được trang bị những phương pháp đúng đắn thì bất cứ ai cũng có thể đạt được mơ ước đời mình. NLP dạy tôi cách đề ra những mục tiêu trong cuộc sống, và quan trọng hơn, làm thế nào để có sự tự tin và động lực nhằm đạt được những mục tiêu lớn nhỏ trong đời.

Tôi hiểu ra rằng nếu mô phỏng cách suy nghĩ và phương pháp của những người đạt thành tích xuất sắc thì một thằng kém cỏi như tôi cũng có thể đạt được những kết quả vượt bậc như họ trong một thời gian ngắn. Bởi vì một trong những mục tiêu mới của tôi là trở thành thủ khoa ở trường, tôi quyết định mô phỏng chuyên gia về phương pháp học tập là Tony Buzan, bằng cách sử dụng thành thạo những công cụ học tập tiên tiến như Sơ Đồ Tư Duy, Cách Đọc Nhanh, Kỹ Thuật Tăng Cường Trí Nhớ và Học Bằng Cả Não Bộ.

Cũng giống như Archimet kêu to “Eureka” khi phát hiện ra định luật sau này mang tên ông, tôi có cảm giác tất cả máu chảy rần rật trong huyết quản khi đọc quyển sách “Sức mạnh vô tận” (Unlimited Power) của Anthony Robbins. Trong quyển sách đó, ông kể lại câu chuyện ông từ một người gác cửa quèn trở thành triệu phú như thế nào. Thật vĩ đại làm sao khi tôi khám phá ra rằng NLP có thể thay đổi cuộc đời con người và tạo điều kiện cho họ thành công vang dội.

Mường tượng viễn cảnh một cuộc bút phá trở thành người giỏi nhất, tôi như hổ được chắp thêm cánh, hừng hực quyết tâm áp dụng tất cả những gì vừa học được. Sau đó, tôi đã làm một cuộc “lội ngược dòng” ngoạn mục. Từ một học sinh tư cách bê bối, học hành dốt nát, tôi vươn lên thành một trong những học sinh xuất sắc nhất trường cấp hai Ping Yi, với 7 điểm 10 tuyệt đối trong kỳ thi bậc trung học cơ sở và được nhận vào trường Trung học Victoria (một trong những trường phổ thông danh giá nhất Singapore thời bấy giờ). Không dừng lại ở đó, tôi học tiếp lên chuyên ngành Quản trị kinh doanh tại trường Đại Học Quốc Gia Singapore (National University of Singapore – NUS, luôn được Tổ chức giáo dục Times (Anh), xếp trong top 50 trường đại học tốt nhất thế giới). Ở NUS, tôi nằm trong top 1% sinh viên giỏi nhất trường và được nhận vào học Chương trình phát triển tài năng (Talent Development Program) dành cho sinh viên.

Mặc dù thành tích học tập là quan trọng, tôi cũng biết rằng danh hiệu sinh viên xuất sắc chưa phải là yếu tố đảm bảo cho thành công và sự giàu có sau này. Tôi biết, muốn đạt được ước mơ của mình: trở thành triệu phú năm 26 tuổi (một trong những mục tiêu của tôi), tôi phải học được những phương pháp và chiến thuật làm giàu. Thế là mới 15 tuổi đầu, tôi đã vui đầu vào đọc tất cả những quyển sách dạy cách kiếm tiền.

Một trong những quyển sách đầu tiên có ảnh hưởng lớn nhất đối với tôi là “Nghĩ và làm giàu” (Think and Grow Rich) của Napoleon Hill. Nhờ ông mà tôi thấu hiểu chân lý “một người hay lo bằng một kho người hay làm”. Phải, ý tưởng mới là thứ “đề” ra nhiều tiền, chứ không phải lao động chân tay. Tôi nghiệm ra rằng, nếu bạn chỉ sử dụng cơ bắp của mình, lao động của bạn chỉ đáng giá vài đô một ngày. Nhưng nếu bạn sử dụng đầu óc của mình, bạn có thể kiếm được nhiều gấp bội.

Thế là tôi đặt ra cho mình câu hỏi, *“Cùng một khoảng thời gian bỏ ra trong mấy ngày cuối tuần và kỳ nghỉ hè, làm thế nào để mình kiếm được nhiều tiền nhất? Mình có thể cung cấp dịch vụ gì để đáp ứng một nhu cầu phổ biến?”*.

Đúng lúc đó, giới choai choai bọn tôi có phong trào nhảy disco. Vì chưa đến tuổi trưởng thành, chúng tôi chỉ được phép đến mấy sàn nhảy mở vào buổi chiều vào các ngày làm việc trong tuần, không được bén mảng đến các sàn nhảy vào những buổi tối cuối tuần. Thế là tôi nảy ra ý tưởng, *“Sao không mở sàn nhảy cho tuổi teen vào những buổi tối cuối tuần?”*. Thật may, tôi có kinh nghiệm làm DJ ngoài giờ nên việc này không khó. Tôi nhắm tính, nếu thu mỗi vị khách 8 đô (giá thông thường là 12 đô), và nếu tôi có 200 khách hàng, tôi kiếm được 1600 đô một tối!!! Tôi vô cùng phấn khích với ý tưởng kiếm ra nhiều tiền như vậy nên bắt tay vào hành động ngay lập tức.

Thương vụ đầu tiên của tôi...

Mở sàn nhảy lưu động

Vào giữa năm học lớp 9 (năm 15 tuổi), tôi kiếm mấy đứa bạn thân, đều là học sinh cả, cùng tôi tham gia vụ làm ăn này. Về địa điểm, một đứa bạn của tôi xin được một phòng trống trong khu chung cư để làm sàn nhảy, thế là chúng tôi không phải trả tiền thuê phòng. Sau khi dò giá khắp nơi, cuối cùng tôi cũng ký được hợp đồng với một công ty chuyên làm sàn nhảy lưu động, họ có thể giúp tôi lắp đặt hệ thống âm thanh, ánh sáng và cung cấp các bản nhạc với giá là 300 đô một đêm. Tính ra vẫn còn lời 1300 đô một tối. Tôi tự thiết kế và in vé vào cửa, rồi cả đám chia nhau ra bán vé trong trường của mình hay những trường học xung quanh.

Chúng tôi nhận được sự hưởng ứng nhiệt liệt. Trong buổi ra mắt, chúng tôi thu hút được hơn 300 học sinh, chật kín cả phòng. Thế là vừa được chơi “rất đã”, chúng tôi vừa kiếm được 2100 đô

một đêm. Đó là lần đầu tiên tôi nhận ra rằng “ý tưởng lớn” thì kiếm được tiền to!!! Không chỉ thế, tôi còn nhận thấy vai trò của người tổ chức mang lại niềm vui lớn hơn so với vai trò của người tham gia. Điều đó thúc đẩy chúng tôi tiếp tục tổ chức những cuộc vui như vậy hai tuần một lần. Vài tháng sau, chúng tôi đã rủng rỉnh tiền bạc. Nhưng tôi chưa thỏa mãn, tôi tự hỏi, “Việc gì phải trả cho công ty kia 300 đô một đêm, sao mình không mua thiết bị và kinh doanh từ A tới Z?”.

Thế là với 3500 đô đầu tiên kiếm được, tôi tậu một dàn âm thanh, ánh sáng, máy tạo khói... và phòng thu Def Beat ra đời. Đám bạn kia không hùn hạp với tôi trong vụ đầu tư này, nhưng vẫn hợp tác trong việc tiếp thị và cung cấp dịch vụ, và đũa nào cũng vui với số tiền công thu được. Không chỉ mở sàn nhảy, tôi bắt đầu mở rộng diện phục vụ cho những gia đình muốn làm nóng bữa tiệc bằng những vũ điệu sôi động. Tôi dành tất cả những ngày cuối tuần và ngày nghỉ cho việc kinh doanh của mình, trong khi hàng ngày vẫn cắp sách đến trường Ping Yi với mục đích trở thành thủ khoa ở đây. Kinh nghiệm đầu đời trong ngành giải trí đã giúp tôi phát triển dịch vụ này thành một công ty chuyên tổ chức sự kiện, mang tên “Event Gurus Pte Ltd”.

Thật ra cha tôi không thích thương vụ kinh doanh sàn nhảy của tôi, nhất là khi tôi chất đầy phòng ngủ những thiết bị âm thanh, ánh sáng và hay kéo cả đám bạn bè tới nhà thử nhạc âm ỹ. Nhưng ông không thể la rầy tôi vì việc học của tôi ngày một tiến bộ. Cùng với việc kinh doanh, tôi liên tục đặt ra cho mình những mục tiêu học tập cao hơn và cố gắng đạt được tất cả.

Ý tưởng kinh doanh thứ hai của tôi...

Công ty Adam Khoo và cộng sự

Việc học tốt ở trường tạo cơ hội giúp tôi kiếm thêm thu nhập khi tôi lên trung học. Nhờ kết quả học tập mà tôi được mời dạy kèm với thù lao khoảng 200 đô/tháng. Tôi dạy học trò của mình (có em chỉ ít hơn tôi vài tuổi) cách học bài và cách tự khích lệ bản thân. Học sinh của tôi ngày một tiến bộ và tiếng thơm về “thầy” cũng nhờ thế mà bay xa, tôi lại càng có nhiều học sinh hơn. Tuy vậy, những quyển sách làm giàu mà tôi tìm đọc khiến tôi hiểu rằng, muốn kiếm được nhiều tiền hơn cần phải tăng hiệu suất lên nhiều lần, và tôi không thể kiếm được nhiều tiền với việc chỉ dạy kèm từng học sinh riêng lẻ.

Thế là tôi tự lên một chương trình giới thiệu mình như một nhà tư vấn tự do về động lực cuộc sống, chuyên hướng dẫn học sinh cách thức thành công trong học đường. Tôi đến tất cả các trường học ở Singapore để bán chương trình này. Chỉ trong vòng vài tháng, tôi liên tục mở lớp nói chuyện với hàng trăm học sinh. Mỗi học sinh trả cho tôi 20 đô, thế là mỗi ngày tôi bỏ túi 2000 đô! Thật là một ngạc nhiên kỳ thú, tôi nhẩm tính và thấy rằng tôi còn kiếm được nhiều tiền hơn các thầy cô trong trường. Năm ấy tôi mới 17 tuổi.

Nhưng việc kinh doanh chỉ thật sự bắt đầu khi tôi quyết định viết sách về tất cả những kinh nghiệm và tâm huyết của mình. Quyển sách mang tên “I Am Gifted, So Are You!” (Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!) được viết ra khi tôi đang thực hiện nghĩa vụ quân sự và được xuất bản vào tháng 6 năm 1998. Quyển sách nhanh chóng trở thành sách bán chạy nhất và mang về cho tôi một nguồn tiền lớn (lúc đó). Sau thắng lợi giòn giã của tác phẩm đầu tay, tôi thừa thắng xông lên, trở thành đồng tác giả của ba quyển sách nữa, và thu nhập của tôi cũng tăng thêm gấp mấy lần. Đó là những quyển nhan đề “Làm thế nào phát huy trí thông minh của con bạn” (How to Multiply Your Child’s Intelligence), “Kinh doanh từ con số 0” (Clueless in Starting a Business) và “Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh” (Master Your Mind, Design Your Destiny), cả ba đều nằm trong danh mục sách bán chạy nhất của tờ

Straits Times trong 36 tuần.

Bây giờ nhìn lại, khoản tiền dồi dào mà tôi kiếm được không chỉ nhờ vào nguồn thu nhập mà tôi tạo ra, mà chính là nhờ vào bài học tiết kiệm và bí quyết đầu tư mà tôi học được từ những quyển sách dạy làm giàu. Từ khi ngồi trên ghế nhà trường, tôi đã xây dựng cho mình thói quen tiêu ít hơn số tiền mình kiếm được.

Thay vì vung tiền vào những trò vui chơi phù phiếm, vô bổ, tôi đầu tư hầu như tất cả tiền bạc vào chứng khoán và các quỹ đầu tư, nhờ vào những chiến lược đầu tư mà tôi học được từ sách của những tỉ phú như Warren Buffett, Peter Lynch và George Soros. Khi đầu tư vào thị trường chứng khoán Mỹ và Châu Á, tiền của tôi tăng gấp 3 lần trong thời gian thị trường bùng nổ. Sau đó tôi bán hết chứng khoán, ngay trước khi thị trường sụp đổ vào năm 2000.

Việc tôi bán ra đúng thời điểm không phải là chuyện ăn may, mà là nhờ vào việc tôi đã học hỏi và hiểu được thị trường. Rõ ràng khi chỉ số PE (Price-to-Earnings) của thị trường cao một cách vô lý (bạn sẽ biết về điều này trong những chương tiếp theo) và nhiều cổ phiếu trong ngành công nghệ đã vượt quá giá trị thực thì sẽ đến lúc nó quay đầu đi xuống. Và khi thị trường sụp đổ thì đó là lúc tôi lại mua vào.

Vào thời điểm tốt nghiệp đại học, tôi có hai công ty sinh lợi, một quyển sách bán chạy và những khoản đầu tư tiếp tục mang đến cho tôi lợi nhuận. Và ở tuổi 26, tôi đã thực hiện được một trong những mục tiêu của mình: trở thành triệu phú.

Bạn thân mến, tôi bắt đầu quyển sách này bằng việc chia sẻ đôi điều về hành trình làm giàu của tôi, không phải để gây ấn tượng hay đánh bóng bản thân tôi, mà chỉ muốn phát đi một thông điệp với niềm tin mãnh liệt rằng tôi làm được thì bạn cũng làm được! Tất cả những gì bạn cần là *một ý chí vững vàng, một ý thức rằng việc gì cũng có thể làm được, một chiến lược đúng đắn và quyết tâm thực hiện đến cùng.*

Tiền bạc là một trò chơi...

Bạn phải học để biết cách thắng

Bạn thấy đó... kiếm tiền cũng giống như một cuộc chơi. Nếu bạn nắm được luật chơi, tiền sẽ chảy vào túi bạn. Nếu chơi không đúng luật, suốt đời bạn sẽ phải vật lộn với những vấn đề tài chính, bất kể bạn có làm việc chăm chỉ đến mấy.

Đã bao giờ bạn tự đặt câu hỏi, tại sao có người kiếm được gấp 5, gấp 10, thậm chí gấp 20 lần người khác? Phải chăng vì họ thông minh hơn gấp 20 lần? Làm việc chăm chỉ hơn gấp 20 lần? Hay vì họ may mắn hơn? Câu trả lời đúng cho những câu hỏi này là “KHÔNG”.

Tôi dám chắc là bạn biết một số người, khi còn đi học họ có vẻ lười hơn bạn, thành tích kém hơn bạn, nhưng bây giờ họ lại giàu gấp 5 gấp 10 lần bạn. Mặc dù học bạ của họ có nhiều điểm dưới trung bình, nhưng danh mục tài sản của họ thì khiến nhiều người phải ghen tị. Tại sao ư, lý do duy nhất là họ hiểu rõ vòng xoay của đồng tiền, trong khi phần lớn mọi người, trong đó có cả những người rất giỏi giang trong học tập, lại không học được điều đó.

Điều không may là không một ngôi trường nào dạy học sinh làm sao để kiếm tiền, đầu tư như thế nào và quản lý tài sản ra sao để nó sinh sôi nảy nở, trong khi tiền bạc lại là thứ quan trọng nhất

giúp chúng ta thực hiện những mục tiêu khác nhau trong cuộc sống. Mặc dù nhiều triết gia dạy rằng, *“Tiền không phải là tất cả”, “Tiền bạc không mang lại hạnh phúc”* nhưng điều đó chỉ đúng một nửa. Để thành công trong tất cả các khía cạnh của cuộc sống như sức khỏe, các mối quan hệ, gia đình, chúng ta cần phải có một sự bảo đảm về tài chính!

Có một nền tảng tài chính vững vàng có nghĩa là được TỰ DO, được giải phóng khỏi các chủ nợ hoặc các chồng hóa đơn đòi thanh toán. Để sống một cách đúng nghĩa, bạn cần có đủ tiền nuôi bản thân và gia đình, trả cho những nhu cầu căn bản và thỉnh thoảng cho phép mình hưởng thụ những thứ xa xỉ. Điều đó có nghĩa là được “tự do” nghỉ việc, rời bỏ công ty, “tạm biệt” ông chủ, không phải làm chung với người mình không ưa, và có quyền làm công việc mình muốn, một việc có ý nghĩa và đem lại sự thỏa mãn cá nhân. Có lẽ trên đời không ai bàn cãi về nhu cầu có đủ tiền cho bản thân mình.

Nền giáo dục truyền thống (cũng may là đang có dấu hiệu thay đổi) không bao giờ dạy chúng ta làm giàu, thay vì thế nó dạy ta những khái niệm giáo điều khiến chúng ta phải cảm ơn cuộc đời vì sự nghèo khó của mình. Trong nhà trường cũng như ngoài xã hội, thông qua các phương tiện truyền thông, chúng ta được dạy rằng, *“Hãy học chăm, đạt điểm cao, có công việc tốt và thế là cuộc đời sẽ nở nụ cười với bạn”*. Rằng, *“Đầu tư là rủi ro”, “Đừng làm bộ tài khôn”, “Chớ có chơi cổ phiếu nếu không muốn tán gia bại sản”, “Đam mê kiếm tiền là xấu”, “Bạn giàu có rất một lũ người xấu”* hoặc *“Đừng có ky ky cóp cóp làm giàu”*.

Kết quả của những lời khuyên “phản giàu” này là hầu hết mọi người cặm cụi làm lụng suốt đời mà chỉ đủ ăn, hoặc rơi vào vòng xoáy tiền bạc để cuối cùng chịu cảnh trắng tay với bao ngậm ngùi nuối tiếc. Tuy vậy, một số ít người may mắn biết rằng, nếu chỉ dựa vào một công việc tốt và một tinh thần làm việc chăm chỉ, người ta không thể nào giàu nổi. Muốn giàu có cần một cách nghĩ khác và một chiến lược khác. Chỉ những người nắm được bài học này mới thoát khỏi vòng xoáy tiền bạc và bước lên một tầm cao mới: có được sự tự do thật sự và sự bảo đảm về tài chính.

Một số người cần 10 năm để nắm được điều đó, cũng có những người cần tới 30 năm, và có người đến lúc hiểu ra thì đã quá muộn. Trong quyển sách này, bạn sẽ học được những điều mà người ta cần cả đời người để nghiệm ra.

Đầu tiên...

Bạn phải biết tại sao mình chưa giàu

Trước khi học những chiến lược làm giàu, tôi muốn hỏi bạn câu này, *“Tại sao bạn chưa giàu?”, “Điều gì ngăn cản bạn không có được số tiền như bạn mong muốn?”*.

Bạn hãy dành thời gian suy nghĩ về câu hỏi này, và viết ra càng nhiều lý do càng tốt. Điều quan trọng là bạn phải thành thật với bản thân. Nào ta hãy bắt đầu.

Lý do khiến tôi chưa giàu là

1.
2.
3.

4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

Bây giờ, ta hãy cùng đọc một số lý do mà tôi đã thống kê được trong mấy năm qua. Phần lớn những người được hỏi có khuynh hướng trả lời như sau:

“Tôi không có vốn để khởi nghiệp”, “Tôi sinh ra trong một gia đình nghèo”, “Tôi phải nuôi sống cả gia đình”, “Tôi quá trẻ/già”, “Tôi không đủ thông minh”, “Tôi không có cơ hội”, “Tôi quá lười”, “Tôi không đủ trình độ”, “Gia đình tôi không ủng hộ”, “Tôi chẳng biết gì về tài chính”, “Tôi có cả một đàn con nheo nhóc”, “Số tôi xui xẻo lắm”, “Tôi sợ gặp rủi ro”, “Tôi không có ý thức kỷ luật”, “Nền kinh tế đang xuống dốc”, “Tôi thường ra quyết định sai lầm”.

Có lý do nào trên đây giống với những gì mà bạn đã nêu ra không? Bây giờ tôi muốn bạn nhìn lại tất cả những lý do mà bạn đã viết ra và xét xem trong đó có điều gì bạn có thể thay đổi được và có lý do nào bạn cho là nằm ngoài khả năng kiểm soát của mình.

Với những lý do chủ quan như: “thường đưa ra quyết định sai lầm”, “thiếu ý thức kỷ luật”, “thiếu kiến thức”, bạn đánh một dấu V bên cạnh. Những lý do thuộc yếu tố khách quan như: “không có cơ hội”, “thiếu may mắn”, bạn đánh dấu X vào. Bây giờ bạn thử điểm lại xem mình có nhiều chữ V hơn hay chữ X hơn. Bạn biết không, khả năng làm giàu của bạn phụ thuộc nhiều vào điều này đấy!!!!

Mỗi lần tiến hành cuộc điều tra này, tôi đều phát hiện đi phát hiện lại một sự thật rằng, những người có nhiều dấu V hơn thường thành công hơn những người có nhiều dấu X hơn. Ta hãy tạm chia con người ra làm hai dạng. Dạng người có cách suy nghĩ thành công và dạng người nghĩ mình là nạn nhân. Những lý do bạn đưa ra cho thấy bạn suy nghĩ như một người Thành Công hay như một Nạn Nhân.

Thật đáng tiếc, phần lớn mọi người có cách nghĩ của Nạn Nhân, chính điều này trói chân trói tay họ, không cho phép họ làm bất cứ điều gì để cải thiện tình hình. Khi không đạt được kết quả mong muốn, Nạn Nhân thường viện cớ: *“May mắn quay lưng lại với tôi”, “Tôi chẳng có kinh nghiệm gì”, “Tôi quá già nên không kiếm được nhiều tiền hơn”, “Tôi quá trẻ nên không thể làm giàu”, “Tôi không có vốn”, “Nhà tôi nghèo thế mà”* hoặc *“Tôi không có óc sáng tạo”*... Tất cả những lý do trên đều không có cơ sở, chúng ta ai cũng biết rất nhiều người khởi nghiệp từ hai bàn tay trắng và đã thành công, bất chấp mọi khó khăn trở ngại.

Nạn Nhân có khuynh hướng đùn đẩy trách nhiệm, rằng những việc bất toàn, không như ý của họ là do người khác hoặc hoàn cảnh khách quan chứ không phải do bản thân họ. Khi hỏi tại sao Nạn Nhân không giàu, họ sẽ đưa ra một lô lý do như, *“Tại sếp không tăng lương”, “Chẳng ai tạo cơ hội cho tôi”, “Gia đình ngăn cản tôi”, “Thị trường chứng khoán đi xuống làm tôi mất tất tần tật”*... Thế là thay vì

tìm cách xoay chuyển tình hình, Nạn Nhân chỉ ngồi đó than thân trách phận.

Vấn đề là ở chỗ, khi bạn tìm cách bào chữa cho bản thân, đổ lỗi cho người khác và luôn miệng oán thán thì điều đó có nghĩa là có một ai đó hoặc một điều gì đó đang điều khiển cuộc sống và sản nghiệp của bạn. Khi bạn nghĩ rằng mình chẳng có lỗi gì thì đồng thời bạn cũng chẳng có năng lực để thay đổi cục diện. Nếu bạn suy nghĩ như một Nạn Nhân, khư khư tin rằng những yếu tố bên ngoài ảnh hưởng trực tiếp đến túi tiền của bạn thì dù bạn có học chiến lược làm giàu gì đi nữa cũng chỉ vô dụng mà thôi!

Để thụ hưởng tất cả lợi ích của quyển sách này, trước hết bạn phải có suy nghĩ của người Thành Công. Người Thành Công chịu 100% trách nhiệm cho cuộc đời mình. Họ kiểm soát sản nghiệp của họ. Khi làm ăn thất bát, họ không đổ lỗi cho khách hàng hay nền kinh tế, vì họ biết rằng làm như vậy là vô ích bởi họ không thể làm gì để thay đổi những yếu tố khách quan này. Thay vì thế, họ đứng ra chịu trách nhiệm rằng mình làm việc chưa tốt, chưa đáp ứng đầy đủ các nhu cầu hoặc phương pháp bán hàng của mình không hiệu quả. Chỉ khi bạn đứng ra chịu trách nhiệm về kết quả của mình, bạn mới có sức mạnh để “dời non chuyển núi”! Khi người Thành Công không được tăng lương, họ không đổ lỗi cho sếp hay công ty, họ thấy rằng mình chưa mang lại giá trị gia tăng hoặc chưa chứng minh được giá trị của mình, hoặc đơn giản là chưa đề nghị tăng lương!

SUY NGHĨ CỦA NGƯỜI THÀNH CÔNG	SUY NGHĨ CỦA NẠN NHÂN
Làm trách nhiệm 100%	Viết cho bào chữa cho bản thân
Yêu cầu làm chủ	Đổ lỗi cho người khác
	Than phiền

Vào thời điểm bạn thừa nhận rằng, bạn chứ không phải ai khác, tự tạo ra vận mệnh của mình, cũng là lúc bạn đem lại cho mình sức mạnh để bắt đầu trở nên giàu có! Khi nắm được những chiến lược làm giàu, bạn sẽ nhận thấy rằng mình có thể làm giàu ở bất kỳ độ tuổi nào, với bất cứ điểm xuất phát nào và trong bất kỳ hoàn cảnh nào.

Trước khi tìm hiểu xem các triệu phú làm giàu như thế nào, chúng ta hãy cùng khám phá “Bảy Bước Làm Giàu”!

CHƯƠNG 2

BẢY BƯỚC LÀM GIÀU

Trên đời có cái gọi là công thức làm giàu không? Có phải tất cả những người tay trắng làm nên, tụt trung, đều trải qua những bước giống nhau để trở nên giàu có? Nếu nghiên cứu kỹ về cách nghĩ và cách làm của các triệu phú, liệu ta có thể khái quát được những điểm chung để học hỏi và mô phỏng theo không? Câu trả lời là CÓ.

Những triệu phú khác nhau có thể làm giàu trên những lĩnh vực khác nhau, như địa ốc, giáo dục, dịch vụ v.v... nhưng dù ở lĩnh vực nào thì tôi cho rằng tất cả cũng đều có kỹ năng làm giàu giống nhau, đi những bước tương tự để dựng nên cơ nghiệp. Tất nhiên, vẫn có những người nắm trong tay một gia tài khổng lồ mà không hề có kỹ năng làm giàu đặc biệt nào. Có thể họ được thừa kế gia sản, hoặc trúng số hoặc nhờ vào tài năng trong các lĩnh vực văn nghệ, thể thao. Tuy nhiên, thời gian đã chứng minh rằng, nếu họ không học được những kỹ năng quản lý tài chính cần thiết, hoặc không có một người quản lý tài chính giỏi thì sớm muộn gì của cải cũng đội nón ra đi. Doris Day, ca sĩ vang bóng một thời của Mỹ là một trong những trường hợp như vậy. Cô lâm vào cảnh trắng tay khi bị

chồng (đồng thời cũng là người quản lý của cô) lừa gạt và bỏ trốn với tất cả số tiền mà cô khó khăn lắm mới có được.

Vì vậy, chúng ta hãy bắt đầu bằng cách học công thức Làm Giàu Bảy Bước. Đó là bảy bước căn bản nhất, trong đó mỗi bước là một kỹ năng mà tất cả những ai muốn làm giàu đều phải luyện tập để trở nên thành thục.

Bước 1: Có cách nghĩ của một triệu phú

Đầu tiên, bạn phải học và bắt chước cách nghĩ của một triệu phú. Họ suy nghĩ rất khác người bình thường, đó là lý do tại sao họ làm được những việc khác thường và tạo ra những kết quả phi thường. Nói chung, họ có những quan niệm và thói quen khác biệt, cho phép họ nhìn ra cơ hội trong khi người khác chỉ thấy rủi ro. Họ học hỏi từ những kinh nghiệm không vui để ngày càng phát triển trong khi người bình thường xem đó là thất bại.

Vào thời điểm bạn tiếp thu trọn vẹn cách suy nghĩ và thói quen của một triệu phú, nhận thức của bạn về thế giới cũng sẽ thay đổi, bạn sẽ ngỡ ngàng lắm lắm khi nhận ra rằng cơ hội đầy rẫy xung quanh bạn chứ không phải ở nơi nào khác, một điều mà trước đây có thể bạn không hề nhận ra!

Trong chương 3, bạn sẽ làm quen với 9 thói quen của triệu phú và cách thức làm sao để tạo dựng những niềm tin có thể giúp bạn làm giàu từ trong tiềm thức.

Bước 2: Xác lập và định hình mục tiêu tài chính rõ ràng

Cái giàu không “dừng dừng” mà đến như câu nói của người xưa (*Số giàu mang đến dừng dừng*). Bạn phải khởi sự với một mục tiêu rõ ràng cụ thể trong tâm trí. Ở một thời điểm nào đó trong đời, triệu phú nào cũng phải lên mục tiêu làm giàu. Tuy vậy, bất cứ khi nào tôi hỏi cử tọa – những người muốn cải thiện tình hình tài chính của mình – rằng mục tiêu tài chính của họ là gì thì chỉ nhận được những cái nhìn ngỡ ngàng. Khi tôi yêu cầu họ viết ra mục tiêu tài chính của mình, đa số câu trả lời mà tôi nhận được chỉ là những câu nói mơ hồ rằng “càng nhiều càng tốt”. Đó chính là rào cản lớn nhất đối với họ. Nếu không đề ra một chỉ tiêu cụ thể để phấn đấu, bạn sẽ không bao giờ có khả năng vạch ra một chiến lược đúng đắn để đạt được nó.

Giả sử thu nhập hàng tháng của bạn là 4000 đô và bạn muốn tăng lên 20.000 đô, rõ ràng không phải cứ làm việc chăm chỉ hơn 5 lần là được. Phải có một phương pháp hoàn toàn khác. Tương tự, nếu mục tiêu bạn nhắm đến là 40.000 đô, bạn cần có một chiến lược tối ưu hơn nữa! Chỉ khi biết cụ thể mình muốn gì, bạn mới có kế hoạch thực hiện nó. Không cần biết tình hình tài chính hiện thời của bạn như thế nào, chỉ cần bạn dùng đúng phương pháp thì mục tiêu cao mấy cũng có cách đạt được.

Chương 5 sẽ giới thiệu với bạn bốn cấp độ giàu có và làm thế nào để đạt được từng cấp độ. Đó là sự vững vàng tài chính, an toàn tài chính, tự do tài chính và dư dả tài chính.

Bước 3: Lên kế hoạch tài chính

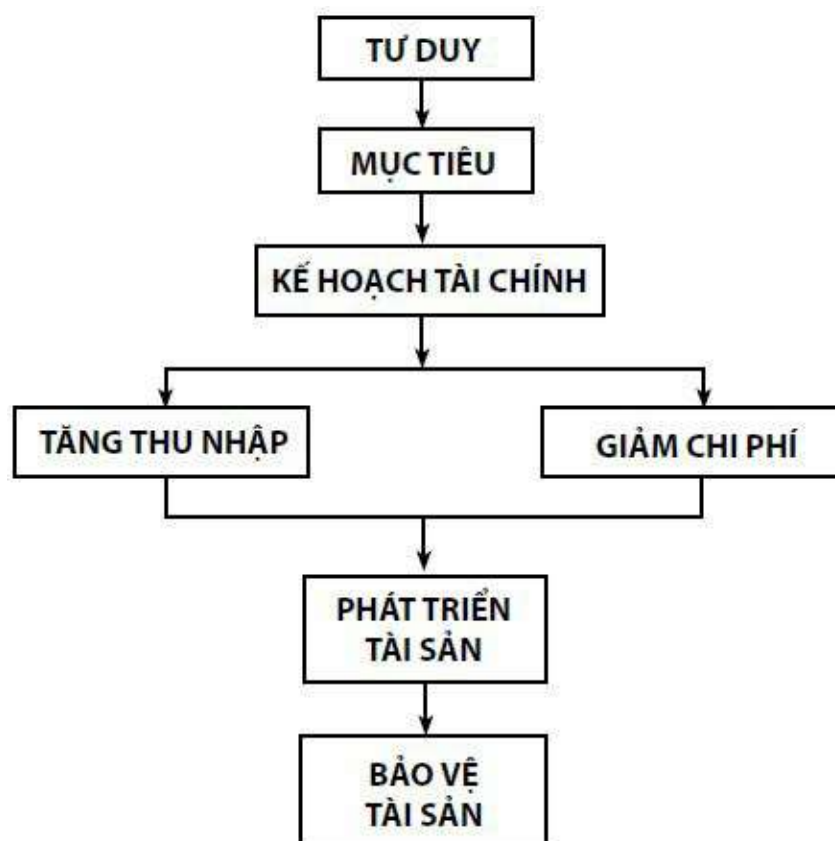
Một khi đã có mục tiêu tài chính cụ thể: kiếm được bao nhiêu tiền và tích lũy được bao nhiêu tiền, bạn cần lập ra một kế hoạch khả thi để đạt được nó. Mục tiêu dù hay ho đến mấy vẫn mãi là “giấc mơ hảo huyền” nếu không có các bước hành động kèm theo. Và chỉ khi nào bạn bắt tay vào thực hiện kế hoạch thì ước mơ ấy mới trở thành hiện thực.

Ví dụ, nếu mục tiêu của bạn là tích lũy được một triệu đô vào thời điểm nào đó, bạn phải vạch ra kế hoạch cụ thể như hàng tháng để dành bao nhiêu, đầu tư bao nhiêu, lợi nhuận mong muốn bao nhiêu và cần một khoảng thời gian bao lâu để đạt được con số đó.

Nếu mục tiêu là tăng thu nhập gấp 3 lần lên 15.000 đô một tháng, bạn phải có kế hoạch cụ thể để tăng lương cũng như tìm thêm những khoản thu nhập phụ.

Phần lớn mọi người không đạt được giấc mơ về tiền của bởi vì họ không hề có mục tiêu xác định, hoặc không biết cách vạch kế hoạch thực hiện. Họ chỉ biết cắm đầu cắm cổ làm việc và thầm hy vọng rằng một ngày nào đó thần may mắn sẽ mỉm cười rồi mong muốn của họ sẽ thành sự thật. Bạn không thể phó mặc tương lai của mình cho may rủi theo cách đó mà phải làm chủ nó. Nếu cần thì các chuyên viên tài chính có thể giúp bạn, nhưng bạn vẫn là người chịu trách nhiệm chính! Đó là cuộc sống và tương lai của bạn cơ mà.

Trong chương 4 và 5, bạn sẽ được hướng dẫn cách viết chiến lược tài chính và vạch ra hướng đi để đạt được 4 mức độ giàu có.



Bước 4: Tăng thu nhập

Sau khi lên được một bản kế hoạch tài chính đẹp đẽ rồi, nhiều người chẳng biết bước tiếp theo phải làm gì, và quyết tâm của họ bắt đầu rơi rụng dần. Họ tặc lưỡi mà rằng, với mức thu nhập như thế và khả năng dành dụm hàng tháng như thế, có mất cả đời họ cũng không gom nổi một phần nhỏ trong con số mơ ước đó.

Rõ ràng, quan trọng là bạn phải biết cách tăng tốc và đẩy mạnh kế hoạch tài chính của mình bằng cách hành động mạnh mẽ để kiếm được nhiều tiền hơn. Nếu chỉ tăng thu nhập lên 5%, 10%

hay thậm chí 20% thì chưa đủ, phải tăng gấp đôi, gấp ba, có khi tăng từ 5 đến 10 lần. Điều đó có khả thi không? Hoàn toàn khả thi và bạn sẽ làm được mà không cần phải nghỉ việc hay đánh cược tất cả những gì mình có.

Trong chương 6, 7 và 8, bạn sẽ được hướng dẫn những phương pháp thực tiễn, hữu dụng mà hàng ngàn người đã sử dụng để nâng cao thu nhập. Chương 9, 10, 11 và 12 sẽ giúp bạn cách kinh doanh tại gia mà vẫn vươn ra thế giới nhờ sức mạnh của Internet. Bạn cũng sẽ hiểu tại sao học sinh, người đi làm, người về hưu và nội trợ vẫn có cách kiếm được nguồn thu đều đặn.

Bước 5: Quản lý tiền bạc và giảm chi tiêu

Nhiều người nghĩ rằng chỉ cần tăng thu nhập là đủ. Nhưng thật ra đó mới chỉ là một nửa chiếc bánh. Có người kiếm 2000 đô/tháng lâm vào cảnh bần cùng và cũng có người với mức thu nhập gấp 10 lần như thế vẫn khánh kiệt nếu không biết cách chi tiêu. Một người làm ra nhiều nhưng tiêu cũng lắm, rốt cục sẽ chẳng dư đồng nào cả, thậm chí còn vướng vào nợ nần nếu không biết “liệu cơm gắp mắm”. Điều này đã được nhà văn Charles Dickens khái quát nên ngay từ buổi đầu của Chủ Nghĩa Tư Bản, qua bức chân dung về một người suốt đời ra tù vào khám chỉ vì làm ra một đồng lại tiêu mất một đồng mốt. Trong thời kỳ bùng nổ tín dụng ngày nay, tình hình ngày càng xấu đi khi cánh ngân hàng mạnh tay cho vay tín dụng, khuyến khích người tiêu dùng cứ mặc sức tiêu xài trước rồi... trả nợ sau. Kết cục, bạn thấy mình nai lưng ra làm việc suốt đời chỉ để trả nợ ngân hàng mà trong tay chẳng có gì. Vì thế, bạn giàu hay nghèo không phụ thuộc vào việc bạn kiếm được bao nhiêu tiền, mà vào việc bạn để dành được bao nhiêu và đầu tư sinh lợi như thế nào.

Trong chương 13 và 14, bạn sẽ học những kỹ năng quản lý tiền bạc căn bản và làm thế nào để cắt giảm chi tiêu 20%-30% mà vẫn đảm bảo mức sống của mình.

Bước 6: Triệu phú biết cách nhân giống đồng tiền

Sau khi tăng thu nhập và giảm chi tiêu, bạn sẽ học cách làm sao để tích lũy tiền bạc thành một khoản lớn hơn, đủ để bắt đầu xây dựng cơ đồ. Dù cho bạn có làm việc chăm chỉ đến mấy, tiết kiệm cỡ nào, bạn vẫn không thể giàu lên được bao nhiêu nếu không biết cách bắt đồng tiền “tự nhân giống”. Tích lũy giúp bạn có được số vốn nho nhỏ và đầu tư giúp bạn làm cho số tiền đó sinh con đẻ cháu đầy nhà.

Tất cả những người tay trắng thành triệu phú đều dành phần lớn của cải vào những cuộc đầu tư sinh lợi. Đó là vì họ biết rõ, nếu chỉ làm công ăn lương họ không thể nào giàu nổi. Chỉ khi tiền đẻ ra tiền thì bạn mới giàu lên nhanh chóng được.

Một số người đã từng mất tiền vào chứng khoán hoặc gửi nhầm quỹ đầu tư. Như con chim sợ làn cây cong, họ có tâm lý thúc thủ và nghĩ rằng gửi tiền ngân hàng là cách đầu tư an toàn nhất, dẫu rằng họ chỉ nhận được mức lãi suất vài phần trăm một năm. Xin bạn chớ lo ngại! Những phương pháp làm giàu mà tôi sẽ hướng dẫn bạn có mức độ rủi ro thấp nhất. Trong thực tế, triệu phú mới là những người sợ rủi ro hơn cả, họ không đánh bạc với tất cả công sức và tâm huyết của mình đâu. Thế nên, trong bất cứ thương vụ làm ăn nào, họ cũng có chiến lược hẩn hoi.

Trong các chương từ 15 đến 19, bạn sẽ học được những “bí kíp” đầu tư, có khả năng đem lại mức lợi nhuận 15-25% mỗi năm, với mức rủi ro tối thiểu. Với cái đà ấy, chỉ sau 3-4 năm, tài sản của bạn sẽ tăng gấp đôi!

Bước 7: Bảo vệ cơ nghiệp của bạn

Sẽ giống như đã tròng xe cát biển Đông nếu tài sản mà bạn lao tâm khổ tứ làm ra một ngày kia bị mất trắng, đúng không? Thật không may, điều nghịch lý này lại là “chuyện thường ngày ở huyện”. Nhiều người mất không hàng chục năm xây dựng cơ đồ sau một đêm chỉ vì một tai nạn, một cơn bệnh hay dính vào một vụ kiện vô duyên nào đó. Ngược lại, những triệu phú tay trắng làm nên là người biết dựa vào luật sư, chuyên viên bảo hiểm và kế toán để xây nên một pháo đài tài chính vững chãi. Những gì họ làm ra được bảo vệ khỏi chủ nợ, việc kiện tụng và hàng loạt những rắc rối với các quy định pháp luật có thể nảy sinh trong các vụ làm ăn.

Vì phần này vượt ra ngoài phạm vi nội dung của quyển sách, tôi khuyên bạn tìm sự giúp đỡ chuyên nghiệp trong từng lĩnh vực. Các chuyên gia có thể giúp bạn tận dụng những công cụ khác nhau để bảo vệ tài sản như bảo hiểm, quỹ tín dụng, tài khoản quốc tế... và đảm bảo rằng không một ai hoặc một việc gì có thể làm phương hại tới tài sản mà bạn đã khổ công gây dựng.

Thế là bây giờ bạn đã có cái nhìn tổng quát về bảy bước cần thiết để vươn tới sự giàu có. Chúng ta hãy nghiên cứu thấu đáo từng bước một và hãy bắt đầu với...

CHƯƠNG 3 CHÍN THÓI QUEN CỦA TRIỆU PHÚ

Trong chương này, chúng ta sẽ cùng khám phá cách nghĩ của những triệu phú. Đây cũng là bước đầu tiên trong công thức Làm Giàu Bảy Bước! Trước khi tiếp thu những chiến lược và biện pháp cụ thể để kiếm tiền và làm cho nó sinh sôi nảy nở, bạn phải có tư duy đúng đắn về việc làm giàu.

Hãy nhớ rằng, triệu phú suy nghĩ và nhìn nhận về thế giới rất khác biệt! Nơi người bình thường chỉ thấy vấn đề, các triệu phú thấy cơ hội kiếm tiền. Nơi bạn chỉ thấy thất bại, họ thấy những kinh nghiệm quý báu dẫn dắt họ tới những cơ hội lớn hơn.

Nếu không có cách nghĩ của triệu phú, bạn sẽ không bao giờ phát hiện những cơ may vô hạn ẩn hiện đâu đó chung quanh mình. Bạn cũng không có đủ sự tập trung và kiên định để bước những bước đi táo bạo và thực hiện những ý tưởng, chiến lược mà tôi sẽ chia sẻ với bạn.

Để giàu có, trước tiên bạn phải toàn tâm toàn ý mong muốn mình có thật nhiều tiền; chỉ những mong muốn mãnh liệt mới trở thành thực tế. Bạn phải hình dung mình giàu có như thế nào trước khi thu hút được của cải đến với mình. Thực tế đã chứng minh những ai có cách nghĩ của triệu phú sẽ dễ dàng thu hút và khơi nguồn tiền chảy về phía mình trong bất kỳ hoàn cảnh nào, thậm chí khi họ khởi nghiệp từ con số 0 tròn trĩnh. Những người như vậy – ngay cả khi thất bại thảm hại như gặp tai nạn hay kinh doanh thất bát, ngập trong nợ nần – là người có thể đứng dậy và giành lại những gì đã mất trong một thời gian ngắn.

Ông vua bất động sản Donald Trump (chủ chương trình “Người tập sự” - The Apprentice) là một ví dụ tiêu biểu. Trump mất toàn bộ cơ nghiệp khi giá nhà đất rớt thê thảm vì đợt suy thoái đầu thập niên 1990, những món nợ của ông chất cao như núi, lên tới 935 triệu đô. Thất bại nhưng không

bỏ cuộc, Trump gượng dậy và làm một cú thắng ngoạn mục. Trong vòng 10 năm, ông không những thanh toán hết nợ nần mà còn có sản nghiệp khổng lồ trị giá 3,7 tỉ đô! Tại sao một thất bại kinh hồn như vậy không đè bẹp được ông? Đó là vì Trump hiểu rằng, ông có thể mất hết của cải hữu hình, nhưng tài sản thật sự của ông không phải là tài khoản trong nhà băng, hay bất động sản mà nằm trong bộ óc của ông. Đó là cách nghĩ, cách kiếm tiền, kinh nghiệm và kiến thức tài chính vô giá. Và chính những yếu tố này đã giúp ông tiếp tục trụ vững và thành công trong các thương vụ làm ăn. Tất nhiên, không phải lúc nào ông cũng thắng, nhưng với một tài sản trí tuệ to lớn như vậy, việc ông chiếm lĩnh lại thị trường là điều tất yếu.

Trong khi đó, nhiều người sở hữu cả một gia sản lớn – thừa kế của cha mẹ hay trúng số độc đắc – lại không làm được điều đó. Các nghiên cứu về những triệu phú loại này cho biết, sớm muộn gì họ cũng mất tất cả, người trụ lại lâu cũng chỉ được 10 năm. Kẻ thì do tiêu xài hoang phí, người do bị lừa mất hết tiền hoặc đổ tiền vào những dự án đầu tư ngớ ngẩn. Điều này chẳng có gì khó hiểu, một khi không có cách nghĩ của triệu phú, tiền bạc không bao giờ là người bạn trung thành với bất cứ ai.

Tương tự, khi bạn không tư duy như triệu phú, bạn sẽ không thể thu hút tiền bạc về mình, bất kể bạn thông minh hay chăm chỉ đến mức nào. Tôi biết nhiều người là ngôi sao sáng trong học tập, ra trường họ làm việc chuyên cần cho những công ty danh giá và được trả lương hậu hĩnh cho những đóng góp của mình. Nhưng như bạn cũng biết, những người này không thật sự giàu có, và theo quan điểm của tôi, họ không bao giờ được giải phóng hoàn toàn khỏi những âu lo về tài chính. Như vậy, sự dồi dào của cải không phụ thuộc vào công việc bạn làm, bất kể đó là việc gì, mà tùy thuộc vào cách nghĩ của bạn.

Vậy thế nào là lối tư duy triệu phú?

Tư duy ở đây được hiểu theo nghĩa là cách chúng ta nhìn nhận thế giới khách quan. Đó là cách chúng ta định hình, sàng lọc và cảm nhận về những việc xảy ra với mình và những trải nghiệm bản thân. Có thể bạn và tôi cùng trải qua một sự việc nào đó, nhưng chúng ta sẽ có cách nhìn nhận rất khác nhau, đó là vì chúng ta có lối tư duy khác nhau. Cách suy nghĩ khác nhau dẫn tới những hành động và kết quả khác nhau.

Cho phép tôi đưa ra một ví dụ.

TƯ DUY → SUY NGHĨ → HÀNH ĐỘNG → KẾT QUẢ

Giả sử một sáng sớm bạn phải đáp chuyến bay quan trọng tới New York. Vì lý do nào đó, chuyến bay bị hoãn và cả ngày bạn bị kẹt lại ở sân bay cùng hàng trăm hành khách khác. Không còn chuyến bay nào đến New York ngày hôm đó. Bạn sẽ nghĩ gì, cảm giác ra sao? Phản ứng của bạn sẽ như thế nào: (a) Ngồi chờ tin tức về chuyến bay tiếp theo, hay (b) Khiếu nại với những người có trách nhiệm, hay (c) Kêu trời cùng với những hành khách khác?

Phải, điều bạn làm phụ thuộc vào cách nghĩ của bạn. Phần lớn mọi người cho đó là một vấn đề nằm ngoài phạm vi giải quyết của mình. Họ bực tức, giận dữ và làm những việc a, b, c mà tôi kể trên. Vậy, người có tư duy triệu phú sẽ làm gì?

Tỉ phú Richard Branson – người sáng lập kiêm chủ tịch tập đoàn Virgin – đã gặp một tình huống tương tự vào năm 1980, lúc hai vợ chồng ông đi nghỉ mát ở đảo Beef thuộc quần đảo Virgin. Khi biết mình sẽ mất toi một ngày chờ đợi vì chuyến bay nội địa đến Puerto Rico bị hủy, ông không cho đây là vấn đề khiến mình phải bực bội mà lại thấy cơ hội đi kèm với nó. Với cách nghĩ như vậy, ông đã làm một việc rất khác người.

Branson gọi điện thoại đến vài công ty và thuê được một chiếc máy bay tư nhân với giá 2000 đô. Biết rằng nhiều người khác cũng muốn được giải phóng khỏi nơi này, ông mượn một tấm bảng đen và ghi dòng chữ, “*Hãng hàng không Virgin, giá vé một chiều đi Puerto Rico - 39 đô*”. Sau một giờ cầm tấm bảng đi một vòng quanh sân bay, ông bán sạch vé cho chuyến bay đó!

Sau khi đưa mọi người đến nơi an toàn và kiếm được một khoản kha khá, ông nhớ lại lời một hành khách trong lúc vui mừng đã nói, “*Hãng hàng không đã chiến này cũng được đấy chứ, thêm một vài dịch vụ nữa là đủ tiêu chuẩn rồi*”. Cho tới lúc đó, Branson – ông chủ một tay dựng nên hãng Virgin Records và là người thích mạo hiểm trên các khinh khí cầu – chưa mấy may nghĩ đến kinh doanh dịch vụ hàng không! Nhưng đối với một người dám nghĩ dám làm thì chỉ một nhận xét vu vơ như thế thôi cũng đủ gợi ra một ý tưởng vĩ đại. Một thời gian ngắn sau đó, ông đã lập nên hãng hàng không Virgin và chẳng bao lâu sau, Virgin đã qua mặt được gã khổng lồ British Airways và nhiều hãng hàng không khác. Ngày nay, Virgin là hãng hàng không giá rẻ có mạng lưới toàn cầu và là một trong những hãng có lợi nhuận cao nhất thế giới.

Điều đáng kinh ngạc ở đây là Branson không dùng tiền để giải quyết vấn đề. Ông dùng cái đầu của mình để biến khó khăn thành cơ hội. Nhờ thế, không những ông giải quyết được vấn đề, mà còn kiếm được tiền. Thật là nhất cử lưỡng tiện.

Vì thế, nếu bây giờ bạn chưa giàu thì điều đó có nghĩa là bạn chưa làm đúng cách. Nói cách khác, nếu muốn thay đổi cuộc sống của mình, bạn phải làm khác đi. Để làm khác đi, bạn phải có cách nghĩ khác. Tư duy như triệu phú thể hiện trong thói quen, niềm tin, giá trị sống và thái độ đấy bạn ạ!

Bây giờ bạn hãy cùng tôi học “Chín thói quen của triệu phú”. Khi sở hữu những thói quen này, tiền bạc sẽ như dòng nước được khơi thông chảy về nơi bạn. Ngược lại, nếu không có những thói quen này, bạn sẽ thấy mình cứ loay hoay làm lụng toan tính suốt đời mà nghèo vẫn hoàn nghèo.

Thói quen triệu phú 1:

Bao giờ cũng làm vượt trên sự mong đợi

Trước khi giải thích thói quen đầu tiên, tôi muốn bạn viết ra ít nhất 5 lý do tại sao sự giàu có lại quan trọng đối với bạn. Vì sao bạn muốn có nhiều tiền hơn? Để gửi con vào học ở những trường tốt nhất? Để giải phóng khỏi mối lo cơm áo gạo tiền hay để tự do ngao du khắp thế giới? Nếu không biết rõ lý do TẠI SAO mình muốn giàu, bạn sẽ không bao giờ có đủ quyết tâm và nhiệt tình để theo đuổi đến cùng. Hãy ghi ra những lý do của bạn dưới đây.

1.
2.
3.
4.
5.
6.

7.

Bạn đã làm xong bài tập chưa? Nếu chưa, hãy ghi ra ít nhất 5 lý do trước khi tiếp tục đọc. Bạn cần những lý do này để có thể thụ hưởng lợi ích từ quyển sách này. Điều này CỰC KỲ quan trọng.

Kẻ làm giảm giá trị

Vậy bạn viết ra được bao nhiêu lý do? Đúng 5 lý do, ít hơn hoặc nhiều hơn 5 lý do? Việc làm của bạn phản ánh trực tiếp suy nghĩ và hành động của bạn trong cuộc sống.

Với bài tập này, tôi phát hiện ra rằng con người nói chung có thể chia làm 3 nhóm. Nhóm thứ nhất là những người có **thói quen làm ít hơn điều được mong đợi**. Điều này được phản ánh qua việc họ chỉ nêu ra 3-4 lý do qua loa cho xong chuyện. Khi được hỏi tại sao, họ thường đưa ra những lời bào chữa như: *"Ừ thì tôi chẳng nghĩ thêm được gì nữa"* hoặc *"Tôi làm gì có thời gian"*. Chính vì cách nghĩ và hành động như thế mà nhóm người này không tạo ra giá trị gia tăng cho công ty. Trong thực tế, họ còn giảm bớt giá trị do công ty tạo ra. Những người này nếu phải làm những hạng mục ABCD sẽ chỉ làm A và B, quên hoặc làm qua quýt việc C và D. Mặc dù họ được trả lương 2000 đô, họ chỉ mang lại giá trị 1500 đô. Kết quả, họ là món nợ, là gánh nặng của công ty. Trong một công ty thường có vài kẻ làm giảm giá trị như vậy. Bạn đã bao giờ gặp ai như thế chưa?

Bây giờ cho phép tôi hỏi bạn một câu khác. Lương của người này được xem là "đầu tư" hay "chi phí" của công ty? Tất nhiên là chi phí! Công ty có tăng lương cho họ không? Chắc là không. Tăng lương cho họ chỉ làm tăng chi phí và lợi nhuận sẽ giảm. Mục tiêu thứ nhất của tất cả công ty là tăng lợi nhuận hàng năm, như vậy kẻ làm giảm giá trị sẽ làm việc cả năm mà không được tăng lương. Thực tế, nếu vì một lý do nào đó mà lợi nhuận bị giảm, những người này sẽ được xếp vào diện cho nghỉ việc ngay để cắt giảm chi phí! Tất nhiên, nếu bạn nằm trong số này, đừng hy vọng sẽ có ngày bạn thành công hoặc giàu có!

Người duy trì giá trị

Nhóm thứ hai gồm những người có thói quen **chỉ làm đúng như mong đợi**. Họ ngoan ngoãn ghi 5 lý do vì được hướng dẫn "ghi ra ít nhất 5 lý do". Họ chỉ làm đến mức tối thiểu hay mức chấp nhận được. Phần lớn mọi người nghĩ và làm theo xu hướng này, đó là lý do họ không thể giàu được. Hãy thành thật với chính mình: bạn có nằm trong nhóm này không? Bạn viết ra đúng 5 lý do ư?

LÀM VƯỢT TRÊN SỰ MONG ĐỢI	
Tạo ra giá trị	Tài sản không thể thiếu và là khoản đầu tư sinh lợi cao cho công ty
LÀM ĐÚNG NHƯ MONG ĐỢI	
Duy trì giá trị	Tài sản có thể cai bỏ và là khoản đầu tư sinh lợi thấp cho công ty
LÀM DƯỚI SỰ MONG ĐỢI	
Làm giảm giá trị	Gánh nặng và chi phí của công ty

Người làm đúng như mong đợi duy trì giá trị của công ty. Họ là những người có trách nhiệm, đi làm đúng giờ, hoàn tất công việc, không hơn không kém. Nếu giao cho họ chỉ tiêu bán hàng 80.000 đô, họ sẽ bán đúng ngần ấy rồi xoa tay hài lòng coi như mình đã hoàn thành nhiệm vụ. Vậy họ là khoản đầu tư hay chi phí của công ty?

Tôi gọi họ là khoản đầu tư sinh lợi thấp. Trả cho họ 4000 đô một tháng, họ có thể tạo ra giá trị 4000 – 4600 đô, do đó công ty có được 10%-15% lợi nhuận. Vậy họ có được thăng tiến và tăng lương không? Tất nhiên! Vì họ là những người có trách nhiệm và hoàn thành đúng chức trách, họ sẽ được giao thêm trách nhiệm khi công ty mở rộng. Khi họ làm nhiều việc hơn, vị trí và lương bổng của họ cũng sẽ cao hơn.

Tuy nhiên, người thuộc nhóm này chỉ thăng tiến đến một mức độ giới hạn nào đó. Tối đa họ

cũng chỉ leo lên được vị trí trưởng phòng hoặc phụ trách một bộ phận nào đó. Tại sao vậy? Bởi vì họ chỉ là kẻ thừa hành, nhận lệnh từ người khác và thực hiện nghiêm chỉnh như người lính. Họ thiếu tinh thần “làm nhiều hơn, làm tốt hơn!”. Mặc dù vẫn được xem là tài sản công ty, họ là loại tài sản có thể thay thế được. Do đó, nhiều người rơi vào cảnh “ngồi chơi xơi nước” khi tới một tuổi nào đó. Họ dễ dàng bị cho “về vườn” khi ông chủ nhận ra rằng mình có thể kiếm ai đó trẻ hơn lại chỉ phải trả một nửa lương để làm cùng công việc đó. Chắc hẳn bạn cũng biết vài vị trưởng phòng lâm vào tình cảnh này khi sang tuổi ngũ tuần, đúng không? Nếu bạn nằm trong số này, bạn sẽ không có được sự bảo đảm và an toàn về tài chính đâu.

Người tạo ra giá trị

Bạn đã viết ra hơn 5 lý do phải không? Nếu vậy thì xin chúc mừng, bạn nằm trong nhóm thứ ba khá hiếm hoi gồm những người tạo ra giá trị. Những người thuộc nhóm này sớm muộn gì cũng trở nên giàu có. Điều này không tự nhiên mà có, cũng không liên quan gì đến học vấn hoặc bằng cấp. Nếu muốn dư dả tiền bạc, bạn cần tập luyện thói quen này, và bất cứ ai cũng làm được điều đó. Người tạo ra giá trị có thói quen làm nhiều hơn mong đợi. Nếu được trả 3000 đô, họ sẽ làm như thể họ được trả 20.000 đô.

Nếu được kỳ vọng kiếm ra 10.000 đô, họ sẽ kiếm được 30.000 đô!!! Họ được gọi là người tạo ra giá trị vì họ mang lại giá trị cho công ty. Nhờ nỗ lực của họ, công ty ngày càng kiếm được nhiều lợi nhuận. Vì vậy, tiền lương của họ không phải là khoản chi phí cho công ty, mà chính là khoản đầu tư sinh lợi cao.

Vào lúc khủng hoảng kinh tế, người khác có thể mất việc hoặc bị giảm lương, những người này vẫn được tăng lương, được thưởng và chia cổ phần. Doanh nghiệp biết rằng mỗi đồng họ chi cho nhóm người này sẽ thu lại gấp 3. Trong công việc họ được thăng tiến rất nhanh, thu nhập tăng gấp 2-3 lần trong vòng vài năm.

Có một thời, lương bổng được tính chủ yếu dựa vào thâm niên công tác và lòng trung thành. Cũng như rượu ủ càng lâu năm càng quý, bạn càng làm việc cho một công ty lâu, bạn càng được quý trọng. Ngày nay, cơ sở để tính lương hoàn toàn dựa vào giá trị mà bạn mang lại cho công ty. Việc những người trẻ tuổi, không có nhiều kinh nghiệm ngồi vào vị trí quản lý cấp cao và kiếm được nhiều tiền hơn những “lão làng” không còn là điều hiếm thấy nữa.

Những người thuộc nhóm này là tài sản không thể thiếu của công ty, khó có thể thay thế họ. Đó cũng là lý do tại sao doanh nghiệp không ngại trả cho họ ngày càng nhiều hơn, thậm chí còn mời họ làm người hùn vốn để giữ chân họ. Những người này không bao giờ thiếu cơ hội tốt. Họ luôn được các công ty khác nhất là công ty săn đầu người săn đón mời chào với những lời đề nghị hấp dẫn. Bây giờ tôi hy vọng bạn đã hiểu rõ thói quen đáng quý đầu tiên của các triệu phú là làm hơn những gì được kỳ vọng. Trong chương 6, bạn sẽ học cách làm sao tạo ra những giá trị vượt trội dẫn tới mức thu nhập tương ứng!

*Thói quen này không chỉ tốt cho người đi làm, mà còn cho bất cứ ai, từ vận động viên thể thao tới chủ kinh doanh. Trả lời phỏng vấn, làm thế nào để trở thành vận động viên giỏi nhất thế giới, Michael Jordan đã nói, “Tôi kỳ vọng ở bản thân nhiều hơn bất cứ ai trông đợi ở tôi! Khi huấn luyện viên muốn tôi tập luyện 3 lần/tuần, tôi tập 5 lần. Khi ông muốn tôi ghi 15 điểm 1 trận, tôi ghi 36 điểm! Đó là lý do tôi trở thành người giỏi nhất.”**

Vấn phá sản nếu chỉ làm vừa đủ

Ngày nay, là một doanh nhân có nghĩa là bạn phải làm vượt xa mức kỳ vọng để gây dựng một công ty ăn nên làm ra! Áp lực cạnh tranh hiện nay lớn hơn rất nhiều so với 5-10 năm trước. Một công ty hoạt động dưới mức mong đợi của khách hàng sẽ phải trầy trật vật lộn để sinh tồn. Một công ty đáp ứng được nhu cầu khách hàng chỉ kiếm được mức lợi nhuận đủ để cầm hơi nhưng sẽ không lớn mạnh nổi. Một công ty mang lại kết quả vượt quá mong đợi của khách hàng sẽ dẫn đầu thị trường và tiền bạc nhờ thế mà đổ về phía họ.

Lý do tại sao ngày nay cứ 10 công ty thì có đến 9 công ty thất bại đã trở nên quá rõ ràng, áp lực cạnh tranh gay gắt hơn bao giờ hết. Chỉ cần mở một cửa hàng bán lẻ, bạn sẽ gặp hàng trăm đối thủ, cả trong nước lẫn ngoài nước! Vì thế, nếu bạn làm dưới mức mong đợi, khách hàng sẽ không bao giờ quay trở lại! Nếu bạn chỉ đáp ứng vừa đủ nhu cầu, bạn sẽ gặp khối vấn đề để tồn tại trong thương trường, bởi vì có hàng trăm công ty khác cũng đáp ứng được nhu cầu khách hàng, với chi phí có thể chỉ bằng nửa của bạn.

Bạn sẽ phải cạnh tranh về giá, và nhiều khi lấy công làm lời. Tôi biết nhiều doanh nghiệp cố lắm mới không bị thua lỗ, sản phẩm của công ty họ không có gì khác với sản phẩm của thiên hạ. Ngày nay, kể cả khi làm tốt hơn mong đợi của khách hàng, bạn cũng chỉ kiếm được mức lợi khá khiêm tốn vì nhiều công ty đã cố công gắng sức để gia tăng giá trị cho khách hàng.

Làm thế nào kiếm được lợi nhuận cao và trở thành triệu phú trong bối cảnh hiện đại? Câu trả lời nằm ở chỗ bạn phải vượt xa mức kỳ vọng của khách hàng. Bạn phải đem đến cho khách hàng những sản phẩm hoặc dịch vụ tốt nhất, để họ không những quay lại lần sau mà còn tích cực quảng cáo về bạn cho người quen nữa. Dịch vụ của bạn phải tốt đến mức khách hàng không thể tìm ở đâu khác được. Khi bạn vượt xa mong đợi của khách hàng, bạn có thể bán giá cao mà khách vẫn lũ lượt kéo đến. Đó chính là bí mật về thành công của tôi và giờ tôi muốn chia sẻ cùng bạn!

Một trong những công ty của tôi, Adam Khoo Learning Technologies Group (AKLTG), hoạt động trong lĩnh vực giáo dục trẻ em. Chúng tôi mở những khóa học 5 ngày đào tạo về kỹ năng sống và học tập cho học sinh. Hiện tại, đây là thị trường mang tính cạnh tranh khốc liệt. Chúng tôi có khá nhiều đối thủ nặng ký và bạn nghĩ xem làm sao chúng tôi có thể tồn tại và vươn lên trong thương trường? Giảm giá chẳng, đưa ra mức giá thấp hơn hẳn các đối thủ với chất lượng tương đương? Hạ sách. Chúng tôi đã làm điều ngược lại. Chúng tôi lấy giá cao nhất trong thị trường (1700 đô cho chương trình 5 ngày), vậy mà chúng tôi có nhiều lớp nhất, khóa học nào cũng kín chỗ, với một danh sách chờ dài ngoằng!

AKLTG dẫn đầu thị trường với loại chương trình này chỉ sau 2 năm thành lập công ty, qua mặt các đối thủ sừng sỏ đã xưng hùng xưng bá từ hơn 10 năm trước. Chúng tôi đã làm việc đó như thế nào? Thật đơn giản, bí quyết nằm ở cách chúng tôi cung cấp dịch vụ. Khách hàng của chúng tôi, cả bố mẹ lẫn con cái, đều có được những giờ học lý thú nhất, vượt xa mọi kỳ vọng của họ. Đây là tóm tắt chương trình của AKLTG.

Đối thủ của tôi

- Trong vòng một tiếng, giới thiệu nội dung chương trình.
- Đưa ra một khóa học 5 ngày tập trung vào kỹ năng học tập và cách thức động viên bản thân (mức độ căn bản).
- Cung cấp chương trình hỗ trợ khách hàng.

Chương trình “Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!” và “Thiếu Nhi Siêu Đẳng” của AKLTG

- Trong vòng 3 tiếng, chúng tôi không chỉ giới thiệu về chương trình, mà còn hướng dẫn miễn phí cho phụ huynh và học sinh một số kỹ năng cơ bản trong nghệ thuật làm cha mẹ, kỹ năng học tập và làm sao có động lực vươn lên.
 - Khi đăng ký khóa học, phụ huynh được tặng nhiều phần quà, trong đó có quyển sách bán chạy nhất của tôi.
 - Khóa học 5 ngày của chúng tôi không chỉ dạy các kỹ năng học tập mà còn giúp trẻ nhận ra ý nghĩa đích thực của cuộc sống. Chúng tôi trang bị cho trẻ những kỹ năng thiết yếu giúp chúng thành công trong cuộc sống, đồng thời biết trân trọng và nuôi dưỡng tình cảm gia đình, bè bạn.
 - Phụ huynh được tham dự 2 giờ nói chuyện về kỹ năng làm cha mẹ, cùng với tài liệu đọc thêm ở nhà.
 - Học sinh, nếu muốn, có thể đăng ký học lại mà không phải trả thêm phí.
 - Trong vòng 3 tháng sau khóa học, học sinh nhận được nhiều email động viên khích lệ tinh thần, giúp chúng tập trung vào những mục tiêu đề ra.
 - Học sinh được tư vấn giải đáp thắc mắc không giới hạn và hoàn toàn miễn phí qua email.
- Bạn thấy đấy, bằng cách cung cấp cho khách hàng những khóa học hấp dẫn nhất, giá trị nhất và những trải nghiệm lý thú nhất, chương trình của chúng tôi là tốt nhất, mặc dù có mức giá cao hơn! Xin nhấn mạnh một lần nữa, thói quen bắt đi bắt dịch của các triệu phú là luôn làm vượt quá ngưỡng mong đợi và chỉ khi ấy tài sản mới tăng theo cấp số nhân.

Thói quen triệu phú 2: Chủ động

Trong các bài nói chuyện của mình về chủ đề Làm Giàu, tôi thường bắt đầu bằng cách đề nghị những người tham dự rời ghế ngồi đi một vòng gặp gỡ làm quen càng nhiều người càng tốt, đồng thời giới thiệu về bản thân họ. Với hoạt động đơn giản này, tôi có thể nói ngay là bạn có thói quen quan trọng thứ hai để làm giàu hay không. Tôi nhận thấy bao giờ cũng có những người nhanh nhẹn đi một vòng tự giới thiệu mình trước và làm quen được với rất nhiều người. Họ thể hiện đức tính chủ động. Người chủ động bao giờ cũng là người “mồi lửa” cho mọi việc diễn ra. Khi không thấy cơ hội, họ là người có động thái đi tìm cơ hội. Nếu vẫn không thấy, họ sẽ tự tạo ra cơ hội cho mình. Gặp khó khăn, người chủ động sẽ tìm cách giải quyết vấn đề chứ không chờ ai khác!

Trong khi ấy, có một nhóm người khác với số lượng đông áp đảo chỉ đứng xó rợ một chỗ đợi người khác tới làm quen. Đó là những người mà ta tạm gọi là *bị động*, họ có thói quen đợi mọi việc xảy ra với mình. Họ hành động chỉ để phản ứng lại hành động của người khác. Vì thế, họ có rất ít lựa chọn và tự tước đoạt quyền kiểm soát cuộc đời mình. Khi không có cơ hội, những người này “ngồi há miệng chờ sung”. Họ mang đặc tính của những người chỉ biết phàn nàn về những gì không như ý và hy vọng mọi chuyện sẽ thay đổi. Khi gặp khó khăn, người bị động chờ người khác giải quyết vấn đề giùm mình.

Bạn còn nhớ câu chuyện về Richard Branson, người đã làm một việc không ai nghĩ ra: thuê máy bay chở những người đang bị kẹt ở sân bay để kiếm lời? Đó là một ví dụ điển hình về tư duy chủ động. Đáng tiếc là phần đông mọi người gặp khó khăn thì thúc thủ chờ ai đó tới giải quyết vấn đề cho họ.

Khi khủng hoảng tài chính Châu Á năm 1997 tràn qua Singapore, nhiều công ty chứng kiến cảnh doanh số và lợi nhuận của mình “rơi tự do”. Nhiều chủ doanh nghiệp có tư duy bị động, ngồi đó mà cầu cho thời kỳ đen tối qua đi. Nhưng Ron Sim – Giám đốc công ty Osim International (công ty

chuyên sản xuất ghế mát xa cao cấp) – thì khác. Ông chủ động lấn sang thị trường mới như Hồng Kông và Đài Loan. Kết quả, lợi nhuận công ty không những không sụt giảm mà còn tiếp tục tăng. Khi cơn bão tài chính qua đi, hơn 60% hoạt động của Osim là ở nước ngoài với mức tăng trưởng cao, lên tới 30%!

Tôi biết một ví dụ khác, đó là Chris, chủ một công ty chuyên tổ chức sự kiện. Trong giai đoạn suy thoái, số lượng chương trình bị cắt giảm tới 80%! Nhiều công ty tổ chức sự kiện chỉ biết chờ đợi và hy vọng để rồi lâm vào cảnh khánh kiệt và cuối cùng phá sản. Đó là những công ty mà ông chủ hoặc người đứng đầu có cách nghĩ bị động. Nhưng Chris không phải là người như vậy. Ông mạnh dạn đến các nước trong vùng để tìm chương trình mới. Nhận thấy như vậy vẫn chưa đủ, ông dẫn thêm một bước nữa: tự tạo ra chương trình cho mình! “*Nếu không có đủ khách hàng, tôi sẽ tự tạo ra chương trình!*”. Thế là ông tổ chức một loạt các cuộc triển lãm về giáo dục và máy tính rất thành công, đóng góp hơn 70% doanh thu cho công ty của ông ngày

CHỦ ĐỘNG
Làm mọi việc diễn ra theo ý mình
BỊ ĐỘNG
Đợi cho mọi việc diễn ra

nay!

Một khi có tư duy chủ động, bạn đặt mình vào lợi thế có quyền lựa chọn. Bạn làm chủ đời mình, tự sắp đặt mọi việc để thành công và giàu có. Ngược lại, nếu bị động, bao giờ bạn cũng bị người khác hay hoàn cảnh khách quan kiểm soát, còn tiền bạc thì “né tránh” bạn hết mức.

Thói quen triệu phú 3: Chịu trách nhiệm 100%

Tinh thần chịu trách nhiệm 100% đã được đề cập nhiều ở chương trước, nên chúng ta sẽ không đào sâu về nó. Bạn chính là người chịu trách nhiệm cho những kết quả bạn đạt được và sự giàu nghèo của mình! Thật không may, nhiều người chọn cách suy nghĩ của “nạn nhân”, luôn tìm cách bào chữa, than phiền và đổ lỗi cho người khác. Cần ghi nhớ một điều: khi bạn đưa ra lời bào chữa cho bản thân (không có thời gian, không gặp may, không có vốn, không có kinh nghiệm...) hoặc đổ lỗi cho người khác, chính bạn đã cho phép người khác và sự kiện bên ngoài điều khiển cuộc sống của mình! Một khi không làm chủ cuộc sống, bạn sẽ không có sức mạnh cần thiết để thay đổi cục diện.

Thay vào đó, hãy nghĩ như những triệu phú, hãy nhận 100% trách nhiệm về những việc xảy ra với mình. Triệu phú tin rằng, chính họ chứ không phải ai khác là người tạo ra của cải bằng những chiến lược thông minh và hành động nhạy bén. Họ biết mình có khả năng thay đổi mọi việc bằng cách thay đổi phương pháp hành động. Chỉ khi sở hữu thói quen này, bạn mới có sức mạnh để tăng thu nhập và tài sản của mình lên gấp nhiều lần.

Thói quen triệu phú 4: Chưa vội hưởng thụ

Phần lớn mọi người đều muốn tận hưởng ngay những thành quả đạt được. Chính thói quen này trở thành vật cản trên con đường làm giàu của họ. Những người như vậy không đủ kiên nhẫn chờ đợi thành quả chín muồi. Kết quả, họ tiêu xài nhiều hơn đầu tư. Những người này không ngại vung tiền vào xe cộ, những vật dụng đắt tiền hay những món hàng độc để có được sự thỏa mãn ngay tức thì. Trong khi đó, họ có thể suy tính chán chê khi mua một quyển sách, đăng ký một khóa học, mua cổ

phiếu hay bảo hiểm, vì số tiền đầu tư này cần một khoảng thời gian nhất định mới mang lại lợi ích cho họ. Đó là lý do giải thích tại sao tiền vào tay họ như muối bỏ xuống biển, chẳng thấm vào đâu.

Người muốn hưởng thụ ngay luôn tìm cách kiếm tiền một cách dễ dãi và chóng vánh thay cho việc gây dựng một công ty có uy tín, đáp ứng nhu cầu khách hàng và theo đuổi mục tiêu lâu dài. Họ thường cắt giảm chi phí, tung ra sản phẩm kém chất lượng để kiếm lời nhiều. Tuy vậy, lợi nhuận họ kiếm được không kéo dài vì công ty của họ thuộc loại “sớm nở tối tàn”.

Tương tự, những người như vậy không đủ kiên nhẫn chờ cho của cải sinh sôi nảy nở thông qua đầu tư. Bỏ tiền vào một vụ làm ăn nào đó một thời gian mà chưa thấy có lời họ liền bỏ cuộc, vì thế “xôi hỏng bỏng không”. Họ không đủ kiên nhẫn đợi cho hạt giống gieo xuống đất nảy mầm, lớn lên rồi cho ra hoa thơm trái ngọt.

Bạn biết không, chỉ có hai cách sử dụng đồng tiền: tiêu xài hoặc đầu tư. Khi bạn tiêu 100 đồng, bạn có được món đồ trị giá 100 đồng, nhưng số tiền đó không còn nữa và lợi nhuận bằng 0. Khi bạn đầu tư 100 đồng vào việc học hành, mua sách vở hay cổ phiếu, 100 đồng ấy có thể thành 120, 200, 500 hay thậm chí 1000 đồng, phụ thuộc vào mức độ sinh lợi của việc đầu tư đó.

Thật vậy, tất cả những người làm giàu chính đáng đều không vội hưởng thụ ngay thành quả đạt được. Họ đủ kiên nhẫn và khôn ngoan đợi đúng thời điểm, cho đến khi của cải dồi dào đến mức có xài sang một chút cũng chẳng hề hấn gì. Họ biết rằng xài tiền có thể đem đến cho họ cảm giác thỏa mãn nhất thời, nhưng sẽ ảnh hưởng đến cục diện chung. Khi phải xài tiền, họ cân nhắc rất kỹ và không lãng phí dù chỉ một đồng. Nhưng nếu là chuyện đầu tư thì họ không đắn đo ngay cả khi phải bỏ ra một số tiền lớn. Họ biết rằng tiền đẻ ra tiền và nếu không thả con săn sắt thì không bắt được cá rô.

THÓI QUEN CỦA NGƯỜI NGHÈO	THÓI QUEN CỦA NGƯỜI GIÀU
Hưởng thụ ngay	Chưa vội hưởng thụ
Tiêu xài > Đầu tư	Đầu tư > Tiêu xài

Những người giàu chính hiệu không thích đi tắt trong chuyện làm ăn. Họ luôn nghĩ cách tạo ra giá trị cao nhất cho khách hàng, cho dù điều đó có nghĩa là lợi nhuận sẽ ít hơn và cần nhiều thời gian đầu tư hơn. Họ biết rằng uy tín và thương hiệu là thứ sẽ mang lại khoản lợi lớn sau này.

Tôi rất tâm đắc với thói quen này. Từ trải nghiệm của bản thân, tôi hiểu nó giúp tôi khác biệt với nhiều người chung quanh. Đó cũng là lý do giúp tôi kiếm được nhiều tiền hơn các bạn đồng trang lứa.

Phải, trong khi tôi chú tâm học tập thì phần lớn bạn bè tôi đi nghỉ mát, tham dự tiệc tùng hoặc vui chơi. Họ hưởng thụ tất cả những gì mà tiền và thời gian có thể mua được. Còn tôi dùng những ngày nghỉ vào việc tập nói trước đám đông để rèn giũa khả năng diễn thuyết. Thời gian còn lại, tôi đọc sách về đầu tư, phân tích báo cáo tài chính và viết sách. Tôi biết rằng bằng cách “hy sinh” những thú vui tạm thời, niềm vui trong tương lai sẽ được nhân lên gấp bội. Đúng như vậy, khi tốt nghiệp đại học, tôi đã có thu nhập cao và ổn định từ quyển sách bán chạy và hai công ty làm ăn phát đạt. Tôi kiếm nhiều tiền hơn cả những người thầy đã từng dạy tôi, trong khi bạn bè tôi trầy trật vác đơn đi xin việc để rồi lĩnh tháng lương còm.

Thành thật mà nói, tôi không hề cảm thấy tuổi xuân của mình bị thiệt thòi vì thiếu vắng những niềm vui nhất thời. Tôi thích việc mình đang làm hơn là vui thú rượu bia và la cà ở sàn nhảy. Tôi cũng không cảm thấy thiếu thốn những mối quan hệ xã hội. Ngay từ thời cấp sách đến trường, tôi đã có một người bạn gái luôn ủng hộ mình (người ấy bây giờ là vợ tôi), và một nhóm bạn thân cùng kinh doanh (vừa vui vừa kiếm được tiền). Một vài người trong số đó vẫn tiếp tục hợp tác với tôi cho

tới nay.

Mỗi khi cần tiêu tiền, tôi suy tính rất lâu. Có lần tôi rất thích một chiếc điện thoại giá 800 đô. Dù rất mê, nhưng cuối cùng tôi quyết định không mua. Với tôi, tiêu 800 đô cho một cái điện thoại thật sự là việc không đáng. Một người bạn nghĩ tôi khùng hoặc keo kiệt quá đáng vì một giờ diễn thuyết của tôi giá 1000 đô. Nhưng tôi biết tiêu 800 đô cho món xa xỉ đó chẳng mang lại cho tôi điều gì ngoài cảm giác thỏa mãn ngắn ngủi: sở hữu một món đồ đẹp!

Trong khi đó, mỗi lần đi nhà sách, tôi không ngại ngần chi cả 800 đô để mua sách tiếp thị, kinh doanh và đầu tư. Có lần tôi chi hơn 12.000 đô để tham dự lớp học về Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy (NLP) ở Mỹ mà không dẫn đo một giây. Tôi biết rằng đầu tư 12.000 đô ấy để có những ý tưởng mà nếu biết áp dụng có thể mang về cho tôi hàng triệu đô là một cuộc đầu tư đáng giá, và thực tế đã diễn ra đúng như vậy! Đáng tiếc, rất nhiều người làm điều ngược lại. Họ chẳng nghĩ ngợi gì khi chi 3000 đô để mua một chiếc nhẫn kim cương, nhưng lại dẫn đo chán chê mãi vẫn không mua một quyển sách hay giá 30 đô! Chẳng có gì ngạc nhiên khi họ không giàu nổi! Vì vậy, hãy tập thói quen chi tiêu hợp lý, bạn sẽ thấy đồng tiền mình bỏ ra được nhân lên gấp nhiều lần.

Thói quen triệu phú 5: Làm việc mình thích nhất

Câu hỏi thông thường nhất mà người ta hay hỏi tôi về làm giàu là *“Nghề nào hay kinh doanh cái gì thì mau giàu nhất?”*. Có nên đầu tư vào ngành giáo dục? Dịch vụ ăn uống? Bảo hiểm? Tiếp thị? Chăm sóc sức khỏe? Buôn bán kiều hối? Hay kinh doanh bất động sản? Ngành nào dễ kiếm lời nhất trong thời buổi ngày nay?

Câu trả lời là trong BẤT CỨ ngành nào cũng có một số ít doanh nghiệp kiếm được khá nhiều tiền, trong khi phần lớn vất vả lắm mới trụ lại được. Chắc bạn từng nghe chuyện có những nhân viên bán bảo hiểm kiếm được từ 600.000 đô đến 1 triệu đô một năm (nhiều người trong số đó là bạn tôi). Đây là thiểu số. Còn đa số chỉ kiếm đủ sống qua ngày. Nhiều người cho rằng mở trường gỗ đầu trẻ là mảng kinh doanh siêu lợi nhuận có thể kiếm được hàng triệu đô. Một lần nữa, trường hợp này chỉ là thiểu số. Đa số những doanh nghiệp về đào tạo đang phải vật lộn để tồn tại. Vậy câu kết luận là bạn có thể trở thành triệu phú trong BẤT CỨ ngành nào, với điều kiện bạn phải là một trong những người giỏi nhất! Nếu không phải là một trong những người giỏi nhất, bạn sẽ không thể làm giàu trong BẤT CỨ ngành nào.

Bạn CÓ THỂ thành triệu phú trong ngành bảo hiểm, bất động sản, buôn bán kiều hối, đào tạo trẻ em, sản xuất thuốc diệt côn trùng, bán lẻ, ẩm thực hay tiếp thị trên mạng CHỈ KHI bạn là một trong những người giỏi nhất. Vậy làm thế nào để trở thành một trong những người giỏi nhất? Hãy làm công việc mà mình thích nhất và toàn tâm toàn ý cho việc đó. Người ta chỉ trở thành người giỏi nhất khi họ ăn, ngủ, thở, nói chuyện và suy nghĩ đều về việc kinh doanh của mình và tới 18 tiếng một ngày (thậm chí đôi khi ngủ cũng mơ về nó). Nói cách khác, bạn phải bị ám ảnh bởi công việc mình đang làm và không lúc nào không nghĩ cách để làm tốt hơn. Bạn chỉ đạt đến sự ám ảnh tuyệt vời đó khi được làm công việc mình yêu thích và say mê nhất!

Tất cả những người thành công đều có một điểm chung. Họ yêu thích việc mình làm. Chính niềm đam mê ấy xóa nhòa khoảng cách giữa làm và chơi: làm việc là chơi và chơi là làm việc. Kết quả, họ sử dụng từng giây phút trong đời để làm việc (đối với họ, đó không còn là công việc nữa) và đó là lý do khiến họ trở thành chuyên gia hoặc người dẫn đầu trong lĩnh vực của mình. Sở dĩ tôi dám nói mình là một trong những diễn giả có sức hút lớn nhất và có khả năng xây dựng công ty đào tạo hàng đầu là vì tôi hoàn toàn bị ám ảnh vào việc mình đang làm. Tôi thích viết sách, thích xây dựng

chương trình đào tạo và trên hết thấy, tôi thích huấn luyện và truyền động lực vươn lên cho người khác. Đối với tôi, trên đời không có gì tuyệt vời hơn việc chứng kiến người khác thay đổi cuộc sống và thành công, nhờ vào những lời chỉ dẫn của mình. Lúc tôi viết những dòng chữ này, đồng hồ chỉ 11h 24' đêm ngày 31 tháng 12 năm 2005.

Trong lúc thiên hạ ai nấy đều tiệc tùng đón chào năm mới thì tôi một mình với ngọn đèn trong phòng làm việc, dồn hết tâm sức cho quyển sách này sao cho nó có thể ra đời vào đầu năm 2006. Những người quen biết tôi cho rằng tôi mắc chứng nghiện làm việc khi làm 19 tiếng/ngày và 364 ngày/năm. Ngày duy nhất trong năm tôi nghỉ ngơi hoàn toàn là ngày mừng 1 Tết Nguyên Đán. Những ngày còn lại, nếu tôi không lên lớp huấn luyện thì cũng viết sách hoặc lên kế hoạch tài chính, kể cả những lúc tôi đang đi nghỉ cùng gia đình. Nhiều người không hiểu rằng, với tôi, công việc cũng là thú vui! Chính vì tập trung toàn bộ tâm sức cho công việc mà tôi có thể vượt qua các đối thủ, trở thành người giỏi nhất trong ngành.

Tất cả những triệu phú thành công mà tôi biết đều có tình yêu và lòng đam mê công việc mình làm. Một người bạn của tôi, Thomas Fernandez đã làm nên cơ nghiệp trong ngành kinh doanh sản phẩm đuổi côn trùng (Pest Busters). Không có gì khiến anh say mê hơn việc tìm cách mới để loại trừ côn trùng có hại. Anh bị ám ảnh và cứ mở miệng ra là nói về gián, kiến và chuột. Một người bạn khác, Kenny Yap, thì dành niềm say mê vô tận cho loài cá. Mở mắt ra anh thấy cá, nhắm mắt ngủ cũng thấy cá, thậm chí anh dùng cá làm ẩn dụ khi nói về các đề tài khác nhau trong cuộc sống. Anh tự gọi mình là “Kenny cá” và đeo cà vạt có hình cá. Lòng yêu thích cá chính là động lực cho phép anh dựng nên một trong những công ty kinh doanh cá kiếng lớn nhất thế giới mang tên Qian Hu.

Tương tự như vậy, Tiger Woods trở thành người chơi gôn giỏi nhất thế giới bởi vì anh say đắm trò chơi này. Chỉ có lòng đam mê mãnh liệt và sâu đậm mới khiến anh kiên nhẫn đánh hàng trăm trái gôn trong cái nắng chang chang mỗi ngày cho tới khi đạt đến sự chính xác tuyệt đối! Sự đam mê vô hạn thúc đẩy anh tiếp tục tham gia các giải đấu trong khi đã có một tài sản kếch sù 575 triệu đô. Tiền không phải là động lực, chính lòng yêu thích môn đánh gôn và không khí của các trận tranh tài mới là yếu tố khiến anh trở thành người giỏi nhất. Bạn có bao giờ tự hỏi tại sao Bill Gates, người giàu nhất thế giới, sở hữu 46 tỉ đô vẫn miệt mài làm việc 18 tiếng một ngày chưa? Sao ông không cho phép mình nằm dài phơi nắng trên các bãi biển thơ mộng? Đó là vì như những người giàu chân chính khác, động lực thúc đẩy ông không phải là tiền mà là niềm mong muốn mãnh liệt rằng Microsoft do ông dựng lên dẫn đầu trong ngành công nghệ thông tin. Chính mơ ước “sao cho tất cả máy tính trên đời đều chạy phần mềm Microsoft” đã giúp ông trở thành người giỏi nhất. Tương tự, Donald Trump thích làm chủ nghệ thuật thương lượng, Michael Jordan yêu bóng rổ và Steven Spielberg mê làm phim; đó chính là yếu tố giúp họ vươn lên thành người dẫn đầu trong lĩnh vực của mình. Nếu đọc tự truyện của những người nổi tiếng này, bạn sẽ thấy không ai trong số họ khởi nghiệp vì nghĩ rằng công việc họ làm dễ kiếm tiền mà vì niềm đam mê cháy bỏng. Niềm yêu thích ấy khiến họ lao động không tiếc sức, không quan tâm đến việc sẽ được đền bù như thế nào cho công sức mình bỏ ra. Kể cả khi không còn cần tiền nữa thì họ vẫn làm hết sức mình, bởi nó mang lại niềm vui không gì sánh được.

Trừ phi bạn làm việc mình yêu thích, bạn sẽ không bao giờ trở nên giàu có.

Adam Khoo

Nhiều người cho rằng, triệu phú là người trời sinh ra đã có sẵn động lực, ý thức kỷ luật và sự tập trung cao độ. Nhưng sự thật là chỉ khi bạn làm công việc mình thích thì động lực, sự tập trung và tinh thần kỷ luật mới tới với bạn một cách tự nhiên. Nếu bạn thấy mình không đủ động lực và quyết tâm để vươn tới thành công thì lý do rất rõ ràng. Đó không phải là niềm say mê của bạn! Hãy tự hỏi,

bạn thật sự thích làm việc gì? Bạn có sở thích gì đặc biệt không? Thích đánh gôn? Thích nhìn ngắm những đôi nam thanh nữ tú? Thích chơi game, đá banh hay chơi với con nít? Nếu để ý, bạn sẽ nhận ra rằng khi được làm điều mình thích, năng lượng trong bạn dường như không bao giờ vơi cạn? Cho dù mệt đến mấy, bạn vẫn luôn tìm được sự nhiệt tình và năng lượng để làm tiếp điều mình thích. Đây chính là bí mật dẫn tới sự thành công và giàu có của bạn! Hãy tìm cho được một điều khiến bạn say mê nhất rồi xây dựng sự nghiệp hoặc kinh doanh về nó! Chỉ khi ấy, bạn mới thấy mình tràn trề sinh lực, tự nguyện khếp mình vào kỷ luật nghiêm ngặt và tập trung cao độ cho nó. Khi cố gắng hết sức để làm điều mình yêu thích, bạn sẽ trở thành người giỏi nhất!

Tiếc thay, nhiều người đinh ninh rằng, chỉ cần làm việc cật lực thì ắt có ngày họ sẽ trở nên giàu có. Họ buộc mình vào kỷ luật và tự động viên mình. Họ tin rằng nếu kiếm đủ tiền họ có thể làm việc mình thích và hưởng thụ cuộc sống.



Làm theo công thức này, bạn sẽ chật vật kiếm cần câu cơm và khổ sở suốt đời. Khi bạn làm một việc gì đó đơn giản chỉ vì tiền mà hoàn toàn không yêu thích, bạn sẽ khó có đủ nhiệt tình và sức lực để làm tốt. Sau một thời gian, bạn sẽ kiệt sức rồi cũng phải bỏ cuộc vì những căng thẳng và mệt mỏi mà thôi.

Chính vì thế, hãy làm điều bạn yêu thích ngay từ bây giờ! Điều đó không chỉ giúp bạn hưởng thụ cuộc sống và luôn hạnh phúc, mà còn tiếp thêm năng lượng và động lực dồi dào thúc đẩy bạn luôn cố gắng hết mình để trở thành người giỏi nhất. Và rồi, tiền sẽ tự động tìm tới bạn.



Khi tôi đề cập đến vấn đề này trong những buổi nói chuyện của mình, tôi thường được cử tọa nêu ra hai câu hỏi. Câu hỏi thứ nhất, *"Làm sao tôi biết mình thật sự đam mê điều gì?"*. Muốn có câu trả lời, bạn hãy trả lời câu hỏi này: *"Nếu mình có tất cả tiền bạc trên đời, mình có còn tiếp tục làm công việc đang làm không?"*. Nếu câu trả lời là có, thì đó thật sự là niềm đam mê của bạn. Mỗi lần có dịp nói chuyện với những người bán bảo hiểm hàng đầu ở Singapore (chuyên môn của tôi là đào tạo nhân viên bán bảo hiểm), tôi càng củng cố một nhận xét rằng, những người thành công nhất (nghĩa là kiếm được hơn 500.000 đô/năm) có một điểm chung. Họ không chỉ mong muốn kiếm được thật nhiều tiền mà còn thật sự thích giúp đỡ người khác.

Câu hỏi thứ hai: *"Nếu tôi thích làm một việc gì đó, thì việc ấy có giúp tôi kiếm được tiền không?"*, *"Nếu việc tôi thích không có giá trị trên thương trường thì sao?"*. Câu trả lời là "Có!". Bạn bao giờ cũng có cơ hội kiếm ra tiền hoặc hành nghề xoay quanh niềm đam mê của mình! Điều bạn cần là biến nó thành một sản phẩm để bán và học cách thương mại hóa nó! Đó là những điều bạn sẽ học trong những chương sau! Cụ thể hơn, trong chương 8 và 9, bạn sẽ học cách biến ý tưởng và lòng đam mê của mình thành nguồn thu nhập ổn định!

Điều này bao giờ cũng đúng, bất kể bạn thích chơi game, ngắm nghía những người đẹp trai xinh gái hay may vá, nấu ăn, lướt ván, buôn bán, yêu quý người già, con trẻ, cá mú, hay thậm chí cả loài kỳ

không.

Hãy bắt đầu bằng việc trả lời những câu hỏi...

1. “Mình thích làm gì? Mình sẽ làm gì kể cả khi không được trả công?”
2. “Nếu có tất cả tiền bạc trên đời, mình sẽ sử dụng thời gian vào việc gì?”
3. “Đã có ai làm nên sự nghiệp nhờ niềm đam mê giống mình chưa?”

Nếu chú ý nhìn ra xung quanh, bạn sẽ thấy vô số những tấm gương cho bạn học hỏi. Hãy nhớ rằng, khi được làm việc mà mình thích nhất, bạn sẽ không cảm thấy khó nhọc nặng nề nữa bởi vì đó là niềm vui đích thực của bạn.

Thói quen triệu phú 6: Hành động ngay thẳng chính trực

Từ lâu, người đời có nhận thức sai lầm rằng giới giàu sang và quyền lực đều là những kẻ dối trá, lươn lẹo và vì làm những việc trái với luân thường đạo lý, họ mới giàu nổi. Cũng không thể đổ lỗi cho họ khi họ nghĩ như thế. Trong cuộc sống không thiếu câu chuyện về những triệu phú ôm hết tiền của cổ đông rồi lặn mất tăm trong các vụ xì căng đan ở phố Wall. Chúng ta ai cũng từng nghe nói đến vụ lừa đảo Enron, Công ty China Aviation Oil, WorldCom, ACCS, REFCO và danh sách này còn dài ra mãi.

Chắc chắn, trên đời không thiếu những người phát lên nhờ những phi vụ bất chính (vì thế mà sự giàu có và kinh doanh của họ không bền vững), nhưng sự thật là phần lớn triệu phú tay trắng làm nên đều ngay thẳng chính trực. Một điều khá thú vị, trong quyển sách bán chạy “Suy nghĩ của triệu phú” (The Millionaire Mind), tác giả Thomas Stanley đã phỏng vấn 733 triệu phú với câu hỏi: yếu tố nào quan trọng nhất giúp họ trở nên giàu có. Câu trả lời mà ông nhận được nhiều nhất là “trung thực với mọi người”. Ngạc nhiên chưa? Yếu tố này được xếp hạng cao hơn hẳn các yếu tố khác như “đầu tư đúng hướng”, “làm việc chăm chỉ” và “có tinh thần cạnh tranh”. Vậy thế nào là chính trực và tại sao nó lại quan trọng như vậy?

Chính trực tức là thành thật với mọi người và luôn tuân thủ các chuẩn mực đạo đức. Với doanh nhân, điều này có nghĩa là bạn phải thực hiện đúng điều mà bạn cam kết. Nếu bạn chính trực, khách hàng, đồng nghiệp và nhân viên sẽ tin tưởng bạn. Họ biết lời nói của bạn đi đôi với việc làm và bạn sẽ không khiến họ thất vọng. Họ biết rằng bạn sẽ đem đến chất lượng tốt nhất cho số tiền họ bỏ ra, rằng dù với bất cứ lý do nào bạn cũng không bao giờ lừa dối họ.

Cần 20 năm để xây dựng uy tín nhưng chỉ cần năm phút để phá hủy nó. Một khi tâm niệm điều này, bạn sẽ hành động khác đi rất nhiều.

Warren E. Buffett, người giàu nhì thế giới

Trên đời càng có nhiều người xảo trá vô đạo đức, bạn càng cần phải xây dựng thương hiệu cá nhân hay doanh nghiệp dựa trên lòng chính trực. Được như thế, bạn sẽ thu hút càng nhiều nhà cung cấp, khách hàng, nhà đầu tư và đối tác làm ăn. Trong chương đầu, tôi có nhắc đến Vikas Goel, người sáng lập và Giám đốc công ty eSys Technologies, ông đã tới Singapore không một xu dính túi, nhưng lại xây dựng nên công ty toàn cầu trị giá hàng tỉ đô trong năm năm. Ông đã làm điều ấy như thế nào? Ông lấy tiền ở đâu ra? Lúc đầu, ông làm cho một công ty tên là Karma. Trong giai đoạn khủng hoảng vào những năm 1990, công ty mẹ của Karma sụp đổ. Không ngồi chờ bị cắt giảm, Goel chủ động (thói quen triệu phú 2) mua lại chi nhánh ở Singapore. Để tiếp tục kinh doanh, ông cần thuyết phục khách hàng mua trả trước để ông có tiền mua sản phẩm từ nhà cung cấp. Lý do duy nhất khiến khách hàng của ông chấp nhận điều kiện ấy là vì Goel nổi tiếng là trung thực và đáng tin cậy trong những giao dịch với họ trong quá khứ.

Vài tháng sau, Goel gặp lại ông chủ cũ tại Sim Lim Square. Được biết Goel đang cạn vốn và khó lòng giữ được công ty, Goldkist đã cho nhân viên cũ của mình vay 300.000 đô chỉ vì ông biết rằng Goel sẽ không bao giờ ôm tiền bỏ chạy. Sức mạnh của lòng tin và uy tín cá nhân là như thế đấy! Chưa hết, một người bạn và là khách hàng cũ của Goel cũng mạnh dạn gửi vào tài khoản của Goel một triệu đô để ông có thể mua hàng từ Seagate và duy trì việc kinh doanh.

Trong những năm qua, có khá nhiều người tìm đến mời tôi hợp tác kinh doanh nhưng tôi từ chối hầu hết những lời đề nghị, bất kể cơ hội kiếm tiền có hấp dẫn đến mấy. Thấy vậy, có người bèn hỏi tôi tiêu chuẩn chọn người hùn vốn kinh doanh (họ biết rằng bất cứ ai làm chung với tôi cũng kiếm được khá nhiều tiền). Trong câu trả lời của mình, tôi đưa đức “chính trực” lên hàng đầu. Thật vậy, bao giờ cũng hành động ngay thẳng chính trực, bạn sẽ có nhiều lợi thế.

Thói quen triệu phú 7: Toàn tâm toàn ý trong việc làm giàu

Một lần nữa, bạn hãy trả lời câu hỏi này, “**Bạn có *thật sự muốn* làm giàu không?**”. Có thể bạn sẽ nói, “*Tất nhiên, vì thế tôi mới đọc quyển sách này!*”. Nhưng còn một câu hỏi nữa, “**Bạn có dành 100% tâm sức cho việc làm giàu không?**”.

Bạn thấy đó, việc muốn trở thành triệu phú và **quyết tâm 100%** trở thành triệu phú là hai chuyện khác nhau một trời một vực. Bằng chứng là hầu như ai ai cũng muốn giàu có nhưng thử hỏi thế gian này liệu có mấy người thật sự giàu. Nếu bạn chỉ mong muốn rồi cầu Trời khẩn Phật để trở nên giàu có thì nó vẫn sẽ chỉ là hy vọng mà thôi.

Nhiều nghiên cứu khoa học được thực hiện bởi những nhóm chuyên gia khác nhau đều khẳng định một điều: *để thành công và giàu có ngoài sức tưởng tượng, chỉ mong muốn không thì chưa đủ, cần phải gom đủ 100% quyết tâm mới đạt được*. Nếu bạn **quyết tâm 100%** để đạt được một điều gì đó, nó không chỉ là hy vọng, ước muốn... mà trở thành việc nhất định PHẢI LÀM. Khi một điều gì đó trở thành BẮT BUỘC, nó sẽ khiến bạn hoạt động với một tâm thế hoàn toàn khác. Nó trở thành ưu tiên số một của bạn, không gì có thể ngăn cản bạn cho đến khi bạn đạt được mục tiêu. Và bạn sẽ làm tất cả những gì có thể để thành công (tất nhiên một cách chính trực) dẫu rằng nó có khiến bạn vất vả hoặc buộc bạn phải đầu tư hết thời gian, năng lượng và tiền của đi nữa.

Tôi tin rằng một khi bạn sẵn sàng làm tất cả để đạt được điều gì đó, bạn BAO GIỜ CŨNG tìm ra cách, nếu không bạn cũng tạo ra cách. Khi George Lucas (triệu phú ở tuổi 28, cha đẻ của phim “Star Wars” – Chiến tranh giữa các vì sao) muốn cách mạng hóa ngành làm phim bằng cách tạo ra những kỹ xảo điện ảnh cần thiết cho cảnh chiến đấu trong vũ trụ trong phim “Star Wars” thì tất cả mọi người đều nói rằng ông điên rồ khi muốn làm một việc ảo tưởng như vậy. Nhưng ông không chấp nhận sự thật đó mà quyết tâm biến giấc mơ thành sự thật bằng cách mở công ty riêng – Industry Light and Magic (ILM) – để tạo ra kỹ xảo cho bộ phim đó.

Thật vậy, nếu chỉ đơn giản mong muốn hoặc hy vọng trở nên giàu có, bạn sẽ không bao giờ đạt được. Sở dĩ tôi dám quả quyết như thế là bởi vì con đường thực hiện mục tiêu không dễ dàng chút nào, mà đầy chông gai thử thách. Tôi dám mạnh mẽ nói rằng, khi bắt đầu con đường làm giàu, bạn sẽ gặp rất nhiều khó khăn trở ngại suốt dọc đường. Vô số những vấn đề lớn nhỏ xảy ra, cứ như để thử thách lòng kiên nhẫn và sức chịu đựng của bạn, đẩy bạn ra khỏi vòng an toàn của mình. Có những lúc trên chặng đường đó, bạn phát hiện mình mất hết tiền bạc, thời gian hay sức lực. Bạn sẽ gặp những người làm tất cả mọi việc để bạn thối chí. Có những lúc cứ như thế cả thế gian quay lưng lại với bạn, bạn bè bỏ đi, người thân ngoảnh mặt và mọi chuyện rối tung rối mù (tin tôi đi, tôi đã trải qua tất cả những điều này và còn hơn thế nữa).

Nếu chỉ đơn giản là “mong ước” làm giàu, bạn sẽ dễ dàng bỏ cuộc và viện ra hàng chục lý do để rời khỏi cuộc đua. Những người mà ý chí làm giàu dừng ở “ước muốn” sẽ không bao giờ chịu ra khỏi vùng an toàn làm tất cả để vượt qua thử thách. Thêm vào đó, bạn sẽ nhận ra rằng mình có cả đồng những “ước muốn” khác choán thời giờ và tâm trí bạn. Một thời gian sau, bạn sẽ thấy mình bị phân tâm bởi những “ước muốn” khác nữa. Tôi chắc bạn đã trải qua kinh nghiệm này.

Vậy, cách duy nhất giúp bạn đạt được mục tiêu làm giàu là phải biến nó thành điều bắt buộc đối với bản thân. Hồi học cấp hai, tôi và một nhóm bạn thân có chung ước mơ trở thành triệu phú và chủ các doanh nghiệp lớn. Điều khác biệt duy nhất là đối với các bạn ấy, điều đó vẫn mãi chỉ là giấc mơ đẹp, còn với tôi, đó là điều NHẤT ĐỊNH PHẢI THỂ! Từ ngày ấy, tôi đã bị ám ảnh bởi giấc mơ đó. Trong giờ ra chơi, thay vì chạy nhảy nô đùa, tôi ngồi thiết kế danh thiếp: “Adam Khoo – Giám đốc điều hành”.

Khi tôi chia sẻ với bạn bè về ý tưởng kinh doanh sàn nhảy di động (đề cập ở chương 1), nhiều đứa viện cớ như, “*Tớ bận lắm*”, “*Bố mẹ không cho phép*”, “*Nếu mình phạm sai lầm thì sao*”, “*Nếu thua lỗ thì sao*”, “*Ngày cuối tuần bận lắm*”... Bởi vì mục tiêu của họ không phải là điều bắt buộc, họ cho phép tất cả những lý do này ngáng chân họ bước tiếp. Nhưng việc kiếm tiền lại là điều bắt buộc với tôi nên tôi cố tìm cách thực hiện... và tôi đã làm được.

Cho phép tôi nêu một ví dụ khác. Bạn đã từng lên danh sách những mục tiêu cần đạt hoặc những việc cần làm, nhưng cứ lần lữa mãi không thực hiện? Tôi chắc chắn là có, vì thói lười biếng là đặc điểm chung của nhân loại. Trong danh sách đó, có việc bạn đã hoàn thành có việc hoàn toàn chưa đụng đến, phải không? Tôi chắc là những việc bạn hoàn thành là việc, khi gần đến thời hạn, trở thành bắt buộc với bạn và bạn không làm không được. Với những việc còn lại, nếu có thể, bạn sẽ trì hoãn mãi, cho tới ngày chúng trở thành bắt buộc.

Bạn thấy không, thường thì chúng ta không chịu làm một việc gì cho tới khi nó trở thành việc buộc phải làm. Vấn đề là ở chỗ, khi trở thành điều bắt buộc thì mọi chuyện đã quá muộn. Tôi có một người bạn đề ra mục tiêu bỏ thuốc lá. Anh biết rằng hút thuốc rất có hại và muốn bỏ thói quen xấu này. Đáng tiếc biết rõ như thế nhưng anh cứ trì hoãn năm này sang năm khác. Dùng một cái vào năm 2003, anh bị chẩn đoán ung thư phổi và nếu không bỏ thuốc, sự sống của anh sẽ không kéo dài quá 6 tháng. Từ đấy, bạn tôi không đụng đến một điếu thuốc. Bạn thấy đó, khi một điều trở thành bắt buộc, bạn sẽ làm được. Vì vậy, hãy biến mong muốn được tự do và an toàn về tài chính thành điều bắt buộc với mình bạn nhé. Khi ấy, não bộ sẽ giúp bạn đánh thức những tiềm năng còn ngủ yên trong bạn.

Vấn đề ở chỗ, ước mơ giàu có hiếm khi trở thành điều bắt buộc với hầu hết mọi người. Nó chỉ là một mong muốn đơn thuần và vì thế, phần lớn người đời chỉ cần đủ tiền để tồn tại theo cách của mình. Vậy làm thế nào để biến nó thành điều bắt buộc? Câu trả lời là hãy dấn thân vào cuộc, đặt mình vào tình thế không còn lựa chọn nào khác ngoài việc phải hành động.

Nếu đọc tự truyện của những người giàu có trong lịch sử, bạn sẽ thấy nhiều người trong số họ, vào một thời điểm nào đó trong đời, đã đặt cược cả cuộc sống của mình và đặt vào một cửa tất cả những gì họ có. Nhờ ở trong tình thế của một viên đạn đã lên nòng, họ đã phát huy tất cả nội lực của mình và làm được những điều mà ở vào hoàn cảnh khác họ không thể làm nổi.

Khi Vikas Goel cần tiền để mở công ty eSys Technologies, ông đến gõ cửa ngân hàng Ấn Độ xin vay tiền. Để thuyết phục cánh nhà băng đa nghi, ông phải thể chấp toàn bộ của cải thừa kế trong tương lai từ gia đình ở Ấn Độ. Chính quyết tâm cao độ ấy đã giúp ông vượt qua tất cả những trở ngại

ghê gớm trên con đường sự nghiệp.

Lý do duy nhất khiến bộ phim “Chiến tranh giữa các vì sao” (Star Wars) thành công là vì George Lucas nỗ lực 100% để biến mơ ước thành hiện thực. Những người không hiểu thì cho rằng Lucas là thiên tài bẩm sinh hoặc nhờ “ăn may” mà có được bộ phim thành công. Nếu tìm hiểu lịch sử bộ phim này, bạn sẽ biết rằng cho tới ngày công chiếu, tất cả mọi người – kể cả dàn diễn viên – đều tin rằng nó sẽ thất bại thảm hại. Trong quá trình sản xuất, tất cả những gì có thể bị hư được đều “trật đường rầy”. Sau 16 tuần quay phim, người ta có đủ lý do tin rằng bộ phim này chắc chắn thất bại với chi phí cao hơn ngân sách, thời gian làm phim lâu hơn dự kiến, bộ phận kỹ thuật không tạo ra được những kỹ xảo mong muốn và giới chuyên môn đánh giá nó chỉ là phim dành cho con nít. Hãng phim 20th Century Fox muốn bỏ cuộc, họ chỉ cho Lucas 3 ngày hoàn tất công việc của 2 tuần bị lãng phí.

Điều tồi tệ nhất là đúng vào lúc đầu sôi lửa bỏng, Lucas lại bị chứng đau thắt ngực trầm trọng vì những căng thẳng và mệt mỏi trong suốt thời gian qua. Phần lớn các đạo diễn khác chắc chắn sẽ bỏ cuộc để cắt lỗ, vì biết rằng không ai có thể lật ngược ván cờ chỉ trong 3 ngày ngắn ngủi. Nếu “Chiến tranh giữa các vì sao” chỉ là một mong ước đơn thuần, nó đã thất bại với đủ mọi lý do. Nhưng với Lucas, “Chiến tranh giữa các vì sao” đã trở thành điều bắt buộc... Lucas thuê một ê kíp đông gấp ba lần, chia các cảnh thành ba nhóm và chỉ đạo ba cảnh quay cùng một lúc. Ba ngày sau, “Chiến tranh giữa các vì sao” trình làng và làm nên lịch sử. Kết thúc vòng chiếu đầu tiên, nó trở thành bộ phim thành công nhất ở khu vực Bắc Mỹ, với doanh thu 290 triệu đô, riêng George Lucas được hưởng trên 50 triệu. Khi còn bé, Lucas đặt mục tiêu trở thành triệu phú năm 30 tuổi. Ông đạt được sớm hơn 2 năm, trở thành triệu phú năm 28 tuổi.

Khi làm những tập phim tiếp theo “Hoàng đế trở lại” (Empire Strikes Back) và “Sự trở lại của Jedi” (Return of the Jedi), Lucas từ chối không dùng tiền của hãng Fox (một điều rất hiếm trong lịch sử). Ông quyết tâm làm cho loạt phim này thành công vang dội hơn nữa nên dùng tiền túi đầu tư cho “Hoàng đế trở lại” với kinh phí lên tới 18 triệu đô (thói quen triệu phú 4: chưa vội thụ hưởng thành quả). Những người trong ngành nghĩ ông phát rồ, vì nguyên tắc số một trong sản xuất phim là không bao giờ dùng tiền túi, cho dù đó là bộ phim của bạn. Niềm tin và quyết tâm của ông đã được đền bù hậu hĩnh. Năm tập phim tiếp theo trong “Chiến tranh giữa các vì sao” có doanh thu hơn 20 tỉ đô và ngày nay, George Lucas sở hữu một cơ nghiệp khổng lồ trị giá gần 3 tỉ đô.

Tuy vậy, bạn không cần phải đánh cược tất cả những gì mình có như Vikas Goel hay George Lucas để chứng tỏ quyết tâm của mình. Còn có những cách khác để đặt mình vào thế “không có đường lui”. Bản thân tôi tự đẩy mình vào bờ tường khi tuyên bố cho cả thiên hạ biết việc mình muốn làm. Mỗi khi xác định một mục tiêu nào đó, tôi thường lớn tiếng thông báo về kế hoạch của mình, vì biết rằng làm thế tôi sẽ không còn lựa chọn nào khác ngoài việc phải lao vào làm cho bằng được. Từ kinh nghiệm thiết thực của mình, tôi muốn bạn hạ quyết tâm đọc xong quyển sách này và áp dụng tất cả những gì học được. Tôi cam đoan tài sản của bạn sẽ tăng lên gấp nhiều lần.

Thói quen triệu phú 8: Khả năng chuyển bại thành thắng

Khả năng chuyển bại thành thắng là một thói quen quan trọng của những người “tay không làm nổi cơ đờ”. Hầu hết người đời tưởng rằng người thành công không bao giờ nếm mùi thất bại, và rằng triệu phú hẳn... không bao giờ mất tiền. Với cách nghĩ như thế, họ đã “lập trình” cho mình tâm lý sợ thất bại và thua cuộc.

Quan niệm sai lầm và méo mó này cản trở không ít người trên bước đường vươn tới thành công đấy bạn ạ.

Sự thật, ai cũng có lúc thất bại vào một thời điểm nào đó trong đời. Và triệu phú là người thất bại nhiều hơn ai hết vì họ hành động nhiều hơn, thuyền to sóng cả mà. Bản thân tôi cũng mắc nhiều sai lầm ngu xuẩn, tôi để mất rất nhiều tiền và thất bại nhiều đến nỗi không đếm xuể. Hãy tin tôi, bạn sẽ thất bại nhiều lần trước khi có thể thành công. Quan trọng không phải ở chỗ bạn có thất bại hay không, mà ở chỗ bạn làm gì với những lần “xôi hỏng bống không” đó. Đây chính là điểm phân biệt giữa người giàu và nghèo.

Người ta có ba cách xử lý trước thất bại. Nhiều người mất tinh thần trước thất bại của mình nên bỏ cuộc! Họ chép miệng, “Tôi đã thử rồi, chẳng ăn thua gì” hoặc “Tôi có đầu tư hẳn hoi đấy chứ, nhưng kinh doanh không hợp với tôi”. Họ cho rằng thất bại có nghĩa là màn đã hạ và yên trí với nhận định “Mình không có số thành công”. Họ đưa ra những lý do như: “Tôi không có khiếu kinh doanh”, “Lấy được tiền của thiên hạ đâu có dễ”. Bạn có thấy áy náy khi nghĩ như vậy không? Với cách phản ứng này, chắc chắn ước mơ đẹp đẽ nào rồi cũng sớm lụi tàn.

Những người thuộc nhóm thứ 2 không bỏ cuộc đơn giản vậy. Khi không đạt kết quả, họ không vội đầu hàng mà nhanh chóng trở lại cuộc chơi và thử lại lần nữa. Nếu bán điện thoại di động thua lỗ, họ có thể chuyển sang bán giày dép. Nếu mất tiền vào chứng khoán, họ sẽ thử mua vàng trên sàn. Nhưng loay hoay mãi họ vẫn không thành công; vì dù có thử đi thử lại nhiều lần nhưng do họ không thay đổi cách làm, nên chỉ đạt kết quả tương tự. Một thời gian sau, thất vọng và mệt mỏi với những thất bại kiểu ấy, họ cũng sẽ bỏ cuộc. Một số sẽ chấp nhận sự thật trần trụi và già từ ước mơ cao đẹp. Bạn có quen ai rơi vào trường hợp này không? Bạn có thuộc vào nhóm này không?

*Thành công là kết quả của nhận định đúng. Nhận định đúng là kết quả của kinh nghiệm.
Kinh nghiệm là kết quả của nhận định sai lầm.*

Anthony Robbins

Triệu phú có cách nhìn nhận và xử lý thất bại của mình rất khác. Khi không đạt mục tiêu đề ra, họ không nghĩ là mình thất bại mà chỉ thấy mình học được kinh nghiệm! Đối với họ, thất bại không phải là kết thúc bi thảm, mà chỉ là một khúc quanh. Họ sẽ tiếp nhận thông tin phản hồi, học hỏi từ kinh nghiệm này và thay đổi chiến thuật! Nếu thay đổi rồi mà vẫn không thành công, họ lại tiếp tục học hỏi, thay đổi phương pháp và thử lại lần nữa. Và cứ như thế cho đến khi đạt kết quả mong muốn. Họ không ngại làm tất cả những gì có thể cho tới khi thành công. Bằng cách đó, họ biến thất bại thành thắng lợi!

*Phương châm của tôi là học hỏi từ quá khứ, tập trung cho hiện tại và mơ ước về tương lai.
Tôi hết sức tin tưởng vào việc học hỏi từ thất bại của chính mình. Thường sau cơn bão cực
đến hồi thái lai, cuộc đời tôi là cả một bài học về điều này.*

*Donald Trump nói sau khi biến món nợ
935 triệu đô thành gia tài trị giá 3,7 tỉ đô*

Hiếm có triệu phú nào gặt hái thắng lợi giòn giã ngay trong những vụ làm ăn đầu tiên. Thường họ chỉ đạt được giấc mơ tài chính sau những kinh nghiệm cay đắng và thất bại ê chề. Nhìn lại, nhiều người thừa nhận là nếu không có những quả đắng ấy, họ sẽ không bao giờ có trái ngọt hôm nay. Sim Wong Hoo, người sáng lập ra công ty Creative trải qua không biết bao nhiêu thất bại mới đi đến thành công. Ý tưởng đầu tiên của ông là phát triển và bán Cubic CT, loại máy tính truyền thông đa phương tiện đầu tiên trên thế giới. Sau một khoảng thời gian khá dài với hàng trăm ngàn đô đổ ra cho sản phẩm này, ý tưởng của ông hoàn toàn thất bại. Thay vì than thân trách phận và viện đủ lý do bào chữa, ông chọn cách nghĩ rằng đó là thông điệp cho biết thị trường chưa sẵn sàng với loại sản phẩm này. Nó quá đắt và phức tạp vào thời ấy. Ông tìm hiểu nguyên do và thay đổi phương pháp

tiếp cận. Sau vài lần thất bại nữa, ông nảy ra ý tưởng về một sản phẩm giá rẻ gọi là “Sound Blaster”. Chính ý tưởng đúng đắn này đã biến Creative Technologies của ông thành công ty toàn cầu trị giá hàng tỉ đô. Như vậy, tất cả cái bạn cần chỉ là một ý tưởng đủ lớn để gây dựng cơ đồ. Tuy vậy, ý tưởng kỳ diệu như vậy thường không đến ngay từ đầu. Nó chỉ tới sau nhiều ý tưởng thất bại.

Câu chuyện có thật về Steve Jobs bao giờ cũng củng cố trong tôi niềm tin rằng, con người có thể biến một thất bại thảm hại thành thành công vang dội. Ở tuổi 21, Steve Jobs cùng một người bạn sáng lập ra Apple vào năm 1976. Bốn năm sau khi Apple lên sàn chứng khoán, Steve đã có trong tay 217 triệu đô và lúc ấy ông mới 25 tuổi.

Apple tiếp tục đà tăng trưởng phi thường của mình, đặt ra yêu cầu cần có một ban quản lý chuyên nghiệp để điều hành mọi việc trong công ty. Thế là năm 1983, Steve thuê John Sculley làm Giám đốc điều hành. Tuy vậy, 2 năm sau, Giám đốc điều hành và Hội đồng quản trị không chịu nổi Steve Jobs (ông nổi tiếng là người tâm tính thất thường) đã làm một cuộc “đảo chính” buộc ông phải ra đi trong nhục nhã, ở chính nơi mà ông sáng lập và đưa nó lên đài vinh quang như ngày nay. Tệ hơn nữa, Apple còn kiện lại Steve vì không làm tròn nhiệm vụ.

Lâm vào tình cảnh bị hất ra khỏi con thuyền của mình, nhiều người chắc chỉ còn cách xuôi tay để mặc những con sóng nhấn chìm mình. Nhưng nghĩ như thế thì đã không phải là Steve Jobs rồi. Con người phi thường này thấy trong thất bại của mình một bài học lớn (thói quen triệu phú 8) và lấy lại thể chủ động thành lập một công ty mới mà ông đặt tên là NeXT (thói quen triệu phú 2). Ông tin rằng NeXT có thể phát triển các phần cứng và phần mềm còn tốt hơn cả Apple. Ông có cuộc “phục thù” ngoạn mục chẳng? Thật không may, phần cứng của NeXT lại là một thất bại khác. Không chùn bước, ông tiếp nhận các thông tin phản hồi từ thị trường và thay đổi hướng đi bằng cách thành lập phim trường hoạt hình Pixar. Hóa ra đây là một ý tưởng bạc tỷ bởi vì Pixar thành công vang dội kể từ khi cho ra đời bộ phim hoạt hình 3D hoàn toàn bằng đồ họa máy tính mang tên “Toy Story” (Câu chuyện đồ chơi).

Cùng lúc đó, vào năm 1995, công ty máy tính Apple đang gặp khó khăn do điều hành yếu kém và thiếu sản phẩm mới. Công ty lỗ từ 800 triệu đến 1 tỉ đô một năm và giá cổ phiếu rớt từ 18 đô xuống còn 3,8 đô. Tin rằng mình có thể cứu vãn Apple, Steve Jobs đồng ý trở lại làm Giám đốc điều hành với mức lương tượng trưng 1 đô (vì tiếng gọi của đam mê... thói quen triệu phú 5). Khi Steve trở lại, ông sa thải toàn bộ ban lãnh đạo yếu kém và tung ra các sản phẩm mang tính đột phá như iMac, iPod và iTunes. Hệ điều hành tiên tiến mà ông phát triển với NeXT được cải tiến thành Mac OS X rất được ưa chuộng. Kết quả, Apple biến món nợ 1 tỉ đô thành lợi nhuận 1,3 tỉ đô trong năm 2005. Giá cổ phiếu tăng vọt từ 3,8 đô lên 75 đô!!!

Trong bài diễn văn ra trường nổi tiếng của mình, Steve thừa nhận nếu không bị Apple sa thải, ông sẽ không bao giờ lập ra NeXT và hãng Pixar. Nếu không có Pixar, ông đã không trở thành đầu tàu trong thiết kế đồ họa và nếu không nhờ phần mềm NeXT mà ông phát triển, Apple sẽ không bao giờ có hệ điều hành Mac OS X tạo bộ phận cho Apple thành công như ngày hôm nay. Đây chính là lý do mà nhiều bậc hiền nhân tin rằng “mọi sự trên đời đều có lý do của nó” và rằng “trong nguy có cơ”, nếu bạn biết cách “lớn lên” từ sai lầm và quyết tâm hành động.

Thói quen triệu phú 9: Quý trọng đồng tiền

Thói quen cuối cùng và cũng là thói quen làm giàu quan trọng nhất chính là thái độ quý trọng đồng tiền. Tôi không nói bạn nên yêu tiền tới mức trở thành nô lệ cho nó, nhưng bạn cần quý trọng những giá trị nó mang lại cho bản thân và những người xung quanh.

Khi tôi chia sẻ ý này, nhiều người phán ngay một câu, *“Tất nhiên là tôi thích tiền rồi! Có ai rồ dại mà không yêu tiền. Nếu không người ta phải làm lụng vất vả làm chi?”*.

Thật ra, đối với chuyện tiền bạc, nhân loại nói chung thể hiện thái độ khá mâu thuẫn. Tuy ai ai cũng cần tiền để sống, cả đến những người tu hành cũng vậy, nhưng sâu thẳm trong lòng, nhiều người không nhận ra rằng mình nghĩ oan cho đồng tiền hoặc có những liên tưởng tiêu cực về nó.

Nói đến đồng tiền, người ta hay đề cập đến khả năng đổi trắng thay đen của nó và dân tộc nào cũng có những câu tục ngữ hay cách ngôn nói về mặt trái của đồng tiền như, *“Đồng tiền không phẫn không hờ, mà sao khéo điểm khéo tô mặt người”* hay *“Nén bạc đâm toạc tờ giấy”* hay *“Mạnh vì gạo bạo vì tiền”*. Cách nghĩ này khiến nhiều người chống lại tiền bạc một cách vô thức và cản trở họ trở nên giàu có. Nhưng điều này không phải ai cũng nhận ra.

Bạn thì sao, bạn có cảm thấy dù bạn mong muốn giàu có nhưng hình như có điều gì đó luôn cản trở bạn? Bạn đã từng làm việc không kể ngày đêm để đạt được mục tiêu? Nhưng rồi đến lúc có thể “chạm” vào thành công, bạn lại có khuynh hướng sao nhãng mục tiêu của mình? Cũng có thể khi tài khoản của bạn đạt đến một con số nào đó, bạn bắt đầu đánh mất động lực làm giàu cho đến khi tài khoản sụt giảm đáng kể, bạn mới quay lại làm việc chăm chỉ hơn. Cứ như thế có một lực đẩy vô hình nào đó ngăn cản bạn đạt đến mức độ giàu có. Một vài người bạn của tôi tâm sự rằng ngay khi có tiền, họ có xu hướng tiêu xài vung vít hoặc để mất tiền một cách “lãng nhách”. Nếu bạn cũng có những biểu hiện như vậy, có nghĩa là trong vô thức, bạn không thật sự muốn mình giàu. Rất có thể từ nhỏ bạn đã chịu ảnh hưởng của nền giáo dục coi thường đồng tiền; những liên tưởng xấu về tiền bạc hay suy nghĩ lệch lạc về nó đang kìm giữ bạn lại.

Một lần, tôi có bài nói chuyện với thanh thiếu niên về sức mạnh của việc phát hiện ra cơ hội và hành động nhanh. Tôi lấy ra tờ 10 đô và tuyên bố sẽ bán nó với giá 2 đô. Tôi hỏi người nghe xem có ai muốn làm một cuộc đổi chác như vậy không. Trong 10 phút sau đó chẳng thấy ai có động tĩnh gì. Cuối cùng, một cậu bé ngần ngại đứng dậy lấy tiền. *“Một vụ trao đổi có lợi như vậy, sao không ai chịu làm?”*, tôi hỏi. Cậu trả lời tôi nhận được là: *“Em không muốn bị mọi người nghĩ là kẻ háms tiền”, “Em không muốn lấy không của thầy 8 đô”, “Em nghĩ chắc có cái bẫy gì đây”*. Vậy có nghĩa là: điều cản trở các em không chớp lấy cơ hội hiển nhiên có lợi chính là những niềm tin giới hạn và liên tưởng xấu của chúng về đồng tiền. Điều đáng sợ ở chỗ, chuyện tương tự như thế thường xảy ra trong cuộc sống! Tại sao hàng ngày có những người nhìn thấy và tận dụng cơ hội kiếm tiền trong khi đa số lại không thấy? Một lần nữa, đó là vì quan niệm sai lạc đã hình thành trong họ một cách vô thức.

Trong quá trình trưởng thành, nhiều người trong chúng ta không biết rằng chúng ta vô tình tiêm nhiễm những niềm tin giới hạn và liên tưởng méo mó về tiền bạc từ gia đình, bạn bè, thầy cô, người thân và thậm chí sách vở. Chúng ta được dạy rằng nghĩ nhiều đến tiền hay mong muốn có nhiều tiền là những kẻ “tham tiền”. Phàm đã là kẻ *tham tiền* thì sẽ *phụ nghĩa*. Sách luân lý làm cho chúng ta hiểu rằng đối cực của tiền bạc là tình nghĩa. Vậy nên, nếu thích tiền, chỉ biết có tiền sẽ không biết coi trọng tình nghĩa. Kết quả, trong thâm tâm chúng ta làm một đường liên hệ: mong muốn làm giàu = không đúng đắn; thích tiền = xấu xa.

Điều này giải thích tại sao những đứa trẻ trong buổi nói chuyện của tôi không chớp lấy cơ hội có tờ 10 đô, chúng sợ bị bạn bè liệt vào loại “chỉ biết có tiền”. Bạn có được dạy những quan niệm như vậy không? Nhiều người xuất thân từ tầng lớp lao động, chứng kiến cảnh cha mẹ làm lụng đầu tắt mặt tối cả đời thì dần dần có ý thức rằng lao động cần cù là cách duy nhất để kiếm tiền. Chính cách nghĩ này chặn tầm mắt của họ, không cho phép họ nhận ra rằng, ý tưởng để ra nhiều tiền hơn là chăm chỉ làm lụng. Khi thấy có thể đổi 2 đồng lấy 10 đồng, những đứa trẻ nói trên bèn nghĩ ngay là

có trò gì đó, hoặc chúng đang lợi dụng tôi. Vì thế chúng không nhận ra rằng cuộc sống hàng ngày vẫn có những cơ hội như vậy. Warren Buffett kiếm được tiền tỉ bằng cách mua lại những công ty với giá bằng nửa giá trị thực của nó. Ông chỉ bỏ ra 2 đồng để mua cổ phiếu có giá trị 10 đồng (bạn sẽ học cách làm như vậy trong chương 18 và 19). Đúng thế, doanh nhân kiếm tiền bằng cách tìm mua những món hàng rẻ hơn giá trị thực, đóng gói lại rồi bán cao gấp 10 lần!

Những người sinh ra trong gia đình nghèo hay đủ ăn thường được dạy rằng, *“Tiền không phải là tất cả”, “Tiền không bỗng dưng mà có”, “Người giàu rất tham lam”, “Tiền không quan trọng”, “Có tiền mất bạn”, “Đầu tư là rủi ro”, “Đồng tiền thay trắng đổi đen”*... Kết quả, từ trong tiềm thức, họ liên kết nỗi sợ hãi, căm ghét và cảm giác xấu xa với tiền bạc, và chính điều này ngăn cản họ trở nên giàu có. Họ cảm nhận được lực cản bên trong ấy, vì thế mặc dù đặt ra mục tiêu trở nên giàu có, nhưng bằng một cách nào đó họ lại phá hỏng thành công của mình mỗi khi gần đạt được nó. Tiềm thức sẽ ngăn không cho họ làm giàu vì nhiều tiền quá sẽ đem lại “vấn đề” hoặc biến họ thành “kẻ xấu”.

Tuy vậy, bạn cần hiểu rằng nếu bạn bè, cha mẹ hay thầy cô “dạy” bạn tất cả những điều này, đó là vì họ nghĩ mình đang đưa ra lời khuyên đúng đắn. Trước đó, họ cũng từng được dạy như vậy, và đó là lý do họ không bao giờ giàu. Thông thường, con người có xu hướng tin theo những cách nghĩ tiêu cực về tiền, vì như vậy họ cảm thấy sự nghèo của mình rất “chính đáng”, rất trong sạch và yên tâm với cái nghèo ấy. Phải, khi một ai đó tặc lưỡi mà rằng, *“Tiền đâu phải là thứ quan trọng nhất”,* họ chỉ tự trấn an mình theo kiểu AQ mà thôi. Khi ai đó nói, *“Tôi quý trọng gia đình nên không dành thời gian để kiếm tiền”* thì đó chỉ là lời bào chữa vụng về.

Vì vậy, vào lúc này xin bạn hãy lắng lại trong vài phút để tự cảm nhận và “lắng nghe” cảm giác sâu xa nhất trong bạn về tiền bạc. Tôi biết rằng, về mặt ý thức bạn quý trọng đồng tiền vì tất cả những gì nó có thể mang lại cho bạn, nhưng tôi vẫn muốn bạn gạt qua một bên những đánh giá bên ngoài và thật sự lắng nghe cảm giác bên trong của mình về tiền bạc.

Một trong những học viên của tôi, anh Joshua, không thể lý giải tại sao anh làm việc chăm chỉ, có kiến thức và được trang bị nhiều cách thức kiếm tiền mà vẫn không giữ tiền được lâu. Mỗi lần “trúng quả” (trong môi giới bất động sản), anh lại tự phá hỏng thành công của mình bằng cách tiêu cho đến đồng cuối cùng. Anh tìm đến tôi vì không hiểu lý do tại sao. Khi tôi hướng dẫn anh hãy thư giãn và nghĩ về quá khứ, anh chợt nhận ra vấn đề của mình. Từ khi còn bé, anh đã chứng kiến cảnh nhà hàng xóm liên tục cãi vã xáo xào. Người lớn mang bộ mặt đăm đăm đau khổ, còn trẻ con thì bị cha mẹ phớt lờ. Khi Joshua hỏi cha mẹ mình, tại sao nhà hàng xóm lại có nhiều chuyện không vui như vậy, anh nhận được câu trả lời: *“Thì người giàu bao giờ chả có nhiều vấn đề... họ cãi nhau vì tiền ấy mà”*. Thế là trong tiềm thức, anh liên kết nhiều tiền với vấn đề và bất hạnh. Chính vì thế, mỗi khi có cơ hội nhân số tiền mình có lên nhiều lần, Joshua lại làm những việc “ngớ ngẩn”. Khi anh nhận ra vấn đề và giải quyết thấu đáo, anh bắt đầu có khả năng tích trữ và làm cho đồng mẹ đẻ đồng con.

Bây giờ, tôi muốn bạn lấy giấy bút và dành ra hẳn 10 phút để làm bài tập này. Hãy viết càng nhiều càng tốt những suy nghĩ của bạn sau định đề “Tiền là...”, “Có tiền sẽ...”, “Người giàu là...”. Tôi muốn bạn viết ra ít nhất 40 câu (phải đúng 40 câu). Điều quan trọng là bạn không được ngừng lại để suy nghĩ về những mình viết. Chỉ cần viết ra những gì hiện lên trong đầu bạn. Nếu có thời gian suy nghĩ, bạn sẽ viết ra những câu trả lời nghe thì hay đấy nhưng không phải là cảm giác thật sự của bạn. Điều mà bạn cần chính là những gì nằm trong tiềm thức! Và cách duy nhất làm điều đó chính là ép mình viết không ngừng. Khi bạn cảm thấy “bí” thì cứ viết ra bất cứ điều gì trong đầu, tốt xấu gì cũng được. Tôi dám chắc bạn sẽ ngạc nhiên trước những gì mình viết ra. Ta bắt đầu nhé, và nhớ là bạn không được ngừng lại cho tới khi bạn viết ra ít nhất 40 câu.

Tiền là...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Có tiền sẽ...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Người giàu là...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Những quan điểm khác về tiền...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Xem nào, bạn có quan niệm hay liên tưởng gì về tiền? Tốt hay xấu? Bạn nghĩ thế nào về người giàu? Tôn trọng hay khinh bỉ họ? Thần tượng hay căm ghét họ? Nếu bạn khinh bỉ người giàu và nghĩ họ là bọn người xấu, tiềm thức sẽ không bao giờ để cho bạn giàu. Tại sao ư? Bởi vì nếu giàu, bạn sẽ thành “người xấu”.

Những quan niệm sai lạc về đồng tiền

Sau khi hướng dẫn hàng ngàn người ở nhiều nước khác nhau làm bài tập này, tôi nhận thấy hóa ra người đời nghĩ rất xấu về đồng tiền. Bạn có chung những ý nghĩ sau không?

- Tiền là nguồn gốc của mọi tội lỗi trên đời.
- Tiền biến người ta thành kẻ thủ lợi.
- Giàu có tiền bạc, nghèo nàn tâm hồn.
- Giàu mất bạn, sang mất vợ.
- Tiền không tự nhiên mà có.
- Người giàu tham lam và ích kỷ.
- Người giàu thường keo bẩn.
- Để giàu có, bạn phải may mắn, gian trá hoặc cực kỳ thông minh.
- Tiền không đem lại hạnh phúc.
- Dù sao tiền cũng không phải là điều quan trọng nhất.
- Để có nhiều tiền, tôi phải tước đoạt của người khác.
- Số giàu mang đến dửng dưng, lợ là con mắt tráo trưng mới giàu.
- Chúng tôi không có nhiều tiền vì phải lo cho con cái.
- Quá nhiều tiền sẽ khiến bạn thay đổi bản chất (trở nên xấu đi).
- Miệng người sang có gang có thép.
- Lắm tiền nhiều của chỉ tổ phải lo nghĩ và đối diện với nhiều vấn đề.
- Thời buổi khó khăn bây giờ làm gì còn cơ hội kiếm tiền.

Xóa bỏ định kiến sai lầm về tiền bạc

Trong thực tế, rất nhiều quan điểm và nhận định về đồng tiền tỏ ra thiên lệch, tiêu cực và là những lời bào chữa vụng về ngăn cản nhiều người có một cuộc sống hạnh phúc và dư dả. Để toàn tâm toàn ý trong chuyện làm giàu, bạn phải phá bỏ những định kiến này và nhìn thẳng vào sự thật...

Định kiến	Quá nhiều tiền sẽ khiến bạn thay đổi bản chất (trở nên xấu đi).
Sự thật	Tiền bạc có thể ví như giấy quỳ làm hiện rõ bản chất con người. Nó cho thấy con người thật sự của bạn. Nếu bản chất một người là ích kỷ xấu xa, đồng tiền sẽ khiến cho người ấy xấu xa và ích kỷ hơn. Ngược lại, nếu bạn tốt bụng, hào hiệp, biết yêu thương người khác, tiền sẽ giúp bạn trở nên tốt hơn.
Định kiến	Tiền không đem lại hạnh phúc.
Sự thật	Đúng. Tuy vậy, không có tiền bạn cũng chẳng hạnh phúc nổi. Chẳng phải không hạnh phúc mà có tiền vẫn tốt hơn là vừa bất hạnh vừa nghèo khổ?
Định kiến	Tiền không phải là tất cả.
Sự thật	Đây là lý luận biện hộ số một của những kẻ thất bại. Sự thật, muốn làm bất cứ điều gì bạn cũng cần đến tiền. Không có tiền, bạn không thể tận hưởng tối đa những giá trị cuộc sống như gia đình, nghề nghiệp, sức khỏe, tâm linh và các mối quan hệ khác.
Định kiến	Tiền làm cho cuộc sống tinh thần của bạn trở nên nghèo nàn.
Sự thật	Một lần nữa, nếu bạn thiên về đời sống tinh thần, tiền sẽ cho phép bạn giúp đỡ được nhiều người hơn, làm được nhiều việc thiện hơn. Sự thật, những người giàu trên đời là những người có đời sống tinh thần phong phú, sâu sắc. Được giải phóng khỏi những lo toan tiền bạc hàng ngày, họ có thể tập trung vào những khía cạnh quan trọng trong cuộc sống. Nhiều người giàu đích thực tin rằng tiền bạc không phải của họ, mà họ chỉ thay mặt Thượng đế trông coi số tài sản đó.
Định kiến	Người giàu rất thực dụng, họ chỉ tôn thờ đồng tiền.
Sự thật	Sự thật, chỉ người thiếu tiền mới tôn thờ nó. Ai là người hết ngày này qua ngày khác, hết năm này qua năm khác, làm công việc mình ghét chỉ vì tiền? Ai là người mong ước mình có nhiều tiền hơn? Ai là người luôn lo lắng về tiền? Ai là người hy sinh sức khỏe và gia đình để kiếm được nhiều tiền hơn? Đó là người dư dả tiền bạc hay người quanh năm túng thiếu? Thật ra, người giàu hiếm khi làm việc vì tiền. Họ làm vì niềm đam mê hay vì một sứ mệnh mà họ tự trao cho mình. Bill Gates, Warren Buffett, George Lucas, Michael Jordan và Steve Jobs chắc chắn không phải là những người làm vì tiền... họ không cần phải làm như vậy.
Định kiến	Một khi trở nên giàu có, tôi sẽ mất hết bạn bè.
Sự thật	Nếu có mất đi một vài người bạn, điều đó chỉ có nghĩa là bạn phát hiện ra những người đó không phải là bạn bè thật sự. Khi trở nên giàu có, bạn có cơ hội kết bạn với những người có tư tưởng làm giàu.
Định kiến	Để có nhiều tiền, tôi phải tước đoạt của người khác. Không có đủ tiền cho tất cả mọi người.
Sự thật	Khi giàu có, bạn có cơ hội giúp cho nhiều người khác trở nên giàu hơn. Tiền để ra tiền. Bạn thấy đó, tiền là thước đo của những trao đổi về giá trị. Kiếm được nhiều tiền hơn có nghĩa là bạn tạo ra nhiều giá trị và của cải hơn cho đời. Bill Gates là người giàu nhất thế giới vì ông tạo ra giá trị nhiều nhất cho mọi người với Microsoft và Windows. Nhờ phát minh của ông, nhiều triệu phú khác ra đời. Thử nghĩ coi, nếu không có Microsoft Windows, Word và Excel, bạn có tạo ra được nhiều của cải như ngày nay không?
Định kiến	Lắm tiền nhiều của chỉ tổ phải lo nghĩ và đối diện với nhiều vấn đề.
Sự thật	Phần lớn các vấn đề mà người ta phải đối mặt trong cuộc sống (quan hệ, sức khỏe, nghề nghiệp) đều là hậu quả của việc THIẾU tiền.
Định kiến	Tiền là nguồn gốc của mọi tội lỗi trên đời.
Sự thật	<i>Bản cùng sinh đạo tặc.</i> Nguyên nhân số một của bạo loạn, lừa đảo, cướp bóc và gian dối chính là sự nghèo đói (thiếu tiền).

Bây giờ, tôi muốn bạn viết ra càng nhiều càng tốt những suy nghĩ và liên tưởng mới tích cực về đồng tiền và động lực kiếm tiền.

Quan điểm mới của tôi về tiền bạc

Tiền là...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Có tiền sẽ...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dán những định nghĩa mới này cạnh bàn làm việc hay làm thành slide chạy trên màn hình vi tính để bạn có thể nhìn nó hàng ngày. Khi tiềm thức bạn bắt đầu ngập tràn những cảm giác tốt đẹp về tiền, bạn sẽ trở thành thỏi nam châm hút tiền! Với kết luận đó, chúng ta hãy tiếp tục khám phá...

Phần II

PHƯƠNG PHÁP KIẾM TIỀN CỦA TRIỆU PHÚ

CHƯƠNG 4

NGƯỜI GIÀU QUẢN LÝ TIỀN BẠC NHƯ THẾ NÀO

Hiểu lầm lớn nhất về sự giàu có

Tại sao hơn 90% người đời cảm thấy làm giàu thật khó như đi lên trời? Đó là vì tất cả chúng ta đều nghe về những điều không đúng, những điều chỉ cản trở mình trên bước đường trở nên giàu có. Trước khi có thể làm giàu, ta hãy cùng nhau khám phá sự thật về sự giàu có và dẹp bỏ tấm màn vẫn che mắt nhiều người bấy lâu nay.

Hãy bắt đầu bằng một bài tập đơn giản. Tôi muốn bạn nhắm mắt lại và hình dung về một triệu phú. Ông ta khoác trên người bộ cánh như thế nào, lái xe hiệu gì, xài tiền như thế nào, một ngày của ông ấy ra sao, ông ăn gì uống gì? Bạn hãy hình dung trong đầu **bây giờ** trước khi đọc tiếp.

Vậy bạn đã nghĩ về những hình ảnh gì?

Đa số mọi người vẽ ra bức tranh choáng ngợp của thế giới thượng lưu. Họ mặc đồ hiệu, lái xe đời mới, xài tiền như nước, ăn cao lương mỹ vị trong những nhà hàng sang trọng và gọi thứ rượu lâu đời nhất.

Cũng có thể bạn hình dung ra một quý ông đang nằm dài trên chiếc ghế sofa da sang trọng trong ngôi biệt thự hay trên chiếc du thuyền lộng lẫy, miệng phì phèo điếu xì gà Havana. Sao lại có chuyện ấy? Đó là vì chúng ta bị “tẩy não” bởi phim ảnh, tivi, báo chí nên cho rằng đó là cách triệu phú sống và tiêu tiền. Chính niềm tin và lối nghĩ này cản trở chúng ta làm giàu!

Sự thật, có rất ít những người làm giàu từ tay trắng sống theo cách này. Chỉ một vài người giàu hưởng thụ cuộc sống xa hoa như vậy. Đó có thể là những người được thừa kế tài sản kếch sù hoặc phát lên nhanh chóng nhờ tài năng thể thao hoặc trong ngành giải trí. Dù là ai thì những người có lối sống phung phí vô tội vạ ấy cũng đều có một điểm chung: tài sản và tiếng thơm không ở lại cùng họ quá 10 năm. Sự giàu có của họ chỉ là tạm thời. Hãy xem tay đấm Mike Tyson, ca sĩ nhạc sĩ R&B lừng danh Bobby Brown và danh sách dài dằng dặc những ngôi sao kiếm được triệu đô trong sự nghiệp của họ. Đó đều là những người nếu không phá sản thì cuối đời cũng ngập trong nợ nần.

Sự thật về sự giàu có

Trong quyển sách bán chạy của tờ New York Times “Người hàng xóm triệu phú” (The

Millionaire Next Door), Thomas J. Stanley phỏng vấn 300 người từ tay không làm ra bạc triệu để tìm hiểu cách họ suy nghĩ, kiếm tiền và tiêu tiền như thế nào. Ông phát hiện ra khá nhiều nghịch lý và nhờ đó mà quyển sách của ông bán đắt như loại cổ phiếu đang lên giá.

Stanley cho biết, khối người lương cao chót vót, thay xe xịn như thay áo, khoác lên người những bộ cánh mới nhất và có vẻ như không có cách nào tiêu hết tiền, oái oăm thay, thường chẳng có bao nhiêu tiền trong tài khoản. Đó là những chuyên gia hoặc nhân viên cao cấp của những công ty đa quốc gia mà ông gọi là “Nhóm không tích lũy” (Under Accumulators of Wealth – UAW).

Ngược lại, những người thật sự có tiền triệu trong tay (tổng tài sản hơn 1 triệu đô) biết cách tiết kiệm và sống dưới mức chuẩn của họ rất nhiều. Khoảng 80% triệu phú sinh ra trong gia đình nghèo hoặc bình thường. Họ mặc những bộ vest giá phải chăng, không bao giờ mang đồng hồ đắt hơn 500 đô. Phần lớn đi xe cũ hoặc không bao giờ mua xe đắt tiền. Họ thường đầu tư ít nhất 20% tài sản vào cổ phiếu hoặc công ty riêng. Đây là những người được Stanley xếp vào “Nhóm tích lũy” (Prodigious Accumulators of Wealth – PAW).

Thật ra, phát hiện của Stanley chỉ là một minh chứng hùng hồn cho những gì mà nhiều người trong chúng ta đã biết. Từ thế kỷ 19, trong quyển “Hội chợ phù hoa”, William Thackeray, nhà văn nổi tiếng người Anh đã khắc họa sinh động và chân thật chân dung tầng lớp thượng lưu và quyền lực trong xã hội. Đó là những người có cuộc sống hào nhoáng mà ai cũng mơ ước, nhưng từ đầu đến chân họ đều là của đi vay mượn. Họ quyết tiền nhà, tiền công thợ may thậm chí công sức của những người thuộc tầng lớp dưới như anh đánh xe, bác bán thịt. Điển hình là lối sống tốt mã rở cùi của cặp vợ chồng Becky và Rawdon Crawley.

Khi còn rất trẻ, tôi cũng có những suy nghĩ không đúng về cuộc sống của những người giàu có. Ngày ấy, tôi vừa thán phục vừa ganh tị với những người lái xe Porsche đời mới nhất, ẩn mình trong tòa biệt thự và hưởng thụ những gì xa hoa lộng lẫy nhất. Nhưng người cha triệu phú của tôi (không bao giờ mua xe mới cho tới khi ông 50 tuổi) thường bảo tôi rằng những người ấy thật ra là những kẻ “sống mượn” và ngân hàng mới là chủ sở hữu nhà và xe của họ. Mãi sau này tôi mới hiểu được ý nghĩa những lời ông nói.

Thế nào là sự giàu có đúng nghĩa

Trước khi có thể trở nên giàu có, bạn cần hiểu rõ như thế nào thì được gọi là giàu có. Một lần nữa, nhiều người cho rằng mức độ giàu có của một người được đo bằng mức lương anh ta kiếm được, quần áo anh ta mặc trên người, ngôi nhà anh ta đang ở và cách anh ta xài tiền. Tiếc thay tất cả những điều này đều không đúng.

Mức độ giàu có của một người thật ra được định nghĩa bằng khoảng thời gian mà họ duy trì được cuộc sống hiện tại nếu họ ngừng làm việc. Bạn càng tồn tại lâu mà không cần làm gì, bạn càng giàu. Bởi vậy, mức độ giàu có của bạn được quy định dựa trên ba tiêu chí: (1) Mức chi tiêu hiện tại, (2) Tài sản thanh khoản và (3) Thu nhập thụ động.

Tài sản thanh khoản là tổng số tiền mặt hoặc tương đương với tiền mặt (như cổ phiếu, trái phiếu và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn) dùng để trả cho chi phí hàng tháng. Thu nhập thụ động là thu nhập mà bạn sẽ tiếp tục nhận được kể cả khi bạn thôi không còn làm việc, bao gồm: lãi suất, cổ tức, tiền bản quyền và lợi nhuận từ việc kinh doanh.

Ví dụ, Steve là Giám đốc của một công ty đa quốc gia và kiếm được 20 ngàn đô một tháng. Anh

tiêu xài rất bạo nên chi phí cho cá nhân và gia đình một tháng đã cứa đứt 18 ngàn. Nhiều năm trôi qua, Steve không tiết kiệm được bao nhiêu vì số tiền dư ra anh dùng để nâng cấp nhà và xe. Tài sản thanh khoản của anh dưới 18 ngàn đô. Ngoài công việc chính, anh không có nguồn thu nhập nào khác. Vậy mức độ giàu có của Steve là bao nhiêu? Nếu ngừng làm việc hôm nay, 18 ngàn đô sẽ chỉ đủ cho anh sống trong một tháng. Vậy anh chỉ giàu bằng một tháng lương. Bạn thấy đó, mức độ giàu có không được định nghĩa bằng số tiền mà bằng thời gian.

Trong khi ấy, Susan, Giám đốc tiếp thị của một cửa hàng bán lẻ chỉ lãnh được 5 ngàn đô một tháng, nhưng cô lại giàu có hơn Steve. Tại sao vậy? Trong vòng 20 năm qua, lúc nào Susan cũng tiết kiệm 20% lương của mình rồi đầu tư vào cổ phiếu và quỹ đầu tư, việc này mang lại cho cô lợi nhuận 15% một năm (trong những chương sau, bạn sẽ học cách kiếm được mức lợi nhuận này với mức độ rủi ro thấp nhất).

Sau 20 năm, tài sản thanh khoản của Susan thành 1,32 triệu đô (bạn có thể kiểm tra bằng vài phép tính). Thêm vào đó, cô dành thời gian rảnh kinh doanh những món hàng độc trên mạng. Công việc kinh doanh này mang lại cho cô 1300 đô/tháng. Có thể cô không lái xe xịn hoặc đeo đồng hồ Cartier, nhưng hãy xem cô ấy giàu như thế nào.

Nếu Susan ngừng làm việc hôm nay, cô vẫn có 1300 đô thu nhập hàng tháng từ công việc kinh doanh trên mạng. Vì chi phí hàng tháng của cô là 4000 đô (bằng 80% thu nhập), cô cần thêm 2700 đô một tháng. Với tổng số tiền 1,32 triệu đô, cô có thể sống thêm 40 năm mà không phải làm gì (trong trường hợp cô đem số tiền 1,32 triệu cất trong két sắt).

Nếu Susan gửi ngân hàng số tiền đó với lãi suất 4% một năm, tiền lãi ngân hàng cô sẽ nhận được là 52.800 đô/năm. Như vậy, thu nhập thụ động của cô lên tới 4400 đô một tháng. Susan có thể sống thêm hàng trăm năm mà không cần làm việc một ngày nào!

Bạn thấy đó, mức độ giàu có không phải dựa vào việc bạn kiếm được bao nhiêu tiền, mà vào việc bạn dành dụm và đầu tư một cách thông minh như thế nào. Kể cả với mức thu nhập trung bình, bạn vẫn có thể trở thành triệu phú nếu có đủ kiến thức tài chính, tinh thần kỷ luật và lòng kiên nhẫn.

Mức độ giàu có hiện tại của bạn

Trước khi đạt được những mục tiêu về tài chính, bạn cần biết mình đang đứng ở vạch nào. Hãy làm một phép tính đơn giản để biết mức độ giàu có hiện tại của bạn. Nhiều người thực hiện xong bài tập này thì lấy làm chán nản thậm chí tuyệt vọng, nhưng đây là việc làm cần thiết – nếu bạn không muốn nợ như chúa Chổm. Vì vậy, trong vòng 5 phút, hãy hoàn thành bài tập sau.

$$\text{Mức độ giàu có} = \frac{\text{Tài sản thanh khoản (A)}}{\text{Chi phí hàng tháng (B) - Thu nhập thụ động (C)}}$$

1. Bạn có bao nhiêu tài sản thanh khoản?

Đó là những khoản tiền mặt hoặc tương đương với tiền mặt dùng để trang trải cho chi phí hàng tháng của bạn. Đây là tài sản mà bạn có thể bán dễ dàng trong vòng một tháng. Nó không bao gồm giá trị của những tài sản cố định như nhà cửa, xe cộ, đồ trang sức; cũng không bao gồm tiền trợ cấp hoặc bảo hiểm xã hội.

Tài khoản thanh khoản của tôi là _____ đ (A)

2. Chi phí hàng tháng của bạn?

Mỗi tháng, trung bình bạn tiêu hết bao nhiêu, bao gồm cả lãi suất cho các khoản vay của bạn?

Chi phí hàng tháng của tôi là _____ đ (B)

3. Thu nhập thụ động của bạn là bao nhiêu?

Khoản này chính là nguồn thu nhập sẽ vẫn tiếp tục nếu bạn ngừng làm việc. Đó là tiền cổ tức, lãi suất, tiền bản quyền hoặc lợi nhuận kinh doanh.

Thu nhập thụ động của tôi là _____ đ (C)

4. Mức độ giàu có của bạn?

Tôi có: $\frac{(A)}{(B) - (C)} = \text{_____ tháng}$

Vậy chìa khóa giúp bạn trở nên giàu có chính là giảm chi phí, tăng nguồn thu nhập thụ động và đầu tư để tăng tài sản thanh khoản của bạn lên đáng kể. Bạn phải làm như thế nào?

Đầu tiên, bạn phải hiểu...

Cách người giàu quản lý đồng tiền

Một lần nữa, điểm phân biệt giữa người giàu và nghèo không phải chỉ dựa vào thu nhập, mà quan trọng hơn, vào cách họ quản lý đồng tiền chảy qua tay mình. Người giàu quản lý tiền rất khác người nghèo. Sự khác biệt ấy thể hiện trong việc để dành, đầu tư và sử dụng tiền. Để trở thành triệu phú, bạn phải mô phỏng thói quen quản lý tiền bạc của người giàu.

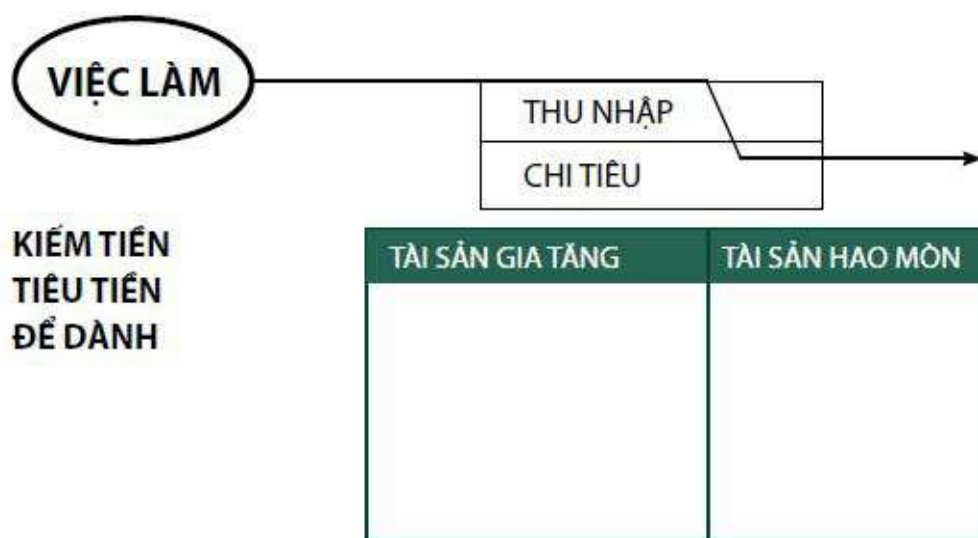
Trước tiên, bạn phải hiểu khái niệm về “tài sản” vì có một số loại tài sản giúp bạn tích lũy tốt, trong khi một số khác lại làm bạn nghèo đi. Tài sản là tất cả những gì hữu hình và vô hình mà bạn sở hữu. Tài sản có thể được phân loại thành Tài Sản Gia Tăng (Tài Sản Dương) và Tài Sản Hao Mòn (Tài Sản Âm). Ví dụ, để mua một tài sản như nhà hoặc xe, bạn phải vay tiền từ ngân hàng. Một khi vay tiền thì phải trả lãi, đó là thứ tài sản chúng ta gọi là Tài Sản Âm.

Tài Sản Gia Tăng (Tài Sản Dương) là loại tài sản giúp bạn có thêm tiền, hay tự nó gia tăng giá trị sau khi trừ đi khoản lãi suất bạn phải trả. Tiêu biểu cho loại tài sản này là cổ phiếu, trái phiếu, hoạt động kinh doanh có lãi, bất động sản thu được lợi nhuận cao, tài sản trí tuệ, tài khoản ngân hàng, v.v...

Tài Sản Hao Mòn (Tài Sản Âm) là loại tài sản có giá trị giảm dần hoặc phát sinh các chi phí khác như bảo trì hoặc trả lãi suất. Ví dụ, bạn mua một căn hộ và cho thuê được 2000 đô/tháng, nhưng riêng tiền phải trả cả lãi lẫn gốc cho ngân hàng là 2200 đô một tháng thì đây là Tài Sản Hao Mòn. Mua xe để đi cũng là một dạng Tài Sản Hao Mòn vì chúng không sinh lợi mà ngày một giảm giá, sau khi được đưa vào sử dụng.

Với tiêu chí phân biệt này, ta hãy xem người giàu, người trung lưu và người nghèo quản lý tiền bạc của mình như thế nào. Mặc dù việc sử dụng bảng báo cáo thu nhập và bảng cân đối tài chính đã có từ hàng trăm năm, Robert Kiyosaki (tác giả của quyển “Cha giàu, cha nghèo” – Rich Dad, Poor Dad) đã trình bày lại dễ hiểu hơn, giúp ta dễ dàng thấy được sự khác biệt trong việc quản lý dòng tiền của các nhóm khác nhau. Dưới đây, tôi thể hiện hơi khác đi một chút.

Cách quản lý tiền của người nghèo



Những người có tư duy “nghèo” thường là những công nhân và nhân viên mới đi làm. Họ có xu hướng tiêu tất cả số tiền kiếm được. Họ sống cho hôm nay mà không nghĩ tới ngày mai. Họ chịu tác động của nhu cầu hưởng thụ ngay. Họ để dành rất ít hoặc không để dành được tí nào, với lý do họ kiếm được quá ít nên không thể dành dụm. Kể cả khi được tăng lương, họ cũng nhanh chóng tiêu hết. Bởi vậy, tài chính của họ bấp bênh và không an toàn. Nhiều người phải tiếp tục làm công việc mà họ chán ghét, chỉ vì họ phải kiếm tiền để trang trải chi phí hàng ngày. Nếu bị mất việc hoặc bị giảm lương, họ sẽ gặp khó khăn trong cuộc sống. Rõ ràng, cách quản lý tiền như vậy không bao giờ khiến họ giàu lên được.

Cách quản lý tiền của người trung lưu



**KIỂM TIỀN
TIÊU TIỀN
ĐỂ DÀNH**

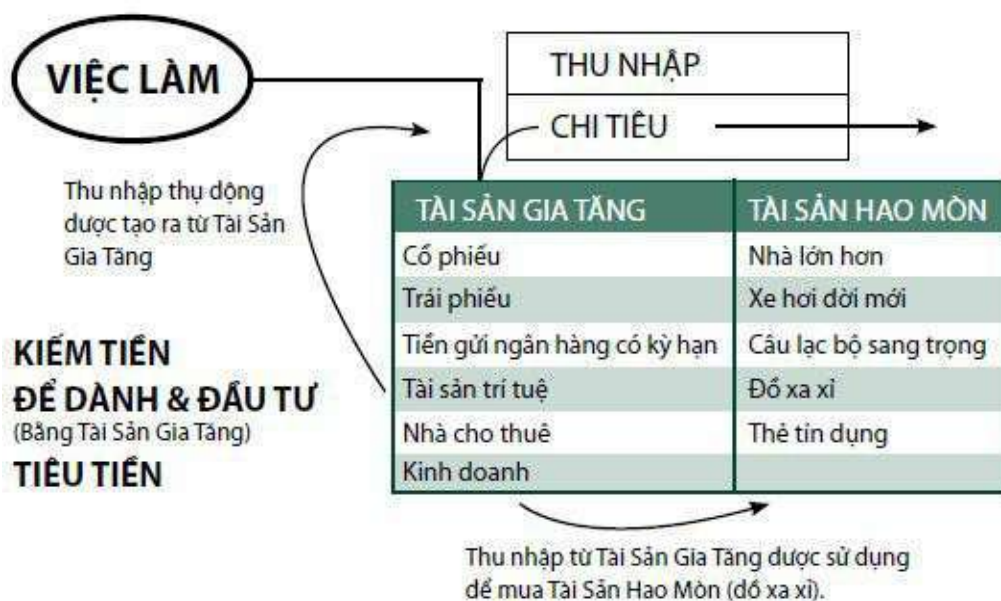
TÀI SẢN HAO MÒN vượt xa TÀI SẢN GIA TĂNG

Những người có tư duy “trung lưu” thường bao gồm các chuyên gia, nhân viên lâu năm với mức lương khá cao. Họ có thói quen “kiếm tiền, tiêu tiền và dành dụm”. Sau khi thanh toán tất cả các phí tổn, họ cũng để dành được một chút. Vấn đề ở chỗ, họ thường dùng khoản tiền dư ra để mua Tài Sản Hao Mòn hơn là Tài Sản Gia Tăng. Họ dùng tiền tiết kiệm để mua nhà to hơn, mua xe xịn hơn đi đôi với việc vay nhiều tiền hơn nên hàng tháng phải chi trả nhiều hơn.

Họ còn sử dụng thẻ tín dụng để mua những món xa xỉ như đồ trang sức, quần áo hàng hiệu... Như vậy, không những họ không để dành được gì, mà họ còn chi tiêu nhiều hơn. Do đó, mặc dù nhìn bề ngoài phần lớn các gia đình trung lưu có vẻ khá giả, tổng giá trị tài sản của họ thật ra rất thấp, thậm chí có thể âm. Nhà cửa, xe cộ của họ có thể đáng giá hàng triệu đô, nhưng họ cũng nợ gần bằng đó hoặc hơn.

Trong thực tế, “sức khỏe” tài chính của họ còn đáng ngại hơn nhóm trên. Nếu bị mất việc hoặc giảm lương, họ sẽ vẫn phải trả các món nợ và những khoản chi phí khổng lồ đã trở thành lối sống của họ. Nhiều người trong số họ chịu áp lực tài chính ghê gớm, phải làm việc cật lực hàng tháng để trả nợ ngân hàng. Họ không thể nghỉ việc, không thể ngã bệnh, thậm chí không thể nghỉ hưu vì bị kẹt trong vòng luẩn quẩn: kiếm tiền – trả nợ.

Cách quản lý tiền của người giàu



TÀI SẢN GIA TĂNG vượt xa TÀI SẢN HAO MÒN

Vậy người giàu quản lý tiền như thế nào? Làm sao họ có thể giàu tới mức không phải làm gì mà vẫn sống ung dung, sung sướng? Bí mật là ở chỗ, ngược lại với nhóm trên, những người có tư duy làm giàu có thói quen **“kiểm tiền, để dành và tiêu tiền”**. Họ đề ra mục tiêu phải để dành được bao nhiêu một tháng, thường là 15-20%. Họ trừ khoản này vào phần thu nhập và tiêu phần còn lại.

Được tư duy làm giàu thúc đẩy, họ luôn muốn để dành nhiều hơn và dùng tiền đó đầu tư vào các loại tài sản sinh lợi và tăng giá trị. Họ thà bỏ tiền để mua cổ phiếu của các công ty tốt, các quỹ đầu tư hay mở công ty hơn là vùng tiền vào những món xa xỉ. Tài Sản Gia Tăng của họ vượt xa Tài Sản Hao Mòn, nên thỉnh thoảng họ vẫn có thể mua những thứ đắt tiền để tự thưởng mình. Thu nhập thụ động từ các khoản đầu tư của họ vượt xa chi phí cho những thứ xa xỉ đó.

Dù chuyện gì xảy ra, họ tiếp tục cần mẫn để dành và đầu tư cho tới khi Tài Sản Gia Tăng của họ bắt đầu tự nhân giống thậm chí còn nhiều hơn chi phí hàng tháng. Lúc đó, họ hoàn toàn được giải phóng khỏi những lo toan về tài chính, nếu thích thì có thể thôi không làm việc nữa mà vẫn duy trì được mức sống hiện tại cho đến hết đời. Bạn đọc của tôi, đây chính là mức độ mà bạn cần hướng đến trong vòng vài năm tới. Với các chiến lược và biện pháp mà bạn sẽ học được ở những chương sau, bạn sẽ thấy việc này hoàn toàn khả thi! Tóm lại, bí mật của người giàu có thể được tóm tắt như sau...

Chi ít hơn thu. Đầu tư phần tiền tiết kiệm để đạt mức tăng lũy tiến cho tới khi bạn tích lũy được một số Tài Sản Gia Tăng đủ để sinh ra dòng tiền mới để duy trì hoặc vượt quá mức sống mơ ước của bạn.

Điều quan trọng bạn cần biết là không phải lúc nào cũng cần tiền để tạo ra Tài Sản Gia Tăng. Trong chương 8 và 9, bạn sẽ học những cách biến ý tưởng thành Tài Sản Gia Tăng, tạo ra các nguồn thu nhập với rất ít hoặc không cần vốn đầu tư.

Bây giờ, khi bạn biết mình cần làm gì để đạt được mức độ giàu có mơ ước, đã đến lúc chúng ta tìm hiểu những bước đi cụ thể. Chương tiếp theo tập trung giúp bạn phát triển các kế hoạch cụ thể để đạt được bốn mức độ giàu có.

CHƯƠNG 5

BỐN MỨC ĐỘ GIÀU CÓ

Xin bạn hãy ngồi thẳng lưng, hít một hơi sâu để sẵn sàng nhập cuộc! Chương 5 có rất nhiều hoạt động và bài tập giúp bạn hiểu rõ và lập ra một bản kế hoạch tài chính hoàn hảo nhằm đạt được mục tiêu tài chính đề ra. Thật ra, đích cuối cùng của tất cả những mục tiêu tài chính là bạn có quyền lựa chọn đến một ngày nào đó không cần phải nai lưng làm việc (vì tiền) nữa!

Một số bài tập sau đây thoát nhìn có vẻ vụn vặt và tốn thời gian. Bạn có thể phải lục tìm trong đồng kết toán sổ sách ngân hàng, hóa đơn và tờ khai thuế, nhưng bạn hãy cố gắng và quyết tâm hoàn thành không sót một bài tập nào. Những bài tập này được soạn ra với mục đích giúp bạn có phương pháp cụ thể để đạt được mục tiêu làm giàu của mình đấy.

Sức khỏe tài chính của bạn?

Trong chương trước, tôi đề nghị bạn làm một bài toán đơn giản để đánh giá mức độ giàu có hiện tại của bạn. Tuy vậy, để lên bản đồ tài chính, đầu tiên bạn phải xác định rõ tình hình tài chính của mình qua cái mà tôi gọi là Báo Cáo Tài Chính.

Thời còn đi học, chúng ta đều được thầy cô giáo đánh giá bằng điểm tổng kết ghi trong học bạ. Ai cũng mong muốn được điểm 9 hoặc 10 vì đó là thước đo thành công trong trường học. Tương tự, tất cả các doanh nghiệp đều có bản báo cáo hàng quý và hàng năm, gọi là Báo Cáo Tài Chính để thông báo cho cổ đông biết công ty đang hoạt động như thế nào. Chỉ cần xem Báo Cáo Tài Chính của bạn sẽ biết được mức độ tài chính của bạn.

Báo Cáo Tài Chính bao gồm Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân và Bảng Thu Nhập Cá Nhân. Ta hãy bắt đầu với Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân.

Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân

Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân cho thấy “sức khỏe” và độ bền vững tài chính của bạn trong một thời điểm nhất định. Nó cho biết bạn sở hữu bao nhiêu (tài sản), nợ bao nhiêu (nợ) và còn lại bao nhiêu sau khi đã trừ nợ (giá trị ròng). Giá trị ròng là cách thông dụng cho biết mức độ giàu có của bạn. Ta có công thức:

$$\text{Tài sản} = \text{Nợ} + \text{Giá trị ròng} \quad (\text{Giá trị ròng} = \text{Tài sản} - \text{Nợ}).$$

Bây giờ, tôi muốn bạn dành ra ít phút để hoàn tất Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân dưới đây.

Chương trình Microsoft Excel sẽ giúp bạn lập bảng và dễ dàng cập nhật thông tin về sau. Bạn có thể tải mẫu tiếng Anh có sẵn trong trang web www.adam-khoo.com/bizandmoneytips.html, ở phần “Free Tools and Resources”.

Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân

Tài sản		Nợ và Giá trị ròng	
Tài sản thanh khoản		Nợ ngắn hạn	
Tiền mặt	_____ đ	Nợ thẻ tín dụng	_____ đ
Tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn	_____ đ	Hóa đơn chưa trả	_____ đ
Tài khoản ký quỹ	_____ đ	Nợ ngắn hạn khác	_____ đ
Nợ thuế	_____ đ		
Tài sản gia tăng		Nợ dài hạn	
Tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	_____ đ	Trả góp nhà	_____ đ
Trái phiếu	_____ đ	Trả góp xe	_____ đ
Quỹ lương hưu	_____ đ		
Cổ phiếu	_____ đ		
Quỹ tín dụng	_____ đ	Tổng nợ	_____ đ
Kinh doanh	_____ đ		
Tài sản trí tuệ	_____ đ		
Bảo hiểm	_____ đ		
Tài sản hao mòn		Giá trị ròng _____ đ	
Giá trị nhà	_____ đ	(Tổng tài sản - Tổng nợ)	
Giá trị xe	_____ đ		
Phí tham gia câu lạc bộ	_____ đ		
Tổng tài sản	_____ đ	Tổng nợ và Giá trị ròng	_____ đ

Thế là bạn đã hoàn thành Bảng Cân Đối Tài Chính Cá Nhân. Có thể nói bây giờ bạn đã có một bức tranh chân thực về **mức độ giàu có của mình** trong thời điểm hiện tại. Mặc dù bạn có thể cảm thấy sung sướng khi có tài sản trị giá 800 ngàn đô nhưng nếu bạn nợ tới 720 ngàn đô, bạn chỉ có trong tay 80 ngàn. Vậy bạn còn cảm giác yên tâm và sung sướng như trước nữa không?

Tài sản của bạn có lớn hơn số tiền nợ nhiều không, hay ngược lại? Khi nhìn vào Bảng Cân Đối Tài Chính, hãy chú ý xem bạn có nhiều Tài Sản Gia Tăng hơn (tư duy của người giàu) hay nhiều Tài Sản Hao Mòn hơn (tư duy của giới trung lưu).

Sau khi hoàn tất Bảng Cân Đối Tài Chính, cứ mỗi sáu tháng bạn nên cập nhật một lần với mục tiêu **tăng tài sản** của bạn (đặc biệt là Tài Sản Gia Tăng), **giảm Nợ** và **tăng Giá trị ròng**.

Bảng Thu Nhập Cá Nhân

Đây là phần thứ hai của Báo Cáo Tài Chính. Bảng Thu Nhập Cá Nhân cho biết bạn đang kiếm được bao nhiêu (thu nhập), đang tiêu xài bao nhiêu (chi phí), để dành bao nhiêu và đầu tư bao nhiêu trong một khoảng thời gian nào đó (một tháng, một quý hay một năm).

Trước tiên, hãy ghi lại tất cả các nguồn thu nhập của bạn. Thu nhập được chia làm 2 loại: chủ động và thụ động. Nhiều người chỉ có nguồn thu nhập chủ động (thường là lương) và không có khoản thu nhập thụ động nào cả.

Tiếp theo, ghi lại tất cả các khoản chi phí hàng năm. Chi phí được phân ra làm bốn hạng mục: chi phí cá nhân (bao gồm cả làm từ thiện), con cái, nhà cửa và đi lại. Lấy chi tiêu hàng tháng của bạn (tháng hiện tại) và nhân lên 12, bạn sẽ ước chừng được chi phí hàng năm của mình.

Cuối cùng, lấy tổng thu nhập trừ đi tổng chi phí bạn sẽ biết mình để dành được bao nhiêu. Nếu có máy tính, nên làm trong Excel. Bạn cũng có thể download bản mẫu tiếng Anh từ:

www.adam-khoo.com/bizandmoneytips.html.

Bảng Thu Nhập Cá Nhân (thường niên)

Thu nhập CHỦ ĐỘNG

Lương _____ đ
Lương hưu _____ đ
Thưởng _____ đ
Phụ thu _____ đ
Huê hồng _____ đ

THỤ ĐỘNG

Cổ tức _____ đ
Tiền bản quyền _____ đ
Lãi suất _____ đ
Lời kinh doanh riêng _____ đ
Tiền cho thuê _____ đ

Tổng thu nhập _____ đ

Chi phí

CÁ NHÂN

Ăn uống _____ đ
Quần áo _____ đ
Điện thoại _____ đ
Giải trí _____ đ
Bảo hiểm/y tế _____ đ
Thuế thu nhập cá nhân _____ đ
Các khoản khác (vd: từ thiện) _____ đ
Tổng chi phí cá nhân _____ đ

CON CÁI

Học hành (trường, học thêm) _____ đ
Tiền tiêu vặt _____ đ
Quần áo, đồ chơi _____ đ
Tổng chi phí cho con cái _____ đ

NHÀ CỬA

Trà góp _____ đ
Điện, nước, ga _____ đ
Người giúp việc _____ đ
Đồ dùng gia đình _____ đ
Thuế bất động sản _____ đ
Bảo hiểm nhà _____ đ
Tổng chi phí nhà cửa _____ đ

ĐI LẠI

Trà góp xe _____ đ
Xăng _____ đ
Tiền sửa chữa/bảo trì _____ đ
Bảo hiểm xe _____ đ
Thuế đường _____ đ
Tiền giữ xe _____ đ
Tiền đi xe buýt _____ đ
Tổng chi phí đi lại _____ đ

Tổng chi phí _____ đ

TỔNG DẸ DÀNH (Tổng thu nhập - Tổng chi phí) = _____ đ

Sau khi hoàn tất Bảng Thu Nhập Cá Nhân, bạn có thể bắt đầu lập kế hoạch dựa vào tổng số tiền dành dụm được. Trước tiên, phải tính xem bạn cần bao lâu để đạt được mục tiêu tài chính đề ra. Cùng lúc đó, bạn có thể thấy mình đang chi tiêu ra sao và cần điều chỉnh như thế nào cho tốt hơn. Bạn cũng cần đặt ra mục tiêu làm sao để điền kín phần thu nhập, có cả nguồn thu nhập thụ động lẫn

chủ động.

Bên cạnh Bảng Thu Nhập hàng năm, bạn cũng nên có Bảng Thu Nhập hàng tháng để cập nhật vào cuối mỗi tháng. Tôi có sẵn mẫu tiếng Anh trên trang web của mình để bạn tham khảo.

Bốn mức độ giàu có

Sau khi đã biết tình hình tài chính của mình, bạn phải biết chính xác mình muốn đi đến đâu. Để đạt được giấc mơ triệu phú, đầu tiên bạn phải biết rõ các mức độ giàu có. Có tất cả 4 mức độ mà bạn cần nhắm tới.

Mức độ 1: Vững vàng tài chính

Mức độ giàu có đầu tiên là vững vàng về tài chính. Đây là mức độ đơn giản nhất mà bạn cần đạt được.

Bạn chỉ vững vàng về mặt tài chính khi:

1. Có tài sản thanh khoản đủ để trang trải mức chi phí hiện tại của bạn trong vòng ít nhất 6 tháng.
Có bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm y tế để bảo vệ bản thân và/hoặc gia đình nếu chẳng may bạn bị thương tật vĩnh viễn, mất khả năng lao động hoặc đột ngột qua đời.
2. Khi đạt được mức độ này, bạn sẽ cảm thấy an tâm rằng nếu có tai nạn xảy ra (thất nghiệp, kinh doanh thua lỗ, giảm lương, bị thương tật hay qua đời), cuộc sống của bạn và gia đình không bị ảnh hưởng nhiều. Hay ít nhất, bạn và gia đình cũng không lâm vào cảnh nợ nần.

Ở mức đầu tiên này, bạn và gia đình sẽ có đủ thời gian để tìm nguồn thu nhập khác và trở về nếp sống cũ. Đồng thời, bạn có năng lực tài chính để bỏ công việc hiện tại nếu không thích và đầu tư thời gian để lập công ty riêng nếu cần.

Khi đã đạt được mức độ này, bạn cần nhắm tới...

Mức độ 2: An toàn tài chính

Bạn có thể đạt được mức độ an toàn tài chính sau một khoảng thời gian đầu tư thời gian, công sức, tiền bạc và tích lũy được một khoản Tài Sản Gia Tăng đủ lớn. Lượng tài sản này cần tạo ra khoản thu nhập thụ động đủ để trang trải những **chi phí cơ bản nhất** của bạn. Nói cách khác, ở mức độ này, bạn có thể ngừng làm việc mà vẫn giữ được mức sống tối thiểu. Điều đó cũng có nghĩa là nếu tiếp tục làm việc, nguồn thu nhập ấy có thể dùng để đầu tư và tiếp tục tích lũy để gia tăng giá trị tài sản của bạn.

Vậy, những hạng mục chi phí cơ bản nhất của bạn là gì? Cần phải chi những gì để đảm bảo mức sống tối thiểu? Giữa người này với người kia có khác nhau một chút, nhưng nhìn chung chi phí cơ bản của bạn bao gồm:

1. Trả góp nhà và các chi phí liên quan như điện, nước, ga
2. Phương tiện đi lại
3. Ăn uống cho bạn và gia đình

4. Trả lãi suất cho các khoản nợ
5. Bảo hiểm nhân thọ và nhà cửa

Tất nhiên, chúng ta không nên tự hài lòng với mức độ này. Khi đạt được mức này, bạn cần phải nhắm tới...

Mức độ 3: Tự do tài chính

Nhiều người đã nghe nói đến ước mơ được tự do tài chính, nhưng điều đó thật sự nghĩa là gì? Tự do tài chính là khi bạn tích lũy được nhiều Tài Sản Gia Tăng, tạo ra thu nhập thụ động đủ để trang trải cho **mức sống hiện tại** của bạn.

Đạt được mức này, bạn có thể “rửa tay gác kiếm” mà vẫn sống phong lưu... cho tới già. Thực tế, nhiều người dù đạt được mức độ này nhưng vẫn tiếp tục đi làm, không phải vì mưu sinh mà vì niềm vui mà họ có được trong nỗi đam mê dành cho công việc. Từ kinh nghiệm cá nhân, tôi có thể nói với bạn rằng, cảm giác không bị áp lực về tài chính, không bị o ép về thời gian, không bị câu thúc về những nhu cầu lớn nhỏ, hoàn toàn được giải phóng khỏi cảm giác âu lo, bất an để toàn tâm toàn ý cho niềm đam mê của mình là một “cảnh giới” trên cả tuyệt vời. Rõ ràng, với những khoản chi phí ngày càng lớn, bạn càng muốn sống thoải mái sung sướng hơn, bạn càng cần nhiều thời gian hơn để đạt đến mức độ tự do tài chính. Vì thế, bên cạnh việc tăng thu nhập thụ động và giảm thiểu chi phí không cần thiết, bạn phải chuẩn bị cho mình để đạt đến mức độ cuối cùng...

Mức độ 4: Dư dả tài chính

Vâng, đây là mức độ mà hầu hết người đời muốn nhắm tới và khi đạt được có thể tự coi mình là “tiểu thần tiên”. Kark Mark trong khi nghiên cứu về các hình thái kinh tế xã hội đã dựng lên mô hình về Chủ Nghĩa Cộng Sản tức là một xã hội dư thừa của cải, trong đó con người ta có thể làm theo năng lực hưởng theo nhu cầu. Vì thế, có thể nói ở mức độ này, bạn đã tích lũy được một lượng Tài Sản Gia Tăng đủ lớn để tạo ra nguồn thu nhập thụ động giúp bạn có thể sống **một cuộc đời mà mình hằng ao ước**.

Bạn sẽ có đủ tài lực để mua bất cứ thứ gì, làm bất cứ việc gì (tất nhiên phải hợp pháp) nhằm mang lại niềm vui, hạnh phúc cho bản thân, gia đình và những người khác. Vì mỗi người có trong đầu hình ảnh về một cuộc sống ao ước khác nhau nên tôi không thể vẽ ra cho bạn được. Bạn muốn sống trong một dinh thự rộng 2000 m² có hồ bơi, gửi con đi học trường tốt nhất, lái chiếc xe Mercedes Benz S-Class ư? Thế thì bạn đang nhắm tới mức sống 50 ngàn đô một tháng. Tất nhiên, giấc mơ của bạn càng cao bao nhiêu, thời gian để đạt tới nó càng kéo dài bấy nhiêu.

Ở mức độ này, bạn có thể ngừng làm việc ngay và sống cuộc sống “thần tiên” cho đến hết đời. Tuy vậy, trong thực tế, phần lớn mọi người khi đạt được cảnh giới này vẫn tiếp tục làm việc, dùng 100% số tiền kiếm được để chia sẻ cho những người kém may mắn và tiếp tục tích lũy. Với chiến lược làm giàu đúng đắn và kế hoạch cụ thể, bạn cũng có thể đạt được mức độ cao nhất này.

Câu hỏi đặt ra, mất bao lâu để đạt được bốn mức độ giàu có này? Hãy cùng tôi tìm hiểu, bạn nhé.

Làm thế nào để đạt mức độ vững vàng tài chính

Ghi nhớ: Bạn chỉ vững vàng về tài chính khi:

1. Có tài sản thanh khoản (tiền mặt và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn ngắn) đủ để trang trải mức chi phí hiện tại của mình trong vòng ít nhất 6 tháng.
2. Có bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm y tế để bảo vệ bản thân và/hoặc gia đình nếu chẳng may bạn bị thương tật vĩnh viễn, mất khả năng lao động hoặc đột ngột qua đời.

Để trả lời câu hỏi bạn mất bao lâu để đạt được mức độ này, hãy hoàn thành 5 bước sau đây.

- A. Chi phí hàng tháng của tôi là _____ đồng/tháng.
- B. Tài sản thanh khoản của tôi là _____ đồng/tháng.
(Xem lại Bảng Thu Nhập Cá Nhân)
- C. Để có tài chính vững vàng, tôi cần tổng tài sản thanh khoản là _____ đồng.
(Lấy chi phí hàng tháng nhân cho 6 tháng)
- D. Tôi quyết tâm để dành tổng cộng _____ đồng/tháng.
(Bạn nên quyết tâm để dành 10%-15% thu nhập ròng của bạn)
- E. Tôi cần _____ tháng để có tài chính vững vàng. Cách tính:

$$\frac{6 \times \text{Chi phí hàng tháng (C)} - \text{Tài sản thanh khoản (B)}}{\text{Số tiền để dành hàng tháng (D)}}$$

- F. Tôi quyết tâm sẽ liên lạc với chuyên viên tư vấn tài chính để tìm hiểu về:
 - Bảo hiểm nhân thọ có giá trị _____ đồng. Ước tính chi phí hàng năm cho bảo hiểm là _____ đồng/năm.
 - Bảo hiểm y tế, chi phí hàng năm là _____ đồng/năm.
 - Tôi quyết tâm sẽ làm việc này vào _____ (hạn chót).

**Thông tin về chi phí bảo hiểm sẽ được các chuyên viên tài chính cung cấp. Với kiến thức đầu tư học được từ Wealth Academy (Khóa học làm giàu), bạn có thể mua chương trình bảo hiểm ngắn hạn giá rẻ và tự đầu tư để tối đa hóa lợi nhuận dài hạn.*

Làm thế nào để đạt mức độ an toàn tài chính

Ghi nhớ: Bạn đạt được mức độ này sau một thời gian đầu tư thời gian, công sức, tiền bạc và tích lũy được một khoản Tài Sản Gia Tăng đủ lớn để tạo ra nguồn thu nhập thụ động đủ để trang trải những chi phí cơ bản nhất. Nói cách khác, ở mức độ này, bạn có thể ngừng làm việc và vẫn giữ được mức sống tối thiểu.

Trước hết, viết ra chi phí tối thiểu hàng tháng vào bảng dưới đây. Bạn có thể xem lại Bảng Thu Nhập Cá Nhân của mình.

Chi phí cơ bản (hàng tháng)

CÁ NHÂN

Ăn uống hàng ngày (cơ bản)	_____ đ
Bảo hiểm nhân thọ và y tế	_____ đ
Trả lãi suất	_____ đ

NHÀ CỬA

Trả góp	_____ đ
Điện, nước, ga	_____ đ
Đồ dùng trong nhà	_____ đ
Thuế bất động sản	_____ đ

ĐI LẠI

Phương tiện di chuyển	_____ đ
-----------------------	---------

A. Chi phí cơ bản hàng tháng: _____ đ

B. Chi phí cơ bản hàng năm: _____ đ
(Nhân chi phí hàng tháng lên 12 lần)

Nói cách khác, để đạt mức độ an toàn tài chính, tôi phải tích lũy đủ Tài Sản Gia Tăng để có thể tạo ra thu nhập thụ động _____ đồng/năm (viết ra chi phí cơ bản hàng năm của bạn).

Chiến lược đạt tới mức độ an toàn tài chính

Vậy làm thế nào để tích lũy đủ Tài Sản Gia Tăng, nhằm tạo ra đủ thu nhập thụ động cho mức chi phí tối thiểu? Trong chương tới, bạn sẽ được hướng dẫn cách tạo ra loại tài sản có thể đẻ ra tiền như cổ phiếu, trái phiếu, tiền gửi ngân hàng, kinh doanh, quỹ đầu tư.

Tuy nhiên, không phải lúc nào cũng cần tiền để đẻ ra tiền. Bạn sẽ được hướng dẫn cách tạo ra Tài Sản Gia Tăng như tài sản trí tuệ, kinh doanh tại nhà, vốn là những việc chỉ cần ý tưởng, thời gian và một số vốn nho nhỏ.

Bây giờ, tôi muốn bạn viết ra mức thu nhập thụ động hiện tại (với nhiều người, con số này chỉ là số tiền khiêm tốn từ lãi suất ngân hàng) và thu nhập thụ động cần có để đạt được mức độ an toàn tài chính.

Thu nhập thụ động hiện tại _____ đồng.

Thu nhập thụ động mong muốn _____ đồng.

Tiếp theo, bạn phải động não nghĩ tới tất cả các loại Tài Sản Gia Tăng mà bạn cần tích lũy, số tiền đầu tư cần có, lợi nhuận dự tính và các khoản thu nhập thụ động. Tổng thu nhập thụ động cần đủ để trang trải chi phí cơ bản của bạn.

Vì chưa học tới những chiến lược để đạt được điều này, bạn không cần phải hoàn thành bài tập này ngay bây giờ. Chúng ta sẽ quay lại vấn đề này sau khi bạn hoàn tất 18 chương đầu tiên, và khi bạn đã sẵn sàng lên kế hoạch cho mình.

Kế hoạch đạt tới mức độ an toàn tài chính			
Tài sản gia tăng	Đầu tư	Lợi nhuận (%)	Thu nhập thụ động
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Tổng:			_____ đồng
Tôi quyết tâm đạt được mục tiêu này vào _____			

Sau đây là ví dụ về một bản kế hoạch tài chính.

Kế hoạch đạt tới mức độ an toàn tài chính			
Tài sản gia tăng	Đầu tư	Lợi nhuận (%)	Thu nhập thụ động
1. Kinh doanh tại gia (bán đồ mỹ nghệ)	2300 đô	>100%	1500 đô/tháng
2. Trái phiếu lãi suất cao	50.000 đô	8%	333,33 đô/tháng
3. Viết sách về việc đầu tư vào đồ mỹ nghệ	0 đô	>100%	300 đô/tháng
4. Tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	50.000 đô	3%	125 đô/tháng
5. Viết phần mềm định giá đồ mỹ nghệ và đăng ký bản quyền cho người sưu tầm đồ mỹ nghệ	12.000 đô	>100%	1800 đô/tháng
			Tổng: 4058,33 đô

**Chú ý, mặc dù cổ phiếu và quỹ đầu tư là Tài Sản Gia Tăng có thể đem lại cho bạn 13% – 25% một năm, chúng tôi không ghi ra đây vì lợi nhuận chính là giá trị của cổ phiếu tăng lên, chứ không tạo ra tiền mặt.*

Bạn thấy đó, mỗi loại tài sản đem lại một tỉ lệ lợi nhuận khác nhau; trong khi có loại cần nhiều vốn, một số khác cần chủ yếu thời gian và ý tưởng. Ví dụ, nếu bạn chỉ dựa vào trái phiếu lãi suất cao (8% một năm), bạn sẽ **cần 600 ngàn đô** để có khoản thu nhập thụ động 48 ngàn đô/năm (tức 4000 đô/tháng). Nếu bạn kinh doanh trên mạng, một khoản đầu tư 2300 đô cộng với thời gian, công sức có thể đem lại cho bạn 4000 đô tiền mặt. Hãy tìm hiểu bí quyết này trong phần “Tạo nhiều nguồn thu nhập trên mạng”.

Làm thế nào để đạt mức độ tự do tài chính

Ghi nhớ: Tự do tài chính là khi bạn tích lũy đủ Tài Sản Gia Tăng để tạo ra thu nhập thụ động đủ bảo đảm mức sống hiện tại của bạn.

Điều đầu tiên cần làm là tính chi phí hàng năm của bạn. Bạn có thể xem lại Bảng Báo Cáo Thu Nhập của mình.

Chi phí hàng năm của tôi là _____ đồng.

Nói cách khác, để đạt được mức độ tự do tài chính, tôi phải tích lũy đủ Tài Sản Gia Tăng để có thể tạo ra được thu nhập thụ động _____ đồng/năm.

Chiến lược đạt tới mức độ tự do tài chính

Một lần nữa, hãy ghi lại mức thu nhập thụ động cần có để đạt được mức độ tự do tài chính.

Thu nhập thụ động hiện tại _____ đồng.

Thu nhập thụ động mong muốn _____ đồng.

Bước tiếp theo là suy nghĩ làm sao để tăng Tài Sản Gia Tăng hiện tại của bạn, hoặc thêm Tài Sản Gia Tăng để bạn có thể đạt được mục tiêu thu nhập thụ động mới.

Một lần nữa, chúng ta sẽ trở lại phần này sau khi bạn đã hoàn tất phần còn lại của quyển sách.

Kế hoạch đạt tới mức độ dư dả tài chính			
Tài sản gia tăng	Đầu tư	Lợi nhuận (%)	Thu nhập thụ động
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Tổng: _____ đồng			
Tôi quyết tâm đạt được mục tiêu này vào _____			

Làm thế nào để đạt mức độ dư dả tài chính

Ghi nhớ: Bạn đạt được mức độ này khi bạn tích lũy được một lượng Tài Sản Gia Tăng đủ để tạo ra nguồn thu nhập thụ động trang trải cho **mức sống mơ ước** của bạn.

Trước hết, bạn phải biết mức sống mơ ước của mình là gì. Căn nhà trong mơ của bạn như thế nào? Chiếc xe mơ ước? Cuộc sống trong mơ ra sao? Bạn muốn đi du lịch vòng quanh thế giới 20 ngày một năm? Để làm những "việc trong mơ" ấy bạn cần bao nhiêu tiền một tháng? Hãy dành ít phút để ước lượng chi phí cho cuộc sống trong mơ của bạn.

Cuộc sống mơ ước của tôi (Chi phí hàng tháng)

CÁ NHÂN

Ăn uống _____ đ

Quần áo _____ đ

Điện thoại _____ đ

Giải trí _____ đ

Bảo hiểm nhân thọ và y tế _____ đ

Thuế thu nhập cá nhân _____ đ

Các khoản khác _____ đ

Tổng chi phí cá nhân _____ đ

CON CÁI

Học hành (trường, học thêm) _____ đ

Tiền tiêu vặt _____ đ

Quần áo, đồ chơi _____ đ

Tổng chi phí cho con cái _____ đ

NHÀ CỬA

Trả góp _____ đ

Điện, nước, ga _____ đ

Người giúp việc _____ đ

Đồ dùng gia đình _____ đ

Thuế bất động sản _____ đ

Bảo hiểm nhà _____ đ

Tổng chi phí nhà cửa _____ đ

ĐI LẠI

Trả góp xe _____ đ

Xăng _____ đ

Tiền sửa chữa/bảo trì _____ đ

Bảo hiểm xe _____ đ

Tổng chi phí đi lại _____ đ

Chi phí hàng tháng cho cuộc sống mơ ước của tôi là _____ đồng.

Tiếp theo, tính chi phí một năm cho cuộc sống mơ ước của bạn...

Tổng chi phí một năm của tôi là _____ đồng.

(Lấy chi phí một tháng nhân với 12 tháng)

Nói cách khác, để đạt mức độ dư dả tài chính, tôi phải tích lũy đủ Tài Sản Gia Tăng để có thể tạo ra được thu nhập thụ động _____ đồng/năm. ←

Chiến lược đạt tới mức độ dư dả tài chính

Một lần nữa, hãy ghi lại mức thu nhập thụ động cần có để trang trải cho cuộc sống mơ ước hàng năm của bạn.

Thu nhập thụ động hiện tại _____ đồng.

Thu nhập thụ động mong muốn _____ đồng.

Tương tự, bước tiếp theo là bạn cần tính làm sao để tăng Tài Sản Gia Tăng hiện tại, hoặc thêm Tài Sản Gia Tăng để có thể khơi thêm nguồn thu nhập thụ động mới.

Tuy nhiên, chúng ta sẽ trở lại phần này lần nữa sau khi bạn đã hoàn tất nội dung còn lại của quyển sách.

Kế hoạch đạt tới mức độ dư dả tài chính			
Tài sản gia tăng	Đầu tư	Lợi nhuận (%)	Thu nhập thụ động
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Tổng: _____ đồng			
Tôi quyết tâm đạt được mục tiêu này vào _____			

Tuyệt vời! Bây giờ bạn đã hình dung rõ ràng về 4 mức độ giàu có khác nhau, hãy bắt đầu học cách đẩy nhanh tốc độ để đạt được chúng. Nói tóm lại, bạn sẽ học cách tăng thu nhập của mình lên gấp nhiều lần...

Phần III

LÀM GIÀU NHANH CHÓNG VÀ BỀN VỮNG

CHƯƠNG 6

HÃY ĐƯA RA MỨC GIÁ CAO NHẤT

Bạn thân mến, đã đến lúc chúng ta đi vào vấn đề chính: làm giàu như thế nào? Có sẵn cho bạn cả một kho sách lược, chiến lược và phương pháp làm giàu và nhanh chóng đưa bạn đến cấp độ bốn: dư dả tài chính.

Mỗi khi nói đến vấn đề tăng thu nhập, nhiều người chỉ nghĩ được hai lựa chọn. Một là làm việc cùn cù hơn, với hy vọng được sếp chú ý và tăng lương 5% - 10%, hai là bỏ công việc đang làm đi tìm một nơi khác trả cao hơn 10% - 20%. Vấn đề ở chỗ, nếu bạn đã làm việc 15 - 20 năm hoặc ở vị trí quản lý bậc trung, chắc hẳn bạn đang hưởng mức lương khá cao, vậy bạn khó lòng lên cao hơn nữa. Lúc đó, cho dù muốn tìm một bãi cỏ khác xanh non hơn bạn cũng khó mà tìm được.

Tuy vậy, nếu chỉ tăng 5%, 10% hay 20%, bạn cũng chẳng tạo ra được sự khác biệt lớn. Cần phải tăng gấp đôi, thậm chí gấp ba, gấp năm mức thu nhập bình thường trong vòng 12 tháng! Điều này có khả thi không? Câu trả lời là có, bạn có thể đạt được mà không cần nghỉ việc.

Một lần nữa, chỉ trông chờ vào đồng lương là chưa đủ, cần tìm cách tạo ra nhiều nguồn thu nhập khác nhau. Phải, nếu muốn tăng thu nhập lên gấp đôi, gấp ba, bắt buộc bạn phải tạo ra nhiều nguồn thu nhập.

Đó cũng là cách duy nhất mà tôi áp dụng để kiếm cho mình một triệu đô đầu tiên vào năm 26 tuổi: tập trung tạo ra càng nhiều nguồn thu nhập càng tốt. Hiện tôi có hơn 10 nguồn thu nhập khác nhau. Nguồn thứ nhất là học phí tôi thu được từ việc giảng dạy và diễn thuyết. Đây là nguồn thu nhập “chủ động” vì tôi muốn làm công việc mình ưa thích mà vẫn kiếm được tiền. Chín nguồn thu nhập khác là “thụ động” vì tôi gần như không phải làm gì cả mà tiền vẫn chảy về túi đều đều. Những khoản này bao gồm: lợi nhuận từ công ty tổ chức sự kiện, kinh doanh giáo dục, kinh doanh quảng cáo, tiền bản quyền cho năm quyển sách mà tôi viết một mình hay viết cùng người khác, lợi nhuận từ cổ phiếu, lợi nhuận từ kinh doanh trên mạng và bản quyền cho các bản sách nói của tôi.

Câu hỏi đặt ra, có phải tất cả các nguồn thu nhập bạn tạo ra đều sinh con đẻ cháu mãi mãi?Ồ, không có chuyện như thế. Và đó là lý do tại sao mỗi năm tôi cần tập trung tạo thêm 2 nguồn thu nhập mới. Trong những chương sắp tới, bạn sẽ thấy việc tăng thu nhập gấp 2 hoặc gấp 5 lần không quá khó khăn như bạn nghĩ. Bằng cách tăng nguồn thu nhập chính, tạo thêm nguồn thu nhập phụ, tiền sẽ như nước, một khi đã được khơi dòng cứ thế chảy vào túi bạn mà bạn không cần phải trở thành “gian thương”!

Đầu tiên, hãy tập trung vào việc tăng nguồn thu nhập chính.

Điều gì quyết định thu nhập của một người?

Trước khi có thể tăng nguồn thu nhập chính, hãy tìm hiểu xem điều gì quyết định mức thu nhập của một người. Tại sao có người chỉ kiếm được 3000 đô/tháng trong khi có người được trả tới 30 ngàn đô/tháng? Lần nào đặt ra hỏi câu này, tôi cũng nhận được những câu trả lời quen thuộc như tùy vào tuổi tác, bằng cấp, kinh nghiệm, may mắn, chức vụ, kỹ năng đặc biệt, kiến thức chuyên ngành, tư chất cá nhân, v.v... Thật ra, chẳng có điều nào đúng cả.

Chẳng hiếm ví dụ về những người trẻ tuổi, học vị không cao, kinh nghiệm lại ít nhưng vẫn kiếm được nhiều tiền hơn so với một người 45 tuổi, có bằng Thạc sĩ kinh tế của trường đại học Harvard lừng danh và là thành viên của Hội MENSA (Hội những người có chỉ số thông minh cao nhất). Cũng chẳng hiếm khi thấy những “lính mới tò te” lại được trả cao hơn nhiều lần so với những “lão làng” có thâm niên kỳ cựu trên 20 năm. Vậy điều gì quyết định thu nhập của một người?

Định nghĩa thật sự về thu nhập

Thu nhập của một người được định nghĩa bằng tổng giá trị người đó tạo ra, nhân với thời gian cần có để tạo ra giá trị đó, nhân với quy mô. Ta có:

$$\text{THU NHẬP} = \text{GIÁ TRỊ} \times \text{THỜI GIAN} \times \text{QUY MÔ}$$

Vậy, để tăng thu nhập, bạn phải tăng giá trị tạo ra, thời gian bạn dùng để tạo ra giá trị đó và quy mô công việc của mình.

Thu nhập phản ánh giá trị tạo ra

Trước tiên, hãy tìm hiểu xem thu nhập được tính dựa trên những giá trị nào. Ta hãy lấy một ví dụ. Vào bất cứ cửa hàng bán điện thoại di động nào ta cũng thấy đủ loại nhãn hiệu và kiểu dáng được trưng bày, với giá cả rất khác nhau. Chẳng hạn, Sony Ericsson 910i có giá 1400 đô trong khi Nokia 2600 giá 238 đô.

Điều gì làm cho chiếc điện thoại này đắt gấp 6 lần chiếc điện thoại khác? Câu trả lời rất đơn giản, bởi vì nó có nhiều tính năng hơn, tạo ra giá trị cao hơn cho người dùng. Liệu với giá cao như vậy khách hàng có mua không? Hẳn nhiên là có rồi và tôi chắc bạn biết rõ điều đó.

Cho phép tôi hỏi bạn câu này. Bạn đại diện cho điện thoại nào? Mang bảng giá nào? Nếu muốn có giá cao hơn mà vẫn có người vui lòng trả, bạn phải tạo ra giá trị tương ứng!

Yếu tố gì cho phép Sony Ericsson 910i mang lại nhiều giá trị sử dụng như vậy? Đó là vì nó được cài đặt rất nhiều phần mềm có tính năng vượt trội. Còn bạn thì sao? Để tạo ra nhiều giá trị cho công ty và khách hàng, bạn phải không ngừng nâng cao kỹ năng, kiến thức và tài sản trí tuệ của bạn!

Nhiều năm qua, tôi được dịp nói chuyện với những người có mức thu nhập cao ngất ngưỡng, cũng như với những người có mức lương khiêm tốn nhất, và tôi nhận ra rằng tuổi tác, kinh nghiệm và bằng cấp không liên quan gì tới “bảng giá” của họ cả. Tất cả phụ thuộc vào giá trị mà họ tạo ra cho

công ty và khách hàng.

Đây là ví dụ về hai nhân viên tư vấn bảo hiểm mà tôi đã nói chuyện. Cả hai trạc tuổi nhau, đều có bằng đại học và cùng làm trong công ty khoảng 5 năm, nhưng một người kiếm nhiều gấp 7 lần người kia.

Nhân viên B được trả cao hơn vì anh tạo ra nhiều giá trị cho khách hàng (làm vượt mức mong đợi và đem đến cho khách hàng nhiều lợi ích hơn). Khách hàng, vì thế, không những vui vẻ hợp tác với anh mà còn giới thiệu anh với bạn bè của họ.

Thêm một ví dụ khác trong ngành giáo dục. Giáo viên (B), 34 tuổi được bổ nhiệm làm trưởng khoa chỉ trong 4 năm làm việc cho trường. Giáo viên (A), 42 tuổi, đã làm cho trường hơn 12 năm mà chẳng được cất nhắc gì cả.

Hiển nhiên, giáo viên B được trả cao hơn và được cất nhắc lên vị trí lãnh đạo vì cô ấy tạo ra giá trị gia tăng cho trường và cho học sinh.

Ví dụ cuối cùng tôi muốn chia sẻ với bạn là hai giám đốc bán hàng của một công ty quảng cáo. Công việc của họ là quản lý khách hàng. A được trả 3000 đô một tháng và B được trả 8000 đô một tháng. Thoạt nhìn thì có vẻ như công ty phải tốn tiền cho B hơn A rất nhiều. Nhưng hãy xem giá trị mà họ đem lại cho công ty khác nhau như thế nào.

Một lần nữa, A làm đúng những gì được mong đợi (duy trì giá trị) trong khi B làm nhiều hơn mong đợi (tạo ra giá trị). Hẳn bạn đã biết ai làm lợi cho công ty hơn? Sau khi trừ lương 3000 đô, A chỉ đem lại 27 ngàn đô cho công ty. Trong khi B, sau khi trừ khoản lương 8000 đô, công ty vẫn còn lời 292 ngàn đô/tháng. Đối với công ty, đầu tư vào B sinh lợi hơn nhiều.

Nếu B đến gặp sếp xin tăng lương gấp đôi (16 ngàn đô), sếp có đồng ý không? Nếu người sếp này đủ thông minh, chắc chắn ông ta sẽ đồng ý, 8000 đô thêm kia chẳng thấm vào đâu so với giá trị mà B tạo ra.

Nếu sếp không đồng ý thì những công ty khác cũng muốn trả cái giá ấy để có một nhân viên như B. Những “người tạo ra giá trị” bao giờ cũng được nhiều công ty săn đón! Bản thân tôi luôn muốn

Nhân viên A, 33 tuổi Thu nhập: 3000 đô/tháng	Nhân viên B, 33 tuổi Thu nhập: 20.000 đô/tháng
• Dự khách hàng tới tìm mình • Liên lạc khách hàng • Cung cấp thông tin vào để về sản phẩm và dịch vụ • Bán sản phẩm • Không bao giờ liên lạc khách hàng sau khi đã bán xong sản phẩm • Mỗi tháng bán được 7 ngàn đô phí bảo hiểm	• Đi ra chỉ tiêu bán hàng hàng tháng • Tích cực tìm khách hàng từ mọi nguồn • Xây dựng quan hệ với các công ty khác • Đảm bảo thực hiện 2 buổi tư vấn một ngày • Tổ chức các buổi nói chuyện về lắp kế hoạch tài chính • Viết và xuất bản sách về lắp kế hoạch tài chính • Lắp bảng phản hồi chỉ chỉ về nhu cầu của khách hàng trên mạng • Giới thiệu chương trình bảo hiểm cho bạn và nhờ bạn tư cho khách hàng • Giúp khách hàng giải quyết thắc mắc và phát hiện những nhu cầu mà khách hàng có thể chưa nghĩ tới (như bảo hiểm cho nhân viên công ty, lắp kế hoạch mua nhà, bảo vệ tài sản) • Tiếp tục liên lạc với khách hàng 3 tháng một lần để cập nhật nhu cầu khách hàng • Hằng quý gửi email giới thiệu sản phẩm cho khách hàng với những lời khuyên về quản lý tiền bạc và đầu tư • Thu hút nhiều khách hàng mới nhờ dịch vụ tốt • Giúp tư vấn đúng và huấn luyện nhân viên bán hàng mới cho công ty • Bán được 20 ngàn đô phí bảo hiểm một tháng

Giáo viên A, 42 tuổi Thu nhập: 4000 đô/tháng	Giáo viên B, 34 tuổi Thu nhập: 8000 đô/tháng
• Dạy theo giáo trình • Cho và chấm bài tập về nhà • Kiểm tra và chấm bài • Thực hiện và duy trì chương trình ngoại khóa của trường	• Dạy theo giáo trình • Có khả năng đồng ý và chuyển nội thất học cho các học sinh yếu kém nhất • Sáng tạo và phát triển giáo trình phương pháp giảng dạy mới • Phát triển hệ thống phương pháp giảng dạy tốt nhất và huấn luyện giáo viên mới • Mời ra những ý tưởng tiếp thị độc đáo để thu hút học sinh mới ghi danh • Xây dựng mối quan hệ mật thiết với phụ huynh và cung cấp thêm dịch vụ tư vấn gia đình • Mời ra sáng kiến tăng năng suất học đồng và giảm chi phí • Viết sáu quyển sách giáo khoa và sách bài tập bán hàng trường và qua Internet • Dùng phương pháp giảng dạy tăng tốc để giúp học sinh hàng đầu số • Tổ chức những buổi nói chuyện vào cuối tuần cho phụ huynh xoay quanh đề tài đồng ý con cái • Tổ chức những buổi huấn luyện kỹ năng tin cậy cho học sinh • Tư vấn cho các trung tâm dạy thêm

“chiêu dụ” những người giỏi ở các công ty đối thủ, trả lương gấp đôi nếu mời được họ về làm. Nhớ rằng, khi bạn tạo ra giá trị to lớn, giá trị thị trường của bạn sẽ tăng lên một cách đáng kể.

Bản thân tôi cũng là một ví dụ. Tại sao công ty đồng ý trả tôi 2500 đô/giờ diễn thuyết trong khi nhiều người khác chỉ được 1000 đô/giờ? Tại sao lịch nói chuyện của tôi kín mít trong khi một vài đồng nghiệp của tôi chỉ được bố trí vài giờ một năm. Đơn giản là vì tôi mang lại cho khách hàng nhiều giá trị hơn.

Tôi đã làm điều đó như thế nào? Trong khi người khác chỉ nói về chủ đề được định trước, tôi làm người nghe hứng thú bằng những trò tiêu khiển, truyền cảm hứng về một sự thay đổi trong họ và chia sẻ với họ những chiến lược tiếp thị, phát triển con người và giao tiếp hiệu quả nhất. Sau buổi nói chuyện, cử tọa cảm thấy được động viên, tiếp thêm sức mạnh và được trang bị đầy đủ các phương pháp để làm việc chuyên cần hơn, thông minh hơn và mang lại nhiều lợi nhuận hơn cho công ty. Bằng cách ấy, số tiền trả cho tôi 2500 đô/giờ không hề lãng phí! Tôi đã giúp khách hàng đạt được mục tiêu là thúc đẩy năng suất và tinh thần làm việc của nhân viên.

Giám đốc A, 46 tuổi Thu nhập: 3000 đô/tháng	Giám đốc B, 32 tuổi Thu nhập: 9000 đô/tháng
- Đợi công ty "tìm" khách hàng quảng - Ghi nhận ý tưởng quảng cáo từ khách hàng - Hướng dẫn nhóm sáng tạo - Thực hiện quảng cáo theo đúng lịch trình - Quản lý khách hàng tốt - Tạo ra lợi nhuận (chưa trừ chi phí) 30 ngàn đô/tháng	- Tích cực tìm kiếm hàng mới và tạo điều kiện để có ít nhất một buổi họp mỗi ngày - Chủ động gây dựng những mối làm ăn mới và từ mình tìm kiếm khách hàng mới - Ghi nhận ý tưởng quảng cáo từ khách hàng - Đưa ra nhiều ý tưởng tiếp thị để thuyết phục khách hàng tăng ngân sách quảng cáo - Đầu tư suy nghĩ và phát triển các chiến dịch quảng cáo hiệu quả bằng cách làm theo nhóm sáng tạo - Thực hiện quảng cáo với những chiến thuật tiếp thị theo đúng lịch trình - Theo dõi thành quả của các chiến dịch và để xuất các chiến lược kế tiếp để bán cho khách hàng - Dùng lời khen của khách hàng cũ để có thêm khách hàng mới - Tạo ra lợi nhuận (chưa trừ chi phí) 300 ngàn đô mỗi tháng

Qua những ví dụ trên, tôi muốn chuyển đến bạn một thông điệp rằng, thu nhập của bạn (bảng giá) được xác định bằng giá trị mà bạn mang đến cho khách hàng và công ty. Bạn có thể có tất cả kinh nghiệm, bằng cấp và trí thông minh trên đời, nhưng nếu bạn không tạo ra giá trị cần thiết, sẽ không ai trả giá cao cho dịch vụ và sản phẩm của bạn đâu. Vậy làm thế nào để tạo ra giá trị?

Chỉ có hai cách để bạn mang lại giá trị cho khách hàng, đó là:

1. Giúp họ đạt được mục tiêu nhanh hơn và dễ dàng hơn *hoặc*
2. Giúp họ giải quyết vấn đề nhanh hơn và dễ dàng hơn

Bạn càng làm tốt điều này bao nhiêu, người ta sẽ trả cho bạn càng nhiều bấy nhiêu. Tương tự, có hai cách để tạo giá trị cho một doanh nghiệp, đó là:

1. Giúp công ty tăng doanh thu *hoặc*
2. Giúp công ty giảm chi phí

Cả hai cách đều nhằm tăng lợi nhuận công ty. Bạn cần hiểu rằng mọi công ty trên đời đều có một mục tiêu chung, đó là lợi nhuận càng cao càng tốt. Vì vậy, bạn càng làm lợi cho công ty bao nhiêu, bạn càng có giá trị bấy nhiêu.

THU NHẬP = GIÁ TRỊ TẠO RA CHO KHÁCH HÀNG HOẶC CÔNG TY

Bạn hiện đáng giá bao nhiêu?

Dù thế nào bạn cũng không tránh được câu hỏi nghe có vẻ hơi thô lỗ một chút: Bạn hiện đáng giá bao nhiêu? Chỉ khi biết mình đang ở đâu, bạn mới có thể tới được nơi mình muốn.

Để xác định giá trị mỗi giờ lao động của mình, bạn hãy lấy lương hàng tháng chia cho số giờ làm việc. Ví dụ, nếu bạn kiếm được 3000 đô/tháng và trung bình bạn làm 180 giờ/tháng. Vậy giá trị của bạn là 16,67 đô/giờ.

$$\begin{aligned}
 \text{Giá trị mỗi giờ làm việc của tôi} &= \frac{\text{Thu nhập hàng tháng}}{\text{Số giờ làm việc một tháng}} \\
 &= \frac{\text{đ}}{\text{Giờ}} \\
 &= \text{_____ đồng mỗi giờ}
 \end{aligned}$$

Bạn sẽ phấn đấu để có mức giá bao nhiêu?

Câu hỏi tiếp theo, “*Bạn sẽ phấn đấu để đáng giá bao nhiêu?*”. Khi biết được mức giá mình muốn, bạn hãy tự hỏi bản thân, “*Tôi cần tạo ra giá trị gì cho công ty và khách hàng để đáng giá này?*”. Nếu bạn muốn được định giá cao như chiếc điện thoại Sony Ericsson 910i giá 1400 đô, bạn cần có những “chức năng” gì?

Hãy điền mục tiêu của bạn vào chỗ trống dưới đây.

Trong lĩnh vực của bạn, ai là người đang tạo ra giá

Tôi quyết tâm đáng giá _____ đồng/giờ
 _____ đồng/tháng
 _____ đồng/năm
 Tôi quyết tâm đạt được điều này vào _____ (hạn chót).

trị mà bạn hướng tới? Bạn có thể học tập được gì ở họ?



Bạn cần làm gì để đòi hỏi mức giá như vậy? Hãy xác định những người trong ngành có mức thu nhập mà bạn mong muốn rồi quan sát, tìm hiểu và học tập theo họ. Hàng ngày họ làm gì? Họ mang đến cho khách hàng và công ty giá trị gì? Ví dụ, khi tôi mới bắt đầu vào nghề huấn luyện, tôi được trả 50 đô/giờ, đơn giản vì đó là mức giá cho công sức lao động của tôi. Lúc bấy giờ tôi tự hỏi, “*Những người hàng đầu trong nghề này được trả bao nhiêu một giờ?*” và biết rằng mức giá cao nhất lúc đó là

1000 đô/giờ. Tôi chăm chỉ tham dự những buổi diễn thuyết của những người đó để tìm hiểu xem họ làm điều gì tốt nhất và họ tạo ra những giá trị gì.

Thế là từ một diễn giả quèn với giá 50 đô/giờ, tôi mạnh dạn đặt mục tiêu trở thành diễn giả 1000 đô/giờ, trong vòng hai năm. Tôi đạt được chỉ tiêu đề ra, nhưng tôi không dừng lại ở mức đó mà liên tục tự hỏi, “*Làm thế nào để được trả giá cao hơn nữa? Làm sao để tạo giá trị gấp đôi người khác?*”. Với những câu hỏi như vậy, tôi tập trung vào việc tự hoàn thiện bản thân, kết quả sau mỗi năm tôi tăng giá trị của mình lên 800 đô/giờ, cho tới khi đạt mức hiện tại là 2500 đô/giờ.

Bây giờ đến lượt bạn. Hãy suy nghĩ và viết ra danh sách những người có thù lao cao nhất trong

lĩnh vực của bạn. Đừng giới hạn trong nước mình. Hãy so sánh bạn với những người giỏi nhất trong lĩnh vực ấy, trên phạm vi toàn thế giới. Sau đó hãy quyết tâm quan sát và mô phỏng mô thức thành công của họ với mục đích thúc đẩy mình làm tốt hơn. Hãy viết ra những giá trị mà họ mang lại.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Làm gì để tăng lợi nhuận công ty lên gấp đôi trong vòng sáu tháng

Nhiều người đặt câu hỏi, “Tôi phải làm gì để tăng doanh thu và lợi nhuận của công ty?”. Vâng, dù bạn là doanh nhân hay người làm công, tôi cũng sẽ chia sẻ với bạn công thức tăng gấp đôi lợi nhuận của bộ phận hoặc công ty trong vòng sáu tháng. Tôi gọi đó là **Công Thức Nhân Đôi Lợi Nhuận**.

Dù doanh nghiệp của bạn thuộc lĩnh vực nào thì lợi nhuận cũng được cấu thành bởi năm yếu tố: (1) lượng khách hàng tiềm năng, (2) tỷ lệ mua hàng (tỷ lệ khách hàng tiềm năng trở thành khách hàng), (3) số tiền mua trung bình, (4) số lần mua trung bình và (5) tỷ lệ lợi nhuận.

Lượng khách hàng tiềm năng là số lượng khách hàng tiềm năng mà công ty có được thông qua các kênh như khách hàng tự tìm đến, gọi điện thoại hoặc do người quen giới thiệu. Nếu cứ 10 khách hàng tiềm năng có 2 người mua hàng thì **tỷ lệ mua hàng** trung bình là 20%.

Vậy, nếu bạn nhân **lượng khách hàng tiềm năng** có thể có trong một năm với **tỷ lệ mua hàng** trung bình, bạn sẽ có **lượng khách hàng**. Công thức như sau:

$$\begin{aligned} & \text{Lượng khách hàng tiềm năng} \\ & \times \text{Tỷ lệ mua hàng} \\ & = \text{Lượng khách hàng} \end{aligned}$$

Trong số các khách hàng, có người chi nhiều, người chi ít. Bằng cách tính trung bình cộng, bạn có **số tiền mua trung bình** của khách. Bên cạnh đó, một số khách hàng chỉ mua một lần, trong khi những người khác có thể mua nhiều lần trong năm. Tương tự, ta tính được **số lần mua** trung bình của khách. Nếu nhân số khách hàng với **số tiền mua trung bình** và **số lần mua**, bạn sẽ có **doanh thu hàng năm** của công ty.

$$\begin{aligned} & \text{Lượng khách hàng tiềm năng} \\ & \times \text{Tỷ lệ mua hàng} \\ & = \text{Lượng khách hàng} \\ & \times \text{Số tiền mua trung bình} \\ & \times \text{Số lần mua} \\ & = \text{Doanh thu} \end{aligned}$$

Bây giờ hãy giả sử doanh thu của công ty là 100 ngàn đô một năm, tổng chi phí sản xuất và hoạt động là 80 ngàn đô một năm, ta có **tỷ lệ lợi nhuận** 20%. Lấy **doanh thu** nhân với **tỷ lệ lợi nhuận**, bạn sẽ có được lợi nhuận trong năm.

$$\begin{aligned} & \text{Lượng khách hàng tiềm năng} \\ & \times \text{Tỷ lệ mua hàng} \\ & = \text{Lượng khách hàng} \\ & \times \text{Số tiền mua trung bình} \\ & \times \text{Số lần mua} \\ & = \text{Doanh thu} \\ & \times \text{Tỷ lệ lợi nhuận} \\ & = \text{Lợi nhuận} \end{aligned}$$

Để tạo ra giá trị cho công ty và tăng lợi nhuận, bạn có thể tăng lượng khách hàng tiềm năng, tỷ lệ mua hàng, số tiền mua trung bình, số lần mua và/hoặc tỷ lệ lợi nhuận.

Tùy thuộc vào vị trí của bạn trong công ty mà bạn có thể tác động đến những yếu tố nào trong số đó. Nếu bạn là chủ hoặc trưởng một bộ phận, thông thường bạn có khả năng tác động đến cả 5 yếu tố kể trên và tạo ra giá trị rất lớn. Nếu là người bán hàng, bạn có thể ảnh hưởng đến lượng khách hàng tiềm năng, tỷ lệ mua hàng, số tiền mua trung bình và số lần mua. Nếu thuộc bộ phận sản xuất, bạn có thể ảnh hưởng trực tiếp tới tỷ lệ mua hàng, số lần mua và tỷ lệ lợi nhuận. Nếu bạn làm việc trên cả mong đợi của khách hàng, họ sẽ tiếp tục quay lại mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn nhiều lần. Nếu bạn làm việc hiệu quả hơn và nghĩ ra những phương pháp tăng năng suất, bạn sẽ nâng cao tỷ lệ lợi nhuận!

Về mặt lý thuyết, ta có thể tăng lợi nhuận công ty tới mức nào? Hãy làm thử một bài toán. Giả sử bạn làm việc cho một công ty bán lẻ giày dép, và hiện tại công ty có những con số sau.

Lượng khách hàng tiềm năng	5000
x Tỷ lệ mua hàng	x 25%
= Lượng khách hàng	= 1250
x Số tiền mua trung bình	x 200 đô
x Số lần mua	x 1
= Doanh thu	= 250.000 đô
x Tỷ lệ lợi nhuận	x 20%
= Lợi nhuận	= 50.000 đô

Tác động của việc tăng năm yếu tố lên 10%

Có thể tăng mỗi yếu tố lên 10% không? Được lắm chứ, vấn đề là cần thử nghiệm nhiều phương pháp khác nhau và chọn ra cách tốt nhất!

A. Tăng lượng khách hàng tiềm năng

Có thể làm gì để tăng lượng khách hàng tiềm năng cho công ty? Cách làm cụ thể phụ thuộc vào dạng công ty là B2B (Business to Business – Công ty với Công ty) hay là B2C (Business to Consumer – Công ty với Khách hàng). Nói chung, bạn có thể làm những việc sau:

- Học cách quảng cáo hiệu nghiệm hơn (tiêu đề giật gân hơn, quảng cáo thuyết phục hơn,...)
- Thử nghiệm các kênh truyền thông mới (ví dụ: báo, tạp chí, pano quảng cáo ngoài trời, v.v...)
- Gọi điện thoại chào hàng
- Tổ chức hội thảo và triển lãm
- Nỗ lực mở rộng các mối quan hệ
- Tổ chức chương trình khuyến mãi đặc biệt
- Khuyến khích quảng cáo truyền miệng, từ khách hàng này sang khách hàng khác
- Tiếp thị bằng email...

B. Tăng tỷ lệ mua hàng

Có thể làm gì để tăng tỷ lệ mua hàng? Đây là một số phương pháp:

- Đưa ra phương thức thanh toán linh động hơn (trả góp với lãi suất 0%)
- Bảo hành sản phẩm
- Tận dụng lời khen của những khách hàng cũ
- Tạo ra các loại quảng cáo thuyết phục hơn như video, tài liệu giới thiệu sản phẩm
- Dùng Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy (NLP) để xây dựng mối quan hệ gắn bó với khách hàng
- Sáng tạo kịch bản bán hàng hiệu quả
- Trình bày sản phẩm một cách thuyết phục, ấn tượng và mạnh mẽ hơn
- Giữ liên lạc với khách hàng tiềm năng...

** Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy (NLP) là bộ môn khoa học về việc sử dụng sức mạnh ngôn ngữ để lập trình hệ thần kinh của một người. Để tìm hiểu thêm, hãy đọc "Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh".*

C. Tăng số tiền mua trung bình

Có nhiều cách giúp bạn gia tăng sức mua của khách hàng. McDonalds là một ví dụ. Tất cả những gì họ làm chỉ là khuyến khích khách mua thêm hàng của họ! Chả mấy ai bước vào cửa hàng McDonalds mà chỉ mua một cái bánh nhỏ. Người bán hàng sẽ ân cần hỏi bạn có muốn mua cả phần ăn không. Câu hỏi tiếp theo: bạn có muốn mua phần ăn lớn hơn không, sau đó là món tráng miệng. Và cuối cùng, bạn có muốn mua đồ chơi giảm giá không. Vậy là lúc đầu bạn chỉ định chi khoảng 2 đô cho một cái bánh, rồi cuối cùng bạn tốn hết 10 đô! McDonalds thuộc hàng cao thủ trong việc khuyến khích khách hàng chi mạnh tay gấp 5 lần.

Quay lại ví dụ về một giám đốc quảng cáo có tài thuyết phục khách hàng tăng ngân sách quảng cáo ở phần trước, đó là vì ông biết cách thuyết phục khách hàng rằng nếu họ chi thêm 300 ngàn đô cho quảng cáo, họ sẽ kiếm thêm 600 ngàn đô lợi nhuận. Nếu bạn có thể làm cho khách hàng tin rằng việc đầu tư vào sản phẩm của bạn mang lại khoản lợi lớn, họ sẽ sẵn sàng mở rộng hầu bao. Bạn có thể làm điều đó bằng cách nào?

- Gộp nhiều sản phẩm lại với nhau thành một gói hoàn chỉnh
- Chương trình khuyến mãi "Mua 3 tặng 1"
- Bán sản phẩm giá cao hơn cùng các sản phẩm "ăn theo"
- Giới thiệu toàn bộ dịch vụ và sản phẩm với khách hàng
- Nghiên cứu và phân tích nhu cầu khách hàng với mục đích tạo thêm giá trị cho họ (nhớ lại ví dụ về nhân viên tư vấn bảo hiểm ở chương trước)

D. Tăng số lần mua

Bạn có thể làm những việc sau để kêu gọi khách hàng quay trở lại mua hàng.

- Phục vụ trên cả mong đợi và mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời
- Xây dựng mối quan hệ thân thiện với khách hàng
- Giữ liên lạc thường xuyên với khách hàng
- Gửi thiệp mừng trong các dịp đặc biệt

- Có chương trình khách hàng thân thiết
- Tặng phiếu mua hàng giảm giá cho những lần kế tiếp...

E. Tăng tỷ lệ lợi nhuận

Cuối cùng, làm thế nào để tăng tỷ lệ lợi nhuận của công ty? Bạn có thể:

- Tìm nhà cung cấp có giá rẻ hơn mà chất lượng không đổi
- Thương lượng lại với nhà cung cấp hiện tại
- Bán sản phẩm có tỷ lệ lợi nhuận cao hơn
- Tăng hiệu quả làm việc (làm tốt ngay từ đầu)
- Thực hiện cắt giảm những chi phí không cần thiết...

Các phương pháp tôi vừa chia sẻ với bạn chỉ là phần nổi của tảng băng trôi. Có rất nhiều cách thức khác để bạn thử nghiệm. Tôi có một danh sách dài những việc bạn có thể làm ở cuối chương này.

Bây giờ, với tất cả phương pháp mà tôi vừa mách bảo, bạn có nghĩ rằng mình có thể tăng từng yếu tố thêm 10% không? Tất nhiên rồi! Hãy xem điều gì xảy ra khi bạn làm vậy.

		Tăng thêm 10%
Lượng khách hàng tiềm năng	5000	5500
x Tỷ lệ mua hàng	x 25%	x 27,5%
= Lượng khách hàng	= 1250	= 1512,5
x Số tiền mua trung bình	x 200 đô	x 220 đô
x Số lần mua	x 1	x 1,1
= Doanh thu	= 250.000 đô	= 366.025 đô
x Tỷ lệ lợi nhuận	x 20%	x 22%
= Lợi nhuận	= 50.000 đô	= 80.526 đô

Như vậy, mỗi yếu tố chỉ cần tăng thêm 10% mà lợi nhuận đã tăng lên tới 80.526 đô! Tức là tăng 61%! Đây là sức mạnh của sự tích lũy. Từng yếu tố tăng nhỏ nhưng đều đặn sẽ tạo ra hiệu quả lớn!

Nhưng đó chưa phải là chỉ tiêu mang tính thách thức. Hãy hình dung xem với sức lao động và sáng tạo của mình, bạn có thể giúp công ty tăng từng yếu tố thêm 20% thì lợi nhuận sẽ tăng đến mức nào.

		Tăng thêm 20%
Lượng khách hàng tiềm năng	5000	6000
x Tỷ lệ mua hàng	x 25%	x 30%
= Lượng khách hàng	= 1250	= 1800
x Số tiền mua trung bình	x 200 đô	x 240 đô
x Số lần mua	x 1	x 1,2
= Doanh thu	= 250.000 đô	= 518.400 đô
x Tỷ lệ lợi nhuận	x 20%	x 24%
= Lợi nhuận	= 50.000 đô	= 124.416 đô

Bạn thấy đó, doanh thu đã tăng hơn gấp đôi (tăng 149%) lên 124.416 đô! Có tuyệt không nào? Từ kinh nghiệm bản thân khi áp dụng cho các công ty của mình, tôi thấy rằng tăng gấp đôi các yếu tố như lượng khách hàng tiềm năng, tỷ lệ mua hàng, số lần mua và tăng số tiền mua trung bình và tỷ lệ lợi nhuận thêm 30% là điều hoàn toàn khả thi. Vậy điều gì sẽ xảy ra?

		Tăng thêm 30% - 100%
Lượng khách hàng tiềm năng	5000	10000
x Tỷ lệ mua hàng	x 25%	x 50%
= Lượng khách hàng	= 1250	= 5000
x Số tiền mua trung bình	x 200 đô	x 260 đô
x Số lần mua	x 1	x 2
= Doanh thu	= 250.000 đô	= 2.600.000 đô
x Tỷ lệ lợi nhuận	x 20%	x 26%
= Lợi nhuận	= 50.000 đô	= 676.000 đô

Lợi nhuận tăng gấp **13 lần** lên 676.000 đô! Nếu bạn có thể tạo được giá trị nhiều như vậy cho công ty hoặc bộ phận của mình, bạn có thể xin tăng lương 5 lần mà vẫn còn quá “khiêm tốn” đối với sếp.

Có thể bạn sẽ nói, “*Nhưng tôi đâu có ảnh hưởng trực tiếp đến những yếu tố này. Nhiều yếu tố nằm ngoài tầm tay của tôi*”. Bạn đừng quên, khi bạn toàn tâm toàn ý cho mục tiêu của mình, bạn nhất định sẽ tìm được cách! Bạn sẽ không ngại làm những việc không thuộc phận sự của mình để tạo ra ảnh hưởng. Trong trường hợp muốn tránh “va chạm” không cần thiết, bạn vẫn có thể xin đổi qua bộ phận có nhiều thử thách hơn, nơi bạn có thể tác động trực tiếp tới mục tiêu tăng thu giảm chi và tạo thêm giá trị dễ dàng hơn.

Quyết tâm tạo ra nhiều giá trị hơn ngay từ bây giờ

Như vậy, với những ý tưởng và phương pháp mà tôi vừa chia sẻ với bạn, hẳn trong đầu bạn đã manh nha nhiều ý tưởng tuyệt vời: *làm sao mang lại giá trị lớn hơn cho khách hàng và cho công ty*. Bạn đã sẵn sàng giấy bút chưa, trong vòng 20 phút, hãy suy nghĩ và ghi lại tất cả các phương pháp khả

thi của bạn (ít nhất là 20 ý tưởng)!

Bạn hãy khởi động đầu óc bằng cách trả lời những câu hỏi sau...

Làm thế nào giúp khách hàng đạt được mục tiêu của họ nhanh hơn?

Làm gì để giúp khách hàng giải quyết vấn đề của mình?

Họ có những nhu cầu nào chưa được đáp ứng?

Làm sao để giúp công ty tăng thu giảm chi?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bạn cần trang bị những kiến thức và kỹ năng nào?

Một khi đã biết mình có thể tạo ra những giá trị gì, tiếp theo bạn hãy tự hỏi mình cần học hỏi hay mở rộng, nâng cao những kiến thức, kỹ năng, năng lực và chuyên môn gì để giúp công ty.

Ví dụ, để tăng tỷ lệ mua hàng cho công ty, bạn cần kỹ năng thuyết trình, tiếp thị, kỹ năng viết quảng cáo, kiến thức về Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy (NLP) để thuyết phục và ảnh hưởng người khác, cùng các kỹ năng tiếp thị trên mạng, v.v...

Bây giờ bạn hãy viết ra tất cả các kỹ năng và kiến thức mà bạn quyết tâm đạt được. Nhớ rằng bạn cần liên tục cập nhật các “phần mềm” để có thể gia tăng giá trị cho bản thân và cho công ty.

Trong thời gian tới, tôi quyết tâm đạt được những kiến thức và kỹ năng sau đây...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Làm thế nào để biến giá trị thành thu nhập?

Nếu bạn là chủ công ty, việc tạo ra thêm giá trị sẽ tự động biến thành tiền chảy về túi bạn. Nhưng nếu bạn là người làm thuê, dù bạn tạo ra giá trị gấp 3 lần cũng chẳng có gì đảm bảo điều đó sẽ nâng cao “bảng giá” của bạn.

Cũng đừng mong rằng bạn sẽ được ông chủ biết đến ngay lập tức và nhanh chóng tăng lương hoặc nâng bạn lên một vị trí béo bở hơn. Bao giờ sếp của bạn cũng chỉ muốn trả lương cho bạn ít hơn số tiền mà bạn kiếm về cho ông ta. Thế nên, trong đa số trường hợp, bạn phải chủ động đề nghị được tăng lương. Tuy nhiên, bạn phải hiểu rõ nguyên tắc này, muốn tăng lương gấp đôi, bạn phải tạo ra giá trị gấp ba! Trong trường hợp, ông chủ của bạn không thuộc loại “tướng sĩ một lòng phụ tử” thì cũng có hàng chục công ty sẵn đầu người sẵn sàng đánh giá bạn cao hơn!

Trong phần cuối chương này, tôi kê ra danh sách các biện pháp mà tôi từng áp dụng để gia tăng 5 yếu tố chính trong Công Thức Nhân Đôi Lợi Nhuận.

Các biện pháp gia tăng lợi nhuận

CHƯƠNG 7 THỜI GIAN LÀ TIỀN BẠC... PHƯƠNG PHÁP TẬN DỤNG TỐI ĐA THỜI GIAN

Hãy xem xét bài tập tình huống sau. Luật sư A và B đều có mức giá 200 đô/giờ. Luật sư A làm 18 tiếng một ngày trong khi luật sư B làm 7 tiếng một ngày. Chỉ cần một phép tính đơn giản cũng biết được luật sư A có thu nhập cao hơn luật sư B vì A làm việc nhiều giờ hơn B. Do đó...



Tăng lượng khách hàng tiềm năng	Tỷ lệ mua hàng (tiếp theo)
1. Quảng cáo qua tivi, đài hoặc báo chí 2. Quảng cáo qua bản tin trong ngành 3. Quảng cáo qua Internet/email 4. Quảng cáo trên tạp chí 5. Pano quảng cáo ngoài trời 6. Tờ rơi 7. Khuyến mãi hoặc giảm giá 8. Đề nghị khách hàng giới thiệu các mối quen biết 9. Tặng quà 10. Bỏ tờ rơi vào các thùng thư 11. Xây dựng đội ngũ bán hàng 12. Bán hàng qua điện thoại 13. Mua hoặc trao đổi dữ liệu khách hàng 14. Tổ chức hội thảo, sự kiện hoặc triển lãm 15. Làm băng hình, biển hiệu thu hút khách hàng 16. Áp phích quảng cáo với dòng chữ lớn	21. Chú trọng vào nhu cầu của khách hàng và nhấn mạnh giá trị sản phẩm 22. Phương thức thanh toán linh động (tiền mặt, thẻ tín dụng) 23. Có chương trình trả góp không lãi suất 24. Giao hàng tận nhà 25. Giải đáp thắc mắc và vấn đề của khách hàng ngay từ đầu 26. Bán hàng dựa trên giá trị chứ không phải giá cả
Tỷ lệ mua hàng	Số lần mua
1. Phát hiện và khuếch trương những điểm độc đáo của công ty mình 2. Đề ra chỉ tiêu bán hàng 3. Hỗ trợ khách hàng tốt 4. Giới thiệu bản thân với khách hàng 5. Khảo sát khách hàng cũ 6. Nhiệt tình quảng bá lợi ích chính của sản phẩm 7. Tạo áp phích hoặc tài liệu giới thiệu sản phẩm chất lượng cao 8. Soạn các mẫu bán hàng hiệu quả 9. Đặt mình vào vị trí nhà tư vấn, giúp khách giải quyết vấn đề 10. Cam kết hoàn trả tiền nếu sản phẩm không đạt chất lượng 11. In danh sách lợi ích của sản phẩm và lời khen của các khách hàng cũ 12. Có phần thưởng làm tăng giá trị 13. Chào hỏi khách hàng tiềm năng bằng cách gọi tên họ 14. Học kỹ năng bán hàng 15. Thuyết phục khách hàng mua nhiều hơn một lần 16. Ăn mặc đàng hoàng, lịch sự 17. Chiếu video về các sản phẩm trong cửa hàng 18. Nói giá cả vào phút chót 19. Học cách ứng phó với việc bị từ chối 20. Có kiến thức chuyên sâu về sản phẩm và ngành của mình	1. Gửi thư giới thiệu sản phẩm mới mỗi tháng 2. Cứ 3 tháng lại liên lạc khách hàng một lần 3. Giới thiệu toàn bộ dịch vụ với khách hàng 4. Nhắm tới khách hàng có khả năng quay lại 5. Gửi thiệp vào những dịp đặc biệt 6. Làm cho khách hàng cảm thấy họ đặc biệt (trải nghiệm tuyệt vời) 7. Xây dựng mối quan hệ thân thiện với khách 8. Có chương trình khách hàng thân thiết
	Số tiền mua trung bình
	1. Chú trọng vào đối tượng có thu nhập cao 2. Sử dụng danh sách mua sắm 3. Khuyến mãi dịch vụ kèm theo hoặc đóng gói lớn hơn 4. Đảm bảo khách hàng biết tất cả dịch vụ của bạn 5. Giới thiệu món đắt tiền trước 6. Tạo sản phẩm trọn gói có giá trị 7. Khuyến mãi "Mua 3 tặng 1" 8. Mời khách hàng mua thêm 9. Tăng giá thêm 10% 10. Tạo điều kiện thanh toán dễ dàng 11. Quà tặng/bốc thăm trúng thưởng nếu khách mua một số tiền nhất định nào đó
	Tỷ lệ lợi nhuận
	1. Tăng giá 2. Bán hàng dựa trên giá trị/dịch vụ hơn là giá cả/khuyến mãi 3. Lập ngân sách hàng tháng 4. Theo dõi chi phí hàng tuần và có kế hoạch giảm 10% 5. Ngừng những quảng cáo không hiệu quả 6. Bán sản phẩm có tỷ lệ lợi nhuận cao hơn

Vậy thì để tăng thu nhập, bên cạnh việc tăng giá trị của bạn trong mỗi giờ, bạn cũng phải tạo ra giá trị. Nếu có công ty riêng, bạn thường được trả theo giờ hoặc theo công việc, dự án. Rõ ràng là càng làm nhiều giờ, thu nhập của bạn càng cao!

$$\text{THU NHẬP} = \text{GIÁ TRỊ} \times \text{THỜI GIAN} \times \text{QUY MÔ}$$

Tôi kiếm được nhiều tiền trong một thời gian ngắn là nhờ tôi đi diễn thuyết (công việc mà tôi tạo ra giá trị cao nhất) suốt 300 ngày một năm, thường là 7 tiếng/ngày! Vào mùa thấp điểm trong năm, nhất là vào mùa thi, học sinh không dự các khóa học của tôi được, tôi sẽ làm một vòng đến các nước khác như Ấn Độ, Mã Lai và Indonesia để diễn thuyết. Khi bạn tận dụng tối đa thời gian để tạo ra giá trị, bạn có thể tối đa hóa lợi nhuận của mình.

Không chỉ là vấn đề bạn làm việc bao nhiêu giờ...

Bạn có thể đặt câu hỏi, *"Nhưng tôi đã làm tới 18 tiếng một ngày! Làm sao có thể làm hơn được nữa?"* hoặc *"Điều này không áp dụng được với tôi. Là người làm thuê, giờ làm việc của tôi đã cố định từ 8 giờ sáng tới 5 giờ chiều. Có làm thêm cũng chả được lợi lộc gì".*

Khi nói đến việc tăng thời gian để tạo ra giá trị, tôi không có ý nói bạn phải làm việc thật nhiều giờ. Thật ra, bạn phải biết cách sử dụng quỹ thời gian có hạn của mình vào những việc mang lại nhiều giá trị nhất, tức là tạo ra nhiều lợi nhuận nhất cho công ty hoặc bản thân.

Dù là ông chủ hay người làm thuê thì bạn cũng sẽ có một danh sách những việc phải làm mỗi ngày. Không phải việc nào cũng mang lại giá trị như nhau. Bao giờ cũng có những việc tạo ra giá trị cao trong khi những việc khác tạo ra giá trị thấp. Tôi khám phá ra rằng hầu hết những người có mức thu nhập trung bình chỉ sử dụng khoảng 20% thời gian để làm những việc thật sự có giá trị, phần lớn thời gian còn lại, khoảng 80%, họ làm những việc không có giá trị như kiểm tra email, tham dự những buổi họp kém hiệu quả, tán gẫu, than vãn, đợi chờ, tìm vật dụng, v.v... Đây là những việc hoàn toàn không tạo ra lợi nhuận hay giúp ích cho khách hàng.

Những người có thu nhập cao làm ngược lại. Họ sử dụng 80% thời lượng để làm những việc có giá trị cao như phát triển kinh doanh, bán hàng, tạo nguồn thu nhập mới, lên phương án tiếp thị sản phẩm, liên lạc khách hàng tiềm năng, nghĩ cách làm sao để tăng năng suất, quản lý dự án, thu thập ý kiến khách hàng..., những việc giúp khách hàng hài lòng và gia tăng lợi nhuận!

Tôi đã mất 4900 đô một ngày khi làm những việc không đâu như thế nào

Tôi xin kể bạn nghe việc tôi đã để vuột mất cơ hội kiếm được 4900 đô khi mới bắt đầu công việc huấn luyện như thế nào. Ngày ấy, tôi dồn quá nhiều thời gian cho những việc vô ích. Cũng như những người mới mở công ty khác, tôi ôm đồm một mình làm tất tần tật mọi thứ.

Tôi viết bản dự thảo gửi khách hàng, gọi điện thoại, diễn thuyết để thuyết phục khách hàng, tổ chức huấn luyện, làm công tác hậu cần, chuẩn bị tài liệu giảng dạy, làm việc văn phòng và kế toán.

Trong số những việc tôi làm, bạn nghĩ xem việc gì có ích nhất? Đó là công tác huấn luyện. Mỗi ngày có lớp đào tạo, tôi kiếm được 5000 đô (100 học sinh, học phí 50 đô một em). Nhưng vì phải làm vô số những việc khác, tôi chỉ có đủ thời gian và sức lực để tổ chức 6 buổi huấn luyện một tháng, như vậy mỗi tháng tôi chỉ thu được khoảng 30 ngàn đô.

Tôi cũng đã nghĩ tới việc tuyển người làm phụ những việc lật vật, hậu cần và kế toán, nhưng lúc đó tôi sợ phải chi tiền. Tôi nghĩ, *“Thuê thư ký lại phải trả cho người ta 2000 đô, nếu tự làm, mình sẽ tiết kiệm được khoản đó”*.

Lúc đó tôi không nhận ra mình “tham đũa bỏ mâm”. Phép tính này thật đơn giản, giá lao động giảng dạy của tôi là 5000 đô một ngày. Nếu thuê thư ký, tôi phải trả cho họ 2000 đô/tháng, tức là 100 đô/ngày (giả sử một tháng làm việc 20 ngày). Nếu kiêm cả vai trò thư ký, tôi tiết kiệm được 100 đô một ngày. Nhưng tôi lại mất đi cơ hội kiếm được 5000 đô nếu đứng lớp. Như vậy, tôi tưởng mình tiết kiệm được 100 đô, hóa ra lại để mất 5000 đô, rốt cuộc tôi mất 4900 đô. Rõ thật là “tính già hóa non”.

Ngay khi nhận ra điều này, tôi lập tức thuê một thư ký để lo toàn bộ việc lật vật như sắp xếp tài liệu, trả lời điện thoại, đảm nhiệm công tác hậu cần, làm việc với khách hàng... Nhờ vậy, tôi rảnh thêm 5 ngày một tháng và có thể dùng khoảng thời gian đó vào công tác đào tạo và thu về thêm 25.000 đô/tháng. Không tệ tí nào, chỉ đầu tư 2000 đô mà thu về 25.000 đô.

Sau đó, tôi thuê một kế toán và rảnh rang thêm 2 ngày nữa. Nhờ thế, thu nhập của tôi tăng thêm 10 ngàn đô! Thừa thắng xông lên, tôi tuyển nhân viên tiếp thị, bán hàng, một người chuyên lo hậu cần, v.v... Trong vòng 1 năm, tôi có 10 nhân viên đảm nhận những việc không tạo ra giá trị cao. Kết quả, tôi có thể sử dụng 100% quỹ thời gian của mình vào việc giảng dạy! Một tháng tôi dạy tới 25 ngày, số tiền thu về là 125.000 đô/tháng! Trừ đi số tiền lương nhân viên là 20.000 đô, tôi vẫn kiếm được khoảng 100 ngàn đô/tháng, cao gấp 3 lần so với trước!

Bài học rút ra là, hãy chỉ làm những việc giúp bạn tạo được giá trị cao nhất cho công ty. Nếu có thể, hãy giao phần việc còn lại cho người khác.

Ngày nay, tôi biết rằng một giờ diễn thuyết của mình đáng giá 2500 đô một giờ. Vì thế nếu tôi có thể thuê người khác với giá dưới 2500 đô/giờ để làm những việc khác, tôi sẽ không ngần ngại. Hiện tôi có hơn 80 nhân viên (làm cho 3 công ty). Nhờ có họ mà tôi có thể tập trung hoàn toàn vào những việc tạo lợi nhuận nhiều nhất. Hãy nhớ rằng mỗi người chúng ta đều có thể tạo ra giá trị cao nhất ở những lĩnh vực khác nhau. Ví dụ, cộng sự của tôi, Patrick có tài tạo dựng các mối quan hệ, thương thảo làm ăn và tìm kiếm những vùng lợi nhuận mới (việc mà tôi không thích làm). Trong khi ấy, khách quan mà nói, tài diễn thuyết của anh có thể khiến cho một người nghe năng động nhất cũng phải ngủ gục. Vì thế, Patrick dành phần lớn thời gian đi khắp nơi kiếm hợp đồng kinh doanh. Và mỗi một hợp đồng thành công và một chi nhánh mới mọc lên lại mang về cho công ty hàng triệu đô!

Một khi biết được thời gian của mình quý giá như thế nào, bạn phải cân nhắc để không phạm nó. Gần đây, tôi thường đưa vợ đi khám thai. Mỗi lần khám, chúng tôi phải đợi khoảng một tiếng mới đến lượt mình. Trong khi hầu hết các cặp khác chỉ ngồi nhìn quanh quẩn và chờ đợi thì tôi biết rằng mỗi giờ “ăn không ngồi rồi”, tôi mất 2500 đô (thật ra là mất cơ hội kiếm tiền) nên tôi mang theo máy tính xách tay, tranh thủ viết thêm vài trang sách.

Mỗi quyển sách tôi viết đáng giá khoảng 550.000 đô. Nếu một tiếng tôi viết được 5 trang, như vậy tôi tạo ra được 9167 đô giá trị! (Trung bình mỗi quyển dày 300 trang, dựa theo doanh thu của những quyển sách trước, ước tính mỗi trang giá 1833 đô.)

Bạn nên hiểu rằng để làm giàu từ con số 0, bạn phải thuộc nằm lòng phương châm: **thời gian là tiền bạc**. Bạn phải biết mỗi giờ của mình đáng giá bao nhiêu! Ví dụ, khi đi nghỉ cùng gia đình trong 5 ngày, tôi biết giá trị của chuyến đi là 45 ngàn đô (5000 đô chi phí cho chuyến đi và cơ hội kiếm được

40.000 đô nếu tôi làm việc trong 5 ngày đó). Với ý nghĩ ấy, tôi luôn bảo đảm rằng tôi phải trân trọng từng giây phút bên gia đình và hưởng thụ niềm vui đó!

Dennis Wee kiếm bạc triệu bằng cách tận dụng thời gian như thế nào

Dennis Wee, bạn tôi, là chủ của một trong những công ty bất động sản lớn nhất Singapore. Một lần tôi hỏi anh: điều gì giúp anh thành công (anh trở thành triệu phú nhờ buôn bán bất động sản từ khi còn rất trẻ). Tại sao nhiều người trong lĩnh vực này vẫn dừng ở mức độ “cò con” mà anh lại có thể dựng nên một cơ ngơi lớn như thế? Hơn nữa, anh làm được điều này mà không cần tấm bằng đại học. Dennis nói, bí quyết nằm ở chỗ anh biết sử dụng thời gian vào những hoạt động có thể tạo ra giá trị cao nhất.

Là một nhân viên bất động sản, công việc của anh bao gồm các khâu: gọi điện thoại cho khách hàng tiềm năng, phát tờ rơi, làm việc văn phòng, nghiên cứu các dự án xây dựng mới, làm sổ sách kế toán, soạn thảo giấy tờ, hợp đồng và tất nhiên, dẫn khách đi xem nhà. Trong những hoạt động trên, bạn nghĩ khâu nào mang lại nhiều giá trị và lợi nhuận cao nhất? Đó là lúc anh dẫn khách đi xem nhà!

Những ngôi nhà anh bán có giá trung bình khoảng 2 triệu đô một căn. Mỗi một hợp đồng thành công, anh bỏ túi 1% tiền hoa hồng (20 ngàn đô). Trung bình anh mất khoảng 10 ngày từ lúc dẫn khách tới xem nhà cho đến lúc ký kết hợp đồng. Có nghĩa là mỗi ngày của anh đáng giá khoảng 2000 đô (20.000 đô tiền hoa hồng chia đều cho 10 ngày).

Phần lớn nhân viên bất động sản không bao giờ giàu được vì họ ôm đồm tất cả các khâu và không dám đầu tư vào con người. Riêng Dennis biết rằng nếu anh thuê người lo việc giấy tờ và điện thoại, anh sẽ mất 4000 đô/tháng, hay 200 đô/ngày. Nếu anh tự làm những việc này, anh sẽ tiết kiệm được 200 đô/ngày nhưng lại mất đi cơ hội kiếm được 2000 đô/ngày, vì anh không còn nhiều thời gian làm công việc kiếm lợi nhiều nhất: dẫn khách đi xem nhà! Điều này có nghĩa là anh mất 1800 đô/ngày.

Như vậy, bằng cách thuê một đội nhân viên làm những việc giá trị thấp, Dennis có thể sử dụng phần lớn thời gian của mình để gặp gỡ khách hàng, dẫn họ đi xem nhà và ký hợp đồng, mang về hàng triệu đô cho công ty. Anh cho biết, anh tận dụng từng giờ trong ngày, đảm bảo không giờ nào bị phí phạm. Là người môi giới bất động sản, anh mất rất nhiều thời gian chờ đợi khách hàng. Trong khi phần lớn những người môi giới chỉ biết ngồi đợi một cách thụ động và lãng phí thời gian, Dennis sử dụng từng phút chờ đợi để làm một việc gì đó tạo ra giá trị. Ví dụ, anh tranh thủ gọi điện cho khách hàng tiềm năng mời họ đi xem nhà ở gần đấy hoặc bỏ tờ rơi vào các thùng thư xung quanh.

Làm sao để sử dụng 70%, thậm chí 100% thời gian của bạn vào những việc hữu ích

Chắc bạn đang tự hỏi, “*Nhưng tôi chỉ là một nhân viên quèn, tôi làm gì có quyền lựa chọn chỉ làm những việc có giá trị cao? Tôi đẩy việc của mình cho ai nào? Những việc lật vật như kiểm tra email và giấy tờ cũng cần thiết và phải có người làm chứ!*”.

Phải, nếu bạn là người làm công, thời gian đầu bạn phải tự làm tất cả mọi việc. Nhưng hãy tập trung làm những việc có giá trị cao trước. Sử dụng ít nhất 70% thời lượng trong ngày để làm những việc này. Sau đó, sử dụng những giờ không phải làm việc để giải quyết 30% số việc còn lại! Tám giờ làm việc là khoảng thời gian quan trọng để bạn hoàn thành những việc tạo ra lợi nhuận cao, như

phát triển chiến lược kinh doanh, liên lạc khách hàng, đảm bảo chất lượng sản phẩm, đề xuất các biện pháp tăng trưởng, v.v... Những công việc như sắp xếp giấy tờ, tìm kiếm tài liệu, kiểm tra email nên được thực hiện sau giờ làm việc.

Sau khi tận dụng toàn bộ thời gian của mình, bạn cần tiến thêm bước nữa. Hãy xin cấp trên tuyển một phụ tá rồi giao cho người này tất cả những việc có giá trị thấp để bạn toàn tâm toàn ý làm những việc có giá trị cao. Nếu không có phụ tá, hãy chủ động đề nghị cấp trên (thói quen triệu phú 2).

Thường thì không ông chủ nào muốn thuê phụ tá cho bạn vì như vậy sẽ làm tăng phí tổn cho công ty. Nhưng nếu bạn có thể chứng minh rằng, bằng cách thuê một phụ tá cho bạn với giá 3000 đô, bạn sẽ có thêm thời gian kiếm thêm từ 15.000 đến 30.000 đô, họ sẽ dễ dàng chấp thuận.

Bài học từ nhân viên

Tôi học được một bài học khác từ nhân viên quảng cáo của mình.

Dưới quyền quản lý của tôi có vài giám đốc quản lý khách hàng. Một số người có thể đem về cho công ty hơn 45.000 đô/tháng, trong khi những người khác chỉ kiếm được một nửa (22.000 đô). Rõ ràng, tôi phải trả cho người kiếm được 45.000 đô gấp đôi những người kia, không tính đến bằng cấp hay thâm niên công tác.

Khi quan sát cách họ tác nghiệp, tôi hiểu ra tại sao lại có chuyện như thế. Thì ra người kiếm được 45.000 đô sử dụng hơn 80% thời gian ra ngoài thuyết phục khách hàng mới, gặp gỡ khách hàng cũ để có thêm hợp đồng quảng cáo. Anh ta chỉ sử dụng 20% thời lượng cho việc văn phòng như kiểm tra chính tả, ngữ pháp của các mẫu quảng cáo, phối hợp với bộ phận sáng tạo và truyền thông. Ngược lại, người kiếm được 22 ngàn đô sử dụng rất nhiều thời gian ở văn phòng cho những việc vụn vặt và ít khi nghĩ đến những việc như suy nghĩ về chiến lược mới hay phát triển kinh doanh.

Giai đoạn mới khởi nghiệp, tôi chưa nhận ra nhu cầu tận dụng thời gian một cách thông minh cho tới khi một trong những nhân viên của tôi – giám đốc quản lý khách hàng – dạy cho tôi bài học quý giá đó! Người này tới gặp tôi xin một thư ký riêng. Đầu tiên, tôi nghĩ anh ta lười biếng muốn trốn việc. Đối với tôi, đó có vẻ là một khoản chi không cần thiết nên đã gạt đi.

Nhưng người này không chịu bỏ cuộc. Anh nói với tôi rằng anh đã làm việc 11 tiếng một ngày và không thể nhận thêm khách hàng cũng như nâng lợi nhuận lên trên con số 35.000 đô hiện tại được. Nếu tôi kiếm cho anh một thư ký với mức lương khoảng 1800 đô/tháng, anh sẽ có thêm 40% thời lượng để tìm kiếm khách hàng và dễ dàng mang về thêm 20 ngàn đô/tháng cho công ty. Thấy những con số này, tôi chẳng còn lý do nào để từ chối nữa!

Bạn đang sử dụng thời gian như thế nào?

Thế là bạn đã hiểu giá trị thời gian và làm sao đầu tư phần lớn thời gian vào những việc tạo ra giá trị cao, nhằm tối đa hóa khả năng của bạn và tăng thu nhập. Hai bài tập quan trọng sau đây sẽ giúp bạn khám phá xem bạn đang sử dụng thời gian như thế nào.

Trong bài tập đầu tiên, tôi muốn bạn chọn ra một ngày làm việc bình thường của mình. Trong mỗi giờ đồng hồ, hãy ghi lại việc bạn thường làm. Ở cột cuối cùng, hãy chấm điểm cho giá trị mà công việc đó mang lại theo thang điểm từ 1 (thấp nhất) đến 5 (cao nhất). Hãy cố đánh giá thật khách quan

và hãy nhớ rằng những việc tạo ra giá trị cao là những việc có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp tới sự hài lòng của khách hàng hoặc làm tăng lợi nhuận.

Bài tập 1: Tôi sử dụng thời gian hàng ngày như thế nào?

Trong bài tập thứ hai, tôi muốn bạn ghi lại tất cả các việc bạn phải làm, thời lượng bạn sử dụng cho từng việc và mức độ tạo ra giá trị của công việc đó.

Bài tập 2: Tôi sử dụng thời gian hàng ngày như thế nào?

Ghi lại giá trị của từng loại công việc (mức độ từ 1 tới 5)

Hoàn tất hai bài tập trên, bạn có phát hiện điều gì về bản thân mình không? Bạn đã sử dụng thời gian hiệu quả chưa? Có nhiều khoảng thời gian trong ngày trôi qua một cách phí phạm không? Bạn có thể tăng thời lượng làm những công việc mang lại giá trị cao và tiền bạc về cho bạn không?

Hãy suy nghĩ: Làm thế nào gia tăng đáng kể giá trị của bạn bằng cách tập trung vào những việc có ích nhất cho công ty hoặc cho việc kinh doanh của bạn?

Trong hai bài tập tiếp theo, bạn hãy lập kế hoạch sử dụng thời gian của bạn một cách hiệu quả. Hãy sắp đặt lại công việc hàng ngày sao cho giá trị thời gian của bạn được tận dụng tối đa. Bạn có thể hoàn thành hai bài tập này trong vòng 20 phút. Và tôi xin đảm bảo 20 phút ấy có giá trị đến từng giây phút.

Bài tập 3: Làm thế nào để tối đa hóa giá trị thời gian của tôi?

Trong bài tập tiếp theo, bạn hãy ghi lại tất cả các việc bạn phải làm, thời lượng bạn sử dụng cho từng việc và mức độ tạo ra giá trị của công việc đó. Quan trọng hơn, bạn có thể chuyển giao công việc nào cho người khác làm?

Bài tập 4: Làm thế nào để tối đa hóa giá trị thời gian của tôi?

Thời gian	Công việc	Giá trị tạo ra (1-5)
9:00-10:00		
10:00-11:00		
11:00-12:00		
12:00-13:00		
13:00-14:00		
14:00-15:00		
15:00-16:00		
16:00-17:00		
17:00-18:00		
18:00-19:00		
19:00-20:00		
20:00-21:00		
21:00-22:00		
22:00-23:00		

Công việc	% Thời gian	Giá trị tạo ra (1-5)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
Tổng cộng:	100%	

Bạn có thể giao phó công việc nào ngay bây giờ?

Công việc	% Thời gian	Giá trị tạo ra (1-5)	Giao phó?	Thời gian	Công việc	Giá trị tạo ra (1-5)
1				9:00 - 10:00		
2				10:00 - 11:00		
3				11:00 - 12:00		
4				12:00 - 13:00		
5				13:00 - 14:00		
6				14:00 - 15:00		
7				15:00 - 16:00		
8				16:00 - 17:00		
9				17:00 - 18:00		
10				18:00 - 19:00		
11				19:00 - 20:00		
12				20:00 - 21:00		
Tổng cộng:	100%			21:00 - 22:00		
				22:00 - 23:00		

.....

.....

.....

.....

Bạn có ý định giao phó lại cho người khác những công việc nào trong thời gian sắp tới? Hạn chót là bao giờ?

.....

.....

.....

.....

Sau khi hoàn tất bài tập này, bạn đã hiểu được cách thức tối đa hóa thời gian và giá trị của mình. Trong chương tới, chúng ta sẽ tìm hiểu yếu tố cuối cùng và quan trọng nhất trong công thức thu nhập...

CHƯƠNG 8

LÀM THẾ NÀO ĐỂ TĂNG THU NHẬP THEO CẤP SỐ

NHÂN TRONG BẤT CỨ LĨNH VỰC GÌ

Trong hai chương trước, chúng ta đã biết thu nhập của một người được xác định bằng giá trị anh ta tạo ra cho người khác và khoảng thời gian anh ta dùng để tạo ra giá trị đó.

Hãy trả lời câu hỏi này: Giữa một ca sĩ nổi tiếng như Madonna và một bác sĩ giải phẫu tim, ai là người tạo ra nhiều giá trị hơn trong cuộc sống? Tất nhiên là bác sĩ giải phẫu tim! Ông ấy có khả năng cứu sống người, trong khi Madonna chỉ có thể giúp người khác giải khuây trong ít phút.

Vậy tại sao Madonna được trả cao gấp 100.000 lần so với bác sĩ giải phẫu tim? Cô ca sĩ này có điểm gì mà một bác sĩ bình thường không có? Câu trả lời nằm ở tính “**quy mô**”.

Quy mô là yếu tố cuối cùng và quan trọng nhất trong công thức thu nhập. Nó là điểm phân biệt giữa người giàu với người siêu giàu. **Quy mô** là khả năng bạn có thể khuếch đại hay nhân hiệu quả giá trị của bạn lên gấp nhiều lần. Nói cách khác, nó chính là đòn bẩy giúp bạn “kích” thời gian và giá trị của mình lên một tầm cỡ cực lớn.

Sức mạnh của việc khuếch đại giá trị

Trong vòng ba tiếng đồng hồ, một bác sĩ giải phẫu tim có thể cứu được bao nhiêu mạng người? Có lẽ chỉ một. Việc làm của bác sĩ tạo ra giá trị cực lớn và thù lao cho một ca mổ của anh có thể từ 10 ngàn đến 20 ngàn đô. Nhưng dù sao anh cũng chỉ cứu được một người. Trong khi đó, với ba tiếng biểu diễn trên sân khấu, Madonna mang lại niềm vui cho bao nhiêu người? Hàng ngàn người và nếu được truyền hình trực tiếp, con số đó có thể lên tới hàng triệu. Như vậy, giá trị mà cô tạo ra được khuếch đại lên gấp nhiều lần, trong khi bác sĩ giải phẫu lại không có khả năng khuếch đại đó.

Sức mạnh của việc nhân giá trị lên gấp bội

Nếu Madonna sử dụng ba tiếng đồng hồ đó để thực hiện album trong phòng thu, và nếu nó được phát hành thành đĩa CD, cô sẽ thu tiền được bao nhiêu lần? Câu trả lời là nhiều lần. Với mỗi CD bán ra, cô được hưởng một phần tiền bản quyền, giả sử là 5 đô. Nếu album đó bán được 1 triệu bản/năm, Madonna sẽ nhận được 5 triệu đô từ năm này sang năm khác. Theo cách tính này, giá trị giọng hát của cô được nhân lên gấp nhiều lần.

Bác sĩ giải phẫu tim, ngược lại, thường chỉ được trả một lần duy nhất cho cuộc giải phẫu. Có ai phải trả cho bác sĩ tiền bản quyền hàng năm về việc anh ta chữa tim cho họ không? Chắc chắn là không! Dĩ nhiên, nếu tim họ lại bị nghẽn, có thể họ sẽ cần một cuộc giải phẫu khác trong vài năm tới. Dù sao thì hiệu ứng nhân giá trị trong trường hợp của bác sĩ giải phẫu cũng chỉ được hai lần là cùng. (Ít có khả năng một bệnh nhân phải mổ tim lần thứ ba vì chắc anh ta cũng qua đời rồi!)

Vậy thì thu nhập của một người có thể được nhân lên tối đa với sức mạnh của tính quy mô.

$$\text{THU NHẬP} = \text{GIÁ TRỊ} \times \text{THỜI GIAN} \times \text{QUY MÔ}$$

Thu nhập theo cấp số cộng và thu nhập theo cấp số nhân

Khi tập trung vào hai yếu tố giá trị và thời gian, thu nhập của bạn sẽ tăng theo cấp số cộng. Nó bị chặn lại trong một giới hạn nào đó, bởi vì giá công lao động của bạn cũng chỉ đạt đến một mức tối đa, không thể lên cao mãi, còn quỹ thời gian làm việc của bạn lại có hạn. Theo một nghĩa nào đó, bạn bán sức lao động và thời gian để lấy tiền. Giả sử, bạn là một luật sư hàng đầu với thù lao 300 đô/giờ. Bạn chỉ có thể làm việc tối đa 180 giờ/tháng, kiếm được tối đa 54 ngàn đô/tháng hay 648 ngàn đô/năm. Và bạn hài lòng nói với tôi, “*Adam à, thế là đủ xài rồi!*”. Tất nhiên, nhưng tại sao lại phải đặt mức giới hạn cho thu nhập của bạn?



Tuy vậy, nếu bạn biết cách tận dụng sức mạnh của tính quy mô bằng cách khuếch đại và nhân giá trị của mình lên nhiều lần (giá trị của người luật sư chính là kiến thức luật), bạn có thể kiếm được gấp 5 gấp 10 thậm chí gấp 100 lần mức thu nhập hiện tại. Quy mô là thước đo phân biệt người giàu và người siêu giàu. Quy mô giải thích tại sao có người kiếm tiền nhiều gấp trăm lần người khác, trong khi ai cũng có 24 tiếng mỗi ngày.



Làm thế nào để bất cứ ai thuộc bất cứ ngành nghề nào cũng có thể tăng quy mô giá trị của mình

Nhiều người cho rằng chỉ có các ca sĩ, minh tinh màn bạc, siêu sao thể thao mới đạt được tính quy mô trong công việc của mình! Điều này không đúng trên nhiều phương diện.

Thật ra, bạn có thể khuếch đại hay nhân giá trị của mình lên gấp bội trong bất kỳ ngành nghề nào, dù bạn là đầu bếp, người quét dọn, luật sư, bác sĩ, thầy giáo hay lập trình viên.

Khi bạn tận dụng triệt để công thức (Giá trị x Thời gian x Quy mô), của cải sẽ sinh sôi nảy nở rất nhanh. Tôi muốn nêu ra cho bạn vài ví dụ về những người đã trở nên giàu có tột bậc nhờ hiểu được sức mạnh của công thức này.

a. Đầu bếp kiếm được triệu đô ở tuổi 65 với đồng vốn bằng không!

Đó chính là Đại tá Harland Sanders. Tượng của ông, một ông già phúc hậu người Mỹ đứng chào khách, có ở khắp các tiệm Gà Rán Kentucky (KFC). Trước khi tạo ra KFC, Đại tá Sanders là một ông già 65 tuổi, “vô sản” chính cống và chỉ sống bằng tiền phúc lợi xã hội 105 đô.

Trong vòng 10 năm sau đó, ở tuổi 73, ông trở thành triệu phú và sở hữu một thương hiệu nổi tiếng toàn cầu! Ông đã làm điều đó như thế nào? Bằng cách trở thành nhà tiên phong trong việc hiểu và biểu dương sức mạnh của tính quy mô!

Giá trị to lớn của ông nằm ở việc ông có khả năng khám phá ra công thức chế biến món gà rán có hương vị đặc biệt. Ông trộn 11 loại gia vị và rau thơm với nhau, ướp vào thịt gà và nấu trong hàng giờ liền, một điều mà nhiều đầu bếp khác không kiên nhẫn thực hiện. Thực tế, Sanders đã đạt đến độ tuyệt hảo trong công thức của mình, và nhất định không chịu giảm thời gian nấu nhằm giữ nguyên khẩu vị “độc nhất vô nhị” của món gà rán. Xin nhớ rằng, khi bạn làm việc gì với lòng đam mê (thói quen triệu phú 4), làm vượt hơn cả mong đợi (thói quen triệu phú 1) và tập trung vào giá trị bạn mang đến cho người khác, đồng tiền sẽ tự nhiên tìm tới bạn.

Tuy vậy, thoát đầu ông Sanders, mặc dù chiên gà ngày đêm để bán ở một tiệm ăn ở Corby, bang Kentucky, ông vẫn không sao giàu được. Tại sao? Trong công thức thu nhập, ông có đủ giá trị và thời gian nhưng lại thiếu mất tính quy mô.

Số phận đã mang đến cho Sanders cơ hội tăng giá trị mà ông tạo ra theo cấp số nhân. Một ngày định mệnh, chính phủ quyết định cho xây đường cao tốc khiến người đi đường không còn ghé ngang qua tiệm ăn của ông nữa. Không còn khách, Sanders buộc phải đóng cửa và ở tuổi 65, ông chỉ còn biết sống dựa vào khoản trợ cấp 105 đô. Không từ bỏ, ông nghĩ ra ý tưởng độc đáo là thuyết phục các cửa hàng ăn trên khắp nước Mỹ sử dụng công thức của mình. Đổi lại, ông sẽ được hưởng một tỷ lệ lợi nhuận trên mỗi con gà bán được. Trong vòng vài năm, ngày càng có nhiều cửa hàng bán món gà rán bằng công thức của ông! Thông qua việc nhượng quyền kinh doanh này, ông thu về hàng ngàn đô mỗi tháng. Ông đã nhân giá trị của mình lên hàng triệu lần và kết quả là ở tuổi 73, ông có thể bán công ty của mình với giá 2 triệu đô. (Đó là vào năm 1963 và khoản tiền này là cực lớn, tương đương với 10 triệu đô bây giờ.)

b. Thầy phong thủy kiếm được tiền triệu khi đã ngoài 45 tuổi

Phong thủy, xuất phát từ Trung Quốc, là một nghệ thuật tác động đến luồng năng lượng (khí) trong con người bằng việc thay đổi cách bài trí đồ đạc trong nhà nhằm giúp chủ nhà khỏe mạnh hơn, giàu có hơn và may mắn hơn.

Ở Châu Á, phần lớn các thầy phong thủy tư vấn cho các cá nhân hoặc công ty nhận thù lao theo số giờ tư vấn hoặc theo dự án. Những người tài giỏi và có tiếng nhất lấy phí đến 2000 đô/giờ. Với mức tiền công cao ngất ngưỡng như vậy, họ cũng chỉ kiếm được một khoản thu nhập giới hạn nào đó, bởi vì thời gian của họ cũng có hạn như bạn và tôi.

Tuy vậy, Lillian Too, một trong những thầy phong thủy nổi tiếng nhất thế giới thu được hàng triệu đô mỗi năm nhờ sức mạnh của tính quy mô (Giá trị x Thời gian x Quy mô). Giá trị của bà đến từ việc bà là một trong số ít người cất công ngồi dịch tài liệu cổ về phong thủy của Trung Quốc ra tiếng Anh và mang đến phổ biến ở các nước phương Tây. Bà cũng là một trong những người đầu tiên không chỉ áp dụng phong thủy vào chuyện bố trí nhà cửa, văn phòng, mà còn vận dụng vào cả sự



nghiệp, tài sản, sức khỏe và các mối quan hệ của con người. Một lần nữa, yếu tố đem tiền triệu về cho bà chính là khả năng tăng quy mô giá trị của bà.

Thay vì tư vấn 1 đối 1 như các thầy phong thủy khác, hàng năm Lillian tổ chức hàng trăm buổi nói chuyện cho hàng ngàn người trên thế giới. Vào dịp năm hết tết đến, bà lại tổ chức một sự kiện đình đám gọi là “Phong Thủy Hội” (Feng Shui Extravaganza), trong đó bà hướng dẫn mọi người cách thức làm sao để thần May Mắn mỉm cười với họ trong năm mới. Sự kiện này thu hút hơn 2500 người mỗi năm. Với giá trung bình 93 đô một vé, bà kiếm được hơn 232 ngàn đô một ngày! Bạn thấy chưa, Lillian có thể khuếch đại giá trị mà mình tạo ra gấp hàng ngàn lần như thế đấy.

Chưa hết, bà còn viết hơn 80 cuốn sách về phong thủy, được dịch ra hơn 30 thứ tiếng và bán khắp nơi. Giả sử mỗi quyển sách chỉ bán được 10 ngàn bản (một con số cực kỳ khiêm tốn), ta có hơn 800 ngàn bản bán ra mỗi năm. Chỉ cần bà lấy một phần tiền bản quyền nhỏ là 2 đô/quyển, bà đã có 1,6 triệu đô một năm. Khoản tiền này năm nào cũng chảy về túi bà một khi thiên hạ vẫn đọc sách bà viết ra.

Lillian còn dựng lên một chuỗi cửa hàng gọi là “Thế Giới Phong Thủy” (World of Feng Shui) và một cửa hàng trên mạng có tên “Trung Tâm Thương Mại Phong Thủy” (Feng Shui Megamall) (www.lillian-too.com) bán đủ loại bùa may mắn, pha lê, sách và đồ trang trí cho những người muốn tăng cường luồng năng lượng của mình. Với hàng triệu đô xuất phát từ những việc kinh doanh này, nguồn thu nhập thụ động của Lillian quả thật rất dồi dào.

c. Bác sĩ có hơn 100 ngàn bệnh nhân đến từ 112 nước trên thế giới

Không ít người nghĩ rằng những người hành nghề như bác sĩ Đông Y khó lòng nhân rộng quy mô của mình? Không hẳn thế. Mặc dù phần lớn các bác sĩ tạo ra giá trị rất cao, họ chỉ có thể chữa trị tối đa cho một số bệnh nhân và bán một lượng thuốc giới hạn một ngày. Vậy vị bác sĩ mà tôi nói đến đã làm điều gì khác người?

Bác sĩ Rajesh Shah ở Mumbai (Ấn Độ) mở một trang web về thực hành y thuật (www.e-homoeopathy.com), nhờ nó mỗi năm ông có thể tư vấn và điều trị cho hàng trăm ngàn bệnh nhân thuộc 112 nước. Giá trị to lớn của ông bắt nguồn từ việc ông sử dụng biện pháp chữa bệnh vi lượng, một phương pháp điều trị mang tính đột phá (nói nôm na là dùng thảo dược để “dĩ độc trị độc”). Nhờ mạng lưới Internet, bác sĩ Shah có thể cung cấp dịch vụ của mình trên khắp thế giới. Quy trình căn bản là bệnh nhân viết email cho ông kể về các triệu chứng và trả tiền khám bệnh trực tuyến bằng thẻ tín dụng. Sau đó, ông chẩn đoán bệnh và giao thuốc cho bệnh nhân ở bất cứ nơi nào trên thế giới. Kết quả, ông có thể nhân rộng giá trị và nâng cao thu nhập của mình một cách khủng khiếp. Bên cạnh đó, ông còn bán các thiết bị y khoa, thông tin y tế và thuốc thang, giúp ông giàu có hơn nữa.

d. Giáo viên/cố vấn cũng có thể kiếm được hơn 500 ngàn đô/ngày

Liệu một giáo viên/cố vấn có thể kiếm được hơn 500 ngàn đô một ngày không? Có lẽ các giáo viên hay cố vấn bình thường thì không nhưng Anthony Robbins, bậc thầy về phát triển bản thân, lại làm được điều đó. Câu chuyện Anthony kiếm được một triệu đô đầu tiên ở tuổi 24, mặc dù ông khởi

nghiệp bằng nghề gác cổng năm 14 tuổi cũng là một điều kỳ thú. Anthony nổi tiếng khắp thế giới với tư cách là giáo viên/ diễn giả/ cố vấn về động lực bản thân, nhờ việc nhận ra được sức mạnh của giá trị và tính quy mô (Anthony là người tư vấn cho cựu Tổng thống Mỹ Bill Clinton trong quãng thời gian đen tối nhất của ông khi vụ Monica Lewinsky đổ bể và ông có nguy cơ mất chức Tổng thống).

Là nhà diễn thuyết kỳ tài, Anthony tạo ra giá trị to lớn nhờ khả năng truyền tải thông điệp một cách dí dỏm, hài hước, nhiệt tình và đầy cảm hứng. Ông cũng có khả năng chuyển các khái niệm phức tạp như NLP (Lập Trình Ngôn Ngữ Tư Duy) thành những điều đơn giản mà ai cũng có thể vận dụng để nâng cao chất lượng cuộc sống. Nhưng ông chỉ thật sự trở nên giàu có nhờ khả năng khuếch đại và nhân rộng giá trị của mình. Mỗi buổi nói chuyện của Anthony có không dưới 5000 người tham dự. Mỗi người trả trung bình 2000 đô, tổng cộng là 10 triệu đô cho 4 ngày làm việc... không tệ chút nào! Ngoài ra còn có hàng loạt sách in, băng hình, băng nói mang tên ông được phát hành, mỗi loại bán được hàng trăm ngàn bản trên toàn thế giới. Bạn có thể thấy giá trị và của cải của Anthony được tăng theo cấp số nhân như thế nào!

e. Tại sao Bill Gates là người giàu nhất thế giới

Một khi hiểu được sức mạnh của tính quy mô, bạn sẽ không lấy làm lạ việc Bill Gates trở thành người giàu nhất thế giới nữa. Đó là vì ông có thể nhân giá trị của mình lên cao gấp bội khi tạo ra những sản phẩm đến tay gần như hầu hết mọi người trên trái đất. Đa số những người biết sử dụng máy tính trên hành tinh này đều hưởng lợi từ sản phẩm của Microsoft.

Bill Gates làm được điều này như thế nào? Giá trị của ông nằm ở khả năng khám phá và sáng tạo ra những giải pháp công nghệ thông tin cho từng người dùng máy tính. Chính khả năng này đã mách bảo ông mua lại phần mềm DOS và phát triển nó thành hệ điều hành Windows. Nhưng tài năng thật sự của ông nằm ở việc ông biết được sức mạnh của việc nhân rộng giá trị. Ông hợp tác với IBM để tất cả máy tính họ bán ra đều cài đặt hệ điều hành MS-DOS và sau đó là Windows. Bằng cách bán bản quyền phần mềm cho các công ty sản xuất máy tính, ông có thể đảm bảo rằng với mỗi chiếc máy tính tới tay người tiêu dùng, ông sẽ thu được một phần thù lao. Khi hàng triệu máy tính được bán ra trên khắp thế giới mỗi năm, ông kiếm được hàng triệu đô. Xin bạn nhớ cho đó là thu nhập hàng năm của ông và sẽ kéo dài cho đến hết đời!

Chiến lược tăng quy mô giá trị của bạn ngay lập tức

Bạn có cảm thấy hào hứng trước những khả năng bày ra trước mắt không? Những câu chuyện của tôi có truyền cảm hứng cho bạn không? Tốt lắm, vậy chúng ta hãy cùng tìm hiểu cách thức khuếch đại và làm sinh sôi giá trị lao động của bạn lên gấp nhiều lần nhé. Đây cũng chính là câu trả lời cho câu hỏi: Làm thế nào để bạn có thể tạo ra nhiều nguồn thu nhập cho bản thân?

Cách 1: Kiếm tiền bản quyền hoặc phí từ việc cấp phép hoặc bán sản phẩm trí tuệ

Nhiều người cảm thấy ngại ngùng khi nghe từ “sản phẩm trí tuệ”, do họ không cho rằng mình có đủ “trí tuệ” để tạo ra cái gì đó đáng giá và có thể bán được.

Thực tế, mọi chuyện không to tát như họ nghĩ. Bất kỳ kiến thức, ý tưởng, sản phẩm hoặc quy trình nào bạn nghĩ ra mà có khả năng giúp được người khác giải quyết vấn đề, thỏa mãn nhu cầu của



họ, đều được gọi là sản phẩm trí tuệ.

Tôi dám chắc bạn đang sở hữu một dạng trí tuệ nào đó! Bởi vì nếu không có trí tuệ, bạn đã không thể tạo ra bất kỳ thứ gì có giá trị ngay từ đầu. Đơn giản, nếu bạn là luật sư, sản phẩm trí tuệ của bạn là kiến thức pháp luật mà bạn có. Là nhà nhiếp ảnh, sản phẩm trí tuệ của bạn là kiến thức về nhiếp ảnh và những tấm hình bạn chụp được. Nếu là đầu bếp, sản phẩm trí tuệ của bạn là công thức và cách chế biến thức ăn. Là nhà quản lý, sản phẩm trí tuệ của bạn là khả năng quản lý con người và công việc.

Đây là một số ví dụ cho biết, con người thuộc các ngành nghề khác nhau có thể nhân rộng giá trị của mình từ việc thu phí và bán bản quyền các sản phẩm trí tuệ của họ như thế nào.

a. Nhà đầu tư kiếm được nhiều tiền khi phát minh của họ được áp dụng

Bạn đã từng thấy đồ thử pin bán cùng pin Duracell chưa? Ý tưởng này là phát minh của Bob Parker (cũng chính là tác giả của chiếc nhẫn “tâm trạng” nổi tiếng – chiếc nhẫn đổi màu theo nhiệt độ cơ thể của người đeo nhẫn). Như nhiều người khác, Parker cảm thấy khó chịu khi không biết cục pin cũ nằm lẫn lộn trong nhà còn bao nhiêu năng lượng. Thay vì than vãn như những người khác, ông nghĩ đến việc chế ra một loại thử pin rẻ tiền bán kèm trong mỗi gói pin. Ông tìm đến nhiều hãng sản xuất pin lớn trên thế giới để chào bán ý tưởng của mình nhưng tất cả đều từ chối. Cuối cùng, Duracell đồng ý sử dụng phát minh của ông; đổi lại, ông được vài xu cho mỗi gói pin bán được.

Kết quả, sản phẩm thử pin độc đáo này giúp doanh thu của pin Duracell tăng rõ rệt còn nhà phát minh thì thu được hàng trăm ngàn đô tiền bản quyền hàng năm.

b. Siêu sao thu phí cho từng sản phẩm mà họ quảng cáo (ví dụ: đồ chơi, quần áo, đồ dùng thể thao, thức ăn, v.v...)

Thay vì được trả một khoản phí cố định khi quảng cáo sản phẩm, những người nổi tiếng (như diễn viên hay vận động viên) thường đòi hỏi tỉ lệ phần trăm lợi nhuận mà khách hàng của họ kiếm được. Khi sản phẩm tiếp tục được bán, họ sẽ tiếp tục thu phí quảng cáo, từ năm này qua năm khác. Chẳng hạn, mỗi lần bạn mua trái banh đánh gôn của Nike, một phần nhỏ trong số tiền bạn trả sẽ vào tay Tiger Woods.

c. Ca sĩ và nhạc sĩ thu tiền bản quyền từ ca khúc của mình

Tại sao những ca sĩ thành công đều trở thành triệu phú? Bởi vì họ nhận được tiền bản quyền cho mỗi album bán ra hay cho mỗi ca khúc được tải về. Khi cả triệu CD được bán ra trên toàn thế giới, nguồn thu nhập của họ rất lớn và ổn định. Tương tự, nhạc sĩ cũng được trả bản quyền cho mỗi lần có ai đó biểu diễn hoặc hát ca khúc của họ.

d. Nhiếp ảnh gia thu phí bản quyền khi ảnh của họ được sử dụng

Mỗi lần nhà quảng cáo hay các kênh truyền hình sử dụng một bức hình cho quảng cáo, cấm nang hay tạp chí, họ phải trả tiền cho nhà nhiếp ảnh để sử dụng nó.

e. Họa sĩ thu tiền bản quyền và phí cấp phép từ sản phẩm của mình

Ví dụ nổi tiếng nhất là về Walt Disney. Disney là một họa sĩ vẽ truyện tranh. Một lần nọ, ông dạt dào cảm hứng sáng tạo khi thấy một chú chuột nhảy nhót trên chuyến xe lửa. Từ đấy ông vẽ ra hình tượng chú chuột Mickey ngộ nghĩnh. Khi một nhà làm phim muốn sử dụng nhân vật của ông trong phim hoạt hình, Disney được trả tỉ lệ phần trăm theo doanh thu của bộ phim đó. Sau đó, Mickey trở nên cực kỳ nổi tiếng và hàng trăm nhà sản xuất muốn in hình chú chuột dễ thương này trên sản phẩm của họ như quần áo trẻ em, đồ dùng học tập, ly, bong bóng, đồng hồ, v.v... Đối lại, Disney chỉ cần ngồi đó đợi tiền bản quyền chảy vào túi đều đều mỗi tháng. Ngày nay, hãng Walt Disney thu được hàng triệu đô từ việc cấp phép cho hàng ngàn nhà sản xuất trên toàn thế giới muốn sử dụng các nhân vật của Disney. Điều tương tự cũng xảy ra đối với những người tạo ra Peanuts, rùa Ninja, Xì trum v.v...

f. Nhà thiết kế phần mềm và trò chơi thu tiền bản quyền

Microsoft sở hữu phần mềm DOS nhưng cấp phép cho IBM để nhà sản xuất máy tính này cài đặt phần mềm DOS vào máy tính của họ. Kết quả, Bill Gates được trả hàng triệu đô tiền bản quyền mỗi lần phần mềm này được cài đặt.

g. Đầu bếp kiếm được tiền bản quyền khi bán cho nhà sản xuất thức ăn công thức chế biến của họ

Một đầu bếp tạo ra công thức chế biến món ăn tuyệt vời và bán cho công ty sản xuất đồ ăn đông lạnh sẽ được hưởng tiền bản quyền cho mỗi sản phẩm bán được.

h. Tác giả nhận tiền bản quyền từ sách và băng đĩa

J. K. Rowling từng vất vả kiếm sống để nuôi con. Từ khi bà viết “Harry Potter và hòn đá bí mật” (Harry Potter and the Sorcerer’s Stone), nó trở thành tác phẩm được hàng triệu trẻ em trên thế giới say mê và tiền bản quyền rót vào túi bà nhiều đến nỗi chỉ trong vòng 7 năm, bà mẹ trẻ 35 tuổi này trở thành người phụ nữ có thu nhập cao nhất nước Anh với nguồn thu nhập thụ động 30 triệu đô mỗi năm. Tiền bán sách của bà vẫn tăng lên gấp bội, nhất là khi sách của bà được dựng thành phim và nhân vật của bà xuất hiện trên các sản phẩm bày bán.

Thêm một ví dụ khác. Một nhóm các bà mẹ cùng nhau viết quyển sách dành cho những người sắp làm mẹ hoặc có con nhỏ - “Những điều cần biết khi bạn mang thai” (What to expect when you are expecting). Quyển sách “hot” đến nỗi những bà mẹ bình thường này thu được 2 đô cho mỗi quyển sách một cách dễ dàng và có hơn 10 triệu bản được bán ra trên toàn thế giới. Tổng cộng tiền bản quyền là 20 triệu đô và chừng nào người ta còn mua sách thì họ còn được hưởng.

Danh sách những chuyện như vậy cứ kéo dài mãi! Một lần nữa, dù làm nghề gì, bạn vẫn có thể tìm được cách thu tiền bản quyền hoặc phí cấp phép cho ý tưởng của mình.

Bán thông tin...

Sản phẩm quyền năng của nền kinh tế mới

Cũng có thể bạn không phải là ngôi sao điện ảnh, ca sĩ hay vận động viên thể thao, nhưng cho dù bạn là ai, làm nghề gì, bạn hoàn toàn có thể tạo ra nguồn thu nhập bằng cách bán thông tin dưới tư cách tác giả.



Đây là cách thức mà tôi ưa thích nhất vì bản thân tôi kiếm được hàng trăm ngàn đô tiền bản quyền từ những quyển sách tôi viết một mình hoặc viết chung với người khác! Tôi dạy học sinh làm thế nào đạt được nhiều điểm 10 (quyển sách đầu tay của tôi, “Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng thế!”), hướng dẫn phụ huynh cách kích thích trí thông minh của trẻ (“Làm thế nào tăng cường trí thông minh của con bạn” – “How to Multiply Your Child’s Intelligence”) và hướng dẫn mọi người thuộc mọi ngành nghề cách phát huy tối đa tiềm năng của mình (“Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh”). Thật sự, tiền bản quyền và lợi nhuận từ những quyển sách này chiếm tới 20% thu nhập cá nhân của tôi mỗi năm.

Điều tuyệt vời nhất trong việc bán thông tin là bạn không tốn tiền mua nguyên liệu... đó là kiến thức, là ý tưởng bạn ấp ủ trong đầu! Kể cả khi không có đủ thông tin, bạn vẫn có thể mở mang kiến thức bằng cách tiếp nhận vô số ý tưởng và kiến thức miễn phí trên mạng! Tất cả những kiến thức mà tôi chia sẻ với bạn đến từ việc tôi đọc hàng trăm quyển sách, hàng ngàn bài báo và tạp chí, mô phỏng những tài năng xuất chúng trong suốt bao năm qua! Tuy vậy, cách tôi thể hiện và phổ biến những thông tin này mang dấu ấn của riêng tôi.

Hãy lắng lại và suy nghĩ thêm về vấn đề này bạn nhé. Bạn có thể tạo ra sản phẩm nào với nguyên vật liệu miễn phí nhưng lại bán được giá cao, với tỉ lệ lợi nhuận cao không? Nếu có thể, hãy trở thành người chuyên kinh doanh thông tin, một người có thể kiếm được hàng triệu đô thu nhập thụ động bằng cách biến ý tưởng của mình thành tiền bạc.

Thông tin của tôi có giá trị không?

Tôi thật sự có cái mà người ta muốn mua không?

Một lần nữa, nhiều người có niềm tin yếm thế và thiếu căn cứ rằng ý tưởng của họ chẳng ra gì hoặc không đáng giá. Họ tin rằng phải là người thông minh xuất chúng, hoặc ít nhất cũng có bằng tiến sĩ mới sở hữu những thông tin giá trị và bán được. Điều này hoàn toàn không đúng!

Tôi tin rằng hết thảy mọi người ai cũng có một kho tàng sở thích, đam mê và kiến thức độc đáo, hữu ích với một người nào đó.

Ai trong chúng ta cũng hiểu biết về một điều gì đó hơn những người khác. Bạn sẽ rất ngạc nhiên khi biết rằng qua năm tháng, bạn đã tích lũy được một lượng ý tưởng và kiến thức mà nhiều người muốn trả tiền để có được.

Mặc dù vậy, bạn có thể đã không đánh giá đúng mức nhiều thứ bạn biết và những kỹ năng bạn sở hữu. Bạn sẽ bất ngờ khi biết rằng trên đời có nhiều người ao ước được lĩnh hội những điều bạn biết và làm được những việc bạn làm. Ví dụ, nếu bạn có thể kết bạn dễ dàng thì ngoài kia có hàng triệu người sẵn sàng trả tiền để học cách làm quen và tạo ảnh hưởng với người khác! Đó chính là cách Dale Carnegie kiếm được tiền triệu và danh tiếng vang dội. Quyển sách để đời của ông, “Đắc nhân tâm” (How to win friends and influence people), là một trong những quyển sách bán chạy nhất thế kỷ 20 và là nội dung giảng dạy của viện đại học mang tên ông.

Bạn phải tin rằng ý tưởng của bạn cũng hay và độc đáo như ý nghĩ trong đầu người khác. Chỉ là bạn chưa có bước đi cụ thể nào khiến cho mọi người biết đến ý tưởng đó mà thôi. Đã bao giờ bạn nảy ra ý tưởng làm một việc gì đó tốt hơn hoặc giải quyết một vấn đề? Nhưng rồi bạn chẳng làm gì cả và vài tháng sau, đoán xem nào, bạn thấy một ai đó có ý tưởng y hệt bạn và kiếm được tiền. Hãy nhớ lại những điều bạn học được về tư duy ở chương trước. Nếu bạn một mực tin rằng mình chẳng có ý tưởng nào đáng giá thì từ trong vô thức bạn đã dựng lên một rào chắn, khiến ý tưởng đó dù tuyệt vời đến mấy cũng thui chột hoặc chết yếu!

Nói chung, phần lớn người đời đều lười biếng mà thời gian thì hữu hạn. Nếu bạn có thể chỉ cho họ cách thức giải quyết vấn đề, giúp họ đạt được mục tiêu nhanh hơn dễ hơn, họ sẽ lắng nghe và mua thông tin của bạn.

Vậy bạn có thông tin gì đặc biệt? Bạn biết cách làm thế nào để giảm cân? Kết bạn? Tìm bạn đời lý tưởng? Vun đắp cuộc sống lứa đôi? Trị chứng đau lưng, nhức mỏi? Tăng cường sức khỏe? Nuôi dạy con? Tự làm đồ trang sức? Nấu ăn ngon? Chữa bệnh? Làm vườn? Chăm sóc chim cá cảnh?...

Dưới đây là ví dụ về những người bình thường biết cách biến ý tưởng của họ thành nguồn thu nhập lâu dài.

Bert Ingleby là chuyên gia về trò chơi điện tử, anh bán kiến thức bằng cách viết sách về kỹ thuật và chiến lược chơi game, rồi đem bán trên trang web của mình www.vgsportsinc.com với giá 19,95 đô. Trong quyển sách, anh dạy những người thích chơi game cách đánh thắng giải Madden NFL, một trò chơi bóng bầu dục trên mạng. Với tính phổ biến của Internet, anh kiếm được thu nhập 187 ngàn đô một năm!

Steph Bairey biến kiến thức và niềm yêu thích kỳ không của mình thành nguồn thu nhập. Anh bán sách dạy chăm sóc kỳ không trên trang web www.practical-pet-care.com và thu được lợi nhuận mỗi lần quyển sách được tải xuống. Chi phí của anh bằng zero, tỉ lệ lợi nhuận là 100%! Chưa hết, nhân đà thành công của quyển sách này, anh viết thêm những quyển khác về chăm sóc mèo, chó, vẹt, cá, chim, nhện, v.v... và kiếm được rất nhiều tiền.

Không cần là nhà văn mới trở thành tác giả sách bán chạy...

Thậm chí bạn không cần phải viết!

Có thể bạn sẽ nói, *“Nghe thì hay ho lắm... Tôi có ý tưởng và kiến thức chuyên ngành, nhưng chưa có thành thế lại chẳng biết viết thì sao?”*. Bạn nghĩ thế là bởi vì bạn không biết một thực tế rằng chẳng cần phải văn hay chữ tốt vẫn viết sách được.

Bạn có thể chưa phải là ông này bà nọ, những câu bạn viết ra có thể không đúng ngữ pháp, nhưng bạn vẫn có thể trở thành tác giả quyển sách bán chạy nhất! Đây là một số ví dụ cho thấy thiên hạ vẫn bán sách ào ào mà chẳng cần danh tiếng lẫn khả năng viết lách.

Để tôi bắt đầu bằng câu chuyện có thật về bản thân mình. Khi tôi viết quyển sách đầu tiên, *“Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!”* – quyển sách hướng dẫn học sinh cách đạt điểm cao ở trường, tôi còn là sinh viên trường NUS! Văn vẻ của tôi còn lâu mới được gọi là hay, nhưng tôi vẫn kiếm được một nhà xuất bản chịu thực hiện quyển sách đó. Mặc dù họ tin tưởng vào nội dung tôi viết, nhưng cách viết của tôi chắc chắn... không bán nổi, thế là họ bắt tôi viết đi viết lại toàn bộ nội dung tới ba lần. Cuối cùng, tôi phải tìm một người biên tập giỏi giúp tôi sửa lại câu cú hoàn chỉnh để quyển sách đạt tiêu



chuẩn xuất bản! Cũng may lòng tin của nhà xuất bản đối với tôi đã được đền đáp. Trong vòng 6 tháng, sách của tôi trở thành quyển bán chạy nhất!

Một triệu đô từ quyển sách... không có chữ



Cindy Cashman 21 tuổi ở Texas đã kiếm được hơn một triệu đô bằng cách tung ra quyển sách nhan đề “Mọi điều đàn ông biết về đàn bà” (Everything Men Know About Women) với bút danh Bác sĩ Alan Francis.

Quyển sách dày 96 trang này không có một dòng chữ nào, (thì đàn ông đâu có biết gì về đàn bà), vậy mà nó đã bán được hơn 1 triệu bản trên toàn thế giới và hiện

được xếp hạng 4,5/5 sao trên trang Amazon.com. Theo đà thành công của quyển sách này, Cindy tiếp tục khơi dòng tiền chảy về mình với hàng loạt tựa sách, mỗi quyển sách có không quá 100 chữ.

Một trong những quyển sách bán chạy nhất của cô là “Quyển sách của nụ cười” (The Book of Smiles) gồm toàn hình ảnh những nụ cười khác nhau từ khắp nơi trên thế giới! Bạn có làm được như vậy không? Tất nhiên là có thể! Tìm hiểu thêm tại www.cindycashman.com.

“Món súp gà dành cho tâm hồn” (Chicken Soup for the Souls) mang về cho các tác giả hàng triệu đô, trong khi họ chỉ có công kể lại những câu chuyện của người khác!

Sau khi bị 140 nhà xuất bản từ chối vì nghĩ sách sẽ không bán được, cuối cùng hai tác giả Jack Canfield và Mark Victor Hansen cũng xuất bản được quyển “Món súp gà dành cho tâm hồn” và bán hơn 80 triệu bản trên toàn thế giới! Hãy tưởng tượng, chỉ cần kiếm được 2 đô tiền bản quyền trên một quyển sách, các tác giả đã kiếm được hơn 160 triệu, và tiền vẫn đổ về đều đều. Họ có phải là những nhà văn lỗi lạc không? Không, trong thực tế, họ không viết gì ngoài lời giới thiệu. Họ chỉ có công sưu tầm chất lọc những câu chuyện mà họ biết được từ người khác. Bạn có làm được vậy không? Tất nhiên, bạn làm được!



Tác giả sách bán chạy nhất không nhất thiết phải là nhà văn giỏi nhất!

Bạn đã nghe nói tới quyển sách bán được 23 triệu bản trên toàn thế giới “Cha giàu, cha nghèo” (Rich Dad, Poor Dad) chưa? Tác giả Robert Kiyosaki tự nhận mình viết rất tệ, mặc dù ông có ý tưởng cực kỳ độc đáo có thể giúp ích cho người đời. Thế là ông kết hợp với Sharon Lechter, một nhân viên kế toán có tài viết lách để người này chấp bút trong lúc ông thuật lại ý tưởng của mình. Vả lại, với tư cách đồng tác giả, kiến thức tài chính của Sharon là một sự bổ sung cần thiết cho quyển sách danh

tiếng của Kiyosaki.

Vì vậy, xin nhớ rằng, bao giờ cũng có cách phát huy ý tưởng của bạn. Nếu bạn không thể viết được câu cú mạch lạc, chỉ cần kiếm người viết thay bạn và chia tỉ lệ lợi nhuận cho anh ta. Bạn có thể thuê người viết trên mạng tại www.elance.com hoặc dùng phần mềm viết sách. Bạn chỉ cần nói vào micro. Một trong những phần mềm nhận diện giọng nói tốt nhất là “Dragon Naturally Speaking” sẽ làm nốt những phần việc còn lại.

Không thể nghĩ ra ý tưởng độc đáo ư? Không thành vấn đề... bạn có thể kiếm được nhiều tiền bằng cách tăng quy mô cho ý tưởng của người khác.

Nếu bạn vẫn nghĩ mình thiếu ý tưởng sáng tạo thì đừng lo! Có vô số ví dụ về những người kiếm được khoản tiền lớn mà không cần sở hữu một ý tưởng độc đáo nào cả. Chiến lược của họ là tăng quy mô cho ý tưởng của người khác. Sau đây là vài ví dụ.

Microsoft không tạo ra DOS

DOS, hệ điều hành máy tính cá nhân đầu tiên, không phải do Microsoft phát minh ra từ đầu. Năm 1979, Bill Gates mua độc quyền QDOS (MS-DOS được viết ra dựa trên QDOS) với giá 50 ngàn đô từ Công ty máy tính Seattle và kiếm được hàng tỉ đô bằng cách cấp phép bán phần mềm này cho IBM.

Ray Kroc không dựng lên McDonalds

Ray Kroc, ông chủ tập đoàn McDonalds không phải là cha đẻ của cửa hàng McDonalds hay bánh hamburger. Ông là người bán máy pha sữa. Trong một lần đến cửa hàng bán thức ăn nhanh của anh em nhà McDonalds ở California, ông ngỡ ngàng trước giá trị to lớn mà cửa hàng này mang lại cho khách hàng bằng việc bán bánh hamburger chất lượng cao với giá rẻ. Ông thấy được tiềm năng to lớn của việc mở rộng quy mô giá trị mà anh em McDonalds tạo ra, bằng cách nhân bản cửa hàng đó trên toàn nước Mỹ. Ông thuyết phục hai anh em bán lại thương hiệu của mình cho ông với giá 2,7 triệu đô. Họ đồng ý vì họ không nhìn thấy được tiềm năng của cửa hàng McDonalds như ông nhìn thấy.

Trong vòng 6 năm, McDonalds đã thành lập hơn 20.000 cửa hàng nhượng quyền ở khắp nước Mỹ (nghĩa là những người khác bỏ tiền mua quyền dựng lên cửa hàng), và tiền cấp phép đổ về tay Ray Kroc nhiều vô kể.

Jack Canfield và Mark Hasen không viết “Món súp gà dành cho tâm hồn”

Như đã nói ở trên, Jack Canfield và Mark Victor Hansen không hề viết những câu chuyện trong quyển sách “Món súp gà dành cho tâm hồn”. Họ thu thập các câu chuyện từ hàng trăm tác giả bình thường ở khắp mọi nơi và thu về 160 triệu đô với 80 triệu bản sách bán ra trên toàn thế giới!

Hãy nghĩ cách sở hữu quyền được sử dụng sản phẩm trí tuệ của người khác và kiếm hàng triệu đô bằng cách nâng ý tưởng của họ lên một quy mô mới.

Cơ hội lớn nhất vẫn còn đó cho bạn. Đa số các nhà sáng chế và tác giả sản phẩm trí tuệ là người có thể nghĩ ra ý tưởng tuyệt vời, nhưng lại không biết về khái niệm nhân rộng quy mô! Mà nếu có biết, họ thường không biết cách làm.

Vì vậy, nếu bạn khám phá ra những ý tưởng này, trong khi tác giả vẫn chưa được nhiều người biết đến, bạn có thể mua lại quyền sử dụng những ý tưởng này với giá rẻ, tương tự cách Bill Gates mua QDOS từ Seattle, hay Ray Kroc mua McDonalds từ hai anh em Dick và Mac McDonald.

Trong thực tế, khi búp bê Cabbage Patch mới ra đời, cha đẻ của nó muốn nó được xuất hiện trong các cửa hàng đến nỗi đưa ra một mức giá gần như cho không! Ngày nay, quyền để bán búp bê này thôi cũng có giá ít nhất 380 ngàn đô. Thử nghĩ xem, bạn có biết ai ắp ủ ý tưởng hoặc có một kỹ năng tuyệt vời mà chưa biết cách khai thác triệt để giá trị không? Bạn có thể mua bản quyền sử dụng sản phẩm trí tuệ và thu vào hàng triệu đô bằng cách phát triển sản phẩm đó không?

Câu hỏi đặt ra, bạn có thể tìm những ý tưởng tuyệt vời này ở đâu, hoặc phát hiện những nhà phát minh ngồi trên mỏ vàng mà không hay biết ở đâu? Đây là ba nguồn chính.

1. Lọc tìm cơ sở dữ liệu ở Cục đăng ký phát minh sáng chế

Khi ai đó sáng tạo ra một cái gì, anh ta thường bảo vệ sản phẩm của mình khỏi bị đánh cắp bằng cách đăng ký bản quyền trí tuệ. Hãy vào trang web của Cục đăng ký phát minh sáng chế Mỹ (US Patent Office) www.uspto.gov, bạn có thể tìm thấy nhiều ý tưởng đầy hứa hẹn. Nhớ rằng, nhiều người trong số họ không biết cách rao bán hoặc mở rộng quy mô cho những ý tưởng đó. Thế nên, nếu bạn nghĩ ra kế hoạch giúp tung sản phẩm của họ ra đại chúng, họ sẽ vui vẻ hợp tác với bạn.

2. Tìm các tác giả và chuyên gia có triển vọng

Hãy tìm các tác giả có sách hay và các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực khác nhau như sức khỏe, học tập, quan hệ, thuật lãnh đạo... Nếu phát hiện ý tưởng của họ có nhiều tiềm năng trong khi họ còn chưa nổi tiếng, hãy xin độc quyền sản xuất và phân phối các sản phẩm thông tin dựa trên ý tưởng của họ như đĩa CD, sách, băng hình và băng nói. Bạn có thể tìm những tác giả trong danh mục sách mới hay các tạp chí chuyên ngành.

3. Đi tìm các sản phẩm hoặc dịch vụ tốt nhưng chưa được khai thác trên phạm vi toàn cầu

Có vô khối ý tưởng, sản phẩm hay dịch vụ tuyệt đỉnh nằm rải rác đâu đó, đợi đến lúc được phát hiện và khai thác. Nhiều người kiếm được hàng triệu đô chỉ đơn giản bằng cách sao chép ý tưởng từ nước này sang nước khác và mở rộng quy mô ra toàn cầu.

Sau đây là một ví dụ rất hay. Trong lần tham dự hội chợ đồ chơi tại Đức, Ken Kerr chú ý đến mấy món đồ chơi bằng nhựa rất dễ thương. Khi ông mang về Mỹ, trẻ em lập tức mê mẩn những món này. Ông mua bản quyền và phân phối "Xì trum" (Smurfs) ở Mỹ, rồi bán cấp phép lại cho hàng trăm công ty Mỹ sản xuất đồ chơi, quần áo, đồ dùng học tập, v.v...

Cách 2: Khuếch đại giá trị của bạn bằng cách bán cho nhiều người hơn cùng lúc

Phương thức tăng quy mô giá trị thứ hai mà bạn có thể sử dụng là khuếch đại giá trị bằng cách tiếp cận nhiều khách hàng hơn cùng lúc. Sau đây là một số ví dụ.

a. Tăng số lượng khách hàng

Nếu là diễn giả, giáo viên hay nghệ sĩ, hãy nghĩ cách mở rộng diện phục vụ cho nhiều khách hàng hơn cùng lúc. Điều này hoàn toàn dựa vào nghệ thuật tiếp thị và định vị hình ảnh của bạn trong công chúng. Cùng một khoảng thời gian làm việc, bạn có thể khuếch đại giá trị của mình lên nhiều lần! Hãy đọc lại câu chuyện diễn giả Anthony Robbins kiếm được hơn 500 ngàn đô một ngày, và Lillian Too thu về 232.500 đô một ngày!

b. Mở rộng dịch vụ qua Internet

Internet là phương tiện mạnh nhất mà bất kỳ người nào biết dùng máy tính cũng đều sử dụng được để nhân rộng giá trị của họ trên phạm vi toàn cầu. Chưa bao giờ trong lịch sử, một người bình thường lại có thể tiếp cận được thị trường rộng lớn đến vậy... và hoàn toàn miễn phí!

Ví dụ, một luật sư về thuế có thể mở hội thảo trên Internet mỗi tuần một lần về chủ đề “Bí quyết đóng ít thuế hơn 36% mà vẫn đúng luật”, và thu 10 đô cho mỗi người đăng nhập. Chỉ cần 200 người đăng ký mỗi tuần, ông ta có thể kiếm được 8000 đô một tháng.

Tôi đã kể cho bạn nghe câu chuyện về bác sĩ người Ấn, Rajesh Sha, tận dụng sức mạnh của Internet để chữa bệnh cho hàng trăm ngàn người đến từ 112 quốc gia, và nhờ vậy mà khuếch đại giá trị của mình lên gấp bội. Trong phần tiếp theo, tôi sẽ chia sẻ với bạn cách thức tận dụng sức mạnh của Internet để mở rộng và khuếch đại giá trị của bạn!

c. Nhân rộng giá trị qua các phương tiện thông tin đại chúng

Bạn đã bao giờ tự hỏi tại sao có diễn viên được trả hơn 20 triệu đô cho một bộ phim và tại sao mỗi ngôi sao trong phim truyền hình “Những người bạn” (Friends) được trả 1 triệu đô cho mỗi tập phim? Làm sao Oprah Winfrey có thể tích lũy hơn 1,3 tỉ đô chỉ bằng cách nói chuyện với người khác và chia sẻ ý tưởng của họ? Tất cả những người này đều sử dụng sức mạnh của phương tiện truyền thông để phóng đại giá trị của mình. Ví dụ, một mình tinh màn bạc mất 12 tháng để đóng một bộ phim, nhưng bộ phim đó lại được chiếu cho 40 triệu người xem, nếu mỗi người trả 10 đô thì nhà sản xuất phim đã có một khoản tiền ketch xù. Đó là lý do tại sao diễn viên được trả tiền cát sê cao ngất trời như vậy.

Bạn của tôi, bạn không cần phải có sắc đẹp nghiêng nước nghiêng thành, có tài diễn xuất hay tài năng thể thao xuất chúng để đạt được quy mô này! Một lần nữa, bạn có thể thực hiện điều này dù ở bất kỳ ngành nghề nào. Ví dụ tiêu biểu là về đầu bếp Châu Á Martin Yan. Anh có ý tưởng hướng dẫn mọi người nấu các món ăn Trung Quốc nhanh và dễ dàng. Show truyền hình của anh “Martin Yan Nhanh & Dễ” (Martin Yan Quick & Easy) đến với hàng triệu gia đình thuộc hơn 50 nước, đã phóng giá trị và của cải của anh lên “tận mây xanh”! Tham khảo thêm tại www.yancancook.com.

d. Khuếch đại giá trị công ty bằng cách lên sàn chứng khoán

Làm sao thiên hạ có thể kiếm được hàng triệu đô chỉ trong vòng vài năm? Vẫn có cách, hãy đưa công ty lên sàn chứng khoán. Bằng cách này, chủ công ty có thể thấy giá trị cổ phiếu và của cải của họ tăng lên 20 lần hay thậm chí hơn nữa. Gần đây nhất, Larry Page và Sergey Brin, mỗi người sở hữu 13% của Google thấy tài sản của họ phóng đại lên 6 tỉ đô khi Google được lên sàn giao dịch NASDAQ.

Cách 3: Thu tiền huê hồng nhiều lần từ việc bán hàng hay giới thiệu sản phẩm

Để tăng giá trị, bạn có thể dùng cách thứ 3, tức là thu tiền huê hồng nhiều lần từ việc bán hàng hay giới thiệu sản phẩm chỉ một lần.

Trong một số ngành như bảo hiểm hay bán hàng đa cấp, hệ thống chi trả huê hồng nhiều lần được tính luôn trong lương. Ví dụ, khi một nhân viên bán bảo hiểm ký được một hợp đồng, anh ta được trả tiền huê hồng. Và anh ta còn được trả thêm tiền huê hồng trong vòng 5 năm mỗi khi khách hàng đóng tiền bảo hiểm hàng năm. Mặc dù họ chỉ bán bảo hiểm một lần, họ được trả nhiều lần cho cùng một nỗ lực. Kết quả, tiền công của họ được nhân lên gấp nhiều lần! Sau đây là một số loại hình giúp bạn được hưởng huê hồng nhiều lần.

- a. Nhân viên bất động sản thu tiền môi giới từ công ty luật, thiết kế nội thất, kiến trúc sư, công ty bảo hiểm và ngân hàng.
- b. Nhân viên bảo hiểm có thu nhập liên tục từ hợp đồng bảo hiểm và huê hồng từ cấp dưới.
- c. Nhân viên bán xe hơi nhận tiền môi giới từ ngân hàng, cửa hàng bán đồ dùng xe hơi và công ty bảo hiểm.
- d. Công ty luật và kế toán nhận tiền giới thiệu qua lại.
- e. Cửa hàng sửa xe hơi nhận tiền giới thiệu từ công ty bảo hiểm hoặc ngược lại.
- f. Những người bán hàng đa cấp có thu nhập liên tục khi sản phẩm được bán và lấy huê hồng từ cấp dưới.
- g. Chủ trang web thu tiền quảng cáo từ các công ty qua Google AdSense.
- h. Chủ trang web nhận huê hồng khi giới thiệu sản phẩm/dịch vụ của những trang web khác.
- i. Chủ công ty kiếm thêm thu nhập bằng cách bán và bán lại dữ liệu cho những công ty khác có cùng đối tượng khách hàng (tất nhiên là hợp pháp).

Trong những ngành khác, bạn có thể kiếm được tiền huê hồng nhiều lần bằng cách giới thiệu khách hàng của bạn cho đối tác. Ví dụ, là nhân viên bất động sản, bạn có tiền huê hồng trực tiếp khi bán được nhà. Tuy vậy, bạn có thể thu được tiền huê hồng liên tục từ nhà thiết kế nội thất, ngân hàng (trả góp), kiến trúc sư, công ty xây dựng và luật sư, khi bạn giới thiệu dịch vụ của họ cho khách hàng của bạn.

Cách 4: Thu lợi nhuận, cổ tức hoặc tiền bản quyền từ công ty

Cách thứ tư là dùng sức mạnh của công ty để khuếch đại giá trị của bạn! Dù là người làm công hay làm việc tự do, bao giờ giá trị mà bạn tạo ra trong khoảng thời gian hữu hạn cũng chỉ đạt đến một mức giới hạn nào đó. Thường bạn phải đổ công sức để có tiền. Nếu không tiếp tục làm thì thu nhập sẽ bị cắt.

Khi thành lập công ty, bạn có thể cung cấp dịch vụ cho nhiều người hơn mà không cần đích thân đứng ra làm. Theo nghĩa đen, bạn nhân giá trị của mình lên gấp nhiều lần.

Trong công tác đào tạo, một mình tôi chỉ có thể thực hiện một buổi nói chuyện một lần, với số học viên tối đa là 5000 người một năm. Bằng cách xây dựng Adam Khoo Learning Technologies Group và huấn luyện các chuyên gia đào tạo khác cách tổ chức hội thảo, tôi có thể mở ra 10 buổi hội thảo cùng lúc, ở 5 nước khác nhau, đáp ứng hơn 10 lần lượt khách hàng một năm. Kết quả, giá trị và của cải của tôi được nhân lên gấp 10 lần.

Giống như trường hợp của tôi, giá trị của bạn có thể nhân rộng bằng nhiều cách...

a. Thu lợi nhuận và cổ tức từ việc xây dựng hệ thống kinh doanh

Ví dụ, một thầy giáo dạy Toán giỏi dựng lên một trung tâm dạy thêm và thuê các giáo viên khác về dạy Toán theo phương pháp giảng dạy của mình. Thay vì chỉ dạy 10 người một năm, công ty của ông huấn luyện được hơn 500 người một năm. Bên cạnh lương của giám đốc, ông còn thu được lợi nhuận từ mỗi chi nhánh được mở ra. Một lần nữa, bạn có thể làm được việc này bằng cách mở rộng quy mô cho mọi ngành nghề, từ bất động sản, làm tóc, dịch vụ luật, y tế cho tới giáo dục.

b. Chủ công ty mở thêm nhiều cửa hàng, tạo thêm nhiều nguồn lợi nhuận

Càng có nhiều chi nhánh và cửa hàng, giá trị và của cải của bạn càng được nhân rộng.

c. Doanh nghiệp phát triển các dòng sản phẩm khác từ sản phẩm chính

Bên cạnh việc mở ra nhiều chi nhánh, bạn có thể thêm nhiều sản phẩm và dịch vụ liên quan vào dòng sản phẩm/dịch vụ hiện tại của công ty. Như vậy, bạn có thể nhân giá trị của mình lên bằng cách bán cho khách hàng nhiều sản phẩm khác nhau.

d. Thu tiền bản quyền từ việc bán nhượng quyền thương hiệu và mô hình kinh doanh

Nếu bạn không có tiền để mở thêm chi nhánh, bạn có thể bán nhượng quyền thương hiệu và mô hình kinh doanh của mình cho hàng trăm người khác và thu về hàng trăm ngàn đô tiền bản quyền mỗi năm.

e. Thu phần chia lợi nhuận từ công ty của bạn

Ngay cả khi bạn không phải là một doanh nhân, bạn vẫn có thể nhân rộng giá trị của mình bằng cách tham gia chương trình chia lợi nhuận của công ty. Một lần nữa, nếu bạn là người tạo ra giá trị cao, hãy đề nghị được chia một phần lợi nhuận của công ty.

f. Chuyên gia tư vấn tiếp thị, quảng cáo & quản lý hưởng phần trăm lợi nhuận từ khách hàng

Chuyên gia hay công ty cung cấp dịch vụ cho công ty khác (Business to Business - B2B) cũng có thể có được nguồn thu nhập đều đều bằng cách lấy theo phần trăm lợi nhuận của khách hàng hơn là thu một phần phí cố định.

Nếu bạn đang làm một công việc tám tiếng một ngày nên không có vốn và thời gian để xây dựng

công ty, thì trong phần tiếp theo, bạn sẽ học được cách xây dựng một công ty trên mạng tại nhà.

Thế là bạn đã có trong tay bốn phương pháp có thể vận dụng ngay để nhân thu nhập của mình lên gấp nhiều lần.

Làm sao tôi có thể tăng quy mô giá trị của mình?

Sau khi đọc những ví dụ người thật việc thật và đầy hứng khởi trên, tôi chắc rằng bạn nôn nóng muốn bắt đầu áp dụng các phương pháp để tạo ra nhiều nguồn thu nhập cho bản thân.

Và bây giờ trong vòng 30 phút, bạn hãy suy nghĩ về tất cả những cách thức mà bạn có thể sử dụng ngay lập tức để tăng quy mô giá trị lao động của mình.

Hãy trả lời các câu hỏi, *“Làm thế nào để giá trị tôi tạo ra có thể ảnh hưởng tới nhiều người hơn? Làm sao tôi có thể nhân rộng hay khuếch đại hiệu quả mỗi giờ làm việc? Có cách nào chỉ làm một lần mà lại nhận được thù lao nhiều lần không?”*. Hãy bắt đầu và làm ngay bây giờ!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Trong phần tiếp theo, chúng ta sẽ đi vào chi tiết các phương pháp mà tất cả mọi người ở bất cứ ngành nghề nào, dù giàu hay nghèo, cũng biết tận dụng thông qua sức mạnh của Internet để kiếm nhiều tiền hơn từ các nguồn thu nhập.

Phần IV

TẠO NHIỀU NGUỒN THU NHẬP THÔNG QUA INTERNET

CHƯƠNG 9

GÂY DỰNG VIỆC KINH DOANH SINH LỢI MÀ KHÔNG CẦN NGHỈ LÀM

Trong chương trước, bạn đã hiểu rằng muốn tăng thu nhập lên gấp nhiều lần, bạn phải khuếch đại và nhân rộng giá trị của mình lên tương ứng. Đó là con đường duy nhất giúp bạn tạo ra nhiều nguồn thu nhập.

Cách tốt nhất để đạt được điều này là tạo ra việc kinh doanh dựa trên niềm đam mê của bạn... vì những việc mà bạn yêu thích sẽ thúc đẩy bạn hành động. Tôi tin rằng bất cứ ai muốn nhanh chóng tiến tới mức độ tự do về tài chính hoặc dư dả tiền bạc đều phải đi đến chỗ kinh doanh để tăng thêm nguồn thu nhập. “Phi thương bất phú” mà!

“Nhưng... hựm đã! Làm sao tôi có thể kinh doanh trong khi vẫn đi làm, mà tôi thì không muốn mạo hiểm với đồng lương ổn định hiện tại?”, “Sếp sẽ không cho phép tôi kinh doanh đâu!”, “Tôi không có thời gian và không có vốn!”, “Nếu thua lỗ thì sao?”, “Tôi không thể mất tiền được...” Đây là lo lắng chung của nhiều người, đồng thời cũng là rào cản do chính họ dựng lên, trói buộc họ trong vòng luẩn quẩn: làm tới chết vẫn không giàu nổi.

Trong khi việc kinh doanh kiểu truyền thống đòi hỏi rất nhiều thời gian, tiền bạc và đối mặt với nhiều rủi ro thì việc kinh doanh trên mạng dễ dàng hơn lại kiếm được lợi nhuận tương đương (thậm chí nhiều hơn).

Thật may, chúng ta đang sống trong thời đại mà việc kinh doanh kiếm được hàng triệu đô trong vòng vài năm gần gũi chưa bao giờ dễ dàng và nhanh chóng đến thế! Các số liệu cho thấy, làm giàu trong thời buổi hiện nay đơn giản hơn 20 năm trước rất nhiều.

Mỗi năm, con số triệu phú và tỉ phú lại tăng lên chóng mặt, những người đã giàu càng giàu thêm. Nhiều tỉ phú và triệu phú có tuổi đời rất trẻ và đến từ mọi tầng lớp xã hội! Đó là nhờ công nghệ thông tin và sự bùng nổ Internet đã góp một phần lớn trong việc san bằng khoảng cách giữa người với người, thuộc mọi thành phần khác nhau. Cách đây khoảng 20-30 năm, khi chúng ta còn sống trong thời đại công nghiệp, gần như mọi mua bán trao đổi đều liên quan đến sản phẩm vật chất. Để mở một công ty, bạn cần rất nhiều vốn để xây nhà máy, mua nguyên vật liệu, thuê nhân

công, thực hiện các công trình nghiên cứu và đợi ít nhất từ 3 đến 5 năm để hòa vốn, rồi mới hy vọng kiếm lời.

Ngày nay, chúng ta sống trong kỷ nguyên công nghệ thông tin, mặc dù điều này có thể không tốt cho người làm công (vì bạn có thể bị sa thải bất kỳ lúc nào, nếu sau 40 tuổi bạn không còn đóng góp thêm được gì nữa), nhưng lại là tin tốt nếu bạn muốn trở thành doanh nhân.

Việc kinh doanh ngày nay không cần văn phòng, không cần nhân viên, không cần nguyên vật liệu mà vẫn có thể mang về cả triệu đô! Cái bạn cần là một ý tưởng, sau đó bạn có thể dùng sức mạnh của Internet để “đứng trên vai những đại gia” mà vươn tới thị trường hàng tỉ đô rộng lớn ngoài kia. Tại sao thế?

Bởi vì sản phẩm “hot” nhất hiện nay chính là thông tin như kiến thức chuyên ngành, phần mềm và công nghệ, những thứ được mua bán nhanh chóng trên mạng! Và bạn có thể dễ dàng kinh doanh loại sản phẩm sinh lợi này bằng cách làm việc bán thời gian ở nhà, trong khi vẫn giữ chỗ làm trong công ty. Chẳng phải đây chính là thời điểm bạn học cách nắm bắt cơ hội tuyệt vời này và trở thành doanh nhân hay sao?

Nói tóm lại, tôi muốn làm phép so sánh giữa việc kinh doanh kiểu truyền thống với việc kinh doanh trên mạng. Khi kinh doanh kiểu truyền thống, bạn cần có mặt mọi lúc mọi nơi nhưng khi kinh doanh trên mạng, bạn có thể làm bán thời gian tại nhà (hai, ba tiếng mỗi ngày). Kinh doanh kiểu truyền thống đòi hỏi vốn ban đầu và chi phí hoạt động rất lớn. Còn chi phí hoạt động kinh doanh trên mạng tương đối rẻ. Kết quả, nếu bạn có lỡ kinh doanh trên mạng thất bại, chi phí cũng thấp hơn rất nhiều. Điều này có nghĩa là bạn có thể dễ dàng bắt đầu lại công việc kinh doanh trên mạng với sản phẩm mới dành cho một thị trường chuyên biệt (niche market) khác.

Khi kinh doanh kiểu truyền thống, thị trường của bạn bị giới hạn trong một khu vực hay một quốc gia. Khi kinh doanh trên mạng, thị trường của bạn chính là 935 triệu người dùng Internet và con số này vẫn tiếp tục tăng nhanh mỗi năm. Hãy suy nghĩ về điều này! Giả sử bạn có một sản phẩm hay dịch vụ tuyệt vời, chỉ cần chiếm lĩnh được 1% thị trường Internet, bạn sẽ có 9,35 triệu khách hàng. Chỉ cần mỗi khách hàng chi 1 đô cho bạn thì bạn đã có trong tay 9,35 triệu đô rồi! Đây chính là sức mạnh của tính quy mô. Lillian Too, bác sĩ Rajesh Shah, Bert Ingley và những người khác mà tôi nói tới trong chương trước đã tận dụng cách này để làm nên tiền tài sự nghiệp. Chẳng phải đây là lúc bạn nên tự mình khai thác mỏ vàng vô tận này hay sao?

Vẫn chưa hết. Một điểm nữa là khi kinh doanh kiểu truyền thống, đồng tiền bạn kiếm được là nội tệ và bạn phải đợi khách hàng thanh toán trong vòng 30-60 ngày. Với việc kinh doanh trên mạng, bạn kiếm tiền bằng đô la Mỹ và bạn nhận tiền từ khách hàng ngay lập tức.

Trong kinh doanh kiểu truyền thống, bạn cần rất nhiều tiền để cạnh tranh trên thương trường vốn khốc liệt chẳng kém gì chiến trường. Bạn cần có văn phòng hoặc nhà máy đồ sộ, hàng trăm nhân viên và phải chi hàng núi tiền cho quảng cáo để tạo ảnh hưởng và chiếm lĩnh thị phần. Trên mạng, bạn chẳng cần là “ông nọ bà kia” và với một ít tiền, bạn vẫn có thể tạo được chỗ đứng riêng. Tại sao?

Bởi vì trên mạng, khách hàng đánh giá bạn qua chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ, tính sáng tạo và khả năng thu phục con tim và khối óc của khách hàng. Họ không biết đằng sau trang web là ai, nên không thể và không cần đánh giá bạn qua diện mạo, tuổi tác, bằng cấp hay tất cả những yếu tố không liên quan đến nhu cầu của họ.

Bạn có thấy hào hứng không? Bản thân tôi đã hết sức sung sướng vào lần đầu tiên tôi học được cách kiếm tiền qua mạng. Mặc dù vậy, tôi biết trong đầu bạn vẫn nghĩ đến vài chữ “nhưng”. Có thể đó cũng chính là nỗi lo lắng, hoài nghi mà tôi đã có khi bắt đầu kinh doanh trên mạng. Tuy nhiên, khi tôi phát hiện ra nhiều người bình thường xung quanh tôi (có người là bạn tôi) kiếm được rất nhiều tiền, thì tôi hiểu việc kinh doanh trên mạng không phải là trào lưu nhất thời, mà là phương tiện hữu hiệu cho bất cứ ai có đủ đam mê, nhiệt huyết và quyết tâm làm giàu. Vậy thì, trước khi chúng ta học cách biến ý tưởng thành lợi nhuận, hãy để tôi xua tan những hiểu lầm của người đời về việc kinh doanh trên mạng.

Hiểu lầm 1: Kiếm tiền trên mạng chỉ là cơn sốt hoang đường

Trong những năm cuối thập kỷ 90, người ta tin rằng Internet sẽ thay thế tất cả các phương tiện truyền thống như tivi, đài và báo chí, thế là bàn dân thiên hạ ào ào mở kinh doanh trên mạng (đó chính là thời đại dotcom). Những nhà đầu tư hám lời, nhắm mắt quăng cả triệu đô vào bất cứ công ty nào có đuôi “.com”. Nhiều công ty trong số này chỉ là đồ “dỏm”, với mô hình kinh doanh nghèo nàn, sản phẩm kém chất lượng và mặc dù không thể kiếm ra một đồng lời, nó vẫn có giá hàng trăm triệu đô chỉ vì “cơn sốt chấm com” này.

Lẽ dĩ nhiên, sau một thời gian cơn sốt qua đi, nhiều nhà đầu tư nhận ra rằng mình đã đổ tiền xuống sông xuống biển, thị trường chứng khoán công nghệ sụp đổ làm tất cả “mất trắng”. Từ đó, nhiều người tin rằng việc kinh doanh trên mạng chỉ là trò lừa đảo.

Điều mà phần lớn mọi người không nhận ra là trong khi có những công ty “dotcom” làm trò ma, vẫn có những công ty thật sự vững mạnh với sản phẩm và dịch vụ tốt, mô hình kinh doanh hoàn hảo đã và đang kiếm được từ hàng ngàn tới hàng triệu đô lợi nhuận. Một số công ty như Ebay (lợi nhuận 778 triệu đô), Google (lợi nhuận 100 triệu đô), Amazon (lợi nhuận 558 triệu đô) với hàng trăm nhân viên, trong khi một số khác chỉ có một người làm chủ như Bert Ingley (lợi nhuận hơn 137 ngàn đô) và Aaron Ang (lợi nhuận hơn 60 ngàn đô). Còn vô số ví dụ về những người kiếm được hàng trăm ngàn đô một năm nhờ kinh doanh trên mạng.

Hiểu lầm 2: Kinh doanh trên mạng dễ như trở bàn tay

Một trong những lý do khiến nhiều người thất bại trong việc kinh doanh trên mạng là vì họ nghĩ nó dễ như trở bàn tay. Họ tin rằng tất cả những việc phải làm chỉ là dựng lên một trang web, dán vài bức ảnh bắt mắt về sản phẩm, rồi ngồi đó mà đợi hàng triệu người tranh nhau đặt hàng.

Sự thật, chẳng có gì dễ dàng trên đời cả. Việc kiếm tiền bằng kinh doanh trên mạng cũng đòi hỏi thời gian, quyết tâm và nỗ lực. Bạn phải có một kế hoạch kinh doanh tốt, nguồn sản phẩm/dịch vụ giá trị cao để đáp ứng nhu cầu thật sự, tăng tính cạnh tranh của trang web và liên tục thu hút khách hàng qua các phương pháp tiếp thị.

Mặc dù vậy, may mắn ở chỗ là việc mở và điều hành kinh doanh trên mạng khá dễ so với kinh doanh kiểu truyền thống nhờ chi phí thành lập và hoạt động thấp. Bạn cũng không cần thuê nhân viên. Bạn chỉ cần dành ra 3-4 giờ một ngày làm việc tại nhà (so với 20 giờ một ngày khi kinh doanh

KINH DOANH KIỂU TRUYỀN THỐNG	KINH DOANH TRÊN MẠNG
• Đòi hỏi 100% nỗ lực và thời gian • Chi phí thành lập và hoạt động rất lớn như thuê mặt bằng, trả lương nhân viên, hàng dự trữ, quảng cáo • Thị trường địa phương nhỏ hẹp • Thu tiền bằng mặt tiền • Thường mất 30-60 ngày để nhận được tiền từ khách hàng • Cần phải chi trả nhiều tiền để nắm thị phần • Bị đánh giá bởi ngoại hình, tuổi tác, giới tính, vv... • Tiếp thị một chiều • Chi phí cho thuê bãi cao • Tiếp thị đại trà • Bị giới hạn bởi giờ làm việc	• Dễ dàng thành lập và điều hành trong khi vẫn theo đuổi việc làm chính. Chỉ cần làm 2-3 tiếng mỗi ngày • Chi phí hoạt động tương đối rẻ • Thị trường toàn cầu với 995 triệu người dùng Internet, và con số này tiếp tục tăng nhanh mỗi năm • Thu tiền ngay bằng ngoại tệ (USD) • Không cần nói tiếng và với một ít tiền, vẫn có thể tạo được chỗ đứng • Được đánh giá bằng chất lượng ý tưởng • Tiếp thị hai chiều và sử dụng đa phương tiện • Chi phí cho thuê bãi thấp • Tiếp thị trực tiếp tới đúng đối tượng • Cung cấp sản phẩm/dịch vụ 24h/ngày, 7 ngày/tuần và bạn có thể kiếm tiền ngay trong lúc ngủ

kiểu truyền thống) mà vẫn có lãi.

Hiếu lầm 3: Kiếm tiền trên mạng rất nhanh chóng

Lại một quan niệm sai lầm khác khiến người ta thất bại khi kinh doanh trên mạng. Nhiều người tưởng rằng họ sẽ kiếm được hàng ngàn đô trong vài tháng mà chỉ phải động đây mấy đầu ngón tay trên bàn phím, bởi thế họ vỡ mộng, mất kiên nhẫn rồi bỏ cuộc.

Sự thật, bạn cần thời gian hoàn thiện trang web, thu hút đối tượng khách hàng, tạo dựng mối quan hệ với họ, chỉ có thế họ mới bắt đầu mua hàng của bạn. Ban đầu, bạn có thể chỉ kiếm được số tiền khiêm tốn vài trăm đô một tháng. Khi có nhiều khách hàng hơn, số tiền mới lớn dần lên vài ngàn đô, vài chục ngàn đô và cuối cùng là vài trăm ngàn đô. Hãy tiếp cận vấn đề theo cách này: nếu bạn kiếm được 500 đô/tháng từ việc kinh doanh trên mạng, ba việc kinh doanh trên mạng sẽ mang lại cho bạn 1500 đô/tháng. Nếu công việc chính giúp bạn có được 40 ngàn đô/năm, như vậy thu nhập của bạn đã tăng lên 40%!

Dù sao, bạn vẫn kiếm lời nhanh hơn nhiều so với kiểu kinh doanh truyền thống, vì kinh doanh kiểu truyền thống cần chi phí thành lập và hoạt động cao nên tốn nhiều thời gian hơn để đạt mức hòa vốn. Bên cạnh đó, bạn cần nhiều thời gian hơn để thu tiền từ khách hàng trong thế giới “thật”.

Hiếu lầm 4: Việc mở kinh doanh trên mạng là miễn phí

Để xây dựng một công việc kinh doanh sinh lợi, bao giờ cũng cần tiền. Dù tham gia bất cứ loại hình kinh doanh nào, bạn cũng cần đầu tư thời gian và tiền bạc mới có được lợi nhuận. Những người kinh doanh trên mạng thành công đều sẵn sàng đầu tư từ vài trăm tới vài ngàn đô để nghiên cứu, quảng cáo, mua phần mềm và tăng cường kiến thức bản thân.

Tuy vậy, cái giá như thế vẫn rất rẻ so với kiểu kinh doanh truyền thống, loại hình đòi hỏi bạn phải đầu tư từ hàng chục đến hàng trăm ngàn đô.

Hiếu lầm 5: Thị trường Internet đã bão hòa với quá nhiều trang web nên không còn cơ hội kiếm tiền nữa

Nhiều người tin rằng có quá nhiều trang web trên mạng, bán không thiếu thứ gì nên không còn cơ hội kiếm tiền trên mạng nữa. Đúng là có hàng triệu trang web bán đủ thứ trên trời dưới đất, nhưng bạn ơi, số lượng kinh doanh kiểu truyền thống thậm chí còn nhiều hơn nữa. Chẳng phải xung quanh bạn có vô khối cửa hàng bán đồ ăn, quần áo, đồ chơi, đồ trang trí nội thất và điện tử... đó sao. Điều này có nghĩa là thiên hạ không còn ai có cơ hội kiếm tiền nữa chẳng? Dĩ nhiên là không! Trăm người bán vạn người mua, chừng nào xã hội con người còn tồn tại và phát triển, bạn vẫn có thể kiếm được lợi nhuận kha khá trong kinh doanh nếu tìm được thị trường chuyên biệt để cung cấp sản phẩm/dịch vụ phù hợp, với các biện pháp tiếp thị tài tình.

Sự thật, mặc dù có hàng triệu trang web trên mạng, phần lớn các trang này chỉ có vỏ bề ngoài mà không có ruột. Bởi vậy, phần lớn đều kinh doanh éo uột. Với những chiến lược hiệu quả và lượng thông tin quý giá bạn sẽ học được trong những chương sau về việc kinh doanh trên mạng, bạn sẽ dễ dàng hóa giải những khó khăn để chiếm lĩnh thị phần và tạo nguồn thu nhập.

Năm yếu tố giúp việc kinh doanh trên mạng tại gia thành công

Câu hỏi đặt ra, điều gì giúp cho một trang web, trong số hàng triệu trang web trên mạng, làm ăn có lời? Thật ra, những yếu tố giúp cho việc kinh doanh kiểu truyền thống thành công thì cũng hữu ích cho việc kinh doanh trên mạng. Những điều nghe có vẻ nhàm tai này chính là yếu tố sống còn đối với việc kinh doanh, tuy vậy mà nhiều người thông minh đã bỏ sót.

1. Nhu cầu sản phẩm hoặc dịch vụ cao

Không gì tệ hại hơn khi giới thiệu một sản phẩm không ai muốn mua hoặc có quá ít người mua nên chẳng bỏ công. Nhiều người bán trên mạng những sản phẩm bày nhan nhản ngoài chợ hoặc trong các trung tâm thương mại, vậy thử hỏi làm sao họ có thể bán được?

Muốn thành công, bạn phải tìm ra một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó có nhu cầu cao trong xã hội, hoặc bạn phải cung cấp giải pháp cho một vấn đề cấp thiết mà hàng triệu người sẵn sàng trả tiền để có được. Chỉ có như vậy mới mong thiên hạ đổ xô mua sản phẩm/dịch vụ của bạn. Vậy làm cách nào để tìm ra thị trường chuyên biệt có nhu cầu cao? Điều này sẽ được đề cập đến trong hai chương kế tiếp, xin bạn hãy nhẫn nại.

2. Lý tưởng nhất, không phải trữ hàng

Kinh doanh trên mạng mà cần dự trữ hàng hóa có nghĩa là bạn phải bỏ tiền ra mua hàng, lo lắng về kho bãi và khâu vận chuyển. Dĩ nhiên, bạn có thể kiếm được lợi nhuận từ những việc này, nhưng bạn sẽ rất vất vả, nhất là khi bạn còn công việc chính!

Tốt hơn, hãy chọn kinh doanh các sản phẩm kỹ thuật số (giao hàng qua mạng tức thì), hoặc bạn có thể phối hợp với nhà sản xuất và phân phối để họ dự trữ và giao hàng cho bạn. Loại hình kinh doanh qua mạng lý tưởng nhất là khi bạn không cần phải chạm tay tới những món hàng mà bạn bán. Bạn sẽ học được cách tìm và tạo ra những sản phẩm này trong những chương sau.

3. Chi phí thành lập và hoạt động thấp

Có nhiều công ty trên mạng thành công nhưng cần tới cả trăm ngàn đô để gây dựng, cũng như cả một đội quân để vận hành như Google, Ebay, Yahoo! và Amazon.

Tuy vậy, có những việc kinh doanh giống như gà đẻ trứng vàng với chi phí ban đầu chưa tới 1000 đô và người chủ có thể làm việc tại nhà. Trong thực tế, kể cả khi bạn có vài trăm ngàn đô trong tài khoản, tôi khuyên bạn đừng “vung tay quá trán” vội. Khởi nghiệp với một số tiền khiêm tốn, chúng ta buộc phải sáng tạo hơn và cẩn trọng hơn khi xài từng đồng. Đó là hai yếu tố hết sức quan trọng để kinh doanh thành công.

4. Tiếp cận trên phạm vi toàn cầu

Tiêu chuẩn tiếp theo là đảm bảo trang web cũng như sản phẩm/ dịch vụ của bạn hướng ra toàn cầu chứ không dừng lại ở địa phương hay đất nước bạn. Khi bán một sản phẩm giới hạn trong một khu vực, thị trường sẽ quá nhỏ, khó mà sinh lợi cho bạn. Đặc biệt là khi bạn sở hữu hàng “độc” như bộ sưu tập Star Wars. Lợi thế của việc cung cấp sản phẩm cho một thị trường chuyên biệt là bạn có thể tiếp cận nó dễ dàng hơn, ít tốn phí quảng cáo hơn và bạn có cơ hội trở thành người dẫn đầu thị trường. Khi khách hàng của bạn là 935 triệu người dùng Internet, thì ngay cả một sản phẩm chuyên biệt như “Làm sao để huấn luyện kỳ nhông” cũng có hàng trăm khách hàng, đem về cho bạn hàng ngàn đô lợi nhuận.

5. Sản phẩm có tỉ lệ lợi nhuận cao

Cuối cùng, bạn nên bán loại sản phẩm cho tỉ lệ lợi nhuận cao. Với tỉ lệ lợi nhuận thấp, bạn không thể đổ nhiều tiền vào quảng cáo và phẩm mềm là hai thứ tối quan trọng để được “lên hạng” trên các công cụ tìm kiếm trên Internet. Tỉ lệ lợi nhuận thấp cũng có nghĩa là bạn phải bán nhiều sản phẩm hơn để đạt được mức lợi nhuận mong đợi.

Trong các chương tới, bạn sẽ được hướng dẫn cách tạo hoặc tìm sản phẩm có tỉ lệ lợi nhuận cao nhất. Thật ra, đó chính là sản phẩm thông tin, bởi vì chi phí nhân bản và vận chuyển bằng 0. Hơn nữa, sản phẩm thông tin được xem là có giá trị, nên bạn có thể đặt giá cao. Đó cũng là lý do tại sao tôi thích các sản phẩm thông tin như eBooks (sách điện tử), phần mềm, DVD và CD. Chỉ cần tốn vài đồng để sản xuất những mặt hàng đó nhưng bán được cả trăm đồng.

Các doanh nhân thành công nhờ kinh doanh tại gia trên mạng

Trước khi tìm hiểu chi tiết làm sao để bắt đầu việc kinh doanh trên mạng, tôi xin giới thiệu với bạn một vài gương thành công trong loại hình kinh doanh này.

Jermaine Griggs với Hearandplay.com

Một tuần, Jermaine Griggs kiếm được 9.900 đô qua mạng nhờ hướng dẫn người khác cách chơi đàn piano bằng tai thông qua khóa tự học nhạc tại gia với giá 69,95 đô, bao gồm toàn bộ băng hình, đĩa CD và sách bài tập.

Preston Ruther với www.wire-sculpture.com

Preston bán khóa học (video, sách và sản phẩm kèm theo) về cách thức tự làm đồ trang sức với giá 125,95 đô.

Aaron Ang với www.gameshop.com.sg

Aaron kiếm được 5000 đô/tháng bằng cách bán các trò chơi điện tử cho các nước Singapore, Úc, New Zealand và Mã Lai.

Bạn thấy đó, những con người năng động kinh doanh trên mạng đủ thứ từ trang sức cho tới chăn đắp cho em bé. Miễn là có thị trường cho sản phẩm và dịch vụ của bạn, bạn sẽ thấy việc tìm và bán chúng không quá khó. Vậy còn gì cản trở bạn không bắt tay kinh doanh trên mạng tại nhà? Nào ta hãy bắt đầu...



CHƯƠNG 10

BIẾN NIỀM ĐAM MÊ THÀNH NGUỒN THU NHẬP BỀN VỮNG

Trong ba chương tiếp theo, bạn sẽ được hướng dẫn 10 bước quan trọng để kinh doanh trên mạng thành công. Tất nhiên, tôi không thể điểm hết các hoạt động chi tiết, nhưng tôi hứa sẽ cung cấp đủ thông tin giúp bạn bắt đầu kinh doanh một cách tự tin.

Một trong những lý do khiến nhiều người kinh doanh trên mạng thất bại là vì họ không nghĩ đó là việc kinh doanh nghiêm chỉnh mà chỉ xem như thú tiêu khiển, hứng lên thì ngó ngang đến không thì thôi. Họ đơn giản cho rằng chỉ cần thiết kế một trang web, đăng vài bức ảnh sản phẩm, đưa ra mức giá rồi tiền sẽ tự nó chảy về. Nhầm to, việc kinh doanh trên mạng cũng đòi hỏi lắm công phu và các chiến lược ngắn hạn, dài hạn y như bất cứ loại hình kinh doanh nghiêm túc nào! Bạn cần lên kế hoạch cụ thể, quyết tâm cao độ và kiên trì hành động!

Trước tiên, bạn phải tìm hiểu nhu cầu của các đối tượng khách hàng, nghiên cứu thị trường, cho các đối thủ vào tầm ngắm, tìm nguồn sản phẩm có giá trị, áp dụng các biện pháp tiếp thị mạnh mẽ, quản lý tài chính, đưa ra hệ thống thanh toán đáng tin cậy (điều này đặc biệt quan trọng ở Việt Nam khi tỉ lệ người dân dùng thẻ tín dụng còn thấp) và xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng. Có cả một núi việc cần làm, nhưng dù sao vẫn dễ hơn nhiều so với việc kinh doanh kiểu truyền thống. Tất cả những việc bạn cần làm để phát triển kinh doanh trên mạng và biến nó thành máy in tiền là thực hiện 10 bước sau:



Bước 1: Xác định niềm đam mê và công việc mà bạn tinh thông nhất

Bước 2: Tìm thị trường chuyên biệt (niche market)

Bước 3: Đánh giá đối thủ và tiềm năng lợi nhuận

Bước 4: Tìm hoặc tạo ra sản phẩm và nguồn thu nhập

Bước 5: Thiết kế và xây dựng trang web

Bước 6: Viết lời chào hàng hấp dẫn để thuyết phục khách hàng mua hàng

Bước 7: Thiết lập hệ thống đặt hàng và thanh toán

Bước 8: Thu hút khách hàng vào trang web của bạn

Bước 9: Tạo danh sách khách hàng

Bước 10: Duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng cho tới khi họ mua hàng

Nào, ta hãy bắt đầu học hỏi chi tiết từng bước một.

Bước 1: Xác định niềm đam mê và công việc mà bạn tinh thông nhất

Muốn thành công ở bất cứ lĩnh vực nào, bạn phải say mê và thành thạo công việc bạn làm.

Thị trường nào cũng cạnh tranh khốc liệt và chỉ có người giỏi nhất mới kiếm được lợi nhuận cao. Làm sao để trở thành người giỏi nhất? Câu trả lời là bạn phải toàn tâm toàn ý vào công việc đó và bạn chỉ làm được điều này khi có lòng đam mê cao độ (Thói quen triệu phú 5). Như đã nói ở các chương trước, tất cả những người thành công đều có một điểm chung: họ yêu thích, thậm chí bị ám ảnh về những gì họ làm.

Bạn nên hiểu, đa số mọi người lên mạng không phải để mua sản phẩm hay dịch vụ mà là tìm thông tin để giải quyết vấn đề hoặc đạt mục tiêu của họ. Bằng cách tập trung vào lĩnh vực mà bạn tinh thông và ham thích nhất, bạn mới có đủ nhiệt tình cung cấp thông tin cần thiết cho khách hàng như một chuyên gia! Bạn sẽ vượt lên trên những đối thủ cạnh tranh nhờ am tường sâu sắc về chủ đề đó.

Một khi khách hàng tin tưởng bạn và cảm thấy lượng thông tin miễn phí (trong thời gian đầu) có lợi cho mình, họ sẽ không ngại móc hầu bao để nhận thêm nhiều giá trị khác từ bạn. Chúng ta đã thống nhất với nhau rằng, thu nhập được xác định bằng giá trị mà bạn tạo ra. Tôi tin rằng ai trong chúng ta cũng có thể tạo ra giá trị tối đa trong một lĩnh vực nào đó, dẫn đến nguồn thu nhập và mức độ hài lòng tối đa. Ví dụ, tôi tạo ra giá trị cao nhất thông qua những buổi diễn thuyết và viết những quyển sách giúp người khác sống tốt hơn, thành công hơn (đó cũng là việc tôi thích làm và thành thạo nhất).

Vậy, hãy bắt đầu bằng việc xác định lĩnh vực mà bạn tạo ra giá trị cao nhất. Bạn thích làm gì và bạn thường làm gì tốt nhất? Đây là lĩnh vực bạn giỏi giang mà không cần cố gắng nhiều? Xin nhớ rằng, chỉ cần bạn thích một cái gì đó thì bao giờ cũng có cách thương mại hóa và nâng nó lên thành nguồn thu nhập đáng giá hàng ngàn đô. Ở chương trước, bạn đã thấy nhiều doanh nhân thành công trong việc kinh doanh dựa trên niềm đam mê về trò chơi điện tử, làm đồ trang sức, chơi nhạc, v.v...

Hãy dành ra ít nhất 15 phút để suy nghĩ và viết ra tất cả sở thích/ đam mê/hoạt động mà bạn tin rằng mình làm tốt nhất. Sau đây là vài câu hỏi gợi ý.

Bạn thích làm gì? Bạn đam mê điều gì?

Bạn am hiểu về lĩnh vực gì?

Bạn thường dạo quanh những trang web nào khi rảnh rỗi?

Bạn có sở thích gì? May vá? Xếp hình? Động vật? Cây cảnh?

Bạn sở hữu những thông tin chuyên ngành gì? Về võ cổ truyền hay lái tàu, chẳng hạn.

Bạn có sở thích sưu tầm gì không? Bạn thường nghe loại nhạc nào?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dưới đây là một số lĩnh vực phổ biến, giúp bạn tìm hiểu xem mình có hứng thú đặc biệt không.

Sau khi xác định được vài lĩnh vực bạn có thể tự tin “dấn thân” vào, bạn có thể sang bước thứ hai.

Bước 2: Tìm thị trường chuyên biệt

Nhiều người thất bại trong kinh doanh vì họ cố gắng bán những sản phẩm “thời thượng” cho tất cả mọi người. Chiến lược này chắc chắn thất bại. Thay vào đó, hãy tìm một thị trường có sẵn nhưng đang “đói hàng” và dân tình sẵn sàng bỏ tiền mua. Bạn phải nắm được nhu cầu của khách hàng trước, rồi mới tìm hoặc tạo ra sản phẩm cung cấp cho họ. Đó mới là chiến lược đảm bảo thành công trong kinh doanh.

Ở bước thứ hai, bạn cần tìm một thị trường chuyên biệt đang bị “bỏ quên” có liên quan đến đam mê và chuyên môn của bạn, điều đã được xác định ở bước 1. Luôn ghi nhớ trong đầu, đó phải là “thị trường chuyên biệt”, chứ không phải là “thị trường đại trà”. Ví dụ, thị trường đại trà là “sản phẩm chăm sóc sức khỏe”, còn thị trường chuyên biệt là “sản phẩm giảm cân”.

Tại sao chúng ta phải chú trọng vào thị trường chuyên biệt? Bởi vì đó là nơi bạn có thể chiếm lĩnh dễ dàng hơn, ít tốn kém hơn và có nhiều cơ hội trở thành người dẫn đầu hơn. Nhiều doanh nhân thất bại thảm hại vì họ cố gắng thống trị một thị trường rộng lớn như “sản phẩm chăm sóc sức khỏe” nên bị các đối thủ nặng ký, dày dạn kinh nghiệm trên thương trường và có nhiều tiền đổ vào quảng cáo “đánh toi tả”.

Có ba việc bạn cần làm trong bước 2 là:

- Tìm một thị trường chuyên biệt liên quan đến lĩnh vực bạn yêu thích
- Đảm bảo đủ số người quan tâm và có nhu cầu về sản phẩm/dịch vụ đó
- Xác định một vấn đề chưa được giải quyết hoặc một nhu cầu chưa được đáp ứng

a. Tìm một thị trường chuyên biệt liên quan đến lĩnh vực bạn yêu thích

Hãy tìm một thị trường chuyên biệt mà bạn đam mê và muốn nhắm tới. Ví dụ, nếu bạn thích “chơi gôn”, các loại thị trường chuyên biệt sẽ là “dụng cụ chơi gôn”, “sách dạy chơi gôn”, “khóa học đánh gôn dành cho trẻ em”, “câu lạc bộ chơi gôn”, “quần áo chơi gôn”, “kỹ thuật đánh gôn”, “bài tập đánh gôn cho người mới bắt đầu”, “bài tập đánh gôn cho tay chơi nhà nghề” v.v...

Nếu sức khỏe là mối quan tâm hàng đầu của bạn, bạn có thể chú trọng vào các biện pháp “chăm sóc sức khỏe toàn diện hay tự nhiên” bao gồm “yoga”, “khí công”, “thiền”, “thảo dược”, “mát-xa”, “thuốc bổ dưỡng từ thiên nhiên” v.v... Một lần nữa, thị trường càng chuyên biệt thì bạn càng dễ dàng vượt lên dẫn đầu cuộc đua.

Điều tuyệt vời nhất về Internet là thị trường của bạn vô cùng rộng lớn (935 triệu người), cho nên dù bạn chọn một thị trường cực kỳ chuyên biệt như “luyện cho vẹt nói”, thì cũng có đủ khách hàng cho bạn kiếm lời. Thật vậy, một người yêu vẹt Nathalie Roberts đã thành công bằng việc bán 4 quyển eBook với giá 79,95 đô chỉ xoay quanh mỗi một chuyện: làm thế nào cho vẹt nói véo von. (www.parrotsecrets.com)

Nếu bạn vẫn chưa nghĩ ra thị trường chuyên biệt nào, bạn có thể tham khảo trang web www.google.com/keywords. Hãy gõ một từ khóa hoặc cụm từ (về lĩnh vực yêu thích của bạn) vào ô “Enter keyword”, trang web sẽ hiện lên những từ/cụm từ liên quan. Trong ví dụ bên dưới, khi bạn gõ từ “golf” (gôn), trang web sẽ cung cấp cho bạn các chủ đề liên quan đến “golf” như “golf course” (khóa học chơi gôn), “golf club” (câu lạc bộ chơi gôn), “golf equipment” (dụng cụ chơi gôn), golf swing (kỹ thuật đánh gôn)...

Vậy bạn nên chọn thị trường chuyên biệt nào? Điều này phụ thuộc vào mô hình kinh doanh mà bạn mong muốn. Nếu bạn chọn “dụng cụ chơi gôn”, bạn sẽ phải bán sản phẩm vật chất, nghĩa là cần có hàng trong kho và phương tiện vận chuyển. Nếu chọn “kỹ thuật đánh gôn”, bạn có thể bán sản phẩm thông tin, dưới dạng kỹ thuật số. Giả sử bạn chọn “kỹ thuật đánh gôn”.

Hình chụp từ trang www.google.com/keywords.



[illegible][illegible]

n đàn về lĩnh
người chơi gôn

ư thế nào. Gõ
ác trang web
thủ chỉnh lại
bạn có thể
y tìm ra nhu

<https://th>

Bước 3: Đánh giá đối thủ và tiềm năng lợi nhuận

Trong bước tiếp theo, bạn phải tìm hiểu đối thủ và tiềm năng lợi nhuận trong thị trường chuyên biệt mà bạn đã chọn.

Để tham gia thị trường và giành lấy thị phần, bạn cần tìm hiểu có bao nhiêu đối thủ và họ đang chào bán những gì. Nghiên cứu điểm mạnh, điểm yếu trong sản phẩm cũng như giá cả, hoạt động trên trang web và các phương pháp tiếp thị của họ. Cách tìm hiểu tốt nhất là mua sản phẩm để trở thành một trong những khách hàng của họ. Sau đó, bạn phải đảm bảo rằng mình làm mọi thứ tốt hơn, mang lại nhiều giá trị hơn, như thế bạn sẽ thành công!

Hãy vào ba trang web tìm kiếm lớn nhất là Google, Yahoo! và MSN và gõ từ “golf swing” (kỹ thuật đánh gôn) và các từ khóa liên quan, bạn sẽ có cả một danh sách những trang web cần tìm. Bạn thấy đó, Google cho bạn 7.450.000 trang web. Tất cả các trang web này đều là đối thủ của bạn ư? Tất nhiên là không, đừng lo lắng quá. Không phải trang web nào cũng bán sản phẩm cải thiện kỹ thuật đánh gôn đâu. Phần lớn là những trang web cung cấp thông tin. Những đối thủ bạn không thể coi thường là những trang web trả tiền để quảng cáo. Bạn có thấy những đường dẫn ở bên phải và những dòng chữ được tô đậm ở trên không? Hãy đi sâu tìm hiểu chúng và chỉ cần kiểm tra những trang web xuất hiện ở trang nhất và trang hai (khoảng 20 trang web đầu tiên). Theo thống kê, 90% người lướt web không bao giờ xem quá 20 kết quả tìm kiếm.

Hình chụp từ trang www.google.com

Có nhiều đối thủ cũng là một điều tốt, vì điều đó có nghĩa là thị trường sẵn sàng trả tiền cho sản phẩm này. Tuy vậy, có quá nhiều đối thủ lại không tốt, vì như vậy sự cạnh tranh sẽ hết sức gay gắt, khốc liệt.

Bước 4: Tạo ra sản phẩm và nguồn thu nhập

Thế là bạn đã tìm được một thị trường chuyên biệt có tiềm năng lợi nhuận, một vấn đề phổ biến cần được giải quyết hoặc một nhu cầu cần được đáp ứng. Tiếp theo, bạn phải nghĩ ra những sản phẩm hay dịch vụ đủ tốt để thiên hạ sẵn lòng chi tiền mua. Hãy xem xét tất cả các nguồn thu nhập bạn có thể tạo ra. Có 7 cách kiếm tiền từ việc kinh doanh trên mạng.

Cách 1: Bán sản phẩm vật chất

Cách đầu tiên và thông dụng nhất là bán sản phẩm vật chất để giải quyết vấn đề cho khách hàng. Ví dụ, nếu lĩnh vực chuyên biệt của bạn là “cải thiện cách đánh gôn”, bạn có thể bán sách in, băng hình, cầm nang, đĩa CD và các dụng cụ giúp tăng cường kỹ thuật đánh gôn.

Mặc dù việc bán sản phẩm vật chất của riêng bạn là một công việc khá công phu (bạn phải lo khâu tích trữ hàng trong kho, đóng gói và vận chuyển), nó có thể mang lại lợi nhuận cao nhất (so với việc bán sản phẩm của người khác). Khi bán sản phẩm vật chất do mình làm ra, bạn có thể chế biến từ nguồn nguyên liệu rẻ nhất và đồng thời, tự quyết định giá bán.

Tuy vậy, bạn phải đảm bảo rằng bạn KHÔNG bán những sản phẩm mà người ta có thể mua nhanh chóng ở các cửa hàng. Đồng thời, đó phải là sản phẩm dễ dàng vận chuyển trên phạm vi toàn thế giới.





Những sản phẩm vật chất bán chạy nhất trên mạng bao gồm sách, quần áo, trang sức, đồ lót, đồ chơi, tranh vẽ, trò chơi điện tử, các bộ sưu tập hiếm và sản phẩm thông tin. Ví dụ, một người về hưu tên Lewis Lehrman bán tranh vẽ với chủ đề ma quỷ tại www.hauntedstudio.com.

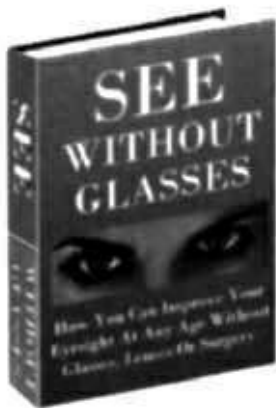
Bên cạnh việc bán sản phẩm trên trang web của mình, bạn cũng có thể bán chúng qua các trang web bán hàng và mạng liên kết như trang <http://froogle.google.com> và Commission Junction [www.cj.com].

Cách 2: Bán sản phẩm kỹ thuật số

Thay vì bán sản phẩm vật chất, bạn có thể bán các sản phẩm kỹ thuật số (hay còn gọi là sản phẩm điện tử). Sản phẩm kỹ thuật số là thứ dễ bán trên mạng nhất vì những lý do sau:

Giá thành sản phẩm kỹ thuật số rất rẻ và dễ sản xuất

- Có thể nhận bản sản phẩm miễn phí, đem lại tỉ lệ lợi nhuận 100%
- Vì ở dạng điện tử (người dùng có thể tải về), hàng hóa được giao ngay tức thì
- Không cần đóng gói, tích trữ hàng trong kho và vận chuyển hàng
- Bạn có thể tự động hóa toàn bộ quá trình bán hàng của mình. Khi việc thanh toán của người mua được xác nhận, họ tự tải sản phẩm về. Bạn không phải can thiệp nhiều.



Một trong những sản phẩm kỹ thuật số phổ biến nhất là sách điện tử (eBook), nhạc, thông tin ở dạng âm thanh hay hình ảnh và phần mềm. Ebook ngày càng thông dụng và thị trường này phát triển từng ngày. Thay vì mua sách giấy, khách hàng chỉ cần tải sách ở dạng PDF để đọc trên máy tính hay tự in ra.

Một số eBook dạng tự học tự làm khá thông dụng như “Cẩm nang bán hàng liên kết” (Super Affiliate Handbook) của Rosalind Gardner giá 47 đô và quyển eBook “Không cần đeo kính vẫn nhìn rõ” (See Without Glasses) được bán với giá 37 đô tại www.seeingwithoutglasses.com.

Trong chương 8, bạn đã được biết rằng bán sản phẩm trí tuệ bằng cách viết sách là nguồn thu nhập rất tốt. Một lần nữa, bạn không cần phải viết hay mới bán được sách! Bạn chỉ cần tổng hợp những thông tin hữu ích cho thị trường chuyên biệt của bạn rồi tìm người viết thuê tại các trang web như www.elance.com. Bạn biết không, bạn có thể nhờ người khác viết cho cả quyển sách mà chỉ phải trả 500 đô.

Nhiều người cũng kiếm được khá nhiều tiền nhờ bán phần mềm mà chẳng biết tí gì về lập trình! Tất cả việc họ làm là phát hiện xem thiên hạ có vấn đề gì có thể được giải quyết bằng phần mềm tự động không. Sau đó, họ thuê lập trình viên hành nghề tự do thiết kế phần mềm để giải quyết những vấn đề đó (tham khảo trang web www.rentacoder.com). Ví dụ, một doanh nhân nhảy

bén đã nghĩ đến việc thiết kế phần mềm theo dõi mục tiêu. Khi được cài đặt vào máy tính, hàng ngày phần mềm này sẽ tự động hiển thị mục tiêu của bạn trên màn hình cùng những mẫu tin động viên bạn thực hiện mục tiêu đó. Quả thật, sản phẩm này rất hút khách!

Hình chụp từ trang www.roboform.com

Bạn có thể nghĩ và tạo ra một phần mềm bán chạy như vậy trong vòng một tháng. Một số phần mềm thông dụng cho bạn tham khảo là www.roboform.com (giúp điền các mẫu đơn trên mạng tự động), www.gotomypc.com (giúp truy cập vào máy tính từ xa), www.ebookpro.com (giúp tạo ra eBook với các tính năng bảo mật) và www.audiogenerator.com (giúp chèn clip âm thanh vào trang web một cách dễ dàng).

Cách 3: Bán dịch vụ

Cách thứ ba là bán dịch vụ trên mạng cho thị trường toàn cầu. Bằng cách này, bạn có thể khuếch đại giá trị của mình như ta đã trao đổi trong chương 8. Nếu là bác sĩ, bạn có thể khám cho bệnh nhân trên mạng (nhớ lại ví dụ về bác sĩ Rajesh Shah). Là luật sư, bạn có thể tổ chức buổi nói chuyện trên mạng về chiến lược giảm thuế một cách hợp pháp với giá 10 đô một người.

Dù là nhà huấn luyện, bác sĩ tâm lý, thiết kế đồ họa, thiết kế nội thất, lập trình viên, nhà văn, kế toán hay dịch giả, bạn cũng có thể cung cấp dịch vụ của mình trên mạng. Hạn chế duy nhất của cách làm này là nó phụ thuộc vào việc bạn có thể làm bao nhiêu giờ một ngày trên máy vi tính.



Cách 4: Bán sản phẩm của người khác (Tiếp thị liên kết)

Nếu bạn không có vốn nhưng lại muốn kiếm tiền ngay mà không phải qua khâu chế tạo sản phẩm, thì việc trở thành nhà tiếp thị liên kết (Affiliate Marketer) là lựa chọn sáng suốt nhất. Người tiếp thị liên kết là người quảng bá sản phẩm của công ty khác trên trang web của mình. Mỗi khi giới thiệu được một khách hàng mua sản phẩm, bạn sẽ được hưởng huê hồng (có thể lên tới 75% giá bán).

Có 7 lý do khiến việc tiếp thị liên kết là cách tốt nhất cho bất kỳ ai muốn bắt đầu kiếm tiền trên mạng.

1. Bạn có thể bán “thượng vàng hạ cám”, tất tần tật những thứ có trong chương trình liên kết
2. Tỷ lệ lợi nhuận khá cao, lên tới 50%-70% cho các sản phẩm kỹ thuật số
3. Bạn không cần thiết lập hệ thống đặt hàng, bán hàng và thanh toán
4. Bạn không cần cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng
5. Bạn không cần trữ hàng trong kho hoặc lo khâu vận chuyển
6. Chi phí ban đầu rất thấp
7. Rủi ro thấp. Nếu sản phẩm hay thị trường chuyên biệt mà bạn chọn không kiếm được nhiều tiền, bạn có thể chuyển sang thị trường hay sản phẩm khác trong tích tắc!

sage-hearts.com



Dating Services

These sites are general dating services, the largest available online, and are listed in order of our visitors' preferences.

I suggest that you **signup for at least 2 or 3 FREE memberships** from the list of dating services below. Place a personal ad at each site.

After that, start to **actively search** for your **perfect partner**. In most cases, a **Premium Membership** will cost you **less** than lunch for TWO. Pretty good value for a soulmate.

The **best services** in each category are **Bold Big and Red**.

Please note that links which leave Sage-Hearts.com will open a new window. That allows you to check out the service and come back to see more in the category.

Bạn có thể quảng bá cho một sản phẩm hoặc một loạt các sản phẩm cùng loại mà không hề bị giới hạn hay ràng buộc gì. Ví dụ, nhà tiếp thị liên kết nổi tiếng Rosalind Gardner (tìm hiểu thêm về cô ở www.superaffiliatehandbook.com) kiếm được hơn 450 ngàn đô/năm bằng cách bán sản phẩm của người khác trên mạng. Cô làm điều đó như thế nào? Cô lập ra trang web www.sage-hearts.com chuyên đánh giá các trang web về hẹn hò. Trên trang này, cô viết lời bình hoặc nhận xét cho hàng chục các trang web hẹn hò khác nhau trên thế giới như trang hẹn hò dành cho người có đạo, người trưởng thành, người cao tuổi, người đồng tính, v.v... Mỗi khi có ai đọc nhận xét của cô và gia nhập một trang web hẹn hò, cô sẽ được trả tiền huê hồng!

Bạn có thể làm tương tự trong những lĩnh vực khác như nhận xét về các trang web bán trò chơi điện tử, sản phẩm công nghệ thông tin v.v...

Sau đây là 4 bước căn bản để trở thành nhà tiếp thị liên kết.

Bước 1: Tham gia chương trình liên kết

Trước tiên, bạn cần tìm các sản phẩm tốt nhất để bán bằng cách lướt qua các trang web liên kết như www.clickbank.com (chỉ có sản phẩm kỹ thuật số), <http://www.cj.com/>,... Chọn bán các sản phẩm có tỉ lệ chiết khấu cao khoảng 50%-70% để tối đa hóa lợi nhuận. Bên cạnh đó, bạn cũng phải

thận trọng xét xem sản phẩm mà bạn quảng bá có thật sự tốt không, họ sẽ trả huê hồng cho bạn dưới hình thức nào và có cung cấp cho bạn các phương tiện tiếp thị tốt không. Bên dưới là hình ảnh từ trang www.clickbank.com, bạn có thể thấy các mức chiết khấu khác nhau được hiển thị.

Bước 2: Đặt đường dẫn vào trang web của bạn

Một khi chọn được sản phẩm để quảng bá và đăng ký vào chương trình liên kết, bạn sẽ được cấp một đường dẫn được mã hóa đặc biệt để đưa lên trang web của bạn.

Từ trang web của mình, bạn phải viết lời chào hàng thật ấn tượng về sản phẩm mà bạn làm đại diện, thậm chí phải tận dụng những thông tin đặc biệt về sản phẩm mà nhà sản xuất cung cấp cho bạn. Một lần nữa, bạn có thể tạo trang web quảng bá về hàng chục các sản phẩm cùng loại. Tuy vậy, bạn phải gia tăng giá trị của trang web bằng cách đưa ra lời đánh giá và giới thiệu của riêng mình về sản phẩm mà bạn tin dùng.

Bước 3: Khách hàng nhấp vào đường dẫn và mua sản phẩm

Bạn càng tiếp thị sản phẩm trên trang web tốt bao nhiêu, tỉ lệ bán hàng của bạn càng cao bấy nhiêu!

Bước 4: Kiếm huê hồng bằng cách bán hàng qua đường dẫn

Đây là công đoạn đáng mong đợi nhất! Bạn chỉ cần ngồi chờ nhà sản xuất gửi chi phiếu đến cho bạn.

Cách 5: Lập trang web có nội dung phong phú và cho đặt quảng cáo

Có bao giờ bạn tự hỏi: tại sao có nhiều trang web cung cấp thông tin miễn phí, dịch vụ miễn phí, thậm chí cho phép bạn tải về máy tính nhiều thứ hay ho bổ ích mà không phải trả tiền? Đó là vì họ muốn thu hút một lượng lớn khách đều đặn vào trang web của họ. Cùng lúc đó, họ kiếm tiền bằng cách cho người khác đặt quảng cáo trên trang web của mình. Khi có người nhấp vào đường dẫn quảng cáo, họ sẽ được trả tiền huê hồng. Thông thường, số tiền này tỉ lệ thuận với số lượt nhấp vào đường dẫn quảng cáo.

Như vậy, nếu bạn tạo được một trang web có nội dung phong phú, hình thức bắt mắt, giao diện dễ sử dụng thu hút được nhiều người ghé thăm, bạn có thể kiếm được nhiều tiền bằng cách tham gia chương trình Google AdSense. Điều này có nghĩa là Google sẽ để quảng cáo trên trang web của bạn. Mỗi lần có ai đó nhấp vào quảng cáo, bạn sẽ nhận được huê hồng từ Google, với mức giá từ 0,05 đô cho tới 5 đô cho mỗi lần nhấp! Sau đây là ba bước kiếm tiền.

Bước 1: Tạo một trang web có nội dung phong phú, bổ ích

Trước tiên, bạn cần chuẩn bị nhiều nội dung hữu ích cho một chủ đề cụ thể nào đó. Ví dụ, nếu đam mê của bạn là “nuôi rùa”, hãy chia sẻ những kiến thức, kinh nghiệm quý báu giúp người khác biết cách chăm sóc rùa. Bạn có thể tự viết hoặc trích đăng miễn phí các bài tham khảo khác về chủ đề của bạn tại www.articlecity.com.

Bước 2: Tham gia chương trình Google AdSense

Tiếp theo, vào www.google.com/adsense và tham gia chương trình Google AdSense dưới tư cách chủ trang web. Google sẽ đăng những mẫu quảng cáo liên quan đến nội dung trang web của bạn. Ví dụ, nếu trang web của bạn về chăm sóc rùa, các quảng cáo về chăm sóc rùa sẽ được đưa lên trang web của bạn.

Bước 3: Khách hàng nhấp vào quảng cáo và bạn kiếm được tiền huê hồng

Bây giờ bạn chỉ cần ngồi đợi tiền chảy vào túi. Hình ở bên dưới lấy từ trang web của một cộng sự của tôi, đồng thời là chuyên gia về Internet, Stuart Tan. Anh có nguồn thu nhập đều đặn hàng tháng từ trang web của mình: www.stuarttan.com. Bạn có thể thấy quảng cáo của Google nằm ở bên phải trang web.



Cách 6: Chiến lược “ốc mượn hồn”

Logo công ty bạn ở đây Có cách gì để bạn bán những sản phẩm vật chất chất lượng cao như quần áo, thuốc bổ, đồng hồ, máy tính, đồ chơi dưới thương hiệu của bạn, trong khi người khác phụ trách khâu dự trữ hàng hóa, vận chuyển và giao hàng không? Có đấy và hàng ngàn doanh nhân trên mạng kiếm được hàng trăm ngàn đô với chiến lược được gọi là “ốc mượn hồn”.

Nhà cung cấp “ốc mượn hồn” là một đại lý bán sỉ chuyên giao sản phẩm trực tiếp cho khách trên mạng của bạn, từ kho hàng của họ. Họ đóng gói và vận chuyển sản phẩm cho bạn. Bạn trả giá bán sỉ cho sản phẩm vào lúc lấy hàng và thu giá bán lẻ từ người mua. Độ chênh lệch giữa giá bán sỉ và bán lẻ chính là số tiền bạn được hưởng. Bạn không cần phải mó tay vào sản phẩm hay bỏ tiền ra mua



hàng để chịu cảnh ôm hàng tồn kho. Đã có đại lý làm hết cho bạn. Điều tuyệt vời nhất là đại lý sẽ để logo của công ty bạn lên sản phẩm, nên khách hàng không bao giờ biết sản phẩm của bạn là do người khác làm.

Hãy hình dung về cách hoạt động của chiến lược “ốc mượn hồn”. Ví dụ, bạn tạo ra một trang web bán các sản phẩm bổ sung vitamin cho các bà các chị muốn giữ gìn nhan sắc. Bạn thương thảo với một đại lý bán vitamin.

Bước 1:	Khách hàng vào trang web của bạn, bị thuyết phục trước lời quảng cáo ẩn tượng và mua một lọ vitamin tổng trị giá 39 đô + 12 đô (phí vận chuyển).
Bước 2:	Bạn nhận đơn đặt hàng của khách và email thông tin chi tiết về sản phẩm cùng địa chỉ giao hàng tới đại lý.
Bước 3:	Đại lý sẽ chuẩn bị sản phẩm, dán logo của bạn lên bao bì và gửi trực tiếp cho khách hàng.
Bước 4:	Với giá sỉ bạn phải trả cho đại lý là 19 đô, bạn có lời 20 đô!

Vậy bạn có thể tìm các đại lý bán hàng đáng tin cậy ở đâu? Hãy vào www.worldwidebrands.com, trang này có địa chỉ của hàng trăm đại lý uy tín nhất trên toàn thế giới với đủ loại sản phẩm trên đời.

Cách 7: Sử dụng mô hình đa doanh thu

Chẳng có gì bắt buộc bạn chỉ sử dụng một mô hình để đem lại doanh thu cho trang web của mình. Thực tế, trang web có lợi nhuận cao thường có ít nhất ba cách tạo doanh thu trong sáu cách mà tôi vừa giới thiệu với bạn. Trở lại ví dụ về môn đánh gôn, bạn có thể dựng lên một trang web đưa ra những lời nhận xét/ phê bình về các câu lạc bộ chơi gôn lớn nhất thế giới. Bạn có thể liên kết với hàng chục công ty khác để bán thẻ thành viên câu lạc bộ chơi gôn. Bên cạnh đó, bạn có thể bán eBook “Làm thế nào để đánh banh xa hơn gấp ba lần chỉ trong vòng hai tháng”. Bạn cũng có thể tham gia chương trình Google AdSense để đặt các quảng cáo về gôn trên trang web của mình. Cuối cùng, bạn cũng có thể bán dụng cụ chơi gôn bằng nhãn hiệu của mình và thương thảo với đại lý để cung cấp hàng cho bạn!

Bạn thân mến, với chiến lược đúng đắn và tinh thần lao động chăm chỉ, bạn có thể kiếm được cả một gia tài nhờ kinh doanh trên mạng. Nhưng khoan đã! Chúng ta chỉ mới tới bước 4 trong việc tạo nên việc kinh doanh trên mạng sinh lợi. Trong hai chương tới, bạn sẽ học sáu bước nữa như tạo trang web như thế nào, thiết lập hệ thống thanh toán ra sao, làm gì để thu hút lượng khách hàng đông đảo và liên tục...

CHƯƠNG 11

CÁCH THỨC XÂY DỰNG MỘT TRANG WEB SINH LỢI

Chương 11 sẽ hướng dẫn bạn hai bước tiếp theo trong 10 bước kinh doanh trên mạng thành công.

Bạn sẽ được học những bước căn bản để tạo dựng trang web và viết lời chào hàng để biến người lướt web thành khách hàng.

C

Bước 5: Thiết kế và xây dựng trang web

Sau khi đã xác định loại sản phẩm và dịch vụ muốn bán, bạn cần tìm địa điểm mở cửa hàng. Trong thế giới Internet, tìm địa điểm đồng nghĩa với việc tạo ra một địa chỉ trên Internet và mở cửa hàng tức là xây dựng một trang web.

a. Đăng ký tên miền

Tương tự như kiểu kinh doanh truyền thống cần một địa chỉ văn phòng, bạn phải đăng ký một địa chỉ Internet, gọi là tên miền cho việc kinh doanh trên mạng. Tên miền (hay đường dẫn URL) rất quan trọng vì nó ảnh hưởng đến thứ hạng trang web của bạn trên các trang tìm kiếm và giúp khách hàng dễ tìm đến bạn hơn.

Một số điểm quan trọng cần lưu ý về cách đặt tên miền...

- Tên miền phải dễ nhớ và dễ viết. Một tên miền như www.zephidorm.com rất khó nhớ và dễ gõ sai thành “Zephidom” hay “Zephidome”, khiến bạn bị mất một lượng khách đáng kể. Tránh dùng những tên lạ lẫm, phá cách như www.Okay2U.com vì người dùng sẽ không biết nên gõ “O.K” hay “Okay”, chữ “to” hay số “2”.

- Tên miền nên chứa những từ khóa mà khách hàng tiềm năng dùng để tìm kiếm bạn. Ví dụ, nếu bạn bán đồ chơi, bạn biết chắc rằng người dùng sẽ gõ chữ “toy” vào trang tìm kiếm như Google, đúng không? Vậy thì nếu để từ khóa “toy” vào tên miền (ví dụ www.toycity.com), trang web của bạn sẽ có cơ hội được xếp hạng cao hơn trên những trang tìm kiếm. Khách hàng cũng dễ truy cập vào www.toycity.com hơn là trang web chẳng có nghĩa gì như www.tomsstore.com. Nếu bạn đã chọn tên miền là [tomsstore](http://www.tomsstore.com) cho giống với tên cửa hàng của bạn (Tom’s Store – Cửa hàng của Tom), bạn hãy để tất cả các từ khóa vào tên miền phụ mà lập trình viên có thể tạo cho bạn miễn phí. Ví dụ tên miền phụ là www.toys.tomsstore.com, www.educationaltoys.tomsstore.com hay www.barbie.tomstore.com.

- Khi đặt tên miền bằng tiếng Việt, xin bạn lưu ý một điều là tên miền không có dấu. Do đó, bạn nên đặt tên như thế nào để người đọc không thể hiểu sai hoặc đọc thành những chữ có nội dung phản cảm, dung tục hoặc gây cười.

b. Tìm nhà cung cấp dịch vụ máy chủ

Giống như một cửa hàng được đặt trong một trung tâm thương mại, trang web của bạn cũng cần nằm trên một máy chủ. Nhà cung cấp dịch vụ máy chủ (Web host) là công ty giúp bạn lưu trữ tất cả các thư mục và hình ảnh trên trang web của bạn vào máy chủ của họ. Máy chủ của họ sẽ làm trang web của bạn “sống”, nghĩa là người dùng Internet có thể truy cập được. Nhà cung cấp dịch vụ máy chủ thu phí từ 4 đô đến 35 đô/tháng, tùy thuộc vào gói dịch vụ mà bạn mua. Giá này rất rẻ nếu so với chi phí thuê mặt bằng của kiểu kinh doanh truyền thống.

Bạn cần đảm bảo rằng nhà cung cấp dịch vụ máy chủ hoạt động chuyên nghiệp, có máy chủ nhanh và an toàn, hỗ trợ khách hàng tốt, đồng thời cung cấp cho bạn đủ dung lượng bộ nhớ để

khách hàng có thể xem và tải thông tin từ trang web của bạn dễ dàng. Bạn có thể tham khảo dịch vụ máy chủ tại www.namesecure.com và www.godaddy.com. Ở Việt Nam, các nhà cung cấp dịch vụ máy chủ có uy tín là VNPT, FPT, PAVIETNAM, Mắt Bão, Nhân Hòa...

c. Thiết kế và xây dựng trang web

Việc làm này tương tự như việc xây cửa hàng rồi thiết kế, trang hoàng để thu hút khách vào ngắm nghía, mua sắm! Có lẽ đây là phần thú vị nhất và cũng thử thách nhất.

Điều quan trọng bạn nên luôn tâm niệm trong đầu là phải thiết kế trang web sao cho bán được hàng chứ không chỉ đẹp mắt. Nhiều người phạm sai lầm khi chi hàng đồng tiền và thời gian để lập một trang web rực rỡ hào nhoáng, nhìn thì vui mắt nhưng không khiến người xem nhấp chuột vào nút “mua” hàng!

Vậy đâu là yếu tố then chốt khiến người lướt web có lòng tin và muốn mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn? Nhiều người cho rằng đồ họa trang web phải thật ấn tượng, bố trí phải đẹp và có nhiều ảnh động. Trừ khi công ty bạn chuyên về thiết kế hoặc quảng cáo, tất cả các yếu tố trên đều không có tác dụng gì đáng kể! Ghé qua những trang web sinh lợi nhất, bạn sẽ thấy chúng rất đơn giản, không cầu kỳ chút nào. Yếu tố sinh lợi chính là cấu trúc tiện dụng và lời chào hàng hiệu quả. Một lần nữa, hãy thử vào trang web của Rosalind Gardner www.sage-hearts.com được nhắc tới ở trên. Cô tự thiết kế trang web của mình (bạn cũng có thể làm được) và kiếm hơn 400 ngàn đô một năm. Trang www.maddentips.com của Bert Ingley cũng được thiết kế đơn giản và mang về 157 ngàn đô/năm!

Để mang lại hiệu quả mong muốn, trang web của bạn phải đáp ứng bảy yếu tố sau...

1. Trang “Tự giới thiệu”

Bạn sẽ không mua hàng hay làm ăn với những người mà bạn không biết danh tính, đúng không? Ở trang này, bạn phải cung cấp thông tin về công ty và bản thân bạn. Thông tin càng chi tiết, chính xác, cụ thể (bao gồm hình ảnh), uy tín của bạn càng tăng và khách hàng sẽ tin tưởng bạn hơn.

2. Trang “Liên lạc”

Đây cũng là một trang quan trọng trong việc gây dựng lòng tin và uy tín. Cần làm cho khách hàng thấy rõ họ có thể liên lạc với bạn dễ dàng nếu có bất cứ thắc mắc gì về sản phẩm/dịch vụ của bạn. Bao giờ trên trang web cũng phải có thông tin liên lạc như số điện thoại, email, địa chỉ văn phòng...

3. Tiêu đề và lời chào hàng ấn tượng

Điều đầu tiên đập vào mắt người xem chính là tiêu đề. Nó phải gây ấn tượng, thu hút sự chú ý và đưa ra những lợi ích (hay giải pháp) quan trọng nhất mà trang web của bạn cung cấp. Ví dụ, “Cách xóa bỏ khuyết điểm trên da nhanh chóng, dễ dàng và an toàn nhất” (You’re about to discover the fastest, easiest and safest ways to say goodbye to those embarrassing skin imperfections) là một tiêu đề hiệu quả được công ty mỹ phẩm smartcover.com sử dụng.

Bên cạnh đó, nếu một cửa hàng cần có người bán hàng giỏi để giới thiệu sản phẩm và thuyết

phục khách mua hàng thì trang web của bạn cũng phải có những câu chào hàng đủ hấp dẫn để níu chân khách. Có như thế bạn mới có cơ hội giải thích lợi ích của sản phẩm và đưa đẩy họ đến chỗ mua hàng! Bạn sẽ học được bí quyết viết các câu chào hàng hấp dẫn trong bước tiếp theo.

4. Hình ảnh và đồ họa đẹp

Hình ảnh có thể truyền tải hàng ngàn thông điệp mạnh mẽ mà đôi khi ngôn từ không làm được. Hình ảnh tạo nên vẻ rực rỡ và sức sống cho một trang web. Bạn nên có nhiều hình ảnh đẹp về sản phẩm, về bản thân bạn (hay người đại diện công ty bạn), dùng người mẫu nếu cần thiết, và hình ảnh các khách hàng thân thiết.

5. Lưu thông tin người dùng

Phần lớn khách hàng sẽ không mua ngay lần đầu tiên vào trang web. Họ sẽ ghé vài lần để tìm hiểu về sản phẩm và công ty của bạn trước khi quyết định mua. Bạn nên có chức năng cho khách hàng đăng ký nhận email để tiện liên lạc và tiếp tục chinh phục khách cho đến khi họ mua hàng. Tôi sẽ hướng dẫn thêm về phần này ở bước 9.

6. Thanh điều hướng rõ ràng

Tất cả các trang web đều cần thanh điều hướng cho phép người dùng dạo quanh trang web. Thanh này bao gồm các đường dẫn tới trang “Tự giới thiệu”, “Liên lạc”, “Hỏi đáp”, “Quy định”, “Mua hàng” và tất nhiên phải có đường dẫn về “Trang chủ”.

7. Trang mua hàng và giỏ hàng ảo

Không cần bàn cãi gì nữa, yếu tố quan trọng nhất là trang mua hàng, nơi khách có thể điền thông tin thanh toán. Nếu bạn bán nhiều sản phẩm, bạn có thể cung cấp giỏ mua hàng ảo và trang “Thanh toán”. Bạn sẽ học cách làm trang này ở bước 7.

Bốn cách xây dựng một trang web chuyên nghiệp trong vòng một tuần với giá dưới 500 đô

Bây giờ, câu hỏi được đặt ra là làm thế nào để xây dựng một trang web thật sự và ai có thể giúp bạn làm việc đó? Nhiều người nghĩ rằng phải mất vài ngàn đô và khoảng một tháng để tạo một trang web đẹp, có nhiều tính năng. Thật ra, với phương pháp đúng đắn, bạn có thể dựng lên một trang web chuyên nghiệp, sinh lợi trong vòng một tuần, với giá 300 - 500 đô! Dưới đây là bốn lựa chọn cho bạn.

1. Tự làm trang web

Tự thiết kế trang web là giải pháp rẻ nhất, cho phép bạn phát huy tính chủ động và linh hoạt của mình. Bạn có thể cập nhật và thay đổi trang web bất cứ lúc nào. Tuyệt nhất là bạn không cần biết gì về lập trình, cũng không nhất thiết phải là nhà thiết kế sáng tạo mới tạo được một trang web sinh lợi. Trong quá khứ, ai cũng phải học ngôn ngữ lập trình HTML (Hyper Text Mark up Language)

Screen Capture of www.smartcover.com



để viết trang web.

Ngày nay, bạn chỉ cần di chuyển con trỏ, nhấp chuột và gõ bàn phím, phần mềm chỉnh HTML sẽ tự động viết mã lập trình HTML cho bạn. Dựng một trang web với công cụ chỉnh HTML cũng dễ dàng như sử dụng Microsoft Word hay PowerPoint vậy!

Công cụ chỉnh HTML thông dụng nhất là Microsoft Frontpage (giá khoảng 199 đô) và Macromedia Dreamweaver (phần mềm này đắt hơn, giá 399 đô, thường được những người thiết kế web chuyên nghiệp sử dụng).

Để trang trí cho trang web của mình, bạn có thể tìm một loạt các hình ảnh và đồ họa trên các trang web như www.photos.com, www.freegraphics.com, www.coolarchive.com và www.gotlogos.com. Đồng thời, bạn cũng cần một số phần mềm (như Adobe Photoshop) để xem và chỉnh sửa hình ảnh theo ý muốn.

Nếu bạn muốn tìm hiểu thêm về cách thiết kế, xây dựng một trang web chuyên nghiệp và sinh lợi, bạn có thể vào một số trang web thành công và học theo cách làm của họ như www.buywithnocredit.com và www.smartcover.com. Bạn cũng có thể vào các trang web như www.sitepoint.com và www.webdeveloper.com, ở đó sẽ có những mẹo nhỏ và bài tập giúp bạn tự làm trang web.

2. Thuê nhân viên thiết kế mẫu trang web

Nếu bạn cần một trang web nhanh chóng và không muốn mất thời gian học cách tự làm, bạn có thể thuê nhân viên thiết kế web hành nghề tự do. Họ sẽ tạo mẫu trang web, logo và đồ họa chính cho bạn. Sau đó, bạn có thể bổ sung và quản lý nội dung trang web bằng công cụ chỉnh HTML.

Mách nhỏ: Bạn có thể thuê sinh viên làm việc này. Những người hành nghề tự do lấy giá chỉ bằng một phần nhỏ so với những công ty thiết kế chuyên nghiệp

3. Mua mẫu trang web và chỉnh sửa lại

Còn có một giải pháp khác: mua mẫu trang web làm sẵn từ www.templatemonster.com hay www.freewebtemplates.com rồi chỉnh sửa cho phù hợp với nhu cầu của bạn. Có rất nhiều loại và kiểu trang web để bạn lựa chọn với giá từ 50 đô trở lên.

4. Thuê công ty thiết kế web chuyên nghiệp

Một công ty thiết kế web sẽ lo hết mọi việc cho bạn bao gồm thiết kế web, đăng nội dung (theo yêu cầu), cập nhật nội dung và cung cấp máy chủ. Tuy vậy, đây là giải pháp cuối cùng vì nó rất tốn kém (hàng ngàn đô) và bạn bị giới hạn quyền quản lý nội dung vì bạn không thể tự cập nhật trang web mỗi khi cần.

Bước 6: Viết lời chào hàng thật độc đáo để thuyết phục khách hàng

Lời chào hàng hấp dẫn cũng đóng vai trò quan trọng như người bán hàng chuyên nghiệp trong các cửa hàng. Nhiều trang web không ý thức được điều này đã phạm sai lầm khi chỉ dán vài bức ảnh về sản phẩm kèm theo lời giới thiệu ngắn ngủn, sơ sài và hy vọng người ta sẽ dán mắt vào xem rồi

mua ngay tức thì. Điều này cũng giống như việc mở cửa hàng mà không thuê người bán hàng chuyên nghiệp đứng bên quầy để đón tiếp và giúp đỡ khách.

Trên một trang web, những câu chào hàng góp phần to lớn trong việc biến người xem thành người mua bằng cách thu hút sự chú ý, giới thiệu sản phẩm, tạo dựng lòng tin và uy tín, giải thích lợi ích, gia tăng sự hứng thú nơi người xem và mời họ mua hàng.

Bạn không nhất thiết phải là nhà văn để viết ra những câu chào hàng “câu khách”. Ai cũng có thể làm được điều này một khi nắm được công thức đã qua kiểm nghiệm mà tôi sẽ “bật mí” với bạn ngay bây giờ.

a. Nắm được điểm độc nhất mà sản phẩm/dịch vụ của bạn mang lại

Trước khi bắt tay vào viết, bạn cần nắm rõ điểm đặc biệt, duy nhất của sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Điều gì khiến sản phẩm của bạn nổi trội hơn đối thủ? Nhanh hơn? Bền hơn? Hiệu quả hơn? Hấp dẫn hơn? Tiết kiệm tiền hơn? Tạo thêm giá trị? Hãy chọn ra ba điểm mạnh nhất trong danh sách lợi ích này. Bây giờ, hãy suy nghĩ về sản phẩm của bạn và viết ra ba đặc tính độc đáo nhất mà nó mang lại cho khách hàng.

Khi bạn nhấn mạnh vào những lợi ích chính yếu này, tiêu đề và câu chào hàng của bạn sẽ động lại trong tâm trí khách hàng.

Lợi ích 1.

Lợi ích 2.

Lợi ích 3.

b. Đặt mình vào vị trí khách hàng

Bên cạnh đó, bạn cũng phải hiểu đối tượng khách hàng của mình là ai. Ai có nhu cầu và có khả năng mua sản phẩm/dịch vụ của bạn? Điều gì xảy ra nếu bạn cố gắng bán cho cả bàn dân thiên hạ? Lúc đó, thông điệp của bạn sẽ mơ hồ, chung chung và bạn sẽ chẳng bán được gì! Đây là một trong những sai lầm thường gặp của những người mới khởi nghiệp. Ví dụ, nếu bạn bán các tạp chí như “Forbes” hay “Fortune”, đối tượng khách hàng của bạn sẽ là các chuyên gia, nhà quản lý, nhân viên văn phòng 30 – 50 tuổi, có thu nhập ít nhất 4000 đô/tháng. Phương thức giao tiếp của bạn với họ sẽ khác hẳn cách bạn nói chuyện với thanh thiếu niên và những khách hàng trẻ tuổi hơn. Ví dụ, nếu bạn bán chuông điện thoại, ngôn ngữ bạn dùng nên sành điệu và xì tin hơn.

Khi đã xác định được đối tượng khách hàng, bạn phải đặt mình vào vị trí của họ. Đó là lý do tại sao tôi đề nghị bạn bán những thứ bạn say mê mà ngay bản thân bạn cũng sẽ mua dùng. Đứng từ góc nhìn của khách, bạn sẽ thấu hiểu tất cả những vấn đề, suy nghĩ, nhu cầu và ý thích của khách hàng tiềm năng. Có như vậy, bạn mới có thể bán cho họ theo cách họ muốn. Bây giờ, hãy nghĩ về đối tượng khách hàng của bạn và trả lời những câu hỏi sau.

Vấn đề, khó khăn hiện tại của khách hàng là gì? Sản phẩm hay dịch vụ của bạn có thể giải quyết vấn đề đó như thế nào? (Vd: không có tiền, cô đơn, học lực kém, khó giảm cân, v.v...)

.....

.....

.....

Khách hàng có những băn khoăn, lo lắng gì? (Vd: quá già, quá trẻ, quá khó khăn, hàng quá đắt, không có thời gian, v.v...)

.....

.....

.....

Khách hàng mong ước và chờ đợi điều gì? Điều gì quan trọng đối với họ? Điều gì làm cho họ vui sướng? Làm thế nào để nắm đúng “phím nóng cảm xúc” của họ? (Vd: kiếm tiền, giảm cân, tăng sự tự tin, cảm giác an toàn hay tự do v.v...)

.....

.....

.....

Với những thông tin này, bạn có thể gây dựng lòng tin và tình cảm với khách hàng, giúp họ hứng thú mua sản phẩm của bạn.

c. Làm thế nào để viết tiêu đề ấn tượng

Tất cả các trang web bán hàng đều cần có tiêu đề thật hấp dẫn. Mục đích là để thu hút sự chú ý của người xem và dẫn dắt họ vào khám phá trang web của bạn. Nếu không làm được điều đó, họ sẽ chuyển sang trang web khác và bạn sẽ mất một khách hàng tiềm năng. Tiêu đề quan trọng đến nỗi, một nghiên cứu cho thấy việc thay đổi tiêu đề có thể làm tăng doanh thu của trang web lên 714%!

Như đã nói ở trên, một tiêu đề ấn tượng phải thu hút sự chú ý và nói lên được những lợi ích quan trọng (lời cam kết) mà bạn mang đến cho khách hàng. Dưới đây là một tiêu đề mạnh mẽ trên một trang web huấn luyện chó www.dogtrainingzone.com.



Bạn quá mệt với cún cưng ở nhà? Nếu muốn cún cưng của bạn khỏe hơn, vui hơn và không tè bậy lên thảm, nhai rách đôi giày xịn hay gặm gừ với khách quý thì đây là bí quyết...

"Làm thế nào để cún cưng răm rắp nghe theo mọi mệnh lệnh của chủ? Chương trình huấn

Ví dụ về những tiêu đề hiệu quả

- **Làm thế nào** tôi kiếm được 436.797 đô/năm bằng cách bán sản phẩm của người khác trên mạng
- Giảm cân **ngay lập tức** mà không cần tập thể dục hoặc ăn kiêng
- Làm thế nào để tăng gấp đôi thu nhập **mà không cần** đổi việc
- **Biện pháp** trị hói đầu mới nhất, hiệu quả tức thì!
- **7 bí quyết** cắt giảm chi phí xe hơi từ 2000 đến 5000 đô một năm
- Phương pháp dạy toán **MỚI RALỎ** giúp học sinh đạt điểm 10 trong vòng ba tháng
- **Đừng mua** một chiếc xe nào **cho đến khi** bạn đọc những con số này

luyện chó theo từng bước đơn giản nhất. Hiệu quả ngay từ ngày đầu tiên!"

Bạn thấy đó, mỗi tiêu đề ở trên đều thu hút được sự chú ý, gây tò mò làm người ta phải đọc tiếp, đồng thời nó cũng đưa ra một lời hứa hẹn nào đó. Ngược lại, có khá nhiều ví dụ về những tiêu đề "nhàn nhạt" vì quá chung chung, mơ hồ chẳng gây được sự chú ý nơi người đọc.

- Liệu sự lo lắng có đang cướp đi những thứ tốt đẹp trong đời bạn?
Đây là lời chào mời của một công ty bảo hiểm nhưng nó quá tiêu cực và u ám.

- Học theo cách của Peter Richard
Đây là cách một công ty rao bán các khóa học tiếng Anh cho trẻ em. Vấn đề ở chỗ nó không đưa ra lợi ích nào của khóa học, thậm chí không hề nói cho khách biết sản phẩm đó là gì.

- Không... Không... Đừng gọi tên tôi
Đây là lời mở đầu cho một khóa học về nghệ thuật nói trước đám đông. Người viết cố tỏ ra thông minh, sáng tạo, nhưng lại không cho thấy lợi ích cũng như không gợi trí tò mò để bạn tiếp tục đọc.

- Giá trị của chất lượng
Một tiêu đề dùng để bán đồng hồ như thế chẳng "đánh" vào đâu cả mà cũng chẳng hấp dẫn để bạn tìm hiểu sản phẩm đó là gì.

- Cửa hàng vật liệu Joe

Một trong những sai lầm thường gặp của nhiều ông chủ là họ lấy tên mình đặt cho công ty và đưa nó lên làm tiêu đề trong khi tên tuổi của họ chưa được ai biết đến... ngoài người nhà! Hơn nữa, khách hàng cũng không cần biết bạn là ai và bán thứ gì, nếu bạn không làm cho họ thấy lợi ích của họ trong đó.

Làm thế nào để viết những câu tiêu đề thật hấp dẫn? Thật ra, bạn không cần quá cầu kỳ hoặc viết ra những câu kêu rồn rảng như chuông. Cái đơn giản chính là cái hiệu quả và bạn chỉ cần bắt chước những mẫu câu in đậm ở trên. Chẳng hạn, “Làm thế nào tôi kiếm được 436.797 đô/năm bằng cách bán hàng của người khác trên mạng” đi thẳng vào vấn đề và đập ngay vào mắt người lướt web. Công thức bắt đầu/kết thúc với “Làm thế nào/Như thế nào...” có thể áp dụng cho hầu hết các loại sản phẩm hoặc dịch vụ. Sau đây là một số ví dụ sử dụng công thức này.

- Tôi đã kiếm được một triệu đô đầu tiên như thế nào?
- Làm thế nào để động viên con bạn học tốt?
- Làm thế nào để kết bạn và tạo được ảnh hưởng với người khác?
- Làm thế nào mà tôi trở nên nổi tiếng sau một đêm và làm sao để bạn cũng làm được như vậy?

Tương tự, bạn có thể mượn công thức “Đừng mua một chiếc xe nào cho đến khi bạn đọc những con số này” để tạo ra những câu tiêu đề như:

- Đừng mua bảo hiểm cho đến khi bạn đọc những điều này
- Đừng mua sản phẩm giảm cân cho đến khi bạn đọc những điều này
- Đừng dự một khóa học làm giàu nào cho đến khi bạn biết đến những điều này

Hãy suy nghĩ về sản phẩm của bạn và viết ra ít nhất 20 tiêu đề sử dụng những công thức “chắc thắng” mà tôi đã chỉ cho bạn, rồi chọn ra câu “đắt” nhất để đưa lên trang web. Hãy bắt đầu nào, bạn còn chần chừ gì nữa...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

d. Bí quyết viết lời chào hàng hiệu quả

Khi câu tiêu đề đã lôi kéo được sự chú ý của khách, để thúc đẩy họ đến chỗ muốn khám phá trang web, bạn phải tung ra những lời chào hàng thật thuyết phục để dẫn dắt người xem đi vào quy trình bán hàng hiệu quả: trình bày sản phẩm, tạo lòng tin, giải thích lợi ích, tạo hứng thú mua hàng và đưa ra lời chào mời trực tiếp. Đây là ba nguyên tắc quan trọng để viết câu chào hàng tuyệt đỉnh.

Nguyên tắc 1: Bán lợi ích, không bán tính năng

Khi bạn bán một sản phẩm hay dịch vụ, đừng phạm sai lầm khi chỉ tập trung nói về tính năng và quên mất lợi ích mà nó đem lại cho người dùng. Chỉ khi bạn chú trọng vào lợi ích, đối tượng mới có hứng thú mua hàng vì họ thấy rõ nó có thể giải quyết vấn đề hoặc tạo ra thay đổi trong cuộc sống của họ như thế nào.

Ví dụ, nếu bạn bán máy lạnh Super Cool và viết *“Super Cool ít hao điện”*, tức là bạn chỉ bàn đến tính năng của máy lạnh. Hãy tập trung vào lợi ích: *“Super Cool sẽ giảm hóa đơn tiền điện của bạn tới 25%, tiết kiệm rất nhiều tiền cho bạn”*. Như vậy, máy lạnh loại này sẽ trở nên hấp dẫn hơn nhiều, đúng không?

Nếu bạn bán kem đánh răng Ngọc Trai, câu chào hàng như *“Kem đánh răng Ngọc Trai với công thức đặc biệt giúp chà bóng và làm trắng răng”* mới chỉ đề cập đến tính năng. Hãy chuyển sang nói về lợi ích cho khách hàng, *“Ngọc Trai đem đến cho bạn hàm răng trắng bóng như ngọc và nụ cười chinh phục người khác phái”*. Con người thường bị cảm xúc chi phối hơn là lý trí. Phổ biến một món hàng nào đó dưới dạng lợi ích, bạn tạo ra những cảm xúc mạnh mẽ thúc đẩy đối tượng mua hàng.

Nguyên tắc 2: Dùng nhiều tính từ mạnh, con số cụ thể làm điểm nhấn trong câu chào hàng

So sánh hai câu: *“Làm thế nào để bạn tăng thu nhập”* với *“Làm thế nào để bạn tăng thu nhập của bạn lên đáng kể: 25% chỉ trong vòng 12 tháng”*. Câu nào hấp dẫn hơn? Tất nhiên là câu thứ hai, bởi nó dùng đến tính từ mạnh “đáng kể” cũng như những con số cụ thể như “25%” và “chỉ trong vòng 12 tháng”.

Nguyên tắc 3: Sử dụng từ “bạn” và “của bạn” như đang đối thoại với người đọc

Những câu văn có nhiều từ “bạn” và “của bạn” khiến khách hàng cảm thấy gắn liền với sản phẩm/dịch vụ được đề cập, như thể cô ấy hoặc anh ấy đã sử dụng nó rồi và đang thụ hưởng lợi ích mà nó mang lại.

So sánh hai câu sau

“Kem đánh răng Nụ Cười Xinh có chứa hàm lượng vitamin và khoáng chất có tác dụng chăm sóc răng miệng giúp răng trắng, sạch và khỏe mạnh hơn.”
với

“Kem đánh răng Nụ Cười Xinh có chứa hàm lượng vitamin và khoáng chất có tác dụng chăm sóc răng miệng mà bạn cần cho răng và lợi của mình. Nụ Cười Xinh sẽ giúp bạn có được hàm răng

trắng bóng, sạch sẽ, yếu tố làm nên nụ cười tươi của bạn.”

Bạn thấy đó, câu thứ hai giúp người đọc liên tưởng rõ về sản phẩm, họ có thể cảm nhận được lợi ích mà sản phẩm này mang đến cho họ.

Như vậy, với ba nguyên tắc trên, bạn sẽ viết về điều gì trước? Phải sắp xếp cấu trúc câu như thế nào? Điều này tùy thuộc vào việc trang web của bạn bán một sản phẩm duy nhất (hoặc vài sản phẩm), hay các loại sản phẩm khác nhau. Có hai phương pháp giúp bạn làm việc này.

e. Viết quảng cáo dài nếu bạn chỉ có một hoặc vài sản phẩm

Rất có thể những điều tôi sắp chia sẻ với bạn đi ngược lại niềm tin và nhận thức của bạn về cách xây dựng một trang web. Nhiều người tin rằng trang web càng ít chữ càng tốt, vì con người nói chung rất lười đọc. Chính vì thế họ đăng rất nhiều hình ảnh cùng vài dòng giới thiệu ngắn gọn và để mặc người xem quyết định có nên nhấp chuột tiếp hay không. Sự thật, phương pháp này bán được rất ít hàng.

Điểm mấu chốt nằm ở nội dung. Nếu bài quảng cáo của bạn nói đúng những điều khách hàng muốn nghe thì dù có dài chẳng nữa họ vẫn đọc. Nhiều thử nghiệm chứng minh rằng, nội dung quảng cáo dài (cho một hoặc vài sản phẩm) thường mang lại doanh thu cao hơn, vì bạn dẫn dắt đối tượng trải qua từng bước trong quy trình bán hàng, thay vì để cho những đường dẫn khác nhau trên trang chủ làm họ mất tập trung. Nếu tìm hiểu những trang web bán hàng tốt nhất, bạn sẽ thấy nhiều trang web tuân theo 8 bước sau đây để biến người xem thành khách hàng.

8 bước giúp bạn viết quảng cáo dài thành công

Xin giới thiệu với bạn 8 bước mà tất cả những người bán hàng và tiếp thị chuyên nghiệp đều sử dụng để biến khách hàng tiềm năng thành người mua. Các bước này không giới hạn trong việc viết lời chào hàng trên trang web mà còn có thể áp dụng cho tất cả các dạng tiếp thị như quảng cáo trên báo, tờ rơi và gửi thư trực tiếp.

Bước 1: Đồng điệu và thổi phồng vấn đề

Bước 2: Đưa ra giải pháp

Bước 3: Bán lợi ích và ước mơ

Bước 4: Tạo dựng uy tín

Bước 5: Đưa ra lời chào mời khó cưỡng lại với những món quà tặng

Bước 6: Đề ra mức giá và giải thích tính hợp lý của nó

Bước 7: Bảo hành mạnh tay để giảm rủi ro cho khách

Bước 8: Mời đặt hàng

Bước 1: Đồng điệu và thổi phồng vấn đề

Hãy bắt đầu bằng cách diễn tả cảm giác của khách hàng khi phải đối mặt với những vấn đề mà

bạn muốn giải quyết cho họ. Hãy nói lên sự mệt mỏi, nỗi bức xúc và sợ hãi mà khách hàng đang phải chịu đựng. Những lời đồng cảm như vậy giúp xây dựng mối liên kết chặt chẽ giữa người bán hàng với người đọc ngay lập tức. Họ thấy bạn hiểu rõ những vấn đề của họ. Còn một cách tiếp cận khác: hãy nói về những kinh nghiệm bản thân về vấn đề đó... điều mà người đọc cũng nếm trải. Sau đây là ví dụ từ một trong những trang web của tôi: www.successwithnlp.com.

How to Supercharge Your Career, Create Breakthrough Results & Massively Increase Your Income in Just Under 5 Months!



Adam Khoo.
Author of *Master Your Mind, Design Your Destiny*

Dear Friend,

I believe that you have found this web page because achieving wealth & success is important to you. You know that wherever you are in your life right now, you CAN and DESERVE to achieve a lot more. You know that you CAN make more money, become a more powerful communicator, build stronger relationships with the people you care about and achieve greater success in your career or your business.

Do you experience any of the following patterns that keep you from greater wealth & success?

- ☒ You are constantly held back by limiting patterns such as procrastination, frustration, self-doubt and fear?
- ☒ You are still not clear about what you really want to achieve and as a result, lack focus and direction?
- ☒ You seem to have tried to turn your life around many times but nothing seems to have worked?
- ☒ You feel as though there are many external forces that are controlling your life and you feel powerless to change them.
- ☒ After years of continuous failure and setbacks, you find that you lack the courage & have lost the passion & motivation to move

Làm thế nào thúc đẩy sự nghiệp của bạn, tạo ra kết quả bất ngờ và tăng thu nhập theo cấp số nhân chỉ trong vòng 5 tháng!

Bạn thân mến,

Tôi tin rằng bạn tìm đến trang web này vì sự giàu có và thành công rất quan trọng đối với bạn. Bạn biết rằng dù bạn đang ở khúc quanh nào, bạn cũng CÓ THỂ và XỨNG ĐÁNG đạt được nhiều hơn những gì bạn đang đạt được ngày hôm nay. Bạn biết mình CÓ THỂ kiếm nhiều tiền hơn, giao tiếp hiệu quả hơn, có mối quan hệ tốt hơn với những người xung quanh và gặt hái nhiều thành công hơn trong sự nghiệp hay công ty của bạn.

Những thói quen nào sau đây đang cản trở bạn trở nên giàu có và thành công?

- Bạn hay trì hoãn, thất vọng, tự ti và sợ hãi?
- Bạn không biết mình thật sự muốn gì dẫn đến hậu quả làm việc thiếu tập trung và mất phương hướng?
- Bạn đã cố gắng thay đổi cuộc sống vài lần nhưng không thành công?
- Bạn cảm thấy có nhiều yếu tố bên ngoài điều khiển cuộc đời mình, và bạn có cảm giác bất lực?
- Sau bao nhiêu năm khó khăn trở ngại, bạn không còn đủ dũng cảm để gượng dậy và ngọn lửa đam mê trong bạn đã tắt ngúm?

Bước 2: Đưa ra giải pháp

Sau khi miêu tả và cường điệu hóa vấn đề khách hàng gặp phải, bạn hãy trình bày về sản phẩm/dịch vụ của bạn như một giải pháp cho vấn đề của họ và nói về những lợi ích chính một cách ngắn gọn. Trong ví dụ của mình, tôi giới thiệu NLP là cách thức giúp đối tượng khách hàng của tôi vượt qua khó khăn và đạt được mục tiêu của họ. Trước khi đi vào trình bày giải pháp, tôi khám phá ra một chiến thuật hiệu quả là đưa ra lời cảm nhận của những khách hàng đã giải quyết được vấn đề và đạt được mục tiêu của họ thông qua khóa học của tôi.

Là chuyên viên tư vấn tài chính, tôi luôn đạt được danh hiệu Bàn Tròn Triệu Đô (Million Dollar Round Table), giúp tôi có mặt trong số 1% chuyên viên giỏi nhất thế giới trong ngành bảo hiểm. Tuy vậy, nhờ quyển sách này, tôi học được cách đề ra chỉ tiêu đầy thử thách - tăng doanh số và thu nhập của tôi lên gấp 3 lần, trở thành thành viên của Hiệp hội những người bán bảo hiểm giỏi nhất (Court of the Table). Tôi đã làm được điều này chỉ trong vòng 2 tháng!

(Lorraine Koh - Chuyên viên tư vấn tài chính - Công ty bảo hiểm Prudential)

Làm Chủ Tư Duy, Thay Đổi Vận Mệnh

Phương pháp NLP đảm bảo giúp bạn đạt được bất cứ điều gì bạn muốn trong cuộc sống.

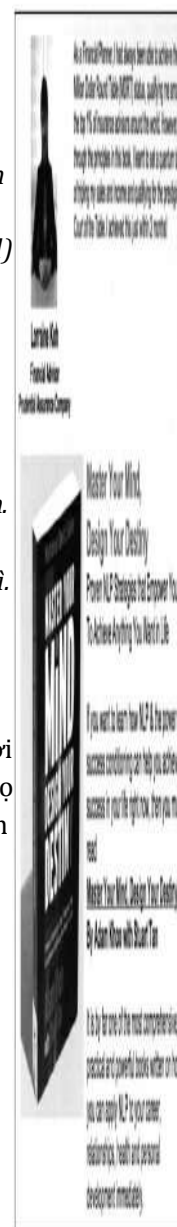
*Nếu bạn muốn học về NLP và sức mạnh của việc rèn luyện để thành công ngay bây giờ, hãy đọc **"Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh"** của tác giả Adam Khoo và Stuart Tan. Đây là một trong những quyển sách dễ hiểu, thiết thực và hiệu quả nhất giúp bạn ứng dụng NLP vào sự nghiệp, các mối quan hệ, sức khỏe và phát triển bản thân ngay tức thì.*

Bước 3: Bán lợi ích và giấc mơ

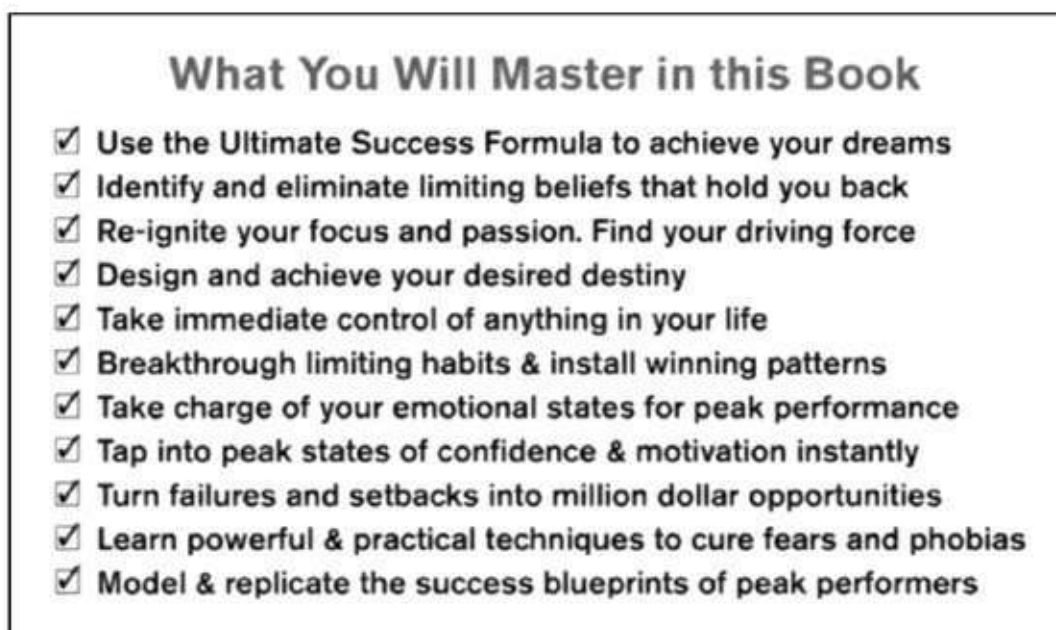
Thay cho việc tán tụng những tính năng tuyệt vời của sản phẩm (mà nhiều người vẫn hay làm), hãy đặc tả về việc sản phẩm của bạn sẽ có lợi cho khách hàng và giúp họ biến ước mơ thành sự thật như thế nào. Dùng nhiều từ gợi tả để khơi dậy những cảm xúc mãnh liệt nơi khách hàng.

Bạn gặt hái được gì qua quyển sách này?

- Sử dụng Công Thức Thành Công Tuyệt Đỉnh để đạt được giấc mơ của bạn
- Xác định và xóa bỏ những niềm tin giới hạn đang cản trở bạn
- Đánh thức niềm đam mê và nội lực bên trong bạn
- Tự thiết kế và sống một cuộc đời như bạn hằng mong muốn
- Làm chủ cuộc sống của bạn
- Phá vỡ những thói quen tiêu cực và xây dựng những thói quen tích cực
- Khơi dậy và nuôi dưỡng những cảm xúc thúc đẩy bạn tiến tới mục tiêu
- Trở nên tự tin và có động lực ngay tức thì n Biến thất bại và khó khăn thành cơ hội kiếm hàng triệu đô
- Nắm được những phương pháp hiệu quả và thiết thực để chiến thắng nỗi sợ hãi và ám ảnh tiêu cực
- Học hỏi và mô phỏng phương pháp của những người giỏi nhất



Bước
4:
Tạo
dựng
uy tín



Người dùng Internet thường tỏ ra hoài nghi không dám tin vào những thông tin mơ hồ, sai sự thật, “một tắc lên đến trời” đang tràn ngập trên Internet. Vì vậy, một trong những bước quan trọng là bạn phải gây dựng được uy tín cho bản thân và công ty.

Cách tốt nhất để xây dựng uy tín là:

Cung cấp các chứng cứ xác thực về bạn và công ty của bạn

Đăng hình ảnh, giấy phép kinh doanh và các loại bằng chứng khác lên trang web. Đó là những chứng từ có thể giúp bạn tạo dựng lòng tin nơi khách hàng. Trong trường hợp của mình, tôi đưa lên tất cả các bài báo viết về mình.

Tôi tên Adam Khoo, 31 tuổi, hiện là một trong những triệu phú tự lực trẻ nhất Singapore. Khi còn là sinh viên, tôi được xếp vào nhóm 1% sinh viên giỏi nhất nước (dành cho những ai không biết Singapore ở đâu, Singapore là một nước độc lập nằm ở phía Nam khu vực Đông Nam Á). Tuy vậy, không phải trời sinh ra tôi đã được như thế. Khi còn nhỏ, tôi là một học sinh lười biếng, không có ý chí, hoàn toàn tự ti và tiếp thu rất kém. Tôi là học sinh cá biệt trong nhiều năm liền, thậm chí còn bị đuổi học vào năm tám tuổi. Kết quả thi tốt nghiệp cấp một của tôi tụt đến nỗi, đến năm cấp hai, tôi bị xếp vào một lớp tệ nhất ở một trong ba trường kém nhất nước.

Lúc bết bát nhất cũng là lúc tôi bắt đầu biết được sức mạnh của NLP và làm thế nào mà NLP có thể giúp tôi làm chủ tư duy, thay đổi cuộc sống. Tôi dành hết thời gian để hoàn thiện kỹ thuật này dưới sự huấn luyện của chính Tiến sĩ Richard Bandler, cha đẻ của NLP. Tôi ngộ ra rằng mình có thể đạt được bất cứ điều gì, nếu biết áp dụng những phương pháp đúng đắn. Lúc đó, tôi đặt ra một mục tiêu không tưởng: vươn lên đứng nhất trường và được vào trường Đại Học Quốc Gia Singapore – NUS (dành cho топ 10% học sinh giỏi nhất nước). Mục tiêu tiếp theo của tôi là lọt vào топ giỏi nhất NUS và kiếm được một triệu đô đầu tiên ở tuổi 26. Bằng cách tự động viên bản thân theo Công Thức Thành Công Tuyệt Đỉnh và mô phỏng phương pháp của những học sinh xuất sắc và triệu phú hàng đầu, tôi đã đứng trong топ 1% sinh viên giỏi nhất NUS. Hiện tại, tôi có hai công ty...

Đăng những lời cảm nhận chân thành, ấn tượng

Để tạo được sự tín nhiệm, những lời cảm nhận bạn đăng lên phải có hình của người viết, cùng họ tên và chức danh đầy đủ. Điều quan trọng cần lưu ý là ghi rõ họ đạt được những gì từ sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

“Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh” đã giúp hàng ngàn người đạt được giấc mơ của họ như thế nào?

Những phương pháp giới thiệu trong sách thật sự hiệu quả ra sao? Trong 24 tháng qua, hơn 27.000 chuyên viên, doanh nhân, giáo viên, phụ huynh và giám đốc đã đạt được những thành quả trên cả mong đợi của họ, bằng cách áp dụng những phương pháp này. Sau đây là vài câu chuyện người thật việc thật...

Charles Tng, Giám Đốc Điều Hành, Công ty trách nhiệm hữu hạn SpeedB

Công Thức Thành Công Tuyệt Đỉnh và các biện pháp tự thúc đẩy bản thân mà tôi học được là trên cả tuyệt vời. Khi áp dụng phương pháp mô phỏng những học sinh đứng đầu, tôi, từ một học sinh làng nhàng, đã đạt toàn điểm 10 trong kỳ thi đại học. Thậm chí tôi còn tìm được nguồn đam mê và động lực để mở công ty và thành công trong một thời gian ngắn.

Woo Chiat Min, Dược sĩ

Sau khi bị đột quỵ và trải qua 21 ngày hôn mê, tôi bị mất phần lớn trí nhớ và mất khả năng điều khiển cơ thể. Tôi không còn tin vào bản thân nữa và hoàn toàn suy sụp. Tuy vậy, sau những gì học được từ Adam Khoo về sức mạnh của niềm tin vào bản thân và cách thức tự động viên, tôi đã lấy lại được ý chí và sự tự tin để hồi phục hoàn toàn và trở thành một người mẹ tốt với công việc ổn định.

Bước 5: Đưa ra lời chào mời khó cưỡng lại với những món quà tặng

Tiếp theo, bạn phải làm sao khiến khách hàng nghĩ rằng sản phẩm/dịch vụ mà bạn cung cấp thật sự có giá trị. Để đến lúc bạn tiết lộ giá sản phẩm, ai cũng nhận thấy đây là một giá hời. Bạn có thể làm được điều này bằng cách tung ra những món quà tặng hấp dẫn khiến khách hàng khó nói “không” với sản phẩm của bạn.

Những điểm cần lưu ý với quà tặng kèm theo...

- Phải có giá trị sử dụng với đối tượng
- Liên quan đến sản phẩm/dịch vụ của bạn hoặc thậm chí bổ sung cho nó
- Giá trị sử dụng cao nhưng chi phí thấp

Những mặt hàng đáp ứng ba tiêu chuẩn trên bao gồm eBook, băng video, bản tin hàng tháng, bản báo cáo đặc biệt, thẻ thành viên miễn phí, v.v...

How 'Master Your Mind, Design Your Destiny' Has Helped Thousands of Individuals Achieve their Dreams

Just how powerful are these strategies when put into action? In just the last 24 months, over 27,000 sales professionals, entrepreneurs, educators, parents & managers have achieved exceptional results in their performance as a result of applying these strategies. Here are just some of their stories...



Charles Tng
Managing Director
SpeedB Pte Ltd

The Ultimate Success Formula and Self-motivation I have learnt have been totally mind blowing. Using the power of modeling successful students, I moved from Cs & Bs to Straight As for my university exams. I even found the passion and drive to run a successful business at the same time.



Woo Chiat Min
Pharmacist

After suffering a severe stroke and a 21-day coma, I lost a large portion of my cognitive abilities and my memory. Being unable to continue my normal way of life, I lost my self-esteem and slid into a depression. However, after learning the power of self-belief and the strategies of how to empower myself from Adam Khoo, I regained the will power and confidence to heal myself to the level where I able to be a great mum and career woman again

In Addition You Will Get the Following Free Bonuses If You Order Right Now.

Bonus #1: '33 Killers Persuasion Tactics' Book-worth US\$45

Bonus #2: '69-Pages Compilation of Success Scripts that Program You for Success'-worth US\$27

Bonus #3: '19-Page Special Report on How to Help Your Loved Ones Alleviate Negative Emotions'-worth US\$17

That's a total of US\$89.00 you will be receiving absolutely FREE

Thêm vào đó, bạn sẽ nhận được những phần quà giá trị nếu mua hàng ngay bây giờ.

Quà tặng 1: Ebook "33 chiêu thức khiến đối phương tâm phục khẩu phục", trị giá 45 đô

Quà tặng 2: "69 trang bí quyết giúp bạn thành công", trị giá 27 đô

Quà tặng 3: "19 trang biên soạn đặc biệt giúp người thân của bạn vượt qua những cảm xúc tiêu cực", trị giá 17 đô

Tổng cộng, gói quà trị giá 89 đô! Hoàn toàn MIỄN PHÍ!

Bước 6: Đề ra mức giá và giải thích tính hợp lý của nó

Bước tiếp theo, hãy nêu ra mức giá bạn muốn bán và giải thích tại sao nó hoàn toàn hợp lý. Bạn có thể nói sơ lại lợi ích của sản phẩm và giá trị của những phần quà đặc biệt đi kèm. Sau đó, hãy kết luận rằng giá sản phẩm thật sự thấp hơn nhiều so với giá trị thật sự mà nó mang lại.

Giá bình thường 285 đô

Giá hiện tại chỉ có 199 đô (thời hạn khuyến mãi có hạn)

(Giao hàng miễn phí trên toàn thế giới)

“Số lượng có hạn! Đã có 822 người mua! Chỉ còn 107 bộ...”

Tại sao đây là giá cực rẻ

Tôi đã dành ra 12 năm và hơn 37 ngàn đô để mua và đọc hàng trăm quyển sách về NLP và bí quyết thành công, tham dự hơn 27 buổi hội thảo về NLP để chất lọc ra được những phương pháp hiệu quả, dễ hiểu và thiết thực nhất hiện nay. Quyển sách cũng chứa đựng nhiều bài học và ví dụ thực tế từ hàng trăm dự án tư vấn và giảng dạy mà tôi thực hiện cho hàng trăm khách hàng lớn nhỏ.

Bản thân chương trình audio “Những Mô Thức Thành Công” trị giá 250 đô, tuyển chọn những nội dung tinh túy nhất của chương trình giảng dạy của Adam Khoo và Stuart Tan với giá hơn 2800 đô. Bạn sẽ có được tất cả những thứ này và HƠN THỂ NỮA, chỉ với giá 199 đô. Giá cực rẻ, bạn sẽ không bao giờ mua được giá này lần thứ hai.

Bước 7: Bảo hành mạnh tay để giảm rủi ro cho khách

Đến đây, điểm duy nhất có thể khiến khách còn ngần ngại chưa mua hàng là nỗi sợ mua nhầm hàng. Để gạt bỏ nỗi sợ này, hãy đưa ra chế độ bảo hành 30 ngày, một năm, thậm chí cả đời! Điều này có nguy hiểm đối với bạn không? Chuyện gì sẽ xảy ra nếu người ta lợi dụng chế độ bảo hành của bạn? Tôi khám phá ra rằng trừ khi quá tức giận, thất vọng, còn thường thì khách hàng hoặc quá bận hoặc quá lười nên không cất công mang trả một món gì đó. Do đó, một sự đảm bảo hùng hồn như vậy lập tức khiến khách hàng tin ngay và doanh số sẽ cao hơn rất nhiều so với nguy cơ bị trả hàng.

0% rủi ro khi mua hàng, hoàn lại tiền 100% khi khách hàng không hài lòng

Bạn không cần phải quyết định ngay liệu quyển sách “Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh” và chương trình “Những Mô Thức Thành Công” có hữu ích với bạn không. **Hãy thử nghiệm trong 90 ngày!** Nếu bạn hoàn toàn không hài lòng về sản phẩm, trong vòng 90 ngày, chúng tôi sẽ hoàn tiền lại cho bạn... vô điều kiện!

* “Chúng tôi mất hàng ngàn giờ để tập hợp những kiến thức quý giá nhất. Một giờ đứng lớp của tôi có giá 2500 đô. Hãy hình dung, bạn có trong tay món hàng giá trị 25 ngàn đô! Vậy mà bạn chưa mất đến 500 đô để sở hữu sản phẩm tuyệt vời này. Tôi tin vào giá trị sản phẩm của mình. Vào những đợt khuyến mãi đặc biệt có giới hạn, chúng tôi bán với giá 197 đô. Nhưng nếu bạn đặt mua ngay hôm nay, chúng tôi bán với giá 199 đô. Cộng thêm nhiều phần quà có giá trị!”

Bước 8: Mời đặt hàng

Bước cuối cùng và cũng là bước quan trọng nhất là làm sao cho khách hàng mua NGAY BÂY

GIỜ! Để tránh việc khách chần chừ và trở lại lần sau (thường thì họ sẽ đi luôn), khuyến mãi có thời hạn sẽ tạo cảm giác cấp bách buộc họ phải nhấp nút “mua” ngay lập tức! Nhiều trang web ghi rõ “Nếu mua hàng trong vòng 5 phút nữa, bạn sẽ được mức giá rẻ chưa từng có và giá này sẽ không lặp lại”. Tương tự, “50 người đầu tiên sẽ được nhận quà tặng miễn phí trị giá 67 đô”.

Ngoài trang web của tôi www.successwithnlp.com, bạn cũng có thể tìm hiểu cách viết quảng cáo dài trên những trang web thành công khác để thu được hàng ngàn đô lợi nhuận. Tham khảo các trang www.superaffiliatehandbook.com, www.buywithnocredit.com và www.sitstayfetch.net.

Có thể bạn đặt câu hỏi, “Tại sao những “đại gia” trên mạng rất thành công như amazon.com đâu cần viết quảng cáo dài dòng như vậy?”. Đó là vì tên tuổi họ đã nổi như cồn nên không cần phải “đánh bóng” nữa. Hầu như ai cũng biết Amazon là ai và họ làm gì. Tương tự, nếu bạn có một thương hiệu nhiều người biết tới và người ta tự động kéo đến khi có nhu cầu thì những mẫu quảng cáo dài sẽ không cần thiết.

Còn nữa, giả sử bạn có trang web bán hàng trăm sản phẩm các loại thì bạn cần viết hàng trăm bài quảng cáo như vậy ư? Tất nhiên là không. Với những trang web bán hàng loạt sản phẩm như dụng cụ chơi gôn, quần áo, đồ cổ, dụng cụ làm vườn, bạn sẽ sử dụng trang web kiểu danh mục liệt kê với lời giới thiệu ngắn gọn cho từng sản phẩm.

f. Quảng cáo ngắn cho trang web kiểu danh mục liệt kê

Những bài quảng cáo ngắn đã được chứng minh là hiệu quả với các trang web kiểu danh mục liệt kê, bán nhiều loại sản phẩm đa dạng khác nhau được gộp chung lại thành các nhóm hàng. Tuy vậy, trang web loại này vẫn cần có những yếu tố quan trọng sau:

- Tiêu đề ấn tượng
- Hình ảnh sản phẩm đẹp
- Quảng cáo ngắn nhưng hấp dẫn về lợi ích của từng sản phẩm
- Lời cảm nhận của khách hàng để gây dựng uy tín
- Chế độ bảo hành giảm thiểu rủi ro
- Thêm quà tặng khiến mặt hàng thêm hấp dẫn
- Khuyến mãi có thời hạn để tạo cảm giác phải mua ngay

Đây là ví dụ của một trang web kiểu danh mục liệt kê www.serenityhealth.com.





Bạn thấy đó, trang web kiểu danh mục liệt kê này có tiêu đề nói lên lợi ích và những đoạn quảng cáo ngắn gọn miêu tả công ty và sản phẩm mà họ bán. Ở bên trái, các sản phẩm được sắp xếp thành nhiều loại như “võng”, “nến thơm” ...



Đối với những sản phẩm được đề cao, những mẫu quảng cáo ngắn đầy thuyết phục được đưa vào để nhấn mạnh những lợi ích chính của sản phẩm.

Rõ ràng là những “chiêu” tiếp thị và bán hàng này không chỉ áp dụng cho kinh doanh trên mạng mà còn cho bất kỳ loại hình kinh doanh nào! Thậm chí, bằng cách áp dụng những nguyên tắc tương tự vào công việc hàng ngày, bạn sẽ thấy mình có thể đóng góp cho công ty được nhiều hơn. Chúng ta hãy cùng bước sang chương tiếp theo để học về bốn bước cuối cùng.

CHƯƠNG 12

LÀM THẾ NÀO ĐỂ THU HÚT NGÀY Càng NHIỀU KHÁCH HÀNG TRÊN MẠNG

Thế là bạn đã đến với chương cuối cùng về việc kinh doanh trên mạng. Lý do tôi dành hẳn bốn chương cho chủ đề này là vì tôi tin rằng, bất cứ ai, chỉ cần có đủ quyết tâm cũng có thể tạo thêm nguồn thu nhập từ công cụ trung gian mạnh mẽ này, kể từ khi nó còn trong thời trứng nước. Dù bạn kinh doanh gì trên mạng từ hôm nay, thì sớm muộn nó cũng sẽ tăng giá trị gấp 100 lần vì hàng triệu người từ Ấn Độ, Trung Quốc, Việt Nam và các nơi khác ở Châu Á đang kết nối vào Internet mỗi ngày. Bây giờ, ta hãy bắt đầu tìm hiểu bốn bước cuối cùng.

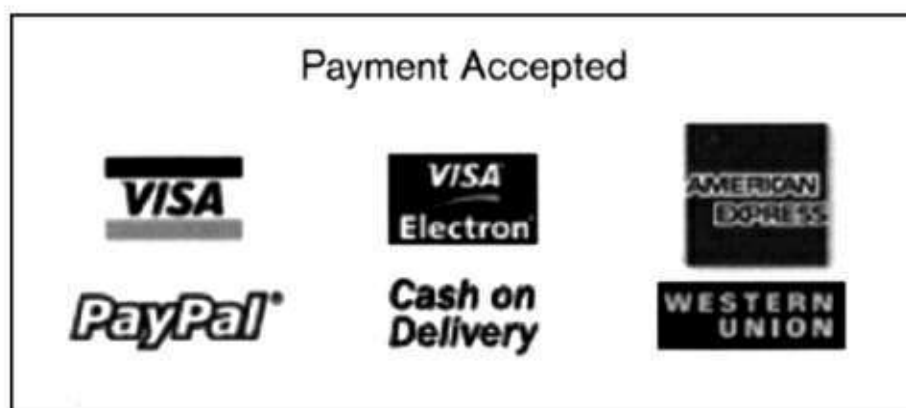
Bước 7: Thiết lập hệ thống đặt hàng và thanh toán

Sau khi khiến khách hàng hứng thú với công ty và sản phẩm của bạn, khâu cuối cùng bạn cần làm là: thực hiện đơn đặt hàng của khách, nhận tiền thanh toán, giao hàng hiệu quả và an toàn. Nếu một cửa hàng cần quầy thanh toán và thu ngân thì công việc kinh doanh trên mạng chỉ cần quầy thu ngân “ảo” và “cổng” thanh toán.

Nhiều doanh nghiệp trực tuyến xem nhẹ tầm quan trọng của bước này nên đã thất bại vì không tạo được lòng tin để khách hàng trả tiền mua hàng.

Hãy để khách hàng trả tiền bằng thẻ tín dụng và PayPal

Làm cách nào để bạn nhận tiền trả qua mạng của khách hàng trên toàn thế giới? Trong vô vàn cách thức, chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng và Paypal là cách tối ưu hơn cả. Là người bán lẻ trên mạng, bạn buộc phải chấp nhận các loại thẻ tín dụng phổ biến, nếu không hãy chuẩn bị tinh thần mất đi hơn 85% khách hàng tiềm năng. Việc thanh toán bằng thẻ tín dụng giúp khách mua hàng nhanh chóng và dễ dàng. Dân lướt web thường không đủ kiên nhẫn nếu phải ngồi viết chi phiếu, điền thông tin chi tiết rồi bỏ vào phong bì, gửi đi và đợi vài ngày để bạn xử lý đơn hàng. Nếu nhiều kẻ như thế, họ thường từ bỏ ý định mua hàng của bạn. Thẻ tín dụng không chỉ giúp bạn thu hút phần lớn lượng khách mua hàng một cách ngẫu hứng (không tính toán so đo nhiều trước khi mua hàng), mà còn làm tăng thêm độ tín nhiệm của bạn. Chấp nhận thẻ tín dụng tạo ấn tượng rằng bạn là một doanh nhân đáng tin cậy.



Mặc dù phần lớn khách hàng đều có thẻ tín dụng, vẫn có một số người không sở hữu thẻ tín dụng. Điều này đặc biệt đúng ở Việt Nam nơi thói quen dùng thẻ tín dụng chưa phổ biến, trong khi

thanh thiếu niên mua hàng khá nhiều trên mạng (dưới 18 tuổi nên chưa được sở hữu thẻ tín dụng). Trong trường hợp này, lựa chọn tốt nhất là chấp nhận thanh toán qua Paypal (www.paypal.com). PayPal Inc (do Ebay sở hữu) cho phép mọi người gửi và nhận tiền bằng bất cứ ngoại tệ nào qua mạng mà không cần tới thẻ tín dụng. Họ chỉ cần một tài khoản ngân hàng và một địa chỉ email.

Ta hãy tìm hiểu thêm về cơ chế hoạt động của hình thức giao dịch này. Khách hàng chuyển tiền từ tài khoản ngân hàng tới tài khoản Paypal của họ (có thể mở qua mạng ngay tức thì). Khi họ xác nhận đơn đặt hàng, Paypal sẽ chuyển tiền tới tài khoản Paypal mua bán của bạn (có thể mở qua mạng miễn phí trong tích tắc). Sau đó, bạn có thể chuyển số tiền nhận được đó từ tài khoản Paypal tới tài khoản ngân hàng địa phương của mình chỉ với một lần nhấp chuột. Tất nhiên, Paypal sẽ thu phí chuyển tiền từ 2,4% – 3,4% cộng thêm 0,3 đô cho dịch vụ của họ.

Giải pháp thanh toán trực tuyến trọn gói

Ngày nay, có hàng trăm nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến sẵn sàng mang lại cho bạn một dịch vụ trọn gói, cho phép bạn chấp nhận và xử lý phương thức thanh toán bằng thẻ tín dụng chỉ trong một thời gian ngắn. Trong một gói dịch vụ, họ sẽ cung cấp cho bạn một tài khoản mua bán, một máy chủ bảo mật, một cổng thanh toán và một giỏ hàng ảo.

Vậy tất cả những điều này có ý nghĩa gì? Tài khoản mua bán là tài khoản cho phép bạn chấp nhận và xử lý đa số các loại thẻ tín dụng trực tuyến. Máy chủ bảo mật là máy chủ được mã hóa và bảo vệ thông tin bí mật của khách hàng khỏi các tin tặc trong quá trình thông tin được gửi đi. Cổng thanh toán là phần mềm kết nối trang web của bạn tới tài khoản mua bán. Sử dụng máy chủ bảo mật giúp việc chuyển tiền từ thẻ tín dụng của khách tới tài khoản mua bán của bạn một cách an toàn.

Cuối cùng, giỏ hàng ảo là phần mềm cho phép khách hàng có thể lựa chọn thêm vào hoặc bỏ đi những thứ họ định mua trong lúc “dạo quanh” cửa hàng trực tuyến. Nó cũng tính tổng giá trị các món hàng và chuyển toàn bộ thông tin vào tài khoản mua bán của bạn khi khách hàng quyết định mua.

What's In My Cart?



Remove	Qty.	Product(s)	Total
	1	Half-Life 2	S\$69.90
	1	World of Warcraft	S\$79.90
	1	Star Wars Battlefront II	S\$69.90
	1	Star Wars Episode III: Revenge of the Sith	S\$69.90
Sub-Total:			S\$289.60

 **Update**
 **Continue Shopping**
 **Checkout**

Tuy vậy, nếu chỉ bán một hay hai mặt hàng, bạn không cần đến giỏ hàng ảo. Bạn chỉ cần một trang đặt hàng, nơi khách hàng có thể điền tất cả thông tin riêng của họ và nhấn nút “mua”. Mọi chuyện đều được nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến giải quyết chu toàn nên bạn không phải lo lắng về việc thiết lập hệ thống này. Hình chụp bên dưới là một ví dụ về một trang đặt hàng đơn giản.



Rated ★★★★★ on Amazon.com

First Name:

Last Name:

E-mail:

E-mail Confirmation:
(Confirm your e-mail one more time)

Company: (optional)

Address:

Zip:

Country:

Quá trình này diễn ra như sau. Khi quyết định mua một món gì đó, người mua sẽ điền đơn đặt hàng hay bỏ vào giỏ hàng ảo và xác nhận việc mua. Thông tin thẻ tín dụng của người mua sẽ được mã hóa và gửi đến tài khoản mua bán của bạn, sau đó nó được gửi đến công ty thẻ tín dụng để họ kiểm tra và chấp nhận việc mua hàng. Sau khi đã được thông qua, thẻ tín dụng của khách sẽ bị trừ tiền và tiền sẽ được đưa vào tài khoản ngân hàng của bạn.

Đồng thời, một tin nhắn xác nhận việc mua hàng sẽ được gửi tới người mua, cùng với hóa đơn điện tử và thông tin ngày nhận hàng. Ngay lập tức, một email cũng được gửi tới bạn để bạn bắt đầu xử lý đơn đặt hàng và gửi sản phẩm đi ngay lập tức.

Những nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến mà tôi đánh giá cao bao gồm Rbsworldpay.com, Quicksales.com, E-nets (www.nets.com.sg/enets) và Paypal.com (Paypal cũng cho phép bạn chấp nhận thẻ tín dụng trên toàn thế giới). Hãy thử vào các trang web trên và xem qua những gói dịch vụ mà họ cung cấp trước khi quyết định giải pháp nào phù hợp với nhu cầu của bạn nhất!

Tất nhiên, một khi nhận được email chấp nhận thẻ tín dụng và xác nhận đơn đặt hàng, bạn phải giao hàng cho người mua ngay lập tức. Nếu bạn bán các sản phẩm điện tử như eBook hay phần mềm, bạn có thể để trang web tự động gửi sản phẩm mà không cần phải mót tay vào. Điều này cực kỳ quan trọng vì nó đem lại cho khách hàng cảm giác hài lòng về việc mua hàng ngay lập tức. Trong khi với sản phẩm vật chất, bạn sẽ phải đóng gói, chuyển hàng qua đường hàng không (hoặc đường bộ, đường biển) tới khách hàng bằng các dịch vụ thông thường hay chuyển phát nhanh như DHL hay Fedex. Lưu ý, hãy cho phép khách hàng quyền lựa chọn các dạng dịch vụ giao hàng khác nhau và cước phí cho từng loại dịch vụ; điều này phải được thể hiện rõ ngay trong đơn đặt hàng. Bạn cũng cần thông báo cho khách biết thời gian họ sẽ nhận được sản phẩm.

Những mẹo nhỏ giúp khách hàng tự tin mua hàng của bạn

Mặc dù ngày càng có nhiều người mua hàng trực tuyến, đa số mọi người vẫn rất ngại chia sẻ thông tin thẻ tín dụng trên mạng vì sợ bị đánh cắp thông tin. Dù mặt hàng của bạn có hấp dẫn tới đâu, khách cũng không dám mua nếu bạn không giúp họ tin rằng công ty của bạn làm ăn hợp pháp,

đàng hoàng và đáng tin cậy. Vậy làm sao để chiếm được lòng tin của khách? Sau đây là một vài mẹo nhỏ nhưng khá hiệu nghiệm!

Mẹo 1: Trang “Tự giới thiệu” và trang “Liên lạc” cần có đầy đủ thông tin

Như đã nói, khách hàng tiềm năng muốn biết chắc rằng đằng sau trang web là một người hay một công ty đáng tin cậy. Bằng cách cung cấp thông tin chi tiết về bạn và lịch sử công ty cùng nhiều hình ảnh, bạn sẽ giúp khách hàng có cơ sở đặt lòng tin. Ghi rõ địa chỉ công ty, số fax và số điện thoại 24/24 (nếu được), để khách hàng có thể giải tỏa mọi thắc mắc và lo lắng.

Mẹo 2: Đăng các bằng chứng xác nhận lên trang web

Có một số tổ chức chuyên theo dõi và chứng nhận độ tin cậy và tính hợp pháp của các công ty kinh doanh trên mạng. Trong số đó có thể kể đến TRUSTe (www.truste.org) và Trust SG (www.trustsg.com). Nếu trang web của bạn đã được những tổ chức này bảo chứng và được quyền đưa logo của họ lên trang chủ thì chắc chắn khách hàng sẽ có thêm cơ sở tin tưởng để mua hàng.



Mẹo 3: Đưa các thông tin về việc bảo mật và logo vào đơn đặt hàng

Cuối cùng, đưa các thông tin về việc bảo mật lên trang đặt hàng cùng với câu: “Đặt hàng ngay bây giờ qua hệ thống thanh toán bảo mật của chúng tôi” cũng giúp ích rất nhiều. Nhiều trang web còn để biểu tượng chìa khóa với dòng chữ “Bảo mật từ Microsoft và Netscape”.



Bước 8: Thu hút khách hàng vào trang web của bạn

Trang web của bạn có thể đẹp đẽ với những sản phẩm chất lượng tốt, nhưng nếu chẳng ai tìm thấy nó trong hàng triệu triệu trang web trên đời thì kể như nó chưa từng tồn tại.

Một trong những giả định nguy hiểm chết người mà nhiều ông chủ mắc phải là khi mở cửa hàng, dù là cửa hàng ngoài phố hay trên mạng, họ nghĩ hiển nhiên cho rằng thiên hạ sẽ rủ nhau tới

mua hàng. Khoảng một thập kỷ trước, điều này may ra có thể đúng, vì chỉ có độc nhất một nhà may hay một cửa hàng giày trong thị xã. Ngày nay, có hàng trăm hàng ngàn công ty bán cùng một loại sản phẩm, nghĩa là bạn phải chủ động tìm kiếm và thu hút khách vào cửa hàng hay trang web của mình. Chỉ khi họ ghé vào trang web của bạn, bạn mới có cơ hội biến họ thành người mua.

Trong quá khứ, nếu khách bước ra khỏi cửa hàng của bạn, bạn có thể chờ đợi và hy vọng họ sẽ quay lại. Ngày nay, nếu để một người khách bước ra khỏi cửa hàng mà không mua gì, bạn có thể mất họ vĩnh viễn vì có hàng chục cửa hàng khác chào kéo họ và họ chẳng còn nhớ gì về cửa hàng của bạn đâu. Thế nên, ngay khi có một người ghé thăm trang web, bạn phải liên lạc thường xuyên và thiết lập mối quan hệ cho tới khi họ quyết định mua hàng và tiếp tục mua thêm nữa.

Vậy làm thế nào để thu hút khách vào trang web của bạn? Bạn có thể thực hiện việc này miễn phí hoặc trả tiền cho quảng cáo. Là một nhà tiếp thị trên mạng chuyên nghiệp, bạn cần kết hợp cả hai chiến lược này. Trước tiên, chúng ta hãy cùng điểm qua mặt mạnh mặt yếu của từng chiến lược.

Tăng lượng truy cập vào trang web của bạn miễn phí

Ưu điểm nổi bật của phương pháp này là bạn không phải trả tiền để có khách hàng tiềm năng. Tuy vậy, nó mất khá nhiều thời gian, có thể hàng tuần thậm chí hàng tháng cho đến lúc bạn bắt đầu thu hút được một lượng khách hàng kha khá. Lượng truy cập miễn phí thường đến từ (1) công cụ tìm kiếm, (2) đường dẫn trên những trang web liên quan, (3) cung cấp thông tin quý giá miễn phí, (4) tiếp thị truyền miệng và (5) đăng quảng cáo trên các trang quảng cáo miễn phí.

1. Thu hút khách hàng qua các công cụ tìm kiếm

Khi muốn tìm kiếm thông tin, bạn thường bắt đầu từ những công cụ tìm kiếm như Google, Yahoo! hay MSN, đúng không? Phần lớn khách hàng cũng tìm đến bạn thông qua những kênh chủ yếu này. Trong thực tế, hơn 50% khách hàng tiềm năng đến với bạn bằng cách này.

Vấn đề ở chỗ, người lướt web thường chỉ để mắt tới 10-20 trang web đầu tiên trên hai trang kết quả tìm kiếm. Trong hàng trăm ngàn trang web hiển thị cùng một lúc, thử hỏi cơ hội trang web của bạn có mặt trong danh sách 20 trang web đầu tiên là bao nhiêu? Nếu bạn chỉ đưa trang web của mình lên và chẳng làm gì, cơ hội của bạn mong manh như trúng số độc đắc, đặc biệt là với các từ khóa thông dụng. Ví dụ, nếu bạn vào Google và gõ từ “Golf” (hãy cùng làm thử với tôi), bạn sẽ nhận được 234.000.000 kết quả tìm kiếm! Giả sử bạn bán dụng cụ chơi gôn trên mạng, thì cơ hội có người biết đến bạn gần như bằng zero. Tuy vậy, nếu bạn bán các sản phẩm độc hơn, như “gậy đánh gôn đầu bọc vàng” (gold plated golf equipment) thì chỉ còn lại 325.000 kết quả tìm kiếm.

Với hàng trăm ngàn thậm chí hàng triệu đối thủ cạnh tranh, bạn có khả năng lọt vào danh sách 20 trang web xuất hiện đầu tiên không? May thay, câu trả lời là có và bạn có thể làm được điều này chỉ trong vòng sáu tháng nếu biết áp dụng chiến thuật đúng đắn. Mặc dù thiên hạ viết rất nhiều sách, có những quyển dày tới 300 trang, xoay quanh việc “Làm thế nào để tận dụng tối đa công cụ tìm kiếm?” (Search Engine Optimization – SEO), tôi chỉ điểm qua những cách thức hữu hiệu nhất và đưa ra một số nguồn tham khảo thêm cho bạn.

Đầu tiên, bạn cần hiểu rõ những công cụ tìm kiếm xếp hạng các trang web như thế nào. Việc xếp ai ngồi “chiếu trên chiếu dưới” trong Internet hoàn toàn không dựa vào thứ tự xếp hàng trước sau hay bảng chữ cái. Thay vào đó, các công cụ tìm kiếm sẽ sục xối tận đáy đại dương Internet, rồi dựa vào các công thức toán học phức tạp để đo lường mức độ phù hợp và phổ biến của các trang

web. Trang web của bạn càng phù hợp với từ khóa và càng phổ biến bao nhiêu thì thứ hạng tìm kiếm của bạn càng cao bấy nhiêu.

Tôi xin giới thiệu ba cách cơ bản bạn có thể dùng để đẩy thứ hạng trang web của bạn lên cao hơn.

Cách 1: Làm cho trang web của bạn phổ biến hơn

Một trong những tiêu chí để các công cụ tìm kiếm đo lường mức độ phổ biến của trang web là dựa vào số đường dẫn vào trang web của bạn, được gọi là “độ phổ biến của đường dẫn”. Càng có nhiều đường dẫn vào trang web, những đường dẫn ấy càng phổ biến bao nhiêu thì cơ hội xếp hạng cao của trang web càng tăng bấy nhiêu. Một trang web ở thứ hạng cao thường có ít nhất 50-100 đường dẫn. Để theo dõi số đường dẫn tới trang web của mình, bạn có thể dùng công cụ tại www.linkpopularity.com.

Trước khi bắt đầu nhờ tất cả bạn bè chèn đường dẫn từ trang web của họ đến trang của bạn, hãy chắc chắn rằng sự kết nối ấy là hợp lý. Ví dụ, nếu trang web của bạn bán dụng cụ đánh gôn, mà bạn để đường dẫn trên trang web trò chơi điện tử thì máy tìm kiếm sẽ không tính. Đó là chưa kể các công cụ tìm kiếm có thể còn phạt bạn nữa! Bạn phải có những đường dẫn từ những trang web có nội dung liên quan như nhận xét về các khu chơi gôn, tạp chí gôn trực tuyến, câu lạc bộ đánh gôn, v.v... Thêm vào đó, trang web có đường dẫn tới bạn cũng phải có đông người viếng thăm. Dù có hàng triệu đường dẫn từ những trang web không người vào thì cũng chẳng thay đổi được thứ bậc xếp hạng của bạn.

Chắc bạn hình dung là sẽ mất rất nhiều thời gian để xây dựng mạng lưới những đường dẫn “giá trị” tới trang web của bạn. Tuy vậy, vẫn có một số cách giúp bạn đẩy nhanh quá trình này.

- Xây dựng một trang web có nội dung bổ ích và phong phú. Nếu trang web của bạn có nội dung tốt và có giá trị với khách hàng, những trang web khác trong cùng lĩnh vực sẽ sẵn lòng kết nối vào trang của bạn hơn.

- Yêu cầu “nối mạng” với các trang web liên quan. Hãy chủ động tìm những trang web có cùng đối tượng khách hàng (nhưng không phải đối thủ trực tiếp). Bạn có thể tìm hiểu xem trang web của các đối thủ được đề trên những trang web nào (vào www.linkpopularity.com, bạn sẽ dễ dàng tìm ra). Viết email cho chủ trang web và yêu cầu để đường dẫn trên trang của họ. Nếu bạn có thể thuyết phục rằng đó là việc làm có lợi cho hai bên, họ sẽ vui vẻ đồng ý.

- Cách tốt nhất và dễ nhất để tăng lượng trang web kết nối tới trang của bạn là tự tạo ra chúng. Hãy tạo ra nhiều trang web có nội dung phong phú và dẫn dắt khách hàng tới trang web chính của bạn.

- Một cách khá hiệu nghiệm khác là lập nhiều trang web khác nhau cho mỗi sản phẩm của bạn (hay từng nhóm sản phẩm) rồi liên kết tất cả trang web này lại với nhau. Phương pháp này sẽ giúp cho những trang web nhỏ phổ biến hơn và được xếp hạng cao hơn.

Cách 2: Lựa chọn và khôn khéo để vào các từ khóa tốt nhất

Từ khóa là thứ mà công cụ tìm kiếm dựa vào khi xếp hạng trang web của bạn. Ví dụ, nếu bạn gõ “golf equipment” (dụng cụ chơi gôn) vào Yahoo!, bạn sẽ thấy những trang web có nhiều từ khóa này nhất. Một trang web càng có nhiều một loại từ khóa nhất định, trang web đó càng dễ được xếp hạng cao (bên cạnh một số yếu tố khác). Nhưng bạn chớ nghĩ đến mách để từ khóa nhan nhản trên trang

web nhé (ví dụ để cụm từ “dụng cụ chơi gôn” lặp đi lặp lại với tần suất cao) vì công cụ tìm kiếm rất thông minh, nó sẽ phạt bạn tội “lừa dối” đấy! Từ khóa phải hiển thị đúng chỗ và phải tạo thành những câu có nghĩa.

Đầu tiên, hãy chọn những từ khóa và cụm từ khóa mà khách hàng sẽ gõ vào công cụ tìm kiếm. Trong chương trước, bạn đã học về các công cụ như www.google.com/keywords để tìm ra được danh sách 50-100 từ khóa phù hợp với trang web của bạn. Một lần nữa, nếu bạn bán dụng cụ chơi gôn, những từ khóa liên quan có thể là “golf equipment”, “Tiger Woods”, “Nike Golf”, “Golf Club” (câu lạc bộ chơi gôn) v.v...

Khi lập web, bạn cần đặt những từ khóa quan trọng nhất vào tên miền, thẻ tiêu đề và những câu chào hàng.

a. Tên miền

Cài từ khóa vào tên miền sẽ giúp đẩy thứ hạng trang web lên. Chúng ta đã nói đến phần này ở chương trước.

b. Thẻ tiêu đề

Thẻ tiêu đề là những gì hiện ra ở phía trên cùng trình duyệt web của bạn. Nó bao gồm tên trang web và dòng giới thiệu về trang web. Ví dụ trên trang web của tôi www.adam-khoo.com, thẻ tiêu đề là “Những bí quyết thành công của Adam Khoo” (Adam Khoo’s Success Tips). Nếu bạn nhấp vào “view source” (xem mã nguồn) trên trình duyệt web của bạn, bạn sẽ thấy dòng chữ này trong mã nguồn, hiện lên giữa và. Để đảm bảo rằng từ khóa của bạn hiện lên nhiều lần trên thẻ tiêu đề, hãy miêu tả trang web của bạn một cách chi tiết. Ví dụ, nếu “thành công” là một từ khóa quan trọng, bạn có thể để thẻ tiêu đề như:

Bạn khao khát **thành công**? Những bí quyết **thành công** của Adam Khoo mang đến cho bạn các sản phẩm và thông tin liên quan đến **thành công**, giúp bạn **thành công** trong cuộc sống

Trong trường hợp này, từ khóa “thành công” hiện lên bốn lần trong thẻ tiêu đề. Càng nhiều càng tốt. Bạn có thể để tới 66 từ khóa trên thẻ tiêu đề đối với Google và 120 từ đối với Yahoo!.

c. Trong cả đoạn quảng cáo chào hàng, hãy chèn càng nhiều từ khóa càng tốt

Mẫu quảng cáo càng có nhiều từ khóa càng giúp bạn dễ lên “hạng” hơn. Khi viết đoạn quảng cáo, hãy cố gắng dùng càng nhiều từ khóa và cụm từ khóa càng tốt. Tối ưu nhất, từ khóa nên chiếm dung lượng khoảng 15%-16% đoạn văn. Nói cách khác, cứ 100 chữ thì 16 chữ là từ khóa! Bạn có thể kiểm tra tần số xuất hiện của từ khóa bằng cách sử dụng công cụ ở www.keyworddensity.com.

Cách 3: Gửi trang web của bạn cho tất cả các công cụ tìm kiếm

Hai biện pháp trên giúp trang web của bạn được xếp hạng cao hơn, nhưng nó sẽ còn cao hơn nữa nếu bạn gửi trang web của mình cho các công cụ tìm kiếm và các trang danh bạ. Bạn có thể tự làm điều đó bằng cách vào trang chủ của các công cụ tìm kiếm, hay sử dụng các phần mềm tự động làm thay bạn như Webposition Gold (www.webpositiongold.com).

Ngoài các trang tìm kiếm lớn như Google, Yahoo! và MSN, có hàng trăm trang khác như Metacrawler (www.metacrawler.com), Dogpile (www.dogpile.com), Ask Jeeves (www.ask.com), Alta Vista (www.altavista.com), v.v... Một công đôi việc, khi bạn lọt vào danh sách của càng nhiều trang tìm kiếm, càng có nhiều đường dẫn tới trang web của bạn, đẩy mức độ phổ biến của đường dẫn lên cao hơn nữa!

2. Đặt đường dẫn vào những trang web liên quan

Ngoài việc giúp trang web của bạn thêm phổ biến, đặt đường dẫn ở những trang web liên quan sẽ giúp mang lại lượng truy cập miễn phí cho bạn!

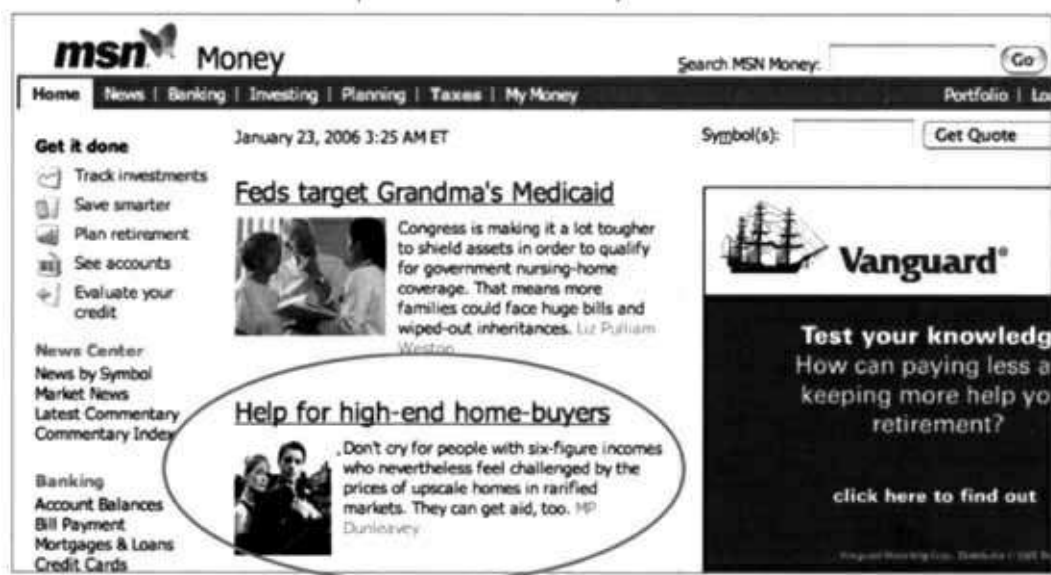
3. Cung cấp nhiều thông tin quý giá miễn phí

Cách tốt nhất để thu hút được nhiều khách hàng là viết bài có nội dung thật phong phú và bổ ích đối với đối tượng khách hàng của bạn, rồi xin phép đăng bài trên những trang web có nhiều người xem là khách hàng tiềm năng của bạn.

Khi đối tượng của bạn đọc bài viết, họ sẽ tò mò muốn biết bạn có thể giúp họ như thế nào (nếu bài của bạn đủ sức thuyết phục) và bạn sẽ có vị thế như một chuyên gia. Ở phần đầu và cuối bài viết, bạn phải để đường dẫn “Về tác giả” để dẫn họ đến trang web của mình vì đây là nơi bạn có thể bán dịch vụ hay sản phẩm của mình để kiếm tiền.

Ví dụ, nếu bạn tới www.moneycentral.com (trang web uy tín và phổ biến nhất về quản lý tài chính), bạn sẽ thấy rất nhiều bài viết được đăng trên trang chủ. Ai quan tâm đến chủ đề nào có thể nhấp chuột vào đó để đọc bài viết và tìm hiểu thêm. Ví dụ, bài viết “Giúp đỡ người mua nhà cao cấp” (Help for high-end home-buyers) của M.P.Dunleavy.

Hãy chịu khó tìm kiếm và liên lạc với các trang web liên quan, nhờ họ đăng bài của bạn. Phần lớn các trang web sẽ sẵn lòng làm thế, vì chính họ



cũng phải lùng sục thông tin mới lạ để tăng giá trị phục vụ của trang web. Bên cạnh đó, cũng có hàng trăm trang web cung cấp bài viết miễn phí. Một số trang như www.articlecity.com và www.freesticky.com là nơi mà các chủ trang web thường lui tới tìm kiếm những bài viết hay về đăng lên trang của mình.

4. Tiếp thị truyền miệng

Với các công ty truyền thống, cách tốt nhất để kiếm được khách hàng mới là thông qua lời giới thiệu của những khách hàng hài lòng với công ty, gọi là tiếp thị truyền miệng. Trong thế giới trực tuyến, tiếp thị truyền miệng là chiến lược nhờ những khách hàng hiện hữu giới thiệu trang web của bạn tới bạn bè của họ, rồi người này lại giới thiệu với người kia và cứ thế lan truyền trong cộng đồng mạng. Đây là cách mà Hotmail đã làm để kiếm được hàng triệu người dùng chỉ trong vòng vài tháng. Nếu để ý, bạn sẽ thấy mỗi lần bạn nhận được email từ tài khoản Hotmail, luôn có một đường dẫn ghi rằng “đăng ký tài khoản email miễn phí tại đây”. Khi gửi cho bạn email đó, bạn của bạn đã vô tình quảng cáo Hotmail với bạn!

Vậy bạn có thể áp dụng điều này như thế nào? Tất cả việc bạn cần làm là tặng cho người xem trang web những thứ có giá trị như bài viết, bản tin điện tử miễn phí hay mẫu thử sản phẩm. Cuối bài viết, để sẵn một đường dẫn nói rằng “Hãy chia sẻ bài viết này với bạn bè” hay “Email bài viết này cho bạn bè”. Một khi họ nhấp vào đường dẫn và gửi sản phẩm của bạn cho bạn bè, bạn sẽ tự động được quảng cáo!

5. Đăng quảng cáo trên những trang quảng cáo miễn phí

Cuối cùng, bạn có thể kiếm được khách hàng miễn phí bằng cách đăng những bài quảng cáo trên các trang web quảng cáo miễn phí. Mặc dù miễn phí, nhưng để có tác dụng, bạn phải đăng trên hàng trăm, thậm chí hàng ngàn trang web quảng cáo. Phần mềm như “Power Submitter” có thể giúp bạn tự động đặt trang web của mình lên hơn 200 trang quảng cáo nhanh chóng.

Trả tiền để thu hút khách hàng bằng quảng cáo

Nhiều người hỏi tại sao họ phải bỏ tiền trong khi có thể làm điều đó miễn phí? Câu trả lời là quảng cáo loại này giúp bạn thu hút khách hàng ngay lập tức và chất lượng của nhóm khách hàng này thường tốt hơn nhiều (tập trung hơn), giúp gia tăng cơ hội mang lại doanh thu. Là một chủ doanh nghiệp có tầm nhìn xa trông rộng, bạn phải xem quảng cáo như một kênh đầu tư chứ không phải chi phí. Ví dụ, nếu bạn trả 10 đồng mà thu hút 100 người vào trang web, kết quả có một người mua và bạn kiếm được 40 đồng, vậy bạn sẽ đầu tư bao nhiêu? Chẳng phải là càng nhiều càng tốt sao? Chỉ cần bạn biết rõ nên quảng cáo như thế nào và ở đâu để có được tỉ lệ lợi nhuận cao nhất!

Chiến lược 1: Quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm

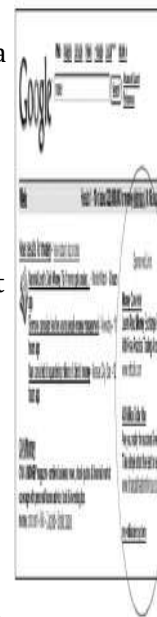
Quảng cáo dạng trả tiền cho mỗi lần truy cập (Pay-Per-Click) có thể thu hút khách hàng tiềm năng vào trang web của bạn. Chừng nào “lợi nhuận đầu tư” vào quảng cáo là con số lớn hơn 0, bạn sẽ kiếm được nhiều tiền hơn. Tuy vậy, nếu “lợi nhuận đầu tư” âm, bạn sẽ bị lỗ.

Để quảng cáo trên Google, bạn có thể đăng ký trên mạng tại www.google.com/ads, trả bằng thẻ tín dụng và trang web của bạn được đăng lên ngay lập tức. Chương trình quảng cáo này gọi là Google Adwords, bạn chỉ phải trả tiền khi có ai đó truy cập vào trang web của bạn (Pay-Per-Click). Như đã nói ở trước, phí này dao động từ 0,01 đô tới 6 đô cho mỗi lần khách truy cập, tùy vào mức độ phổ biến của từ khóa mà bạn quảng cáo. Tuy vậy, bạn không phải lo lắng cho ngân sách eo hẹp của mình, vì bạn có thể định trước ngân sách tối đa mỗi ngày. Một khi đã đăng ký, trang web của bạn sẽ hiện diện ở nhiều nơi, phụ thuộc vào lựa chọn của bạn. Với Google Adwords, quảng cáo của bạn có thể hiện ra trong ô “sponsored links” (liên kết được tài trợ) nằm bên tay phải trên trang tìm kiếm Google. Google cũng sẽ để quảng cáo của bạn vào những trang web (đăng ký Google AdSense) có nội

dung liên quan đến sản phẩm của bạn.

Dưới đây là ví dụ về một số quảng cáo xuất hiện trên trang tìm kiếm Google.

Khi bạn đăng quảng cáo trên “Yahoo! Search Marketing” (<http://searchmarketing.yahoo.com>), quảng cáo của bạn sẽ hiện ở góc phải, phía trên cùng của trang tìm kiếm Yahoo! và trên những trang web liên quan với Yahoo! như MSN, CNN.com và Altavista.com



Chiến lược 2: Quảng cáo trên các báo điện tử

Báo điện tử là những tờ báo trên mạng đến tay những khách hàng có nhu cầu (đặt báo) qua email.

Báo điện tử cung cấp cho bạn “cổng” tiếp cận đúng nhóm khách hàng tiềm năng nhất, vì đó là những người đã biết bạn bán gì và có ý định muốn mua trước khi vào trang web của bạn! Những độc giả này đã bày tỏ sự quan tâm đến một chủ đề nhất định và muốn biết thêm về chủ đề đó.

Báo điện tử xuất bản theo nhiều kỳ hạn, bao gồm báo ngày, báo tuần, báo nguyệt san (2 tuần một lần), báo tháng và báo quý. Đôi khi vào những dịp đặc biệt, tòa soạn có thể ra thêm phụ bản.

Chiến lược 3: Tham gia chương trình liên kết

Trong chương trước, tôi đã đề cập đến việc bạn có thể kiếm tiền bằng cách bán sản phẩm của người khác, thông qua tiếp thị liên kết. Ngược lại, bạn có thể tham gia chương trình liên kết và bán sản phẩm/dịch vụ của bạn thông qua hàng ngàn người muốn trở thành nhà tiếp thị liên kết của bạn. Tương tự, bạn trả huê hồng 10%–70% (tùy từng trường hợp) cho người tiếp thị liên kết, 7% cho mạng liên kết chỉ khi bạn bán được sản phẩm! Như đã nói ở trên, có hai mạng liên kết lớn mà bạn có thể tìm hiểu là Commission Junction (www.cj.com) và www.clickbank.com.

Chiến lược 4: Quảng cáo truyền thống

Mặc dù bạn kinh doanh trực tuyến, điều đó không có nghĩa là bạn không thể tận dụng sức mạnh của quảng cáo truyền thống. Vậy hãy đặt địa chỉ trang web của bạn càng nhiều nơi càng tốt. Nhớ ghi địa chỉ trang web thật rõ ràng, cộng với quảng cáo thật hấp dẫn để thu hút khách hàng vào trang web của bạn. Bạn có thể tặng quà khi có người vào thăm trang web như các bài viết, phần mềm, sách điện tử miễn phí. Sau đây là một số nơi bạn có thể đặt địa chỉ trang web.

- Mục quảng cáo trên các báo
- Sách quảng cáo
- Tờ rơi
- Thư trực tiếp
- Tin nhắn điện thoại
- Danh thiếp
- Bì thư
- Hóa đơn
- Huy hiệu, ly, bút viết, nam châm gắn lên tủ lạnh

- Áp phích quảng cáo, băng rôn

Bước 9: Lập danh sách khách hàng tiềm năng

Một khi bạn đã thành công trong bước đầu dẫn dắt người khác vào trang web, tỉ lệ biến người xem thành người mua là 1%-3%, nếu trang web thật sự ấn tượng với những câu chào hàng không chê vào đâu được. Nói cách khác, cứ 100 người vào xem, bạn chỉ mong bán được từ một đến ba món, tùy vào mức giá của sản phẩm.

Thế còn 97% những người không mua thì sao? Họ một đi không trở lại? Phần lớn các doanh nhân trên mạng coi những người dạo qua trang web mà không mua hàng thì có cũng như không.

Tuy nhiên, những doanh nhân tài giỏi biết rằng phần lớn người đời không mua sản phẩm ngay lần đầu bước chân vào cửa tiệm, hay lần đầu được nhân viên bán hàng chào kéo, nhất là với những món hàng đặc biệt hay đắt tiền. Nhiều người cần thời gian cân nhắc, so sánh sản phẩm của bạn với những nơi khác, hoặc họ có thể không cần nó ngay bây giờ nhưng sẽ mua vào sáu tháng sau.

Thay vì ngồi đó mà chờ đợi và cầu mong họ quay lại, bạn phải chủ động tìm hiểu họ là ai, có được thông tin liên lạc của họ và thường xuyên thăm hỏi họ cho đến khi họ mua hàng! Nếu kinh doanh kiểu truyền thống, công đoạn này cực kỳ khó khăn, tốn kém và mất thời gian (hãy hình dung, mỗi tuần một lần, bạn phải gọi cho những khách hàng từng bước chân vào cửa hàng), nhưng điều này lại rất dễ dàng khi làm trên mạng.

Các chuyên gia trong lĩnh vực tâm lý khách hàng cho biết, một người khách cần tiếp xúc với quảng cáo ít nhất 7 lần trước khi mua sản phẩm. Bởi vậy, người bán hàng thành công cần hiểu rõ tầm quan trọng của việc nuôi dưỡng mối quan hệ với khách hàng và liên tục nhắc nhở họ nhớ tới mình! Nếu bạn không chủ động liên lạc, những khách hàng tiềm năng sẽ bị chìm đắm trong vòng vây của hàng trăm quảng cáo và trang web khác khi họ thoát khỏi trang web của bạn. Bạn phải làm cho tên trang web và sản phẩm của bạn đọng lại trong tâm tưởng của khách hàng, để khi nào cần, họ sẽ nghĩ ngay tới bạn.

Liệu việc liên lạc thường xuyên có gây phiền toái đối với khách hàng và khiến họ ngán ngẩm không muốn mua hàng không? Sẽ là như vậy, nếu bạn không làm đúng cách! Nếu bạn mang đến cho khách hàng những thứ có giá trị trong mỗi lần liên hệ và dành cho họ quyền lựa chọn có nằm trong danh sách liên lạc của bạn hay không thì đó sẽ là một “chiêu” bán hàng cực kỳ hiệu quả.

Xin phép lưu lại email của khách với những món quà hấp dẫn

Trước tiên, hãy lưu lại email của tất cả những người vào xem trang web của bạn. Rõ ràng, không phải ai cũng cung cấp địa chỉ email vì họ sợ “thư rác”. Cách duy nhất để họ cho bạn thông tin liên lạc là tặng họ những món quà giá trị, hấp dẫn! Thêm vào đó, bạn phải đảm bảo rằng địa chỉ email của họ không bao giờ bị bán hay trao đổi với người khác và họ có quyền ra khỏi danh sách gửi email lúc nào cũng được!

Thế nào là quà tặng có giá trị? Cái người ta cần chính là cái quý nhất. Vậy thì hãy cung cấp cho khách thông tin để họ giải quyết vấn đề và đạt được mục tiêu của họ. Bạn không phải tốn tiền để sản xuất thông tin mà lại có thể giao hàng ngay lập tức. Nếu làm chủ một trang web về môi giới tài chính, những thông tin như “Làm thế nào để chọn cổ phiếu tốt trên thị trường năm 2009” sẽ làm cho khách hàng của bạn có cảm giác như “buồn ngủ lại gặp nệm êm”. Nếu buôn bán chậu kiếng, bạn

có thể cung cấp bí quyết làm thế nào để chăm cho cây quỳnh ra hoa thật đẹp. Những quà tặng dạng thông tin phải liên quan đến sản phẩm bạn bán và phải đặt bạn vào vị thế sang trọng của một chuyên gia để quảng cáo cho sản phẩm đó.

Bạn có thể cung cấp những thông tin quý giá này dưới dạng video, sách điện tử, sách nói, tài liệu,... có thể tải về miễn phí. Bạn cũng có thể gửi bản tin điện tử hàng tháng. Điều tuyệt nhất về bản tin điện tử là nó cho bạn lý do chính đáng để liên lạc với khách hàng hàng tháng với những thông tin cập nhật về trang web và sản phẩm. Trong mỗi bản tin, bạn lại để đường dẫn đến trang web của bạn, cơ hội họ quay lại và mua sản phẩm là khá cao.

Để lấy được thông tin chi tiết, bạn cần có phần mềm giúp bạn tạo mẫu đơn trực tuyến để khách hàng điền tên và địa chỉ email tại www.aweber.com. Ở trang này, bạn có thể tự tạo một mẫu đơn, sao chép định dạng HTML và dán vào trang web của bạn. Tại Aweber, bạn cũng có thể điều chỉnh chế độ trả lời mail tự động để cảm ơn những khách hàng đã điền thông tin.

Dưới đây là một số mẫu đơn dùng để lưu giữ địa chỉ email. Bao giờ cũng ghi nhớ rằng bạn phải cung cấp những gì có giá trị mới thuyết phục được khách điền đơn và luôn làm tốt công tác bảo mật để xóa bỏ mọi nghi ngờ của họ.

Tại successwithnlp.com, tôi tặng khách hàng một bản báo cáo đặc biệt dài 23 trang, với nội dung làm thế nào để thăng tiến trong nghề nghiệp và tăng thu nhập một cách nhanh chóng. Nếu ghé thăm trang của tôi (cũng như những trang web thành công khác), bạn sẽ thấy rằng lúc đưa ra mẫu đơn để khách hàng điền thông tin phải là lúc họ cảm thấy hứng thú và quan tâm nhất.



**Stop! Download Your
FREE Special Report Now!**

Receive Your Special 23-Page Report on...

**'How to Supercharge Your Career, Create
Breakthrough Results and Massively Increase
Your Income in Just Under 5 Months!'** -Worth US\$17

Name:

Email Address:

Note: Rest assured that this is a SPAM-FREE site. We respect your privacy. Your name and email address will NEVER be sold or traded under any circumstances.

Bạn cũng có thể chọn để mẫu đơn tự động hiện ra (không thể bị chặn) như Rosalind Gardner đã làm tại www.superaffiliatehandbook.com. Ngay lúc mọi người vào hoặc rời trang web, mẫu đơn sẽ tự động xuất hiện.

Còn có một cách khác, hãy thiết kế trang web của bạn dưới dạng một trang điền thông tin lớn. Để có thể xem trang web của bạn, họ phải điền thông tin trước. Tất nhiên đây là con dao hai lưỡi vì nhiều người sẽ bỏ đi mà không xem trang web của bạn. Ví dụ: trang www.ebookgenerator.com.



Bước 10: Thiết lập mối quan hệ với khách cho tới lúc họ mua hàng

Vậy, bạn làm gì với những địa chỉ email vừa thu thập được? Bạn phải xây dựng mối quan hệ với từng khách hàng bằng cách gửi email thường xuyên. Bạn có thể bắt đầu gửi mail mỗi tuần một lần, sau đó hai tuần một lần rồi một tháng một lần.

Với Aweber Communications (www.aweber.com), toàn bộ quy trình này được tự động hóa hoàn toàn nên bạn không cần phải tự mình nhớ và gửi email mỗi khi tới kỳ hạn. Chỉ cần viết sẵn một loạt email, rồi cài đặt chương trình phần mềm tại Aweber để nó tự động gửi những email này tới khách hàng của bạn vào bất kỳ kỳ thời điểm đã định nào.

Một lần nữa, điểm quan trọng nhất cần nhớ là mỗi lần gửi email cho khách, bạn đều phải có gì để nói, và điều ấy phải quý giá, bổ ích và mới mẻ. Nếu chỉ là bài ca chào hàng muốn thuở, khách sẽ dễ dàng bỏ qua hoặc xóa đi. Một khi thông tin có giá trị, khách hàng sẽ cảm kích trước “nghĩa cử” của bạn và chắc chắn sẽ quay lại khi họ quyết định mua. Nếu làm trong ngành tư vấn tài chính, bạn có thể gửi cho khách bản tin cập nhật hàng tuần về những cổ phiếu tốt nhất và đang có giá thấp hơn giá trị thực. Nếu họ muốn có bản phân tích đầy đủ cho mỗi loại cổ phiếu và sử dụng dịch vụ mua bán cổ phiếu của bạn, họ sẽ phải đăng ký!

Cuối cùng, bao giờ bạn cũng phải để đường dẫn cho phép khách hàng ngừng nhận email. Điều này làm tăng uy tín và tính chuyên nghiệp của bạn.

Thế là bạn đã nắm rõ 10 bước căn bản để kinh doanh trên mạng thành công. Là một doanh nhân, nhất là trong thế giới trực tuyến ngày nay, bạn hãy nhớ một điều: tri thức chính là sức mạnh. Muốn thành công, bạn phải liên tục đầu tư kiến thức bằng cách hàng ngày hàng giờ đón nhận những xu hướng và chiến lược mới trong ngành và về chiến dịch tiếp thị trên mạng nói chung.

Phần V

QUẢN LÝ TIỀN BẠC VÀ KIỂM SOÁT CHI TIÊU

CHƯƠNG 13

NGUYÊN TẮC SỐ MỘT CỦA NHỮNG TRIỆU PHÚ TAY TRẮNG LÀM NÊN

Chúc mừng bạn đến với chương 13, như vậy là bạn đã đọc hơn nửa quyển sách. Trong sáu chương vừa rồi, bạn vừa được lĩnh hội nhiều phương pháp hiệu quả có thể áp dụng ngay lập tức để tăng thu nhập lên từ 5 đến 10 lần. Bạn có phần khích trước những điều vừa khám phá và sẵn sàng khởi sự không? Hượm đã, tôi có cả tin tốt lẫn tin không hay cho bạn đây.

Tin không hay là dù kiếm được bao nhiêu tiền, bạn cũng không thể giàu có trừ phi bạn làm chủ được nguyên tắc số một của những người tay không làm nổi cơ đồ. Tin tốt là một khi bạn đã thành thạo nguyên tắc này, tài sản của bạn không chỉ bền vững mà còn sinh sôi nảy nở theo năm tháng, dù bạn có tiếp tục làm việc hay không.

Thoạt nhìn nguyên tắc này có vẻ tầm thường, nhỏ nhặt và dễ bị bỏ qua, nhưng thật ra nó là nguyên tắc quan trọng nhất! Và đây là lý do tại sao...

Nếu quản lý tiền không khéo, chi tiêu bao giờ cũng tăng cùng thu nhập

Tại sao kỹ năng tiêu tiền lại quan trọng đến vậy? Bởi vì nếu không kiểm soát chi tiêu, bạn sẽ có xu hướng “bóc ngắn cắn dài” nghĩa là chi bằng thu, hoặc thậm chí CHI nhiều hơn THU để rồi mang công mắc nợ, cho dù bạn có kiếm được bao nhiêu tiền đi nữa. Khi ta kiếm được 2000 đô/tháng, ta sẽ cố tiêu trong ranh giới đó. Đến khi ta có 10 ngàn đô một tháng, ta tin rằng mình phải sắm chiếc xe sành điệu hơn, ăn ở nhà hàng sang trọng hơn, cho tương xứng với địa vị của người lãnh 10 ngàn đô một tháng và thế là ngoảnh đi ngoảnh lại, tay trắng vẫn hoàn tay trắng. Tôi chứng kiến điều này xảy ra với rất nhiều người, trong đó có cả những người là bạn tôi. Nếu không biết cách quản lý thì tiền của dù có chất cao như núi cũng nhanh chóng đội nón ra đi.

Bạn còn nhớ những gì ta đã bàn ở những chương trước không? Mức độ giàu có không chỉ được xác định bằng mức thu nhập của bạn mà quan trọng hơn là mức độ bạn để dành hoặc đầu tư!

Những người thật sự giàu có sống như thế nào...

Tại sao có quá nhiều người rơi vào vòng luẩn quẩn: nai lưng kiếm tiền, tiêu sạch sành sanh rồi lại còng lưng làm lụng vất vả hơn? Đó là vì quan niệm và nhận thức về sự giàu sang của nhiều người

bị các phương tiện truyền thông làm cho méo mó, xuyên tạc. Tôi đã đề cập đến vấn đề này trong chương 4 “Người giàu quản lý tiền bạc như thế nào”.

Nhiều người có cái nhìn sai lệch về cuộc sống của người giàu. Họ cho rằng tất cả triệu phú đều sống xa hoa, ngày tháng ngao du trên bãi biển thơ mộng hoặc du thuyền sang trọng, nơi rượu sâm banh chảy ra như suối trong những bữa tiệc thâu đêm suốt sáng. Và rằng tất cả những điều đó là niềm vui trần thế mà tiền bạc có thể đem lại. Thế nhưng từ những nghiên cứu và quan sát của mình về rất nhiều triệu phú tay trắng làm nên, tôi biết chắc một điều rằng: người giàu có đúng nghĩa KHÔNG sống theo kiểu này. Vậy thế nào là sự giàu có đúng nghĩa? Đó là sự giàu có bền vững trong suốt cả đời, chứ không chỉ trong một vài năm.

1. Trưởng giả học làm sang

Nhóm này bao gồm các chuyên gia và nhân viên cao cấp trong các công ty. Họ kiếm được đồng lương nhiều người ao ước nhưng chi tiền cũng khiến người khác phải xanh mặt. Họ mua những chiếc xe đời mới nhất; nếu đi máy bay thì ngồi ở khoang hạng nhất và chỉ ăn ở các nhà hàng nổi tiếng sang trọng. Họ có vẻ bề ngoài của lớp người giàu sang, thành đạt. Tuy vậy, chỉ có họ mới hiểu rằng thực chất họ không có gì trong tay. Để sống sang trọng như vậy, họ phải dựa vào thẻ tín dụng với những khoản nợ lớn. Cánh nhà băng nâng niu cưng chiều họ như trứng mỏng, vì họ chính là những người “vỗ béo” cho những ông chủ ngân hàng mà. Kết quả, cái ngày họ bị tịch biên nhà cửa hoặc tay trắng là một kết cục được báo trước.

2. Những kẻ thừa tự giàu có

Họ là những người mà ông bà ta vẫn nói là “sướng từ trong trứng sướng ra” nhờ may mắn sinh ra trong một gia đình giàu có, không phải lao tâm khổ tứ để kiếm sống. Vì muốn gì được nấy, họ không hiểu được giá trị của đồng tiền, thì họ có bao giờ phải động tay động chân để kiếm ra đâu. Thế là họ tiêu xài như thể họ có trong tay cây đèn thần của Aladdin. Đó là lý do các cụ ngày xưa nói “không ai giàu ba họ”.

Những người trúng xổ số cũng rơi vào nhóm này. Vì đồng tiền từ trên trời rơi xuống, không phải do lao động hay tài cán mà có nên nó cũng “bạc” lắm, nó thường ra đi cũng đột ngột như khi nó đến. Nhiều người trúng số sau đó còn lún sâu vào nợ nần và nhiễm những thói hư tật xấu như cờ bạc, hút sách, trai gái,... để đến một ngày lâm vào cảnh “tay gậy, tay bị”.

3. Những ngôi sao nổi tiếng

Đây là những người kiếm bạc triệu dễ dàng nhờ vào tài năng thiên phú trong các lĩnh vực ca hát, điện ảnh, thể thao. Vì hàng triệu đô đổ về với họ chỉ sau một đêm vụt sáng thành “sao”, nên họ dễ lâm vào cảnh “trăm nghìn đổ một trận cười như không”. Kết thúc buồn của nhiều ngôi sao như thế là việc phá sản hoặc ngập ngụa trong nợ nần.

Tay đấm Mike Tyson, danh ca MC Hammer là những ví dụ điển hình. Mike Tyson kiếm hơn 500 triệu đô trong vòng vài năm nhờ thắng giải đấu nhà nghề. Với lối sống xa hoa, tiêu tiền như nước, cuối cùng Tyson cũng phá sản. Danh ca MC Hammer, nổi tiếng với ca khúc “You can’t touch this” (Bạn không được đụng vào, có thể anh ta muốn nói tới tiền của mình chẳng) kiếm được hơn 33 triệu trong quãng đời ca hát của mình, cuối cùng cũng trắng tay.

Câu chuyện về những người giàu sang kể trên có thể khác nhau về tình tiết nhưng giống nhau về kịch bản. Về triết lý đời thường, có thể nói: đồng tiền kiếm được càng dễ dàng bao nhiêu càng nhẹ nhàng ra đi bấy nhiêu? Nhưng xét nguyên nhân sâu xa thì đó là vì những người này không có “tư duy triệu phú”, nên họ sẽ không thể quản lý tiền bạc hay kiểm soát chi tiêu một cách hiệu quả.

Bạn đọc của tôi, có lẽ bạn không phải là một siêu sao hay người được thừa kế, hoặc trúng số độc đắc. Nhưng nếu bạn là một người như vậy và muốn có một kết cục mỹ mãn giống như những người tay trắng làm nên gia sản, thì hãy học cách quản lý tiền bạc ngay từ bây giờ.

Nguyên tắc bất di bất dịch của những người giàu có đúng nghĩa

Hầu như tất cả những người tự tay làm nên sản nghiệp của mình đều rất tiết kiệm, họ duy trì một mức sống thấp hơn nhiều so với mức thu nhập của mình.

Trong quyển “Tư duy triệu phú” (The Millionaire Mind) (nằm trong danh mục sách bán chạy của tờ New York Times), tác giả Thomas Stanley, phỏng vấn trên 733 triệu phú Mỹ (có tài sản từ 10 triệu đô trở lên), đã giật mình khi phát hiện ra rằng họ không hề tiêu xài như thiên hạ vẫn thường nghĩ. Không ai bỏ ra quá 399 đô cho một bộ vest. Không ai thay xe đời mới xoành xoạch. Thực tế, phần lớn họ lái xe hàng nội trong hơn 10 năm. Và tất cả đều giới hạn mức chi tiêu hàng tháng ở một khoản nào đó.

Những người giàu nhất thế giới sống như thế nào?

Theo con số chính thức, Bill Gates được xếp là người giàu nhất thế giới với tổng giá trị tài sản là 46 tỉ đô. Một cách không chính thức thì người sáng lập ra IKEA, Ingvar Kamprad mới là người giàu nhất hành tinh với tài sản 53 tỉ đô. Một trong những lý do khiến ông có thể tích lũy được số tiền khổng lồ như vậy là vì bản tính tiết kiệm sẵn có. Cho tới tận bây giờ, Kamprad vẫn đi máy bay hạng thường, lái xe Volvo cũ và đợi cho tới chiều mới đi mua rau quả, khi giá đã giảm đáng kể.

Nếu vẫn còn sống tới ngày hôm nay thì Sam Walton (1918–1992), người sáng lập ra Wal-Mart sẽ là người giàu nhất thế giới với tổng tài sản ước tính tới 90 tỉ đô. Trong danh sách 10 người giàu nhất thế giới, có tới 5 người chung dòng máu với Walton, được thừa hưởng tài sản của ông. Làm sao mà một người từng là nông dân nghèo lại có thể ngồi trên đồng tài sản chất cao như đỉnh Everest vậy? Đó là vì ngoài tài năng xuất chúng ra, ông còn được người đời biết đến nhờ đức tiết kiệm. Thiên hạ vẫn kháo nhau rằng, trong những chuyến đi công tác, ông thường ở chung phòng với nhân viên để tiết kiệm tiền phòng, chỉ đi máy bay hạng thường và mặc quần áo từ chính cửa hàng giảm giá của mình.

Một ví dụ sống động khác là Warren Buffett, người giàu thứ hai thế giới với tổng tài sản 42 tỉ đô. Người ta nói rằng Warren sẽ không mua xe mới vì ông nghĩ điều đó không cần thiết. Từ những năm 1960, Warren đã nhận ra rằng nếu ông bỏ 20 ngàn đô cho một chiếc xe mới thì trong vòng 10 năm nữa, giá trị trao đổi của nó gần như bằng zero. Ông tính toán rằng nếu bỏ 20 ngàn đô đó vào đầu tư, ông có thể hưởng mức lãi suất 25% một năm. Mười năm sau, lãi mẹ đẻ lãi con ông sẽ có 158.518 đô; 20 năm sau có 1,26 triệu đô và 30 năm sau sẽ là 9,96 triệu đô. Suy đi tính lại, ông chẳng dại gì bỏ ra gần 10 triệu đô cho bất cứ một chiếc xe nào trên đời.

Giản dị thanh bạch nhưng không keo kiệt

Tuy hầu hết những người giàu có thật sự đều sống đơn giản, thậm chí rất thanh bạch, nhưng họ không keo kiệt. Họ sẽ không chi, dù chỉ một đồng, cho những gì họ cảm thấy không cần thiết và phí phạm. Nhưng nếu đó là những chi phí cần thiết, họ không hề ngần ngại. Trong thực tế, nhiều triệu phú tin vào ý nghĩa của việc làm từ thiện và sẵn lòng giúp đỡ những người kém may mắn hơn là sắm một bộ quần áo thời trang cho riêng mình. Đó chính là tiếng gọi khiến Bill Gates dành gần hết gia tài của mình làm từ thiện và cả Warren Buffett cũng thế.

Một ví dụ điển hình nữa là Lee Kong Chian, một người Singapore giàu lòng bác ái. Xuất thân là một nhà giáo, ngay cả khi ông đã dựng nên cơ nghiệp Lee Rubber (có chi nhánh từ thiện là Lee Foundation), ông vẫn ăn mặc như một thư ký quèn khi đi làm, thậm chí ông còn mang giày mềm

Trung Quốc khi không phải tiếp khách nước ngoài. Ông ngoại tôi, từng làm việc ở Lee Plantations, thường kể cho tôi nghe về con người bình thường mà vĩ đại này, rằng ông Lee không bao giờ phô trương sự giàu có của mình.

Không những thế, ông Lee còn là một ông chủ tốt bụng và rộng lượng, là tấm gương sáng cho ông ngoại tôi noi theo. Khi được ông Lee thưởng thưởng hậu hĩnh, ông tôi dùng một phần tiền thưởng đó mua cổ phiếu cho thư ký của mình, vì họ đã giúp ông làm việc hiệu quả. Thời ấy cổ phiếu còn rẻ, nên sau này nhiều người nhờ giữ cổ phiếu này mà trở nên giàu có. Ông ngoại tôi tròn 90 tuổi vào năm 2006, và mặc dù có tiền triệu trong tay, ông vẫn lái chiếc xe cổ lỗ sĩ Suzuki đã 25 năm tuổi.

Thích kiếm tiền... nhưng ghét tiêu tiền

Nhiều người khi nghe nói về đức cần kiệm của những triệu phú này thì có ý nghĩ: *“Nếu không hưởng thụ thì hà tất phải vất vả kiếm tiền làm gì?”*. Đó là vì họ không hiểu rằng, đối với những người giàu loại này, hạnh phúc không phải là khi họ tiêu tiền mà là được làm những gì họ thích (thói quen triệu phú 5). Với họ, tiền chỉ là phương tiện để họ thực hiện những sứ mệnh cao cả hơn mà thôi.

Đó là lý do giải thích tại sao khi đã có tất cả tiền bạc trên đời, họ vẫn miệt mài làm việc như thế chẳng có gì để xây dựng ngoài công ty và sự nghiệp. Họ đi theo tiếng gọi của lòng đam mê trong công việc họ làm. Nếu việc tiêu tiền khiến bạn hạnh phúc thì bạn sẽ không bao giờ giàu nổi. Đồng tiền chỉ đến và ở lại lâu với những người hạnh phúc khi được làm việc kiếm tiền.

“Buôn tàu bán bè không bằng ăn dè hà tiện”

Thật ra, nếu không phải tiêu tiền thì phần lớn mọi người trong chúng ta đến một lúc nào đó đều trở thành triệu phú cả. Giả sử bạn thu nhập trung bình 3000 đô/tháng, tức 36.000 đô/năm. Từ lúc đi làm cho đến khi về hưu khoảng 40 năm, bạn kiếm được tổng cộng 1,44 triệu đô.

Nếu bạn tiêu cả 3000 đô một tháng thì 40 năm sau, bạn cũng chẳng có gì hơn một đứa trẻ mới lọt lòng mẹ. Nhưng nếu bạn tiết kiệm 10% lương mỗi tháng, rồi đầu tư số tiền đó vào chứng khoán và quỹ đầu tư có lợi nhuận 15% một năm, rồi để cho đồng tiền tự nhân lên thì 40 năm sau bạn sẽ có bao nhiêu?

Theo máy tính tài chính của tôi thì con số đó là 6,914 triệu đô! Làm gì có chuyện đó, có thể bạn nghĩ máy tính của tôi bị trục trặc. Nhưng không! Nhờ sức mạnh của lãi mẹ đẻ lãi con, chỉ cần tiết kiệm 300 đô một tháng, lúc về hưu bạn có thể ung dung với gần 7 triệu trong tay! Chà chà, các cụ nói không ngoa: Buôn tàu bán bè không bằng ăn dè hà tiện.

Tôi sẽ để dành khi thu nhập cao hơn

Luận điệu thông thường của những người tiêu xài theo phương châm “cứ sướng trước đã, mọi việc hậu xét” là: tôi sẽ tiết kiệm khi có kha khá tiền! Nhưng đó chỉ là cái có thể thuyết phục được ai. Nếu bạn không thể tiết kiệm 10 xu trong 1 đồng bạn làm ra hôm nay thì mai sau làm sao bạn có thể tiết kiệm được 100 ngàn trong số một triệu. Không có thói quen tiết kiệm và đầu tư, bạn sẽ rơi vào tình cảnh kiếm tiền càng nhiều, chi tiêu càng cao.

Vì vậy, hãy “thắt lưng buộc bụng” ngay từ bây giờ. Một ngày lần lữa không chịu tích lũy, bạn sẽ mất hàng trăm ngàn đô trong tương lai. Hãy ôn lại những con số ẩn tượng ở trên một lần nữa.

Nếu tiết kiệm 300 đô một tháng, trong vòng 25 năm, với mức lãi suất 15%, cuối cùng bạn sẽ có 826.968 đô.

Nếu để một năm sau bạn mới bắt đầu việc này, bạn chỉ có 715.723 đô, mất đứt 111.245 đô! Nói cách khác, trễ một năm lấy đi của bạn 111.245 đô trong tương lai. Khoản này tương đương với mất đi 304,78 đô một ngày (111.245 đô chia cho 365 ngày)! Bạn có gánh nổi chuyện đó không?

Vì vậy, hãy bắt đầu để dành tiền hàng tháng! Nhưng muốn làm tốt điều này, bạn phải học cách quản lý tiền và giảm chi tiêu. Ta sẽ khám phá điều này trong chương tiếp theo...

CHƯƠNG 14

CÁCH THỨC QUẢN LÝ TIỀN VÀ KIỂM SOÁT CHI TIÊU

Muốn để dành trước hết phải cắt giảm chi tiêu. Vậy khoản chi tiêu nào bạn cần giảm đầu tiên, thậm chí cắt hẳn? Đó chính là tiền lãi suất bạn phải trả cho nợ tiêu dùng.

Cắt những món nợ tiêu dùng nếu muốn làm giàu

Trong khi có những khoản nợ tiêu dùng hợp lý và cần thiết như mua xe hoặc mua nhà trả góp, bạn nên tránh vay một món tiền quá lớn trong một khoảng thời gian quá dài.

Tại sao? Bởi vì lãi suất 5%-6% một năm có vẻ như không cao lắm, nhưng nếu bạn phải trả lãi trong một thời gian dài, nó sẽ tích tiểu thành đại tạo ra một số tiền khổng lồ. Bạn sẽ nhận ra mình phải cộng lưng trả góp hàng chục ngàn đô chỉ để thấy tiền nợ gốc giảm xuống vài trăm đô mà thôi.

Giả sử bạn mua một căn nhà với giá 250.000 đô, bạn vay 200.000 đô với lãi suất 6% một năm và trả trong vòng 30 năm. Vậy tối thiểu bạn phải trả 1.173 đô/tháng trong suốt 30 năm. Tổng cộng cả vốn lẫn lãi bạn trả cho ngân hàng là 422.280 đô! So với giá gốc 250 ngàn đô, chẳng phải bạn biểu không cho ngân hàng một căn nhà hay sao.

Vay 200 ngàn đô, trả trong 30 năm, mức lãi suất 6% một năm, số tiền lãi phải trả là 222.280 đô... lớn hơn cả khoản tiền vay!

Như vậy, một khi phải trả góp hàng tháng, bạn hãy tích cực TRẢ NHIỀU HƠN số tiền quy định tối thiểu để giảm và trả dứt món nợ gốc, nếu không muốn bị mất hàng trăm ngàn đô cho ngân hàng về lâu về dài!

Tránh lạm dụng thẻ tín dụng và nợ tín dụng nếu bạn không muốn phá sản

Trước hết, hãy tránh xa những món nợ tiêu dùng mà giới ngân hàng ra sức mời chào. Mức lãi suất họ đưa ra hàng tháng có vẻ thấp nhưng không hề thấp chút nào nếu tính theo năm! Bạn đang góp phần làm giàu cho cánh nhà băng với mức lãi ngang với mức làm giàu của Warren Buffett đó!

Thẻ tín dụng... công cụ làm giàu mạnh mẽ

Nói như vậy không có nghĩa là tôi có ý khuyên bạn không nên dùng thẻ tín dụng trong tiêu dùng. Thực tế, nếu biết cách sử dụng, thẻ tín dụng là phương tiện làm giàu hiệu quả! Bản thân tôi sử dụng thẻ tín dụng bất cứ lúc nào có thể.

Sử dụng thẻ tín dụng có những cái lợi sau...

1. Hai tháng nợ không lãi suất

Khi dùng thẻ tín dụng để mua hàng, bạn chỉ bị tính hóa đơn vào cuối tháng và được cho thêm một tháng để trả tiền. Vì chỉ, bạn được vay tiền hai tháng mà không phải trả lãi, tất nhiên chỉ khi bạn thanh toán đúng hạn.

2. Được thưởng điểm và tiền

Mỗi lần trừ tiền vào thẻ tín dụng, bạn sẽ được thưởng điểm tương ứng, có thể dùng để đổi lấy sản phẩm hoặc dịch vụ miễn phí như vé máy bay, phiếu ăn nhà hàng, giúp bạn tiết kiệm nhiều tiền hơn.

3. Có bản báo cáo hàng tháng giúp bạn theo dõi và tổng kết chi tiêu của mình

Mỗi cuối tháng, công ty thẻ tín dụng (ngân hàng) sẽ gửi cho bạn bản báo cáo chi tiêu trong tháng, giúp bạn dễ dàng theo dõi tổng chi phí hàng tháng. Như vậy, đây còn là một công cụ quản lý tiền miễn phí.

Tuy nhiên, **BẠN PHẢI LUÔN TRẢ PHẦN NỢ ĐÁO HẠN** khi tới kỳ thanh toán. Làm như thế, ngân hàng không kiểm được đồng nào từ bạn, trái lại bạn còn có ba lợi ích kể trên. Đây là cách tôi vẫn làm và vì thế mà mấy ông ngân hàng không thể nào “thương” tôi nổi.

Thẻ tín dụng... công cụ “hóa nghèo” hiệu quả

Vậy cánh ngân hàng có lợi gì mà họ phải làm mọi cách như phát quà tặng và chi hàng triệu đô cho quảng cáo, để dụ dỗ bạn dùng thẻ của họ? Đó là vì họ biết rằng, có rất nhiều người hàng tháng chỉ trả một khoản tối thiểu (khoảng 3% tổng số nợ) bởi vì điều này có sức cám dỗ rất lớn. Tệ hơn nữa, nhiều chủ thẻ còn không trả số tiền tối thiểu vì thiếu tiền mặt, hay đơn giản chỉ vì quên.

Nếu bạn trả ở mức thấp nhất và cho phép phần nợ dư dồn qua tháng sau, bạn trở thành miếng mồi ngon của ngân hàng. Đó là lúc họ mở tiệc ăn mừng vì có thể làm giàu trên mồ hôi của bạn! Ngân hàng ở Singapore thu 2% một tháng cho phần nợ dư. Nghe có vẻ nhỏ nhưng là 24% một năm đấy. Ta hãy làm một bài tính.

Giả sử bạn nợ 2000 đô trong bản báo cáo thẻ tín dụng, và bạn chỉ trả mức tối thiểu là 60 đô/tháng, vậy mất bao lâu để bạn trả hết khoản nợ này? (Giả sử bạn không tiêu thêm một đồng nào nữa).

Nếu máy tính nói đúng thì bạn sẽ mất 4 năm rưỡi, với số tiền tổng cộng phải trả là 3.300 đô, trong đó tiền lãi là 1.300 đô. Nói cách khác, bạn phải trả khoản lãi suất bằng 65% tiền gốc.

3 bước để giảm và cắt nợ ngay lập tức...

Vậy bạn cần hành động ngay để giảm nợ và lãi suất qua những bước sau.

1. Trừ những chi phí cần bản như nhà cửa và xe cộ, tránh xa các khoản nợ tiêu dùng! Đừng bao giờ vay mượn để mua sắm.
2. Chỉ dùng tiền mặt. Nếu dùng thẻ tín dụng, hãy trả toàn bộ tiền nợ mỗi tháng.
3. Dành ra 10% thu nhập hàng tháng của bạn để giảm nợ gốc cho những khoản nợ đáo hạn (nếu có). Đây là phần thêm vào khoản trả góp mỗi tháng. Bạn sẽ biết cách dùng 10% tiếp theo để đầu tư trong chương sau.

Năm phương pháp quản lý tiền hiệu quả

Trước khi cắt giảm chi phí và tăng tiền tiết kiệm, bạn phải biết rõ tiền của mình đi đâu. Rất nhiều người vò đầu bứt tóc chẳng hiểu số lương 5.000 đô hàng tháng của mình chạy đi đâu mất. *“Sao tôi có thể tiêu nhiều đến thế nhỉ, tôi nghĩ là phải dư ra 1000 đô mỗi tháng ấy chứ!”*

Bạn cần có một hệ thống theo dõi xem từng đồng của bạn “chạy” đi đâu. Chỉ khi biết được đường đi nước bước của đồng tiền, bạn mới có thể phân bổ nó vào hạng mục tiết kiệm và đầu tư.

Việc ghi chép chi tiêu hàng tháng có vẻ khá tẻ mồm, nhưng lại là việc rất cần thiết nếu bạn muốn giàu có hơn. Chỉ khi bạn có thói quen quản lý tài chính cá nhân, bạn mới có khả năng quản lý tài chính cho công ty của mình. Nhiều người không quản lý được tài chính dẫn tới việc công ty phá sản, bởi vì họ không biết quản lý tài sản cá nhân. Đừng là một trong số họ, bạn nhé!

15 phút mỗi ngày tạo ra một triệu đô khác biệt

Với một hệ thống đơn giản nhưng hiệu quả mà tôi sử dụng cùng với những mẫu Microsoft Excel như “Bảng Thu Nhập Cá Nhân Hàng Tháng” và “Bảng Theo Dõi Chi Tiêu Hàng Ngày” (bạn có thể tải những mẫu này từ trang web của tôi www.adam-khoo.com), bạn chỉ mất 15 phút mỗi ngày để quản lý tiền bạc.

Nếu muốn trở nên giàu có, bạn đừng hy vọng mọi việc diễn ra tự nhiên. Bạn phải dành thời gian quản lý tài chính của mình. Ở phần đầu quyển sách, tôi có nói về việc sử dụng thời gian của triệu phú. Thông thường, họ dành khoảng một tiếng mỗi ngày để quản lý tài sản, trong khi đa số người khác chỉ bỏ ra khoảng một giờ mỗi tháng, và chỉ để thanh toán hóa đơn.

Trong một giờ mỗi ngày đó, bạn cần dành 15 phút đầu tiên để thực hiện 5 bước quản lý tiền bạc sau đây...

1. Luôn trả giá

Trừ khi mua đồ ở cửa hàng miễn trả giá, bạn có 70% cơ hội được giảm giá nếu bạn chịu trả giá. Được giảm 10% nghĩa là bạn kiếm được 10% lợi nhuận trên số tiền bỏ ra. Tích tiểu thành đại, sau một thời gian, bạn sẽ dễ dàng được một khoản tiền lớn.

2. Bao giờ cũng lấy hóa đơn

Hóa đơn giúp bạn theo dõi từng khoản chi vào cuối ngày.

3. Cuối ngày, ghi lại tất cả các chi tiêu vào Bảng Theo Dõi Chi Tiêu Hàng Ngày

Bạn có thể điền tay vào mẫu Bảng Theo Dõi Chi Tiêu Hàng Ngày bên dưới hoặc nhập vào máy tính. Dùng Excel tiện lợi hơn, vì nó có thể tự động tính tổng cộng cho bạn.

Mẫu theo dõi chi tiêu hàng ngày

BẢNG THEO DÕI CHI TIÊU HÀNG NGÀY CỦA BẠN		
		Ngày
Mục	Chi phí	Phân loại
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
Tổng cộng chi phí		

Ghi chú: Phân loại có thể là nhà cửa, thức ăn, giải trí, đi lại, bảo hiểm, v.v...

4. Dùng thẻ tín dụng mỗi khi có thể (nhưng lúc nào cũng trả hết nợ đáo hạn mỗi tháng)

Một lần nữa, đây là cách tiện lợi giúp bạn lưu lại tất cả chi phí của mình trong bản báo cáo hàng tháng.

5. Đến cuối tháng, cập nhật Bảng Thu Nhập Cá Nhân Hàng Tháng

Cuối mỗi tháng, cộng tất cả các chi phí từ Bảng Theo Dõi Chi Tiêu Hàng Ngày và cập nhật vào Bảng Thu Nhập Cá Nhân Hàng Tháng (xem lại mẫu ở chương 5). Đồng thời, cập nhật tất cả thu nhập của bạn trong tháng đó. Lấy tổng thu trừ tổng chi, bạn sẽ biết số tiền bạn để dành được.

Sau khi bạn đã có một hệ thống theo dõi dòng tiền của mình, hãy sang bước tiếp theo... giảm những chi phí không cần thiết và tăng tiền tiết kiệm. Dưới đây là năm cách giúp bạn làm điều đó.

5 cách giảm chi tiêu và tăng tiền tiết kiệm lên 20%-30%

1. Tìm hiểu chi tiêu hàng tháng của bạn

Bạn còn nhớ Bảng Thu Nhập Cá Nhân mà bạn hoàn tất trong chương 5 không? Giờ là lúc bạn cần tìm hiểu cột “Chi phí” kỹ càng để xem có thể cắt giảm được những khoản nào. Bạn sẽ ngạc nhiên khi biết rằng chúng ta vẫn có thể sống dễ dàng khi cắt đi 20%-30% chi phí hàng tháng.

“Chi tiêu không cần thiết” là những thứ chúng ta mua lúc ngẫu hứng vì cảm thấy khoái trong 10 phút, sau đó nó không mang lại điều gì khác biệt trong cuộc sống chúng ta.

Hay trong lúc lướt qua các tờ quảng cáo đầy hấp lực, chúng ta bị quyến rũ bởi những chiêu siêu khuyến mãi cho những thứ chúng ta không cần nhưng có vẻ là món hời. Bạn cần cắt giảm những chi phí này vì về lâu dài, nó sẽ “cửa” của bạn vài triệu đô trong tương lai.

Bây giờ, hãy điền những chi phí hàng tháng vào Bảng Chi Tiêu Cá Nhân Hàng Tháng dưới đây. Bạn có thể chép từ Bảng Thu Nhập Cá Nhân Hàng Tháng ở chương 5.

Hãy tự hỏi bản thân, “*Mình có thật sự cần nó không? Có thể thiếu nó không? Có thứ nào rẻ hơn không?*”. Ví dụ, thay vì trả 5 đô cho ly cà phê trong một quán sang trọng, bạn có thể uống ly cà phê ở quán cóc với giá 1 đô không? (Tiết kiệm được 80%). Thay vì xem phim vào cuối tuần với giá 15 đô, bạn có thể xem vào những ngày trong tuần với giá 7 đô không? Trong cột “Tiền phí phạm”, hãy ghi lại những chi phí có thể gạch bỏ hay giảm bớt.

Ở cột “Chi phí mới”, hãy điền những chi phí phát sinh, sau khi trừ đi những khoản không cần thiết lúc đầu. Cuối cùng, hãy cộng tất cả số tiền ở cột cuối lại để xem bạn sẽ để dành được bao nhiêu, nếu cắt giảm chi tiêu theo cách này.

Bảng Chi Tiêu Cá Nhân Hàng Tháng

Danh mục	Chi phí hiện tại	Tiền phí phạm?		Chi phí mới	Tiết kiệm thêm hàng tháng
		Cắt bỏ? Được/Không	Có thể giảm? Được/Không		
CÁ NHÂN					
Ăn ngoài	đ			đ	đ
Quần áo	đ			đ	đ
Giả trí	đ			đ	đ
Điện thoại	đ			đ	đ
Bảo hiểm nhân thọ/y tế	đ			đ	đ
Thuế cá nhân	đ			đ	đ
Những khoản khác (vd: từ thiện)	đ			đ	đ
CON CÁI					
Tiền học	đ			đ	đ
Tiền ăn vặt	đ			đ	đ
Quần áo, đồ chơi	đ			đ	đ
NHÀ CỬA					
Tiền trả góp nhà	đ			đ	đ
Điện, nước, ga	đ			đ	đ
Người giúp việc	đ			đ	đ
Đồ dùng trong nhà	đ			đ	đ
Thuế nhà cửa	đ			đ	đ
Bảo hiểm nhà	đ			đ	đ
ĐI LẠI					
Tiền trả góp xe	đ			đ	đ
Xăng	đ			đ	đ
Bảo trì/sửa chữa	đ			đ	đ
Thuế đường	đ			đ	đ
Tiền gửi xe	đ			đ	đ
Đi xe công cộng	đ			đ	đ
Tổng cộng	đ			đ	đ

Bạn sẽ ngạc nhiên khi biết rằng khoản tiết kiệm vài trăm đô một tháng sẽ có tác động tích cực tới sự giàu có trong tương lai của bạn như thế nào. Bảng dưới đây cho thấy số tiền tiết kiệm 300 đô mỗi tháng sẽ tích lũy thành 1,69 triệu đô trong 30 năm. Tiết kiệm thêm 600 đô sẽ biến thành 3,38 triệu đô trong 30 năm. Chà chà, quá đủ cho bạn nghỉ hưu trong an nhàn và sung túc.

Tiết kiệm thêm mỗi tháng Đầu tư với lợi nhuận 15%	Giá trị trong 10 năm	Giá trị trong 20 năm	Giá trị trong 30 năm
300 đô	78.905 đô	398.122 đô	1,69 triệu đô
600 đô	157.810 đô	796.244 đô	3,38 triệu đô
1000 đô	263.018 đô	1,33 triệu đô	5,63 triệu đô
2000 đô	526.036 đô	2,65 triệu đô	11,26 triệu đô
5000 đô	1,32 triệu đô	6,64 triệu đô	28,16 triệu đô

2. Để dành trước, tiêu xài sau

Nhiều người có thói quen làm-tiêu-để dành. Nói cách khác, khi lãnh lương, họ sẽ xài tiền cho tất cả những gì họ cần hay thích, số còn lại mới để dành. Kể cả khi họ đã lên ngân quỹ cho những gì cần xài thì cách làm này thường không đem lại hiệu quả, bởi vì bao giờ cũng có một cái gì đó không lường trước được xảy ra buộc ta phải tiêu vào khoản để dành, rồi cuộc ta chẳng còn được bao nhiêu.

Thay vào đó, hãy tập cho mình thói quen để dành trước. Trước khi bạn đi mua đồ dùng trong nhà, đi ăn nhà hàng, trả tiền điện nước, sửa tivi, hãy để ra một khoản tiền nhất định cho vào tài khoản đầu tư của mình, rồi xài những gì còn lại.

Nói cách khác, bạn thay đổi công thức trên thành: làm-để dành-tiêu. Ngay lúc lãnh lương, hãy khấu trừ ngay 10%-20% để vào tài khoản đầu tư, chỉ tiêu số 80% còn lại!

Cách tốt nhất để làm điều này là thiết lập chế độ chuyển tiền tự động! Bạn có thể yêu cầu ngân hàng tự động chuyển 10%-20% thu nhập hàng tháng của bạn vào một tài khoản riêng nơi tiền không dễ dàng lấy ra được. Bạn không nên có thẻ ATM để rút tiền từ tài khoản này mà chỉ cần có số tiết kiệm để dùng cho việc đầu tư.

Nếu hiện bạn đang có khoản nợ nào, hãy thay đổi công thức một chút. Trừ 10% thu nhập để trả nợ gốc, 10% tiếp theo bỏ vào tài khoản đầu tư.

3. Suy nghĩ bảy lần trước khi mua

Nếu cổ nhân nói “Uốn lưỡi bảy lần trước khi nói” thì trước khi mua một món gì đó, bạn cũng nên ngừng lại để trả lời những câu hỏi sau:

- “Mình có thật sự cần món này không?”
- “Mua rồi có hối hận không?”
- “Phải làm việc trong bao lâu để trả cho khoản này?”

Rồi chần chừ khoan đưa ra quyết định có mua hay không, hãy tự nhủ “Mình sẽ suy nghĩ và trở lại vào ngày mai”. Tôi bảo đảm rằng 8/10 lần bạn sẽ không quay lại mua món đồ đó vì bạn sẽ mau chóng quên ngay.

Cách tốt nhất để không nhiễm bệnh nghiện mua sắm là làm cho mình luôn bận rộn với những việc có ích hơn – nhất là hoạt động tình nguyện. Những người nghiện mua sắm thú nhận rằng họ có quá nhiều thời gian rảnh để dán mắt vào tủ kính các cửa hàng. Người bận rộn với những công việc có ý nghĩa sẽ không có thời gian phí phạm tiền bạc vào những món đồ linh tinh không cần thiết.

4. Thanh lọc bớt thẻ tín dụng và chỉ giữ lại một

Bước tiếp theo khá đau đớn, nhưng chắc chắn sẽ giúp bạn giảm ít nhất 15%-20% chi phí hàng tháng. Thanh lọc bớt thẻ tín dụng của bạn và chỉ giữ lại một. Có nhiều thẻ, bạn sẽ có cơ hội mua nhiều thứ hấp dẫn. Chỉ dùng một thẻ trong giới hạn cho phép... và một lần nữa, trả toàn bộ số tiền nợ trong thẻ.

5. Tính trước mình sẽ cần mua gì... và chỉ mua hàng giảm giá

Bạn sẽ dễ dàng tiết kiệm được thêm 15%-25% nếu bạn tính trước mình sẽ mua gì và chỉ mua khi có đợt giảm giá đặc biệt, lúc ấy hãy mua thật nhiều. Bạn có nhớ ví dụ tôi nêu ở phần trước về Ingvar Kamprad, người sáng lập ra IKEA không? Ông chỉ mua rau củ và trái cây vào buổi chiều, khi giá đã giảm đáng kể.

Khi còn nhỏ, tôi để ý thấy cha tôi luôn mua kem đánh răng khi siêu thị có đợt khuyến mãi đặc biệt. Ông sẽ mua đủ kem đánh răng dùng trong 6 tháng, cho đến đợt giảm giá tiếp theo. Một người bạn của tôi mua quần áo hai lần một năm, trong những đợt khuyến mãi toàn quốc. Vậy, hãy định trước bạn cần mua gì trong 3-6 tháng tới và mua thật nhiều khi có đợt giảm giá.

Như vậy, bạn đã được trang bị năm phương pháp để giảm 20%-30% chi tiêu ngay tức thì. Hãy nhớ rằng, điều này chỉ có thể xảy ra nếu bạn hành động từ bây giờ! Với nỗ lực tăng thu giảm chi, bạn có thể dành dụm đủ tiền để đầu tư và phát triển của cải, đưa bạn đến mức độ tự do tài chính. Vậy làm sao để đầu tư với mức lợi nhuận như triệu phú? Hãy tìm hiểu trong phần kế tiếp...

Phần VI

XÂY DỰNG TÀI SẢN TRIỆU ĐÔ

CHƯƠNG 15

TĂNG TÀI SẢN VỚI LỢI NHUẬN TIỀN TRIỆU

Trong hai phần trước, bạn đã học được những chiến lược hiệu quả nhất để tăng thu nhập và kiểm soát chi tiêu. Bước tiếp theo trong công thức làm giàu là đầu tư số tiền dư để tài sản tăng lên gấp nhiều lần.

Tất cả những triệu phú tay trắng làm nên đều biết tận dụng sức mạnh của đầu tư để bắt tiền đẻ ra tiền. Họ khiến đồng tiền phải làm việc cho họ để một ngày nào đó, họ không còn làm việc vì tiền nữa. Thật vậy, chỉ khi nào bạn thành thục các kỹ năng đầu tư, bạn mới mong đẩy nhanh tốc độ làm giàu.

Rủi ro thấp, lợi nhuận cao

Tuy nhiên, khi nói đến đầu tư, không ít người đã từng trải qua những kinh nghiệm đau thương vì bị phồng tay với thị trường chứng khoán hay quỹ đầu tư. *“Nếu gửi tất cả tiền vào ngân hàng, tôi đã không mất bét một nửa”, “Sau bao năm mua mua bán bán, tôi nhận ra rằng tất cả công sức bỏ ra chỉ đủ huê vốn”, “Mỗi lần tôi mua cổ phiếu gì là y như rằng nó lại mất giá”...* Bạn đã bao giờ gặp phải những kinh nghiệm như vậy chưa?

Nếu có, bạn là một trong vô số người sợ đầu tư vì từng bị “dính đạn”, và tâm niệm rằng “đầu tư là mạo hiểm”. Thế nên, bạn chọn cách giữ tiền “an toàn” trong ngân hàng với số lãi khiêm tốn 2-3% một năm.

Niềm tin này càng được củng cố trong các khóa học tài chính. Những chuyên gia tư vấn tài chính và ngân hàng luôn rao giảng rằng: *“Lãi suất càng cao thì rủi ro càng lớn. Để có lợi nhuận cao, bạn phải có máu ‘liều’!”*.

Điều này hoàn toàn không đúng! Nhiều người trong chúng ta bị tẩy não bởi định kiến sai lầm này. Trong thực tế, những nhà đầu tư tầm cỡ nhất, thành công nhất đều KHÔNG thích rủi ro. Ngược lại, họ “chơi” rất an toàn. Warren Buffett, nhà đầu tư giỏi nhất thế giới, đạt được lợi nhuận 24,7% một năm trong suốt 49 năm qua là người cực kỳ sợ rủi ro. Phương châm đầu tư căn bản của ông là “bảo toàn vốn”. Ông thà không kiếm được tiền còn hơn đứng trước nguy cơ bị mất tiền. Nguyên tắc thứ nhất của ông là, *“Không bao giờ để bị mất tiền”*. Nguyên tắc thứ hai là *“Đừng bao giờ quên nguyên tắc thứ nhất”*. Kết quả, Warren chỉ đầu tư vào những cổ phiếu có chỉ số rủi ro cực thấp và cơ hội thành công ít nhất là 90%.

2 nguyên tắc đầu tư của Warren Buffett
Nguyên tắc đầu tư thứ nhất "Không bao giờ để bị mất tiền."
Nguyên tắc đầu tư thứ hai "Đừng bao giờ quên nguyên tắc thứ nhất."

Tôi cũng tuân thủ nguyên tắc này. Nhiều người nghĩ rằng, bởi vì tôi mở công ty và đầu tư, nên tôi là người thích mạo hiểm. Thật ra, nguyên tắc hàng đầu của tôi là "an toàn", tôi rất sợ rủi ro nên chỉ đầu tư vào công ty hay cổ phiếu có 95% cơ hội thắng; nếu thua, tôi cũng chỉ bị lỗ một khoản không đáng kể.

Để trở thành nhà đầu tư thành công, bạn phải áp dụng nguyên tắc này: tránh xa rủi ro và luôn bám chặt nguyên tắc "bảo toàn vốn".

Câu hỏi được đặt ra là, *"Nếu rủi ro và lợi nhuận không tỉ lệ thuận với nhau, vậy yếu tố gì mang lại lợi nhuận cao?"*. Câu trả lời là kiến thức tài chính. Kiến thức tài chính tốt dẫn đến lợi nhuận cao.

Khi bạn được trang bị kiến thức tài chính vững vàng, mức độ rủi ro sẽ rất thấp vì bạn biết chính xác mình đang làm gì. Khi không có kiến thức tài chính để hiểu rõ về công ty mà bạn mua cổ phiếu, việc đầu tư trở nên cực kỳ mạo hiểm.

Mức độ rủi ro của một hoạt động tùy thuộc vào khả năng của người thực hiện hoạt động đó. Ví dụ, nếu tôi yêu cầu bạn trèo lên đỉnh núi cao để lấy vàng thì việc làm này có rủi ro không? Bạn có phải mạo hiểm để đạt được mục tiêu này không? Vâng, sẽ rất nguy hiểm nếu bạn chưa bao giờ được huấn luyện leo núi và không được trang bị những dụng cụ hỗ trợ an toàn. Cơ hội bạn bị ngã gãy cổ rất cao!

Tuy vậy, với một tay leo núi chuyên nghiệp, người đã lên đến đỉnh Everest hai lần mà không cần bình dưỡng khí, điều này có rủi ro không? Không hề! Trình độ của anh ta giúp giảm thiểu rủi ro. Với anh ta, đây chỉ là "chuyện nhỏ".

Một ví dụ khác, nếu tôi bảo bạn lái xe đua thể thức 1 với vận tốc 260 km/h để đoạt cúp thì bạn chớ nhận lời khi chưa được đào tạo về đua xe, vì làm như vậy là tự sát. Nhưng nếu là Michael Schumaker thì chuyện này dễ như trở bàn tay, vì đây là "nghề" của anh ấy mà.

Tương tự, việc đầu tư tài chính rủi ro hay không còn tùy thuộc vào từng đối tượng cụ thể. Nếu bạn cũng như phần lớn mọi người không qua trường lớp và có ít kiến thức tài chính thì đầu tư là cực kỳ rủi ro! Cũng giống như bạn leo núi hay đua xe mà không qua huấn luyện. Và câu nói, "Rủi ro lớn, lợi nhuận cao" trong trường hợp này rất đúng. Nếu vậy, tôi khuyên bạn nên gửi tiền trong ngân hàng.

Tuy nhiên, với Warren Buffett, đầu tư có nghĩa là "rủi ro thấp, lợi nhuận cao" vì ông có "cái mũi" đánh hơi đầu tư cực tốt. Một lần nữa, bạn cần hiểu rằng rủi ro cao không dẫn tới lợi nhuận cao, mà chính khả năng và trình độ mới là yếu tố giúp bạn có được lợi nhuận cao.

"Rủi ro là khi bạn không biết mình đang làm gì."

Trong những chương tiếp theo, bạn sẽ được học chiến lược của những nhà đầu tư lão luyện. Khi lượng kiến thức tài chính của bạn tăng lên đáng kể nhờ quyển sách này, bạn sẽ có khả năng đạt lợi nhuận cao với mức độ rủi ro cực thấp. Bạn sẽ trở thành nhà leo núi chuyên nghiệp, dễ dàng trèo lên đỉnh để lấy mỏ vàng của mình.

Sức mạnh của lãi suất kép

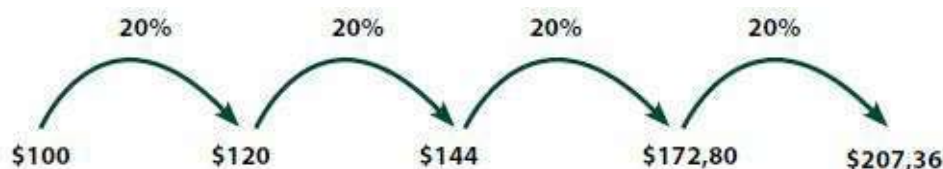
Mỗi năm, lợi nhuận trung bình cho đầu tư vào chứng khoán Mỹ là 12,08%. Giả sử bạn kiếm được trung bình 3000 đô/tháng trong suốt quãng đời đi làm của mình là 40 năm. Nếu bạn đầu tư 10% thu nhập hàng tháng (300 đô) vào thị trường này với mức tăng trưởng 12,08%/năm, số tiền đó sẽ tăng lên bao nhiêu?

Máy tính tài chính cho biết bạn sẽ có 3 triệu đô trong tay! Và đó là từ khoản đầu tư khiêm tốn 300 đô/tháng. Nếu bạn đầu tư 1000 đô/ tháng, với lãi suất 12,08% (tôi chắc rằng bạn sẽ dễ dàng kiếm được nguồn thu nhập thêm này), nó sẽ tăng lên thành 10,02 triệu đô!

Làm thế nào mà một món tiền nhỏ có thể tăng lên thành một khoản tiền cực lớn như vậy? Nhờ sức mạnh của lãi suất kép đẩy bạn ạ. Tôi chắc bạn đã nghe cụm từ này rồi, nhưng nó thật sự có ý nghĩa gì?

Lợi nhuận kép có được khi bạn đầu tư một khoản tiền với một tỉ lệ lãi suất nhất định. Thay vì lấy tiền lời kiếm được sau mỗi năm, bạn gộp chung cả vốn lẫn lãi để tái đầu tư. Do đó năm sau, tiền lời kiếm được sẽ dựa trên khoản vốn lớn hơn và nhờ vậy mà tiếp tục lớn dần lên.

Ví dụ, nếu đầu tư 100 đô vào cổ phiếu cho bạn 20% lợi nhuận mỗi năm. Cuối năm thứ nhất, bạn sẽ có 120 đô. Thay vì lấy 20 đô ra tiêu, bạn cứ để đó thêm một năm nữa với cùng lãi suất 20%. Cuối năm thứ hai, tiền đầu tư của bạn sẽ tăng thành 144 đô. Năm tiếp theo, nó sẽ thành 172,80 đô và vào năm thứ tư, nó sẽ là 207,36 đô!



Chưa tới bốn năm, khoản đầu tư ban đầu của bạn đã tăng gấp đôi!

Mất bao lâu để số tiền của bạn tăng gấp đôi?

Albert Einstein, nhà bác học lỗi lạc mọi thời đại, đã nói rằng lãi suất kép là một phát hiện toán học vĩ đại nhất! Ông tìm ra công thức gọi là Quy luật 72. Nội dung của quy luật này là nếu bạn lấy 72 chia cho lợi nhuận trung bình hàng năm, bạn sẽ tính được số năm cần có để khoản đầu tư của bạn tăng gấp đôi!

Ví dụ, trong ví dụ trên, lãi suất là 20%/năm. Vậy nếu bạn lấy 72 chia cho 20 là 3,6 năm, tức là 100 đô sẽ tăng thành 200 đô trong 3,6 năm.

Sức mạnh của lãi suất kép chính là vũ khí bí mật giúp Warren trở thành người giàu nhất thế

giới, chỉ bằng việc đầu tư vào thị trường chứng khoán Mỹ. Ông đạt mức lợi nhuận trung bình là 24,7% trong 49 năm! Điều này có nghĩa là tiền của ông cứ tăng gấp đôi sau 2,9 năm ($72/24,7$). Ông biến khoản đầu tư 100 ngàn đô năm 1956 thành 4,2 tỉ đô ngày nay.

Liệu bạn có cá độ 10 xu cho một trận chơi gôn không?

Để tôi nêu ra một ví dụ nữa để chứng tỏ sức mạnh của lãi suất kép. Giả sử chúng ta chơi gôn và chỉ đánh cá nhẹ nhàng 10 xu nếu tôi đánh trúng lỗ đầu tiên, tiền cá sẽ tăng gấp đôi cho lỗ tiếp theo. Bạn có dám chơi không? Nếu bạn biết chút ít về gôn, bạn sẽ biết là chỉ có 18 lỗ. Vậy, số tiền cá cược cho lỗ thứ 18 là bao nhiêu?

Đầu tiên, hãy xem số tiền cá cược cho 9 lỗ đầu tiên.

Lỗ 1	10 xu
Lỗ 2	20 xu
Lỗ 3	40 xu
Lỗ 4	80 xu
Lỗ 5	1,60 đô
Lỗ 6	3,20 đô
Lỗ 7	6,40 đô
Lỗ 8	12,80 đô
Lỗ 9	25,60 đô

Tại lỗ thứ 9, số tiền cá là 25,60 đô. Chúng ta đã đi được nửa quãng đường rồi. Vậy lỗ thứ 18 đáng giá bao nhiêu? 100 đô, 300 đô, 500 đô? Hãy tiếp tục...

Lỗ 10	51,20 đô
Lỗ 11	102,40 đô
Lỗ 12	204,80 đô
Lỗ 13	409,60 đô
Lỗ 14	819,20 đô
Lỗ 15	1.638 đô
Lỗ 16	3.276 đô
Lỗ 17	6.553 đô
Lỗ 18	13.107 đô

Bạn thấy ở lỗ thứ 18, số tiền cá đã lên tới 13.107 đô! Nếu đầu tư đủ thời gian, sức mạnh của lãi suất kép có thể biến số tiền rất nhỏ thành con số khổng lồ.

Bài học quan trọng mà tôi muốn nói là, lúc đầu số tiền tăng lên rất chậm. Kể cả khi đi được nửa quãng đường, số tiền mới chỉ là 25,60 đô. Thế nhưng, ngay lúc nó vượt qua một cột mốc quan trọng, tốc độ tăng trở nên kinh khủng! Giữa lỗ 15 và 18, chỉ với ba lỗ, số tiền tăng từ 1.638 đô lên 13.107 đô, chênh lệch tới 11.469 đô!

Điều này có ý nghĩa gì với bạn? Khi bạn bắt đầu đầu tư 200 đô/ tháng, lúc đầu tiền tăng rất

chậm. Tuy vậy, khi đầu tư đủ thời gian, tốc độ tăng sẽ bùng nổ! Vấn đề ở chỗ là nhiều người khi thấy tốc độ tăng chậm trong vài năm đầu thì mất kiên nhẫn và bỏ không đầu tư tiếp. Tóm lại, bạn phải có đủ kiên nhẫn để hưởng lợi từ sức mạnh của lãi suất kép và nhận được hàng triệu đô. Bảng tính sau đây cho thấy bạn sẽ kiếm được bao nhiêu khi tiết kiệm 300 đô/tháng với những mức lãi suất khác nhau.

300 đô sẽ tăng như thế nào với từng mức lãi suất khác nhau sau 30 năm	
Không có lãi suất, 300 đô để dành hàng tháng sẽ chỉ là	108.000 đô
Với lãi suất kép 5%/năm, 300 đô/tháng sẽ tăng thành	245.609 đô (gấp 2,3 lần số tiền gốc)
Với lãi suất kép 8%/năm, 300 đô/tháng sẽ tăng thành	425.283 đô (gấp 4 lần số tiền gốc)
Với lãi suất kép 15%/năm, 300 đô/tháng sẽ tăng thành	1,69 triệu đô (gấp 15,6 lần số tiền gốc)
Với lãi suất kép 25%/năm, 300 đô/tháng sẽ tăng thành	13,14 triệu đô (gấp 121,6 lần số tiền gốc)

Trong biểu đồ bên dưới, bạn sẽ tận mắt chứng kiến sức mạnh kinh khủng của lãi suất kép, khởi đầu thì rất chậm nhưng tăng vọt khi đạt tới một điểm nào đó.

Bảng tính tiếp theo cho bạn thấy từng khoản tiền đầu tư sẽ tăng như thế nào với những tỉ lệ lãi suất khác nhau.

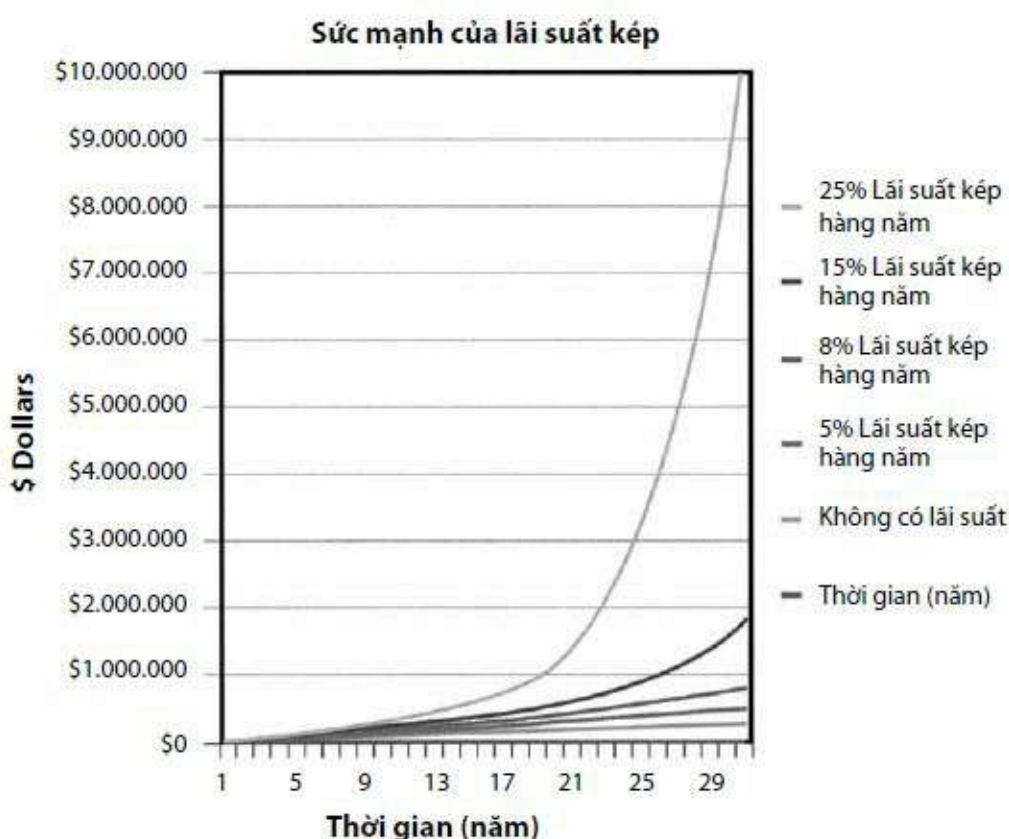
Làm thế nào để lãi mẹ đẻ lãi con

Bạn có thấy máu chảy rần rật trong huyết quản khi

thấy vài trăm đô có thể nhân bản kỳ diệu thành con số tiền triệu không? Câu hỏi tiếp theo là, “*Làm thế nào để kiếm được mức lãi suất 15% hay 12,08% với độ rủi ro thấp nhất?*”.

Những gì tôi sắp chia sẻ với bạn hẳn sẽ khiến bạn ngạc nhiên, bởi lẽ một số điều đi ngược lại những gì bạn được học về đầu tư và tài chính khi còn ngồi trên ghế nhà trường, hoặc từ nhân viên ngân hàng và chuyên viên tư vấn. Tôi biết rõ điều này vì tôi cũng học chuyên ngành tài chính còn vợ tôi từng là chuyên viên tư vấn tài chính.

Bạn sẽ được phổ biến những bí quyết chưa từng được tiết lộ về cách làm thế nào để đạt lợi nhuận cao mà không cần phải trả huê hồng cao cho ngân hàng hay nhân viên môi giới. Sau khi học



được những điều này, bạn sẽ tự hỏi sao mình không được dạy những điều này trước đây, và tại sao bạn lại gửi tiền vào ngân hàng như nhiều người khác chỉ để kiếm được số tiền còm 1%-2% một năm.

Khi tôi dạy về những phương pháp đầu tư lần đầu tiên trong các buổi hội thảo, tôi nhận được email lên án từ những chuyên viên tư vấn đầu tư. Họ sợ rằng một khi bàn dân thiên hạ hiểu được những chiến thuật đầu tư thì nghề của họ sẽ không còn kiếm ăn được nữa. Thật ra, tôi đã suy nghĩ rất nhiều, cân nhắc xem có nên đưa những kiến thức này vào sách hay không. Cuối cùng, tôi tin rằng tất cả chúng ta đều xứng đáng biết được sự thật về những gì chúng ta có thể làm với đồng tiền của mình.

Có hai chiến lược đầu tư chính mà tôi đã và đang áp dụng thành công và giờ đây muốn chia sẻ cùng bạn.

1. Chọn quỹ đầu tư tốt

Nếu muốn đạt tỉ lệ lợi nhuận lớn hơn 12,08%, bạn phải thành thạo chiến lược chọn đúng quỹ đầu tư. Vấn đề là rất khó chọn được quỹ đầu tư sinh lợi. Tại sao? Thống kê cho thấy hàng năm chỉ có 10% số quỹ đầu tư có kết quả hoạt động tốt hơn thị trường chứng khoán, và mỗi năm lại có những quỹ khác nhau lọt vào tốp 10% này. Chỉ có chưa đầy 3% quỹ có thể liên tục cho kết quả tốt hơn thị trường trong lâu dài. Một lý do nữa là ngân hàng và các trung tâm tài chính thu phí kinh doanh cao. Ở Châu Á, các nhà đầu tư cá nhân thường không có đủ thông tin nghiên cứu để có thể chọn đúng loại quỹ đầu tư và kết quả là bị thua lỗ.

Tuy vậy, ở chương 17, bạn sẽ được học cách chọn quỹ đầu tư tốt, giúp đem lại lợi nhuận từ 13-20% một năm trong nhiều năm liền, với chi phí rất thấp!

**** Quỹ đầu tư là một loại hình đầu tư tập hợp nhiều khoản tiền đầu tư từ các cá nhân riêng lẻ. Một nhà quản lý quỹ chuyên nghiệp sẽ mang khoản quỹ này đầu tư vào thị trường chứng khoán hay các dạng đầu tư khác. Quỹ đầu tư cho phép nhà đầu tư có được lợi thế từ việc đa dạng hóa đầu tư và quản lý chuyên nghiệp.***

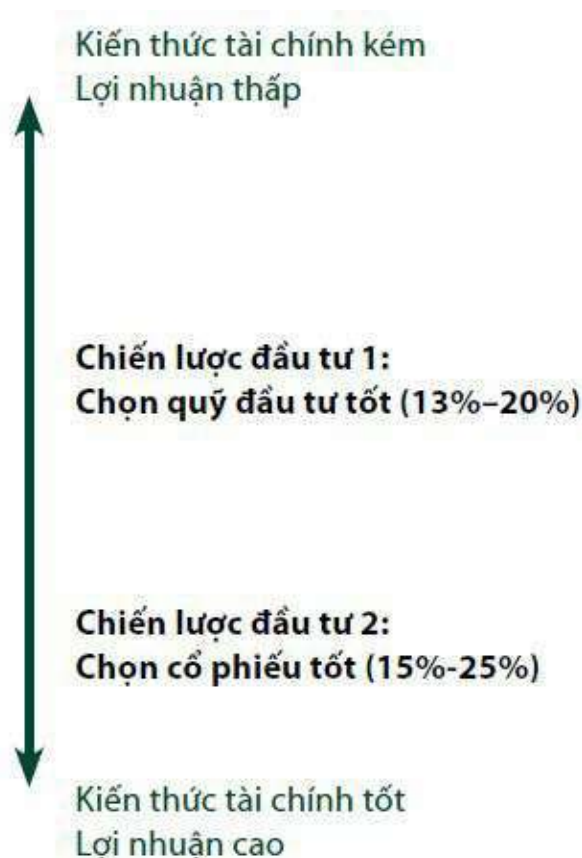
2. Chọn cổ phiếu tốt

Chiến lược này sẽ cho bạn lợi nhuận cao nhất từ 15%-25% một năm, bằng cách chọn ra một tập hợp bao gồm 10-12 cổ phiếu tốt. Mặc dù biện pháp này cực kỳ rủi ro đối với những người không hiểu rõ về công ty bán cổ phiếu, bạn sẽ được học cách chọn cổ phiếu có rủi ro thấp và lợi nhuận cao của những nhà đầu tư bậc thầy như Warren Buffett. Bản thân tôi đạt mức lợi nhuận trung bình 22%/năm từ chiến lược này.

Bạn có thể thấy từ sơ đồ bên dưới, bạn càng mở rộng tầm hiểu biết tài chính thì tiềm năng lợi nhuận càng tăng. Vậy rủi ro có tăng theo không? Như tôi đã nói, mức độ rủi ro phụ thuộc vào kiến thức tài chính của bạn. Nếu bạn cũng như phần lớn các nhà đầu tư khác, sở hữu rất ít kiến thức tài chính và chỉ mua theo số đông, chủ yếu dựa vào lời khuyên của người khác thì độ rủi ro rất lớn. Tuy vậy, khi bạn nâng cao kiến thức tài chính của mình, mức độ rủi ro sẽ giảm đi.

Do đó, trước khi đi vào giới thiệu chi tiết về những biện pháp đầu tư, tôi muốn chắc chắn rằng bạn được trang bị đầy đủ kiến thức tài chính để giảm thiểu rủi ro (cá nhân tôi không hề muốn có bất

kỳ một sự rủi ro nào).



Phân bổ tiền như thế nào để tối đa hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro

Bạn nên bỏ đồng tiền mồ hôi nước mắt của mình vào đâu? Làm thế nào phân bổ tiền nhằm tối đa hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro?

Tôi chắc bạn đã nghe lời khuyên “*Đừng bỏ tất cả trứng vào một rổ*”. Mặc dù bạn sẽ học được cách làm thế nào để giảm thiểu rủi ro và tối đa hóa lợi nhuận cho từng rổ đầu tư, sẽ là khôn ngoan hơn nếu bạn đầu tư bằng những phương tiện khác nhau, trong những quãng thời gian khác nhau. Vào những lúc cần tiền cấp bách, tất cả tiền của bạn sẽ không bị kẹt vào một chỗ.

Tuy nhiên, bạn hãy lưu ý một điểm quan trọng. Trong phần lớn sách giáo khoa tài chính, họ khuyên bạn đa dạng hóa tài sản của bạn vào nhiều phương tiện đầu tư khác nhau như quỹ, cổ phiếu, trái phiếu, các phương tiện tài chính khác, cũng như chia tiền ra các lĩnh vực khác nhau, ở nhiều nước để giảm thiểu rủi ro. Nghe rất có lý nhưng chỉ có các nhà đầu tư “non tay” không có nhiều kiến thức tài chính mới cần “bỏ trứng vào nhiều rổ” như vậy. Việc đa dạng hóa đầu tư ít rủi ro hơn nhưng cũng ít lời hơn, chỉ vào khoảng 5%-8%.

Adam Khoo tôi không làm theo cách này. Warren Buffett khuyên, “*Đa dạng hóa hình thức đầu tư chỉ nên áp dụng cho những người muốn bảo vệ mình khỏi những sai lầm của bản thân*”. Nếu bạn biết mình đang làm gì (có kiến thức tài chính vững vàng), bạn cần tập trung mua một số cổ phiếu và quỹ đầu tư chọn lọc vì chúng sẽ cho lợi nhuận cao nhất. Yếu tố rủi ro được giảm xuống thấp nhất không phải bằng cách đem tiền rải khắp nơi, mà bằng khả năng biết chọn đúng quỹ đầu tư hay cổ phiếu để mua.

Điều mà tôi sắp chia sẻ với bạn thì phần lớn những chuyên gia tư vấn tài chính và ngân hàng cho là có độ rủi ro cao, bởi vì đa số các nhà đầu tư không có khả năng làm được. Trong thực tế, đây là cách đầu tư sinh lợi nhiều mà rủi ro thấp, một khi bạn đã thông thạo những kiến thức trong quyển sách này.

Bốn rổ tiền của bạn

Nắm được cách phân bổ tiền của mình chính là bí quyết quan trọng nhất giúp bạn đạt được mục tiêu tài chính. Khoản tiền để dành hàng tháng (15%-20% thu nhập) của bạn nên được chia vào bốn rổ nhỏ bao gồm: Rổ An Toàn, Rổ Tăng Trưởng, Rổ Tăng Trưởng Nhanh và Rổ Xa Xỉ. Hãy cùng tôi tìm hiểu từng loại rổ.

1. Rổ An Toàn (1,5%-4,5% lợi nhuận/năm)

Rổ tiền này, như tên gọi, là để đảm bảo an toàn cho bạn. Tốc độ tăng của số tiền trong rổ này chỉ đủ theo kịp mức độ lạm phát. Tuy vậy, đó là khoản tiền bạn luôn phải có sẵn để đề phòng trường hợp khẩn cấp. Nếu bạn bất ngờ bị mất việc, bị giảm lương hay công việc kinh doanh trì trệ, bạn có thể dùng khoản tiền này để vượt qua khó khăn.

Rổ này nên bao gồm tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, nhà, bảo hiểm và quỹ bảo toàn vốn.

2. Rổ Tăng Trưởng (8,57%-20% lợi nhuận/năm)

Đây là rổ tiền dùng để gia tăng giá trị tài sản, giúp bạn đạt được mức độ tự do tài chính.

Bạn sẽ dùng số tiền trong rổ này để vào quỹ mua chỉ số thị trường, quỹ kinh doanh ngoại tệ và quỹ đầu tư. Bạn cũng nên phân chia các loại quỹ vào thị trường nước ngoài và trong nước để kết hợp giữa sự an toàn của quỹ nước ngoài với tốc độ tăng trưởng của quỹ trong nước. Đừng lo, bạn sẽ được học về những từ chuyên môn này và cách chọn đúng loại quỹ trong chương tới.

Lưu ý: Tuy chúng ta nhắm tới tỉ lệ lợi nhuận trung bình 8,57%-25% cho cổ phiếu và quỹ đầu tư, đây là MỨC LỢI NHUẬN TRUNG BÌNH. Nói cách khác, sẽ có những năm thị trường chứng khoán tăng lên 50%, và những năm khác tụt xuống 30%!

Giai đoạn thị trường đi xuống chính là lúc thiên hạ hoang mang và thường bán tổng bán tháo cổ phiếu khi họ cần tiền hoặc để cắt lỗ! Tuy vậy, bạn phải có đủ lực để trụ lại thậm chí lợi ngược dòng bằng cách mua thêm cổ phiếu để được thưởng khi thị trường hồi phục.

Tóm lại, tiền bạn bỏ vào hai rổ tăng trưởng phải là số tiền mà bạn tin rằng **mình sẽ không cần tới trong vòng ít nhất 5-10 năm**. Bạn đang dùng sức mạnh của lãi suất kép và thời gian để kiếm hàng triệu đô.

3. Rổ Tăng Trưởng Nhanh (15%-25% lợi nhuận/năm)

Đây là rổ tiền giúp bạn đẩy nhanh tốc độ làm giàu và các loại tài sản gia tăng giá trị. Một lần nữa, bạn không nên đụng vào khoản tiền này trong vòng 5 tới 10 năm để lãi suất kép tạo ra phép màu.

Số tiền trong rổ này sẽ được dùng vào một tập hợp từ 10 đến 12 cổ phiếu của những công ty làm ăn thật tốt. Bạn nên giữ cả cổ phiếu của các công ty trong nước lẫn ngoài nước.

4. Rổ Xa Xỉ (0% lợi nhuận/năm)

Rổ Xa Xỉ là số tiền dùng để nuông chiều những sở thích trong mơ của bạn. Đây là khoản tiền mà bạn có thể tiêu vào những thứ xa hoa như: mua biệt thự, xe hạng sang, đồ trang sức, hàng hiệu. Hãy nhớ lại chương “Người giàu quản lý tiền như thế nào”: số tiền dùng để mua những món xa xỉ không phải từ nguồn thu nhập chính của bạn, mà từ nguồn thu nhập thụ động được tạo ra từ tài sản gia tăng.

Chia tiền vào rổ như thế nào

Hãy làm theo bốn bước sau.

Bước 1:

Trước khi đầu tư vào bất cứ thứ gì, hãy làm đầy rổ An Toàn với khoản tiền ít nhất bằng 3-6 tháng tiền mặt và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn ngắn của bạn. Số tiền này không bao gồm quỹ lương hưu của bạn. Nhớ lại bốn mức độ giàu có ở chương sáu, việc làm này sẽ giúp bạn đạt được mức độ “vững vàng tài chính”.

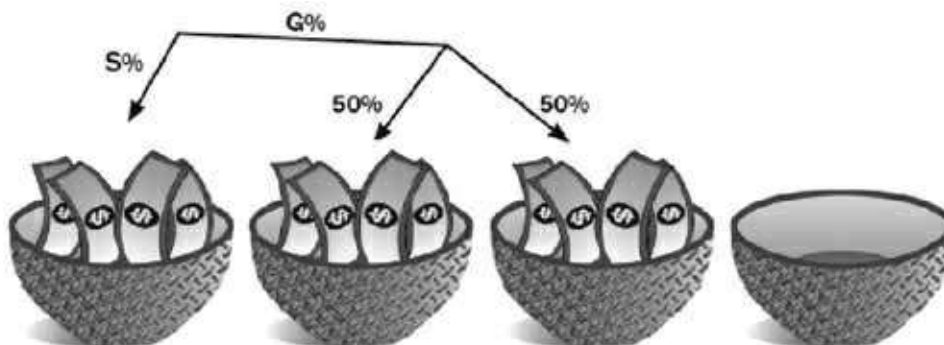


AN TOÀN

Bước 2:

Sau khi hoàn tất bước một, số tiền để dành sau đó của bạn cần được chia ra nhiều rổ khác nhau, tỉ lệ chia phụ thuộc vào tuổi tác và kiến thức tài chính của bạn.

TIỀN TIẾT KIỆM HÀNG THÁNG



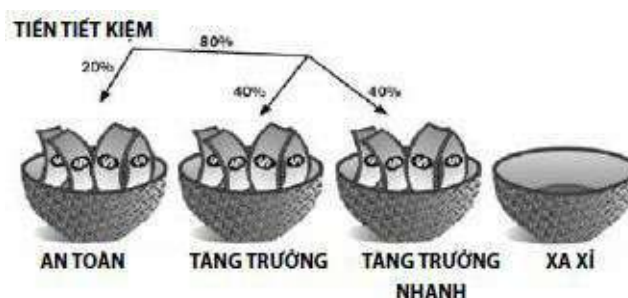
Rổ An Toàn	Rổ Tăng Trưởng	Rổ Tăng Trưởng Nhanh	Rổ Xa Xỉ
Tiền mặt, bảo hiểm Tiền gửi ngân hàng Nhà cửa Quỹ đảm bảo vốn	Quỹ đầu tư chỉ số thị trường Quỹ kinh doanh ngoại tệ Quỹ đầu tư các loại	Cổ phiếu của 10-12 công ty trong và ngoài nước	Xe đời mới Nâng cấp nhà Nội thất mới Đồ trang sức

Phần đầu tiên của số tiền để dành (S%) nên được đưa vào Rổ An Toàn, chủ yếu để trả phí bảo hiểm và giảm nợ nhà cửa.

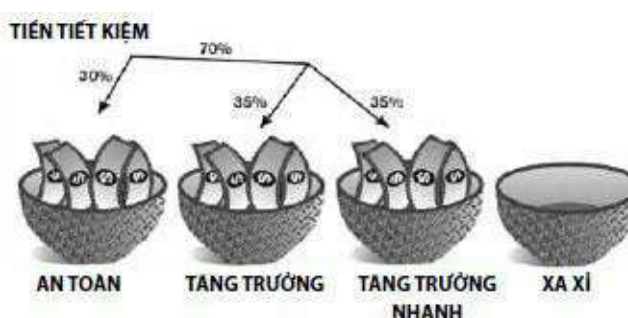
Phần tiếp theo (G%) nên được chia vào hai Rổ Tăng Trưởng và Tăng Trưởng Nhanh. Tôi thường chia đều, nhưng điều này tùy thuộc vào bạn. Vấn đề là bạn tự tin trong việc chọn quỹ đầu tư hơn hay chọn cổ phiếu hơn. Bạn có thể cho 80% vào rổ này hay rổ kia.

Không nên bỏ bất kỳ khoản tiết kiệm hàng tháng nào vào Rổ Xa Xỉ nếu bạn muốn tiền để dành của mình tăng nhanh. Rổ Xa Xỉ chỉ nên chứa lợi nhuận có được từ Rổ Tăng Trưởng hay Rổ Tăng Trưởng Nhanh.

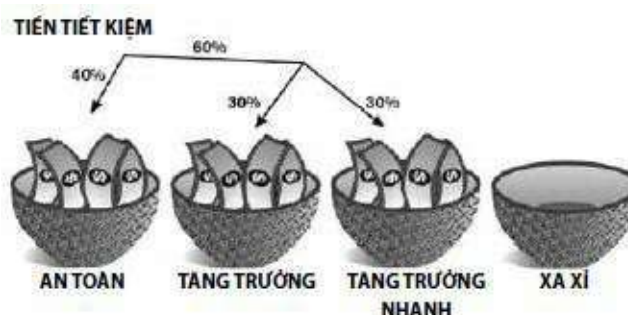
Nếu bạn dưới 30 tuổi



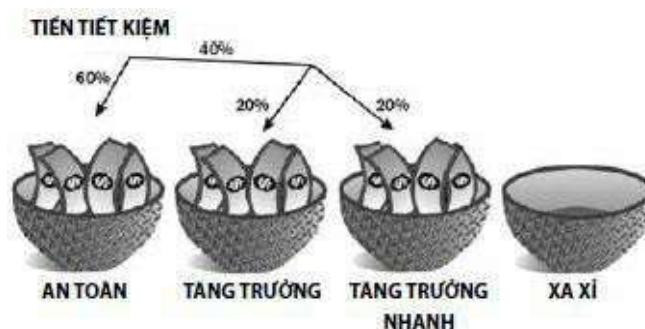
Nếu bạn 30-40 tuổi



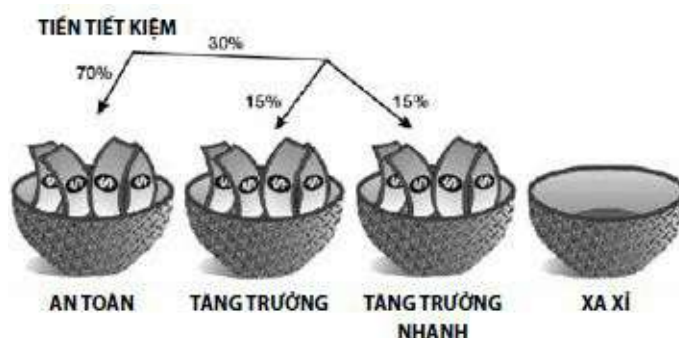
Nếu bạn 40-45 tuổi



Nếu bạn 45-55 tuổi



Nếu bạn trên 55 tuổi



Tôi đã ở tuổi ngũ tuần, liệu tôi có thể đạt tới mức độ tự do tài chính không?

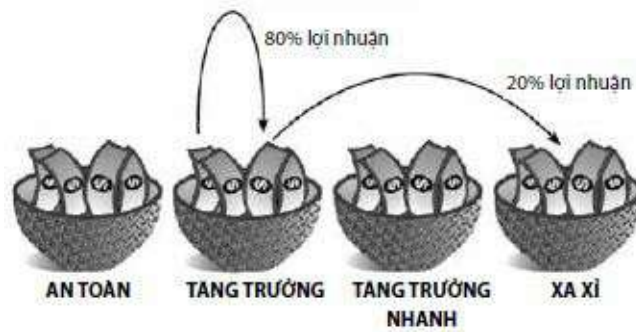
Đến đây có thể bạn nghĩ, “Nếu tôi trên 50 tuổi và chỉ bỏ một phần nhỏ tiền để dành vào Rổ Tăng Trưởng, làm sao tôi có thể tạo ra đủ lợi nhuận để đạt mức độ tự do tài chính?”.

Câu trả lời là bạn nên chú trọng vào những tài sản gia tăng không cần nhiều tiền (như kinh doanh trên mạng, tài sản trí tuệ). Dùng ý tưởng của bạn để phát triển nguồn thu nhập thụ động và kiếm lợi nhuận!

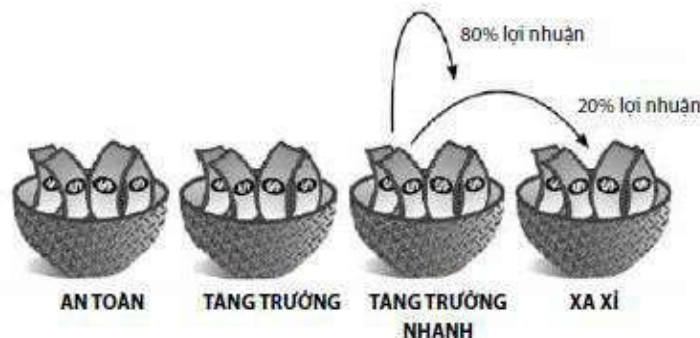
Tái đầu tư để có mức tăng trưởng vượt bậc

Bạn nên tái đầu tư lợi nhuận tạo ra từ Rổ Tăng Trưởng để hưởng lợi từ hiệu ứng lãi suất kép. Đồng thời, một phần tiền lời có thể được đưa vào Rổ Xa Xỉ để bạn thụ hưởng thành quả, trong khi tiền vẫn tăng đều đặn. Nguyên tắc của tôi là tái đầu tư 80% lợi nhuận vào cùng một rổ và lấy ra 20% lợi nhuận (không phải phần tiền gốc) bỏ vào Rổ Xa Xỉ.

Tái đầu tư từ Rổ Tăng Trưởng



Tái đầu tư từ Rổ Tăng Trưởng Nhanh



Thế là bạn đã học cách phân bổ tiền để tối đa hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro. Bây giờ, chúng ta hãy cùng học chiến lược tăng trưởng đầu tiên... chọn quỹ đầu tư!

CHƯƠNG 16

THẮNG LỢI VỚI QUỸ ĐẦU TƯ

Trong chương này, bạn sẽ được học cách chiến thắng thị trường bằng cách chọn quỹ đầu tư mang lại tỉ lệ lợi nhuận hàng năm từ 13%-20%.

Xin nhắc lại, quỹ đầu tư là một loại hình đầu tư tập hợp tiền từ các nhà đầu tư riêng lẻ.

Một chuyên gia quản lý quỹ sẽ mang số tiền này đầu tư vào cổ phiếu, trái phiếu và các loại hình đầu tư khác. Người ta thường đầu tư vào quỹ đầu tư vì nó có lợi thế đa dạng (tiền được rải vào hàng chục đến hàng trăm cổ phiếu để giảm rủi ro), và được quản lý một cách chuyên nghiệp. Tuy vậy, nhớ rằng đa dạng hóa giúp giảm rủi ro, đồng thời cũng giảm lợi nhuận.

Đa số quỹ đầu tư đều mất tiền... chỉ có người quản lý quỹ kiếm ra tiền

Đây là một thực tế đáng buồn. Nếu bạn nói chuyện với hầu hết những người bỏ tiền vào các quỹ đầu tư ở Châu Á thì bạn sẽ thấy phần lớn họ đều mất tiền, hay chỉ kiếm được lợi nhuận rất bèo từ 2% đến 4%. Từ Straits Times cho biết trong năm 2004, có tới 559.000 người Singapore mất 680 triệu đô khi đầu tư vào những quỹ này. Nếu chỉ nhìn vào những quỹ đầu tư lớn nhất ở Châu Á, bạn có thể dễ dàng tính được rằng chỉ có 6% số quỹ hoạt động tốt hơn chỉ số thị trường trong vòng 10

năm. Vậy xác suất bạn chọn trúng 6% này là bao nhiêu? Nhiều khả năng bạn chỉ kiếm được lợi nhuận thấp, cộng với việc phải trả phí giao dịch và quản lý quỹ.

Điều tệ hại nhất là người quản lý quỹ vẫn được trả thù lao hậu hĩnh, bất chấp việc quỹ đó có sinh lợi hay không.

Tại sao nhiều người mất tiền vào quỹ đầu tư?

Tại sao lại khó kiếm tiền từ quỹ đầu tư đến vậy? Có 3 lý do chính.

1. Chi phí giao dịch và quản lý cao

Nhiều người mua quỹ đầu tư thông qua ngân hàng và tổ chức tài chính với giá bán lẻ, có tính phí bán hàng (một lần) và phí quản lý hàng năm khá cao (theo tỉ lệ chi phí).

Ở Châu Á, phần lớn ngân hàng và tổ chức tài chính bán quỹ đầu tư với chi phí bán hàng là 5%-6% và phí quản lý thường niên là 1,5%-2%. Có nghĩa là trước khi bắt đầu, bạn đã phải trả 6,5%-8% cho việc đầu tư của mình, và bạn sẽ còn mất thêm 1,5% mỗi năm. Quỹ bạn chọn phải tốt hơn chỉ số thị trường từ 6,5%-8% mới đạt mức hòa vốn! Nhắc lại, chỉ có 10% số quỹ đầu tư trên toàn thế giới có thể làm được điều này hàng năm, và dưới 3% làm được trong suốt 5 năm.

Lời khuyên: Tránh mua quỹ đầu tư với giá bán lẻ. Chỉ mua quỹ nếu không có phí bán hàng và chi phí quản lý thấp nhất, có như vậy bạn mới đạt tỉ lệ lợi nhuận cao nhất.

2. Mua quỹ “nóng”

Nhiều người chọn mua quỹ dựa trên mức lợi nhuận ngắn hạn. Các quỹ này thường được các chuyên gia tài chính quảng cáo ầm ĩ. Họ rêu rao tỉ lệ lợi nhuận cực kỳ béo bở như, “*Quỹ gia tăng giá trị 65% trong vòng 6 tháng qua*”.

Thực tế, những quỹ đầu tư ngắn hạn cho lợi nhuận tốt nhất lại thường thua lỗ vào những năm sau và về lâu dài. Tại sao? Đó là vì những quỹ này có xu hướng đầu tư vào những cổ phiếu hay lĩnh vực “nóng”, nơi mà giá cổ phiếu đang tăng cực nhanh. Bởi thế mà các nhà quản lý quỹ có thể đưa ra mức lợi nhuận hấp dẫn. Tuy vậy, xu hướng mua nhiều sẽ đẩy những cổ phiếu này lên quá giá trị thực và chắc chắn, giá cổ phiếu sẽ lao xuống trong vòng vài năm tới. Những quỹ hoạt động tốt hơn thị trường thường đầu tư vào những lĩnh vực không quá thời thượng và không cho lợi nhuận quá cao trong thời gian ngắn.

Lời khuyên: Đừng mua nhóm 10% quỹ có tỉ lệ lợi nhuận ngắn hạn cao nhất. Hãy mua топ 3% quỹ liên tục hoạt động tốt hơn thị trường trong dài hạn.

3. Thiếu thông tin, số liệu và công cụ nghiên cứu

Nguyên nhân quan trọng nhất giải thích tại sao các nhà đầu tư mất tiền vào quỹ là vì họ không có kiến thức hay những thông tin cần thiết để tìm ra 3% quỹ đầu tư tốt nhất với chi phí thấp nhất.

Nhà đầu tư thường mua quỹ dựa vào lời khuyên của chuyên viên tư vấn, thông tin quảng cáo

nên không có đủ thông tin để lựa chọn đúng đắn.

Lời khuyên: Bạn phải biết sử dụng những công cụ nghiên cứu để tìm ra nhóm 3% những quỹ đầu tư tốt nhất với chi phí thấp nhất! Hãy học về điều này ngay bây giờ...

Bí quyết chọn quỹ đầu tư

Với những thông tin trên, có thể bạn đâm ra nghi ngờ, “*Làm sao có thể kiếm được tiền từ quỹ đầu tư, chứ đừng nói gì đến việc kiếm lời 13%-20%?*”. Bạn vẫn có thể làm được, chỉ cần tìm ra được quỹ đầu tư liên tục hoạt động tốt hơn thị trường trong mười năm qua, đồng thời, có chi phí quản lý và rủi ro thấp! Khả năng những quỹ này tiếp tục hoạt động tốt là rất cao. Những quỹ mà tôi đang nói tới đại diện cho nhóm 1% quỹ đầu tư trong số 8000 quỹ trên toàn thế giới!

Đầu tiên, quỹ mà chúng ta tìm kiếm phải thỏa mãn 4 điều kiện. Trong mỗi điều kiện, có 2 tới 4 tiêu chuẩn mà quỹ cần đáp ứng.

Điều kiện 1: Kết quả lâu dài

1. Quỹ phải hoạt động tốt hơn thị trường trong vòng 1 năm, 3 năm, 5 năm và 10 năm trở lại đây (đây là cơ sở đảm bảo rằng quỹ có kết quả hoạt động tốt liên tục và ổn định về lâu dài).
2. Quỹ phải hoạt động tốt hơn những quỹ khác (cùng ngành) trong vòng 3 tháng, 1 năm và 3 năm (điều này đảm bảo rằng nhà quản lý quỹ làm việc tốt chứ không phải chỉ vì ngành đó đang tăng trưởng nhanh).

Điều kiện 2: Đội ngũ quản lý mạnh và ổn định

1. Quỹ phải liên tục được quản lý bởi cùng một người hoặc một đội ngũ trong hơn 5 năm (để đảm bảo rằng nhà quản lý đó sẽ tiếp tục làm việc và quản lý quỹ theo hướng phát triển ổn định và bền vững).
2. Quỹ phải có vốn từ 50 triệu đô tới 3 tỉ đô (ở Việt Nam có thể ít hơn – thường là quỹ tầm trung. Quỹ lớn quá sẽ khó duy trì tốc độ tăng trưởng, quỹ nhỏ quá khó đạt được độ ổn định).

Điều kiện 3: Chi phí thấp

1. Quỹ không buộc phải đóng phí tham gia (phí ký quỹ).
2. Quỹ có chi phí kinh doanh thấp nhất so với những quỹ khác cùng loại (bạn trả càng ít phí ký quỹ và chi phí quản lý, lợi nhuận của bạn càng cao).

Điều kiện 4: Rủi ro thấp so với lợi nhuận

Bạn cần đảm bảo rằng quỹ mà mình mua có tỉ lệ dao động thấp và rủi ro thấp so với tỉ lệ lợi nhuận cao mà mình mong muốn. Có 2 cách để đo lường độ rủi ro:

1. Biên độ dao động trung bình của quỹ phải thấp hơn các quỹ khác trong cùng ngành (số đo này đo lường độ dao động của quỹ).
2. Tỉ lệ Sharpe phải lớn hơn 1. Tỉ lệ càng lớn, rủi ro càng thấp (tỉ lệ Sharpe đo lường

phần lợi nhuận so với rủi ro).

CHƯƠNG 17

CHỌN MUA CỔ PHIẾU THEO CÁCH CỦA WARREN BUFFETT

C húc mừng bạn đến với chương 17! Trong những chương vừa qua, bạn đã biết về những chiến lược đầu tư hiệu quả được đông đảo chuyên gia và các nhà đầu tư triệu phú áp dụng. Bạn cũng đã học cách chọn quỹ đầu tư liên tục hoạt động tốt hơn thị trường trong thời gian dài. Bây giờ, bạn hãy sẵn sàng để nâng kiến thức tài chính của bạn lên một tầm cao mới. Trong chương này, bạn sẽ được học cách chọn những loại cổ phiếu riêng lẻ tốt nhất, mang đến cho bạn mức lợi nhuận từ 15% đến 25%! Đây là mức lãi mà những nhà đầu tư giỏi nhất thế giới kiếm được.

Khi bạn mua nhiều cổ phiếu hay đầu tư vào quỹ, bạn sẽ giảm thiểu rủi ro, đồng thời cũng giảm lợi nhuận có thể kiếm được. Giả sử bạn bỏ tiền vào quỹ đầu tư bao gồm 50 cổ phiếu khác nhau. Để tăng vốn đầu tư của bạn lên gấp đôi, tất cả 50 cổ phiếu đó đều phải tăng giá gấp đôi! Nếu bạn mua một cổ phiếu riêng lẻ, lúc cổ phiếu này tăng giá gấp đôi, tiền bạn thu về cũng gấp đôi! Tất nhiên, việc kiếm một cổ phiếu có khả năng tăng gấp đôi dễ hơn nhiều so với việc chọn cả 50 cổ phiếu cùng tăng mạnh như vậy! Đó là lý do tại sao những nhà đầu tư tài ba đều chú trọng vào những cổ phiếu riêng lẻ đã được chọn lựa kỹ càng và có tiềm năng tăng giá trị lên gấp nhiều lần!

Nhưng chẳng phải tập trung mua một vài cổ phiếu sẽ chịu nhiều rủi ro hơn sao? Đúng thế, nếu bạn là nhà đầu tư bình thường có ít vốn liếng kiến thức về tài chính. Những nhà đầu tư lão luyện thì khác, với kiến thức tài chính vững vàng, họ chỉ chọn một vài cổ phiếu mạnh, rủi ro mất tiền thấp và cơ hội thành công cao. Nhờ khả năng nghiên cứu và phân tích tình hình kinh doanh của công ty đứng đằng sau cổ phiếu, họ biết được “sức khỏe” của doanh nghiệp này. Do đó, họ có thể chọn được công ty tốt nhất để đầu tư chứ không chỉ đơn giản đem rải tiền khắp nơi. Bằng cách này, nhà đầu tư khôn ngoan có thể đạt được lợi nhuận cực cao với lãi suất cực thấp! Đây chính là điều bạn sẽ học được trong chương này.

Tại sao có quá nhiều người bị mất tiền vào thị trường chứng khoán?

Nói đến chứng khoán, tôi chắc không ít người phải ngậm ngùi đau đớn. Câu chuyện thường gặp là chỉ sau một đêm, nhiều người mất sạch số tiền dành dụm cả đời vì chứng khoán. Cũng có thể đó là số tiền họ vay mượn để mua cổ phiếu “đang lên đảm bảo thắng” rồi bất thành linh, cổ phiếu đó quay đầu đi xuống một mạch. Tôi nhớ khi còn nhỏ, ông bà cha mẹ đã căn dặn tôi chớ đổ tiền vào chứng khoán, và rằng để tiền trong ngân hàng là “chắc ăn” nhất.

Vậy có phải phần lớn mọi người mất tiền là do mua cổ phiếu? Tiếc thay, câu trả lời là ĐÚNG! Nhưng sao lại có chuyện đó? Chẳng phải thị trường chứng khoán nói chung liên tục tăng giá trị trong vòng 50 năm qua với tỉ lệ trung bình 8,57% và 12,08% trong vòng 20 năm qua hay sao? Trên phương diện tổng thể thì tăng, nhưng tính riêng thì có kẻ được người mất. Những người mất tiền là những người mua cổ phiếu mà không cần biết gì tới tình hình hoạt động của công ty đứng đằng sau

cổ phiếu. Điều đó không có nghĩa là họ ngu dốt, chẳng qua họ thiếu kiến thức tài chính để hiểu, phân tích và mua chứng khoán thôi.

Bản chất của việc mua cổ phiếu là chúng ta mua một phần công ty để trở thành người đồng sở hữu công ty đó. Vậy mà nhiều người xem việc mua cổ phiếu như mua vé số, họ mua và bán dựa vào “linh cảm” hay đoán xem giá sẽ lên hay xuống trong thời gian ngắn. Bởi vì giá cổ phiếu tăng giảm ngẫu nhiên và thất thường, phụ thuộc vào những sự kiện đang diễn ra trên thế giới, nên người ta không thể liên tục thắng chỉ bằng cách đoán mò! Đây là lý do giải thích tại sao, về lâu dài, nhà đầu tư không có kiến thức chỉ toàn mất tiền vào chứng khoán.

Hãy hình dung ra tình huống này. Giả sử có một nhóm người không hề có kỹ năng đua xe lại được giao nhiệm vụ lái xe đua thể thức 1 với tốc độ 230km/h vòng quanh sân đua. Bạn nghĩ xem sau vài vòng đua như vậy, có bao nhiêu người bị tai nạn? Hầu hết, và đó chính là những gì đang diễn ra trên thị trường chứng khoán ngày nay, nơi đa số nhà đầu tư là những người bình thường, tham gia vào thị trường với mong muốn làm giàu mà không hề có kiến thức tài chính hay kinh doanh. Ở một khía cạnh nào đó, những người này xem thị trường chứng khoán như canh bạc.

Tại sao những người chưa qua đào tạo tài chính và kinh doanh lại dễ dàng đưa ra quyết định mua cổ phiếu này bán cổ phiếu kia? Câu trả lời là họ bị chi phối bởi nỗi sợ hãi, lòng tham và sự mù quáng. Những yếu tố tâm lý này hợp lại với nhau thúc đẩy họ mua cổ phiếu khi giá quá cao và bán khi giá quá thấp, dẫn đến lỗ đậm.

Trước khi tiếp tục, ta cần tìm hiểu xem giá cổ phiếu như thế nào thì được xem là cao hay thấp. Ví dụ, một cổ phiếu giá 52 đô và một cổ phiếu giá 0,9 đô, cái nào đắt hơn? Cho phép tôi hỏi bạn: có hai căn nhà, một căn giá 5 tỉ, một căn giá 10 tỉ, căn nào đắt hơn? Tất nhiên không thể nói ngay được. Đắt hay rẻ còn tùy vào kích thước, vị trí và kết cấu căn nhà. Nếu là căn chung cư 2 phòng, bán giá 5 tỉ, vậy là quá đắt, nếu mua chắc chắn sẽ lỗ. Nếu căn nhà có giá 10 tỷ lại là biệt thự rộng 1000 m2, ở khu trung tâm, giá trị thực là 50 tỉ mà bán có 10 tỉ lại quá rẻ! Mua chắc chắn sẽ có lời vì giá trị thực cao hơn rất nhiều so với giá nó được bán ra.

Thử hỏi trên đời có ai dại đến mức bán một vật trị giá 50 đồng để lấy 10 đồng không? Vậy mà chuyện này lại xảy ra như cơm bữa trên thị trường chứng khoán đấy! Có vô số nhà đầu tư bán cổ phiếu giá trị thực 80 đồng chỉ để lấy một nửa! Không có kiến thức tài chính, họ đâu biết giá trị thực của cổ phiếu là bao nhiêu và thường bán tống bán tháo vì sợ hãi mỗi khi có tin xấu!

Trong khi ấy, không ít người bỏ 10 đồng ra mua một cổ phiếu đáng giá 2 đồng cũng vì không biết nó có giá trị bao nhiêu và chỉ làm theo tâm lý đám đông. Điều này cũng tương tự như việc bỏ 5 tỉ ra mua căn hộ chỉ đáng một tỉ rưỡi. Đây chính là yếu tố dẫn đến cơn khủng hoảng dotcom bùng nổ năm 2000, khi thiên hạ hò nhau mua cổ phiếu của những công ty vô giá trị (làm ăn thua lỗ) với giá 100 đô. Khi người ta bắt đầu nhận ra những cổ phiếu này không đáng một xu thì tâm lý hoang mang lan tràn khắp nơi, toàn bộ thị trường sụp đổ và hàng triệu người mất trắng.

Đây cũng chính là khe hở cơ hội cho bạn, nếu bạn được trang bị đầy đủ những kỹ năng tài chính và hiểu biết về công ty, để đánh giá đúng giá trị thực của cổ phiếu. Trong lúc cả làng đều mất, bạn vẫn có thể thắng lớn! Thay vì chơi cổ phiếu theo phong trào hoặc dưới sự xui khiến của lòng tham, bạn sẽ học cách chơi như những người có kiến thức.

Trở lại việc đánh giá cổ phiếu, bạn sẽ không thể nói ngay cổ phiếu giá 52 đồng là đắt hay rẻ so với cổ phiếu giá 0,9 đồng cho tới khi biết được giá trị thực của nó. Giá trị của một công ty được xác

định dựa trên tiêu chí công ty đó kiếm được bao nhiêu lợi nhuận mỗi năm và số lợi nhuận đó có khả năng tăng trưởng như thế nào trong tương lai. Bạn sẽ học cách xác định điều này trong phần sau của quyển sách. Còn bây giờ ta hãy đi qua vài ví dụ thực tế.

Năm ngoái, công ty Nike (NKE) báo cáo lợi nhuận 1.824 triệu đô, với tốc độ tăng trưởng dự báo là 11,5%. Dựa vào đó, người ta tính ra giá trị thực của một cổ phiếu NKE vào tháng 12/2008 là khoảng 72 đô. Tuy nhiên, vào ngày 24/12/2008, cổ phiếu NKE được bán với giá 49 đô. Trong trường hợp này, cổ phiếu của NKE được xem là nằm dưới giá trị thực và rẻ! Nếu mua với giá 49 đô, bạn có cơ sở để tin rằng sau một thời gian, bạn sẽ có lời.

“Mua cổ phiếu với giá bằng một phần giá trị thực của nó là không hề rủi ro.”

Warren Buffett

Và một ví dụ khác. Trong năm 2000, cổ phiếu của công ty Links Island Holding (kinh doanh bất động sản ở Singapore) có giá trị xấp xỉ 0,12 đô. Trong cùng năm đó, cơn sốt đất đai đẩy giá cổ phiếu lên tới 0,9 đô! Như vậy, giá cổ phiếu đã lên quá cao so với giá trị thực, mua vào là cầm chắc lỗ! Nói cách khác, cổ phiếu đắt hay rẻ không phụ thuộc vào giá tuyệt đối, mà phụ thuộc vào giá tương đối của nó so với giá trị thực. Rõ ràng, khi cơn sốt qua đi, giá cổ phiếu này rơi xuống còn dưới 0,1 đô, làm bao nhiêu người không hề biết giá trị thực của nó phải khốn đốn.

Đa số mất tiền vào thị trường chứng khoán là do thiếu hiểu biết, sợ hãi hay tham lam, nên họ có động thái mua cổ phiếu khi giá cao (quá giá) và bán ra khi giá thấp (dưới giá), dẫn đến lỗ. Tại sao vậy? Đó là vì nhà đầu tư bị chi phối bởi lòng tham khi:

- Thấy người ta ăn khoai cũng vác mai đi đào, mua bán theo số đông
- Bị bạn bè lôi kéo, rủ rê
- Mua theo nhận định của người môi giới
- Thấy giá đang tăng nên cảm thấy có lòng tin
- Thị trường đang bị đầu cơ nên phần lớn cổ phiếu đều tăng giá

Thật không may, tất cả những yếu tố này đều là dấu hiệu cho thấy cổ phiếu đắt và bị bán quá giá! Đó là lý do tại sao nhiều người thấy cổ phiếu rớt giá ngay sau khi họ mua vào. Khi ai ai cũng đâm đầu vào mua cổ phiếu vì một tin tốt nào đó, nhu cầu cao sẽ đẩy giá cổ phiếu lên cao hơn giá trị thực của nó.

Mua cổ phiếu vì nghe ngóng tin tức từ bạn bè là một sai lầm chết người. Lúc bạn biết được “nguồn tin tốt” thì thiên hạ đã nhanh chân mua trước bạn và lòng tham của đám đông là nhân tố đẩy giá cổ phiếu lên cao, nên đến khi bạn mua, giá đã vượt quá giá trị thực rồi. Bạn thấy đó, khi các nhà môi giới và chuyên viên phân tích đánh giá cao một cổ phiếu nào đó thì những người buôn bán cổ phiếu chuyên nghiệp đã mua trước và lấy đi mọi cơ hội kiếm lời của bạn. Trong phần sau của chương này, bạn sẽ biết được rằng cơ hội tốt thật sự nằm ở những cổ phiếu bị các chuyên gia phân tích bỏ sót. Một điều nữa là người dân thường hay đầu tư vào thời điểm kinh tế tăng trưởng, khi họ thấy giá cổ phiếu tăng vọt trong một khoảng thời gian. Thật ra, chính lúc kinh tế bùng nổ là lúc cổ phiếu bị quá giá và nếu bạn nhảy vào tham gia, bạn đã đặt mình vào thế chuẩn bị mất tất cả!

Đồng thời, nhiều người có xu hướng bán cổ phiếu vì sợ hãi khi:

- Dân tình đổ xô đi bán cổ phiếu
- Cánh môi giới chứng khoán đánh giá cổ phiếu là nên “bán”
- Giá cổ phiếu đang xuống, làm dấy lên nỗi lo ngại sẽ còn mất nhiều hơn nữa

- Thời buổi suy thoái, nhiều người mất việc trong khi giá cổ phiếu lại rớt

Đáng tiếc, đây chính là lúc nhiều cổ phiếu tốt bị “kéo” xuống nên có giá rất rẻ! Khi ai nấy đều muốn bán đi (thường xuất phát từ một tin xấu), cung nhiều hơn cầu sẽ đẩy giá cổ phiếu xuống thấp hơn giá trị thực rất nhiều. Đôi khi, giá cổ phiếu hạ là do tâm lý lo lắng thái quá chứ không liên quan gì đến tình hình hoạt động của công ty. Trong những trường hợp đó, cổ phiếu có giá thấp hơn giá trị thực!

Nguyên nhân quan trọng nhất: nhiều người bán cổ phiếu khi nền kinh tế suy thoái trầm trọng, lương bị cắt giảm và người người mất việc. Vì sợ hãi và cần tiền, nhiều người bán cổ phiếu tại thời điểm này. Tuy vậy, bạn nên biết rằng chính thời điểm suy thoái và chiến tranh là lúc bạn nên mua vào vì việc bán đổ bán tháo do hoảng sợ làm giá cổ phiếu trở nên cực rẻ và nằm dưới giá trị của nó.

Bạn sẽ biết rằng những nhà đầu tư giỏi nhất thế giới kiếm được lợi nhuận cao nhất bằng cách mua cổ phiếu ở thời điểm khủng hoảng, khi ai cũng tranh nhau bán và không ai dám mua.

Câu hỏi đặt ra là làm thế nào để mua cổ phiếu giá thấp và bán ra giá cao? Bên cạnh việc học những kiến thức căn bản về tài chính và phân tích tình hình hoạt động của công ty, bạn sẽ được học cách suy nghĩ và mô phỏng chiến lược của những nhà đầu tư lão luyện nhất thế giới.

Mô phỏng nhà đầu tư tài ba nhất thế giới... Warren Buffett

Làm sao để đạt kết quả xuất sắc trong bất kỳ lĩnh vực nào, chỉ trong một thời gian ngắn? Câu trả lời là thông qua nghệ thuật mô phỏng. Chúng ta hãy tìm những người giỏi nhất trong lĩnh vực đó, học tập và chất lọc cách suy nghĩ và chiến lược đã giúp họ thành công tốt bậc. Bằng cách học hỏi và áp dụng cách làm của họ, bạn có thể tạo ra kết quả tương tự, hoặc hơn thế nữa. Trong khi người đó có thể mất 30 năm thử nghiệm, sai lầm, để tìm ra công thức đúng đắn và hoàn thiện phương pháp của mình, bạn có thể rút ngắn khoảng thời gian đó xuống rất nhiều bằng cách ứng dụng công thức thành công của họ.

Thực tế, nếu bạn tìm hiểu những người thành công nhất trong lịch sử, bạn sẽ thấy họ đều nắm được sức mạnh của nghệ thuật mô phỏng. Họ tin rằng đứng trên vai những người khổng lồ sẽ tốt hơn là phát minh lại chiếc bánh xe. Anh em nhà Wright và những người sáng chế máy bay đã lấy ý tưởng thiết kế máy bay bằng cách quan sát cấu tạo cơ thể và chuyển động bay của loài chim. Các nhà sư Trung Quốc thời xưa đã phát triển môn võ Kung Fu bằng cách học tập, bắt chước cách đánh nhau của loài vật (hổ, khỉ, rắn, gấu) và côn trùng (bọ ngựa).

Chính phủ Singapore đã đưa một đất nước có kích thước bằng một chấm nhỏ trên bản đồ thế giới, thoát đầu chỉ đơn thuần là cảng buôn bán, trở thành nền kinh tế hàng đầu thế giới với GDP (tổng sản lượng nội địa) theo đầu người đứng thứ 18 trên thế giới (theo Báo cáo phát triển thế giới năm 1993) chỉ trong vòng 28 năm! Họ làm được điều này bằng cách học theo mô hình của các nước như Thụy Sĩ (quản lý và ngân hàng), Israel (quân sự), Mỹ (kinh doanh) và Anh (luật và giáo dục). Bạn thấy đó, mô phỏng không chỉ đơn giản là bắt chước. Đó là việc chất lọc những kinh nghiệm quý báu nhất từ nhiều kiểu mẫu tốt, hấp thụ những gì tinh túy nhất và phát triển lên thành một chiến lược còn tốt hơn nữa.

Tương tự, nếu bạn muốn trở thành một nhà đầu tư tài ba thì liệu trên đời này còn có ai tốt hơn Warren Buffett để bạn học hỏi? Ông hiện là người giàu thứ nhì thế giới với tổng tài sản cá nhân trị giá 42 tỉ đô. Điều đáng kinh ngạc là ông tạo dựng cả một sản nghiệp không nhờ vào việc sản xuất hay

buôn bán bất kỳ sản phẩm hay dịch vụ nào, mà hoàn toàn bằng việc đầu tư vào thị trường chứng khoán. Trong vòng 49 năm qua, ông đạt được mức lợi nhuận trung bình 24,7% mỗi năm. Điều đó có nghĩa là cứ sau 2,9 năm, tiền của ông lại tăng gấp đôi! Làm cách nào mà ông có thể đánh bại thị trường một cách đầy ấn tượng như vậy, trong khi 97% chuyên gia quản lý quỹ thậm chí không thể qua mặt thị trường liên tục trong vòng nhiều năm? Đó chính là điểm khiến tôi cảm thấy hứng khởi để học tập và noi gương bậc kỳ tài này nhiều năm về trước.

Tôi đọc ngón ngấu tất cả sách báo viết về ông và do chính ông viết. Tôi phát hiện ra rằng suy nghĩ cũng như phương pháp kiếm tiền của ông trong chứng khoán hoàn toàn khác với những gì mà ngành tài chính chính thống vẫn dạy và những chuyên gia điều hành quỹ vẫn làm.

Việc mô phỏng ý tưởng, chiến thuật của Buffett mang lại cho tôi nhiều thành công lớn. Sau khi để mất rất nhiều tiền trong quá khứ, tôi đã có thể làm cho đồng tiền của mình sinh lợi với tỉ lệ trung bình 22% trong vòng 6 năm qua. Ngày nay, 20% thu nhập và lợi nhuận của tôi là từ đầu tư mà ra. Nhiều người cũng làm được như vậy. Học theo Buffett, Curtis Montgomery, người điều hành trang web giáo dục đầu tư www.wallstraits.com, đạt mức lợi nhuận hàng năm 20% từ năm 2000 trở đi! Trên trang www.wallstraits.com, ông đăng lên tập hợp những cổ phiếu kinh doanh thành công của mình cho bất kỳ ai đăng ký làm thành viên.

Warren đã làm cách nào để bồi dưỡng và phát triển tài năng vượt trội của mình? Ông được sinh ra với tài chọn cổ phiếu chẳng? Thực tế, ông có được khả năng “hái ra tiền” này là nhờ vào việc mô phỏng hai nhà đầu tư cổ phiếu lỗi lạc nhất thời đó là Benjamin Graham (cha đẻ của chiến lược đầu tư dựa trên giá trị công ty) và Philip Fisher (người phát minh ra khái niệm đầu tư dựa trên tốc độ tăng trưởng của công ty).

Ở tuổi 19, Warren Buffett nghiền ngẫm quyển sách nổi tiếng của Benjamin “Nhà đầu tư thông thái” (The Intelligent Investor) và hiểu ra rằng không thể liên tục dự đoán hướng lên xuống của giá cổ phiếu (điều mà rất nhiều sách tài chính và chuyên gia vẫn dạy và tuân thủ cho tới ngày nay). Trong khi các khóa học tài chính dạy rằng thị trường luôn hiệu quả và có lý thì Benjamin Graham cho rằng thị trường chứng khoán là “vô lý” vì luôn nằm dưới sự chi phối của nỗi sợ hãi và lòng tham; thế nên nó có xu hướng đôn giá một công ty lên quá cao khi có tin tốt, và đẩy giá xuống quá thấp khi có tin xấu.

Graham phát triển một cách thức xác định giá trị thực của cổ phiếu và ông tin rằng bằng cách mua cổ phiếu khi nó nằm dưới mức giá trị thực, nhà đầu tư có thể kiếm được lợi nhuận khổng lồ khi thị trường đẩy giá cổ phiếu lên cao. Hào hứng đón nhận những gì học được và áp dụng những nguyên tắc của bậc tiền bối, Buffett bắt đầu kiếm được lợi nhuận khổng lồ từ chứng khoán.

Ông còn đi thêm một bước nữa là trở thành học trò của Graham tại Columbia College, sau đó gia nhập công ty của Graham với vai trò nhân viên phân tích cổ phiếu. Sau vài năm, trò đã vượt thầy trong khả năng chọn mua cổ phiếu.

Trong khi Graham dạy nhà đầu tư cách mua những cổ phiếu rẻ và dưới giá trị thực của nó thì nhà đầu tư tài danh Philip Fisher có lối tiếp cận hoàn toàn khác, gọi là đầu tư tăng trưởng. Bên cạnh việc chọn những công ty rẻ, Fisher dạy người ta cách tìm ra những công ty mạnh giúp họ tăng lợi nhuận trong tương lai.

Quyển sách mang tên “Cổ phiếu thông thường và lợi nhuận bất thường” (Common Stock and Uncommon Profits) thể hiện kỹ thuật của Fisher và do chính ông viết đã được Buffett nghiên cứu rất

kỹ. Bằng cách kết hợp ý tưởng của hai bậc kỳ tài rồi tiếp tục hoàn thiện và nâng chúng lên một tầm cỡ mới, Buffett trở thành nhà đầu tư kiệt xuất trên thế giới!

Bạn thân mến, vậy còn điều gì cản trở bạn không học theo Buffett và trở thành nhà đầu tư giỏi nhất? Không còn gì đúng không? Việc này cũng tương tự như khi bạn học và làm theo đúng công thức làm bánh của một đầu bếp nổi tiếng, sớm muộn gì bạn cũng sẽ tạo ra được cái bánh chẳng kém gì so với tác phẩm của vị đầu bếp trứ danh kia. Vậy chúng ta hãy cùng bắt đầu.

Tư duy của bạn chính là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định và hành động của bạn. Lý do Buffett kiếm được nhiều tiền hơn bất kỳ nhà đầu tư nào trên thế giới là vì ông có cách nghĩ và niềm tin rất khác biệt về thị trường chứng khoán và cách thức chọn mua cổ phiếu. Nếu muốn thành công như ông, trước tiên bạn cần học cách suy nghĩ đó.

Niềm tin và hành động của nhà đầu tư thông thường	Niềm tin và hành động của Warren Buffett
1. Thị trường luôn có lý. Giá cổ phiếu phản ánh giá trị thực của công ty.	1. Thị trường thường vô lý – nó bị chi phối bởi sự sợ hãi và lòng tham, nên giá cổ phiếu không phản ánh giá trị thực của công ty trong ngắn hạn.
2. Tôi phải dự đoán được bước tiếp theo của thị trường để kiếm được lợi nhuận. Nếu tôi không thể dự đoán được thị trường, người khác có thể làm thay tôi.	2. Khả năng dự đoán thị trường không liên quan đến việc đầu tư thành công. Không ai có thể liên tục dự đoán đúng thị trường.
3. Rủi ro cao đồng nghĩa với lợi nhuận cao.	3. Việc hiểu rõ tình hình hoạt động của công ty mới mang lại lợi nhuận cao và rủi ro thấp.
4. Nên đa dạng hóa các hạng mục đầu tư để giảm thiểu rủi ro.	4. Chọn vài công ty thật tốt và tập trung đầu tư vào những công ty này.
5. Mua cổ phiếu khi giá đang lên (tin tốt) và bán khi giá đang xuống (tin xấu), chú trọng lợi ích ngắn hạn.	5. Mua cổ phiếu tốt khi giá đang xuống (tin xấu) và bán khi giá đang lên (tin tốt), chú trọng lợi ích dài hạn.
6. Đưa ra quyết định dựa vào cảm tính. Mua khi tin rằng sẽ có lời ngay lập tức và bán ra khi giá giảm vì sợ mất tiền.	6. Đưa ra quyết định dựa trên những tiêu chí nhất định. Mua khi cổ phiếu dưới giá và bán khi cổ phiếu quá giá.

Niềm tin 1: Thị trường thường vô lý. Giá cổ phiếu không phải lúc nào cũng phản ánh giá trị thực của công ty

Cả những khóa học lẫn sách giáo khoa về tài chính đều dạy chúng ta rằng thị trường có lý và hiệu quả; rằng giá cổ phiếu kết hợp chặt chẽ với những thông tin sẵn có. Kết quả, phần lớn nhà đầu tư cho rằng giá cổ phiếu phản ánh giá trị thực của công ty và không ai có thể thắng được thị trường trừ phi có “nội gián” hay nguồn tin đặc biệt.

Warren Buffett thì tin rằng, xét trong ngắn hạn, thị trường, bao gồm hàng triệu người mua kẻ bán, không có lý. Giá cổ phiếu chịu tác động của lượng cung – cầu của cổ phiếu đó, còn lượng cung cầu thì lại chịu ảnh hưởng trực tiếp của cảm xúc như lòng tham và nỗi sợ hãi. Khi có tin xấu (như giá dầu cao, nguy cơ chiến tranh, suy thoái...), nỗi sợ lan truyền làm thị trường phản ứng thái quá và đẩy giá cổ phiếu rớt xuống dưới giá trị thực. Đồng thời, khi có tin tốt (ví dụ, báo cáo tài chính cho biết lợi nhuận công ty cao hơn, lãi suất thấp và tốc độ tăng trưởng kinh tế cao), sự lạc quan và lòng tham cũng khiến thị trường hưng phấn quá đà, đẩy giá cổ phiếu lên quá giá trị thực.

Warren tin rằng chính sự vô lý của thị trường cho ông cơ hội kiếm tiền tuyệt vời. Bằng cách tính ra giá trị thực của một cổ phiếu trong công ty, ông bỏ tiền mua khi thị trường đẩy giá cổ phiếu xuống thấp vì tin xấu, và bán ra khi thị trường phục hồi hay đơn giá cổ phiếu lên cao nhờ tin tốt. Buffett không bao giờ sử dụng thông tin hành lang, đối với ông, nguồn tin đáng tin cậy nhất chính là báo cáo tài chính hàng năm, bởi vì nó nói cho bạn biết giá trị thật sự của công ty.

Niềm tin 2: Việc dự đoán thị trường không ảnh hưởng đến thành công trong đầu tư

Nhiều người nghĩ rằng cần phải đoán được bước tiếp theo của thị trường thì mới kiếm được lợi nhuận. Họ tin rằng nhà đầu tư giỏi là người có thể dự báo chính xác giá cổ phiếu lên hay xuống ngày hôm sau. Lý do là vì tất cả các báo tài chính và tài liệu đầu tư đều tập trung vào việc dự đoán thị trường (ví dụ, thị trường sẽ hồi phục vào tháng 9). Những người bình thường định ninh rằng nếu họ không thể dự đoán thị trường thì đã có những chuyên gia làm điều đó thay mình.

Sự thật, bạn không thể liên tục dự báo chính xác đường đi nước bước của thị trường. Hàng trăm sự kiện diễn ra trên quả địa cầu như giá dầu, chiến tranh, khủng bố, kinh tế khủng hoảng/bùng nổ, chính trường ở các nước... tất cả kết hợp lại với nhau đẩy giá chứng khoán lên xuống mỗi ngày một cách ngẫu nhiên, tùy hứng. Tất nhiên trong hàng chục những dự báo sai, cũng có những chuyên gia may mắn đoán trúng khiến mọi người tin rằng chỉ cần có kiến thức và dự cảm tốt là có thể đoán trước được thị trường... giống như dự báo thời tiết.

Nhà đầu tư Buffett tin rằng, trong ngắn hạn khó có thể đưa ra lời dự báo thị trường chính xác, nên ông không bận tâm đến làm gì. Thay vào đó, ông tập trung vào tìm hiểu, phân tích cơ cấu nền tảng của công ty để có thể dự đoán chắc chắn rằng lợi nhuận của công ty đó sẽ tăng theo thời gian. Cuối cùng, giá cổ phiếu sẽ tăng để phản ánh hay vượt quá giá trị thực của công ty khi thị trường hồi phục.

Ví dụ, Buffett mua cổ phiếu Nike vì sau khi phân tích mô hình kinh doanh của công ty, ông dự đoán chắc chắn rằng lợi nhuận công ty (đường màu xanh) sẽ tiếp tục đi lên trong tương lai. Kết quả, mặc dù giá cổ phiếu lên xuống ngẫu nhiên trong thời gian ngắn (do ảnh hưởng của tin xấu và tốt bất chợt), giá cổ phiếu vẫn tăng cùng lợi nhuận và giá trị của công ty qua thời gian.

Nguồn: www.corporateinformation.com

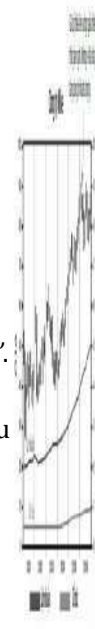
Niềm tin 3: Tôi có thể kiếm được lợi nhuận cao với rủi ro thấp

Tất cả các khóa học, sách giáo khoa và chuyên gia về tài chính và đầu tư chứng khoán đều dạy mọi người rằng họ phải chịu rủi ro cao mới mong kiếm được lợi nhuận cao. Kết quả, nhiều người tin rằng có liều lĩnh mới có ngày thành công.

Sự thật, những nhà đầu tư tài ba như Warren Buffett không tin vào may rủi mà tin vào việc bảo toàn vốn. Hãy nhớ lại quy luật đầu tư đầu tiên của ông "*Không bao giờ để bị mất tiền*". Như đã nói ở trên, mức độ rủi ro phụ thuộc vào khả năng của bạn. Khi bạn không biết mình đầu tư vào cái gì, việc chơi chứng khoán cực kỳ nguy hiểm. Vì vậy, Warren chỉ bỏ tiền vào đầu tư khi ông hoàn toàn tin chắc mình có khả năng thành công cao, có ít hay thậm chí không có rủi ro.

Niềm tin 4: Nên tập trung vốn vào một vài công ty tốt

Nhiều chuyên gia liên tục khuyên chúng ta rằng nên bỏ trứng vào nhiều rổ, nên đầu tư tiền vào hàng trăm cổ phiếu, trái phiếu và quỹ đầu tư ở các nước khác nhau. Họ tin rằng nếu rải tiền khắp nơi, bạn sẽ giảm thiểu rủi ro.



Tuy vậy, nhà đầu tư giỏi tin rằng việc đầu tư tràn lan chỉ là hạ sách dành cho những người muốn bảo vệ mình khỏi những sai lầm của bản thân. Khi không biết mình đang làm gì thì tốt nhất là nên chia tiền ra khắp nơi để giảm khả năng mất sạch sành sanh. Vấn đề là khi bỏ tiền mua quá nhiều loại cổ phiếu, bạn khó có khả năng hiểu và phân tích rõ tất cả những công ty đằng sau cổ phiếu để đưa ra quyết định đúng đắn.

Trong khi ấy, Warren tin rằng bằng cách xác định và tập trung vào một vài công ty tốt, bạn có thể kiếm thật nhiều tiền. Ông chỉ đầu tư vào những công ty ông thật sự hiểu rõ (trong khả năng của mình), và có thể phân tích kỹ càng, nhờ vậy ông kiếm được lợi nhuận cao nhất từ những công ty này.

Niềm tin 5: Mua cổ phiếu công ty khi giá giảm và bán khi giá tăng

Nhiều người tham gia thị trường chứng khoán (kể cả những chuyên gia trên sàn) thường chú trọng vào đầu tư ngắn hạn. Họ tin rằng nên mua cổ phiếu khi giá trên đà gia tăng (kết quả của thông tin tốt) và bán ra khi giá đang đi xuống (dựa vào những tin xấu). Mặc dù hình thức mua bán nhất thời (ngắn hạn) này có thể kiếm ra tiền, yếu tố may mắn và thời điểm tham gia là cực kỳ quan trọng. Trừ khi bạn theo dõi cổ phiếu 9 tiếng một ngày, bạn thường nhảy vào cuộc chơi quá trễ hay quá sớm.

Những nhà đầu tư khôn ngoan như Warren lại làm ngược lại. Họ sẽ mua cổ phiếu của những công ty tốt khi giá đang giảm vì tin xấu, và bán khi giá đang tăng vì tin tốt. Bằng cách này, ông mua những công ty có giá cực rẻ và bán ra khi giá lên rất cao.

Lưu ý: Chiến lược nói trên chỉ được sử dụng với hai điều kiện. Thứ nhất, công ty phải có nền tảng tài chính vững mạnh và có thể kiếm được lợi nhuận cao trong tương lai. Thứ hai, tin xấu làm giảm giá cổ phiếu chỉ là tạm thời và không ảnh hưởng tới khả năng kinh doanh lâu dài của công ty, chẳng hạn như chiến tranh, suy thoái, tin đồn thất thiệt hay sai lầm ngớ ngẩn của ban lãnh đạo nhưng có thể sửa chữa được.

Niềm tin 6: Ra quyết định mua bán dựa vào những yếu tố có cơ sở, không phải vào cảm xúc

Nhiều người có xu hướng để cảm xúc chi phối quyết định đầu tư của họ. Khi thấy giá cổ phiếu tăng, người khác kiếm được tiền, lòng tham thúc đẩy họ chạy theo đám đông để mua vào, thường là với giá quá cao. Đồng thời, khi thấy giá cổ phiếu rớt vì tin xấu, họ hoảng sợ bán cổ phiếu ra với giá thấp, nên bị mất tiền.

Những nhà đầu tư tỉnh táo như Warren Buffett không bao giờ để cảm xúc can thiệp vào chuyện làm ăn hay “theo đuôi” người khác. Họ bao giờ cũng trung thành với nguyên tắc mua bán cổ phiếu của mình, bất kể chuyện gì xảy ra. Trong phần kế tiếp, tôi sẽ giới thiệu 8 tiêu chí mà các nhà đầu tư chứng khoán khôn ngoan luôn tuân theo.

Ba bước đi của nhà đầu tư bậc thầy

Những nhà đầu tư lão luyện như Warren Buffett đã đi những “nước cờ” gì mà thành công đến vậy? Nhìn chung, các nhà đầu tư giỏi thường đi theo ba bước: (1) chọn công ty tốt, (2) chỉ mua cổ phiếu khi giá cực rẻ và (3) đợi thị trường nhận ra giá trị thực của cổ phiếu hay đẩy giá lên cao mới

bán.

Bước 1: Xác định công ty tốt

Luôn nhớ rằng khi mua cổ phiếu, bạn không mua vé số mà mua một phần sở hữu của công ty. Nếu muốn giá trị cổ phiếu tăng trong tương lai, bạn phải phát hiện và đầu tư vào những công ty thật sự có tiềm năng. Như vậy, bạn phải hiểu rõ công ty đằng sau cổ phiếu đó.

Thế nào là một công ty tốt? Đó là một doanh nghiệp mà chúng ta có cơ sở dự đoán rằng, về lâu dài, lợi nhuận hàng năm của công ty sẽ tăng (nếu lợi nhuận năm sau cao hơn năm trước, giá trị của công ty sẽ được đôn lên). Khi giá trị công ty tăng thì giá cổ phiếu cũng tăng theo.

Trong khi những tin xấu như chiến tranh, suy thoái hay sự xuất hiện của đối thủ mới thường làm thị trường hoảng loạn và giá cổ phiếu đi xuống thì một công ty tốt vẫn khiến chúng ta tin rằng nó sẽ sớm phục hồi và tăng trưởng sau những sự kiện như vậy.

Trong phần tiếp theo của chương này, bạn sẽ học cách chọn những công ty có nền tảng tài chính vững mạnh và khả năng tăng trưởng cao. Nhờ vậy, bạn không phải dựa dẫm vào việc dự báo thị trường để biết được giá cổ phiếu tăng hay giảm mà bạn sẽ chắc chắn rằng giá cổ phiếu sẽ tăng do cơ chế hoạt động hiệu quả và lợi nhuận của công ty.

Bước 2: Mua cổ phiếu khi giá cực rẻ

Những công ty tốt, sinh lợi cao, khả năng tài chính vững mạnh và có năng lực đi xa thường rất đắt (giá cổ phiếu bị đẩy lên quá giá thực). Tuy vậy, thị trường không phải là một đường thẳng tắp mà bao giờ cũng có hình răng cưa với những dao động lên xuống rất ngoạn mục, thế nào cũng có những tin xấu nhất thời ảnh hưởng tới công ty (ví dụ báo cáo lợi nhuận thấp hơn dự tính). Trong tình huống này, thị trường vốn vô lý và tập trung cho ngắn hạn sẽ trở nên hoang mang, cổ phiếu bị bán ra ào ạt cho tới khi giá xuống thấp hơn hẳn giá trị thực.

Nhà đầu tư giỏi, biết giá trị thực của cổ phiếu, sẽ mua vào càng nhiều càng tốt trong thời điểm vàng này. Anh ta biết rằng thị trường sẽ tự động quay đầu lại, điều chỉnh giá cổ phiếu và mang nó về giá trị thực. Đó là lý do tại sao các nhà đầu tư kiên nhẫn và tự tin vào quyết định của mình kiếm được rất nhiều tiền.

Bước 3: Đợi cho thị trường nhận ra giá trị thực của cổ phiếu hoặc đợi giá lên thật cao

Thời điểm tốt nhất để bán cổ phiếu là khi thị trường chứng khoán bùng nổ và có tin tốt làm cho thị trường phản ứng thái quá. Các nhà đầu tư sẽ bị cám dỗ và mua cổ phiếu nhiều đến mức giá của tất cả cổ phiếu đều bị đẩy lên cao hơn giá trị thực. Khi cổ phiếu bị “quá giá” là lúc nên bán ra để kiếm được khoản chênh lệch lớn.

Lưu ý: Xin nhắc lại, bạn chỉ nên mua cổ phiếu khi tin xấu chỉ ảnh hưởng tạm thời đến công ty và không tác động đến sức tăng trưởng và lợi nhuận của công ty về lâu dài. Nếu tin xấu có thể ảnh hưởng dài hạn tới lợi nhuận công ty (ví dụ: giá nguyên liệu tăng, tỉ lệ lợi nhuận giảm vì xuất hiện đối thủ nặng ký), đầu tư vào công ty không còn tốt nữa và giá cổ phiếu có thể sẽ không bao giờ khôi phục lại.

Ba bước này giúp Warren kiếm được hàng triệu đô lợi nhuận liên tục trong suốt 50 năm qua. Một trong những vụ đầu tư lớn nhất của Warren là vào American Express năm 1960. Tại thời điểm đó, American Express bị kiện vì đã cấu thả không kiểm tra những giao dịch không tồn tại. Công ty bị buộc phải bồi thường 60 triệu đô tiền thiệt hại, và vụ này hút sạch vốn của công ty. Thị trường hoảng loạn, đẩy giá cổ phiếu của Amex từ 60 đô vào tháng 11 năm 1963 xuống còn 35 đô vào đầu năm 1964! Tuy vậy, Warren biết rằng mặc dù mất hơn 90% tài sản từ vụ kiện, American Express không những có thể dễ dàng kiếm lại số tiền đã mất mà còn nhiều hơn thế nữa.

Đó là vì American Express là công ty thẻ tín dụng hàng đầu ở Mỹ. Sự độc quyền của công ty trên thị trường thẻ tín dụng không hề bị sút mẻ chút nào. Biết rằng mất mát chỉ là tạm thời, và Amex sẽ nhanh chóng hồi phục, thậm chí còn kiếm được nhiều tiền hơn, Warren đầu tư 40% tài sản của ông vào mua một lượng lớn cổ phiếu Amex (4% số cổ phiếu trên sàn). Hai năm sau, ông bán và nhận được 20 triệu đô lợi nhuận.

Còn một ví dụ khác, khi nhà sản xuất đồ chơi Mattel mua lại công ty Learning Company năm 1999, thì đây là quyết định sai lầm vì Learning Company đang bị thua lỗ, và Mattel mất tới 200 triệu đô. Thị trường hoảng loạn, cổ phiếu của Mattel từ 46 đô năm 1998 rớt còn 9 đô năm 2000! Một lần nữa, Warren biết rằng thị trường đã phản ứng thái quá và thua lỗ của Mattel chỉ là tạm thời. Bằng cách bán đi bộ phận đang làm ăn thua lỗ và chú trọng vào những món đồ chơi sinh lợi như búp bê Barbie, Mattel có thể dễ dàng kiếm lại những gì đã mất. Năm 2001, giá cổ phiếu Mattel tăng lên 18 đô, và Warren kiếm được 100% lợi nhuận chỉ trong vòng một năm.

Ngôn ngữ của đồng tiền và doanh nghiệp

Để chọn được những công ty tốt và tính ra giá trị thực của cổ phiếu, bạn cần có kiến thức tài chính và kế toán cơ bản, vì đây chính là ngôn ngữ của đồng tiền và của doanh nghiệp.

“Việc gì bạn không hiểu rõ thì đừng làm.”

Warren Buffett

Nếu bạn đã có sẵn kiến thức tài chính hay kế toán, những gì tôi sắp nói tới khá căn bản, bạn có thể bỏ qua phần này và đọc sang chương 18 “Tám tiêu chí để mua cổ phiếu tốt với giá hời”. Nếu bạn không biết đọc báo cáo tài chính của công ty thì phần này cực kỳ quan trọng. Đừng viện cớ rằng bạn không giỏi toán hay thông thạo các con số. Hiểu cách đọc và phân tích báo cáo tài chính là điều kiện thiết yếu để làm giàu.

Khả năng này không chỉ giúp bạn trở thành nhà đầu tư giỏi, mà còn giúp bạn quản lý công ty riêng hay tài chính cá nhân với độ chính xác cao. Để phân tích công ty, bạn phải biết cách đọc ba loại báo cáo tài chính: Bảng Cân Đối Tài Chính, Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh và Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ. Những báo cáo này cho biết công ty kiếm tiền như thế nào.

Báo Cáo Tài Chính 1: Bảng Cân Đối Tài Chính

Loại báo cáo tài chính bạn cần đọc đầu tiên chính là Bảng Cân Đối Tài Chính. Bảng này cho biết tài chính công ty vững mạnh thế nào, có thể vượt qua khủng hoảng và những sai lầm trong kinh doanh hay không.

Bảng Cân Đối Tài Chính giúp bạn biết công ty sở hữu bao nhiêu (tài sản), nợ bao nhiêu (nợ), tại một thời điểm nào đó.

Chênh lệch giữa nợ và tài sản là vốn sở hữu của cổ đông (vốn). Vốn chính là giá trị của công ty mà nhà đầu tư nắm giữ.

Vì vậy **TÀI SẢN (SỞ HỮU) - NỢ (VAY) = VỐN**

Hay có thể viết **TÀI SẢN = NỢ + VỐN**

Bảng Cân Đối Tài Chính thể hiện sức mạnh tài chính và sự ổn định của công ty.

Chẳng hạn, một công ty mua nhà máy mới với giá 10 triệu đô, trong đó công ty bỏ ra 2 triệu đô và vay ngân hàng 8 triệu đô, Bảng Cân Đối Tài Chính sẽ như sau:

Tài sản	: 10 triệu đô	Giá trị của nhà máy
Nợ	: 8 triệu đô	Số nợ ngân hàng
Vốn cổ đông	: 2 triệu đô	Số vốn sở hữu của cổ đông

Bảng Cân Đối Tài Chính phải luôn cân bằng

Lý do nó được gọi là bảng cân đối vì tổng tài sản luôn cân bằng với tổng nợ và vốn.

$$\begin{array}{c} \updownarrow \\ \text{TÀI SẢN} \end{array} = \begin{array}{c} \updownarrow \\ \text{NỢ} \end{array} + \begin{array}{c} \updownarrow \\ \text{VỐN} \end{array}$$

Khi tài sản tăng, tổng nợ và vốn cũng phải tăng tương ứng để cân bằng. Ví dụ, để mua nhà máy mới (tài sản), công ty phải mượn thêm tiền (tăng nợ), hay kêu gọi thêm nhà đầu tư bằng cách bán cổ phiếu (tăng vốn).

Giống như vậy, khi tài sản giảm, tổng nợ và vốn cũng phải giảm. Sau đây là một ví dụ đơn giản của Bảng Cân Đối Tài Chính bạn sẽ gặp.

Bảng Cân Đối Tài Chính - Công ty trách nhiệm hữu hạn Thành Công

TÀI SẢN	(tính theo triệu đô)	
	2002	2001
Tài sản ngắn hạn		
Tiền mặt và các khoản tương đương tiền mặt	284	205
Khoản thu ngắn hạn	842	827
Hàng tồn kho	644	697
Tài sản ngắn hạn khác	328	370
Tổng tài sản ngắn hạn	2.098	2.099
Tài sản dài hạn		
Nhà máy, bất động sản và thiết bị	1.874	1.872
Nguồn đầu tư	633	337
Tài sản vô hình	169	171
Tài sản dài hạn khác	415	390
Tổng tài sản dài hạn	3.091	2.770
Tổng tài sản	5.189	4.869
NỢ	(tính theo triệu đô)	
	2002	2001
Nợ ngắn hạn		
Nợ ngắn hạn	412	458
Khoản phải trả ngắn hạn	315	251
Lương nhân viên	137	180
Nợ thuế thu nhập	173	199
Khoản nợ ngắn hạn khác	449	416
Tổng nợ ngắn hạn	1.486	1.503
Nợ dài hạn		
Nợ dài hạn	713	507
Nợ khác	933	830
Tổng nợ	3.132	2.840
Vốn sở hữu		
Cổ phiếu	2	2
Vốn khác	97	97
Lợi nhuận	1.958	1.930
Tổng vốn sở hữu	2.057	2.029
Tổng nợ và vốn	5.189	4.869

Tổng tài sản
= Tổng nợ
+ Vốn sở hữu

Những điều cần biết về tài sản

Có hai loại tài sản chính. Tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn.

1. Tài sản ngắn hạn

Tài sản ngắn hạn là tài sản có thể dùng hết hoặc dễ dàng chuyển thành tiền mặt trong một năm. Tài sản ngắn hạn bao gồm tiền mặt và những khoản tương đương tiền mặt, khoản thu ngắn hạn và hàng tồn kho.

a. Tiền mặt và tương đương tiền mặt

Khoản này bao gồm số tiền mặt công ty để trong tài khoản tiết kiệm. Nó cũng bao gồm các khoản gửi ngân hàng và trái phiếu một năm mà công ty có thể chuyển thành tiền mặt nhanh chóng mà không gặp nhiều rủi ro về giá cả. Tiền mặt đầy đủ là một dấu hiệu tốt vì nó cho thấy công ty có thể dễ dàng đáp ứng chi phí hàng tháng và giữ cho công ty vận hành trơn tru. Tuy vậy, quá nhiều tiền mặt cũng không tốt, vì điều đó có nghĩa là ban quản lý không biết cách đầu tư đúng chỗ để mang về lợi nhuận cao hơn. Trong trường hợp này, một công ty tốt nên trả lại số tiền dư cho cổ đông dưới dạng cổ tức.

b. Khoản thu ngắn hạn

Đây là số tiền mà khách hàng đã mua sản phẩm/dịch vụ của công ty nợ lại chưa trả. Những khoản này phải được trả trong vòng 30-90 ngày, tùy vào từng loại hình kinh doanh. Nếu khoản thu ngắn hạn tăng với tỉ lệ nhanh hơn doanh thu thì không phải là dấu hiệu tốt. Điều này đồng nghĩa với chính sách tín dụng của công ty quá lỏng lẻo và công ty không theo dõi và thu hồi nợ hiệu quả. Khoản thu ngắn hạn sẽ trở thành nợ xấu khi để quá lâu.

c. Hàng tồn kho

Hàng tồn kho là khoản quan trọng cần được xem xét trong các công ty sản xuất và bán lẻ. Hàng tồn kho bao gồm vật liệu thô, bán thành phẩm và thành phẩm chưa được bán. Giá trị của hàng tồn kho phải được đánh giá kỹ càng vì giá trị thị trường của chúng thường thấp hơn nhiều so với giá trị trên Bảng Cân Đối Tài Chính.

Có nhiều hàng tồn kho trong thời gian quá lâu là không tốt vì nó giam tiền mặt là thứ tài sản quý giá có thể đầu tư sinh lợi. Hàng để càng lâu thì giá trị càng giảm.

Công ty có hệ số vòng quay hàng tồn kho cao = $\frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Bình quân hàng tồn kho}}$ sẽ có hiệu quả kinh doanh cao.
--

2. Tài sản dài hạn

Tài sản dài hạn là những tài sản khó có thể chuyển thành tiền mặt hay dùng hết trong một năm. Tài sản dài hạn bao gồm bất động sản, nhà máy và thiết bị, nguồn đầu tư lâu dài và những tài sản vô hình như uy tín, thương hiệu.

a. Bất động sản, nhà máy và thiết bị

Những tài sản này hình thành cơ sở hạ tầng của công ty bao gồm: nhà xưởng, đất đai, máy móc, v.v...

b. Nguồn đầu tư lâu dài

Khoản này bao gồm tiền đầu tư vào trái phiếu lâu năm hay cổ phiếu ở những công ty khác.

c. Tài sản vô hình

Tài sản vô hình bao gồm giá trị của tài sản trí tuệ (bằng sáng chế, bản quyền, nhãn hiệu) mà công ty sở hữu cũng như uy tín của công ty. Uy tín chính là phần giá trị mà nhà đầu tư sẵn sàng trả cao hơn số vốn trên sổ sách của công ty. Ví dụ như hãng Nike, phần lớn giá trị của công ty không nằm trong đất đai hay nhà máy. Thực tế, Nike không sở hữu nhà máy nào. Tất cả sản phẩm của Nike đều do các công ty khác sản xuất. Phần lớn giá trị công ty nằm ở thương hiệu Nike. Giá trị đi kèm với uy tín thường rất chủ quan và luôn cần được xem xét một cách thận trọng.

Những điều cần biết về nợ

Có hai loại nợ. Nợ ngắn hạn và nợ dài hạn.

1. Nợ ngắn hạn

Nợ ngắn hạn là món nợ công ty phải trả trong vòng một năm, bao gồm:

a. Khoản phải trả ngắn hạn

Đây là khoản tiền công ty nợ người khác (như lương nhân viên) và những công ty khác (nhà cung cấp) và phải trả trong vòng một năm. Nó giống như hóa đơn điện thoại hay hóa đơn thẻ tín dụng ta nhận được hàng tháng mà chưa trả.

b. Khoản vay ngắn hạn=

Đây là khoản tiền công ty mượn trong thời hạn dưới một năm, thường bao gồm những khoản nợ tín dụng.

2. Nợ dài hạn

Nợ dài hạn là những khoản công ty vay có thể trả từ từ trong một thời gian dài. Khoản này bao gồm nợ ngân hàng hay trái phiếu mà công ty phát hành cho công chúng.

Báo Cáo Tài Chính 2: Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh (Báo cáo lời lỗ)

Điều tiếp theo bạn cần tìm hiểu về công ty mà bạn muốn mua là khả năng kiếm tiền của công ty đó. Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh (còn gọi là Bảng báo cáo lời lỗ) cho thấy công ty hoạt động như thế nào trong vòng một năm hay một quý. Rõ ràng, khi công ty kiếm được lợi nhuận cao cho cổ đông, giá cổ phiếu của nó sẽ cao hơn rất nhiều. Dưới đây là những thành phần khác nhau trong Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh.

(Lưu ý: Thu nhập, tiền lời và lợi nhuận được sử dụng thay thế nhau. Ví dụ: lợi nhuận ròng cũng giống như thu nhập ròng. Số bỏ trong ngoặc là số âm.)

Công thức căn bản để tính thu nhập ròng bao gồm:

Doanh thu

– Giá vốn hàng bán

= Lợi nhuận gộp

– Chi phí hoạt động kinh doanh

= Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh

– Chi phí lãi vay

+ Thu nhập lãi suất

= Thu nhập trước thuế

– Thuế thu nhập

= Lợi nhuận ròng sau thuế (hay Thu nhập ròng)

Sau đây là một ví dụ của bảng báo cáo giản lược về hoạt động kinh doanh.

Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh - Công ty trách nhiệm hữu hạn Thành Công	
	(tính theo triệu đô)
Doanh thu	5.444
Giá vốn hàng bán	(2.832)
Lợi nhuận gộp	2.612
Chi phí hoạt động kinh doanh	
Bán hàng và tiếp thị	(1.000)
Hành chính	(240)
Nghiên cứu và phát triển	(300)
Khấu hao	(57)
Tổng cộng	(1.597)
Thu nhập từ hoạt động kinh doanh	1.015
Chi phí lãi vay	(27)
Thu nhập lãi suất	13
Thu nhập trước thuế	1.001
Thuế thu nhập	(322)
Lợi nhuận ròng sau thuế	679
Thu nhập trên một cổ phiếu	2,78 đô
Số lượng cổ phiếu	244,245
<i>Ghi chú: Số liệu tính theo triệu đô</i>	

Chúng ta hãy cùng tìm hiểu xem những thành phần trên có ý nghĩa gì.

Doanh thu

Còn được biết đến như lượng hàng bán ra, doanh thu cho biết công ty kiếm được bao nhiêu tiền trong một khoảng thời gian nhất định nào đó.

Doanh thu = Giá một sản phẩm x Số lượng sản phẩm bán ra. Vậy nếu công ty bán được 100.000 sản phẩm và mỗi sản phẩm giá 10 đô, doanh thu sẽ là 1 triệu đô. Trên thực tế, công ty có thể có nhiều sản phẩm và dịch vụ với nhiều mức giá khác nhau, bán ở nhiều nơi khác nhau.

Giá vốn hàng bán

Để bán được món hàng giá 10 đồng, công ty phải dùng tiền để sản xuất nó. Đây gọi là giá vốn hàng bán, tức là tổng chi phí trực tiếp sản xuất ra sản phẩm hay cung cấp dịch vụ. Chi phí này bao gồm: lương nhân viên, vật liệu thô, chi phí cho nhà cung cấp, v.v...

Lợi nhuận gộp

Lợi nhuận gộp (= Doanh thu – Giá vốn hàng bán) cho biết công ty có thể định giá thành sản phẩm hay dịch vụ cao hơn chi phí sản xuất đến mức nào. Ví dụ, nếu tốn 6 đồng để sản xuất một món hàng rồi bán ra với giá 10 đồng, ta lời được 4 đồng. Nếu công ty bán được 100.000 món hàng, tổng lợi nhuận gộp là 400 ngàn đồng. Nếu bạn tính theo phần trăm, như tỉ lệ lợi nhuận, thì sẽ dễ dàng phân tích hơn.

$$\text{Tỉ lệ lợi nhuận} = \frac{\text{Lợi nhuận gộp}}{\text{Doanh thu}} \times 100\%$$

Trong trường hợp này, tỉ lệ lợi nhuận là 40% (400.000 : 1 triệu x 100%). Một công ty có tỉ lệ lợi nhuận trên 25% trong vòng từ 5 tới 10 năm cho thấy sản phẩm của họ cực kỳ khác biệt và có lợi thế cạnh tranh so với đối thủ. Điều này cho phép họ định giá cao và kiếm được lợi nhuận cao hơn. Đây là những công ty bạn tìm để đầu tư.

Bạn nên tránh những công ty có tỉ lệ lợi nhuận thấp vì điều này có nghĩa là họ bán những sản phẩm quá thông dụng và có ít lợi thế cạnh tranh so với đối thủ. Những công ty này chủ yếu cạnh tranh về giá và kiếm lời rất ít so với chi phí. Những công ty như vậy không đáng để bạn đầu tư vào vì khả năng tăng lợi nhuận và tăng giá cổ phiếu thấp.

Điều quan trọng hơn hết là phải quan sát tỉ lệ lợi nhuận của công ty tăng hay giảm mỗi năm. Một công ty mà tỉ lệ lợi nhuận giảm là dấu hiệu chắc chắn rằng hiện nó đang có nhiều đối thủ, đồng thời có nghĩa là lợi nhuận trên mỗi cổ phiếu và giá cổ phiếu sẽ giảm.

Chi phí hoạt động kinh doanh

Bên cạnh chi phí sản xuất sản phẩm hay dịch vụ, công ty cũng có những chi phí hoạt động kinh doanh khác (còn được biết đến như chi phí tổng) bao gồm những chi phí hoạt động cố định như tiếp thị, văn phòng, nghiên cứu và phát triển, khấu hao và những khoản thu/chi một lần khác (còn gọi là hạng mục không thường xuyên).

Nghiên cứu & phát triển (R&D) và tiếp thị là hai hoạt động cần thiết để đảm bảo công ty tiếp tục phát minh ra những sản phẩm tốt hơn và xây dựng thương hiệu. Một ban điều hành công ty yếu kém thường giảm chi phí R&D và tiếp thị để tăng lợi nhuận ngắn hạn, nhưng về lâu dài, lợi nhuận của công ty sẽ giảm vì sản phẩm và dịch vụ trở nên lỗi thời.

Khấu hao là khi công ty mua tài sản hữu hình để sử dụng lâu dài (như nhà máy) và rải chi phí trong nhiều năm. Ví dụ, công ty mua nhà máy với giá 10 triệu đô và khấu hao trong vòng 20 năm. Vậy mỗi năm, chi phí khấu hao là 500 ngàn đô. Lưu ý: khấu hao là khoản chi không phải tiền mặt vì công ty không thật sự trả 500 ngàn đô mỗi năm.

Các khoản thu/chi không lặp lại là những khoản thu/chi một lần, không nằm trong dạng hoạt động thường xuyên và không có khả năng lặp lại. Ví dụ, việc bán đi một chi nhánh công ty tạo ra một khoản thu thêm, trong khi đóng cửa một chi nhánh sẽ dẫn đến thua lỗ một lần.

Thu nhập từ hoạt động kinh doanh

Thu nhập từ hoạt động kinh doanh cho thấy lợi nhuận mà công ty kiếm được từ hoạt động thật sự của nó. **Thu nhập từ hoạt động kinh doanh = Doanh thu – Giá vốn hàng bán – Chi phí hoạt động kinh doanh.** Lưu ý, bên cạnh các hoạt động thật sự, công ty còn có thể kiếm thêm lợi nhuận từ tiền lãi ngân hàng (từ số tiền bỏ vào ngân hàng) hay từ những hoạt động một lần, không liên quan đến kinh doanh như bán phần đầu tư để thu lợi nhuận (được gọi là thu nhập khác).

Lợi nhuận ròng sau thuế (Thu nhập ròng)

Lợi nhuận ròng sau thuế là lợi nhuận mà công ty thật sự có được sau khi trừ mọi chi phí, bao gồm cả thuế. Con số này là con số quan trọng nhất đối với nhà đầu tư vì nó cho biết bao nhiêu tiền sẽ được chi vào cổ tức hay vào thặng dư vốn cổ phần, góp phần làm tăng giá trị công ty và giá cổ phiếu.

Lợi nhuận ròng sau thuế

$$= \text{Thu nhập từ hoạt động kinh doanh} + / - \text{Chi phí/thu nhập lãi suất} - \text{Thuế}$$

Trong Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh, hai tỉ lệ quan trọng này sẽ cho bạn biết công ty có lời như thế nào (thu nhập trên một cổ phiếu) và giá cổ phiếu đắt như thế nào (tỉ lệ giá trên thu nhập).

Thu nhập trên một cổ phiếu (Earnings Per Share - EPS)

Là nhà đầu tư, điều quan trọng nhất bạn cần phải biết là bao nhiêu lợi nhuận thật sự chảy vào túi mình! Bạn cần phải biết bạn kiếm được bao nhiêu tiền từ một cổ phiếu mình sở hữu. Như vậy, bạn hãy lấy “Lợi nhuận ròng sau thuế” chia cho “Số cổ phiếu”.

$$\text{Thu nhập trên một cổ phiếu (EPS)} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng sau thuế}}{\text{Số cổ phiếu}}$$

Công ty Thành Công kiếm được lợi nhuận ròng sau thuế là 679 triệu đô và có 244,245 triệu cổ

phiếu. Vậy, sở hữu mỗi cổ phiếu cho bạn 2,78 đô. Nếu có 100 cổ phiếu, bạn sẽ kiếm được tổng cộng 278 đô lợi nhuận! Một phần của 278 đô này sẽ được trả cho bạn dưới dạng cổ tức, hay tái đầu tư vào công ty dưới dạng thặng dư cổ phần. Bằng cách tái đầu tư vào công ty, bạn sẽ hưởng lợi sau này nhờ lợi nhuận trong tương lai cao hơn và giá cổ phiếu cao hơn.

Biết được thu nhập trên một cổ phiếu là cực kỳ quan trọng vì nó ảnh hưởng trực tiếp tới giá cổ phiếu. Một công ty có thể liên tục tăng thu nhập trên một cổ phiếu sẽ có giá trị thực cao hơn và giá cổ phiếu cao hơn.

Tỉ lệ giá trên thu nhập (Price to Earnings - PE)

Tỉ lệ giá trên thu nhập là cách đơn giản và thông dụng nhất cho biết giá một cổ phiếu đắt như thế nào. Đó là tỉ lệ của “Giá cổ phiếu” chia cho “Thu nhập trên một cổ phiếu”. PE cho biết nhà đầu tư sẵn sàng trả cao hơn bao nhiêu lần cho một cổ phiếu trên mỗi đô la kiếm được.

Ví
dụ, EPS
của
Công ty
Thành
Công là

$$\text{Tỉ lệ giá trên thu nhập (PE)} = \frac{\text{Giá cổ phiếu hiện tại}}{\text{Thu nhập trên một cổ phiếu (EPS)}}$$

2 đô và giá cổ phiếu hiện tại là 40 đô. Điều đó có nghĩa là giá cổ phiếu cao hơn 20 lần so với thu nhập mà nó đem lại. Đây chính là tỉ lệ giá trên thu nhập (PE). Vậy nếu EPS tăng lên 3 đô, giá cổ phiếu sẽ được định giá như sau: Giá cổ phiếu = EPS x 20 = 3 đô x 20 = 60 đô.

Hãy suy nghĩ về điều này, tỉ lệ PE tương trưng cho số năm mà nhà đầu tư cần để kiếm lại số tiền đầu tư của mình (giá cổ phiếu) dưới dạng thu nhập mỗi năm (EPS). Trong trường hợp này, nếu bạn mua cổ phiếu với giá 40 đô và thu nhập trên mỗi cổ phiếu giữ nguyên 2 đô một năm, bạn cần 20 năm để lấy lại được 40 đô của mình. Tại sao nhà đầu tư phải đợi tới 20 năm chỉ để hòa vốn? Thật ra, thu nhập trên mỗi cổ phiếu được kỳ vọng là sẽ tăng mỗi năm! Nhà đầu tư biết rằng nếu EPS tiếp tục tăng ở tỉ lệ 20% một năm, họ sẽ hòa vốn trong vòng chưa đến 5 năm. Một công ty có tỉ lệ PE cao không có nghĩa là nó đắt hơn vì điều này còn phụ thuộc vào EPS tăng nhanh như thế nào mỗi năm.

Báo Cáo Tài Chính cuối cùng mà bạn cần biết là Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ. Trong khi Bảng Cân Đối Tài Chính cho biết sức khỏe tài chính của công ty, Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh cho biết công ty sinh lợi như thế nào, thì Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ cho biết bao nhiêu tiền mặt thật sự đi vào và đi ra khỏi công ty. Một công ty có thể có lãi cao trên giấy tờ, nhưng vẫn không có tiền mặt (vì gian lận kế toán hay không có khả năng thu hồi nợ). Trong trường hợp như vậy, công ty này sẽ phải phá sản nếu nó không có đủ tiền mặt để tiếp tục hoạt động kinh doanh.

Báo Cáo Tài Chính 3:

Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ

Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ ghi lại dòng tiền chảy vào và dòng tiền chảy ra của công ty. Nó cho thấy công ty thật sự kiếm được bao nhiêu tiền và dùng hết bao nhiêu tiền trong một khoảng thời gian nhất định.

Bên cạnh việc đọc hiểu Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh, bạn cần phân tích Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ vì nó vẽ lên bức tranh chân thật về lợi nhuận và tính ổn định của công ty.

Điểm khác biệt giữa Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh và Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ chính là số tồn dư. Nói cách khác, doanh thu và lợi nhuận được ghi lại ngay khi bán được hàng, mặc dù chưa nhận được tiền. Đồng thời, thuế thu nhập và khấu hao được ghi lại dưới dạng chi phí, cho dù không cần phải trả tiền ngay lập tức.

Một công ty có thể có thu nhập tốt trên Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh, nhưng Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ cho thấy chính xác số tiền nhận được. Ngay cả khi công ty kiếm được lợi nhuận tốt, nó vẫn có thể không đáng đầu tư vì khách hàng không trả tiền, hay công ty phải dùng một khoản tiền lớn để bảo trì nhà xưởng và thiết bị. Nếu không có đủ tiền, công ty không thể trang trải chi phí hàng tháng và bị buộc phải phá sản.

Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ được chia làm 3 phần: Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh, Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư và Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính.

Phần đầu tiên dưới đây cho bạn thấy một **Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ: Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh** tiêu biểu. Nó cho thấy bao nhiêu tiền chạy vào và chạy ra khỏi công ty nhờ kết quả bán hàng và dịch vụ. Trong trường hợp này, mặc dù thu nhập ròng chỉ có 680 triệu đô, công ty thu được tới 1.063 triệu đô tiền mặt! Khoản này được gọi là tiền thu từ hoạt động kinh doanh. Làm sao có chuyện công ty chỉ kiếm được 680 triệu đô lợi nhuận mà lại thu được tới 1.063 đô tiền mặt? Một lần nữa, đó là vì những khoản như khấu hao được trừ vào phần chi phí trong Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh, nhưng công ty không thật sự phải chi tiền. Như bạn có thể thấy, Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh được tính bằng cách lấy Lợi nhuận ròng sau thuế, cộng hay trừ những khoản ở dưới để có khoản tiền mặt cuối cùng.

Phần tiếp theo của Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ là Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư. Phần này cho thấy bao nhiêu tiền đi vào và ra khỏi công ty từ kết quả của hoạt động đầu tư. Ví dụ, khi công ty đầu tư (mua) tài sản như mua lại công ty khác hay đầu tư cơ sở hạ tầng (mua nhà máy và trang thiết bị), tiền sẽ giảm đi. Và khi công ty bán tài sản, dòng tiền tăng lên. Bạn có thể thấy ở trang tiếp theo, 641 triệu đô chảy ra khỏi công ty vì hoạt động đầu tư của nó (tổng tiền dùng cho hoạt động đầu tư).

Phần 2: Lưu chuyển tiền tệ từ hoạt động đầu tư	
Lưu chuyển tiền tệ từ hoạt động đầu tư	(tính theo triệu đô)
Lợi nhuận ròng sau thuế	680
Chi phí cơ sở hạ tầng	-254
Mua lại công ty	-419
Bán tài sản	28
Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư khác	4
Tổng tiền dùng cho hoạt động đầu tư	-641

Phần cuối cùng chính là Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính. Phần này cho thấy bao nhiêu tiền đổ vào và ra khỏi công ty nhờ hoạt động tài chính. Ví dụ, khi công ty mượn tiền hay tăng vốn

bảng
cách
bán
thêm
cổ
phiếu
thì
dòng
tiền
tăng.
Khi
công ty
trả nợ,
mua
lại cổ
phiếu
hay trả
cổ tức,
dòng
tiền
giảm.
Như
thấy ở
dưới,
327
triệu

Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ - Công ty trách nhiệm hữu hạn Thành Công

Phần 1: Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh

Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh	(tính theo triệu đô)
Lợi nhuận ròng sau thuế	680
<i>(điều chỉnh để thống nhất lợi nhuận ròng sau thuế và tiền thu được từ hoạt động kinh doanh)</i>	
Khấu hao	+318
Hoãn trả thuế thu nhập	+193
Đóng góp lương hưu	-362
Thay đổi trong tài sản và nợ	
Khoản thu ngắn hạn	- 15
Hàng tồn kho	+53
Tài sản ngắn hạn khác	+41
Tài sản khác	-25
Khoản phải trả ngắn hạn	+97
Những món nợ khác	+83
Tổng tiền mặt từ hoạt động kinh doanh	1.063
<i>(Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh)</i>	

đô chảy ra khỏi công ty từ những hoạt động tài chính (tổng tiền dùng cho hoạt động tài chính).

Điều này có nghĩa là đến cuối kỳ, tiền mặt công ty tăng thêm 95 triệu đô (từ 205 triệu lên 300 triệu). Miễn là lưu chuyển tiền tăng hàng năm thì đây là dấu hiệu tốt. Tuy vậy, nếu dòng tiền giảm mỗi năm, đây có thể là dấu hiệu xấu (cho dù lợi nhuận công ty tăng).

Thế là bạn đã đọc qua phần chuyên môn nhất của chương này và có thể là phần khô khan nhất (nếu kiến thức này mới mẻ đối với bạn). Tuy nhiên, hãy nhớ là trước khi mua bất kỳ cổ phiếu nào, bạn cần có hiểu rõ về công ty đằng sau cổ phiếu đó. Nằm được những thông tin này, bạn sẽ vượt lên trên 70% nhà đầu tư trên thế giới là những người không hề biết họ đang đầu tư vào cái gì.

May mắn là bạn không phải tính tất cả những con số trong các báo cáo tài chính. Thật ra, trong hầu hết các trường hợp, bạn cũng không cần phải đọc báo cáo tài chính nữa (nó có thể khá dài). Tôi sẽ chỉ cho bạn trang web của những công ty cung cấp tất cả những dữ liệu cần thiết miễn phí!

Vậy là bạn đã biết về kế toán căn bản, hãy cùng khám phá một trong những chương quan trọng nhất... học về tám tiêu chí để mua cổ phiếu tốt với giá hời.

CHƯƠNG 18

TÁM TIÊU CHÍ ĐỂ MUA CỔ PHIẾU TỐT VỚI GIÁ HỜI

Trong chương này, bạn sẽ được hướng dẫn những bước cụ thể mà các nhà đầu tư giỏi dùng để mua cổ phiếu của các công ty tốt nhất với giá cực rẻ so với giá trị thực, giúp bạn có được cơ hội kiếm lợi nhuận cao. Mặc dù đây là cách thức mua cổ phiếu của các công ty trên sàn chứng khoán, bạn cũng có thể áp dụng những quy tắc này để mua bất kỳ công ty nào.

Đầu tiên, hãy ôn lại chiến lược của các nhà đầu tư tài ba bao gồm ba bước:

1. Chọn công ty tốt
2. Mua cổ phiếu với giá tốt (rẻ hơn giá trị thực)
3. Đợi đến khi thị trường nhận ra giá trị thực của cổ phiếu hay định giá nó quá cao mới bán ra

Bảy tiêu chí đầu tiên (tiêu chí 1 tới tiêu chí 7) giúp bạn chọn được công ty tốt. Hãy nhớ rằng một công ty tốt là công ty mà bạn tin chắc sẽ:

1. Tăng thu nhập trên một cổ phiếu (EPS) dẫn đến giá trị cổ phiếu tăng. Khi giá trị cổ phiếu tăng, giá bán cổ phiếu cũng tăng và bạn sẽ kiếm lời khi bán ra.
2. Có thể hồi phục và lớn mạnh sau những tin xấu hoặc thảm họa như chiến tranh, suy thoái, sai lầm của ban lãnh đạo hoặc sự xuất hiện của đối thủ mới.

Tiêu chí 8 hướng dẫn bạn cách xác định giá trị thực của cổ phiếu. Chỉ nên mua khi giá cổ phiếu thấp hơn nhiều so với giá trị thực, như vậy bạn mới có cơ hội kiếm được lợi nhuận cao khi thị trường tự điều chỉnh. Bằng cách áp dụng chiến lược mua cổ phiếu với giá cực rẻ, Warren Buffett có được biên độ sai lệch rộng, nên gần như ông không thể nào mất tiền. Đây là cách giúp ông giảm thiểu rủi ro, đồng thời đạt được lợi nhuận cao. Vậy ta hãy bắt đầu với 8 tiêu chí...



Tiêu chí 1: Doanh thu và lợi nhuận tăng đều đặn trong thời gian dài

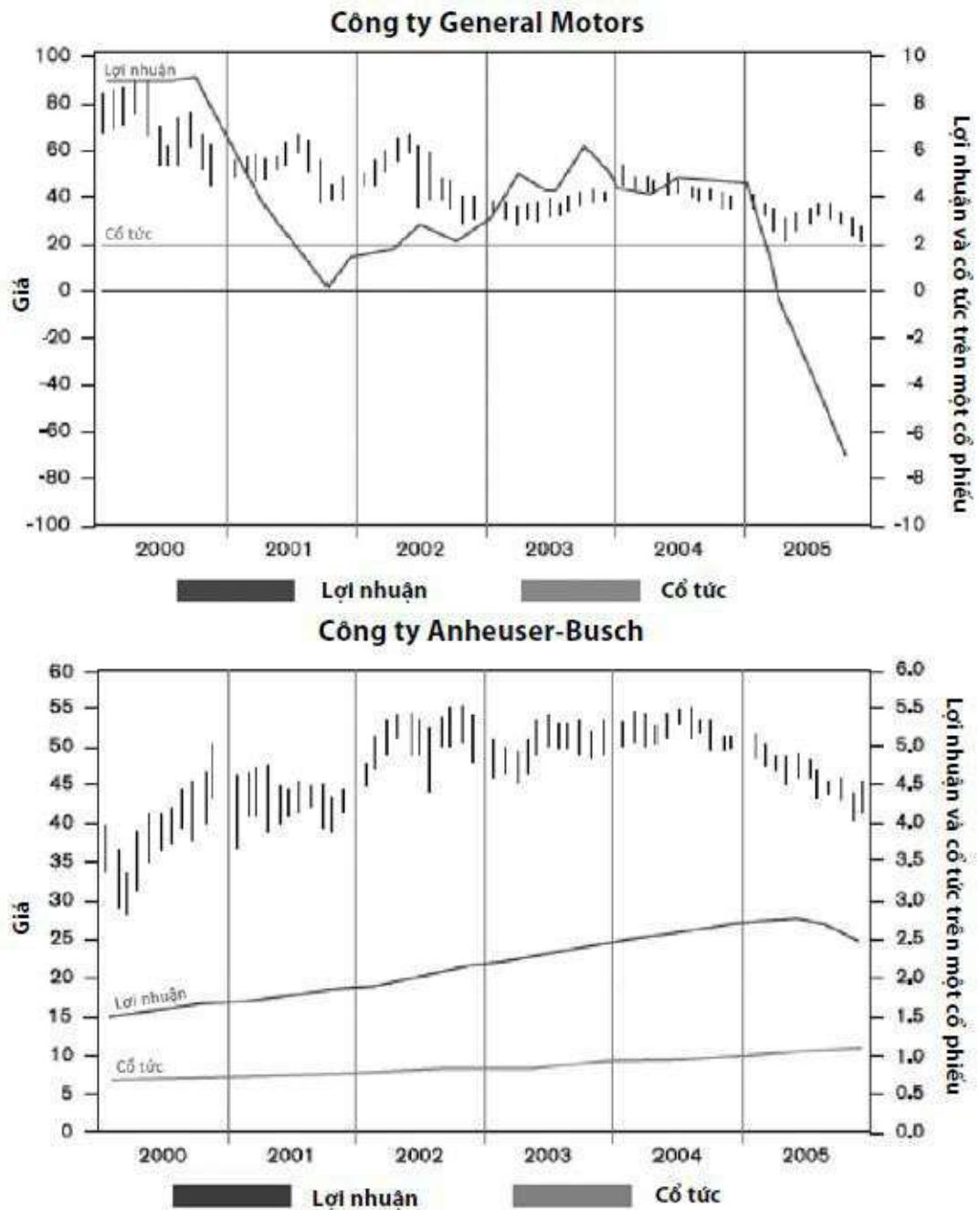
Dấu hiệu đầu tiên cho biết một công ty có thể liên tục tăng lợi nhuận trong tương lai chính là thành tích trong quá khứ. Nếu công ty liên tục tăng doanh thu và lợi nhuận trong vòng ít nhất 5 năm, đặc biệt là trong giai đoạn suy thoái, nhiều khả năng nó sẽ tiếp tục tăng.

Nếu trong quá khứ công ty thu được lợi nhuận đều đặn, bạn có thể tự tin dự đoán được lợi nhuận của công ty trong tương lai. Ví dụ, hãy nhìn vào biểu đồ lợi nhuận của công ty General Motors Corp và Anheuser-Busch (màu xanh) và giá cổ phiếu (màu đen). Lợi nhuận trong quá khứ của General Motors dao động lên xuống thất thường nên rất khó dự đoán. Ngược lại, ta có cơ sở để dự báo về lợi nhuận của Anheuser-Busch hơn.

Nguồn: www.corporateinformation.com

Bên cạnh việc bảo đảm lợi nhuận tăng đều đặn, bạn cũng cần kiểm tra xem doanh thu có tăng không. Lý do là vì một số công ty ma giáo có thể dùng nghiệp vụ kế toán để “phù phép” con số lợi nhuận hấp dẫn (điều này không phải là hiếm), nhưng doanh thu không thể thay đổi. Nếu một công ty có lợi nhuận tăng nhưng doanh thu chững lại hay giảm, điều đó đôi khi có nghĩa là công ty không hoạt động tốt mà chỉ “làm đẹp” những con số.

**Tìm
những
thông
tin
này ở
đâu?**



Doanh thu và lợi nhuận có thể dễ dàng tìm thấy trong các Báo Cáo Tài Chính hàng năm của công ty, trong Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh. Bạn có thể đọc Báo Cáo Tài Chính hàng năm của các công ty miễn phí tại www.annualreportservice.com (công ty Mỹ), www.listedcompany.com (công ty Châu Á), www.vndirect.com (công ty Việt Nam) hay vào các trang nghiên cứu tài chính như www.moneycentral.com, www.morningstar.com.

Tiêu chí 2: Lợi thế cạnh tranh bền vững (Rào chắn kinh tế mạnh)

Mặc dù một công ty có thể giữ vững nhịp độ tăng lợi nhuận trong quá khứ, vẫn không có gì đảm bảo nó sẽ tiếp tục hoạt động tốt trong tương lai. Một đối thủ mới nặng ký có thể nhảy vào thị trường xâm chiếm thị phần hoặc đẩy giá xuống thấp, khiến công ty bị giảm doanh thu và lợi nhuận.

Điều gì sẽ giúp giảm thiểu nguy cơ này? Làm sao để ngăn chặn việc đối thủ giành giật khách

hàng, kể cả khi họ hạ giá bán? Câu trả lời nằm ở lợi thế cạnh tranh bền vững.

Để tôi nêu ra một ví dụ. Yếu tố gì giúp công ty Nike mỗi năm bán được nhiều giày hơn, cho phép công ty liên tục tăng lợi nhuận? Tại sao các đối thủ khác không thể tranh giành khách hàng với Nike bằng cách tung ra loại giày rẻ hơn? Ngay cả khi bạn có thể sản xuất một đôi giày tốt hơn gọi là Niko, liệu bạn có thể lấy đi tất cả khách hàng của Nike không? Điều này gần như không thể xảy ra. Tại sao? Đó là vì thương hiệu Nike có lợi thế cạnh tranh rất lớn.

Khách hàng mua Nike vì lòng trung thành với thương hiệu và cảm giác mạnh mẽ mà logo Swoosh nổi tiếng mang lại! Rõ ràng, lợi thế cạnh tranh của Nike so với các công ty sản xuất giày khác sẽ được duy trì bền vững trong nhiều năm tới, bảo vệ công ty trước các đối thủ cạnh tranh. Đây gọi là lợi thế cạnh tranh bền vững. Giống như hào nước xung quanh tòa lâu đài chống lại kẻ thù bên ngoài xâm nhập, lợi thế cạnh tranh giúp bảo vệ vùng lợi nhuận trong tương lai của công ty khỏi những kẻ xâm lược. Đó là lý do tại sao những công ty hùng mạnh như Nike còn được biết đến là có rào chắn kinh tế mạnh.

Tuy vậy, thương hiệu mạnh không phải là thứ duy nhất có thể đem lại cho công ty lợi thế cạnh tranh bền vững. Trở thành một công ty lớn với quy mô kinh tế đồ sộ cũng giúp công ty có rào chắn kinh tế mạnh. Ví dụ, khó có công ty nào có thể đánh bại chuỗi cửa hàng Wal-Mart hay Amazon.com (trang web bán sách lớn nhất thế giới). Nhờ vào quy mô lớn, họ có thể mua tất cả các mặt hàng đáng giá hàng triệu đô với giá cực rẻ, giúp họ đẩy giá bán xuống thấp hơn bất kỳ ai.

Dẫn đầu thị trường cũng là một lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ. Ví dụ, VISA được sử dụng rộng rãi như một loại thẻ tín dụng số một nên hầu như tất cả các cửa hàng đều phải chấp nhận khách hàng trả tiền bằng VISA và đa số các ngân hàng đều hợp tác với VISA. Khả năng có một đối thủ mới nhảy vào thị trường thẻ tín dụng và lấy đi thị phần của VISA gần như bằng không.

Đôi khi, lợi thế cạnh tranh bền vững của công ty nằm ở một công thức đặc biệt, công nghệ hay bản quyền sáng chế mà họ sở hữu. Những hãng dược phẩm có thể liên tục kiếm được lợi nhuận cao bởi vì họ nắm giữ bằng sáng chế những loại thuốc đặc biệt (như Viagra, Panadol...) mà không một công ty nào khác có thể sao chép và sản xuất một cách hợp pháp.

Khi đầu tư vào công ty có lợi thế cạnh tranh mạnh và bền vững giúp bảo vệ nó khỏi đối thủ và giữ chân khách hàng, bạn có thể dự đoán chắc chắn rằng lợi nhuận và giá trị cổ phiếu của công ty sẽ tiếp tục tăng.

Nói chung, lợi thế cạnh tranh bền vững của một công ty có thể đến từ những khía cạnh sau:

- a. Thương hiệu mạnh (như Coke, Nike, Hersheys, Budweiser, v.v...)
- b. Bằng sáng chế và bí quyết kinh doanh (ví dụ: các công ty dược phẩm như Pfizer)
- c. Quy mô kinh tế khổng lồ (như chuỗi cửa hàng Wal-Mart, Amazon.com, v.v...)
- d. Dẫn đầu thị trường khiến đối thủ khó lòng chen chân vào (như General Electric, VISA, Microsoft, Google.com)
- e. Chi phí thay đổi lớn để giữ chân khách hàng (như phần mềm Microsoft, Adobe, v.v...)

Đặc điểm của công ty có lợi thế cạnh tranh bền vững (Rào chắn kinh tế mạnh)

Làm thế nào để biết được công ty bạn muốn đầu tư có rào chắn kinh tế mạnh? Đó thường là những công ty bán các sản phẩm hay dịch vụ độc quyền đối với người tiêu dùng. Điều này có nghĩa là sản phẩm đó thường độc nhất vô nhị, nên kể cả khi giá tăng, nhu cầu vẫn mạnh. Ví dụ, dù Ferrari, Nike, McDonalds, Harley Davidson hay Microsoft có tăng giá đi chăng nữa thì người ta vẫn sẽ mua, vì những sản phẩm này được xem là “không gì có thể sánh được”. Do có ít đối thủ cạnh tranh trực tiếp, những công ty có rào chắn kinh tế mạnh hưởng tỉ lệ lợi nhuận cao, liên tục gia tăng lợi nhuận và giá trị cổ phiếu. Các cửa hàng phải bán những sản phẩm độc quyền này nếu họ không muốn mất khách hàng. Ví dụ, dù muốn hay không, siêu thị nào cũng phải bán Coca-Cola và nhà thuốc nào cũng phải bán Panadol.

Đặc điểm của công ty cạnh tranh về giá (Rào chắn kinh tế yếu)=

Ngược lại, nên tránh đầu tư vào những công ty chủ yếu cạnh tranh về giá và không có lợi thế cạnh tranh thật sự. Những công ty này thường bán các sản phẩm thuộc loại nhu yếu phẩm hàng ngày, tương tự như hàng ngàn công ty khác. Kết quả, giá cả là yếu tố quyết định quan trọng nhất đối với người tiêu dùng. Công ty chỉ cần tăng giá lên 10% là rất nhiều khách hàng sẽ bỏ sang mua của đối thủ có giá rẻ hơn. Công ty xăng dầu, các hãng sản xuất vật liệu thô, nhà cung cấp dịch vụ Internet, hãng hàng không, viễn thông và sản xuất xe hơi đều rơi vào loại này.

Dù bạn có thể lập luận rằng những công ty như Mobil, British Airways là những thương hiệu mạnh, nhưng suy cho cùng họ cũng không thể vừa tăng giá theo ý muốn vừa giữ được khách hàng. Tôi cá rằng nếu British Airways tăng giá lên 20%, nhiều khách hàng sẽ chuyển sang các hãng khác rẻ hơn. Tuy vậy, với một công ty có quyền lực thật sự như Ferrari thì dù xe có tăng giá 20%, nhiều khách hàng vẫn mua. Kết quả, những công ty cạnh tranh về giá thường có tỉ lệ lợi nhuận thấp và lợi nhuận tăng giảm thất thường. Bởi vì họ chủ yếu cạnh tranh về giá, phần lớn lợi nhuận thường được tái đầu tư để cải tiến hệ thống kinh doanh thay vì dùng để phát triển sản phẩm mới, tìm thị trường mới giúp tăng doanh thu và lợi nhuận.



Để minh họa cách áp dụng 8 tiêu chí, tôi sẽ dùng công ty Anheuser-Busch (ký hiệu: BUD) làm ví dụ. Những dữ liệu phân tích này được hoàn tất vào năm 2005 (ngay trước khi phiên bản đầu tiên của quyển sách này được xuất bản năm 2006).

Công ty Anheuser-Busch – nhà sản xuất các loại đồ uống có cồn nổi tiếng như bia Budweiser – là một công ty có rào chắn kinh tế mạnh và lợi thế cạnh tranh bền vững nhờ:

a. Dẫn đầu thị trường và có nhiều khách hàng trung thành

Thức uống có cồn của Anheuser-Busch chiếm tới 50% thị phần bia nội địa Mỹ. Hai đối thủ đáng gờm nhất có tổng thị phần chưa đến 30%.

b. Độc quyền hệ thống phân phối

Nhờ có quy mô lớn, Anheuser-Busch có thể yêu cầu 60% nhà phân phối bán hàng độc quyền – những nhà phân phối này chỉ bán bia Budweiser tại đa số các cửa hàng bán bia rượu, siêu thị hay cửa hàng bán đồ uống.

Hai yếu tố này giúp Anheuser-Busch tiếp tục tăng lợi nhuận và giá trị cổ phiếu trong tương lai. Ông vua chứng khoán Warren Buffett đã mua một phần lớn cổ phần của công ty này trong quý 4 năm 2004.

Tiêu chí 3: Yếu tố tăng trưởng trong tương lai

Có thành tích tốt trong quá khứ và lợi thế cạnh tranh bền vững cũng chưa hẳn là yếu tố đảm bảo cho doanh thu và lợi nhuận cao trong tương lai, trừ phi công ty có kế hoạch phát triển cụ thể để biến tiềm năng thành doanh thu thực tế.

Nếu công ty không có kế hoạch phát triển sản phẩm mới hay mở rộng ra thị trường mới, doanh thu và lợi nhuận trong tương lai sẽ không thể tăng mãi được. Bạn phải đảm bảo rằng công ty bạn muốn đầu tư có một số yếu tố tăng trưởng sau:

- Phát triển dòng sản phẩm mới
- Phát triển công nghệ sản phẩm mới
- Có bằng sáng chế mới
- Mở rộng công suất (ví dụ: xây nhà máy lớn hơn)
- Mở rộng ra thị trường mới n Có nhiều chi nhánh hơn
- Có nhiều thị trường tiềm năng chưa được khám phá

Để tìm hiểu sức tăng trưởng của công ty trong tương lai, bạn có thể đọc “Tin từ giám đốc” (CEOs Message) hay “Thư cho cổ đông” (Letter to Shareholders) trong Báo Cáo Tài Chính mới nhất của công ty. Một cách khác, bạn có thể vào trang web của công ty và tìm thông tin này ở mục “Dành cho nhà đầu tư” (Investor Relations).

Tiêu
chí 4:

Nợ
vừa
phải

Trong trường hợp của Anheuser-Busch, việc tăng trưởng doanh thu trong tương lai được kỳ vọng do những yếu tố sau:

- Tăng trưởng tại Trung Quốc bằng cách tăng doanh thu và mua công ty khác vì Trung Quốc là thị trường tiêu thụ bia lớn nhất thế giới. Công ty đã mua lại 64 nhà máy ủ bia tại Trung Quốc bao gồm cả Harbin, nhà sản xuất bia lớn thứ 4 tại Trung Quốc.
- Tăng trưởng tại Mehico. Công ty đã mua lại 50% cổ phần của Mondelo, công ty sản xuất bia lớn nhất Mehico và sản xuất bia Corona.
- Liên tục giới thiệu sản phẩm mới để thúc đẩy doanh thu.

Trong khi vay nợ là một chiến lược tốt nhằm tăng nguồn vốn để mở rộng, nợ quá nhiều có thể dẫn đến phá sản nếu gặp thời buổi suy thoái hay do quản lý dòng tiền kém.

Điều quan trọng là bạn phải bảo đảm lượng tiền vay mượn của công ty nằm ở mức vừa phải và có thể trả nợ dễ dàng trong vòng 3 đến 4 năm. Quy luật vàng là nợ dài hạn phải ít hơn từ 3 đến 4 lần Lợi nhuận ròng hiện tại (sau khi đã trừ thuế).

Nợ dài hạn < (3 tới 4) x Lợi nhuận ròng hiện tại (sau thuế)

Bạn có thể xem khoản nợ dài hạn của công ty ở Bảng Cân Đối Tài Chính, dưới mục “Nợ dài hạn” và Lợi nhuận ròng có thể tìm thấy trong Bảng Báo Cáo Lãi Lỗ (hay Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh).

Trong trường hợp của Anheuser-Busch, nợ dài hạn của công ty là 8,27 tỉ đô và thu nhập ròng năm 2004 là 2,24 tỉ đô. Vì 8,27 tỉ đô nhỏ hơn $4 \times 2,24$ tỉ đô, công ty dễ dàng thỏa mãn điều kiện này.

Tiêu chí 5: Lợi nhuận trên tổng số vốn (ROE) luôn ở mức cao (>15%)

Lợi nhuận trên tổng số vốn (ROE) cho biết công ty kiếm được bao nhiêu lợi nhuận với số tiền nhà đầu tư bỏ vào. ROE được tính bằng cách lấy Lợi nhuận ròng chia cho Tổng số vốn cổ đông (trong Bảng Cân Đối Tài Chính).

$$\text{Lợi nhuận trên tổng số vốn (ROE)} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Tổng số vốn cổ đông}} \times 100\%$$

ROE là con số rất quan trọng cần được xem xét vì công ty liên tục có ROE cao thể hiện:

- Công ty có lợi thế cạnh tranh bền vững.
- Đầu tư dưới dạng cổ đông sẽ có tỉ lệ tăng trưởng hàng năm cao, dẫn tới giá cổ phiếu cao trong tương lai.

Nhìn chung, công ty có ROE khoảng 12% được xem là trung bình. Không có nhiều công ty liên tục đạt được mức ROE cao hơn 15% và đó là nơi đáng để đầu tư.

Vì ROE thường được sử dụng để đánh giá công ty, bạn không phải tự mình tính toán con số này. ROE thường được nêu rõ trong báo cáo hàng năm của công ty, ở mục “Tóm tắt tình hình tài chính” (Financial Performance Summary) hoặc mục “Các tỉ số tài chính” (Financial Ratios). Bạn có thể dễ dàng tìm được ROE trong quá khứ của các công ty tại www.morningstar.com hay www.moneycentral.com (các công ty Mỹ) và www.vndirect.com (các công ty Việt Nam).

Với Anheuser-Bush, ROE của công ty từ năm 1999-2004 lần lượt là 36,8%, 40,83%, 55,56%, 72,37% và 83,32%. Vì ROE của công ty cao hơn 15% rất nhiều, đầu tư vào công ty này sẽ mang lại lợi nhuận lớn.

Tiêu chí 6: Không đòi hỏi đầu tư nhiều vào cơ sở hạ tầng để duy trì hoạt động hiện tại

Hãy cẩn thận với những công ty tạo ra lợi nhuận cao NHƯNG một phần lớn tiền được dùng lại vào việc thay thế nhà máy và thiết bị để đảm bảo công ty vận hành như hiện tại. Những công ty cạnh tranh về giá và những ngành công nghiệp đòi hỏi vốn đầu tư cao (sản xuất máy bay, xe hơi, v.v...) thường phải chi một phần lớn lợi nhuận vào việc giúp cho công ty hoạt động hiệu quả hơn. Vì việc tái đầu tư một phần lợi nhuận không được xem là chi phí mà là tài sản nên Bảng Báo Cáo Hoạt Động Kinh Doanh của những công ty này làm cho họ có vẻ như đang kiếm được rất nhiều tiền. Nhưng trong thực tế, họ không còn tiền để trả lại cho nhà đầu tư, hoặc để đầu tư vào sản phẩm mới hay thị trường mới để thúc đẩy đà tăng trưởng.

Đó là lý do tại sao Warren Buffett tránh xa những công ty đòi hỏi chi phí đầu tư vào cơ sở hạ tầng cao để duy trì hoạt động. Ông thích đầu tư vào những công ty không cần quá nhiều thay đổi về máy móc, không cần chuyên sâu nghiên cứu và sản xuất ra những sản phẩm không bao giờ lỗi thời. Những doanh nghiệp như Coca-Cola (một trong những công ty chính mà Warren nắm cổ phần) có sản phẩm (Coke) không bao giờ lỗi thời. Do đó, công ty có thể dùng toàn bộ tiền lãi để chia cổ tức hay đầu tư vào thị trường mới. Tương tự, Nike không sở hữu nhà máy riêng và không phải chi một phần lớn lợi nhuận để thay thế máy móc đắt tiền, chính vì thế mà công ty có lượng tiền mặt dư dả.

Có một cách để đánh giá yếu tố này là nhìn vào phần “Lưu chuyển tiền tự do”. Tiền tự do là số tiền công ty còn lại sau khi lấy Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh trừ đi những khoản đầu tư vào cơ sở hạ tầng. (Bạn có thể tìm thấy cả hai con số này trong Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ).

$\text{Lưu chuyển tiền tự do} = \text{Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh} - \text{Tiền đầu tư vào cơ sở hạ tầng}$

Mặc dù bạn có thể tự tính con số này, nhiều công ty nghiên cứu chứng khoán như www.morningstar.com sẽ cung cấp cho bạn dữ liệu cần thiết (bạn có thể tìm trong phần “10-year Cash Flows” (Lưu chuyển tiền trong vòng 10 năm)). Thông thường, nếu tỉ số lưu chuyển tiền tự do chia cho doanh thu cao hơn 5%, công ty được xem là tốt, có của ăn của để.

Trong trường hợp của Anheuse-Busch, lưu chuyển tiền tự do của công ty năm 2004 là 1,85 tỉ đô. Doanh thu trong năm đó là 14,93 tỉ đô, vậy lưu chuyển tiền tự do chia cho doanh thu đạt 12,4%, cao hơn tỉ lệ trung bình rất nhiều!

Tiêu chí 7: Ban lãnh đạo trung thực và có tài đầu tư tài sản

Đây là một trong những tiêu chí quan trọng nhất để đánh giá công ty, tuy nhiên nó cũng là tiêu chí khó xác định nhất. Không thiếu gì công ty có giám đốc điều hành và ban quản lý không làm việc vì lợi ích của cổ đông mà vì lợi ích bản thân họ. Bạn phải hiểu rằng ban giám đốc thật ra cũng chỉ là người làm thuê, thậm chí có thể không phải là cổ đông nữa. Kết quả, một số người tính đến quyền lợi cá nhân trước, như trả cho mình mức lương cao ngất ngưởng, tiêu xài hoang phí đến mức chẳng còn bao nhiêu để chia lời cho cổ đông.

Nhiều giám đốc lười cá còn cắt các khoản chi phí quan trọng như quảng cáo, R&D (nghiên cứu và phát triển) để tăng lợi nhuận ngắn hạn làm cho công ty có vẻ hoạt động tốt. Bạn có thể gọi “mánh” này là “tân trang”. Tuy vậy, xét về lâu dài, công ty sẽ mất dần thị phần và giá cổ phiếu sẽ giảm. Để đảm bảo giá trị cổ phiếu của công ty tăng về lâu dài, bạn phải chắc chắn rằng ban giám đốc đang điều hành công ty là những người thành thật và tài giỏi.

Vậy trước khi đầu tư vào một công ty, bạn hãy tự hỏi mình những câu hỏi này:

- Ban quản lý có làm việc vì lợi ích của cổ đông không?
- Ban quản lý có hành động nhằm tối đa hóa lợi nhuận trong tương lai và giá trị của cổ đông không?

Một lần nữa, không dễ tìm ra câu trả lời cho những câu hỏi trên, nhưng bạn có thể căn cứ vào một vài dấu hiệu sau để xét xem ban quản lý có làm việc vì lợi ích của cổ đông không.

Có tâm và có tài	Bất lương hoặc bất tài
Nắm giữ một phần lớn cổ phiếu của công ty	Bán phần lớn cổ phiếu của công ty Chọn bỏ một phần nhỏ tài sản vào cổ phiếu công ty, đầu tư tiền của mình ở chỗ khác
Giảm thiểu những chi phí xa hoa không cần thiết, giúp giảm chi phí hoạt động. Lương căn bản tương đối thấp nhưng tiền thưởng cao nếu làm tốt	Lương căn bản cao và chi phí cao. Chi cho những khoản hoang phí và xa hoa như gắn vòi nước bằng vàng trong phòng tắm
Chú trọng vào dài hạn. Thường giữ nguyên hay tăng chi phí đầu tư ngắn hạn (lợi nhuận ngắn hạn thấp hơn) để đảm bảo giá trị cổ phiếu tăng trong tương lai	Chú trọng vào ngắn hạn. Có thể cắt chi phí nghiên cứu & phát triển (R&D), quảng cáo hay những chi phí đầu tư khác để tăng lợi nhuận ngắn hạn, nhưng giảm lợi thế cạnh tranh dài hạn
Báo cáo tài chính trung thực, chịu trách nhiệm và chấp nhận sai lầm	Cố ý thay đổi báo cáo tài chính, che giấu chi phí và lỗ, đẩy lợi nhuận ngắn hạn lên cao

Thông thường, nếu một giám đốc thâm niên (đặc biệt là tổng giám đốc) giữ một phần đáng kể cổ phiếu của công ty, ta có cơ sở để tin rằng họ làm việc vì lợi ích tốt nhất của công ty, vì trong đó cũng có quyền lợi của họ. Bạn sẽ dễ dàng biết được số cổ phần mà mỗi người trong ban quản lý công ty nắm giữ bằng cách đọc báo cáo hàng năm, trong mục “Báo cáo ủy quyền” (Proxy statement) hay mục “Dành cho ban lãnh đạo” (Corporate governance section). Vì thế, nếu giám đốc điều hành hay những thành viên chủ chốt của công ty bất ngờ bán một phần lớn cổ phiếu mà họ nắm giữ thì đây có thể là dấu hiệu cho biết công ty này không đáng để bạn bỏ tiền vào. Bạn có thể theo dõi việc mua bán cổ phiếu của ban quản lý công ty bằng cách vào www.moneycentral.com và tìm ở mục “Insider Trades” (Mua bán nội bộ).

Một dấu hiệu khác là nhìn vào phần lương thưởng và những hậu đãi dành cho ban lãnh đạo, có thể tìm thấy trong mục “Báo cáo ủy quyền” hay “Dành cho ban lãnh đạo”. Những giám đốc thật sự lo cho công ty thường nhận lương rất thấp hoặc trung bình, còn tiền thưởng thì tùy thuộc vào kết quả hoạt động chung. Bằng cách này, họ chỉ được thưởng hậu hĩnh nếu công ty đạt lợi nhuận cao. Ban quản lý tốt cũng tránh những khoản tiêu xa hoa như ngồi ghế máy bay hạng nhất và các khoản chi phí khổng lồ khác. Sam Walton của Wal-Mart, một trong những công ty lớn nhất và thành công nhất thế giới, chỉ bay vé phổ thông để tiết kiệm tiền cho công ty. Tỉ phú Warren Buffett chỉ trả lương cho mình 100.000 đô/năm và hơn 70% tài sản cá nhân của ông nằm trong cổ phiếu của công ty (lương trung bình của giám đốc ở các công ty lớn thường từ 600.000 đô tới một triệu đô một năm). Đây là lý do tại sao công ty Berkshire Hathaway của Warren là một trong những doanh nghiệp có giá cổ phiếu đắt nhất thế giới (một cổ phiếu trị giá 88.700 đô vào năm 2005).

Trước khi mua một cổ phiếu nào đó, bạn cũng cần tìm hiểu những quyết định lớn của ban lãnh đạo về phát triển và đầu tư cho công ty trong vòng 5 năm qua. Đó là những thông tin được công bố trong Báo Cáo Hàng Năm, hoặc bạn có thể vào trang www.moneycentral.com và tìm mục “Key developments” (Những phát triển chính) hay “Recent news” (Tin mới nhất). Nếu thấy ban lãnh đạo có những quyết định không đi liền với lợi ích lâu dài của cổ đông, bạn đừng mua cổ phiếu này.

Nếu công ty mà bạn cho vào tầm ngắm đạt cả 7 tiêu chí trên, thì đấy là một công ty tốt và có tiềm năng gia tăng giá trị trong nhiều năm tới. Tuy vậy, nhà đầu tư giỏi chỉ mua cổ phiếu nếu giá thật hời. Hãy nhớ lại rằng trong ngắn hạn, thị trường có xu hướng phản ứng thái quá với tin xấu hoặc tốt, đẩy giá cổ phiếu lên quá cao hoặc quá thấp so với giá trị thực.

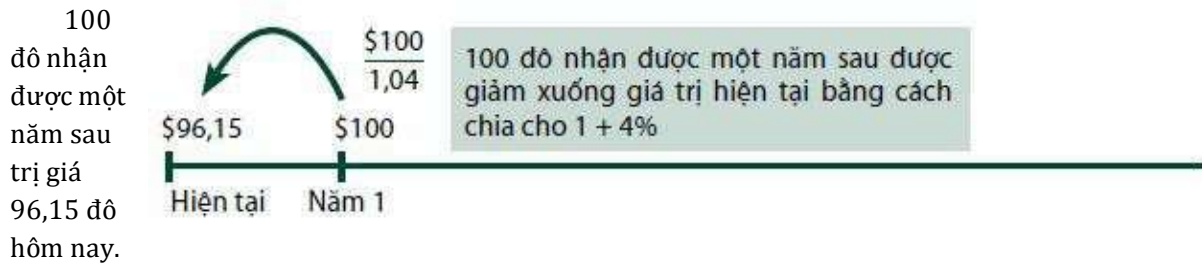
Bằng cách chỉ mua cổ phiếu với giá cực rẻ so với giá trị thực, bạn sẽ có cơ hội kiếm được nhiều tiền khi thị trường tự điều chỉnh. Bạn mua cổ phiếu càng rẻ thì khả năng mắc sai lầm và rủi ro càng thấp. Ví dụ, khi tôi mua cổ phiếu AIG với giá 51 đô sau khi công ty bị ảnh hưởng bởi tin xấu, tôi đã mua rẻ hơn 36% so với giá trị thực là 80 đô. Tôi tự tin đầu tư một phần lớn tiền vào đó vì tôi biết rằng tôi ít có khả năng mắc sai lầm và nguy cơ bị mất tiền.

Tiêu chí 8: Giá cổ phiếu thấp hơn giá trị thực

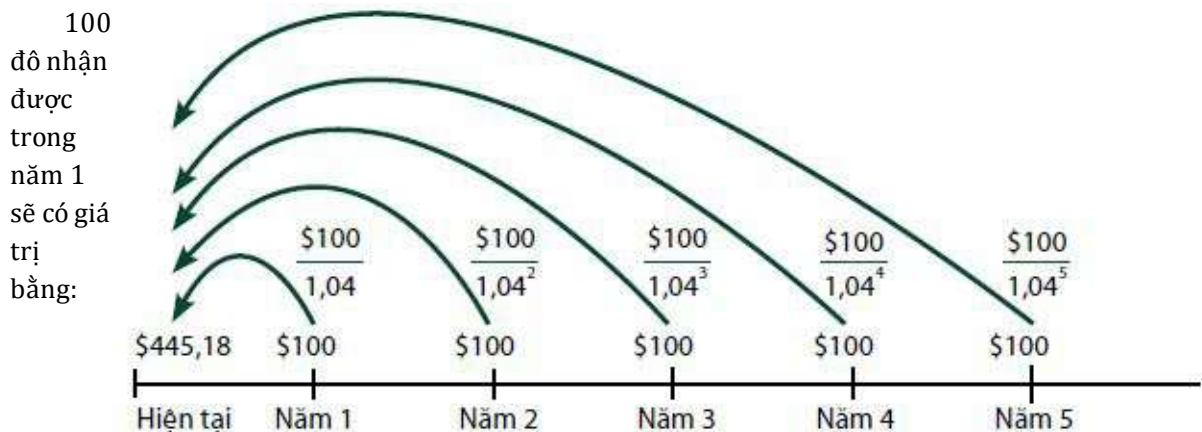
Để biết chắc mình mua cổ phiếu với giá hời, bạn phải biết cách tính giá trị thực của cổ phiếu. Tôi sẽ giải thích cho bạn bằng một ví dụ. Hãy trả lời câu hỏi: *“Bạn sẽ trả tối đa bao nhiêu tiền cho một cái máy mang về cho bạn 100 đô hôm nay?”*. Nếu bạn trả 100 đô cho một cái máy mang về 100 đô, bạn sẽ hòa vốn. 100 đô là giá tối đa bạn sẽ trả.

Vậy bạn sẽ trả tối đa bao nhiêu tiền để mua một cái máy có thể đem về cho bạn 100 đô trong vòng một năm? Bạn sẽ trả 100 đô ư? Tất nhiên là không vì bạn phải chờ một năm đằng đẳng để lấy lại vốn. Muốn biết bạn nên trả tối đa bao nhiêu hôm nay, ta cần làm một vài phép tính. Trước tiên

phải tính đến lãi suất an toàn (thường là lãi suất ngân hàng). Nếu lãi suất an toàn là 4%, bạn sẽ trả tối đa 96,15 đô ($100/(1+0,04)$) cho cái máy mua hôm nay. Tại sao? Vì nếu bạn bỏ 96,15 đô vào ngân hàng (đầu tư an toàn) với lãi suất 4%, sau một năm bạn sẽ có 100 đô. Vậy, 96,15 đô là số tiền hiện tại bạn sẽ đầu tư để có được 100 đô một năm sau. Nói cách khác, đồng tiền nhận được trong tương lai sẽ có giá trị thấp hơn tại thời điểm hiện tại. Để tính giá trị hiện tại của 100 đô nhận được sau một năm, ta lấy 100 đô chia cho $1 + 0,04$ (lãi suất an toàn) và được 96,15 đô. Công thức này được gọi là giảm giá trị tương lai để có giá trị hiện tại.



Bây giờ, bạn sẽ trả tối đa bao nhiêu tiền để mua một cái máy có thể mang về cho bạn 100 đô trong năm thứ nhất, 100 đô trong năm thứ hai, 100 đô trong năm thứ ba và tiếp tục cho đến năm thứ năm? Để tìm câu trả lời, bạn phải giảm giá trị của từng số tiền nhận được trong tương lai để tính được giá trị hiện tại của nó.



$100/1,04 = 96,15$ đô hôm nay

100 đô nhận được trong năm 2 sẽ có giá trị bằng: $100/1,04^2 = 92,46$ đô hôm nay

100 đô nhận được trong năm 3 sẽ có giá trị bằng: $100/1,04^3 = 88,90$ đô hôm nay

100 đô nhận được trong năm 4 sẽ có giá trị bằng: $100/1,04^4 = 85,48$ đô hôm nay

100 đô nhận được trong năm 5 sẽ có giá trị bằng: $100/1,04^5 = 82,19$ đô hôm nay

Vậy giá trị hiện tại của toàn bộ 5 lần trả tiền là 445,18 đô ($96,15$ đô + $92,46$ đô + $88,90$ đô + $85,48$ đô + $82,19$ đô). Giá trị của cái máy đáng giá tối đa 445,18 đô hôm nay.

Tương tự, khi bạn mua cổ phiếu, bạn mua một phần của công ty sẽ đẻ ra tiền từ năm này qua năm khác. Vì vậy...

Giá trị thực của một cổ phiếu chính là giá trị hiện tại của tổng số tiền sinh ra trong tương lai từ hoạt động kinh doanh.

Về mặt lý thuyết, giá trị thực của một công ty được tính bằng cách cộng tất cả số tiền sinh ra từ hoạt động kinh doanh (đến vô cực) và giảm số tiền đó thành giá trị hiện tại. Tuy vậy, trên thực tế, các

công ty không tồn tại mãi mãi. Một cách thận trọng, người ta thường giả thuyết rằng công ty chỉ tồn tại trong vòng 10 năm nữa. Vậy ta sẽ tính giá trị thực của cổ phiếu bằng cách cộng tất cả số tiền dự tính sẽ thu được từ hoạt động kinh doanh trong vòng 10 năm tới và giảm xuống giá trị hiện tại.

Tính giá trị thực của Anheuser-Busch

Hãy dùng ví dụ về Anheuser-Busch một lần nữa và tính giá trị thực của cổ phiếu công ty năm 2004. Trước khi có thể dự tính số tiền thu được từ hoạt động kinh doanh trong vòng 10 năm tới, ta phải tính tỉ lệ tăng trưởng trung bình hàng năm của dòng tiền từ hoạt động kinh doanh trong vòng 5 năm trước để làm mốc. Dùng máy tính tài chính, bạn có thể dễ dàng tính ra rằng dòng tiền từ hoạt động kinh doanh đã tăng 7,12% mỗi năm trong vòng 5 năm qua. Vậy ta sẽ giả sử dòng tiền từ hoạt động kinh doanh sẽ tiếp tục tăng với tỉ lệ 7,12% trong vòng 10 năm tới.

Làm thế nào để tính tỉ lệ tăng trưởng của dòng tiền từ hoạt động kinh doanh?

Trong Bảng Báo Cáo Lưu Chuyển Tiền Tệ, bạn dễ dàng tìm thấy mục "Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh" của công ty trong vòng 5 năm qua. Với Anheuser-Busch, những con số này như sau:

Năm 1999	2084,3 triệu đô	Năm 2002	2765,2 triệu đô
Năm 2000	2257,5 triệu đô	Năm 2003	2970,9 triệu đô
Năm 2001	2360,6 triệu đô	Năm 2004	2940,3 triệu đô

Dùng máy tính tài chính, ta dễ dàng tính được tỉ lệ tăng trưởng trung bình của dòng tiền trong vòng 5 năm qua. Đầu tiên, chọn chế độ "lợi nhuận tích lũy" (compound interest mode), sau đó nhập vào những giá trị sau:

$PV = -2084,3$, $FV = +2940,3$, $N = 5$, $P/Y = 1$, $C/Y = 1$, $PMT = 0$

Tính I, ta có 7,12%.

Điều này có nghĩa là trung bình, dòng tiền từ hoạt động kinh doanh tăng với tốc độ 7,12% một năm trong vòng 5 năm qua.

PV: Giá trị hiện tại (Present value)

FV: Giá trị tương lai (Future value)

N: Thời lượng (Number of periods)

P/Y: Số lần trả tiền một năm (Number of payment periods a year)

C/Y: Số lần trả lãi suất một năm (Number of compounding periods a year)

PMT: Số tiền trả mỗi lần (Payment per period)

I: Lãi suất (Rate of return)

(Ghi chú: Nếu không có máy tính tài chính, bạn có thể dùng Excel để tính tỉ lệ này bằng công thức RATE (N, PMT, PV, FV).)

Dự tính số tiền từ hoạt động kinh doanh trong vòng 10 năm tới (CF Proj)

Vì lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh của Anheuser-Busch năm 2004 là 2940,3 triệu đô, ta có thể dự tính nó sẽ tăng lên 3.150 triệu đô năm 2005; 3.374 triệu đô năm 2006; 3.614 triệu đô

năm 2007 và tiếp tục (chỉ cần tăng 7,12% mỗi năm). Bạn có thể thấy những con số này trong Bảng 1 bên dưới, ở dòng CF (Proj).

Tính hệ số giảm (Discount Factor - DF)

Xin nhớ rằng số tiền chúng ta nhận được trong tương lai có giá trị thấp hơn tại thời điểm hiện tại. Vậy ta phải giảm tất cả số tiền trong tương lai bằng một hệ số giảm. Lấy tỉ lệ lãi suất an toàn khá khiêm tốn là 4%, hệ số giảm (DF) được tính bằng cách lấy 1 chia cho $1,04^n$, với "n" là số năm cần giảm. Vậy hệ số giảm bạn thấy ở bảng tính 1, ở dưới là 0,96 ($1/1,04$); 0,92 ($1/1,04^2$); 0,89 ($1/1,04^3$) và cứ thế.

Giảm tất cả số tiền trong tương lai về giá trị hiện tại (Discounted Value - DV)

Giá trị sau khi giảm của số tiền trong tương lai (DV) được tính bằng cách nhân số tiền dự tính với hệ số giảm ($DV = CF \text{ (Proj)} \times DF$). Từ Bảng 1, bạn có thể thấy rằng giá trị sau khi giảm (DV) của tất cả số tiền trong tương lai đáng giá 3.024 triệu đô, 3.104 triệu đô, 3.217 triệu đô, 3.291 triệu đô và cứ thế.

Giá trị thực của cả công ty là tổng tất cả số tiền trong vòng 10 năm tới đã được giảm về giá trị hiện tại. Vậy giá trị thực của công ty là 34.682 triệu đô.	Tính giá trị thực của công ty Anheuser-Busch										
	Năm hiện tại: 2004										
	Tỉ lệ tăng trưởng của dòng tiền từ hoạt động kinh doanh: 7,12%										
	Lãi suất an toàn: 4%										
	Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh năm 2004 = 2940,3 triệu đô. Giá cổ phiếu hiện tại = 44 đô										
	Số cổ phiếu = 776,37 triệu										
	Năm	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	CF (Proj)	3150	3374	3614	3871	4147	4442	4758	5097	5460	5849
	DF	0.96	0.92	0.89	0.85	0.82	0.79	0.76	0.73	0.70	0.68
	DV	3024	3104	3217	3291	3401	3509	3616	3721	3822	3977
Giá trị là triệu đô											
Giá trị của công ty = cộng tất cả DV = 34.682 triệu đô											
CF (Proj) được làm tròn lên hàng triệu											

Để tính giá trị thực của một cổ phiếu, lấy 34.682 triệu đô chia cho tổng số cổ phiếu đang lưu hành (776,37 triệu cổ phiếu). Vậy,

Khi
giá cổ
phiếu
giảm thấp
hơn 44,67

$$\text{giá trị thực của một cổ phiếu} = \frac{34.682 \text{ triệu đô}}{776,37 \text{ triệu cổ phiếu}} = 44,67 \text{ đô}$$

đô, bạn có thể an tâm mua vào vì biết rằng bạn đang mua với giá rẻ hơn giá trị thực. Trong quý 4 năm 2005, giá cổ phiếu giảm dưới 41 đô, và đó là lúc tôi bắt đầu mua cổ phiếu này một cách tự tin.

Tại thời điểm tôi đang viết phiên bản hai của quyển sách này vào tháng 12 năm 2008, bạn có thể thấy nguồn vốn đầu tư của tôi vào BUD tăng trưởng như thế nào từ khi tôi bắt đầu mua cổ phiếu công ty vào năm 2005 với giá khoảng 41 đô/cổ phiếu.

Trên biểu đồ 5 năm của BUD bên dưới, giá cổ phiếu tăng đều từ 41 đô đến 68 đô, mang lại cho tôi 65,8% lợi nhuận đầu tư.

Biểu đồ 5 năm của Anheuser-Busch (BUD) từ năm 2004-2008

Hình lấy từ www.moneycentral.com

Cuối cùng, BUD được InBev (tập đoàn sản xuất bia tại Bỉ) mua lại vào ngày 18 tháng 11 năm 2008 với giá 70 đô/cổ phiếu, tạo nên công ty mới tên là Anheuser-Busch Inbev (ký hiệu: ABI).



Lưu ý: Nếu bạn vào một số trang web nghiên cứu như www.morningstar.com, bạn thường thấy giá trị thực của cổ phiếu cao hơn nhiều so với giá trị thực tôi đưa ra ở trên. Đó là vì phần lớn nhà phân tích cổ phiếu lấy giá trị hiện tại của tổng số tiền kiếm được trong tương lai cho tới vô cực. Tôi thận trọng hơn, chỉ lấy mốc thời gian là 10 năm.

Nếu công ty tốt nhưng giá cổ phiếu cao hơn giá trị thực thì sao?

Bạn sẽ làm gì nếu công ty bạn lựa chọn đạt cả 7 tiêu chí trên nhưng giá cổ phiếu hiện tại đang cao hơn giá trị thực? Câu trả lời là hãy kiên nhẫn chờ đợi cho tới khi có chuyện không vui nào đó xảy ra (bao giờ cũng có chuyện này chuyện kia), nhất định thị trường sẽ phản ứng thái quá, kéo giá cổ phiếu xuống thấp hơn giá trị thực. Đó là lúc bạn nên “nhảy vào” mua càng nhiều càng tốt. Những nhà đầu tư giỏi nhất thế giới thường đứng ngoài cuộc khi thiên hạ lạc quan vì thị trường khởi sắc và các cổ phiếu “rủ nhau” lên giá. Họ để dành tiền cho đến khi thị trường quay đầu đi xuống làm vạ lây cả những cổ phiếu tốt thật sự. Phải, chỉ lúc ấy họ mới tung tiền ra mua.

Thực tế, Warren Buffett từng bị người đời chỉ trích vì giữ quá nhiều tiền mặt và từ chối không đầu tư vào bất kỳ cổ phiếu nào khi thị trường chứng khoán bùng nổ từ năm 1999 tới năm 2000. Cuối cùng, ông lại là người được hưởng lợi khi thị trường sụp đổ, mất hơn 40% giá trị trong vòng hai năm sau đó, tạo cơ hội cho ông mua vào cổ phiếu của tất cả công ty tốt nhất với giá rẻ “như bèo”.

Khi nào nên bán cổ phiếu?

Câu hỏi quan trọng tiếp theo là khi nào nên bán cổ phiếu để lấy lợi nhuận. Vào lúc bạn cần tiền ư? Hay lúc giá tăng lên 20%? 50%? 100%? Hoặc khi giá cổ phiếu giảm xuống dưới 20%? Đây là những chiến lược thông thường được áp dụng bởi những người mua cổ phiếu mà không biết giá trị thật sự của nó.

Bạn không thể chỉ nhìn vào giá cổ phiếu để quyết định xem có nên bán hay không. Cần phải so sánh giá hiện tại với giá trị thực. Kể cả khi cổ phiếu đã tăng giá gấp 10 lần, bạn cũng không nên bán nếu nó vẫn còn thấp hơn giá trị thực. Đó là vì tiếp tục giữ cổ phiếu rẻ sẽ cho bạn lợi nhuận lớn hơn trong tương lai.

Ví dụ, lần đầu tiên tôi mua cổ phiếu của Osim International (kinh doanh các sản phẩm chăm sóc sức khỏe) là vào năm 2001 với giá trung bình là 0,46 đô. Hai năm sau, khi giá cổ phiếu tăng gấp đôi lên 0,90 đô, nhiều người bạn của tôi nghĩ rằng giá đã lên quá cao và không thể lên được nữa, nên họ bán ra để lấy lời. Dùng công thức giảm giá trị dòng tiền, tôi biết rằng giá trị thực của Osim là 1,70 đô, có nghĩa là với giá 0,90 đô, nó vẫn rẻ hơn giá trị thực tới 47%. Thay vì bán, tôi thậm chí còn mua thêm cổ phiếu với giá 0,90 đô. Đây là cách tôi tính toán để biết được giá trị thực của cổ phiếu là 1,70 đô.

TÍNH GIÁ TRỊ THỰC CỦA CỔ PHIẾU (DÒNG TIỀN trong 10 năm)										
(Thống nhất trong cách dùng đơn vị. Thường là triệu đô)										
Số tiền (hiện tại)	\$21,00									
Tỉ lệ tăng trưởng của tiền	20,00%									
Năm	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Số tiền (Dự tính)	\$25,20	\$30,24	\$36,29	\$43,55	\$52,25	\$62,71	\$75,25	\$90,30	\$108,36	\$130,03
Hệ số giảm	0,96	0,92	0,89	0,85	0,82	0,79	0,76	0,73	0,7	0,68
Giá trị được giảm	\$24,19	\$27,82	\$32,30	\$37,01	\$42,85	\$49,54	\$57,19	\$65,92	\$75,85	\$88,42
Giá trị hiện tại của dòng tiền trong 10 năm	\$501,08									
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành	295,37									
Giá trị thực của cổ phiếu	\$1,70									

Trong lúc tôi viết phiên bản đầu tiên của quyển sách này (ngày 3 tháng 3 năm 2006), giá của cổ phiếu Osim là 1,89 đô, vậy là tôi lời 110% so với lúc tôi mua với giá 0,90 đô và 320% lợi nhuận so với lúc tôi mua lần đầu với giá 0,45 đô.

Bên cạnh đó, nhiều nhà đầu tư tuân theo luật “20% cắt lỗ”. Điều này có nghĩa là lúc giá cổ phiếu rớt xuống dưới 20% giá mua vào, bạn nên bán ngay lập tức để cắt lỗ. Đối với các nhà đầu tư ngắn hạn, chiến lược này hoàn toàn hợp lý. Tuy vậy, là một nhà đầu tư nhắm đến lợi nhuận lâu dài, bạn phải tìm hiểu lý do tại sao giá cổ phiếu giảm.

Nếu đó là vì những tác nhân bên ngoài như chiến tranh hay suy thoái mà không ảnh hưởng đến giá trị thực của cổ phiếu, thì thay vì bán, bạn phải nhân cơ hội này để mua thêm vào vì bạn biết chiến tranh hay suy thoái rồi cũng sẽ qua đi, lúc ấy bạn sẽ giàu hơn rất nhiều. Nếu nguyên nhân là vì những quyết định sai lầm của ban lãnh đạo làm ảnh hưởng lợi nhuận ngắn hạn nhưng không ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh bền vững lâu dài của công ty (ví dụ trong trường hợp Mattel mua lại công ty khác dẫn đến lỗ 200 triệu đô), thì đây cũng là cơ hội tốt để tận dụng nỗi sợ hãi ngắn hạn của

thị trường mà mua thêm.

Tuy vậy, nếu giá cổ phiếu giảm vì tin xấu không phải nhất thời, bạn hãy bán ngay! Ví dụ, nếu công ty mất lợi thế cạnh tranh, giảm tỉ lệ lợi nhuận vì một đối thủ mạnh tham gia thị trường, hay vì tổng giám đốc bị dính vào vụ xì căng đan không thể khôi phục lại, thì tốt nhất ta nên cắt lỗ. Nhìn chung, bạn chỉ nên bán cổ phiếu khi rơi vào một trong năm trường hợp sau:

1. Bạn phạm sai lầm khi đánh giá công ty, nó không thỏa mãn cả 8 tiêu chí.
2. Trong lúc đánh giá hoạt động công ty hàng quý, bạn phát hiện ra những thay đổi tiêu cực của một trong 7 tiêu chí đầu tiên và sự thay đổi đó không phải nhất thời (ví dụ: giảm tỉ lệ lợi nhuận, giảm lợi nhuận trên một cổ phiếu, lợi nhuận so với vốn, v.v...).
3. Ban lãnh đạo hành động không dựa trên quyền lợi của cổ đông hay bán đi một phần lớn cổ phiếu mà họ đang nắm giữ.
4. Bạn tìm được một công ty khác tốt hơn và đang bán cổ phiếu với giá rẻ hơn nhiều so với giá trị thực. Mặc dù cổ phiếu bạn đang nắm giữ vẫn tốt, bạn có thể bán đi và đầu tư số tiền thu được vào một cổ phiếu khác tốt hơn.
5. Trong lúc đánh giá hoạt động công ty hàng quý, bạn nhận thấy giá cổ phiếu đã vượt quá giá trị thực.

Trong trường hợp của Osim International, khi giá cổ phiếu đạt mức 1,90 đô (vượt quá giá trị thực) vào tháng 9 năm 2006, tôi bán toàn bộ số cổ phiếu để thu về lợi nhuận.

Tuy nhiên, việc giá cổ phiếu Osim tăng cao hơn giá trị thực 1,70 đô KHÔNG phải là lý do chính khiến tôi quyết định bán. Có những lúc tôi vẫn tiếp tục giữ cổ phiếu cho dù giá cổ phiếu vượt quá giá trị thực. Tôi bán cổ phiếu Osim vì giá cổ phiếu đã tăng theo đường thẳng đứng, thường thì sau đó giá sẽ rút xuống.

Tôi cũng cảm thấy lo lắng khi nền tảng công ty bị thay đổi một cách tiêu cực và không có vẻ gì nhất thời. Hành động mua lại đại lý bán lẻ Brookstone ở Mỹ của Osim bắt đầu có dấu hiệu sai lầm. Lần đầu tiên Brookstone bị lỗ nặng khiến lợi nhuận của Osim suy giảm trầm trọng.

Bạn có thể thấy rõ ràng từ biểu đồ 5 năm của Osim, giá cổ phiếu rút từ 2 đô xuống còn 0,06 đô.

Biểu đồ 5 năm của Osim International từ năm 2004-2008

Hình lấy từ www.shareinvestor.com



Thế là bạn đã học được những chiến lược đầu tư hiệu quả nhất có thể giúp bạn kiếm được hàng triệu đô lợi nhuận. Bạn đã học được cách đầu tư vào quỹ và cách chọn một tập hợp những cổ phiếu riêng lẻ tốt. Tuy vậy, muốn “ăn ngon phải lặn vào bể”, hãy bắt đầu bằng việc nghiên cứu một số công ty mà bạn nghĩ có tiềm năng hoạt động tốt.

Vậy bạn sẽ bắt đầu từ đâu? Rõ ràng, bạn sẽ mất cả đời để tìm ra một công ty thích hợp để đầu tư nếu bạn đi theo bảng chữ cái vì có ít nhất 30 ngàn công ty đang được mua bán tại Mỹ và hàng ngàn công ty khác ở thị trường chứng khoán Châu Á. Đây là một vài gợi ý để bạn bắt đầu...

Nếu bạn muốn học những chiến lược đầu tư mới nhất mà tôi áp dụng (công nghệ thay đổi vài tháng một lần), hoặc bạn thật sự muốn làm chủ nghệ thuật làm giàu, hãy tham gia chương trình đào tạo 4 ngày Wealth Academy (Khóa học làm giàu) của tôi, trong đó tôi sẽ trực tiếp nâng kiến thức tài chính của bạn lên một tầm cao mới.

Phần VII

BIẾN ƯỚC MƠ TRIỆU PHÚ THÀNH HIỆN THỰC

CHƯƠNG 19

LÊN KẾ HOẠCH TRỞ THÀNH TRIỆU PHÚ

Chào mừng bạn đến với chương cuối cùng của quyển sách này. Tôi tin bạn cũng đồng ý với tôi rằng bạn vừa trải qua một cuộc hành trình tuyệt vời khám phá nhiều nẻo đường dẫn đến một cuộc sống giàu có hơn, viên mãn hơn. Tôi chắc rằng bạn đã được khơi nguồn cảm hứng từ nhiều ví dụ, câu chuyện về những con người bình thường tạo nên nghiệp lớn cùng những cách thức có thể giúp bạn đạt được những điều tương tự!

Trong 18 chương vừa qua, bạn đã học cách suy nghĩ như một triệu phú. Bạn đã học cách tăng cường giá trị bản thân lên gấp nhiều lần và cách tạo thêm nhiều nguồn thu nhập khác nhau. Bạn cũng đã học được nghệ thuật quản lý tiền bạc và cách lập kế hoạch tài chính cá nhân. Bạn đã khám phá được những phương pháp giúp bạn phổ biến ý tưởng tuyệt vời của mình đến với thị trường thế giới rộng lớn nhờ sức mạnh kết nối của Internet. Cuối cùng, bạn đã học được những bí quyết đã giúp những nhà đầu tư tài ba kiếm được hàng triệu đô lợi nhuận từ thị trường chứng khoán.

Vậy thì với tất cả những kiến thức và phương pháp đã học, bạn hãy bắt tay vào tạo dựng con đường làm giàu cho riêng mình. Hãy tự trả lời câu hỏi, *“Tôi muốn sống một cuộc sống như thế nào? 5 năm, 10 năm hay 20 năm nữa tôi sẽ là người như thế nào?”*. Hãy hình dung bạn là một người thợ xây có trong tay tất cả mọi dụng cụ, thiết bị và nguyên vật liệu cần thiết để xây nên một căn nhà đẹp nhất cho bản thân. Trước khi đặt viên gạch đầu tiên, bạn phải biết rõ hình dáng ngôi nhà mà bạn muốn xây như thế nào. Bạn phải tưởng tượng một bức tranh rõ ràng trong đầu: căn nhà có bao nhiêu phòng, vị trí cửa ra vào ở đâu, cửa sổ trông như thế nào, các bức tường được sơn màu gì, nhà có mấy tầng lầu v.v... Chỉ khi nắm trong tay bản vẽ hoàn chỉnh của căn nhà, bạn mới có thể bắt đầu xây dựng. Nếu có ai đó xây một căn nhà mà không hề có bản thiết kế cụ thể, cũng không biết trông nó hình thù như thế nào thì ta sẽ cho đó là một việc làm điên rồ, đúng không? Nhưng tiếc thay, đây chính là cách mà phần lớn mọi người sống cuộc đời mình: chẳng có kế hoạch gì! Hàng ngày họ làm việc mà không hề có ý niệm rõ ràng rằng mình đang làm vì cái gì. Cũng tương tự như người thợ xây mỗi ngày đặt từng viên gạch tại chỗ mình đứng mà không hề biết mình đang xây cái gì. Rốt cuộc, anh ta sẽ nhận được một “sản phẩm” không mong muốn, một bức tường chẳng hạn.

Tôi tin rằng bạn không phải là người phó thác số phận của mình vào tay kẻ khác hay để cho cuộc đời đưa đẩy. Tôi tin rằng bạn muốn có năng lực tự thiết kế vận mệnh của mình... và vào lúc này, bạn cảm nhận sức mạnh ấy rõ hơn bao giờ hết! Bạn thấy đó, trừ phi bạn có một mục tiêu cụ thể trong tâm trí và bắt đầu bước những bước dài về đích, sức mạnh của lượng kiến thức bạn vừa tiếp thu sẽ không bao giờ được tận dụng. Khi đề ra mục tiêu rõ ràng về những gì mình muốn, bạn sẽ tập trung

tất cả năng lượng của mình về hướng đó. Xác định mục tiêu cụ thể cho phép bạn vạch đường đi nước bước và lên kế hoạch chi tiết để đạt được nó.

Ví dụ, nếu mục tiêu của bạn là đạt mức độ dư dả tài chính trong vòng 5 năm với mức thu nhập 20 ngàn đô/tháng, chiến lược và kế hoạch hành động của bạn sẽ rất khác so với một mục tiêu khiêm tốn hơn là sau 15 năm sẽ về hưu với mức sống 10 ngàn đô/tháng. Để đạt được mục tiêu đầu tiên, bạn phải tạo ra nhiều nguồn thu nhập hơn, nhắm đến tỉ lệ lợi nhuận cao hơn, đầu tư nhiều thời gian và sức lực hơn. Nhưng nếu không có mục tiêu, bạn sẽ không biết phải bắt đầu từ đâu và cần phải làm gì.

Sức mạnh của việc thiết kế vận mệnh

Cho phép tôi nêu ra một ví dụ nổi tiếng về sức mạnh của mục tiêu. Năm 1952, người ta thực hiện một nghiên cứu về tác dụng của việc xác định mục tiêu. Đối tượng nghiên cứu là những sinh viên tốt nghiệp Đại học Yale. Cuộc khảo sát cho biết, chỉ có 3% tổng số sinh viên đề ra mục tiêu cụ thể trong cuộc sống. 97% còn lại, mặc dù cũng toàn là những người thông minh chăm chỉ, không hề có trong đầu lộ trình mà họ muốn đi trong vòng 5 hay 10 năm nữa. 20 năm sau, vào năm 1972, nhóm nghiên cứu quay trở lại tái điều tra đối tượng được hỏi vào năm 1952. Kết quả thật bất ngờ, tổng thu nhập của 3% người có mục tiêu rõ ràng lớn hơn toàn bộ thu nhập của 97% người còn lại! Một sự trùng hợp ngẫu nhiên hay thật sự là việc xác định mục tiêu rõ ràng trong cuộc sống sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới sự thành đạt trong sự nghiệp và mức độ giàu có của con người?

Nếu đọc tiểu sử của những người thành công nhất trong lịch sử, bạn sẽ biết rằng thành công của họ không phải do ngẫu nhiên mà có. Tại một thời điểm nào đó trong cuộc sống, họ dám nuôi mơ ước to lớn về tương lai. Rồi họ để cho những ước mơ cao đẹp này đưa đường dẫn lối cho những quyết định và hành động của họ, cho đến khi ước mơ biến thành hiện thực.

Chúng ta đã bàn nhiều về Warren Buffett trong những chương trước. Khả năng đầu tư và khối lượng tài sản khổng lồ của ông có phải đến với ông một cách tình cờ? Tất nhiên là không. Từ khi còn rất nhỏ, Warren đã có ý thức tự kiếm tiền và xác định mục tiêu rõ ràng: trở thành nhà đầu tư giỏi nhất thế giới. Sinh ra trong thời kỳ khủng hoảng khi cha ông đứng bên bờ vực phá sản, ngay từ lúc nhỏ, Warren đã học được giá trị của đồng tiền và tầm quan trọng của sự đảm bảo và an toàn về tài chính.

Thậm chí trước khi bước vào tuổi thiếu niên, Warren đã biết rõ rằng ông muốn trở nên giàu có, thật sự giàu có. Khi còn ngồi trên ghế tiểu học và sau này vào trung học, ông đã nói với bạn bè rằng ông muốn trở triệu phú trước tuổi 35 (vào năm 35 tuổi, tổng giá trị tài sản của ông đã vượt quá 6 triệu đô). Nhờ mục tiêu này mà Warren luôn nghĩ cách kiếm tiền, trong khi những đứa trẻ cùng tuổi chỉ biết xài tiền của cha mẹ. Ông thậm chí còn thuộc lòng quyển sách “1000 cách kiếm được 1000 đô” (A Thousand Ways to Make \$1000). Mới 6 tuổi, ông đã biết kinh doanh kiếm lời, ông mua một lốc 6 chai Coke với giá 25 xu và bán lại với giá 5 xu một chai, đạt mức lợi nhuận 16%. Ở tuổi 13, ông nhận công việc giao báo và thông qua những chiến lược tiếp thị và phân phối sáng tạo, ông giao cho hơn 500 khách hàng mỗi ngày. Năm 11 tuổi, ông dùng tất cả số tiền của mình đầu tư vào thị trường chứng khoán. Khoản đầu tư đầu tiên của ông là 3 cổ phiếu của công ty gọi là “City Service”. Trong khi phần lớn những đứa trẻ đồng trang lứa vẫn đọc truyện tranh thì Warren dành thời gian đọc báo cáo tài chính của công ty. Ở tuổi 14, ông kinh doanh trò chơi Pinball và kiếm được 175 đô một tuần, ngang với mức thu nhập trung bình của một người 25 tuổi vào năm 1944. Câu hỏi đặt ra: liệu ông có làm nổi những việc này nếu ông không đặt mục tiêu làm giàu ngay từ đầu không? Chắc chắn là không. Nhờ huy động tất cả năng lượng và hành động hướng đến mục tiêu, ông trở thành người giỏi

nhất trong bất kỳ việc gì ông làm.

Bạn không biết mình nên theo đuổi ngành nghề nào hoặc bản khoản không biết có nên mở công ty kinh doanh hay không ư? Chẳng hề chi! Một khi xác định được mục tiêu tài chính rõ ràng, tâm trí bạn sẽ bắt đầu hoạt động và hướng dẫn bạn đi theo đúng lộ trình cần đi. Trước khi George Lucas rời thị trấn quê nhà đi học đại học, ông đã quyết tâm trở thành triệu phú ở tuổi 30. Tuy vậy, vào thời điểm đó, niềm đam mê và giấc mơ của ông là trở thành tay đua xe nhà nghề. Sau khi bị một tai nạn khủng khiếp, ông bắt đầu thay đổi suy nghĩ về sự nghiệp và quyết định trở thành nhà làm phim. Nhờ tập trung và dồn hết sức lực cho mục tiêu của mình, ông trở thành triệu phú vào năm 28 tuổi. Tuy nhiên, như tôi đã đề cập ở chương 3, động lực chủ đạo của triệu phú không phải là tiền mà là niềm say mê công việc cháy bỏng. Tiền bạc khi ấy chỉ là thước đo thành công của họ. Thật vậy, lý do thúc đẩy Lucas dành trọn tâm sức để hoàn tất nhiệm vụ “bất khả thi”, tức là bộ phim “Chiến tranh giữa các vì sao” (Star Wars), không phải là tiền mà chính là giấc mơ được nhìn thấy điều mình hằng tưởng tượng xuất hiện trên màn ảnh rộng. Tiger Woods chưa bao giờ đề ra mục tiêu trở thành triệu phú. Năm 8 tuổi, khi trả lời phỏng vấn trên truyền hình sau khi thắng giải đánh gôn nghiệp dư, Woods tuyên bố mục đích cuối cùng của anh là trở thành tay chơi gôn giỏi nhất thế giới, và phá tất cả kỷ lục mà Jack Nicklaus đã lập nên. Chính ước mơ đó đã giúp anh tập trung 100% thời gian, năng lượng và suy nghĩ vào cuộc chơi. 14 năm sau, Woods trở thành tay chơi gôn giỏi nhất thế giới ở tuổi 22... Một lần nữa, chẳng có thành quả nào do ngẫu nhiên hay thần may mắn mang lại, mà là do ý chí phấn đấu không mệt mỏi của con người.

Năm đặc điểm quan trọng của một mục tiêu hiệu quả

Một mục tiêu vừa mang tính khả thi vừa có sức thúc đẩy bạn hành động phải thỏa mãn năm đặc điểm sau đây. Chúng ta hãy cùng tìm hiểu năm đặc điểm quan trọng này.

a. Cụ thể và đo lường được

Một trong những lý do chính giải thích tại sao phần lớn mọi người không bao giờ đạt được điều họ muốn là vì họ không xác định rõ mình muốn gì. Khi hỏi nhiều người về điều họ muốn đạt được trong vòng 10 năm tới, tôi thường nhận được những câu trả lời mơ hồ, chung chung và chẳng có chút quyết tâm nào như *“Tôi muốn có nhiều tiền hơn”, “Tôi muốn có công việc tốt hơn”, “Tôi muốn không phải lo lắng nữa”, “Tôi muốn nghỉ hưu sớm”*... Câu hỏi đặt ra tiếp là: Cụ thể bạn muốn có bao nhiêu tiền? Vào lúc nào? Bạn muốn thành công trong lĩnh vực nào? Bạn đòi hỏi mức thu nhập bao nhiêu? Bạn muốn có lối sống như thế nào khi về hưu? Bạn cần bao nhiêu tiền một tháng để thỏa mãn lối sống đó? Nhiều người hoàn toàn bối rối và ngơ ngác trước những câu hỏi này, họ chỉ biết trả lời *“Tôi không biết”*. Có thể họ không biết tí gì về điều họ muốn, hoặc họ sợ thể hiện sự quyết tâm của mình vì họ đã từng thất vọng trước đó.

Khi mục tiêu của bạn mập mờ như *“kiếm được nhiều tiền hơn... trong khả năng của tôi”*, bạn KHÔNG CÓ CÁCH GÌ đạt được nó. Làm sao bạn đánh giá được thế nào là “nhiều hơn”? Khi nào thì bạn biết mình đã đạt được mục tiêu? Khi mục tiêu của bạn không cụ thể và không đo lường được, bạn sẽ không biết mình phải làm gì để đạt được nó. Bạn có nên chuyển sang công việc mới không?

Bạn cần đầu tư bao nhiêu tiền một tháng? Bạn cần tạo ra bao nhiêu nguồn thu nhập mới? Bạn cũng không thể lên kế hoạch hoặc bắt tay vào thực hiện.

Tuy nhiên, nếu có một mục tiêu rất rõ ràng như *“Trong vòng 24 tháng đạt mức thu nhập 20 ngàn đô/tháng”*, bạn có thể bắt đầu lên kế hoạch cụ thể! Giả sử bạn là một chuyên viên tư vấn bảo hiểm và

thu nhập hiện tại là 5.000 đô/tháng, như vậy bạn biết rõ trong vòng 2 năm bạn phải tìm cách kiếm thêm 15 ngàn đô/tháng! Điều này buộc bạn phải suy nghĩ và hành động khác đi. Hãy nhớ rằng MỌI VIỆC TRÊN ĐỜI đều có thể làm được, vấn đề chỉ là ở phương pháp. Ví dụ, bạn biết rằng một số đồng nghiệp của mình kiếm được 9.000 đô/tháng! Vậy thì bạn cần học theo cách của họ, tìm hiểu xem họ tìm khách hàng tiềm năng như thế nào, họ có bao nhiêu khách hàng một tháng, họ sắp xếp bao nhiêu cuộc hẹn với khách hàng mỗi ngày, đối tượng khách hàng mà họ nhắm tới là ai, cách trình bày sản phẩm của họ, cách họ bán hàng, cách họ giữ liên lạc với khách, v.v... Nếu bạn cũng làm đúng như vậy thì sớm muộn gì bạn cũng ĐẠT được kết quả tương tự. Thậm chí nếu bạn đang nắm giữ một công việc trả lương cố định, bạn vẫn có thể đặt ra mục tiêu được cất nhắc lên vị trí cao hơn hoặc đề nghị công ty thực hiện các chương trình bổng lộc khuyến khích nhân viên rồi tìm hiểu xem bạn phải đạt hiệu quả trong công việc như thế nào để có được nó.

Kể cả khi lương hàng tháng của bạn tăng lên 9.000 đô, bạn biết rằng bạn cần có thêm nguồn thu nhập mang lại 6.000 đô nữa. Bạn có thể lập kế hoạch kinh doanh những thứ mà bạn đam mê tại nhà, giúp bạn kiếm thêm 3.500 đô/tháng, viết sách hoặc phát triển một loại sản phẩm trí tuệ nào đó để nâng thu nhập thêm 1.000 đô/tháng, và dạy thêm vào cuối tuần để bù vào 1.500 đô/tháng còn thiếu. Bạn thấy đó, việc đặt ra một cột mốc cụ thể là 20 ngàn đô/tháng thúc ép bạn phải nghĩ ra những ý tưởng và kế hoạch thực hiện. Có phải mọi ý tưởng lớn nhỏ của bạn đều đơm hoa kết trái và chắc chắn bạn sẽ đạt được 20 ngàn đô/tháng trong vòng 24 tháng không? Chẳng có gì đảm bảo 100% cả, nhưng tôi tin chắc rằng nếu bạn dám nghĩ dám làm, thu nhập của bạn sẽ tăng lên đáng kể!

Hãy nhớ rằng khi bạn đặt ra mục tiêu, bạn có thể không đạt được nó ngay trong lần đầu tiên. Nhưng chẳng hề chi, điều quan trọng là bạn đã hành động và tiến dần về phía mục tiêu của mình. Miễn là bạn tiếp nhận thông tin phản hồi, cải thiện phương pháp thực hiện và tiếp tục hành động, cuối cùng bạn sẽ đạt được kết quả mong muốn (thói quen thứ 8 của triệu phú).

b. Thử thách bản thân

Điều gì khiến bạn cảm thấy hứng thú hơn? Tăng thu nhập lên 10 lần hay tăng gấp đôi? Đạt được mức độ tự do về tài chính trong vòng 10 năm hay 50 năm? Điều gì khiến bạn thức dậy phấn khởi vào mỗi buổi sáng? Ý nghĩ kiếm đủ tiền sống qua ngày hay “săn lùng” thêm 10 nguồn thu nhập khác để giúp bạn có được cuộc sống trong mơ? Lý do đa số mọi người không cảm thấy có động lực thực hiện mục tiêu của mình là vì mục tiêu ấy không đủ hào hứng đối với họ. Con người trở nên biếng nhác vì nuôi những ước mơ quá bé mọn. Khi bạn xác định mục tiêu to lớn và đầy cảm hứng, rồi hình dung rõ ràng cảnh mình đạt được những điều đó, bạn sẽ cảm thấy tràn trề sinh lực và háng hái hành động!

Như vậy, mục tiêu bạn đề ra cần lớn lao, thú vị, giúp khơi gợi trí tưởng tượng và niềm đam mê của bạn! Một mục tiêu đầy thách thức, hứng khởi cũng buộc bạn phải suy nghĩ vượt ra ngoài khuôn khổ thông thường và đẩy bạn ra khỏi không gian thoải mái hiện có. Chẳng hạn, mục tiêu tăng thu nhập thêm 10% chắc chỉ đủ sức khiến bạn làm việc chăm chỉ hơn và hy vọng được tăng lương thôi.

Tuy nhiên, kể cả khi bạn đã xác định mục tiêu tăng gấp đôi thu nhập, nhưng không làm gì khác đi thì bạn cũng không sao thực hiện nổi. Để tăng gấp đôi thu nhập, bạn phải nghĩ ra những cách làm mới mẻ, sáng tạo. Tôi chắc rằng với những gì bạn học được trong quyển sách này, bạn có thể nghĩ ra ít nhất một tá ý tưởng.

Liệu điều đó có nghĩa là bao giờ bạn cũng đạt được mục tiêu mình đặt ra ngay lúc đầu không? Không! Nhưng nếu bạn nhắm đến Mặt Trăng thì dù chưa đến đích, bạn vẫn đang đi giữa các vì sao.

Còn nếu bạn chỉ dám vươn đến ngọn tre đầu ngõ, bạn sẽ rơi bịch xuống đất.

“Không thể là một từ đao to búa lớn được phát ngôn bởi những người nhỏ bé, khiến họ cảm thấy dễ dàng sống trong thế giới của mình, hơn là dám khám phá sức mạnh giúp họ có thể thay đổi nó.”

Thông điệp trong chiến dịch quảng cáo của Adidas

Cái cớ xưa như trái đất mà người ta hay viện ra để bào chữa cho việc không dám nhắm tới những mục tiêu cao rộng là vì họ sợ như thế là “không thực tế”. Vậy bạn có nghĩ rằng tôi thực tế khi đặt ra mục tiêu kiếm được một triệu đô đầu tiên ở tuổi 26? Liệu cậu bé 8 tuổi Tiger Woods dám tuyên bố mục tiêu trở thành người số 1 trong môn thể thao được thống trị bởi người da trắng thời đó là thực tế? Còn anh em nhà Wright, không hề có chút kiến thức về kỹ thuật nhưng dám nghĩ rằng họ có thể tạo ra một cỗ máy biết bay có phải là người thực tế?

Mục tiêu có thực tế hay không tùy thuộc vào phương pháp bạn chọn. Một việc trước đó chưa ai làm hoặc rất khó thực hiện không có nghĩa là nó không thực tế. Đơn giản là chưa có nhiều người đủ đam mê và kiên nhẫn để tìm ra cách làm đúng đắn. Nếu tôi, cũng như những người bạn khác trong trường, học hành chăm chỉ để tìm một công việc “sáng cấp ô đi tối cấp ô về” thì mục tiêu kiếm được một triệu đô vào năm 26 tuổi là chuyện hoang đường. Nhưng vì tôi dám làm những việc khác biệt và học theo cách của những triệu phú, mục tiêu của tôi trở nên rất thực tế.

Ở đâu có ý chí, ở đó có con đường, chỉ cần bạn mong muốn và quyết tâm thực hiện thì tất cả mọi mục tiêu đều thực tế (thói quen thứ 7 của triệu phú). Bạn thân mến, khi bạn có cơ hội tự thiết kế cuộc đời mình, hãy dẹp đi nỗi sợ hãi, thận trọng và cho phép mình mơ những ước mơ lớn.

c. Được thúc đẩy bởi những lý do mạnh mẽ

Một nguyên nhân khác khiến nhiều người không có đủ động lực để đạt được mục tiêu tài chính của mình là vì họ không biết rõ TẠI SAO họ muốn điều đó. Họ không có lý do thật sự thuyết phục họ phải kiếm được hàng triệu đô hoặc trở nên dư dả tài chính. Nếu không có lý do mạnh mẽ hậu thuẫn cho mục tiêu của mình, bạn sẽ không bao giờ có đủ động lực để đạt được nó.

Tôi chắc rằng bạn không muốn có tiền chỉ để tích trữ nhiều tờ giấy đủ màu sắc. Tiền chính là công cụ và phương tiện giúp bạn đạt được những thứ quan trọng trong cuộc sống như hỗ trợ gia đình, chăm sóc sức khỏe, tâm linh và niềm vui cá nhân.

Là con người, chúng ta thường bị cảm xúc tác động mạnh mẽ. Hành động của mỗi người đều bị chi phối bởi những “phím nóng” cảm xúc riêng biệt, được gọi là giá trị sống!

Nhiều người tìm được nguồn động lực từ giá trị “được công nhận” và “chiến thắng”, như Donald Trump, một người cực kỳ hứng thú với những cuộc tranh tài và ghét bị thua cuộc. Chính cảm giác chiến thắng trong những cuộc chơi lớn làm bùng cháy ngọn lửa trong ông, khiến ông hăng say làm việc. Số bạc tỷ mà ông kiếm được chỉ đơn thuần là thước đo mức độ chiến thắng của ông.

Một số người được thúc đẩy bởi giá trị “an toàn” (như Warren Buffett). Tôi cho rằng chính việc Warren lớn lên trong một gia đình khó khăn về tài chính đã giúp ông ý thức được tầm quan trọng của sự an toàn. Giá trị này là yếu tố thúc đẩy ông kiếm được thật nhiều tiền.

Những người khác đưa giá trị “đóng góp” lên hàng đầu. Ví dụ như George Soros. Ông không

kiếm tiền để sống xa hoa mà là để làm “từ thiện chính trị”. Ông dùng tiền của mình để ủng hộ chế độ dân chủ, vì ông tin rằng đây là nhân tố quan trọng giúp cải thiện cuộc sống nhân dân. Tôi cũng biết rất nhiều chuyên viên tư vấn tài chính vẫn tiếp tục làm việc hết mình kể cả khi họ đã đạt được mục tiêu tài chính. Tại sao vậy? Đó là vì họ nhận thức sứ mệnh của mình là tạo ra sự khác biệt trong cuộc sống của người khác. Một lần nữa, đối với họ, tiền chỉ là thước đo và công cụ mà họ dùng để giúp đỡ ngày càng nhiều người hơn.

Bạn hãy tự hỏi những giá trị nào đang thúc đẩy bạn trong cuộc sống? Đó là sự công nhận, an toàn, tự do, gia đình, tôn giáo, tình bạn, tình yêu, quyền lực hay cảm giác cống hiến? (Bạn có thể tham khảo một quyển sách khác của tôi có tựa đề “Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh” để hiểu thêm về sức mạnh của các giá trị sống và làm sao để khám phá ra động lực thúc đẩy bạn.)

Hãy dành thời gian suy nghĩ và viết ra 5 giá trị quan trọng nhất trong cuộc sống của bạn. Hãy tự trả lời câu hỏi: “Điều gì quan trọng nhất đối với tôi? Điều gì có sức thúc đẩy tôi mạnh mẽ nhất?”.

Giá trị sống của tôi

1.
2.
3.
4.
5.

Một khi biết rõ các giá trị sống của mình, bạn cần tận dụng chúng để thúc đẩy bản thân thực hiện mục tiêu. Ví dụ, nếu mục tiêu của bạn là tăng gấp đôi thu nhập trong vòng 12 tháng, bạn phải viết ra tất cả lý do tại sao điều này lại quan trọng đối với bạn. Chỉ khi những lý do bạn nêu ra thống nhất với các giá trị sống của bạn, bạn mới thật sự tìm được nguồn động lực để hành động. Sau đây là một số lý do mạnh mẽ thúc đẩy nhiều người kiếm thật nhiều tiền.

- Chia sẻ với những người kém may mắn hơn mình (đóng góp)
- Chứng minh với bản thân và những người chung quanh là tôi có thể thành công (tự hào)
- Trở thành người giỏi nhất trong lĩnh vực đã chọn (thành công)
- Mang lại những điều tốt nhất cho người thân (gia đình)
- Tăng gấp đôi thu nhập nghĩa là tăng gấp đôi giá trị mang đến cho khách hàng và những người xung quanh. Tạo ra sự khác biệt trong cuộc sống của nhiều người nhờ công việc của mình (đóng góp)
- Cảm giác yên tâm khi biết rằng nhu cầu của bản thân và gia đình sẽ luôn được đáp ứng (an toàn)

d. Bản kế hoạch hành động

Bạn có thể đặt ra những mục tiêu đầy cảm hứng cùng những lý do thuyết phục nhất, nhưng nếu bạn không lập nên kế hoạch hành động cụ thể thì những mục tiêu ấy vẫn mãi là phi thực tế. Mục tiêu không gì khác hơn là những ước mơ. Khi bạn lên kế hoạch hành động, ước mơ sẽ trở nên KHẢ THI.

Khi bạn bắt tay vào thực hiện theo kế hoạch, ước mơ sẽ trở thành HIỆN THỰC.

Để đạt được số tài sản trị giá 300 ngàn đô trong vòng 3 năm, bạn phải lên kế hoạch kiếm được bao nhiêu tiền một tháng và làm thế nào để tạo thêm những nguồn thu nhập khác. Bạn phải đặt mục tiêu để dành và đầu tư bao nhiêu mỗi tháng cùng với mục tiêu lợi nhuận cần thiết để sở hữu 300 ngàn đô sau 3 năm.

Ở cuối chương này, tôi có đính kèm “Bản kế hoạch làm giàu” mà tôi dùng để vạch ra những ý tưởng làm giàu mới. Bản kế hoạch này có tác dụng gợi ý cho bạn về những điều kiện và bước đi cần thiết để biến một ý tưởng thành nguồn thu nhập.

e. Thời hạn

Chỉ khi bạn đặt ra thời hạn cho mục tiêu của mình, bạn mới có thể lên kế hoạch hành động và cảm nhận được sự cấp bách của việc đạt được mục tiêu.

Thiết kế lộ trình thành triệu phú ngay bây giờ...

Thế là mục tiêu bạn đề ra đã hội đủ năm yếu tố cần thiết, đây là lúc khơi lên ngọn lửa đam mê trong bạn, giúp bạn bắt tay vào thiết kế con đường đi đến cuộc sống mơ ước của mình.

Tôi xin nhắc lại một lần nữa, tiền không phải là động cơ thúc đẩy bạn trong dài hạn, nó chỉ là phương tiện giúp bạn đạt được những điều khác lớn lao hơn trong cuộc sống. Tiền ví như con thuyền chở bạn đến bến bờ mà bạn mong muốn. Không ai bước lên thuyền chỉ để ngồi lênh đênh giữa dòng mà không nhắm đến một bến đỗ nào. Như vậy, bạn phải đặt ra những mục tiêu tài chính gắn liền với những mục tiêu mà bạn mong muốn đạt được cho gia đình, xã hội, bạn bè, sức khỏe, mong ước cá nhân, v.v...

Trong những trang sắp tới, tôi muốn bạn dành 100% quyết tâm viết ra tất cả những mục tiêu bạn muốn đạt được trong các lĩnh vực chính của cuộc sống. Bạn cần hoàn toàn tập trung và không bị phân tán vào bất cứ chuyện gì khác trong vòng 20 phút. Hãy khóa chặt cửa phòng và mở một bản nhạc truyền cảm hứng, nếu thích. Hãy gạt bỏ mọi băn khoăn, nghi vấn và viết ra từ trái tim bạn. Lúc này, xin bạn đừng lo nghĩ về khả năng có thực hiện được mục tiêu hay không. Điều quan trọng là bạn cần để cho tâm trí bạn tự do nghĩ tới mọi ĐIỀU CÓ THỂ và cảm thấy hào hứng về những điều đó. Cố gắng hình dung về các mục tiêu càng cụ thể và càng dễ đo lường càng tốt. Xin nhớ rằng đó phải là những mục tiêu to lớn, thú vị đi kèm với thời hạn hoàn thành. Bạn đã sẵn sàng chưa? Bắt đầu nào!

Mong ước cá nhân và lối sống

Cuộc sống trong mơ của bạn sẽ như thế nào? Đây là những mong ước cá nhân mà bạn tha thiết muốn được thỏa mãn? Bạn muốn đi du lịch vòng quanh thế giới? Mua một căn nhà bên bãi biển? Lái xe thể thao? Tự tay xây ngôi nhà trong mơ của mình?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Đóng góp cho cộng đồng và tôn giáo

Bạn muốn gây dựng quỹ từ thiện để giúp người tàn tật? Cấp học bổng cho học sinh hiếu học? Cứu trợ đồng bào gặp thiên tai? Lãnh đạo cộng đồng? Cố gắng hiến thời gian và sức lực cho các tổ chức tôn giáo? Nhận nuôi trẻ mồ côi?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Gia đình và bạn bè

Bạn muốn làm gì hay đóng góp những gì cho những người mà bạn yêu mến và quan tâm? Bạn muốn gửi con vào những trường đào tạo tốt nhất? Dành nhiều thời gian cho con hơn? Sửa nhà cho cha mẹ? Đi du lịch vòng quanh thế giới với người bạn đời? Tặng những món quà giá trị cho người thân?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sức khỏe và phát triển bản thân

Bạn muốn học lấy bằng Thạc sĩ Quản trị kinh doanh (MBA)? Mua và học chơi đàn piano? Tham gia các câu lạc bộ thể dục thể thao?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Rõ ràng, nhiều mục tiêu bạn liệt kê ở trên cần phải có tiền mới thực hiện được. Bây giờ, bạn hãy viết ra tất cả các mục tiêu tài chính bạn muốn đạt được trong ngắn hạn và dài hạn

Mục tiêu tài chính

Bạn muốn đạt mức thu nhập như thế nào trong vòng từ 1 đến 10 năm sau?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bạn quyết tâm tạo thêm những nguồn thu nhập nào?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bạn dự định để dành và đầu tư bao nhiêu mỗi tháng?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Số tiền cụ thể bạn muốn để dành trong một khoảng thời gian nhất định là bao nhiêu? Ví dụ: Tiết

kiếm 200 ngàn đô để trả tiền đặt cọc mua nhà trong 5 năm.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bạn có ý định đạt tới bốn mức độ giàu có vào những thời điểm nào: mức độ vững vàng, an toàn, tự do và dư dả tài chính? Đây là những khoản tài sản gia tăng mà bạn sẽ dùng để đạt được mục tiêu thu nhập thụ động? Sau đây là cơ hội để bạn điền vào bảng kế hoạch tài chính đã được đề cập đến trong chương 5 (bạn hãy quay lại chương 5 để ôn lại bốn mức độ giàu có).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

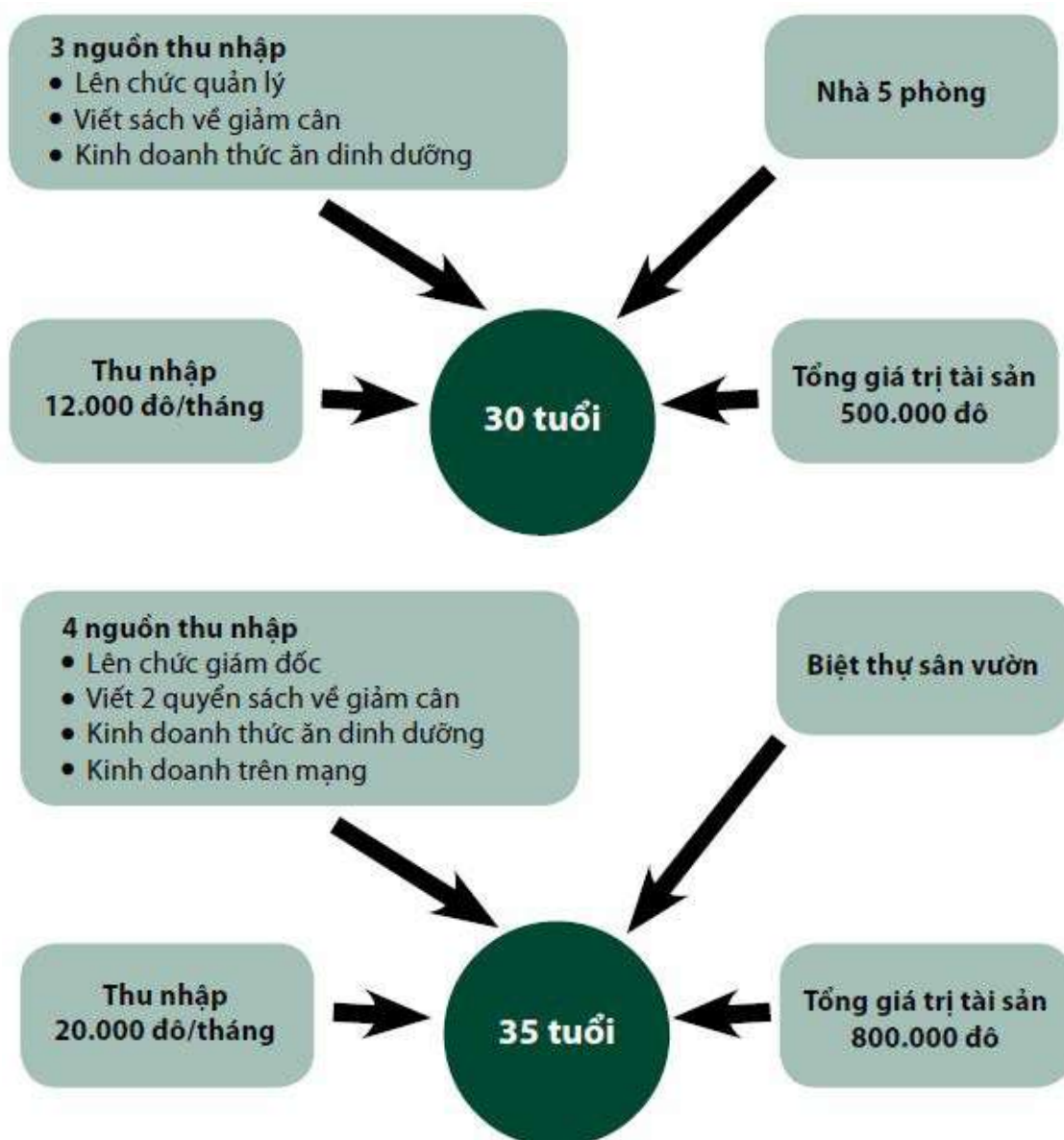
.....

Vạch ra con đường vươn tới thành công

Vậy thì bạn nên làm gì với những mục tiêu vừa đặt ra? Thông thường đây là giai đoạn ai cũng cảm thấy hưng phấn và say mê, nhưng chỉ được một thời gian ngắn, sau đó đa số xù dần rồi quên bẵng những mục tiêu này và quay về với nếp sống cũ.

Nếu muốn giữ vững nhiệt huyết trong lòng, bạn phải nhìn vào những mục tiêu này hàng ngày. Chúng phải luôn hiện diện trong tâm trí bạn! Để buộc mình phải ghi nhớ, tôi viết các mục tiêu của mình ra giấy rồi dán bên cạnh bàn làm việc. Tôi thậm chí còn viết mục tiêu của mình lên hình nền máy vi tính để nhìn thấy chúng mỗi ngày khi bật máy lên.

Yếu tố khiến mục tiêu của bạn có sức hấp dẫn chính là việc thiết kế chúng sao cho thật đẹp như một biểu đồ lớn để bạn thấy rõ mỗi năm trôi qua, mình tiến tới gần mục tiêu tài chính như thế nào. Trong từng độ tuổi, hãy liệt kê những mục tiêu bạn muốn đạt được vào thời điểm đó. Tôi còn cắt hình ảnh (từ tạp chí) những thứ mà tôi mơ ước mua được và dán chúng vào biểu đồ của mình. Ví dụ, tôi từng dán hình một tòa nhà hai lầu tuyệt đẹp cạnh ô “Tuổi 33”. Ở tuổi 31, tôi đã đạt được mục tiêu mua căn nhà mơ ước của mình. Bên dưới là ví dụ của một biểu đồ mục tiêu.



Bắt đầu hành động

Một trong những thử thách bạn sẽ đối mặt là làm sao để luôn giữ được ngọn lửa động lực cháy sáng. Nhiều người biết mình phải làm gì và làm như thế nào, nhưng họ lại không làm. Thói trì hoãn chính là trở ngại lớn nhất khiến đa số mọi người không về đến đích. Hãy học cách vượt qua sự trì hoãn và tái lập trình ngôn ngữ tư duy của bạn để thành công.

Trong quyển sách bán chạy của tôi, “Làm chủ tư duy, thay đổi vận mệnh”, tôi hướng dẫn độc giả cách làm chủ suy nghĩ và cảm xúc của mình, biến nỗi sợ hãi thành sức mạnh và thói trì hoãn thành

động lực đi tới. Có ba phương pháp hiệu quả mà bạn có thể áp dụng để vượt qua sự trì hoãn và bắt tay vào việc ngay!

a. Thông báo rộng rãi

Như đã nói ở trên, khi bạn chia sẻ ước mơ và mục tiêu của mình với bạn bè, gia đình và đồng nghiệp, bạn đặt mình vào tình thế buộc phải làm cho bằng được. Khi bạn cho người khác biết mục tiêu của mình, họ sẽ không để cho bạn quên đâu!

b. Hành động trong vòng 36 tiếng

Khó nhất là khi bạn phải bước những bước đi đầu tiên để tiến đến mục tiêu. Tất cả chúng ta ai cũng trải qua trạng thái “ỳ”, cản trở chúng ta hành động. Tuy nhiên, vào thời điểm bạn bắt tay vào việc và nhận thấy sự tiến triển, bạn sẽ có động lực tiếp tục cho đến khi hoàn thành mục tiêu.

Với mỗi mục tiêu đặt ra, bạn hãy viết ra ba bước mà bạn phải thực hiện trong vòng 36 tiếng đồng hồ. Nếu hoàn tất ba bước đó, khả năng bạn tiếp tục hành động là rất cao. Ví dụ, mục tiêu của bạn là bán sách dạy nấu ăn trên mạng, ba bước mà bạn có thể tiến hành ngay để buộc mình phải quyết tâm là: (1) đăng ký tên miền, (2) lên kế hoạch kinh doanh và (3) đóng tiền đăng ký kinh doanh. Tôi cho rằng nếu làm xong ba bước này ngay lập tức, não bộ sẽ khiến bạn nghiêm túc hơn và hành động nhiều hơn.

c. Tìm một nhóm người ủng hộ

Không thể chối bỏ tầm quan trọng của việc tìm được một nhóm người luôn hậu thuẫn và ủng hộ bạn trong việc thực hiện mục tiêu. Tôi phát hiện ra lý do số một khiến người ta mất phương hướng và động lực phát sinh từ những người mà họ giao tiếp mỗi ngày. Bạn có thể rất phấn khích sau khi đọc quyển sách này và hăm hở với những mục tiêu đề ra, nhưng nếu bạn vẫn trò chuyện, qua lại với những người phí phạm thời gian vào việc chat chit, nhảy nhót ngoài vũ trường, bạn sẽ bại trận trong cuộc chiến vươn tới thành công.

Mặt khác, nếu những người bạn kết giao cứ mở miệng ra là nói về thị trường chứng khoán, về những cơ hội kinh doanh, hoặc dùng thời gian để nghiên cứu đầu tư, thì hãy tin tôi, bạn sẽ vững vàng và bền chí trên con đường làm giàu. Có một câu châm ngôn rất đúng rằng *“Bạn bè tạo ra ta hoặc làm hỏng ta”*. Những người bạn gần gũi nhất chính là những người ảnh hưởng tới niềm tin, giá trị sống, suy nghĩ và khát vọng của bạn nhiều nhất.

Buôn có bạn, bán có phường, hãy cố gắng kết nối một nhóm bạn cùng chia sẻ giấc mơ tài chính với bạn, để có thể ủng hộ và thúc đẩy lẫn nhau. Thực tế, nhiều người tham gia chương trình Wealth Academy (Khóa học làm giàu) của tôi đã nói với tôi rằng một trong những lợi ích lớn nhất mà họ nhận được chính là những người mà họ gặp gỡ trong khóa học! Những người bạn này đã trở thành nhân tố quan trọng dẫn tới thành công của họ sau khóa học. Chính vì thế, trong chương trình Wealth Academy (Khóa học làm giàu), chúng tôi luôn khuyến khích mọi người lập hội làm giàu, gặp gỡ nhau hàng tháng để các thành viên có thể giúp đỡ nhau đạt được giấc mơ.

Sức mạnh của hội làm giàu

Trong quyển sách dạy làm giàu thuộc hàng kinh điển “Nghĩ và làm giàu” (Think & Grow Rich),

Napoleon Hill, sau nhiều nghiên cứu, đã cho biết 500 người giàu nhất thế giới có một điểm chung. Đó là họ đều thuộc về các hội nhóm bao gồm những người có chí hướng giống nhau, cùng tiếp nhận và chia sẻ kiến thức, lời khuyên, thông tin, các mối quan hệ và động viên nhau tiến bước trên con đường làm giàu.

Đúng thế, thời gian đã chứng minh rằng phía sau mỗi cá nhân thành đạt là một hội nhóm thành công, bao gồm bạn bè, đồng nghiệp hay đối tác làm ăn. Tại sao bạn luôn cần một nhóm người hỗ trợ mạnh mẽ để đạt được mục tiêu tài chính của mình? Đó là vì để kiếm được hàng triệu đô, bạn cần rất nhiều kiến thức, kỹ năng, thông tin, các mối quan hệ và ý tưởng, những điều mà một người khó lòng làm được trong một thời gian ngắn. Hội nhóm làm giàu sẽ giúp bạn tận dụng kinh nghiệm của những người khác... và đây chính là chìa khóa mở cánh cửa giàu có. Một lần nữa, con người chính là nguồn tài nguyên quý giá nhất dẫn đến thành công! Hội nhóm làm giàu mang lại cho bạn ba yếu tố sau:

a. Giải phóng năng lực sáng tạo

Một cái đầu, dù thông minh và hiểu biết đến mấy cũng chỉ giới hạn trong một khối lượng kiến thức, kinh nghiệm và nguồn cảm hứng nhất định. Nhiều cái đầu cùng tập trung vào một vấn đề sẽ nhân rộng sức mạnh vô tận của ý tưởng, trí sáng tạo cũng như tầm nhìn.

Điều này được gọi là “sức mạnh cộng hưởng”. Năm người làm việc với nhau sẽ có sức mạnh sáng tạo bằng 50 người riêng lẻ cộng lại! Tất cả những ý tưởng vĩ đại nhất trên thế giới đều là kết quả của việc kết hợp các ý tưởng tuyệt vời của một nhóm người.

Giả sử bạn là một đầu bếp giỏi và muốn mở một tiệm ăn giúp bạn có thu nhập cao hơn. Bạn có thể nấu ăn rất giỏi, nhưng lại không am hiểu về nhân sự để tuyển chọn và đào tạo nhân viên, về địa ốc để xác định vị trí bán hàng tốt nhất, không biết tìm ở đâu ra nhà cung cấp uy tín, cách quảng cáo, tiếp thị và cách tạo ra quy trình kinh doanh hiệu quả...

Những người có khả năng trong từng lĩnh vực ấy sẽ bổ sung cho bạn kiến thức mà bạn còn thiếu và cung cấp những mối quan hệ quý báu giúp việc kinh doanh của bạn mau chóng lớn mạnh. Bao giờ cũng có những việc mà nếu chỉ làm một mình, bạn không thể nào làm tốt nhất được.

b. Sức mạnh của các mối quan hệ

Người Trung Quốc có câu tổng kết bốn yếu tố giúp người ta thành công là: Trí tuệ, quan hệ, tiền tệ và đồ đệ. Trong bốn nhân tố trên thì đã có hai nhân tố thuộc về quan hệ. Mạng lưới quan hệ rộng giúp bạn tuyển được nhân viên tốt, chọn được đối tác tốt, nhà cung cấp tốt, và quan trọng hơn cả là khách hàng! Một mình, bạn có thể chỉ biết được trên dưới 300 người để mời họ đến mua hàng. Với một nhóm 8 người, tổng số quan hệ của bạn tăng lên 2400 ngay lập tức! Tôi có thể khẳng định với bạn từ kinh nghiệm bản thân rằng nhờ các mối quan hệ mà nhiều cơ hội mở ra trước mắt tôi vào từng thời điểm khác nhau.

c. Đồng hội đồng thuyền tát cạn biển Đông

Thật lòng mà nói, con đường đời, nhất là con đường làm giàu đầy khó khăn trắc trở, thường thì ngoảnh đi ngoảnh lại ta chỉ thấy có một mình. Phần lớn bạn cũ và người thân trong gia đình không phải là người cùng chung chí hướng, không hiểu và thông cảm với bạn nên không thể là nguồn hỗ trợ bạn cần. Với một nhóm đồng hội đồng thuyền, bạn có những người bạn cùng chia sẻ mục tiêu và

giá trị sống, liên tục động viên, khích lệ bạn đạt được mục tiêu của mình.

Lời nhắn gửi cuối sách

Bạn thân mến, thế là chúng ta đã đến đoạn cuối của quyển sách nhưng đây mới chỉ là điểm khởi đầu của cuộc hành trình học hỏi của bạn. Cho dù bạn học được bao nhiêu điều và áp ử những dự định gì thì hãy luôn nhớ: bạn phải luôn ở trong tâm trạng “thèm” được thành công, như người đói thèm ăn, người khát thèm uống và luôn khao khát đón nhận kiến thức mới. Tôi khuyên bạn hãy chủ động mở rộng kiến thức và kỹ năng của mình bằng cách tìm đọc tất cả những quyển sách mà tôi nêu ra trong mục tham khảo cuối sách.

Với tất cả kiến thức, bài học và chiến lược bạn học được từ quyển sách này, điều duy nhất cản trở bạn đạt được sự giàu có bất tận chính là việc thiếu kiên trì. Vậy bạn hãy hành động ngay lập tức và tôi đảm bảo rằng bạn sẽ giàu có lên từng ngày. Tôi hy vọng rằng một ngày kia chúng ta có thể gặp nhau trên đường đời hay trong khóa học Wealth Academy (Khóa học làm giàu). Khi ấy, tôi hy vọng sẽ được nghe về những thành công vang dội của bạn. Nếu muốn viết cho tôi, bạn có thể đăng câu hỏi của bạn trên blog của tôi www.adam-khoo.com. Để có thêm thông tin và nguồn kiến thức về thành công, hãy vào trang web của Adam Khoo Learning Technologies Group www.akltg.com. Chúc bạn may mắn và kiên định trên con đường chinh phục bốn mức độ giàu có!

Thân,

Adam Khoo

Ý tưởng làm giàu	
Tên người/nhóm:	
Vấn đề: Nhu cầu:	Ý tưởng làm giàu (cụ thể, đo lường được và đầy thử thách)
Thông tin và các mối quan hệ cần có Số điện thoại liên lạc 1 2 3 4 5 6 7	Những thử thách có thể gặp 1 2 3 4 5
Tiếp thị ý tưởng Ý tưởng này có độc nhất vô nhị không? Nó có tạo thêm giá trị cho chất lượng cuộc sống con người, hơn hẳn những gì đã có không? Thị trường có đủ lớn không? Thị trường có đủ khả năng và sẵn sàng trả tiền không? Có đối thủ nào không? Chúng ta có thể trở thành số 1, 2 hoặc 3 không? Thị trường có tăng trưởng không? Ý tưởng này có quy mô lớn không? (Có khuếch đại và/hoặc nhân rộng cho nhiều người được không?)	
Đây có phải là đầu tư tốt không? Có những điểm mạnh, điểm yếu nào? Cơ hội thành công có cao không?	

Chiến lược làm giàu	
Những việc cần làm	Cách thức tiến hành
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

Tiến = Ý tưởng + Hành động

Kế hoạch làm giàu		
Các bước hành động	Thời điểm bắt đầu	Thời hạn
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

Hành động biến ước mơ thành hiện thực!

Tham khảo

- Allen, Robert., *Multiple Streams of Income* (NJ: John Wiley & Sons Inc, 2000).
- Allen, Robert., *Multiple Streams of Internet Income* (NJ: John Wiley & Sons Inc, 2001).
- Bach, David., *Start Late, Finish Rich* (NY: Random House Inc, 2005).
- Boyett, Joseph & Boyett, Jimmie., *The Guru Guide to Money Management* (NJ: John Wiley & Sons Inc, 2003).
- Buffett, Mary & Clark, David., *The New Buffettology* (NY: Simon and Schuster, 2002).
- Dorsey, Pat., *The Five Rules for Successful Stock Investing* (NJ: John Wiley & Sons Inc, 2004).
- Fisher, Philip., *Common Stocks and Uncommon Profits* (NY: John Wiley & Sons Inc, 1996).
- Graham, Benjamin., *The Intelligent Investor 4th Edition* (NY: Harper & Row, 1973).
- Hansen, M & Allen R., *The One Minute Millionaire* (Australia: Random House, 2002).
- Kiyosaki, Robert., *If You Want to be Rich & Happy Don't Go to School?*
(Fairfield CT: Asian Publishing, 1992).
- Kroc, R & Anderson, R., *Grinding it Out: The Making of McDonalds* (Chicago: Contemporary Books, 1977).
- Lynch, Peter., *Beating the Street* (NY: Simon & Schuster, 1994).
- Montgomery, Curtis., *Building the Perfect Portfolio* (Singapore: Wallstrait.com, 2004).
- O'Keefe, J., *Business Beyond the Box* (London: Nicholas Brealey Publishing, 1998).
- Robbins, A., *Awaken the Giant Within* (New York: Summit Books, 1991) Stanley, Thomas., *The Millionaire Mind* (Kansas City: Andrews MacMeel Publishing, 2000).
- Tier, Mark., *The Winning Investment Habits of Warren Buffett & George Soros* (Hong Kong: Inverse Books, 2004).
- Trump, Donald., *The Art of the Comeback* (NY: Crown Business, 1997).
- Young, Jeffrey & Simon, William., *icon Steve Jobs* (NJ: John Wiley & Sons Inc, 2005)

Dịch giả Trần Đăng Khoa

Trần Đăng Khoa không chỉ là một chuyên gia đào tạo đầy tài năng, mà còn là một doanh nhân

trẻ thành đạt, một dịch giả được yêu quý. Chỉ mới quay về Việt Nam chưa đầy hai năm, nhưng những quyển sách, những bài diễn thuyết và những khóa học của anh đã tạo nên nhiều ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ đến hàng trăm nghìn người, khiến anh được xem như một hiện tượng của giới trẻ Việt Nam. Anh trở thành tấm gương thành đạt trước tuổi 30 được yêu mến nhờ ý chí và khát vọng vươn lên không ngừng từ hai bàn tay trắng.

Trong vai trò dịch giả, Trần Đăng Khoa đã giúp **Tôi Tài Giỏi, Bạn Cũng Thế!** nhanh chóng trở thành quyển sách bán chạy nhất tại Việt Nam chỉ sau hơn một tháng ra mắt. Sau đó, quyển sách này đã được công nhận như một “hiện tượng giáo dục” với hơn 200.000 bản sách in được bán ra và hơn 400.000 bản sách điện tử được phân phối. Không những thế, những quyển sách tiếp theo của anh trong năm 2009-2012 như: **Con Cái Chúng Ta Đều Giỏi, Làm Chủ Tư Duy Thay Đổi Vận Mệnh, Bí Quyết Tay Trắng Thành Triệu Phú, Bí Quyết Gây Dựng Cơ Nghiệp Bạc Tỷ, Những Bước Đơn Giản Đến Ước Mơ, Mặt Phải, Bí Quyết Thành Công Dành Cho Tuổi Teen, Giải Pháp Đột Phá...** đều đang là những quyển sách bán chạy nhất, được hàng trăm ngàn độc giả trên cả nước yêu thích. Cho đến nay, những quyển sách của anh (bao gồm cả sách in và sách điện tử) đã đến với hơn **1.000.000** độc giả trên khắp cả nước.



Trong vai trò chuyên gia đào tạo, Trần Đăng Khoa đã được công nhận là Master Trainer của Tập đoàn Giáo dục và Đào tạo hàng đầu khu vực – Adam Khoo Learning Technologies Group (có trụ sở chính đặt tại Singapore và chi nhánh ở khoảng 15 thành phố trên thế giới).

Chỉ sau hơn một năm quay về Việt Nam, anh đã diễn thuyết trực tiếp cho hơn 20.000 khán thính giả trên cả nước. Những buổi diễn thuyết và khóa học của anh đều được thính giả đánh giá rất cao về sự lôi cuốn hấp dẫn, tính hữu ích và hiệu quả thực tế. Đặc biệt, khóa học **Tôi Tài Giỏi!** đã chính thức trở thành một hiện tượng thật sự trong lĩnh vực huấn luyện và đào tạo kỹ năng sống. Chính vì thế, Trần Đăng Khoa đã nhanh chóng được biết đến và công nhận như là chuyên gia đào tạo hàng đầu được nhiều người yêu mến nhất Việt Nam hiện nay.

Trong vai trò doanh nhân, chỉ trong vòng chưa đầy 2 năm, Trần Đăng Khoa đã đưa **TGM Corporation** từ một công ty non trẻ chỉ có 4 nhân viên khi mới được thành lập vào đầu năm 2009 trở thành một công ty trị giá hàng triệu đô la với gần 100 nhân viên và hàng trăm huấn luyện viên. Hiện nay, có mặt tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội, sở hữu hai Trung tâm Đào tạo Kỹ năng sống chất lượng quốc tế đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam, và hàng loạt các đầu sách bán chạy nhất, TGM tự hào là công ty hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực xuất bản và đào tạo phát triển bản thân.

Thông tin về anh Trần Đăng Khoa và những đóng góp của anh đã nhiều lần xuất hiện trên các báo: **Tuổi Trẻ, Thanh Niên, Sài Gòn Giải Phóng, VNExpress, Doanh Nhân Sài Gòn, Nhịp Cầu Đầu Tư, Giáo Dục Thời Đại, Người Đô Thị, Đại Đoàn Kết, Gia Đình và Xã Hội, Mục Tím, Hoa Học Trò, Sinh Viên Việt Nam,...** các kênh truyền thanh truyền hình: **VTV1, VTV2, VTV3, VTV4, VTV6, HTV3, HTV7, HTV9, O2TV, VTC, VCTV, SCTV, VOV, Fansipan TV,...** và các chương trình uy tín được nhiều khán giả quan tâm: **Người Đang Thời, Muôn Mặt Chuyện Nghề, Người Việt Trẻ, Sức Sống Mới, Nhịp Cầu Tuổi Trẻ,...**

Bạn có thể tìm hiểu thêm về chuyên gia đào tạo -

dịch giả Trần Đăng Khoa tại trang web:

www.trandangkhoa.com

hoặc trên Facebook:

www.facebook.com/diengia.trandangkhoa

Dịch giả Uông Xuân Vy



Uông Xuân Vy là một phụ nữ trẻ tràn đầy nhiệt huyết. Từng là học sinh lớp chuyên Anh trường Bùi Thị Xuân và được tuyển thẳng vào Đại học Kinh tế, chị lại tiếp tục thi đậu vào khoa Quản trị kinh doanh (School of Business Administration) của trường Đại Học Quốc Gia Singapore (National University of Singapore).

Niềm đam mê thật sự của chị là mang kho tàng kiến thức của thế giới về Việt Nam thông qua những quyển sách được chuyển ngữ với chất lượng cao nhất. Do đó, chị đã từ bỏ công việc tại tập đoàn Yahoo! Đông Nam Á ở Singapore, trở về quê hương để nắm giữ vai trò Giám đốc Xuất bản tại **TGM Corporation**.

Với phương châm “Mang chất lượng vào kiến thức”, những quyển sách do chị xuất bản được đầu tư công phu từ việc chọn lọc nội dung kỹ lưỡng đến công đoạn dịch thuật chính xác, rồi biên tập lại với ngôn từ trong sáng, dễ đọc, dễ hiểu, gần gũi với văn hóa Việt Nam... để mang lại những giá trị hữu ích cho độc giả người Việt. Vì vậy, TGM nói chung và chị nói riêng luôn tự hào về những quyển sách liên tục nằm trong danh sách bán chạy nhất và được độc giả cả nước yêu thích.

Chị là dịch giả của những quyển sách nổi tiếng như: **Tôi Tài Giỏi Bạn Cũng Thế!**, **Con Cái Chúng Ta Đều Giỏi**, **Làm Chủ Tư Duy Thay Đổi Vận Mệnh**, **Bí Quyết Tay Trắng Thành Triệu Phú**, **Bí Quyết Gây Dựng Cơ Nghiệp Bạc Tỷ**, **Những Bước Đơn Giản Đến Ước Mơ**, **Mặt Phải**, **Bí Quyết Thành Công Dành Cho Tuổi Teen**, **Giải Pháp Đột Phá...** Cho đến nay, những quyển sách của chị (bao gồm cả sách in và sách điện tử) đã đến với hơn **1.000.000 độc giả** trên khắp cả nước.

Bạn có thể tìm hiểu thêm về dịch giả Uông Xuân Vy tại trang web:

www.uongxuanvy.com

hoặc trên Facebook:

www.facebook.com/dichgia.uongxuanvy

Chia sẻ ebook: <http://downloadsach.com>

Follow us on Facebook: <https://facebook.com/caphebuoitoi>