

ĐÀN ÔNG GIẤU PHỤ NỮ

điều gì trong kinh doanh?



Khám phá
những bí mật của
nam doanh nhân thành đạt



TRƯỜNG ĐẠI HỌC
KINH TẾ QUỐC DÂN



NHÀ XUẤT BẢN
LÀO HỒNG - XÃ HỘI

Christopher V. Flett

LỜI NÓI ĐẦU

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

Tham gia cộng đồng chia sẻ sách : Fanpage :

<https://www.facebook.com/downloadsachfree>

Cộng đồng Google : <http://bit.ly/downloadsach>

Nếu đọc các cuốn sách về kinh doanh hiện nay, bạn sẽ thấy đàn ông kể những câu chuyện về quá trình và cách thức họ xây dựng công ty của mình. Họ kể về hào quang của thành công và sự vẻ vang khi trở thành Số 1 trong cùng lĩnh vực kinh doanh. Những người đàn ông khác sẽ đọc những câu chuyện thành công này và khát khao trở thành người như vậy. Chúng tôi cố gắng trèo lên đỉnh núi, dừng lại trong giây lát để tận hưởng cảm giác được nhìn ngắm quang cảnh, rồi lại tìm kiếm một đỉnh núi khác để chinh phục. Đàn ông gặp khó khăn khi chỉ chú tâm vào quá trình thực hiện. Bởi lẽ, đối với chúng tôi, mục tiêu là tất cả chứ không phải quá trình thực hiện. Chúng tôi không quan tâm đến người khác thực hiện mục tiêu như thế nào. Chúng tôi chỉ muốn biết cảm giác thành công và chúng tôi sẽ chỉ ra cách chúng tôi đi đến đó trong những phần sau.

Mặt khác, phụ nữ lại viết sách về cách thức để có thể hiểu được đàn ông trong kinh doanh và cách bơi cùng những “con cá mập” này. Sách của các tác giả nữ mà tôi đã đọc thường tốn nhiều giấy mực để khuyên phụ nữ tiến về phía trước trong kinh doanh bằng cách tránh xa các Alpha Male⁽¹⁾. Tuy nhiên, khi tránh những mối quan hệ công việc với người thành đạt và quyết tâm hoàn thành công việc thì thành công mà bạn từng mong muốn cũng đồng thời trôi tuột khỏi tay bạn.

Những tác giả đề xuất cách thức tránh xa dựa trên những trải nghiệm trong quá khứ cũng như cách nhìn nhận của họ về những trải nghiệm này. Người ta có thể hiểu được quan điểm này, đặc biệt kể từ cách đây một thế hệ, khi phụ nữ mới phát hiện ra họ có thể giữ những vị trí nào trong lực lượng lao động. Tuy nhiên, những tác giả này cũng như quan điểm của họ rơi vào thế bất lợi do họ là phụ nữ và họ không biết đàn ông thực sự nghĩ gì. Và đó chính là điều mà tôi muốn nói. Dù quan điểm của tôi cũng có được từ trải nghiệm cá nhân nhưng tôi phải thú nhận rằng, tôi chính là người đàn ông mà trong ngôn ngữ của các tác giả nữ kia thì bạn nên tránh xa. Các Alpha Male có những định kiến về vai trò của người phụ nữ trong công việc, nhưng chính những người phụ nữ mới là người khiến những định kiến ấy không thay đổi. Bằng cách phá vỡ hình mẫu phụ nữ không quan tâm đến quyền lực và ngừng công kích những người phụ nữ khác, một người phụ nữ không chỉ nhận được sự bình đẳng tại nơi làm việc mà còn có thể đảm nhận vị trí lãnh đạo bỏ trống của một Alpha Male trong mô hình kinh doanh cũ. Đối với phụ nữ, kẻ thù lớn nhất của họ trong kinh doanh chính là những người phụ nữ khác, đặc biệt là những phụ nữ cố ý công kích nhau để đạt được thành công trong công việc như nam giới và những người phụ nữ vẫn tiếp tục hài lòng với việc trao quyền của họ cho đàn ông và hành xử như những tấm gương để những

người phụ nữ khác noi theo.

Cuốn sách này không phải là một câu chuyện vinh quang. Nó cũng không phải là một câu chuyện cổ tích của thế kỷ XXI, nơi những thiếu nữ trong cảnh nghèo khó lại trở thành giám đốc điều hành doanh nghiệp (CEO). Cuốn sách này mô tả xác thực cách một người đàn ông quan niệm về kinh doanh và về người phụ nữ trong kinh doanh. Đây không phải là một bài phê bình hay một danh sách những gợi ý phụ nữ cần thay đổi như thế nào. Thay vào đó, tôi muốn chia sẻ với phái đẹp về cách phái mạnh suy nghĩ và cư xử trong kinh doanh cũng như phái mạnh hiểu về cách hành xử của phái đẹp như thế nào.

Đây không phải là một cuộc chiến, đúng ra nó là một cuộc đàm luận muộn màng. Tôi không hề cảm thấy hối tiếc khi viết cuốn sách này. Điều này có nghĩa rằng cuốn sách chỉ là phần mở đầu chứ không phải là toàn bộ cuộc đàm luận. Tôi đảm nhận trách nhiệm nhóm lửa, nhưng duy trì ngọn lửa là việc của bạn. Một khi bạn đã biết, bạn không thể gạt bỏ những tri thức đó, và tôi hi vọng cuốn sách này sẽ thay đổi cách làm việc của bạn cũng như những người phụ nữ bạn gặp.

PHẦN I: QUAN ĐIỂM CỦA ĐÀN ÔNG

1

I. BẠN LÀ AI

Bao nhiêu trong số những điều sau đây đúng với bạn?

- Bạn thích làm người khác cảm thấy họ thật đặc biệt tại nơi làm việc.
- Bạn mang những món ăn mình tự làm chia sẻ với đồng nghiệp.
- Bạn quan tâm đến sinh nhật cũng như ngày kỷ niệm của mọi người và chúc mừng họ vào ngày đó.
- Bạn thích lên kế hoạch cho các bữa tiệc và sự kiện của công ty.
- Bạn muốn mọi người thấy bạn trong hình ảnh một người với ổng tay áo xắn cao, luôn xông xáo và nhanh nhẹn giúp đỡ mọi người trong các hoạt động của công ty.
- Bạn để ý đến những thứ mọi người thích dù rất nhỏ và khi có dịp, bạn sẽ dùng những thông tin đó để khiến họ ngạc nhiên.
- Bạn thích ngồi yên lặng và tránh xa mọi thứ trừ phi bị yêu cầu.
- Bạn khuyên mọi người cách làm thế nào để khỏi bị cảm lạnh.
- Bạn tin rằng nếu ai đó muốn điều gì thì họ nên đến gặp và hỏi bạn.
- Bạn đã quyết định rằng mình không nhất thiết phải là tâm điểm của sự chú ý và bạn sẽ để mặc cho bọn to mồm kia đấu đá với nhau.
- Bạn muốn được mọi người là một phần thiết yếu của nhóm và là người sẽ tập trung vào tất cả các chi tiết.
- Bạn nghĩ rằng đi uống thứ gì đó sau giờ làm là cách tuyệt vời để xây dựng và thắt chặt mối quan hệ.
- Bạn mong đợi các sự kiện của công ty, như tiệc Giáng Sinh hay giải đấu golf, ở đó bạn có thể thư giãn hoàn toàn và thân mật hơn với các đồng nghiệp.
- Bạn đi nghỉ lễ hoặc nghỉ phép với các đồng sự.
- Bạn quan tâm đến golf và dành thời gian chơi môn thể thao này để có thể thuận tiện trong giao dịch công việc với đối tác ngay trên sân.
- Bạn học cách thích thú với các sự kiện thể thao để có thể tham gia đàm luận về chúng.
- Bạn trở thành một chuyên gia trong việc giả vờ như đang lắng nghe cuộc nói chuyện bằng cách gật đầu và mỉm cười để duy trì cuộc nói chuyện.
- Bạn tìm hiểu về động cơ xe để có thể trêu đùa với nam đồng nghiệp ở văn phòng.
- Bạn có quy tắc rõ ràng về cách tương tác của mọi người với bạn và dễ méch lòng nếu ai đó vượt quá giới hạn.

- Bạn tin rằng phòng thủ chặt chẽ là một hình thức tấn công hiệu quả.
- Bạn có cá tính mạnh và không ngại xô người khác ngã nếu họ cản đường bạn.
- Bạn thích được mọi người coi là một “quyền lực phải được tính đến”.
- Bạn sẽ tấn công nếu bị khiêu khích, để đối tượng thấy rằng bạn nghiêm túc với những việc bạn làm.
- Bạn tin rằng để trở thành một nhà lãnh đạo, bạn phải dùng khả năng của mình tác động lên nhóm khi nhóm đi sai đường.
- Bạn thích quản lý mọi người với quả đấm sắt bọc nhung, cứng rắn nhưng ý nhị.

Xin chia buồn! Càng nhiều phát biểu đúng với bạn thì mức độ bạn hạ thấp mình so với các nam đồng nghiệp trong kinh doanh càng lớn. Tôi đoán là bạn không hoàn thành được thỏa thuận kinh doanh cụ thể nào, không được mời đến các hội nghị hay được các đồng nghiệp nam coi trọng. Bạn cũng không tiến bộ nhanh như mong đợi. Những điều này bạn có thấy quen thuộc không?

Bạn đang tự làm hỏng sự nghiệp của chính mình. Tuy nhiên, bây giờ bạn đã có điểm khởi đầu để đổi theo phần còn lại của cuốn sách này.

Sự biến đổi của một Alpha Male

Giống như hầu hết các Alpha Male, tôi lớn lên dưới cái bóng của cha mình. Ông ấy từng là một cảnh sát mạnh mẽ và có uy quyền, ông dành phần lớn thời gian trong cuộc đời để điều hành các công ty xây dựng. Ông là một người đàn ông nổi trội, năng nổ, cầu tiến, không thể cản bước và thành đạt. Thật khó để giới trẻ có thể noi gương ông ấy. Vào các kỳ nghỉ hè, tôi dậy sớm, ăn sáng cùng ông và sau đó làm việc trong sân hoặc quanh nhà như sơn hàng rào, chạy đường dây cáp, nhổ và cắt cỏ. Tôi quan sát các bạn tôi đi xe đạp và ước gì mình có thời gian rỗi như thế, nhưng tôi chỉ được phép chơi với các bạn sau khi làm việc và trước bữa tối. Thỉnh thoảng, tôi cũng được đi chơi sau bữa tối. Tôi thường than vãn với bố rằng điều đó thật bất công vì mùa hè là khoảng thời gian để trẻ con nghỉ ngơi. Ông nói với tôi rằng các bạn tôi và bố mẹ chúng thiếu kỷ luật và ông đang nuôi dạy tôi để tôi khác với bọn chúng. Tôi thường cùng các bạn bàn mưu để cha cho tôi ra ngoài chơi. Thỉnh thoảng, cha tôi cho phép nhưng về cơ bản thì tôi nghỉ hè là để lao động. Tôi còn nhớ tôi là đứa trẻ duy nhất cảm thấy vui khi vào năm học mới vì điều đó có nghĩa tôi có thể chơi vào giờ giải lao, trong bữa trưa cũng như sau khi tan học.

Cha mẹ ly hôn khi tôi học lớp 5. Tôi và mẹ chuyển đến một thành phố lớn hơn cách khoảng 90 phút đi xe về phía Nam. Lần đầu tiên tôi có nhận thức về các hiệp hội là khi mẹ tôi tái hôn ba năm sau đó. Cha dượng của tôi, một trong những người đàn ông vĩ đại nhất tôi từng biết, là một người đàn ông của hiệp hội. Ông ấy được rất nhiều hiệp hội liên hệ bởi bố ông là một nhà lãnh đạo hiệp hội, và mặc dù làm việc cần mẫn, ông luôn tin rằng ông chủ nợ ông điều gì đó cho sự cần mẫn ấy. Tôi tiếp thu các bài học như một thanh niên từ người cha Alpha Male (người dường như có mọi thứ) và từ người cha dượng Beta Male⁽¹⁾ (người dường như không bao giờ có đủ) của mình. Đó là khoảng thời gian rỗi rảnh nhưng tôi

thực sự bị cuốn hút với mong muốn trở nên giống cha mình bởi tôi thích làm những công việc sử dụng đến tiền bạc. Tôi nhớ cha đã từng nói: “Người nhà Flett có tài trong tất cả những thứ cần phải có tài, những công việc vớ vẩn thì chúng ta có thể thuê người khác”. Một bài học khác ông dạy tôi khi tôi còn trẻ và có ý nghĩa vô cùng đặc biệt trong suốt cuộc đời tôi là: “Nếu con muốn trở thành một nhà lãnh đạo, con chỉ cần giả định con đã có quyền lãnh đạo. Con người yếu ớt và cảm thấy khó chịu khi họ không có ai đó để họ đi theo và chính người nhà Flett sẽ cho họ sự lãnh đạo đó”. Bạn có thể tưởng tượng Cái Tôi mà suy nghĩ này đã và đang tiếp tục tạo ra.

Cổ thường xanh hơn ở phía bên kia rào

Khi tôi học lớp 10 thì mẹ và bố dựng tìm cho tôi một công việc tại nhà hàng A&W ở Kamloops. Tôi là một phụ bếp, điều đó có nghĩa tôi phải đảm bảo các loại gia vị được chuẩn bị đầy đủ, các đầu bếp sẽ có thứ họ muốn, tôi phải thay đồ uống trong tủ ướp lạnh hay những việc tương tự như vậy. Đó là một công việc khủng khiếp, và phần tệ hại nhất là một nhóm phụ nữ ác hiểm trong bếp luôn nghĩ rằng họ phải trừng phạt tôi, bởi tôi là một thằng đàn ông và chồng họ là những gã khốn nạn. Họ chơi khăm tôi, bắt tôi phải đếm các loại rau dầm trong những thùng 40 lít (tôi chỉ mất một tuần để hiểu ra rằng điều này là không cần thiết) và nhìn chung, họ rất xấu tính. Trong khi đó, những người bạn của tôi đang cùng bố chúng làm đẹp phong cảnh, xây dựng hay làm những công việc buôn bán “có tính đàn ông” với thù lao 8 – 10 đôla 1 giờ, trong khi tôi chỉ là một thằng chỉ biết quản quanh xó bếp với 3 đôla một giờ và bị đối xử tồi tệ.

Tôi đã quyết định sẽ bỏ việc và thành lập công ty của riêng mình. Lúc đó, tôi 15 tuổi và nghĩ rằng công việc cắt cỏ không thể khó như làm phụ bếp. Sau khi hỏi bạn bè xem cha của chúng có việc gì không và biết rằng không có, tôi quyết định thăm dò ý kiến bố mẹ về một đề nghị kinh doanh. Tại bàn ăn tối hôm đó, tôi đợi bữa tối bắt đầu trước khi nói lời đề nghị. Nếu bố và mẹ “ứng trước” cho tôi 300 đôla để mua máy cắt cỏ, tôi sẽ hoàn trả lại trước khi kết thúc mùa hè. Mẹ nhìn tôi triu mến và nói: “Không!”, tôi nhìn bố dựng tôi, người luôn đứng về phía tôi, và ông ấy nói: “Chris, con nên cảm thấy hạnh phúc khi có một công việc.” Tôi cảm thấy sốc, các bậc cha mẹ có nghĩa vụ ủng hộ con cái họ và cha mẹ tôi thì đang quên mất điều đó. Cũng được thôi, tôi nghĩ, tôi có một ông bố doanh nhân ở Vancouver và ông ấy sẽ rất ấn tượng với ý tưởng của tôi, ông ấy chắc hẳn sẽ gửi tiền cho tôi ngay trong ngày. Tôi gọi cho bố, diễn giải cho ông ấy về ý tưởng của mình, và câu trả lời của ông ấy là “Chris, đó là một ý tưởng tuyệt vời. Con nên thực hiện nó nhưng bố sẽ không giúp con. Con sẽ không muốn là một người đàn ông mà công ty của mình do bố xây dựng nên đúng không? Con hãy tìm cách để tự mình thực hiện điều đó.” Bố đang đùa hay sao? Người cha doanh nhân của tôi sẽ không cấp vốn để giấc mơ của con trai ông trở thành hiện thực. Vì vậy, tôi đã quyết định mẹ và bố dựng sẽ là mục tiêu cho những lần thuyết phục của tôi vào mỗi giờ ăn tối cho đến khi họ mủi lòng. Sau khoảng hai tuần bèn bị thuyết phục thì mẹ tôi chịu không nổi và la lên: “Mẹ sẽ cho con mượn 300 đôla nhưng mẹ muốn con hoàn trả lại trước khi mùa hè kết thúc và mẹ muốn cả chiếc máy cắt cỏ nữa!” Tôi nghĩ mẹ đã cho rằng đó là cái giá quá đắt đối với tôi, nhưng tôi đã chớp ngay lấy cơ hội này. Dầu sao thì cái máy cắt cỏ

cũng sẽ chẳng làm được gì sau mùa hè. Bố dựng và tôi đi xuống Sears để mua máy cắt cỏ và sau đó tôi làm tờ bướm quảng cáo quanh các bãi đỗ xe nhà lưu động. Tôi muốn bạn biết rằng ở phía Tây thành phố Kamloops, nơi tôi lớn lên, tràn ngập những bãi đỗ xe nhà lưu động. Tôi đang nói đến hàng ngàn xe nhà lưu động. Với 10 đôla một tuần, tôi sẽ cắt 3,5 mét vuông cỏ của khách hàng, tĩa cỏ, quét dọn nhà để xe và vứt rác cho họ. Bạn có thể tưởng tượng bãi đỗ xe nhà di động được cư trú bởi những người già và họ nhìn thấy một doanh nhân 15 tuổi hơi mập đi quanh và không thể từ chối được. Tôi nên chia sẻ với bạn ý định ban đầu của tôi chỉ là kiếm nhiều hơn 3 đôla một giờ. Vào ngày cuối cùng của tuần đầu tiên, tôi đã có 500 khách hàng. Tất nhiên là tôi không thể làm được hết chừng ấy việc. Luật của thành phố chỉ cho phép tạo tiếng ồn từ 8 giờ sáng đến 8 giờ tối. Tôi phải viện đến những bạn bè cũng đang làm những công việc tệ hại và nhờ chúng đến giúp đỡ. Công ty lớn lên trong suốt mùa hè và tôi đã kiếm tiền trong ba tháng nhiều hơn phần lớn các luật sư có thể kiếm được trong một năm. Tôi giấu không cho bố mẹ tôi biết điều này để tránh các bài thuyết giảng, nhưng tôi đã được ném trái cảm giác thật sự khi làm những việc lớn là như thế nào.

Bị đuổi học

Khi vào đại học, tôi bắt đầu theo học chương trình kinh doanh bởi mẹ đã gieo vào đầu tôi ý nghĩ về tầm quan trọng của việc có được tấm bằng kinh doanh. Cha tôi thì giữ quan điểm trung lập về vấn đề đó. Ông biết rằng bằng cấp có thể sẽ giúp đỡ được tôi, nhưng tôi lại nghĩ rằng ông ấy đã nhìn thấy tài năng kinh doanh trong tôi lóe sáng và lo lắng rằng bằng cấp kinh doanh sẽ làm hỏng nó. Trường học của tôi nằm ở Kamloops, nói một cách lịch sự, nó không thu hút được những giáo sư giỏi nhất về kinh doanh. Tôi nghĩ phần lớn họ đều đã rời chức vụ ở một trường nông nghiệp địa phương nào đó và dạy với những cuốn giáo trình có sẵn trong khi thị trường chứng khoán đang lôi kéo sự quan tâm của tỉ phú Warren Buffet. Điều đó thật tệ hại. Trong tất cả các lớp học, tôi thường nghi ngờ lời giảng của giảng viên và hỏi về ứng dụng thực tế của những điều họ đang dạy tôi, nhưng những giảng viên này thường giấu mình khỏi thế giới thực, hiếm khi có thể cho một ví dụ khác đi với những ví dụ có sẵn trong giáo trình. Thành thật mà nói, tôi thực sự là một đứa khó chịu và hay gây phiền nhiễu, là một thằng to mồm, một đứa phá bình và là ung nhọt đối với họ. Bố đã nói với tôi: “Con đang trả nhiều tiền cho những người này để họ dạy con, vì vậy đừng có chỉ ngồi đó và ghi chép, hãy hỏi họ như thể họ là những cố vấn. Hãy bắt họ trả lời các câu hỏi mà con muốn tìm được câu trả lời.” Tôi làm như lời bố bảo – và đã định đoạt số phận của mình với trường đại học. Trong khi tôi đang chờ đăng ký năm học thứ ba (lúc này chưa có đăng ký tự động qua điện thoại hay qua mạng) thì chủ nhiệm bộ phận công tác sinh viên đến gần và muốn nói chuyện với tôi một lát. Tôi không muốn đi vì sợ mất vị trí xếp hàng của mình nhưng ông ấy nói với tôi: “Sau khi chúng ta thảo luận thì việc xếp hàng hay không xếp hàng của em không còn là vấn đề nữa.” Tôi nhớ là mình không hề lo sợ khi nói chuyện với ông ấy. Tôi là một sinh viên tệ hại và chuyên gây rắc rối trong lớp. Tôi đã giả dụ rằng ông ấy sẽ đuổi tôi ra khỏi trường, và tôi nghĩ: “Đó có lẽ là điều tốt nhất. Tôi có thể bắt đầu khởi sự một công ty khác.” Nhưng thay vào đó, ông ấy bảo tôi ngồi xuống và nói với tôi rằng ba trong số những giảng viên trong khoa Kinh doanh từ chối tôi học lớp của họ và

điểm số của tôi không đủ cao để thuyên chuyển. Ông ấy đề nghị với tôi rằng để tránh làm mẹ buồn, tôi nên theo học chương trình đào tạo về khoa học (tôi không nghĩ vậy) hoặc về nghệ thuật. Tôi bảo tôi thà bỏ học còn hơn nhưng ông ấy thuyết phục tôi thử học chương trình đào tạo về nghệ thuật xem sao. Tôi kết thúc khóa học với những giảng viên tốt bụng dạy lịch sử và triết học, họ cho phép tôi học những phần giao giữa lịch sử và triết học mà tôi thích (như sự lớn mạnh của nền công nghiệp Hoa Kỳ và mô hình Kinh doanh của người Nhật). Những lúc đi ngang qua khoa kinh doanh của trường, sự khinh bỉ của tôi dành cho những người cho rằng tôi không phù hợp với kinh doanh lại lớn thêm lên. Tôi còn nhớ hiệu trưởng trường đại học đã nói với tôi ngay trước ngày lễ tốt nghiệp: “Chris, em nên đi học trường luật nếu em muốn làm được điều gì đó để cuộc đời mình tốt hơn.”

Xây Dựng Think Tank⁽²⁾

Rời trường, tôi làm việc ngay cho công ty BC Hydro, một công ty năng lượng thủy điện ở tỉnh lẻ. Lúc đó, công ty gặp nhiều vấn đề. Mọi người ở đây đều ra vẻ kẻ cả, nói xấu sau lưng người khác và dường như không có thứ gì ở đây được thực hiện một cách hiệu quả cả, ai cũng quá lo lắng về chuyện bị mất việc và về cơ bản, họ không muốn chuyển việc. Họ thường nói đùa rằng khi tất cả mọi người đứng và nói chuyện với nhau thì nghĩa là họ đang có một “cuộc họp an toàn” bởi không ai bị thuyên chuyển cũng như không ai có thể bị tổn hại cả. Tôi làm việc ở đó sáu tháng và sau khi các kế hoạch tiếp thị của mình bị bác bỏ và xếp xó, tôi bỏ việc mà không thông báo gì cả vào lúc 1 giờ 26 phút chiều ngày thứ Sáu. Sếp của tôi đã mỉm cười và nói rằng ông ấy sẽ viết cho tôi một thư giới thiệu thật tốt. Ông ấy nói rằng tôi có những phẩm chất tốt để trở thành một doanh nhân thành đạt, do đó không nên ở trong các doanh nghiệp nhà nước mà nên nghĩ đến việc làm cái gì đó cho riêng mình. Tôi nhớ đã chờ Jacqui để về nhà cùng và kể cho cô ấy nghe. Cô ấy biết rằng tôi không vui thích với công việc nhưng thực sự sững sốt khi tôi bỏ việc mà không có một lời thông báo trước. Jacqui hỏi tôi sẽ làm việc ở đâu và tôi nói tôi sẽ khởi sự công ty của riêng mình. Cô ấy ủng hộ nhưng tôi hiểu là cô ấy cảm thấy không thoải mái. Gia đình của Jacqui không làm kinh doanh và với họ, khởi sự kinh doanh là một việc làm rất liều lĩnh. Tôi nghĩ: “Tôi có 6.000 đôla trong ngân hàng, tôi chỉ cần một cái tên và thế là ổn để bắt đầu!” Sáng hôm sau, trong bộ quần áo lót ngồi xem CNN, tôi thấy một nhóm những chính khách trẻ được tập hợp lại để cùng giải quyết những vấn đề kinh tế và họ được gọi là một “Think Tank”. Tôi tự nghĩ: “Một cái tên tuyệt vời.” Tại chính thời điểm đó, Think Tank Communications bắt đầu công việc kinh doanh của mình.

Khi mới bắt đầu, tôi muốn thực hiện nghiên cứu cạnh tranh cho các thành phố muốn thu hút kinh doanh. Về cơ bản, tôi là một nhân viên săn đầu người. Khi đó, tôi 24 tuổi có tấm bằng cử nhân khoa học xã hội và sáu tháng kinh nghiệm trong một công ty cung cấp dịch vụ công ích. Là một gã chưa có chút tiếng tăm nào trên thị trường kinh doanh, tôi quyết định phải trở nên lạnh lợi, xông xáo và nỗ lực xây dựng vị trí của mình trên thị trường. Tôi đã có những cuộc gặp liên tiếp trong phần lớn thời gian sáu tháng trước khi

công ty bắt đầu lớn mạnh. Ba tháng kể từ ngày thành lập công ty, các chuyên viên tư vấn khác ở Kamloops liên hệ mời tôi dự một cuộc gặp gỡ. Tôi nhớ rằng mình đã rất phấn khích khi chúng tôi có thể cùng nhau tìm cách kiếm tiền. Chúng tôi gặp nhau tại bên ngoài nhà của Denny, và năm người họ cùng ngồi xuống với tôi. Một người nói: “Đây là cách công việc vận hành. Tất cả bọn tao cùng chia sẻ công việc nhận được. Bọn tao đã và đang làm như thế trong một thời gian dài rồi. Mà mới vào nghề, trong tay không có tấm bằng MBA⁽³⁾ và chưa làm được cái gì cả. Hãy tránh xa đường đi của bọn tao và bọn tao có lẽ sẽ ném cho mày vài miếng thừa.” Tôi nhìn chằm chằm vào họ, kích động. Những tên “ti tiện” đòi hỏi quá đáng này sẽ nói cho tôi biết mọi thứ hoạt động ra sao ư? Tôi không nghĩ vậy. Tôi nhìn một đứa ngu xuẩn trong đám và nói: “Trong vòng một năm, nhiều đứa trong chúng mày sẽ xách dép cho tao, hãy mở to mắt ra mà nhìn.” Tôi đứng dậy và bước đi với đôi tay nhét vào túi để che giấu sự giận dữ. Vào thời điểm đó, tôi đã quyết định sẽ nỗ lực hết sức cho dự án này, hoặc tôi sẽ đưa nó đi lên, hoặc tôi thất bại.

Với suy nghĩ này trong đầu (tranh đua với bọn họ), tôi làm việc như điên trong bang của mình. Tôi di chuyển như con thoi khắp bang để xây dựng các mối quan hệ, nhận công việc và dần trở thành một thế lực. Trong năm đầu tiên, ba trong số năm chuyên viên tư vấn đã trở thành thâu phụ cho tôi. Cái Tôi của tôi luôn được thỏa mãn và tôi nghĩ không điều gì có thể cản bước mình. Nếu một đối thủ dám nhảy vào đường đi của tôi, thì hoặc họ đầu hàng hoặc tôi sẽ vô hiệu hóa họ. Hơi kỳ quái khi nhìn lại sự việc vào lúc này, nhưng tôi có thể nhớ là mình đã bỏ thầu thấp hơn những đối thủ trên cơ khác để bảo đảm họ không thể bỏ thầu với giá đó. Tôi giúp các nhân viên của họ trở thành các nhà thầu nhưng đối với họ thì tôi chỉ nhường một chút việc và không bao giờ làm ăn với họ thêm lần nào nữa. Thỉnh thoảng, thậm chí tôi còn gửi hoa hồng đến đến các đối thủ những lúc tôi khiến một trong những nhân viên then chốt của họ nghỉ việc hoặc khi tôi nâng tay trên hợp đồng từ họ. Tôi là con cá mập trắng không lồ ở vị trí cao nhất trong chuỗi thức ăn⁽⁴⁾, và tất nhiên tôi ngủ rất ngon vào buổi tối.

Tin vui, Tin xấu, Tin xấu

Năm 2000, tôi được mời tham dự một hội nghị ở Calgary về phát triển kinh tế. Tôi chỉ là đứa trẻ mới vào nghề và đang tạo ra những lời xì xầm về khả năng của tôi trong việc dùng tiền vay từ chính phủ để phục vụ cho các dự án. Một số người gọi tôi là “Người cấp vốn kinh doanh”⁽⁵⁾, một số khác thì gọi là “Người thấp lửa.”⁽⁶⁾ Tôi thích tên sau hơn bởi tôi khiến công việc trôi chảy, nhưng tôi nghĩ phần lớn mọi người dùng nó bởi tôi là một đứa gây phiền hà. Tôi đã quyết định lái xe trong gần 9 tiếng để đi từ Kamloops đến Calgary. Cha tôi từ Vancouver cũng muốn đến Calgary để thăm chị gái tôi sống ở đó. Tôi đã chuẩn bị mọi thứ để chuyện trò (chính xác hơn là tôi sẽ khoe) trong chuyến đi với ông ấy về những việc tôi đã làm được. Đàn ông trong gia đình tôi đều sôi nổi và là những bậc thầy trong nghệ thuật chiếm ưu thế trước người khác. Đón cha lên chiếc xe Jeep, chúng tôi trực chỉ hướng Bắc của Vancouver. Trong khoảng hai giờ lái xe và sau những cuộc chuyện trò nho nhỏ lướt qua, tôi đã sẵn sàng để “thuyết trình” nhưng cha tôi đã ngăn tôi lại và nói: “Cha có tin vui,

tin xấu và tin rất xấu. Con muốn nghe tin nào trước?” Là tuýp đàn ông gan lì, tôi nói: “Con muốn biết tin xấu trước.” Cha nhìn tôi và nói: “Cha bị ung thư.” Tôi nhìn ông ấy và nghĩ như vậy thì sao nhỉ? Tôi xấu hổ khi thừa nhận điều đó lúc bấy giờ. Những người nhà Flett chết vì những cơn đau tim, thông thường là do là stress và làm việc quá sức suốt cuộc đời mình. Ung thư không phải là một vấn đề to tát trong suy nghĩ của tôi. “Hãy cắt khối u đi,” tôi nói với bố. “Tiến hành phẫu thuật vào chiều thứ Năm, nghỉ ngơi vào ngày thứ Sáu và cuối tuần rồi đến ngày thứ Hai bố có thể quay trở lại làm việc.” Ông ấy nhìn tôi và nói: “Tệ hại hơn thế nữa.” Tôi nghĩ ông ấy đang tỏ ra yếu đuối nên tôi quyết định thay đổi chủ đề. “Thế còn tin rất xấu là gì vậy? Con bị ung thư à?”, tôi hỏi: “Không,” ông ấy trả lời, “nhưng con làm bố và cả con nữa thấy bối rối.” Tôi tin rằng một Alpha Male chỉ có thể thực sự hiểu được sự tàn phá mà những lời này mang lại khi nghe nó từ chính người có vấn đề dày dặn kinh nghiệm của mình. Chúng tôi dành cả cuộc đời để cố gắng trở nên giống bố mình và sau đó là vượt qua họ. Tôi cảm thấy tôi đã làm được cả hai điều đó, và vào lúc đó ông ấy lại bảo tôi rằng ông cảm thấy bối rối – điều đó thực sự khiến tôi tổn thương, nếu bạn hiểu điều tôi đang nói. Tôi nhìn ông ấy và cảm thấy thật sự sốc. Ông ấy tiếp lời: “Một người thấy trước cái chết của mình thường nhìn lại cuộc đời họ. Ta đã thật bất công khi khuyến khích con làm những thứ giống như ta đã làm. Bây giờ thì con đang lặp lại những lầm lỗi của ta, nhưng ở mức độ cao hơn rất nhiều. Ông nội của con sẽ rất thất vọng với cả hai chúng ta.”

Tôi quá sững sốt và chúng tôi dừng xe bên đường tại một điểm nghỉ chân. Tôi bước vào một gian của nhà vệ sinh công cộng và khóc trong khoảng 10 phút. Thế giới của tôi đã vỡ vụn như những mảnh gỗ khô bị chặt nát dưới sức mạnh của cây rìu. Nó không hoàn toàn bị tách rời nhưng có một nếp đứt gãy ngang qua nó. Sau khi tôi lấy lại tinh thần và trở lại xe, cha đặt tay lên cánh tay tôi và nói: “Tin tốt là chúng ta có 18 tiếng đồng hồ lái xe để khiến mọi thứ trở nên bình thường.” Bây giờ nhìn lại thì đó là lần nói chuyện thực sự đầu tiên giữa tôi và cha về kinh doanh và cũng chính tại thời điểm đó, tôi bắt đầu thay đổi.

Khi tôi trở về nhà sau chuyến đi và sau nhiều giờ nói chuyện cùng cha, tôi nhận ra rằng từ trước đến giờ, tôi đã làm nhiều việc tồi tệ như thế nào. Điều đáng buồn là tất cả những Alpha Male tôi biết đều ca ngợi tôi vì tôi sống theo kiểu như vậy. Tôi quyết định rằng nếu tôi thay đổi thì đời sống kinh doanh của tôi cũng sẽ phải thay đổi. Tôi sẽ dừng hoàn toàn việc ủng hộ những thứ gắn liền với mô hình cũ (mô hình trong đó cần xung đột, quyền lực, áp bức, sợ hãi và địa vị thống trị) và gắn bó với mô hình mới, nhưng lúc đó tôi không biết mô hình mình muốn theo đuổi sẽ như thế nào cả. Trong những tuần sau đó, tôi bắt đầu khảo sát tỉ mỉ mô hình kinh doanh cũng như vai trò của tôi trong đó và nhận ra rằng tôi đã làm mọi việc trở nên khó khăn hơn khi cố gắng thực hiện những điều phi thường hơn là tìm kiếm những mối quan hệ kinh doanh dễ dàng. Tôi đã viết lại bản tuyên bố sứ mệnh của Think Tank. Bản hiện hành ca ngợi chúng tôi và tất cả những thứ chúng tôi đã làm được. Bản thứ hai kể về sự giao thiệp dựa trên trách nhiệm cũng như sự kính trọng lẫn nhau giữa cha tôi và người thợ cắt tóc của ông ấy trong 30 năm. Tôi gửi cho tất cả khách hàng của tôi, và những khách hàng nào nghĩ rằng bản tuyên bố đó hài hước, yếu đuối hay ngớ ngẩn đều bị thải loại ngay lập tức. Vâng, bị thải loại. Trong mẫu hình mới, những nhà cung cấp dịch vụ nên chủ động thải loại những khách hàng không phù hợp. Khoảng một nửa khách hàng của Think Tank đã bị loại bỏ, và sáu tháng sau khi bản tuyên bố sứ mệnh được gửi đi, lợi

nhuận của chúng tôi tăng lên gấp đôi.

Đó là thời điểm tôi bắt đầu xem xét các mối quan hệ của mình với khách hàng. Chúng tôi đã làm việc cực kỳ tốt với các nữ khách hàng và liên tục đua tranh để đạt được vị trí tốt nhất với các nam khách hàng. Sau đó, tôi xem xét sâu hơn để hiểu tại sao các nữ khách hàng mất nhiều thời gian hoàn thành công việc hơn trong khi đồng nghiệp nam dễ dàng thực hiện chúng, và tôi nhìn vào tỉ lệ thành công. Phụ nữ thường xuyên thành công hơn đàn ông rất nhiều nhưng họ lại mất nhiều thời gian thực hiện hơn. Phần lớn công việc tôi làm trong ba năm tiếp theo là kiểm soát thiệt hại khi một khách hàng nữ làm hỏng cơ hội kinh doanh với một đối tác là Alpha Male. Tôi nhận ra rằng đàn ông cố vấn cho đàn ông và phụ nữ cố vấn cho phụ nữ. Tôi thấy phụ nữ phân tích kỹ một tình huống với một Alpha Male nhưng không bao giờ đòi hỏi ý kiến phản hồi từ một người đàn ông ở vị trí có thể cho những lời nhận xét (nghĩa là một Alpha Male khác). Và tôi thấy các Alpha Male đã loại bỏ phụ nữ (nghĩa là hủy hoại nghề nghiệp của họ – chúng tôi sẽ nói nhiều hơn về điều này ở phần sau) và thậm chí không có can đảm để thừa nhận điều đó. Có thể nào đàn ông và phụ nữ không bao giờ nói chuyện thực sự với nhau về phương cách làm ăn kinh doanh? Phụ nữ sở hữu mô hình kinh doanh mới nhưng không phải là người cầm lái; đàn ông không hoàn toàn hiểu về mô hình kinh doanh mới nhưng lại được làm phi công. Công việc kinh doanh xoắn xuýt vào nhau và những người thực sự thành công là những người biết rõ phương cách hoạt động của cả hai bên. Tôi nghĩ mình đã là một người kém cỏi trong kinh doanh, tám bằng tôi cầm trên tay là tám bằng cử nhân khoa học xã hội chứ không phải bằng MBA. Tôi còn trẻ, thiếu kinh nghiệm và nói năng rất lung tung. Tôi thành công bằng cách học cách làm thế nào để đi vòng qua các trở ngại. Sau đó, tôi thấy phụ nữ cho rằng các trở ngại chỉ là một phần của con đường mà họ phải đi. Tôi nhận ra rằng muốn công việc tiến triển thì phụ nữ phải được giáo dục về cách thức mà các Alpha Male làm việc và họ phải nắm lấy vai trò lãnh đạo. Đàn ông tạo dựng những định kiến về vai trò của người phụ nữ trong công việc nhưng chính những người phụ nữ đã khiến công việc ở yên vị trí đó trong 30 năm qua. Đây chính là thời điểm phá vỡ bức tường định kiến đó để thế hệ lãnh đạo mới dẫn dắt. Hãy đọc cuốn sách này với tinh thần phê phán và thách thức về những điều bạn không đồng ý trong khi kết hợp chặt chẽ những điều bạn cảm nhận được. Cuốn sách này có tốt hay không và tốt đến mức độ nào phụ thuộc vào cách bạn sử dụng nó. Tôi đã giới thiệu cuốn sách này với 300 nhóm trên khắp thế giới và tôi muốn “thấp sáng” ngọn lửa này. Tôi muốn phụ nữ ở mọi lứa tuổi biết về nó và thể hiện thái độ đồng ý hay không đồng ý. Tôi không đòi hỏi câu hỏi họ phải làm gì. Trách nhiệm của tôi là bảo đảm chắc chắn có đối thoại giữa tôi và họ, một khi cuộc đối thoại được thực hiện, nhiệm vụ cải tổ của tôi đã hoàn thành.

Thuật ngữ Alpha Male

Bất cứ khi nào tôi nói chuyện, tôi đều bị yêu cầu đưa ra định nghĩa cho các thuật ngữ mình đang dùng. Mặc định tôi coi tất cả chúng ta đều có một vốn từ vựng giống nhau nhưng trong thực tế thì các Alpha Male có những từ lóng của riêng họ mà chỉ những Alpha Male khác mới có thể hiểu rõ ràng. Bạn có thể đã nghe đến một trong những thuật ngữ này nhưng tôi muốn làm rõ tôi định nghĩa nó như thế nào để bạn có thể biết chính xác tôi đang

nói về điều gì trong cuốn sách này.

Alpha Male

Alpha Male ở trên đỉnh của “chuỗi thức ăn”. Anh ta kiếm được các hợp đồng và luôn chắc chắn rằng trên bàn có thức ăn. Anh ta có thể là nhân viên cao cấp trong một công ty luật, là người môi giới hàng đầu tại một công ty dịch vụ tài chính hay người có tên trong tất cả các dự án phát triển nhà ở trong thành phố. Anh ta là một đấu thủ tầm cỡ, một xạ thủ đã qua chọn lựa, một ngôi sao. Anh ta là người đàn ông mà phụ nữ (những người bị hấp dẫn bởi quyền lực) thèm muốn và là người mà đàn ông muốn trở thành. Anh ta là con cá mập trắng khổng lồ của đại dương kinh doanh.

Kéo cò

Kéo cò là thuật ngữ Alpha Male dùng để chỉ việc kết thúc thành công một hợp đồng. Chúng tôi làm mọi thứ với ưu thế vượt trội và còn điều gì vượt trội hơn việc tiêu diệt một thứ gì đó. Tất cả các bạn hẳn đã nghe đàn ông tuyên bố rằng họ đang vớ bẫm trên thương trường hay vớ bẫm với bản hợp đồng này nọ. Kéo cò cũng có nghĩa tương tự như vậy. Trong vạch chữ thập ống ngắm của chúng tôi là một mục tiêu nào đó (một khách hàng, hợp đồng hay cơ hội) và chúng tôi chiếm lĩnh cơ hội bằng cách kéo cò. Nếu bạn không thể kéo cò thì số phận của bạn chỉ là vật sở hữu của ai đó mà thôi. Những người đàn ông kéo cò giỏi trong kinh doanh được gọi là “xạ thủ”. Về cơ bản, họ là người rung chuông trong phòng thương thảo khi hợp đồng phải hoàn thành tốt đẹp.

Người rung chuông

Người rung chuông là Alpha Male tuyệt kĩ. Anh ta là một Alpha Male hết sức thú vị, ấn tượng, uy quyền và đầy thuyết phục. Mỗi Alpha Male thích nghĩ về họ như một người rung chuông, nhưng trong thực tế, chúng tôi là những chuyên gia trong những tình huống riêng biệt. Tôi rất giỏi làm việc với các nhóm phụ nữ trong khi những người rung chuông khác có thể vô cùng xuất sắc với các công ty luật, các công ty nhỏ mới khởi sự kinh doanh, các ngân hàng, v.v... Hãy nghĩ người rung chuông như một người chơi chính ở giải bóng chày chuyên nghiệp mà bạn mời được họ về chơi môn bóng chày mini cho đội khu phố của bạn. Đó thật sự là một lợi thế to lớn, đến nỗi chỉ nghĩ đến việc anh ta ra sân thôi các đội khác đã tim đập chân run rồi.

Những người khờ khạo

Bạn có nhớ ở trường học thường có những đứa trẻ ngốc nghếch hay bị ngáng chân ngã và những đứa trẻ khác sẽ cười chế giễu không? Trong kinh doanh, các Alpha Male thường tìm kiếm những người khờ khạo với mục đích làm thay công việc cho chúng tôi. Chúng tôi thường thích lãnh đạo các dự án, nhưng chúng tôi lại không làm việc đó bởi nó không mang lại nhiều niềm vui. Chúng tôi thích tìm kiếm công việc mới, còn những công việc chúng tôi hiện tại lại không thích làm. Một người khờ khạo có thể là người dưới quyền hiện thời, người phải làm những điều chúng tôi nói, nhưng thuật ngữ này thường dùng để chỉ

những người giúp việc, người không phải trả lời chúng tôi nhưng có thể làm công việc của chúng tôi. Chúng tôi cần những người khờ khạo bởi chúng tôi để công việc đến giờ phút cuối cùng và phải đối mặt với nỗi lo sợ rằng công việc sẽ không hoàn thành đúng lúc (bỏ lỡ mục tiêu là điều chúng tôi không hề mong muốn và không thể chấp nhận được, đó là nỗi xấu hổ của một Alpha Male trước các Alpha Male khác). Do vậy, thay vào đó, chúng tôi đi câu những kẻ khờ khạo. Tôi bước ra ngoài và bắt đầu tìm kiếm ai đó làm công việc thay cho mình. Tôi thường làm điều này vào buổi chiều thứ Sáu nếu công việc hết hạn vào ngày thứ Hai. Dưới đây là một thí dụ:

Bước 1: (Tự nói với mình, nhưng đủ to để người khác có thể nghe thấy.)

“Trời ạ, tôi nhiều việc quá mà phải hoàn thành trước thứ Hai rồi, nếu không thì sẽ chết mất...”

(Sau đó tôi sẽ chờ. Nếu không có dấu hiệu gì, tôi tiếp tục thực hiện bước 2, nhưng tôi gần như chắc chắn rằng có ít nhất là một người khờ khạo sẽ muốn giúp đỡ tôi.)

“Thứ Bảy này là ngày kỷ niệm của vợ chồng tôi nhưng cô ấy chắc sẽ thông cảm nếu hoãn lại một tuần để tôi có thể hoàn thành xong việc này...”

(Bước này thông thường sẽ khiến những người khờ khạo là những người vợ, đã gặp vợ tôi, hoặc đang cố bảo vệ tôi khỏi các rắc rối ở nhà, ra khỏi nơi ẩn nấp. Thông thường sẽ có ít nhất là hai hay ba người khờ khạo. Nếu tôi không có đủ người khờ khạo để đảm nhận công việc của tôi, tôi sẽ thực hiện tiếp bước 3.)

“Vấn đề lớn nhất trong tuần này là trận thi đấu bóng chày của con trai tôi và tôi đã hứa với nó là tôi sẽ không bỏ lỡ bất cứ trận nào nữa, nhưng tôi thật sự là phải giữ công việc diễn ra suôn sẻ nên tôi nghĩ chắc là nó sẽ hiểu. Vợ tôi có thể đi thay tôi...”

(Thông thường những người khờ khạo còn lại sẽ ló mặt sau bước 3 này. Những người mẹ, người bà hay phụ nữ có em trai nhỏ tuổi – bất cứ ai có suy nghĩ rằng đưa con trai bé nhỏ của tôi sẽ khóc vì tôi thất hứa với nó.)

Bây giờ thì đồng công việc giấy tờ có chiều cao 31 mét và phải hoàn thành trước thứ Hai đã được những người khờ khạo của tôi giúp làm voi bót. Tôi có thể tự do nghỉ ngơi, thư giãn ngày cuối tuần. Tôi đã nhận diện được những người phụ nữ đang cố gắng trở thành người giúp đỡ người khác, những người cố gắng giữ cuộc hôn nhân của tôi luôn tốt đẹp và giúp tôi trở thành một người cha tốt. Bây giờ thì tôi đã có đội của mình và tôi có thể giao phó công việc cho họ. Nhưng đối với họ thì mọi thứ trở nên tồi tệ kể từ lúc này. Không chỉ vì tôi không hề có ý định sẽ giúp đỡ họ khi họ cần hoàn thành việc gì đó (tôi chỉ việc bận rộn với các kế hoạch tương tượng khi họ đến nhờ tôi giúp đỡ), mà tôi còn chia sẻ với những đồng nghiệp Alpha Male rằng bạn là một kẻ khờ khạo và cách tiếp cận tốt nhất là khiến bạn giúp đỡ (cô ấy là một người chuyên đi giúp đỡ, một người thích cứu vãn hôn nhân của người khác hay một người ủng hộ các bậc cha mẹ). Lúc này đây, những người bạn Alpha của tôi tự

do vui chơi với tôi vào các ngày cuối tuần trong khi những người khờ khạo hoàn thành công việc của chúng tôi.

Mỏ neo

Mỏ neo thuyền dùng để chỉ người kém cỏi nhất trong những người kém cỏi đối với một Alpha Male. Đây là người làm bạn cảm thấy như thể mình đang bơi với một cái mỏ neo đeo quanh cổ khi giao dịch thương mại với anh hay cô ta. Đây là người nằm trong giới kinh doanh mà bạn biết và về cơ bản, họ muốn tạo mối quan hệ với bạn. Họ sẽ gặp bạn, xin lời khuyên nhưng tiếp tục hoạt động không hiệu quả hay đơn giản là không hoàn thành được nhiệm vụ nào. Những mỏ neo này có đủ mọi lý do trên thế giới để giải thích tại sao họ không thành công, nhưng về cơ bản là họ đang nói dối. Họ thiếu khả năng nhưng lại biết ai đang giữ họ lại. Tất cả chúng ta chắc đã nhìn thấy trẻ con với chiếc phao tập bơi trong hồ. Người cha giữ phần thân sau của đứa trẻ nhưng bọn trẻ lại thực sự tin rằng chúng đang bơi. Tất cả chúng ta đều biết rằng nếu người cha thả tay ra thì đứa trẻ sẽ chìm giống như viên gạch vậy. Mỏ neo là một người đàn ông hay phụ nữ làm kinh doanh nhưng cũng giống như đứa trẻ tập bơi, sẽ được việc nếu họ được nâng đỡ nhưng sẽ chìm ngấm như miếng bánh mì thấm nước khi phải tự lo một mình. Các Alpha Male truyền cho nhau biết về các mỏ neo này giống như tài xế xe tải thông báo cho nhau về các khu vực bán tốc độ. Hãy cẩn thận! Nếu bạn là một mỏ neo, chẳng chóng thì chày, một Alpha Male nào đó sẽ diệt trừ bạn và bạn sẽ phải rời cuộc chơi. Nếu bạn không thể hoàn thành nhiệm vụ, hãy tìm một việc khác không cần đến khả năng.

Người tìm kiếm/người trông coi/người mài dao⁽⁷⁾

Những người trong kinh doanh được phân loại bởi một trong ba thuật ngữ sau đây: Người tìm kiếm, Người trông coi và Người mài dao. Người tìm kiếm là người tìm công việc, mang lại cơ hội, kết thúc hợp đồng thành công, xây dựng các đường dây thương mại, và về cơ bản thì họ bảo đảm rằng trên bàn luôn có sẵn thức ăn. Người trông coi là người quản lý, bảo đảm rằng công việc được hoàn thành nhưng không có khả năng sẵn tìm công việc. Người mài dao là người khù khờ, đáng thương, thực hiện công việc để công ty có thể kiếm được tiền. Nếu người cha là người làm thịt gà cho món súp, ông ấy là Người tìm kiếm. Mẹ nếm gia vị, bảo đảm rằng nồi được đặt trên bếp lò và mọi thứ đang được nấu, bà ấy là Người trông coi. Đứa trẻ phải vặt lông gà, gọt khoai tây, cắt cà rốt và làm những việc tương tự, chính là Người mài dao.

Nếu chúng ta nhìn vào một ví dụ thực sự trong kinh doanh, chúng ta sẽ thấy các Alpha Male có Cái Tôi tự mãn từ đâu. Một công ty luật có các Alpha Male điều hành như những hội viên quản lý. Những cá nhân thành công này có thể là luật sư (hay kỹ thuật viên) tài ba, nhưng trong việc đem đến công việc kinh doanh, họ còn giỏi hơn nhiều. Một hay hai người họ có thể đáng giá 50% hoặc hơn thế trong việc kinh doanh của công ty. Họ đưa khách hàng đi ăn tối, xem khúc côn cầu, chơi gôn, đến Las Vegas. Họ lãng mạn, cuốn hút, ký kết thành công hợp đồng với khách và hoàn thành công việc. Việc của họ là bảo đảm rằng luôn có tiền chảy vào công ty dưới dạng ứng trước. Một khi Người tìm kiếm (là một Alpha Male)

đem công việc đến, một ai đó phải chắc chắn rằng công việc được hoàn thành. Thông thường thì người này là một nhân viên cấp dưới hoặc một đồng sự lâu năm. Họ lấy hồ sơ và xét xem cần phải hoàn thành cái gì. Họ chia công việc ra thành từng bước nhỏ và đặt thời gian cũng như các phép tính toán khác để đảm bảo rằng công việc được thực hiện đúng hạn. Đây là những Người trông coi hay là người quản lý hồ sơ. Sau đó, Người trông coi này sẽ nhìn xuống những nhân viên cấp dưới, những người ngồi trong tầng hầm gần máy bán Coke (Coca Cola) tự động và giao phó công việc cho họ làm. Nhân viên cấp dưới là những Người mài dao, và vai trò của họ là bảo đảm rằng công việc sẽ được thực thi. Tất cả chúng ta đều đồng ý với nhau rằng mỗi thành phần đều quan trọng. Nếu những người mài dao không làm việc thì sẽ không có tiền. Nếu những Người trông coi không bảo đảm rằng công việc hoàn thành thì sẽ xảy ra trường hợp trượt giá, những vấn đề về thời gian biểu hay các trường hợp mạo hiểm khác. Nhưng nếu Alpha Male (Người tìm kiếm) không làm công việc của mình thì những người còn lại sẽ không có gì để làm. Hai bộ phận kia chỉ quan trọng khi anh ta (Alpha Male) thực thi công việc của mình. Sinh kế của những người còn lại phụ thuộc vào khả năng kéo cò⁽⁸⁾ của Alpha Male, và đó là lý do tại sao anh ta luôn ở vị trí đứng đầu trong chuỗi thức ăn.

Bùn

Bùn là thuật ngữ được các Alpha Male sử dụng để chỉ những người dưới họ. Người trông coi và Người mài dao thường bị coi là bùn bởi họ không biết hay không muốn có một cuộc sống tươi đẹp. Các Alpha Male sử dụng cả hai loại người trên và nói rằng: Chúng tôi dành tất cả thời gian cho nhau và cười đùa mỗi khi chúng tôi nghe thấy hai loại người này nghĩ rằng họ là hạng nhất.

Bất cứ ai nói rằng tiền là nguồn gốc của mọi tội ác thì thực ra họ không có chút tiền nào cả, và “tiền không thể mua được hạnh phúc, nhưng tôi có thể đỗ chiếc du thuyền trị giá triệu đô của mình sát ngay bên cạnh hạnh phúc, và thế là đủ tốt cho tôi rồi.”

Bùn cũng có thể được dùng như từ đồng nghĩa của “rác rưởi”. Sau đây là một vài ví dụ chúng tôi thường dùng trong công việc kinh doanh hàng ngày:

- “Toyota bùn thôi.”
- “Họ bay với ghế hạng bùn” (hạng rẻ tiền trên một chuyến bay). Trong thực tế, chúng tôi gọi bức màn kéo giữa khoang doanh nhân và khoang phổ thông là “nắp bùn”⁽⁹⁾.
- “Đó là một công việc bùn. Hãy giao nó cho một đứa khờ khạo.”⁽¹⁰⁾
- “Nhóm bán hàng của anh rất bùn. Anh cần vài người rung chuông ở đó để hoàn thành tốt công việc.”

Qua những ví dụ này, bạn có thể thấy vốn từ vựng của các Alpha Male chúng tôi hoạt động rất hiệu quả khi được sử dụng kết hợp với nhau. Bùn là mức thấp của bất cứ thứ gì. Đó có thể là một cửa hàng mà người ta có thể mua hàng với vài đôla, là việc đi lại bằng xe bus hay chiếc xe hơi bà nội để lại cho bạn trong di chúc.

Người hái ra tiền

Đây là một thuật ngữ chủ quan và có một định nghĩa có thể định lượng tùy thuộc vào Alpha Male đang sử dụng nó. Bởi chúng tôi luôn cố gắng vươn tới những vị trí chỉ dành riêng cho người nhiều tiền, chúng tôi dùng thuật ngữ Người hái ra tiền để định nghĩa bất cứ người nào làm ra nhiều tiền. Khi một Alpha Male kiếm được 100.000 đôla trong một năm, trong suy nghĩ của anh ta thì một Người hái ra tiền làm được ít nhất là 100.000 đôla trong một năm. Khi anh ta kiếm được 200.000 đôla trong một năm, một Người hái ra tiền không còn là người làm được 100.000 đôla nữa mà phải làm được 200.000 đôla trong một năm. Đối với cá nhân anh ta, định nghĩa này sẽ tiếp tục thay đổi khi anh ta làm càng được nhiều tiền. Hãy tưởng tượng đến hình ảnh Lance Armstrong đang chinh phục một chặng đua. Mỗi người trong đoàn là một tay đua xe đạp, nhưng khi anh ấy kéo khóa chiếc áo bó của mình lên và bắt đầu sai chân trên bàn đạp, anh ấy trở thành một vận động viên xe đạp thực thụ, những người còn lại trong đoàn lúc này chỉ là những gã đàn ông bên ngoài cuộc đua. Chúng tôi, những Alpha Male, thích sử dụng thuật ngữ Người hái ra tiền như một thước đo khi chúng tôi ở trong nhóm. Nếu những người bạn tôi nghĩ 250.000 đôla trong một năm là mức của Người Hái Ra Tiền và tôi chỉ kiếm được \$185.000 đôla thôi, tôi sẽ không cảm thấy hạnh phúc. Đây là một chủ đề đàm luận bất cứ khi nào các Alpha Male ngồi với nhau. Thảo luận về yếu tố cấu thành nên một Người hái ra tiền là cách để chúng tôi biết mỗi người đang kiếm được bao nhiêu tiền.

Nhà băng hay chủ nhà băng

Hai thuật ngữ liên quan này về cơ bản dùng để chỉ những người cực kỳ thịnh vượng⁽¹¹⁾. Chúng tôi định nghĩa giàu⁽¹²⁾ là có nhiều tiền, còn thịnh vượng là có các nguồn lực để luôn luôn tiếp tục lớn mạnh và phát triển. Một người đàn ông có thể giàu nếu anh ta làm ra 100.000 đôla trong một năm, có một ngôi nhà đẹp, trả hết nợ xe hơi và có tiền đi nghỉ mát. Một người đàn ông được coi là thịnh vượng nếu anh ta có thể ngồi trên giường cả ngày mà vẫn làm ra một gia tài. Khi một người đàn ông làm ra một lượng tiền khổng lồ, chúng tôi coi anh ta như một chủ nhà băng. Tiền chảy vào túi anh ta nhiều đến nỗi anh ta khó mà tiêu xài nó. Trong thực tế, anh ta trở thành một chủ nhà băng. Chúng tôi dùng thuật ngữ “nhà băng” nếu một người nào đó đang làm ra nhiều tiền. Sau đây là cách chúng tôi dùng từ lóng này:

- “Các ý tưởng của bạn rất khả thi đấy, tại sao bạn không liên hệ với một nhóm các ông chủ nhà băng và xem thử có thể thuyết phục họ tài trợ trong một số vấn đề không (một phần của hợp đồng).”
- Một chủ nhà băng đích thực nằm ở cấp bậc cao của các Alpha Male. Tôi biết một số người có các hạn mức tín dụng⁽¹³⁾ 4 triệu đôla dành cho các cơ hội kinh doanh mà họ tình cờ tìm thấy, tất cả đều được bảo đảm với tư cách cá nhân. Đó chính là “nhà băng”.

“Cái miệng”

“Cái miệng” là một người phụ nữ không thể ngừng nói chuyện. Cô ta hứa rằng sẽ giữ bí

mật nhưng luôn luôn bội ước. Khi đối chất, cô ta làm ra vẻ ngạc nhiên: “Tôi không biết điều đó là bí mật.” Đây là người phụ nữ hoặc sẽ sớm bị loại bỏ hoặc đơn giản người ta để mặc cô ta tự tìm đến chỗ chết. Liz, đồng nghiệp của tôi luôn nói: “Thời gian dài hơn sợi dây thừng.” Hãy cho người ta đủ một trong hai thứ đó và họ sẽ tự treo cổ.

Kẻ mách lẻo

Kẻ mách lẻo là phiên bản đàn ông của “cái miệng”. Không ai có thể tin tưởng được anh ta. Kẻ mách lẻo gần như luôn là một Beta Male, anh ta cố gắng dùng thông tin như một loại tiền tệ để nhận được sự chiếu cố. Đây là một gã có cuộc sống nghề nghiệp kinh khủng bởi các Alpha Male sẽ tấn công anh ta như một loại hình thể thao, để trả thù hay đơn giản bởi anh ta không có chút địa vị nào trong giới kinh doanh. Các Alpha Male làm việc với nhau dựa trên tập hợp những chuẩn mực đạo đức, những Beta Male hay phần lớn phụ nữ không có chung những chuẩn mực này. Một Alpha Male không bao giờ đối xử tồi tệ với một người bạn thân hay không bao giờ hẹn hò với bạn gái cũ của bạn mình. Một Alpha Male không bao giờ phản bội lại sự tín nhiệm của người khác dành cho mình, đặc biệt khi anh ta đã cam kết bằng lời. Chúng tôi có một câu nói trong kinh doanh như sau: “Có hai loại người bị giết trong tù: những kẻ quấy rối tình dục trẻ em và những thằng mách lẻo.”

Trong kinh doanh, nếu Alpha Male nhận diện được một kẻ mách lẻo, chúng tôi sẽ dừng tất cả những việc đang làm và dùng thời gian đó để làm cho cuộc sống của anh ta trở nên khó khăn đến nỗi mà anh ta sẽ nghĩ rằng bàn tay của Chúa Trời đang nghiền nát sự nghiệp của anh ta. Trong lực lượng cảnh sát, họ gọi điều này là “ranh giới bình yên mong manh”, trong quân đội họ gọi là “những lời thú nhận trong công sự”, trong thế giới tội ác gọi đó là “cuộc nói chuyện bên bàn ăn tối” và trong giới kinh doanh, chúng tôi gọi những cuộc thảo luận giữa hai người ngang hàng với nhau là “một cuộc nói chuyện gồm những điều không được phép tiết lộ”. Phá vỡ chuẩn mực đạo đức ở bất cứ trường hợp nào trong những ví dụ này sẽ kéo theo hệ quả rất xấu và chúng sẽ đến rất nhanh.

Đồ khốn

Tất cả phụ nữ đều cho rằng khi một người đàn ông bị hăm dọa, làm phiền, gây khó chịu hay bị một người phụ nữ mạnh mẽ chọc giận, anh ta sẽ gọi cô ta là “đồ khốn”. Suy nghĩ này hoàn toàn sai lầm. Tôi có thể đếm trên đầu ngón tay số lần trong năm qua nghe thấy một người phụ nữ bị gọi là đồ khốn trong công việc kinh doanh. Trong 48 giờ qua kể từ khi viết dòng chữ này, tôi có thể đếm bằng cả số ngón trên hai bàn tay và cả hai bàn chân nữa số lần tôi nghe một người đàn ông bị gọi là đồ khốn. Các Alpha Male dùng từ “đồ khốn” để ám chỉ người nào đó rất ngoan ngoãn, dễ bảo với chúng tôi. Ví dụ:

- “Tom này, tôi đã nghe chuyện cậu làm hỏng giao dịch đó. Nếu cậu muốn, cậu có thể đến đánh máy tài liệu cho tôi tại văn phòng. Tôi nghĩ cậu có thể là một đồ khốn văn phòng tốt đấy, đặc biệt là bây giờ, khi chúng tôi biết cậu không thể kết thúc thành công các giao dịch.”
- “Dave à, tôi đang phân vân cậu là người như thế nào, cậu có muốn trở thành đồ khốn

của tôi không? Cậu có thể lấy cà phê và đánh giày cho tôi, cậu biết đấy, đó là tất cả những thứ mà cậu làm giỏi.”

- “Anh có thấy Kevin đã phá hỏng giao dịch kia không? Đúng là một thằng khốn.”
- “Đồ khốn!”
- “Anh có ý gì khi nói không thể đến dự hội nghị? Vợ anh không muốn anh đến? Hãy thoát khỏi “Đồ khốn” đó đi.”
- “Lại đây nào, các bạn! Chúng ta cần hoàn thành tốt đẹp giao dịch kia. Các bạn có muốn những “Đồ khốn” nước mũi thò lò kia lấy mất khách hàng của chúng ta không?”

Chúng tôi dùng từ này để khích lệ nhau hoặc để đả kích các đối thủ mà chúng tôi xác định là muốn tranh giành các giao dịch với mình. Đàn ông dùng từ này như một sự công nhận trật tự đẳng cấp – không Alpha Male nào muốn mình bị gọi là đồ khốn...

Người Ti Tiện

Gã ti tiện là một Alpha Male giả vờ hay một Alpha Male chưa đạt đến cấp bậc cao nhất về thành tích. Anh ta mang một chiếc Rolex giả hiệu. Anh ta thuê một căn nhà và bảo mọi người đó là nhà của anh ta. Anh ta thuê một chiếc xe hơi đẹp hơn cái mà anh ta có khả năng mua. Anh ta hành xử như thể anh ta biết về các loại rượu Scotch, xì gà hay đồng hồ. Anh ta là một gã điệu bộ. Khi những Alpha Male thực thụ phong phanh biết rằng một gã ti tiện đang “diễn”, họ sẽ biến anh ta trở thành đồ khốn của họ. Họ nói về khoản tiền thuê xe hơi của anh ta, hỏi anh ta cảm thấy thế nào khi trả hết tiền thế chấp của ai đó và rằng có khi nào anh ta lo lắng mình vẫn còn đeo chiếc đồng hồ giảm giá rẻ tiền kia khi đi rửa tay hay không. “Người ti tiện” cũng có thể được dùng để ám chỉ một gã đàn ông không thể hoàn thành tốt giao dịch. Anh ta có thể đối mặt với thử thách cam go nhưng anh ta lại đầu hàng. Alpha Male tự hào về khả năng thực hiện thành công các giao dịch có giá trị hàng đồng tiền. Trong khi đó, những gã ti tiện chỉ làm hỏng mọi chuyện mà thôi.

Loại bỏ

Đây là quá trình chúng tôi dùng để hủy hoại sự tín nhiệm và nghề nghiệp của bạn. Quá trình này ngầm diễn ra (bạn hiếm khi nhận thấy nó) và có tác động tàn phá đến vị thế kinh doanh của bạn. Chúng ta sẽ thảo luận điều này trong phần sau của cuốn sách.

Trật tự đẳng cấp

Hiểu một cách đơn giản, trật tự đẳng cấp ở đây là thứ bậc của mỗi người trong sự so sánh với những người khác. Alpha Male xếp đầu tiên, theo sau là Beta Male (dễ dàng bị điều khiển bởi các Alpha Male), rồi đến Alpha Female⁽¹⁴⁾ (bị dẫn dắt) và Beta Female (những phụ nữ ủng hộ và thường là những người khờ khạo). Xếp cuối cùng của trật tự đẳng cấp là những cái miệng, người ti tiện và kẻ mách lẻo.

Hành động gà mái

Đây là cách chúng tôi chỉ các nhóm phụ nữ có ý định tạo thuận lợi cho việc xây dựng

mạng lưới, nhưng tất cả những gì họ làm là nói chuyện với những người như họ tại sự kiện gần đây nhất và không hề tạo dựng được công việc kinh doanh. Phụ nữ tại những sự kiện như vậy giống như những con gà mái “cục tác” gọi con, không làm được điều gì quan trọng, chỉ xích lại gần nhau, cười rúc rích, kể chuyện về cuộc sống và không hoàn thành được bất cứ việc gì. Bạn có thể lập luận rằng tôi đang vợ đũa cả nắm, nhưng hãy tự vấn bản thân xem bạn nhận được bao nhiêu giao dịch từ việc tham dự những sự kiện tạo dựng mạng lưới? Những giao dịch bạn có được nhiều hay ít hơn của bạn đồng nghiệp nam? Phụ nữ bận rộn gặp và nói chuyện với mọi người trong khi các Alpha Male đang phát triển những hệ thống hùng mạnh. Đó là một sự khác biệt lớn lao!

Người sinh đẻ

Đây là những phụ nữ liên tục xin nghỉ phép vì sinh con. Những phụ nữ như vậy gây ra xáo trộn to lớn với công việc kinh doanh bởi họ không chịu trách nhiệm cho hậu quả kinh doanh do việc nghỉ sinh con gây ra. Những phụ nữ này rảo bước đến văn phòng của sếp và thả ngay quả bom: “Em có thai! Sếp chúc mừng em đi nhé!” Sau đó, cô ta đi ra ngoài và nghĩ về việc sẽ làm gì với một năm nghỉ sinh con. Ông chủ lúc này cần phải tìm một ai đó để đảm nhận vai trò của cô ta trong một năm (việc này làm giảm số người khờ khạo mà ông ấy có) hay phải tìm ai đó vào công ty theo dạng hợp đồng. Điều này không phổ biến, nhưng tôi cần phải nói rằng: Nếu bạn chuẩn bị sinh con, đừng biến việc đó thành gánh nặng của người khác. Hãy chịu trách nhiệm cho mọi thứ, trong đó có cả lượng công việc bạn phải làm! Nếu bạn gặp sếp với dự định giúp cuộc sống của ông ấy dễ dàng hơn khi bạn sinh con, ông ấy sẽ ngạc nhiên, sủng sột hạnh phúc khi bạn sinh con và bạn sẽ quay lại chính xác vị trí (trong hệ thống trật tự đẳng cấp của công ty) của mình ở thời điểm trước khi sinh. Nếu việc sinh con của bạn làm cuộc sống ông ấy vất vả hơn, ông ấy sẽ tìm cách loại bỏ bạn trước khi bạn lại tiếp tục mang thai lần nữa.

Các mô hình kinh doanh trong 50 năm qua

Rất nhiều buổi tọa đàm về vấn đề kinh tế đã thay đổi như thế nào kể từ sau Thế chiến thứ hai đã diễn ra. Cũng có nhiều sách viết về việc phụ nữ tham gia vào lực lượng lao động, về gia đình hạt nhân, về việc các bậc cha mẹ đi làm và sự đánh mất các kế ước gia đình, về kịch bản Gấp đôi thu nhập và không con (DINK⁽¹⁵⁾) và những thứ tương tự. Tuy nhiên, chúng ta đã không xem xét điều gì đang diễn ra trong quan hệ giữa hai giới trong môi trường văn phòng, tại sao trong vòng 30 năm qua đã dẫn đến tình trạng như thế? Tại sao Alpha Male vẫn trông giữ lãnh địa nhưng đã đánh mất sự sắc bén của mình trong mô hình hiện tại? Tôi muốn chia sẻ với bạn quan điểm của tôi về những việc đã xảy ra và bằng cách nào mà tôi thấy được hiện tại đang là thời điểm bắt đầu của một mô hình kinh doanh có thể tồn tại trong một thời gian rất dài.

Những năm 1980

Cha mẹ tôi đều làm trong lĩnh vực bất động sản suốt thời kỳ bùng nổ tăng trưởng vào

những năm 1980. Họ kiến tạo các giao dịch khắp mọi nơi. Mỗi tháng, mẹ tôi bán được 17 căn nhà trong khi cha tôi ký kết các thỏa thuận hàng ngày. Những năm 1980 là những năm con người có thói tiêu pha hoang phí, sự nuông chiều và thừa mứa: xe hơi to, nhà đồ sộ và công việc quan trọng. Bộ phim “Wall Street” đã tái hiện ở cấp độ thu nhỏ tình hình kinh doanh lúc đó. Tôi nhớ mình đã xem phim này vào những ngày cuối tuần từ khi tôi mới 11 tuổi cho đến khoảng 17 tuổi. Tôi phải mua bản sao mới bởi bản cũ gần như đã bán hết. Nhân vật Gordon Gecko do Micheal Douglas đóng là một Alpha Male đích thực. Ông ấy làm trong một văn phòng lớn, kiến tạo các giao dịch lớn. Ông bận rộn đến nỗi không thể rời văn phòng và may đo áo quần, nên thợ may của ông ấy đến lấy số đo trong khi ông ấy vẫn đeo tai nghe để kiến tạo các giao dịch. Ông có chỗ ngồi tốt nhất trong các nhà hàng, căn hộ tốt nhất và một đội ngũ nhân viên hùng hậu. Những người đàn ông khác cố gắng để được làm ăn với ông ấy. Gordon mô tả thể hệ này bằng câu nói: “Tham là tốt!” Chúa ơi, tôi yêu người đàn ông này và sử dụng phần lớn thời gian tuổi trẻ của mình để cố gắng bắt chước cách hành xử của ông. Gia đình không ngăn cản được tôi thực hiện điều này. Mẹ tôi lúc đó lái một chiếc Cadillac mới. Họ bắt đầu làm việc vào 7 giờ sáng và thường quay về nhà vào khoảng 9 giờ tối. Chúng tôi đã là một gia đình quyền lực. Khi mẹ tôi tiếp khách đến mua nhà thì công việc của tôi sẽ là mang những bộ LEGO ra khu vui chơi riêng và ngay khi gia đình chủ nhà tương lai bước vào, tôi sẽ tự giới thiệu mình với bọn trẻ và mời chúng chơi cùng. Nếu các bậc cha mẹ này không bị con cái làm phiền, họ sẽ có nhiều thời gian quan sát ngôi nhà hơn và mẹ tôi sẽ “thả mồi câu cá”. Những ông bố, bà mẹ tương lai này sẽ bắt đầu tưởng tượng rằng Jimmy và Becky bé nhỏ của họ đang trong phòng chơi dành cho em và thích thú với ngôi nhà mới của chúng. Bố mẹ tôi là một phần của cỗ máy những năm 1980, cỗ máy đã thực sự thiết lập nên trật tự đẳng cấp cho hàng thập kỷ về sau. Đây là thời điểm tốt cho các Alpha Male và chính nó đã giúp họ có được những hình ảnh cơ bản về cách thức thế giới vận hành.

Tôi nhớ cha đã nói với tôi rằng cách thức để trở thành một Alpha Male là vào đại học, kiếm một việc làm thật tốt, và sau đó khoảng 40 tuổi thì có thể khởi sự công ty của chính mình (một khi bạn đã hiểu rõ các nguyên tắc kinh doanh) hoặc bắt đầu chinh phục những nấc thang dẫn đến ban quản trị cấp cao. Tôi nhớ lúc còn nhỏ, tôi đã bối rối không hiểu tại sao người ta lại phải nhặng xị lên với việc sở hữu một chiếc chìa khóa vào nhà vệ sinh của ban quản trị! Thập kỷ 80 của thế kỷ trước quả là thời kỳ hoàng kim của các Alpha Male, họ lớn mạnh nhanh chóng và tin rằng thời kỳ này sẽ không bao giờ chấm dứt. Mô hình cha ông họ đã làm việc để sáng tạo ra cuối cùng đã trở thành hiện thực. Tôi không thể tính được số ngày bố mẹ đón tôi ở trường và đi mua sắm ở các khu buôn bán lớn. Chúng tôi mua mọi thứ mình cần, khi hỏi tương lai, tôi tự nhủ liệu chúng tôi làm điều đó bởi chúng tôi thích nó hay bởi những gì tượng trưng cho mua sắm này. Tại thời điểm đó, tôi đã biết rằng nếu đi theo mô hình đó, tôi sẽ trở nên giàu có, quyền uy và người khác sẽ nhìn tôi đầy thèm muốn. Nhưng mô hình đó đã không tồn tại lâu.

Những năm 1990

Trong những năm 1990, khi công nghệ mới xuất hiện, những ứng dụng và quan niệm được áp dụng trong tầng hầm và ga-ra cách đó 15 năm bắt đầu phát triển, đột nhiên biến những

chủ nhân của nó thành triệu phú chỉ trong một đêm. Khi những biến chuyển này bắt đầu diễn ra, các Alpha Male đồng loạt nín thở, họ giả định rằng đây đơn giản chỉ là một đốm sáng nhỏ trên màn hình và thị trường sẽ điều chỉnh lại nó. Họ đã sai! Các công ty công nghệ bắt đầu nhận được những hỗ trợ tài chính và chi phối các thị trường chứng khoán. Các CEO 21 tuổi đi khắp toàn cầu cùng các nhà cấp vốn đầu tư mạo hiểm tìm kiếm các giao dịch về phần mềm và công nghệ chỉ hiện hữu trong lý thuyết. Họ tiếp quản những văn phòng đắt giá ở các trung tâm thương mại thế giới và hưởng thụ cuộc sống vương giả. Nhóm Alpha Male ngược nhìn nhóm các Bill Gates tương lai và nhận ra rằng mô hình về cơ bản đã thay đổi. Các Alpha Male đã làm việc gian khổ để mô hình của mình vận hành hoàn hảo nhưng cuối cùng lại bị thế hệ kế tiếp và chiếc laptop của họ lấy đi tất cả. Họ chỉ có một lựa chọn duy nhất là rời công ty, trở thành nhà đầu tư mạo hiểm hoặc làm cố vấn cao cấp cho những công ty mới này.

Nhiều Alpha Male trước đó theo đuổi các phương pháp dẫn đến thành công đã gạt bỏ mô hình cũ và tham gia vào cuộc cách mạng công nghệ. Họ gửi tiền vào quỹ hưu 401K⁽¹⁶⁾ cũng như Tài khoản tiết kiệm hưu trí đã đăng ký⁽¹⁷⁾ và đầu tư vào những công ty mới khởi sự này. Họ trở thành thành viên hội đồng cố vấn, nhận vai trò mới trong công ty vừa khởi sự với một chức danh mới (Phó chủ tịch phụ trách nhân sự, Phó chủ tịch Công ty Creative Investment, v.v...) và ra quyết định sáng suốt nhằm tạo lập cho mình một chỗ đứng trong mô hình mới này - nơi họ có thể chi phối.

Trong những năm của thập kỷ 90, lượng tiền quay vòng rất lớn và mặc dầu các Alpha Male thay đổi mô hình kịp thời đều thành công, tôi nghĩ nhiều người trong số họ vẫn phần nào coi thường những người đàn ông khác, trẻ hơn họ 20 tuổi nhưng thành công như họ hay thậm chí hơn họ. Các Alpha Male tin rằng những chàng trai trẻ này đạt được vị thế của mình tại bàn ăn tối và nhiều người trong số đó đã không học ở trường kinh doanh, không tiêu tốn thời gian ở các vị trí công việc thấp hơn, và trong phần lớn trường hợp, họ không phải là Alpha Male. Những chàng trai công nghệ này phần lớn là Beta Male, ghét mâu thuẫn và chỉ yêu các thử thách từ công việc (họ không hoàn toàn bị dẫn dắt bởi đồng tiền) và họ nghĩ công ty như con cái của họ (trong khi các Alpha Male xây dựng các công ty để bán). Các Beta Male không có suy nghĩ tiêu diệt đối thủ và cho rằng các Alpha Male quá hiếu chiến. Các Alpha Male ghét những gã như thế bởi chúng làm họ liên tưởng đến phiên bản yếu ớt của chính họ và điều này khiến họ cảm thấy chán ghét. Đây là nỗi uất ức với nhóm Alpha Male và nó chỉ dịu đi ít nhiều bởi số tiền họ kiếm được từ địa vị mới.

Sự điều chỉnh thị trường mà các Alpha Male nghĩ sẽ xảy ra tức thì nhưng phải mất đến một thập niên, khi điều đó xảy ra thì nó lại đi kèm với những tai họa. Các Alpha Male cho rằng đó là một cuộc đổ xô đi tìm vàng mới, đánh mất tất cả những kỹ năng tốt nhất đã đưa họ đến thành công trước đó (như nghiên cứu cạnh tranh, thư bày tỏ ý định từ những khách hàng tiềm năng, dùng tài trợ sáng tạo thay vì bỏ tiền túi của mình) và nhảy ngay vào mà không cần biết có an toàn hay không. Điều này chứng minh lời mô tả rằng Alpha Male hay hành động theo kiểu “bắn, sẵn sàng, ngắm” thay vì “ngắm, sẵn sàng, bắn.” Phấn khích bởi đây sẽ là “điều tuyệt vời nhất tiếp theo,” Alpha Male từ bỏ tất cả những công cụ đã giúp anh ta đạt được những thành công khác nhau. Alpha Male thậm chí quên mất chuyện nỗ lực

phát triển Kế Hoạch B (kế hoạch dự phòng trong trường hợp công việc chệch khỏi đường ray). Kế Hoạch B sẽ buộc anh ta cam kết theo đuổi mô hình mới này và đặt cược vào nó. Trước đó, phần lớn những công ty công nghệ phát triển mà không có mô hình kinh doanh. Nhiều công ty khác cũng không có kế hoạch kinh doanh; họ thích dùng các bản cáo bạch đầu tư để thay thế hơn. Họ không có khách hàng, không có đối tác và không có các kênh bán hàng đã được thiết lập. Họ chỉ có các ý tưởng được đánh giá quá cao so với giá trị thực, và khi quả bom dot.com rơi trúng thì như củi khô gặp lửa. Mọi thứ nổ tung. Chỉ những gã khổng lồ như Amazon là còn sống sót. Trong khi đó, các công ty được giao quyền quá mức như Nortel phải hứng chịu những tổn thất nặng nề và cho toàn bộ nhân viên nghỉ việc khi các nguồn lực cạn kiệt.

Mặc dù bị tổn thương nặng nề, Alpha Male xóc lại bản thân mình và quyết định sử dụng lại mô hình kinh doanh cũ kết hợp thêm những tiến bộ của công nghệ mới. Thư điện tử, tổ chức hội nghị qua video và các bài thuyết trình qua mạng là những vũ khí mới của họ để phát triển kinh doanh. Họ kết hợp các kỹ năng cũ trong phát triển kinh doanh với các tiến bộ công nghệ cho phép họ “điều hành thế giới”. Họ khai mở và phát triển những thị trường mới với niềm hăng hái và khinh thường như trước, hãy nhớ rằng thế giới rộng lớn và họ có thể đi khắp nơi khi họ muốn, điều này không phải là vấn đề đối với họ. Điều tuyệt vời khác về công nghệ mà các Alpha Male khám phá ra là bạn không cần phải gặp khách hàng của mình. Bạn có thể trò chuyện, liên lạc hay trao đổi với khách hàng qua thư điện tử, thực hiện các cuộc hội nghị qua video, giải quyết các khúc mắc của họ qua các trung tâm đàm thoại và tự động gửi hóa đơn cho họ.

Nhưng các Alpha Male quên mất rằng nếu một công nghệ cho phép điều hành thế giới thì cũng chính nó cho phép thế giới nói chuyện với chính nó. Nếp suy nghĩ “cuồng đoạt và cướp phá” cũng như “chém và thiêu cháy” trong phát triển kinh doanh trước kia đi theo họ đến mọi nơi. Nếu bạn lừa gạt một ai đó ở Paris, họ có thể thông báo cho các chi nhánh khác của họ biết chỉ bằng động tác gõ phím hay một cái nhấp chuột. Những blogger bình luận về việc các công ty đang làm mà không cần phải lo lắng điều gì, thế giới kinh doanh lúc này chỉ là việc gửi đi những bức thư điện tử. Alpha Male sẽ cảm thấy hậu quả từ những hành động của họ chỉ trong vài tích tắc thay vì phải hàng tháng hay hàng năm như trước kia. Mô hình kinh doanh lại bắt đầu thay đổi, và các Alpha Male vẫn chưa chắc chắn về bước đi tiếp theo của mình.

Năm 2007

Thế giới trở nên nhỏ bé hơn và công nghệ khiến đời sống dễ dàng hơn ở một số khía cạnh và khó khăn ở một số khía cạnh khác (ví dụ như tổng đài trả lời tự động gây ra sự khó chịu khi chúng ta sử dụng dịch vụ điện thoại), một mô hình kinh doanh mới cần phải được sinh ra để duy trì sự trung thành của khách hàng. Tôi tin rằng mô hình mới này bắt đầu hưng thịnh đầu năm 2001 và tiếp tục chi phối ngành kinh doanh hiện nay. Mô hình mới mà từ đây về sau tôi sẽ gọi là *mẫu hình mới* được đặt nền tảng trên sự chính trực, tin cậy và các mối quan hệ. Chính trực có nghĩa là làm những điều đúng đắn, tin cậy nghĩa là thực hiện những gì đã hứa và mối quan hệ nghĩa là hiểu biết về người mà bạn đang kinh doanh

cùng. Đây là phương cách mà phụ nữ đã và đang làm kinh doanh trong suốt 50 năm qua, nhưng các Alpha Male phê phán điều đó bởi họ cảm thấy phụ nữ dành quá nhiều thời gian cho điều này. Nhưng sự thật là mô hình mới phù hợp hoàn toàn với phụ nữ. Thị trường đã tự điều chỉnh lại sau 50 năm làm những việc gần đúng nhưng không bao giờ là đúng hoàn toàn. Đây không phải là sự bình đẳng trong công ăn việc làm hay trong tiền lương mà còn lớn hơn thế. Phụ nữ ở vị trí lãnh đạo bởi mô hình của họ là mô hình duy nhất hoạt động trong môi trường kinh doanh toàn cầu mới mẻ này.

Tôi luôn thất vọng khi thấy phụ nữ yêu cầu đàn ông cho họ sự bình đẳng trong kinh doanh. Về mặt ngữ nghĩa, một người không thể bình đẳng với người khác nếu họ phải yêu cầu điều đó. Nhưng vô lý thay, đàn ông vẫn là người ban phát nhỏ giọt những đặc ân. Phụ nữ phải học cách nắm lấy quyền lực và cho thế giới thấy mình là một thế lực phải được tính đến trong kinh doanh cũng như trong cuộc sống.

Trong kinh doanh, Alpha Male thường lặng lẽ quan sát phụ nữ để tìm kiếm sự hướng dẫn, đối với một Alpha Male mà nói thì việc yêu cầu sự giúp đỡ tương đương với việc nói rằng: “Tôi quá kém để tự mình giải quyết vấn đề này”. Do đó, họ ngồi xuống, yên lặng và quan sát. Nhưng trong thực tế, đàn ông phải có cuộc trò chuyện trung thực trước khi có thể nắm bắt được điều mà phụ nữ đã biết trong hàng thập kỷ: Chăm sóc người làm ăn với bạn không chỉ quan trọng mà nó còn là yêu cầu bắt buộc. Như tôi từng nói trong các buổi hội nghị chuyên đề của mình, phi cơ trong kinh doanh phải là phi cơ lái tự động. Đàn ông không biết cách lái nó và không ai chia sẻ với phụ nữ rằng họ chính là phi công hoàn hảo cho mẫu hình mới này. Dự định của tôi là khởi đầu từ cuộc đối thoại này, chúng ta tiếp tục đối thoại giữa các cá nhân, các nhóm, các công ty và các nền kinh tế. Vấn đề không phải là đàn ông cho phụ nữ có cơ hội “bình đẳng” mà là phụ nữ bước ra ánh sáng và nắm quyền lãnh đạo một mô hình chỉ có họ mới có thể điều hành được. Alpha Male sẽ không đi đâu cả nhưng những Alpha Male thế hệ của tôi nhận thức được sự thay đổi đang diễn ra, và chúng tôi tôn trọng phụ nữ hơn (bởi vì chúng tôi có những người mẹ mạnh mẽ) so với thế hệ của cha tôi trước đó. Ngay cả với sự tôn trọng này, Alpha Male vẫn là Alpha Male, và chúng tôi có những động cơ dẫn dắt và trăn trở riêng mà một khi phụ nữ biết thì họ sẽ không quên. Tôi luôn bị hỏi về ý chủ đạo là liệu tôi có cho rằng phụ nữ nên hành xử giống “Alpha Male” không? Tất nhiên tuyệt đối là không! Nếu bạn làm như vậy thì nghĩa là bạn đã đánh mất cơ hội dẫn đầu và dạy chúng tôi (đàn ông) cách kinh doanh bền vững rồi đó.

Tôi thích cân bằng mẫu hình mới cho phụ nữ để du lịch đến Paris. Ở Canada, theo quy định của chính phủ, chúng tôi phải học tiếng Pháp từ khi học tiểu học cho đến đại học. Tôi chưa bao giờ thực sự thích tiếng Pháp và cố gắng học nó cũng như chưa bao giờ thực hành tiếng Pháp tốt cả. Về cơ bản, tôi vượt qua các khóa học, nhưng không thể nói là tôi có thể giao tiếp tiếng Pháp ở trình độ cao. Năm 2003, tôi ở thành phố Quebec (Canada) và cố gắng sử dụng tiếng Pháp thành thạo. Tôi bước vào một cửa hàng cà phê trên phố cổ, lúc đó cửa hàng đang có nhiều khách du lịch nam chờ đợi để lấy được một tách cà phê. Có một người đàn ông hỏi bằng tiếng Anh và người phụ nữ sau quây hỏi lại: “Pardon?” (Xin lỗi, ông có thể nhắc lại được không?)⁽¹⁸⁾, lúc đó người đàn ông hét to yêu cầu của anh ta, tôi đoán nếu anh ta hét to thêm chút nữa thì chắc người phụ nữ kia sẽ ngay lập tức hiểu tiếng Anh.

Cô bán hàng nhìn anh ta với vẻ bối rối trên khuôn mặt. Người đàn ông quay quắt và giận dữ bước ra khỏi cửa hàng mà không cần tách cà phê nữa, tất nhiên, không chút nghi ngờ là anh ta đã không có những trải nghiệm đẹp ở thành phố Quebec này. Tiếp theo, đến lượt tôi, tôi bước lên và gọi một cốc cà phê latte với giọng Pháp không chuẩn. Cô ấy nhìn tôi, lúc đó tôi đã chuẩn bị tinh thần để nghe: “Xin lỗi, ông có thể nhắc lại được không?” nhưng thay vào đó, cô ấy mỉm cười và nói với một thứ tiếng Anh cực hoàn hảo: “Ông có muốn biết cách nói chính xác điều đó trong tiếng Pháp không?” Tôi gật đầu và cô ấy đọc cho tôi nghe. Sau đó, cô ấy vui vẻ lấy cho tôi một tách cà phê, đưa nó đến bàn và nhận tiền. Tôi hoàn toàn lúng túng bởi không hiểu tại sao cô ấy đối xử thô lỗ với người đàn ông đầu tiên nhưng lại tốt với tôi như vậy. Đột nhiên câu trả lời lóe lên trong óc tôi. Người đàn ông đầu tiên chờ đợi cô ấy hành xử theo cách có lợi cho anh ta, trong khi đó, tôi đã cố gắng (dù là rất tệ) nói chuyện bằng ngôn ngữ của cô ấy. Tôi chỉ đi về phía cô ấy một bước, sau đó cô ấy đi mười bước về phía tôi. Cô ấy giả thiết tôi là một người nói tiếng Anh, tôi sẽ mong chờ cô ấy nói bằng ngôn ngữ của tôi hơn là của cô ấy. Bạn có thể tưởng tượng ai đó đến từ một thành phố ngoài Bắc Mỹ và phật ý bởi bạn không thể nói tiếng Hà Lan hay tiếng Quảng Đông?

Khi giao tiếp với các Alpha Male, điều tương tự vẫn đúng. Chúng tôi học được trong đời sống cá nhân của mình rằng để thành công với phụ nữ, chúng tôi phải quan tâm đến cách chúng tôi diễn đạt sự việc với họ. Chúng tôi biết cách diễn giải suy nghĩ của mình sao cho chúng có thể chuyển tải được thông điệp của mình đến người nữ đồng nghiệp. Đối với phụ nữ, để xây dựng kinh doanh và các mối quan hệ với đàn ông trong thương mại, có lẽ họ nên nói chuyện với các Alpha Male bằng ngôn ngữ đàn ông hiểu được. Nếu bạn tiếp cận một người đàn ông theo cách này, đầu tiên anh ta sẽ sững sốt, sau đó bối rối, ấn tượng và cuối cùng sẽ muốn hợp tác làm ăn ở tầm cao với bạn bởi bạn không phải là “một trong những cô gái kia”. “Một trong những cô gái kia” là địa vị mặc định của mọi phụ nữ khi mới bắt đầu. Chúng tôi giả định rằng niềm tin của chúng tôi đúng cho phần lớn phụ nữ (các mẫu sẵn) và chúng tôi quản lý mối quan hệ của chúng tôi với bạn bằng niềm tin này trong đầu. Khi bạn bắt đầu phá vỡ những định kiến của chúng tôi về phụ nữ, điều đó sẽ khiến chúng tôi tìm hiểu sâu hơn về bạn. Những việc sẽ xảy ra nằm trong dự tính của tôi khi làm việc với một người phụ nữ đó là:

1. Ở một số khía cạnh trong mối quan hệ, cô ấy sẽ cố gắng trở nên đáng yêu để nhận được một số điều mà cô ấy muốn (các bạn gọi điều này là sự quyến rũ của phái đẹp còn chúng tôi gọi là sự bắt lạt trong thương lượng nghiêm túc).
2. Cô ấy sẽ trở nên bối rối, khóc, giận dữ, bị tổn thương hoặc sụp đổ nếu bạn hành động chống lại cô ấy trong một giao dịch kinh doanh.
3. Cô ấy không được nói chuyện riêng tư về những thứ chúng tôi không muốn cho cả thế giới biết.
4. Cô ấy sẽ mong chờ tôi hiểu được suy nghĩ của cô ấy và nghĩ rằng tôi cần làm việc chăm chỉ để duy trì mối quan hệ với cô ấy.
5. Cô ấy sẽ cố gắng giúp tôi thành công cũng nhiều như tôi sẽ giúp cô ấy vậy.
6. Tôi sẽ chịu trách nhiệm kéo cò (hoàn thành tốt đẹp các giao dịch) nhưng cô ấy muốn tôi chia sẻ tiền thu được.

7. Cô ấy tin rằng tôi sẽ quan tâm và giúp cô ấy vượt qua khó khăn nếu điều đó xảy ra.
8. Cô ấy sẽ tìm lời khuyên từ những người bạn nữ của mình khi tôi làm điều gì đó cô ấy không hiểu (và đó là nơi cô ấy sẽ thổ lộ mọi thứ tôi đang cố gắng giữ bí mật).
9. Cô ấy sẽ tìm lời khuyên từ bạn trai, chồng, cha hay anh em trai, và những người không thích hợp này sẽ đưa cho cô ấy những chiến lược mà chúng chỉ khiến tình hình rối tung thêm.
10. Nhiều khả năng là cô ấy và tôi sẽ có mâu thuẫn ở một số mặt nào đó và tôi sẽ phải loại bỏ cô ấy. Tôi đã chuẩn bị tinh thần cho điều này khi chúng tôi mới bắt đầu làm việc cùng nhau, do đó tôi giữ khoảng cách với cô ấy để khi phải thực hiện điều đó, tôi sẽ không có cảm giác tội lỗi.

Khi một người phụ nữ bước vào cuộc đời kinh doanh của tôi, từ trong suy nghĩ, tôi đồng ý với chính mình rằng những điều đề cập trên đây là tất cả những điểm nguy hiểm khi dính dáng đến cô ấy. Khi cô ấy làm những điều trái ngược với những dự tính của tôi (nghĩa là cô ấy không coi những lời nhận xét là nhắm vào mình trước mặt tôi, không khuyên tôi những lời khuyên ngớ ngẩn từ chồng hay cha của cô ấy, tự mình hoàn thành tốt các giao dịch, giữ bí mật các sự việc và hiểu rằng mọi người sẽ chỉ hưởng những gì mình làm được) tôi sẽ ngạc nhiên, hài lòng và rút cô ấy ra khỏi hạng mục “một trong những cô gái kia”, sau đó sẽ bắt đầu coi cô ấy như một đồng nghiệp bình đẳng.

Khi ở Quebec, tôi không phải cố gắng trở thành một người Pháp để nói ngôn ngữ của họ. Do đó, bạn không phải trở thành một Alpha Male để giao tiếp hay trao đổi với họ theo cách họ hiểu. Tôi có thể quyết định sẽ luôn luôn nói tiếng Anh khi ở nước ngoài, cũng tương tự như vậy, bạn có thể quyết định tiếp tục nói ngôn ngữ của phụ nữ, và thỉnh thoảng nhiều khả năng cả hai chúng ta sẽ có được tối đa những điều mình muốn. Tuy nhiên, tôi tin tưởng rằng nếu chúng ta nỗ lực để diễn đạt và hành xử để chuyển tải thông điệp của mình đến những thính giả muốn nghe, trong khi vẫn bảo đảm *nguyên vẹn tính chính trực của mình*, thì công việc kinh doanh và cuộc sống của chúng ta sẽ dễ dàng sâu sắc hơn.

2. CÁC MẪU NGƯỜI TIÊU BIỂU TRONG KINH DOANH

Tôi được thế giới gọi là một Alpha Male trẻ tuổi. Tôi là một thợ săn theo đúng nghĩa đen của từ này và tự hào khi ăn những thứ mình săn được. Đây là cách mà các Alpha Male mô tả việc xây dựng công việc kinh doanh. Tôi cười nhạo các trở ngại bởi chúng cho tôi cơ hội để chứng tỏ với thế giới rằng không gì có thể cản bước tôi. Khi ở trong phòng, tôi cảm thấy mình ở trên người khác. Cái Tôi của tôi, tuy mỏng manh nhưng là hạt nhân quyền lực của tôi. Tôi dùng nó để ra các quyết định và nó ảnh hưởng đến mọi hành động của tôi. Trong cuốn sách này, tôi sẽ phân tích kỹ về Alpha Male trong kinh doanh ở phương Tây. Tôi sẽ kéo bức màn che và chia sẻ với các bạn điều tôi nghĩ, lý do mọi việc tôi làm, cách tôi nhìn nhận sự việc và điều quan trọng nhất là tại sao tôi lại thành công. Tôi đã học được nhiều mưu mẹo từ một danh sách dài những Alpha Male lão luyện, những người mà ở một khía cạnh nào đó, vì những lý do ích kỷ, nghĩ rằng tôi xứng đáng có được thành công.

Những người gặp Alpha Male sẽ được anh ta đặt vào trật tự đẳng cấp trong ý nghĩ. Chúng tôi sắp xếp mọi người giống như một cậu bé thực hiện với những quân bài khúc côn cầu⁽¹⁾ của mình, chúng đặt những quân bài nhiều giá trị nhất lên trước và những quân bài kém giá trị sau cùng. Tôi sẽ dẫn bạn đi xuyên suốt những hạng mục khác nhau trong hệ thống trật tự đẳng cấp của Alpha Male.

Alpha Male

Alpha Male là con cá mập trắng khổng lồ trong kinh doanh. Anh ta đứng trên đỉnh chuỗi thức ăn và bơi khắp đại dương của mình để tìm kiếm con mồi. Giống như cá mập trắng khổng lồ, nếu ngừng bơi anh ta sẽ chết (hoặc tối thiểu là cảm thấy giống như anh ta đang dần chết). Alpha Male là người hoàn thành các giao dịch, người gây dựng các liên minh kiếm tiền và là người gần như hoàn toàn bị dẫn dắt bởi đồng tiền và quyền lực. Alpha Male là một người đàn ông bẩm sinh là Alpha Male hoặc Beta Male. Điều này không có nghĩa rằng Alpha Male luôn có những người cha là Alpha Male. Thay vào đó, một số người sở hữu những phẩm chất riêng biệt để trở thành những Alpha Male. Alpha Male quyết tâm hoàn thành công việc, tập trung vào các mục tiêu, thích mâu thuẫn, cực kỳ quan tâm đến địa vị trong cuộc sống, không muốn đi theo các quy tắc của người khác, muốn thử những điều không thể và chỉ chấp nhận những điều tốt nhất cho chính mình và gia đình. Alpha Male là nguyên do tại sao các giao dịch đã được thực thi trong suốt 200 năm qua. Nhìn chung, trong kinh doanh, Alpha Male không nguy hiểm như bạn tưởng trừ phi bạn đánh

giá thấp họ hoặc đánh mất sự tín nhiệm của họ. Họ chỉ đơn giản tập trung vào các mục tiêu và xem kinh doanh như một chiếc xe tải đang chạy – bạn hoặc ngồi trong xe hoặc ở dưới gầm xe. Tôi thích chia Alpha Male thành hai loại: loại thứ nhất là Alpha Male có gì đó để chứng minh (thông thường là Alpha Male trẻ) và loại thứ hai là những Alpha Male đã trải qua chinh chiến và sống để kể lại những điều đó (những Alpha Male lớn tuổi). Alpha Male trẻ tuổi là đồng sự tuyệt vời trong khi Alpha Male lớn tuổi lại là những người thầy xuất sắc. Tôi sẽ miêu tả lần lượt mỗi kiểu bạn hiểu cách họ hành xử và từ đó bạn có thể nhận biết được ai là Beta Male nhưng đang giả vờ là Alpha Male.

Alpha Male trẻ tuổi

Thông thường, Alpha Male trẻ tuổi nằm trong độ tuổi khoảng từ 18 đến 40, mặc dù trong một số ít trường hợp bạn vẫn có thể tìm thấy những người già hơn. Alpha Male trẻ cảm thấy hạnh phúc nhất khi anh ta thực hiện giao dịch thành công, cố gắng dành nhiều thời gian cho công việc, thuyết trình trước đám đông hoặc làm ra thật nhiều tiền. Alpha Male trẻ tập trung vào việc tạo nên tên tuổi cho bản thân mình, phát triển một mạng lưới bảo vệ và kiếm càng nhiều giao dịch kinh doanh càng tốt. Alpha Male trẻ thích xe hơi, thích đồ chơi hay đồng hồ đeo tay (tất cả những thứ này sẽ được tôi nói đến trong các chương sau) và luôn muốn mình là trung tâm.

Alpha Male trẻ tuổi thường kết thân với các Alpha Male trẻ tuổi khác và có một tá những Alpha Male lớn tuổi để anh ta học tập, khoe khoang và gây ảnh hưởng để họ đưa anh ta tham gia vào các giao dịch lớn hơn. Anh ta luôn sống trong nỗi lo sợ thường trực rằng sẽ bị phát hiện gian dối trong công việc. Alpha Male trẻ tuổi cũng luôn muốn cho vào miệng nhiều hơn số thức ăn mình có thể nhai và câu thần chú của anh ta là: “Tôi không cần phải biết mọi thứ. Tôi chỉ cần mình có khả năng tìm ra thứ gì đó trước khi khách hàng phát hiện ra là tôi không biết”. Anh ta chiêm nghiệm cuộc đời cha mình kỹ lưỡng và quyết định điều gì nên thực hiện khác đi cũng như anh ta cần phải bắt chước điều gì.

Alpha Male trẻ tuổi muốn làm mọi thứ tốc độ hơn và sinh lợi nhiều hơn so với bất cứ người nào đi trước anh ta. Anh ta khao khát danh tiếng và lòng kính trọng từ những người anh ta chưa hề gặp. Anh ta muốn là chủ đề của những cuộc nói chuyện bên bàn ăn tối. Nếu có vật cản chần ngang đường, anh ta sẽ nghiêng răng giận dữ và tuyên chiến ngay lập tức. Anh ta ao ước được chứng tỏ bản thân trong chiến đấu, vẫn luôn luôn lo lắng rằng ai đó giỏi hơn sẽ đua tranh với anh ta. Mỗi tháng anh ta sẽ xem xem mình đang làm được bao nhiêu, đã làm được bao nhiêu và anh ta đang ở đâu trong hệ thống trật tự đẳng cấp của những người anh ta biết. Alpha Male trẻ tuổi là người ủng hộ nhiệt thành nhất và đồng thời cũng là người chỉ trích bản thân ghê gớm nhất. Không ai có thể bắt Alpha Male trẻ tuổi chăm chỉ hơn chính anh ta làm điều đó với bản thân mình. Mỗi đêm, anh ta nằm trên chiếc giường cỡ lớn của mình và quyết định xem anh ta đã có thể làm điều gì khác đi, nhớ lại những thành công cũng như thất bại và tự nhủ: “Liệu ngày mai có phải là ngày họ nhận ra rằng mình đang dính vào một vụ kẹt không nhỉ?”

Một Alpha Male trẻ trở thành một Alpha Male lớn tuổi không nhất thiết phải chờ đợi thời gian trôi qua mà bằng cách tích lũy thành tựu. Một khi Alpha Male trẻ có đủ tiền, nhận được sự kính trọng và những ánh mắt ngưỡng mộ, anh ta có thể bắt đầu hít thở thoải mái hơn một chút. Anh ta sẽ bắt đầu chọn lựa những giao dịch tốt và giá trị nhất cho anh ta. Bằng cách làm như vậy, những giao dịch tốt hơn sẽ bắt đầu tự tìm đến với anh ta. Alpha Male lớn tuổi là mẫu hình mà tất cả các Alpha Male khao khát vươn tới.

Alpha Male lớn tuổi

Alpha lớn tuổi là phiên bản được nghỉ ngơi nhiều hơn của Alpha Male trẻ tuổi. Anh ta không hề có ít động lực hay tham vọng hơn, tuy nhiên anh ta đã học được rằng gây ảnh hưởng là cách tốt nhất để hoàn thành công việc kinh doanh. Trong khi Alpha Male trẻ tuổi tự hào ở lượng công việc bản thân có thể làm thì Alpha Male lớn tuổi lại tự hào ở lượng công việc anh ta có thể khiến người khác làm cho mình. Alpha Male trẻ tự mình kiếm nhiều tiền trong khi Alpha Male lớn tuổi có trong tay nhiều người kiếm nhiều tiền cho anh ta. Alpha Male trẻ đến văn phòng vào 5 giờ 30 sáng còn Alpha Male lớn tuổi tìm kiếm khách hàng khi đang ở trên du thuyền, trong lúc xem một trận khúc côn cầu hay đến Vegas xem đấu võ. Alpha Male lớn tuổi nhìn những người trẻ tuổi và nhớ lại cái giá mình phải trả để tham gia vào các giao dịch lớn, trong khi Alpha Male trẻ nhìn Alpha Male lớn tuổi để tìm kiếm cảm hứng đưa công việc của mình lên tầm cao hơn.

Tôi phát hiện ra rằng Alpha Male lớn tuổi giống như những chú chó già nằm trên bờ hiên, chúng đã hoàn thành xong những chuyên đi săn, những trận chiến đấu và đánh dấu lãnh địa. Bây giờ, chúng tự tin vào sự an toàn của vương quốc mình và muốn nghỉ ngơi một lát. Alpha Male trẻ tuổi thì giống như chú cún con thích chạy quanh sủa vang vào thính không và lôi các thứ ra để gặm. Cậu ta sẽ chạy đến bên chú chó già, cắn nhẹ vào tai, sủa hay chạy theo chú chó già khi nó đi đâu đó. Tôi nghĩ trong kinh doanh chúng ta hành xử cũng tương tự như vậy. Nhiều Alpha Male lớn tuổi tôi biết hay đã từng biết trong kinh doanh là những ngọn hải đăng cho công việc của tôi. Tôi sẽ tự bước đi nhưng luôn để ý họ ở đâu và đang làm gì. Tôi được dẫn dắt bởi những nơi họ ở và những việc họ đang làm. Tôi sẽ khoe khoang với họ về những điều tôi đang làm, giả định tôi là người duy nhất đã từng thực hiện điều đó chỉ để được nghe rằng họ đã thực hiện điều đó cách đây cả thập niên. Alpha Male lớn tuổi giữ cho Alpha trẻ tuổi đi đúng đường. Người bạn và đồng thời là người thầy của tôi, Alvin Con làm việc tại Intel, là một ví dụ tuyệt vời cho điều này. Hồi đó, tôi đang xây dựng một công ty công nghệ non trẻ nhưng không thành công và thế là tôi đi theo ông ấy đến các hội nghị để quan sát cách ông ấy làm việc. Tôi ngồi yên lặng, theo dõi những điều ông nói và cả những điều ông không nói. Ông ấy cho tôi trải nghiệm cuộc nói chuyện của những ông lớn trông như thế nào. Tôi có thể nhớ ngồi trên bàn giao dịch lúc đó là đại diện của các hãng Hitachi, Intel và nhiều công ty đa quốc gia khác đang bàn về việc thâm nhập vào thị trường Canada. Họ ước lượng một trường đại học sẽ cần bao nhiêu thiết bị, một thành phố có thể sử dụng bao nhiêu máy chủ và băng thông rộng và nhiều thứ khác nữa. Những người đàn ông này đang nói chuyện về những thương vụ mới trị giá hàng triệu và hàng chục triệu đôla. Sau đó, họ sẽ lập chiến lược để thâm nhập các thị trường và đảm bảo các bên đều có

cơ hội. Điều này giống như việc hình dung Winston Churchill đang ở phòng tác chiến trong suốt Thế chiến thứ hai. Các Alpha Male chứng thực cho nhau (chúng ta sẽ nói về điều này sau) và cùng đưa nhau vào cuộc chơi làm lợi cho họ. Sau đây là một ví dụ:

Tôi và Alvin đang ăn trưa tại Milestones vào một ngày thứ Sáu và tôi than phiền về những thử thách do không được coi trọng trong lĩnh vực công nghệ bởi vốn kiến thức hạn chế của tôi. Tôi có hai đồng sự, một là trưởng bộ phận tài chính và một là trưởng bộ phận thông tin, họ quản lý các hoạt động và sự phát triển của công ty trong khi trách nhiệm của tôi là tìm kiếm các giao dịch và thỏa thuận để chúng tôi thực hiện. Alvin và tôi đang thảo luận làm cách nào để thực hiện giao dịch cung cấp dịch vụ truy cập mạng Internet không dây trong phạm vi trường học cho một trường đại học địa phương. Khi chúng tôi thảo luận về các ý tưởng, tôi có một vài phương án tuyệt vời và Alvin yêu cầu tôi trình bày trên một tờ giấy trắng. Khi hoàn thành, tôi mang các bản sao đến cho công ty chúng tôi hợp tác và xem xét nó kỹ lưỡng. Alvin bảo tôi nên để mắt hai người mà ông ấy nghĩ họ là những người cơ hội. Ông ấy bảo tôi rằng ý tưởng là hàng hóa của tôi. Một trong những người tham gia đàm phán đã lấy ý tưởng của tôi, đến gặp nhà cung cấp cạnh tranh và chung tay hợp tác thực hiện giao dịch 300 triệu đôla. Tôi đã thất bại. Một tuần sau, Alvin và tôi cùng hút xì gà và xem xét lại sự việc. Tình hình của tôi lúc đó rất tồi tệ. Alvin nhìn tôi mỉm cười. Ông ấy nói: “Anh bạn, đừng tập trung quá vào việc anh đang có một giao dịch bị hớt tay trên, hãy tập trung vào việc anh mới 26 tuổi và đã nhận được một giao dịch có thể thực hiện với số tiền lên đến 300 triệu đô. Lần tới, anh sẽ ký được một thỏa thuận mật và kiếm được vô khối tiền đấy.”

Những tuần sau đó, tôi vẫn than phiền về việc không được coi trọng trong lĩnh vực công nghệ và Alvin nói với tôi: “Anh muốn được coi trọng ư? Được thôi, tôi đang đăng cai tổ chức Hội nghị Công nghệ Không dây Intel tuần này. Tôi sẽ đưa anh vào danh sách diễn giả để nói về vấn đề chăm sóc khách hàng ở các tổng đài điện thoại. Cả anh và tôi đều biết rằng anh không có chút hiểu biết nào về vấn đề này cả. Tuy nhiên, vấn đề là liệu anh có thể học trong ba ngày để gây ấn tượng với mọi người ở đó và không khiến tôi phải bối rối hay không? Nếu câu trả lời là có, anh sẽ được trình bày. Nếu là không thì tôi không muốn nghe bất cứ lời than vãn nào nữa. Đây là cơ hội của anh, anh có muốn nó hay không?” Tôi nhìn ông ấy và trả lời “Có!” rồi bắt tay, cảm ơn ông ấy và bước ra khỏi nhà hàng. Mới đi được vài bước, nỗi lo sợ đã len lỏi vào tim tôi. Trong 72 giờ đồng hồ, tôi sẽ nói trước 100 nhà đại tư bản công nghệ về cách thức các tổng đài điện thoại không dây quản lý sự hỗ trợ Bạc 1 và 2, đầu óc tôi rối bời. Và điều làm tôi lo lắng nhất là mình sẽ bị Alvin loại bỏ và dính vào một mớ rắc rối. Tôi chạy nhanh đến một chuỗi cửa hàng sách địa phương và mua cuốn “Kết nối mạng không dây cho những người ngốc nghếch” và đọc hết nó. Tôi không thể nhớ mình đã làm gì để chuẩn bị và sự kiện diễn ra như thế nào, tôi chỉ nhớ rằng sau đó Alvin đến gần bắt tay tôi và nói: “Cậu làm rất tốt,” rồi nhường đường cho những người từ các công ty công nghệ lớn đến gần và xin tôi danh thiếp cũng như đưa cho tôi danh thiếp của họ. Alvin đã củng cố điều cha tôi luôn nói: “Con không cần phải biết mọi thứ, con chỉ cần biết nhiều hơn các khách hàng của con. Và nếu con không biết thì công việc của con là tìm ra chúng nhanh hơn, trước khi họ phát hiện ra con không biết về những gì mình đang nói.”

Trước khi gặp Alvin, tôi nghĩ các giao dịch 50.000 đôla đã là rất ấn tượng, nhưng sau đó ông ấy nói chuyện với tôi về các giao dịch 100 triệu đôla mà ông ấy đang ráp nối chúng lại với nhau. Chúng tôi sẽ ngồi cùng nhau tại câu lạc bộ xì gà của chúng tôi với các Alpha Male khác (cả trẻ và lớn tuổi) và hình dung lại các câu chuyện săn tìm trong tuần. Trong một năm, Alvin và tôi ăn trưa cùng nhau và ngồi nói chuyện bên những điều xì gà vào thứ Sáu mỗi tuần và trong khoảng thời gian này tôi đã học được rất nhiều, nhiều hơn bất cứ thời gian nào trước đó cũng như từ đó về sau. Tôi đã có nhiều người thầy là Alpha Male (và cả những Alpha Female nữa).

Một số điều tôi học được từ những người này là:

1. Thành công luôn ở đó và sẵn sàng cho bạn giành được. Nếu bạn muốn nó, bạn cần phải đòi hỏi nó.
2. Quyền lãnh đạo được trao cho những người gánh hoàn toàn trách nhiệm.
3. Thế giới dồn ép những ai yếu đuối.
4. Không ai tôn trọng những người không làm hết sức mình. Nếu bạn đã làm, hãy làm hết sức mình.
5. Hãy tìm cho mình sân chơi, học cách chơi, bắt đầu chơi và thống trị cuộc chơi đó.
6. Tôi không cần thiết phải chọn lựa. Tôi có thể có mọi thứ tôi muốn theo cách mà tôi muốn nó.
7. Nếu tôi không thích các quy tắc của cuộc chơi, hãy thay đổi nó.
8. Hãy chuẩn bị tinh thần để thách thức những điều mà tôi nghĩ là không công bằng cho tôi.
9. Hãy yêu cầu cái tôi muốn.
10. Đối với những người xen ngang đường đi, hãy mời họ tham gia cùng mình hoặc đè bẹp họ.
11. Những kẻ tâm thường luôn công kích những người tài giỏi.
12. Ở trên đỉnh cao là sự cô đơn.
13. Người đàn ông sống một cuộc sống thiếu đam mê không xứng đáng nắm quyền lãnh đạo.
14. Tồn tại một nghệ thuật kiến tạo các giao dịch. Giống như mọi thứ khác, nghệ thuật này cần phải được rèn luyện hàng ngày.

Vài năm sau đó, Alvin mất vì ung thư. Tôi nhớ đã nhìn thấy ông ấy trong bệnh viện một vài tháng trước khi ông mất và nghe bác sĩ khuyên ông ấy nên sắp xếp mọi sự. Tôi đã bảo Alvin rằng bác sĩ nói linh tinh và ông ấy cần phải chiến đấu. Khi bệnh tình nặng hơn, tôi tránh gặp ông ấy. Tôi không hiểu tại sao tôi lại làm vậy. Trong Judo, khi đối thủ bị thương, bạn sẽ quỳ và quay mặt về hướng khác để họ có thời gian được chăm sóc. Tôi đã được giáo dục với suy nghĩ rằng khi một người đàn ông đang bị đau, bạn nên cho ông ấy một khoảng thời gian, nhưng tôi đã cho ông ấy quá nhiều thời gian và bỏ lỡ cơ hội nói lời vĩnh biệt với ông ấy.

Bây giờ, khi đã là một Alpha Male lớn tuổi hơn, kính trọng món quà mà Alvin đã tặng mình, tôi làm việc cùng với các Alpha Male trẻ tuổi và giúp họ khi họ cần trợ giúp, giận dữ

khi họ làm điều gì đó ngớ ngẩn và để cho họ chia sẻ các câu chuyện săn tìm như một cách tiếp tục những bài rèn luyện tốt nhất về phát triển kinh doanh. Điều thực sự tốt là tôi cũng có những cuộc trò chuyện như thế với cả các khách hàng Alpha Female của mình và kết quả là những Alpha trẻ tuổi bắt đầu học theo tôi và trò chuyện với các đồng nghiệp nữ của họ. Những cuộc nói chuyện chân thành trong kinh doanh rất dễ lây lan và gây nghiện. Tôi bắt đầu cuộc hành trình trở thành một Alpha lớn tuổi bằng những cuộc trò chuyện chân thành với những nhà lãnh đạo đã được thực tế chứng tỏ là các Alpha Male thực thụ.

Beta Male

Trong kinh doanh, Beta Male là người hỗ trợ cuộc chơi. Anh ta là người mà Alpha Male tự tay lựa chọn một cách kỹ lưỡng để thực hiện các công việc Alpha Male kiến lập. Anh ta có thể là kỹ thuật gia, nhà nghiên cứu, người lên kế hoạch, chiến lược gia hoặc nhà quản lý. Anh ta quan trọng bởi Alpha Male cần ai đó điều hành công việc một khi Alpha Male đã khởi động nó. Beta Male thuộc một trong hai kiểu: hoặc anh ta yêu thích Alpha Male nhưng không bao giờ muốn trở thành Alpha Male, hoặc anh ta muốn trở thành một Alpha Male, nhưng không biết chắc cách nào để mình trở thành một Alpha. Chúng tôi gọi kiểu sau là một người điệu bộ.

Alpha Male cần Beta Male bên mình để giúp đỡ trong công việc. Chúng tôi thường gọi họ là đội của mình, họ giữ vai trò quan trọng trong việc bảo đảm thành công của chúng tôi. Phần lớn Beta Male cảm thấy hài lòng hoặc bị gây sốc bởi Alpha Male. Chúng tôi trực tính còn họ thường kín đáo. Chúng tôi muốn mình là tâm điểm của sự chú ý; họ thì thích ở phía sau hậu trường hơn. Chúng tôi thích mâu thuẫn; họ thì thích mọi người hòa thuận với nhau. Chúng tôi có những quan điểm mạnh mẽ và chúng thỉnh thoảng che mờ mắt chúng tôi còn họ có thể xem xét sự việc từ quan điểm của tất cả mọi người.

Mặc dù các Alpha nghĩ rằng họ là toàn bộ sô diễn, nhưng trong kinh doanh, để hoàn thành công việc thì cần cả Alpha và Beta Male. Trong môn bóng chày, cầu thủ giao bóng và bắt bóng đều quan trọng như nhau và điều đó cũng đúng trong kinh doanh. Chad, bạn của tôi, là một Beta Male. Anh ấy là một đốc công, anh ấy có khả năng lên kế hoạch công việc hiệu quả và muốn mọi thứ được hoàn thành một cách hoàn hảo. Chad và tôi có lợi tức cổ phần trong một công ty công nghệ và anh ấy thường trêu trọc tôi bởi tôi phải ra ngoài dùng bữa trưa và bữa tối với các khách hàng tiềm năng trong khi anh ấy ngồi trong văn phòng nhỏ giám sát sự tiến triển của những sản phẩm đã lên chương trình thực tế mà chúng tôi đang xây dựng. Chúng tôi thường tranh cãi về thời điểm sản phẩm sẽ được đưa ra thị trường; tôi muốn chúng bắt đầu ngay khi khách hàng sẵn sàng trong khi anh ấy muốn mọi thứ được kiểm tra và tái kiểm tra hết lần này đến lần khác trước khi chúng tôi bán nó. Chad và tôi thường mất nhiều thời gian thảo luận về các biểu thời gian. Vào một ngày, sau khi Chad trêu trọc tôi quá nhiều về việc tôi chơi golf và dùng bữa tối với các khách hàng trong khi anh ấy đang làm việc, tôi mời anh ấy đi cùng tôi. Tôi gọi việc này là “để một gã khờ tham gia vào ngày làm việc.” Vào 7 giờ sáng, chúng tôi gặp thị trường và trưởng ban kinh tế của thành phố cũng như các nhà cung cấp dịch vụ khác nhau. Chad xem tôi kết nối mọi thứ

với nhau, bảo đảm rằng mọi người tại bàn đều có được thỏa thuận có lợi và hợp lý cho họ, và anh ấy thấy trưởng ban kinh tế thành phố trao cho tôi bản báo cáo nội bộ về những thứ họ muốn mua. Sau đó, chúng tôi dùng bữa trưa trước khi trình bày với phòng Công nghệ Thông tin của thành phố. Chad theo dõi tôi trình bày chiến lược với các Alpha Male ngồi kín bàn và khuyến khích những gã đàn ông làm việc ở bộ máy thành phố huênh hoang, điều tôi biết là những gã này sẽ làm. Tuy nhiên, tôi cũng biết rằng chúng tôi phải thỏa thuận xong giao dịch với hội đồng thành phố trước cuối tuần. Sau đó, tất cả chúng tôi nhằm thẳng hướng City Hall, ở đó người quản lý phòng Công nghệ Thông tin thành phố – một Beta Male đang cố gắng trở thành một Alpha Male – quyết định chọn một trong các nhà cung cấp dịch vụ tham gia cuộc đàm phán. Chad quan sát cuộc họp của bảy người đàn ông dần trở nên xấu đi, biến thành những cuộc tranh cãi để giành lấy ưu thế và kết thúc với việc tôi bỏ cuộc họp đáng ghét với tất cả những người đó và bước ra ngoài. Vụ giao dịch 3,6 triệu đôla thế là đã bay theo gió. Khi chúng tôi lái xe trở lại văn phòng, Chad nói với tôi: “Tớ rất lấy làm tiếc vì những điều tớ nói trước đó về công việc của cậu. Tớ sẽ không làm vậy nữa cho dù vì bất cứ thứ gì trên đời này.” Chad dường như cảm thấy thực sự hơi sốc vì điều đó, nhưng đối với tôi thì ngày hôm đó chỉ như là một ngày bình thường tại văn phòng mà thôi.

Người quản lý phòng Công nghệ Thông tin tôi vừa đề cập đến là kiểu người đàn ông nguy hiểm nhất trong kinh doanh. Kẻ điếu bộ này biết mình yếu và đã đưa ra quyết định rằng anh ta có thể nắm quyền điều khiển nếu anh ta giở thủ đoạn và áp chế những người yếu hơn mình. Phần lớn phụ nữ nghĩ rằng Alpha Male nguy hiểm, nhưng trong thực tế Beta Male gần như chắc chắn sẽ biến cuộc sống của phụ nữ trở thành địa ngục. Alpha Male sẵn tìm các thỏa thuận và miễn là bạn đừng xen vào đường đi của anh ta thì bạn tương đối là an toàn. Tuy nhiên, Beta Male lại khác, anh ta hiểm độc hơn nhiều. Anh ta bắt nạt bất cứ ai yếu hơn mình. Anh ta muốn thống trị bởi anh ta ghét bị thống trị, điều anh ta thường trải nghiệm khi ở xung quanh Alpha Male. Anh ta sẽ cố gắng bảo bạn phải làm gì, đánh giá không đúng khả năng của bạn và sẽ khiến bạn kém cỏi hơn các đồng nghiệp của mình. Như bạn đã biết, người quản lý phòng Công nghệ Thông tin thành phố là một Beta Male, anh ta thực sự là một người đàn ông yếu đuối, nhưng vì chúng tôi cần sự phê chuẩn từ anh ta để thỏa thuận được hoàn thành, anh ta đã có một cảm giác sai lầm về quyền lực và quyết định sẽ dùng điều này để gây ảnh hưởng ngược lại chúng tôi, nhưng kết quả không như anh ta mong đợi. Anh ta đã thổi bay một giao dịch cho thành phố của anh ta mà về sau chúng tôi đã lấp đặt cho một thành phố cạnh tranh, và thị trường cùng ban điều hành đều biết rằng anh ta là nguyên nhân phá hỏng ý tưởng đó. Anh ta là một người đàn ông nhỏ nhen và tôi nhận ra, anh ta thường gây áp lực với các nhân viên nữ. Tôi luôn nghĩ về kiểu Beta Male này như một bé trai nhỏ tuổi khoác giày và áo jacket của người cha đi dạo quanh nhà như thể anh ta đang chịu trách nhiệm về nó vậy. Và khi đứa bé nghe thấy người cha đang trở về nhà, cậu ta sẽ chạy thật nhanh và đặt mọi thứ lại vị trí cũ để tránh rắc rối. Beta Male có thể là một kẻ hay bắt nạt và là người điếu bộ, một người phụ nữ thông minh có thể tìm ra cách để Alpha Male biết rằng anh ta đang diễn. Nhiều người trong số các bạn từng giao thiệp với một gã ngốc và nghĩ rằng anh ta là một Alpha Male, nhưng chắc chắn là bạn đã gặp một gã Beta Male trong bộ quần áo của người cha.

Alpha Female

Trong kinh doanh, Alpha Female là một đồng sự đáng kính trọng. Tuy nhiên, vấn đề của cô ấy là phần lớn Alpha Male nghĩ rằng phụ nữ đang giả mạo và sẽ chờ đợi dấu hiệu đầu tiên chứng tỏ cô ấy không chuyên nghiệp và tận tụy như lời cô ấy tuyên bố. Kinh nghiệm của tôi chỉ ra rằng Alpha Female là một thế lực cực kỳ mạnh mẽ trong kinh doanh. Họ được định hướng bởi mục tiêu, dám nhận toàn bộ trách nhiệm với kết quả, không từ bỏ quyền lực của mình, không hiếu thắng quá mức trừ khi tình huống đòi hỏi và họ có mọi thứ họ muốn. Alpha Female biết cách giao thiệp hiệu quả với các nhóm (Alpha Male, Beta Male và Beta Female) để nhận lấy điều tốt nhất từ đối phương và họ là những bậc thầy của các mạng lưới hùng mạnh.

Mọi người thường hỏi tôi liệu có khi nào một người phụ nữ quyền lực hăm dọa đàn ông hay không. Câu trả lời tuyệt đối là không! Beta Male bị đe dọa, nhưng Alpha Male thì bị ấn tượng mặc dù vẫn còn một chút nghi ngờ liệu cô ấy có phải là đối tác tuyệt vời hay không. Đối với đàn ông, Alpha Female trong kinh doanh giống như người đàn ông hoàn hảo trong cuộc sống riêng tư của người phụ nữ. Anh ấy sẽ tặng bạn những bông hoa anh ấy vun trồng và đưa bạn đến nhà hàng mà anh ấy nghe được từ cuộc chuyện trò giữa bạn và bạn của bạn. Anh ấy sẽ chuẩn bị nước tắm cho bạn sau một ngày dài và mang đến cho bạn cốc martini khi bạn đọc cuốn tạp chí anh ấy mang đến. Có bao nhiêu người trong số các bạn đang suy nghĩ: “Điều này thật tuyệt vời, nhưng người đàn ông đó không hề tồn tại!”. Ồ, họ có tồn tại đấy bạn ạ. Tuy nhiên, trong trường hợp của Alpha Female, rất ít người có thể nói rằng họ biết một ai đó là Alpha Female. Tôi nghĩ rằng có rất nhiều Alpha Female ở ngoài kia, nhưng họ từ bỏ quyền năng của mình (tôi sẽ thảo luận điều này ở phần sau cuốn sách) và đàn ông coi họ là người không quan trọng, không xếp họ vào số người đang tham gia cuộc chơi của mình.

Tôi muốn làm ăn với Royal Bank (một ngân hàng tài chính lớn ở Canada) và đã yêu cầu bạn tôi, Karim, một nhân viên môi giới, giới thiệu với quản lý của anh ấy để thảo luận về một chương trình đào tạo. Là người cung cấp thị trường rộng lớn dành cho phụ nữ với các sản phẩm và dịch vụ phong phú, tôi nghĩ mình biết cách giao tiếp với phụ nữ để chuyển tải quan điểm của mình và tạo dựng các mối quan hệ. Quản lý của Karim, Lorraine, đồng ý gặp tôi vào một buổi sáng. Tôi quyết định sẽ phác thảo những nét chính của chương trình và sau đó thảo luận về cách thức chúng tôi có thể làm việc cùng nhau để nhằm đạt được các mục tiêu có lợi cho mọi người.

Tôi đến chi nhánh của công ty đó và Karim chỉ cho tôi văn phòng của Lorraine. Cô ấy đang thực hiện giao dịch qua điện thoại với một khách hàng và vẫy chúng tôi vào. Cô ấy kết thúc cuộc gọi, đứng dậy, bắt tay tôi thật chặt và cảm ơn vì tôi đã đến gặp cô ấy. Khi Karim rời đi, tôi đã chuẩn bị để thực hiện chiến lược của mình thì cô ấy nhìn vào mắt tôi và nói: “Anh Flett này, tôi chắc chắn là anh hiểu rõ trong công việc kinh doanh của tôi thì thời gian là vàng bạc. Anh có 10 giây để nói cho tôi biết anh sẽ kiếm ra tiền cho tôi bằng cách nào trước khi tôi muốn anh rời khỏi phòng để tôi có thể tiếp tục ngày làm việc của mình.” Tôi thực sự sững sờ. Chuyện này không thường xuyên xảy ra lắm. Tôi mỉm cười và nói:

“Tôi có một chương trình sẽ cho phép chị đào tạo và theo dõi bảng phân công nhân viên môi giới của chị ít thời gian hơn, giúp họ và cả chị nữa đều kiếm được nhiều tiền hơn.” Cô ấy hỏi cụ thể là bao nhiêu và tôi cho cô ấy một mức giá. Cô ấy bảo tôi hãy chọn một ngày nào đó và gửi hóa đơn cho cô ấy. Sau đó, cô ấy mỉm cười, bắt tay và dẫn tôi ra cửa. Nếu tôi chưa kết hôn, chắc tôi đã cầu hôn Lorraine ngay lúc đó. Quen biết Lorraine vài năm qua, tôi hiểu rằng cô ấy là đối tác tuyệt vời. Cô yêu thích kinh doanh, con người và nghệ thuật thực hiện giao dịch. Cô là người mà tôi rất kính mến và sẽ thực hiện bất cứ giao dịch nào chỉ vài giây sau khi cô ấy đề nghị.

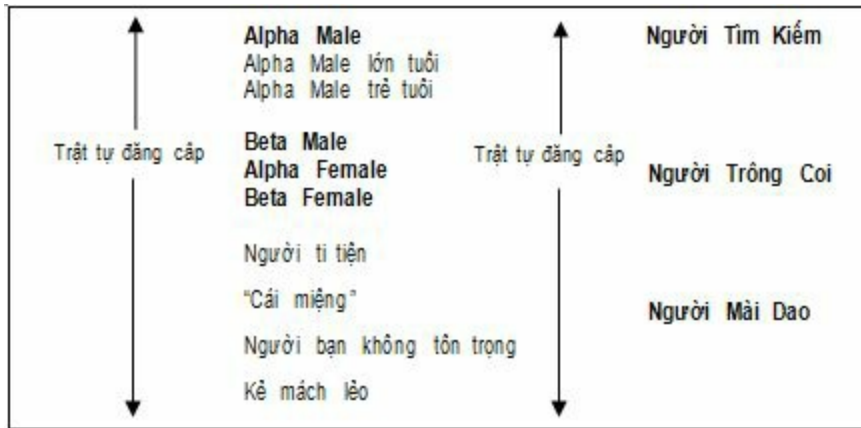
Trong kinh doanh, những người đàn ông mạnh mẽ luôn thích làm việc cùng với những người phụ nữ tài năng. Khi một người phụ nữ thực sự mạnh mẽ và biết quý trọng bản thân mình thì vấn đề giới tính sẽ biến mất, mọi người sẽ coi cô ấy là một đối tác bình đẳng trên bàn nghị sự. Khi tôi khởi sự kinh doanh, trở ngại của tôi là tuổi tác chứ không phải giới tính. Những doanh nhân khác sẽ nhìn tôi và hỏi khi nào giám đốc điều hành (CEO) sẽ đến, họ không nhận thấy tôi chính là CEO. Nhưng khi tôi đã cho họ thấy tôi có khả năng kiến tạo giao dịch với các mô hình lợi nhuận đa dạng thì đồng nghiệp của tôi, những người thường lớn hơn tôi 20 tuổi, sẽ quên tôi chỉ đang ở độ tuổi con của họ và sẽ dành chỗ cho tôi tại bàn nghị sự.

Nếu bạn yêu kinh doanh, xây dựng và chinh phục các mục tiêu, bạn gần như chắc chắn là một Alpha Female. Có nhiều người đàn ông mong được thực hiện công việc kinh doanh cùng với bạn, nhưng bạn không được phép từ bỏ quyền lực của mình. Nếu làm như vậy, bạn đã tự đánh rớt mình từ vị trí ngang bằng Beta xuống vị trí dưới Beta, và đây rõ ràng là một khởi điểm tệ nếu bạn muốn tham gia giao dịch. Thông thường, đàn ông xếp hạng Alpha Female chỉ ngay dưới Beta Male bởi chúng tôi cho rằng bạn sẽ tự làm hỏng chính bạn, nhưng bạn có thể nhanh chóng chinh phục bảng xếp hạng nếu bạn không làm như vậy và đừng trao quyền lực của bạn cho chúng tôi. Chúng tôi luôn kính trọng những phụ nữ mạnh mẽ.

Beta Female

Beta Female, giống như Beta Male, cũng là người hỗ trợ cuộc chơi. Chịu trách nhiệm thực hiện phần lớn các việc cần phải hoàn thành, Beta Female bảo đảm tất cả mọi thứ đều được làm rõ ràng và chi tiết. Thử thách với một Beta Female là bạn bắt đầu mờ nhạt dần nếu bạn không có các mối liên hệ trực tiếp với một Alpha Male. Phần lớn Alpha Male coi Beta Female là điều tất nhiên. Bởi Alpha cực kỳ chú trọng vào khả năng sinh lợi nên họ hướng toàn bộ thời gian của mình vào những người kiếm ra tiền cho họ. Chúng tôi thường coi những người hỗ trợ như hạt nhân tiêu tốn chi phí khi so sánh với các hạt nhân sinh lợi. Khách quan mà nói, chúng tôi biết cần có người nào đó để so sánh các bản báo cáo, làm nghiên cứu, trả lời điện thoại và lên kế hoạch du lịch. Tuy nhiên, về mặt chủ quan, những thứ đó không trực tiếp ảnh hưởng đến kết quả cuối cùng dù họ có thể trợ giúp sự phát triển kinh doanh. Các Alpha cảm thấy mình có thể sai khiến các Beta Male làm việc chăm chỉ hơn là các Beta Female, do đó chúng tôi thường thích làm việc với Beta Female hơn bởi

chúng tôi biết rằng mình có thể bắt họ phải làm theo ý mình mà không khiến họ trở nên suy sụp. Trái lại, phụ nữ là một nhóm Beta đầy thử thách bởi chúng tôi không bao giờ chắc chắn rằng liệu chúng tôi có nói điều gì khiến họ khóc hay không. Tôi biết một số người đang tròn mắt khi đọc những dòng này, tuy nhiên bao nhiêu người trong số chúng ta chưa từng nhìn thấy một nữ đồng sự giận dữ tại nơi làm việc?



Cách hữu hiệu để Beta Female gây được sự chú ý là trao đổi với Alpha Male, đưa ra các câu hỏi, cung cấp thông tin trực tiếp và được xem như người cung cấp giải pháp. Tôi luôn luôn nói rằng người phụ nữ quyền lực và quan trọng nhất trong mọi ngành nghề kinh doanh chính là trợ lý quản trị của Alpha Male. Cô biết cách Alpha Male làm việc, lúc nào thì anh ta chần chừ, anh ta thích ai, không thích ai và cô cũng là người giữ các bí mật của anh ta. Khi ta rối bừa và quên điều gì đó, anh ta sẽ gọi cho cô. Khi anh ta muốn cô đánh lạc hướng ai đó đang cố gắng tìm gặp mình, anh ta sẽ cho cô biết. Anh ta tin tưởng cô và nói chuyện với cô như một người bạn tâm tình, điều này củng cố vai trò của cô như một phần rất quan trọng, quyền lực và đầy ảnh hưởng trong đội của anh. Giống như Donald Trump, tất cả các Alpha Male hàng đầu đều nói về người quản lý của họ. Người thư ký giám đốc quyết định ai sẽ được ông ấy dành thời gian tiếp chuyện trong ngày, và trong nhiều ngành kinh doanh, người trợ lý quản trị biết nhiều về công ty và các ưu, nhược điểm hơn bất cứ người nào khác trong công ty. Cô ấy biết CEO đang nghĩ về điều gì và thông qua các trợ lý khác, cô cũng sẽ biết được các cá nhân khác đang làm gì trong công ty. Do đó, Beta Female cũng được coi là một người có quyền lực trong kinh doanh.

3. XÂM NHẬP TÂM TRÍ ALPHA MALE

Đàn ông bắt đầu đánh giá người ngang hàng với họ ngay khi họ thấy người đó. Tôi nhớ mình là người chỉ huy hồi những năm đầu tiểu học, tất cả bọn trẻ đều đổ mắt về phía tôi vào giờ giải lao để đợi tôi quyết định chúng tôi sẽ làm gì trong giờ nghỉ. Khi tôi vắng mặt, cậu bạn thân nhất sẽ đóng vai trò của tôi. Ngược lại, cậu ấy phải quay lại vị trí số hai của mình. Khi tôi kể cho phụ nữ nghe chuyện này, họ cười bởi trải nghiệm của họ thực sự khác. Những chàng trai trong trường học muốn lãnh đạo để không trở thành một “con cún” của một đũa nào đó. Những cô gái muốn trở thành người lãnh đạo trong trường học (hay trong nhóm chơi với nhau) bởi họ muốn có quyền phán xét ý kiến của người khác. Trong trường học, nam giới thường trở thành bạn của nhau ngay từ lần gặp đầu tiên và là bạn bè gần như cả cuộc đời họ. Một gã trai có thể là một đũa đê tiện, và bạn vẫn đối xử với anh ta như thể anh ta đã cư xử hợp lý dù bạn không tin điều đó và bạn vẫn chơi với anh ta. Đàn ông không bị xét đoán bởi công ty của họ. Trái lại, nữ sinh ở trường học, có thể là bạn thân nhất trong một ngày và là kẻ thù trong những ngày sau đó. Họ hay thay đổi đến nỗi những người mạnh mẽ nhất cũng phải giữ khoảng cách với những người yếu ớt nhất bởi nỗi sợ chạm trán.

Từ ngày đầu tiên, đàn ông là người lãnh đạo hoặc là bị lãnh đạo. Đơn giản chỉ có vậy. Tôi nhớ đã hỏi bố về cách thức chọn đội trưởng bởi tôi rất thích thú với vị trí đó trong đội bóng khúc côn cầu hồi năm lớp Bốn. Ông ấy nói: “Nếu con muốn trở thành người chỉ huy, con chỉ cần cho rằng mình đang ở vị trí đó. Sau đó mọi chuyện cứ thế sẽ diễn ra. Hiếm khi có ai thách thức con vì danh hiệu đội trưởng nếu con hành động như thể danh hiệu đó mặc nhiên thuộc về con.” Lời khuyên đó đã theo tôi trong suốt cuộc đời. Có những nhà lãnh đạo bẩm sinh, những người thích chỉ huy và gánh vác trách nhiệm, và cũng có nhiều người không nhận thấy sự hấp dẫn khi gắn chặt với những điều này.

Của cải

Alpha Male luôn xếp bản thân họ và tất cả những người họ đã tiếp xúc ở một cấp bậc nào đó trong hệ thống trật tự đẳng cấp tương tự của mình. Chúng tôi tích cực làm việc để kiếm ra *của cải*, thứ giúp chúng tôi củng cố địa vị xã hội của mình tại một thời điểm đã định và cho phép chúng tôi phấn đấu để thu được nhiều hơn nữa. Chúng tôi có nhiều cách phô diễn của cải khác nhau để thu hút sự chú ý của người khác trong mạng lưới xã hội của mình. Những thứ của cải quan trọng nhất đối với Alpha Male là: danh tiếng, mạng lưới quan trọng, xe hơi, kỳ nghỉ, nhà cửa, tư cách hội viên và quan trọng bậc nhất là đồng hồ đeo tay. Đây là những thứ chúng tôi mong mỏi và tất nhiên sau khi đã sở hữu rồi chúng tôi sẽ đem

ra khoe. Tôi luôn luôn mỉm cười khi nghe phụ nữ nói những người đàn ông tranh luận về những chiếc xe hơi họ lái hay những thứ họ mua. Phụ nữ không có bất kỳ một ý niệm nào về khoe khoang cho đến khi họ ở trong một căn phòng đầy những Alpha Male. Chúng tôi khoe khoang như thể cuộc sống của chúng tôi phụ thuộc vào điều đó vậy. Chúng tôi cư xử đúng đắn khi phụ nữ các bạn có mặt còn nếu không thì đó sẽ là nơi chúng tôi vui thích chia sẻ các bí mật của mình. Chúng tôi không ngừng cố gắng để trở nên vĩ đại hơn trong khi nghiền nát lẫn nhau. Bạn biết phụ nữ xích lại gần nhau, bắt đầu nói chuyện một cách tiêu cực về các phần cơ thể của chính bản thân họ rồi những người khác xen vào để cùng nói về các phần có vấn đề của mình? Đàn ông thì hoàn toàn ngược lại. Một người kể về xe hơi của mình và người tiếp theo kể xe của anh ta có nhiều lựa chọn hơn như thế nào, đi nhanh hơn, tiêu tốn nhiều xăng hơn, v.v... Thay vì ái ngại thì chúng tôi lại thổi bùng Cái Tôi của mình lên và tranh luận không ngớt cả buổi. Tôi nghĩ rằng khi các Alpha tăng cấp bậc thì họ cũng phát triển các loại của cải khác và chúng sẽ cộng hưởng với những thứ của cải đã có trong cùng một vị trí. Trong phần tiếp theo ngay sau đây, tôi sẽ nói về các dạng của cải mà Alpha Male trong các giai đoạn khác nhau sử dụng để phô bày bản thân với những người khác. Tôi gán năm giai đoạn cho Alpha Male và địa vị của anh ta. Thông qua những hành động của anh ta, bạn sẽ biết được anh ta đang ở cấp bậc nào và từ đó biết cách tương tác tốt hơn với anh ta. Từ nhà cửa, xe hơi cho đến đồng hồ đeo tay và tư cách hội viên, anh ta sẽ khoe khoang về những thứ anh ta có và bạn sẽ biết được anh ta đang ở giai đoạn nào.

Giai đoạn 1 – Học viên năm thứ nhất (thu nhập dưới 50.000 đôla một năm)

Đây là một Alpha nguy hiểm bởi anh ta cố gắng khiến mọi thứ hoạt động và sẽ làm bất cứ điều gì để tiến về phía trước. Anh ta cầm lái như thể không có phanh hãm, anh ta sẽ nghiền nát bất cứ thứ gì trên đường đi để lao về phía trước và cũng để lên gân cho những kẻ khác biết mà tránh xa đường đi của anh ta. Anh ta không có nhiều thành tích để khoe khoang với mọi người, vì vậy mọi việc anh ta làm phải thu được lợi ích ngay lập tức. Alpha này gần như hoàn toàn bị dẫn dắt bởi nỗi lo sợ không được coi trọng trong kinh doanh. Anh ta sẽ cố gắng tìm ra cách giải quyết nhanh chóng công việc trước khi bị đè bẹp bởi một ai đó lớn hơn, mạnh mẽ hơn, nhanh hơn và kinh nghiệm hơn. Trò chơi của anh ta trong giai đoạn này là sử dụng mọi mưu mẹo để có thể được coi là một Alpha thực sự.

Giai đoạn 2 – Học viên năm thứ hai (thu nhập từ 50.000 - 80.000 đôla một năm)

Về cơ bản, Alpha Male giai đoạn này đã biết sự thể như thế nào khi bước vào kinh doanh. Bằng việc hiểu cách thức mọi thứ vận hành, anh ấy nhận biết được phải làm bao nhiêu việc để có thể trở thành đầu thủ. Một điều gần như chắc chắn là anh ấy đang kiếm được một số tiền, nhưng với số tiền đó anh ấy phải gặp những người làm nhiều hơn và tốt hơn mình, điều này đè nặng lên đôi vai anh ấy hàng ngày. Anh ấy rất muốn nhanh chóng tham gia vào một cuộc chơi lớn hơn nhưng để chắc chắn mình không bị rớt lại đằng sau, anh ấy bắt đầu quá trình củng cố các mối kinh doanh đã có (những mối quan hệ, cơ hội hay hợp đồng). Anh ấy giống như một người leo núi đặt từng mũi neo lên vách đá trước khi thực hiện bước đi kế tiếp. Nỗi lo sợ của anh ấy không phải là không được tham gia vào cuộc

chơi (bởi anh ấy đang ở trong cuộc chơi rồi) mà là bản thân mình không được coi trọng. Tại thời điểm này, anh ấy ít để ý đến những người khác mà tập trung thực hiện các công việc ấn tượng hơn những người khác. Anh ấy thiếu tự tin về khả năng của mình và cụ thể hơn là rất nhạy cảm với những lời bình phẩm. Anh ấy có vũ khí của riêng mình nếu cần thiết, nhưng giờ đây anh ấy hiểu được hậu quả khi gây chiến với các Alpha khác.

Giai đoạn 3 – Học viên năm ba (thu nhập từ 80.000 - 200.000 đôla một năm)

Alpha Male ở giai đoạn này đã hiểu sự thể như thế nào, biết cách mọi thứ vận hành và cũng đã có mức độ thành công cơ bản. Anh ấy biết cuộc chơi được chơi như thế nào, hiểu được tôn ti trật tự và biết được phải buộc con ngựa nào để kéo chiếc xe của mình. Anh ấy biết rằng cần phải chuyển từ nếp suy nghĩ của một vận động viên chạy nước rút trước kia để được công nhận và tán dương từ mọi người sang nếp suy nghĩ của một vận động viên chạy maratông với việc thực hiện các bước chạy lặp đi lặp lại theo nhịp. Alpha Male này biết mình đang ở đâu (vị trí giữa) và bị đẩy về phía trước bởi những người ở đằng sau anh ấy. Thay vì tập trung giành một chỗ ngồi tại bàn tiệc như hai giai đoạn trước thì nay anh ấy đang cố gắng kiểm soát việc ai sẽ có một chỗ ở bàn. Anh ấy biết rằng doanh thu và khả năng kéo cò vào bất cứ lúc nào là mục tiêu số một. Trong giai đoạn này, anh ấy tập trung vào việc giao kết với các vận động viên maratông khác và cùng nhau kiếm tiền. Anh ấy có thể thưởng nghiệm cảm giác trở thành một nhà lãnh đạo kinh doanh và xem xét một cách cẩn trọng bản thân để tránh những bước đi sai lầm. Anh ấy trở nên quan trọng hơn và mọi người muốn được dành thời gian của mình với anh ấy trừ phi họ ở cấp bậc cao hơn trong hệ thống đẳng cấp. Anh ấy sẽ tấn công nếu cảm thấy ai đó đang ngầm phá hoại mình. Nếu bạn là một người hái ra tiền và anh ấy nhìn thấy sức mạnh khi liên minh với bạn thì anh ấy sẽ kết giao, nhưng nếu bạn là một cái mỏ neo hoặc dễ dàng từ bỏ quyền lực của mình, anh ấy sẽ không bao giờ coi bạn là một người ngang hàng với anh ấy.

Giai đoạn 4 – Học viên năm cuối (thu nhập từ 200.000 - 500.000 đôla một năm)

Học viên năm cuối đã ở trong cuộc chơi được một khoảng thời gian. Anh ấy tự động kiếm được tiền bởi anh ấy có thể kéo cò đều đặn, có những người thường xuyên mang các thỏa thuận đến cho anh ấy và anh ấy nhận được sự kính trọng từ thị trường. Anh ấy lo lắng sẽ lãng phí thời gian hơn là lãng phí tiền bạc; ở địa vị anh ấy bây giờ đã có thể bắt đầu tận hưởng những thành quả mình làm được và những thứ đi kèm theo nó. Tất cả Alpha Male ở những giai đoạn trước đều kính trọng cũng như ngưỡng mộ anh ấy và nhiều người đưa công việc đến như món quà trao đổi để được làm ăn kinh doanh với anh ấy. Anh ấy rất thận trọng trong vấn đề chọn lựa sẽ làm ăn với ai bởi không muốn hứng chịu những rắc rối do phải dọn dẹp đống lộn xộn của họ. Anh ấy hiểu rõ điều mình làm và tin rằng mọi người cần biết anh ấy đã trở nên thành đạt như thế nào qua tầm nhìn và sự cống hiến của anh ấy. Alpha Male giai đoạn này ít nguy hiểm hơn với những người thuộc đẳng cấp dưới, miễn là họ đừng khiến anh ấy tổn thất tiền bạc. Nếu ai đó lãng phí thời gian hoặc tiền bạc của anh ấy, họ sẽ cảm thấy sự phẫn nộ ngay lập tức, bởi giờ đây anh ấy đã có quyền lực chi phối thị

trường để khiến cuộc sống của những ai làm anh ấy nổi giận trở nên cực kỳ khó khăn. Anh ấy sẽ là một đối tác làm ăn tuyệt vời nếu bạn có danh tiếng hoặc nếu bạn có thể giúp anh ấy kiếm tiền bằng cách thực hiện chuyên nghiệp công việc kinh doanh của bạn.

Giai đoạn 5 – Tốt nghiệp (thu nhập trên 100.000 đôla một tháng)

Đây là Alpha Male lớn tuổi. Ông ấy là Mufasa trong phim hoạt hình Vua Sư tử. Ông ấy cảm thấy tự hào khi giúp đỡ các Alpha khác miễn là họ xứng đáng với thời ông bỏ ra. Họ phải có cùng mối quan tâm như ông, hoặc làm kinh doanh theo cách thức của ông hoặc đơn giản là đừng dự phần vào. Ở giai đoạn này, ông ấy bắt đầu cho nhiều hơn, đó là cách để nhận được sự đánh giá cao từ thị trường, nơi ông ấy đã xây dựng sự nghiệp. Ông ấy thích săn tìm nhưng cũng thích thú không kém với việc xem những người khác làm việc đó để ông có thể cho những lời nhận xét. Ông ấy là một nhà thông thái trong kinh doanh. Bạn có thể làm rất nhiều việc để gây rắc rối cho một người đã tốt nghiệp, kể cả làm ông ấy tốn tiền nhưng nếu bạn tôn trọng ông ấy và cố gắng chăm chỉ hơn thì ông ấy sẽ tha cho bạn. Bạn sẽ bị tấn công hoặc loại bỏ nếu bạn không cho ông ấy thấy sự kính trọng hoặc không biết ơn bởi sự giúp đỡ và ủng hộ của ông trong những bước đi đầu tiên của bạn. Ông ấy có thể là nhà vô địch vĩ đại nhất và đưa bạn tham gia các giao dịch, hoặc ông ấy có thể hủy diệt bạn chỉ bằng một vài lời nói với các nhân vật quan trọng. Người tốt nghiệp sẽ nhân từ và có thể là người ủng hộ tốt nhất của bạn nếu bạn chứng tỏ được bản thân bằng những hành động của mình và lòng trung thành với ông ấy.

Các dạng của cái

Danh tiếng

Danh tiếng là loại tiền tệ mạnh nhất của một Alpha và là thứ anh ta sẽ chiến đấu hết sức để bảo vệ. Tuy nhiên, bởi chúng tôi thường khoe khoang mình vĩ đại đến nhường nào nên rắc rối chúng tôi gặp phải với loại của cái này là chúng tôi thường phóng đại khả năng của mình để lừa dối ai đó. Rồi chúng tôi cần nhanh chóng học cách làm điều gì để mình không bị coi là một thằng đàn. Một Alpha trẻ tuổi mong ước được đứng cùng hàng ngũ với các Alpha lớn hơn để học cách hoàn thành công việc và có được tiếng tăm bằng việc tham gia vào các dự án. Một người đàn ông được cha mình dạy rằng lời nói chính là dây trời, anh ấy phải làm bất cứ điều gì để giữ lời mọi lúc mọi nơi. Điều này trở thành vấn đề rắc rối khi chúng ta nói rằng mình có thể làm điều gì đó và rồi mọi thứ không xuôi chèo mát mái. Tôi nhớ cha đã nói với tôi rằng danh tiếng giống như một tài khoản ngân hàng. Khi bạn hứa điều gì đó và thực hiện được, danh tiếng của bạn tăng lên nhưng khi bạn hứa và không thực hiện thì danh tiếng sẽ giảm xuống. Nếu bạn tạo cho mình được danh tiếng đủ mạnh, bạn có được mọi loại tự do. Nếu bạn làm danh tiếng của mình phá sản thì bạn không còn chút giá trị nào nữa. Ở một khía cạnh nào đó, Alpha Male có những quy tắc giống như mafia. Tôi đề cập đến mafia trong suốt cuốn sách này bởi Alpha Male đã chọn họ làm mô hình điều hành công việc kinh doanh. Đã bao giờ bạn tự hỏi tại sao đàn ông trích dẫn *Bố già*⁽¹⁾ mọi lúc mọi nơi chưa? Điều này có thật bởi phần lớn chúng tôi yêu nó. Chúng tôi học cách trở thành những người bán hàng có thể lực bằng cách bắt chước những điều mình thấy trên màn ảnh

rộng hay trên truyền hình. Tôi luôn luôn có thể khẳng định rằng một Alpha Male yêu, chứ không phải chỉ ở mức độ thích, các phim về mafia. Không phải trùng hợp ngẫu nhiên khi chúng tôi gọi quá trình thực hiện thành công một hợp đồng là “kéo cò”. Trong những phim về mafia cũng như trong cuộc sống, khi một người đàn ông nói điều gì đó sẽ xảy ra thì đó không phải lời đề nghị mà chính là một thực tế. Khi anh ta nói điều đó sẽ được thực thi thì hãy xem như nó đã được thực thi. Bố già không nói: “Tôi sẽ cố gắng để nó xảy ra” mà ông ấy nói: “Hãy coi như nó đã được thực hiện”. Các Alpha muốn xây dựng danh tiếng cho nhiều thứ khác nhau và quan trọng nhất là khả năng hoàn thành một hợp đồng (kéo cò), khả năng kiếm tiền, trở thành số một trong ngành của mình, không phải nhận mệnh lệnh từ bất kỳ ai, trở thành người rung chuông và là người đàn ông bảo vệ các mối quan tâm của riêng mình.

Bảng 3.1: Danh tiếng của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ nhất	Thị trường gần như không biết đến anh ta và anh ta cố gắng ghi tên mình ở mọi nơi có thể.
Học viên năm thứ hai	Được một số ít những người chuyên nghiệp công nhận nhưng không được biết đến bên ngoài thị trường chính của mình.
Học viên năm thứ ba	Đã có chỗ đứng vững chắc trong các thị trường chính của mình và trong một vài thị trường phụ. Anh ấy đã xây dựng được thanh danh cho mình và đang nhận được sự thừa nhận từ những nhóm khu vực nhỏ hơn (các phòng thương mại, các hiệp hội công nghiệp, v.v...)
Học viên năm cuối	Nổi tiếng trên những thị trường của mình cũng như đã được biết đến ít nhiều trên toàn bộ thị trường. Đã được xuất hiện trên các phương tiện truyền thông và khi tên anh ấy được xướng lên thì nhiều người sẽ có ý niệm về anh ấy là ai hoặc tối thiểu là đã nghe đến tên của anh ấy.
Tốt nghiệp	Là nhân vật có tầm cỡ trên thị trường của mình và được thị trường đại chúng biết đến. Anh ấy xuất hiện thường xuyên trên các phương tiện truyền thông và được ghi nhận đều đặn bởi các hiệp hội cơ sở cho những đóng góp của anh ấy. Ví dụ như cá nhân nhận giải thưởng “Người đàn ông của năm” hay tiến sĩ danh dự của các trường đại học, v.v...

Tôi đã mất tiền trong một vài giao dịch để giữ lời hứa của mình. Khi tôi hứa điều gì đó, tôi sẽ luôn luôn giữ lời – không phải bởi bản thân tôi muốn như vậy mà bởi tôi cần phải giữ lời và nâng cao danh tiếng của mình. Tôi luôn luôn tìm cách để cải thiện danh tiếng của mình. Năm 2003, tôi quyết định thực hiện một chuyến diễn thuyết và các chuyên gia đã cảnh báo rằng điều này là không thể nếu trong tay tôi không có cuốn sách nào. Sau đó, tôi nói với những người trong tầm ảnh hưởng của mình rằng tôi sẽ thực hiện một chuyến đi và lên lịch trình cho việc đó. Khi bắt đầu lên lịch trình, mọi thứ diễn ra chậm chạp và tôi cảm thấy lo lắng, vì vậy tôi đã khoác ba lô lên vai, cầm tờ danh sách những điểm đến và thực hiện ngay. Tôi đặt chỗ 46 thành phố trong vòng 73 ngày và lúc đó, những người chỉ trích đã nói với tôi rằng với chừng đó thành phố trong khoảng thời gian đã định thì tôi không thể

thực hiện đúng kế hoạch được. Tôi rời nhà vào ngày 10 tháng 5 năm 2003 và đã hoàn thành chuyến đi của mình. Trên nhiều khía cạnh, đây là một chuyến đi tồi tệ nhưng điều quan trọng là tôi đã quyết định, thực hiện quyết định đó và thất bại chắc chắn không phải là một sự lựa chọn. Có nhiều lúc tôi muốn từ bỏ và quay về nhà (tôi luôn ở trên đường trong suốt thời gian) nhưng khi nghĩ đến chuyện việc này sẽ khiến mọi người nhìn tôi như thế nào giúp tôi tiếp tục thực hiện chuyến đi. Kiệt sức khi trở về nhà vào tháng Bảy nhưng tôi đã giữ được lời của mình và khiến những kẻ chỉ trích phải im lặng, tất cả điều này nâng cao danh tiếng của tôi như một người có thể làm những điều người khác cho rằng không thể. Một điều quan trọng phụ nữ cần nhớ là Alpha gây dựng, phát triển và bảo vệ chặt chẽ danh tiếng của mình. Khi đàn ông công kích nhau hay loại bỏ phụ nữ thì nguyên nhân phần lớn có lẽ là liên quan đến danh tiếng. Đối với đàn ông, danh tiếng và Cái Tôi gắn bó chặt chẽ với nhau. Nếu một trong hai thứ đó bị phê bình, chúng tôi sẽ cố gắng hết sức để đưa nó trở lại trạng thái bình thường. Tôi đã từng thấy trường hợp phụ nữ bị loại bỏ bởi một lời nhận xét đơn giản nhưng lại khiến một người đàn ông bối rối. Trong vài ngày, tất cả đàn ông đã chứng kiến mưa bão rơi xuống nghề nghiệp của cô ta. Chúng tôi sẽ nói nhiều hơn về việc loại bỏ, nó xảy ra như thế nào và làm cách nào để tránh điều đó ở phần ngay sau của cuốn sách.

Mạng lưới quan hệ

Một thứ của cái quan trọng khác trong kinh doanh là mạng lưới quan hệ mà chúng tôi nắm trong tay. Đàn ông và phụ nữ xây dựng mạng lưới quan hệ của mình theo những cách khác nhau. Đầu tiên, đàn ông sẽ xem xét mọi người đơn thuần chỉ dựa trên giá trị kinh doanh. Tôi không cần thiết phải thích một anh chàng khi làm ăn cùng với anh ta. Tôi chỉ cần biết rằng anh ta có thể thực hiện những điều đã hứa (danh tiếng) và có thể giúp tôi kiếm tiền. Sau đó, tôi sẽ bắt đầu tập hợp mọi người. Tôi làm việc này cẩn trọng và có phương pháp, trước hết là tôi sẽ viết ra những gương tượng của mình về mạng lưới quan hệ sẽ ra sao sau một khoảng thời gian nhất định. Tôi quyết định mình cần loại người nào trước khi tôi biết họ là ai. Tôi có thể viết rằng tôi muốn một luật sư ở Los Angeles, một kế toán thuế ở New York, một người phụ trách xuất bản ở London và một nhà cung cấp công nghệ không dây ở Calgary. Sau đó, tôi sẽ bắt đầu sàng lọc mạng lưới quan hệ của mình để tìm ra những cá nhân tiềm năng trong các lĩnh vực này. Điều chắc chắn là khi tôi làm việc này, tôi sẽ có thêm những mối quan hệ khác mà trước đó tôi không có ý định tìm kiếm, những mối quan hệ này sẽ làm phong phú cho bản danh sách các mối quan hệ của tôi.

Không có gì khiến Alpha Male thích hơn việc tận dụng các mối quan hệ của mình để phô diễn sức mạnh trên thị trường với một khách hàng hay đồng nghiệp. Nếu tôi có một khách hàng đang mong muốn chuyển đến London làm ăn và không chắc về vấn đề visa, tôi có hai cách để giúp đỡ họ. Cách thứ nhất là gợi ý họ liên lạc với tòa lãnh sự ở London và tìm hiểu về quy trình. Đây rõ ràng không phải là một lời khuyên ấn tượng bởi điều này là lẽ thường và tất nhiên trong trường hợp này, tôi gần như không có thêm được chút giá trị nào. Cách thứ hai, cách mà tôi thích hơn nhiều, là nói với vị khách hàng đó như sau: “Anh hãy gọi cho ông Sid: Lowey ở London, tôi sẽ cho anh số điện thoại của ông ấy. Ông ấy là bạn tôi và luôn làm điều này cho khách hàng của tôi. Ông ấy có thể đơn giản hóa và đẩy nhanh quy

trình thủ tục cho anh. Hãy nói với ông ấy rằng anh là bạn tôi và ông ấy sẽ trực tiếp xử lý giấy tờ của anh. Đừng quên cho tôi biết mọi việc tiến triển đến đâu nhé.” Trong ví dụ đầu tiên, tôi sẽ giống như bất cứ ai khác khi đưa ra những lời khuyên cơ bản. Đến trường hợp thứ hai, tôi đã khai thác mạng lưới quan hệ của mình để mang lại cuộc sống dễ dàng và thoải mái hơn cho khách hàng, từ đó họ có thể kiếm ra nhiều tiền hơn.

Tôi thường xuyên thêm vào cũng như xóa đi những người trong mạng lưới của mình. Những mối liên hệ mới kèm theo danh tiếng được ghi vào, số khác không giữ lời hứa thì bị xóa đi. Đó không phải là việc cá nhân hay riêng mà đó là kinh doanh. Tôi mong muốn được gặp và làm ăn với người tốt nhất trong những người tốt nhất ở bất cứ nơi đâu tôi đến. Những người được vào mạng lưới quan hệ của tôi không phải bởi họ yêu cầu vậy mà bởi tôi tin rằng họ có thể thực hiện những điều họ hứa và sẽ mang lại cho tôi một hình ảnh tốt trong quá trình thực hiện.

Một lợi thế khác nhờ có mạng lưới: Alpha Male phần lớn là những người thấy kẻ sang bắt quàng làm họ. Họ dùng tên của người khác và chờ cho ai đó hỏi người đó là ai để họ có thể thêm phần họ và mối quan hệ. Sau đây là một ví dụ: Tôi đang hút xì gà với một anh chàng ở New York vài tháng trước và anh ta nói: “Tôi đã cộng tác với công ty cấp của Ted - bạn tôi ở Atlanta. Chúng tôi đã có một vài chương trình mới đang được thực hiện và đang xem xét những dự định chiến lược cho thời gian tám quý tới.” Dĩ nhiên, tôi đang đánh giá anh ta và cố gắng xem anh ta sở hữu loại mạng lưới gì, vì vậy tôi đặt câu hỏi: “Đó là một trạm cáp địa phương à? Chúng có lớn không?” Và anh ta đáp lời: “Ồ, xin lỗi. Đó là Ted Turner. Anh ta là chủ của CNN đấy.” Chàng trai này biết rằng với cách khởi đầu câu chuyện theo cách như vậy thì người khác sẽ hỏi anh ta về công ty cáp đó và anh ta có thể đề cập đến những người nổi tiếng để gây ấn tượng.

Nhiều kẻ điệu bộ dùng mạng lưới quan hệ của họ để gây ảnh hưởng nhưng thực ra lại không thể tiếp cận với những người nằm trong mạng lưới. Tôi biết những anh chàng thu thập các danh thiếp kinh doanh, đặt chúng vào hệ thống quản lý liên lạc của mình và xem chúng như một mối liên lạc. Trong suy nghĩ của tôi, sự khác biệt là khả năng tiếp cận của những người này. Tôi trao khoảng 10.000 danh thiếp kinh doanh một năm nhưng đoán rằng chỉ khoảng 150 người có số di động của tôi. Tôi cũng cho rằng trong hệ thống liên lạc của họ có tên tôi nhưng rất ít kẻ có thể trao đổi với tôi mà không cần phải đến văn phòng. Một mạng lưới liên lạc chỉ tốt khi có khả năng truy cập.

Bảng 3.2: Mạng lưới của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ nhất	Biết những người cùng đến trường với mình, những mối quan hệ cá nhân và có các mối quan hệ kinh doanh hạn chế. Anh ấy cố gắng thêm người vào cơ sở dữ liệu của mình và sẽ thêm gần như bất cứ người nào mà anh ấy nhận được danh thiếp từ họ.
Học viên năm thứ	Sáng suốt hơn với các mối quan hệ của mình, cố gắng xây dựng các mối quan hệ giúp phát triển công việc kinh doanh của bản thân. Giao tiếp tốt và dễ dàng nhận ra những người mình đã gặp trước đó. Anh ta không vĩ đại nhưng rõ ràng là anh ta đã từng xây dựng mạng lưới trước đó.

hai	
Học viên năm thứ ba	Đã xây dựng nên một mạng lưới quan hệ hùng mạnh và những người trong mạng lưới này biết về những người khác. Anh ấy tận dụng mạng lưới của mình để gặp những người họ biết. Anh ấy cũng hiểu rõ về người mình cần trong mạng lưới và lấy điều đó làm ưu tiên trong việc xây dựng các mối quan hệ này.
Học viên năm cuối	Đây là một chuyên gia xây dựng mạng lưới. Anh ấy có các mối quan hệ ở khắp mọi nơi và không có ai mà anh ấy không thể với qua mạng lưới cá nhân của mình. Anh ấy có trong mạng lưới của mình những cá nhân tiếng tăm trong mọi ngành và nếu muốn có thông tin gì thì chỉ cần một cuộc gọi. Anh ấy rất khó khăn khi chọn người đi ăn trưa cùng vì quen biết tất cả mọi người.
Tốt nghiệp	Đây là một nhà lãnh đạo lão luyện và tài ba. Ông ấy quen biết những người xứng đáng để biết. Mọi người muốn biết ông ấy và cố gắng khai thác các mối quan hệ của họ với ông để có những thứ mình cần. Sở hữu một mối liên hệ với ông ấy là thứ của cải nhiều người sử dụng để mang lại lợi thế cho bản thân. Ông ấy có thể gọi cho bất cứ người nào và họ sẽ cảm thấy hạnh phúc khi được ông ấy gọi.

Những chiếc xe hơi

Xe hơi là cơ hội lớn đầu tiên để Alpha Male phô trương doanh thu của mình. Điều này thường đúng với các Alpha trẻ tuổi hơn. Với các Alpha lớn tuổi, một chiếc xe hơi loại gia đình có lẽ là phù hợp hơn, nhưng điều chắc chắn là anh ấy sẽ có một thứ đồ giải trí để lái vào những ngày cuối tuần. Xe hơi không chỉ gia tăng sức mạnh cho đàn ông bởi chúng tôi có thể cảm nhận được sự thành đạt của mình mỗi khi lái chúng, mà chúng tôi còn bị chế nhạo nếu xe của mình không ở mức trung bình. Trước kia, tôi hay đến tham dự một chương trình có tên là Y.A.M (Yoga vô danh cho phái mạnh – Yoga Anonymous for Men) được bạn tôi, Michelle Potte, tổ chức. Có khoảng 10 người trong lớp và vào thời điểm đó tôi đang lái một chiếc Jeep Wrangler. Chiếc xe này có những chiếc lốp khá đẹp và tôi cũng có thể tháo trần và cửa xe vào mùa hè. Những người bạn của tôi lái những chiếc Audi, Humvee và Porsche, họ sẽ đứng bên ngoài lớp học khi tôi dừng xe bên cạnh và quan sát tôi lúc đỗ xe. Sau đó, họ sẽ bước lên xe của mình và đưa chúng cách xa xe tôi ra. Vâng, họ từng là những người bạn của tôi! Họ sẽ chờ tôi trước, trong hay sau buổi học với mối quan tâm tại sao tôi lại lái một chiếc Jeep khi tôi đã sở hữu một công ty thành công. Họ sẽ hỏi tôi chiếc xe này được biểu không kèm theo băng keo siêu dính à, hay tôi được giảm giá mua bảo hiểm vì họ cho rằng tôi nghèo hay những ý nghĩ tương tự.

Tôi đã đi sắm xe hơi với Jacqui, vợ tôi (cô ấy cũng không thích chiếc Jeep bởi đây xe hơi cao so với mặt đất và khi mặc váy thì bước lên rất khó khăn). Tôi đã tìm thấy một loạt xe BMW5 được chuyển đổi thành M5 (mẫu xe hiệu năng của loạt xe BMW5) và đã mua một chiếc, ngay lập tức tôi bắt đầu nhận ra những điều sau: (1) Tôi bắt đầu thích đậu xe có người hầu (với chiếc Jeep thì tôi luôn luôn cảm thấy thất vọng và chán nản mỗi khi người hầu xe không thể khởi động chiếc xe của mình), và (2) các bạn tôi bây giờ không còn thích những chiếc xe của họ nữa (bởi chiếc xe của tôi bây giờ là đẹp nhất). Tôi đã nhảy từ vị trí cuối của trật tự đẳng cấp xe hơi lên vị trí hàng đầu. Tôi đề nghị đưa là sẽ cùng ký một khoản cho vay nợ nếu họ muốn nâng cấp xe của mình. Tôi kể với họ rằng tôi đã cân nhắc việc mua mẫu xe giống như của họ nhưng lại không muốn mọi người nghĩ rằng tôi đang gặp khó khăn về tài chính. Chúng tôi sử dụng những chiếc xe của mình như một thứ cờ hiệu cho giới kinh doanh biết rằng chúng tôi đã đến đây và có thể mua những thứ đồ chơi lớn. Chúng tôi đã kích thích liệt các nhãn hiệu xe hơi Mỹ nếu chúng tôi mua xe nhãn hiệu châu

Âu. Chúng tôi cũng phê bình gay gắt những mẫu xe bậc thấp hơn của cùng một nhà sản xuất. Nếu chúng tôi lái cùng một mẫu xe, chúng tôi sẽ tranh luận về những tính năng tùy chọn. Đối với đàn ông, xe hơi tượng trưng cho hình ảnh mà họ muốn thế giới nhìn mình. Lái một chiếc Jeep có nghĩa là bạn đang cho thế giới thấy mình là một gã đàn ông tỉnh lẻ chẳng có mấy tiền. Còn chiếc Beemer⁽²⁾ nói với mọi người rằng tôi thích đi lại với một phong cách nổi bật.

Bảng 3.3: Xe hơi của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ nhất	Alpha Male giai đoạn này lái một chiếc xe bùn. Thông thường đó sẽ là chiếc xe của anh ấy từ hồi còn đại học. Đó là một chiếc xe rẻ tiền, thậm chí có thể nói là tệ hại. Nếu rơi vào trường hợp sau thì anh ấy sẽ giấu chiếc xe ở bãi đậu khi cần thiết, anh ấy sẽ thuê chiếc xe nào đó nếu cần thiết.
Học viên năm thứ hai	Thường thì xe hơi của Alpha Male trong giai đoạn này là một chiếc xe bùn mới, đó là một chiếc Toyota hay Mazda mới. Nói chung, đó là một chiếc trông có vẻ mới nhưng lại không thật sự gây ấn tượng.
Học viên năm thứ ba	Alpha Male giai đoạn này lái một chiếc xe hơi sành điệu hơn và thường được mọi người sử dụng, đó có thể là một chiếc BMW, Mercedes, Lexus, Land Rover, hoặc nếu là một chiếc mới thì là một trong những loại rẻ hơn của những dòng này (nghĩa là BMW serie 3, Land Rover LR1).
Học viên năm cuối	Giai đoạn này Alpha Male đã bắt đầu dùng một chiếc xe hơi loại sành điệu mới: một chiếc Porsche trị giá 150.000 đôla hay một chiếc European trị giá 300.000 đôla mui trần.
Tốt nghiệp	Giai đoạn này thì sự việc trở nên lạ lùng và hơi khó xác định, do vậy bạn phải dùng những chi tiêu khác. Hoặc là Alpha Male giai đoạn này có một chiếc xe hơi giống như học viên năm cuối, hoặc họ có một chiếc xe loại gia đình và một chiếc khác liên quan đến sở thích (một chiếc Chevy đời thập niên 1960 gia tốc nhanh, một chiếc MG mui trần hay một chiếc Corvette cổ). Sam Walton ⁽³⁾ đã lái một chiếc loại gia tốc nhanh có tuổi đời đến 30 năm.

Những chuyến nghỉ mát

Alpha Male trẻ tuổi kêu ca về những chuyến đi nghỉ mát. Họ nghĩ rằng đi nghỉ mát chỉ lãng phí thời gian và tốn tiền hơn là kiếm ra tiền. Tôi nhớ khi Jacqui và tôi đi nghỉ cuối tuần ở xa, tôi đã nói với khách hàng rằng tôi đang trải qua một khóa đào tạo và giấu điện thoại di động của mình trong một đôi bít tất rồi cho vào túi xách để Jacqui nghĩ rằng tôi không mang nó đi. Tôi đã lo sợ khách hàng sẽ coi chuyến nghỉ mát ấy biểu hiện cho thái độ không nghiêm túc trong công việc kinh doanh, do đó tôi đã nói dối. Bây giờ thì tôi hiểu rằng các Alpha lớn tuổi cần kỳ nghỉ để mài sắc lưỡi gươm của mình. Tôi thích đi nghỉ mát một vài tháng mỗi năm và thường đến Miami hay một nơi nào đó có thời tiết nóng. Tuy nhiên, chỉ đi nghỉ thôi thì chưa đủ khi đua tranh với các Alpha khác. Chúng tôi cần phải xác định được xem sẽ nghỉ trong bao lâu, chuyến bay hạng gì, khách sạn mấy sao, dùng bữa ở nhà hàng nào, các hoạt động và một lô một lốc những hoạt động khác. Chúng tôi có trong tay một tập hợp những lời bác bỏ bất cứ bình luận nào của một người đàn ông khác về kỳ

nghi của anh ta. Nếu người đó nói với tôi rằng anh ta sẽ có một kỳ nghỉ dài hai tuần lễ, tôi sẽ hỏi: “Tại sao lại ngắn vậy?” Nếu anh ta nói anh ta sẽ đi Jamaica thì tôi sẽ hỏi anh ta rằng: “Châu Âu đắt quá à. Chúng tôi quay mũi dùi vào nhau từ trái qua phải rồi sang giữa. Tôi có một người bạn thân hàng năm thường đi du lịch đến Cancun, anh ấy ở đó trong một tháng và thuê một ngôi biệt thự. Một người bạn khác của chúng tôi cũng đến đó và mua một căn biệt thự vào lần nghỉ mới đây. Anh ta giữ kín thông tin với anh bạn thân của tôi, cho đến khi anh bạn thân của tôi nói rằng sẽ lại đi nghỉ mát ở đó thì anh chàng sở hữu ngôi biệt thự nói: “Anh có muốn dùng nhà của tôi khi ở đó không?” Đó thật sự là một cú đấm thẳng vào anh bạn của tôi! Anh ấy nhã nhặn từ chối nhưng tôi biết rằng trong thâm tâm, anh ấy rất đau đớn. Ngay khi nghe được câu hỏi đó, tôi lập tức nghĩ rằng: “Mình phải mua một căn nhà ở Miami mới được!”

Bảng 3.4: Những chuyến đi nghỉ mát của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ nhất	Nếu anh ấy đi nghỉ mát (hiếm khi anh ấy làm vậy) thì đó sẽ là một chuyến đi đến đâu đó ấm áp và rẻ tiền trong vòng một tuần. Anh ấy sẽ nói dối là mình đã đến nơi nào đó đắt tiền hơn và đã ở đó lâu hơn.
Học viên năm thứ hai	Sẽ thực hiện một chuyến đi trọn gói trong hai tuần ở một nơi nào đó khá nóng. (Những Alpha lớn tuổi thường gọi những nơi này là các spa ⁽⁴⁾ bần.)
Học viên năm thứ ba	Sẽ nghỉ ở châu Âu hoặc ở khu nghỉ mát nổi tiếng nào đó thuộc vùng nhiệt đới trong hai tuần.
Học viên năm cuối	Có những chuyến đi nghỉ mát đắt tiền và chất lượng cao ở châu Âu, phương Đông hoặc lánh xa ở nơi nào đó trong vòng hai đến bốn tuần và với tần suất một đôi lần trong năm.
Tốt nghiệp	Một lần nữa, những người đã tốt nghiệp lại khó lựa chọn. Anh ấy có thể đi đến những đồi trượt tuyết nhỏ nhưng anh ấy sẽ có căn nhà của riêng mình ở đó. Anh ấy có thể câu cá trên một dòng sông yên bình, nhưng lại đến đó bằng một chiếc trực thăng.

Jacqui và tôi gần đây đã du lịch một chuyến vòng quanh nước Ý và khi các khách hàng/đồng nghiệp nữ hỏi tôi về chuyến đi thì họ luôn luôn muốn biết về những nơi tôi đã đi qua. Còn câu hỏi đầu tiên từ các đối tác nam sẽ là tôi đi với ai và câu thứ hai là tôi ở đâu. Bằng cách này, họ có thể tính toán tôi đã xài bao nhiêu tiền cho chuyến nghỉ mát. Tôi nghĩ phụ nữ cũng muốn biết những điều này nhưng họ thực hiện điều đó theo một cách tinh tế hơn. Họ sẽ hỏi là khi đến Florence, Jacqui đã đi mua sắm ở đâu và khi tôi trả lời là Christian Dior thì họ mỉm cười và biết rằng đó là một chuyến đi đắt tiền. Chỉ Alpha Male mới có thể giải nghĩa một chuyến đi thú vị và yên bình là như thế nào, anh ấy đánh giá mọi khía cạnh để biết rõ chuyến đi sẽ ảnh hưởng đến hình ảnh của mình ra sao và nó sẽ đặt anh ấy vào vị trí nào trên thang bậc đẳng cấp.

Những căn nhà

Alpha Male yêu quý căn nhà của mình và đó là nơi để anh ấy hồi phục sức lực. Tôi nghĩ rằng các căn nhà có thể được xếp vào một trong hai hạng mục: một nơi giải trí hoặc một nơi bạn lui về và tìm kiếm chút riêng tư cho bản thân mình. Tôi rơi vào trường hợp thứ hai trong khi phần lớn đồng nghiệp của tôi lại là những trường hợp điển hình của loại thứ nhất. Hai người bạn của tôi có những căn biệt thự lớn. Đó là căn nhà với diện tích khoảng 560m² hoặc hơn. Họ có các rạp hát tại gia (các phòng riêng chứ không phải tập hợp những chiếc vô tuyến, đầu đĩa, v.v...), có những nhà bếp đầy sơn hào hải vị, những hồ bơi còn đẹp hơn hình ảnh trên các tạp chí kiến trúc. Họ có những căn phòng ngủ không ai dùng, những phòng tắm chỉ dành cho khách và những quầy rượu với các bàn bi-a. Tôi thích đến thăm những người này và tự nhủ bao nhiêu trong số những không gian này là dành cho họ và bao nhiêu là để phô bày. Ở khu trung tâm Yaletown của thành phố Vancouver (một quận xưa kia là khu vực công nghiệp nặng với các kho hàng), những căn hộ cao tầng thời thượng luôn đòi hỏi những khoản tiền kèch xù. Những căn hộ này có giá trung bình là 6.000 – 10.000 đôla trên một mét vuông, chúng có thể trông ra cảng Vancouver và đảo Granville, một khu vực mua sắm đồ thủ công thời thượng và chợ thực phẩm.

Bất cứ người nào có nhà ở đây đều chỉ để phô diễn. Đồng nghiệp của tôi, một nhà môi giới triển vọng, có một căn hộ xa hoa ở tầng trên cùng của một tòa nhà cao tầng trông ra cảng Vancouver. Anh ấy lái một chiếc M5, với một căn nhà mà bạn sẽ cực kỳ ấn tượng về nó, nhưng trong nhà anh ấy lại không có một chút đồ đạc nào. Vâng, đúng là như vậy đó. Anh ấy không có một chút đồ đạc nào. Hàng tháng, anh ấy phải trả 1.500 đôla cho chiếc xe của mình và tiền anh ấy vay có thể chấp là 7.300 đôla một tháng. Anh ấy đổ một số tiền lớn vào công việc kinh doanh của mình nhưng phần lớn số đó đều chỉ để làm vui lòng khách hàng mà thôi. Anh ấy có nhiều tài sản nhưng không có tiền mặt và không thể sắm đồ đạc trong nhà. Tôi đã thấy tận mắt nơi ở của anh ấy vì quen thân với anh, nhưng ngay bây giờ anh ấy không có khoản tiền mặt dôi dư nào để trang bị cho căn nhà và đó không phải là một nơi mà bạn có thể chứa đầy các sản phẩm từ hãng Ikea⁽⁵⁾.

Thầy của tôi, Alvin, đã sở hữu một chỗ ở tuyệt vời bên ngoài thành phố Vancouver. Căn nhà có một phòng chơi trò chơi, một phần nhà ngoài trời lớn hơn phần lớn những căn buồng tôi sống trong những năm tháng đại học và một bộ sưu tập các trò chơi điện tử ông ấy mua cho các con của mình. Đây là một nơi thăm thú tuyệt vời và tôi chưa bao giờ nấu ăn trên một cái bếp lò tốt hơn vậy. Tôi đoán chỉ mỗi thiết bị đó thôi cũng có giá là 10.000 đôla. Đó đơn giản là một căn nhà đẹp. Alvin làm việc cho Intel và thật không hổ danh, hệ thống điện của căn nhà được lắp đặt theo kiểu bạn chưa bao giờ được thấy. Đó thực sự là một thiên đường công nghệ. Tôi rất thích đến thăm nơi ở của ông và luôn đồng ý mỗi khi ông mời tôi tới chơi vậy.

Trong khi đó, tôi lại đang ở phía cuối của thang xếp hạng; dù sở hữu một chiếc xe đẹp nhưng căn nhà của tôi lại quá đỗi bình thường so với những người khác. Căn nhà có đủ mọi đồ đạc như ti vi màn hình phẳng, những chiếc tử scotch kiểu cổ và rất nhiều hộp giữ âm xì gà, nhưng đối với tôi, căn nhà là nơi rất riêng tư. Tôi có thể đếm trên đầu ngón tay số đồng nghiệp đã đến nhà mình và chưa một khách hàng nào từng đến đây. Đối với tôi, nhà là nơi tôi bước ra khỏi vai trò của mình trong thế giới này và nạp lại sinh lực. Tôi đã học điều này

từ cha tôi, trở về nhà là ông ấy khóa cửa, tắt điện thoại và nghỉ ngơi. Tôi đã nghĩ đến việc mua một căn nhà lớn và trong vài năm gần đây đã có cơ hội thực hiện điều đó, nhưng với tôi, dù nhà có lớn thế nào đi nữa thì chúng cũng sẽ không có chỗ cho sự phô diễn khoe khoang. Khi đến những ngôi nhà khác, tôi để ý thấy những quý bà trong cuộc sống của chúng tôi quan tâm đến nhà bếp, những tấm thảm trải sàn và những chiếc tủ để đồ thật lớn. Trong khi đó, tất cả những thứ tôi quan tâm là chiếc ti vi và các đồ điện tử. Những thứ này cho tôi biết người đàn ông quý trọng bản thân mình như thế nào. Tôi không thể phân biệt các loại thảm trải sàn nhưng có thể nhận ra ngay một hệ thống âm thanh tối tân trước cả khi kịp tháo giày ra.

Alpha Male sử dụng nhà của mình như một câu lạc bộ. Họ không muốn tất cả mọi người đều ở đó bởi điều này sẽ hạ thấp giá trị của lời mời đến nhà. Họ đưa mọi người đến căn nhà - nơi mình nghỉ ngơi - như một biểu hiện của lòng tin và tình thân. Khi ở trong nhà họ, bạn hãy coi như mình đang ở trong nhà thờ bởi với họ, căn nhà là nơi linh thiêng, là nơi cho thấy họ là ai. Nếu bạn nhận được lời mời ghé thăm nhà từ một Alpha Male, bạn có thể xem như mình đang có một địa vị tốt. Nhưng nếu bạn không nhận được lời mời nào và những người khác cũng vậy thì đừng coi đó là một vấn đề, đơn giản vì lúc đó đối với Alpha Male, căn nhà là nơi yên bình để lánh xa thế giới ồn ào, náo nhiệt ngoài kia.

Bảng 3.5: Nhà ở của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ nhất	Sống trong một ngôi nhà với bạn cùng phòng hoặc với bạn gái ở một chỗ rẻ tiền đồng thời đóng vai trò như văn phòng tại nhà của anh ấy.
Học viên năm thứ hai	Một căn hộ phải chăng trong khu vực lân cận hợp lý. Gần như chắc chắn là không có bạn cùng phòng nhưng có thể có bạn gái cùng chia sẻ chi phí thuê căn hộ.
Học viên năm thứ ba	Một căn nhà thuê thật sự xinh xắn hoặc một địa điểm hợp lý mà anh ấy sở hữu.
Học viên năm cuối	Một nơi ở đắt tiền. Anh ấy hoặc sở hữu nó hoặc thuê nó với giá cao. Căn nhà ở trong một khu vực ấn tượng và được xây với mục đích giải trí. Khả năng lớn nhất là anh ấy sở hữu nó. Anh ấy cũng có thể có một căn hộ thuê ở thành phố khác.
Tốt nghiệp	Một ngôi nhà lớn (tương tự như khu tổ hợp Kennedy) cũng như một căn nhà để nghỉ mát và một căn hộ trong thành phố. Anh ấy có thể quan tâm đến bất động sản ở nước ngoài.

Tư cách hội viên

Alpha Male luôn thích trở thành một phần của các câu lạc bộ chuyên biệt, càng chuyên biệt càng tốt. Có những câu lạc bộ trong các thành phố khác nhau mà theo truyền thống đã trở thành “những quả lông xanh”⁽⁶⁾, ở nơi đó những người đàn ông lớn tuổi với những đồng tiền xưa cũ sẽ ngồi quanh bàn chuyện trò về tiền của mình và những người phụ nữ hiếm hoi được phép đi vào những căn phòng lớn linh thiêng đó không ai khác chính là những cô nhân viên phục vụ. May mắn thay, những nhóm như thế đang thay đổi nhưng không phải do bản thân họ mà bởi số lượng thành viên của họ đang giảm đi. Tôi vẫn hơi lưỡng lự với các câu lạc bộ loại này bởi tôi tự hỏi rằng liệu họ có chuyên sang mẫu hình mới hay không,

hay chẳng qua họ chỉ đang diễn mà thôi. Thời gian sẽ trả lời câu hỏi đó.

Câu lạc bộ của tôi là một câu lạc bộ dành cho người hút xì gà, nó tọa lạc ở Vancouver và chỉ mất vài phút nếu đi từ False Creek. Câu lạc bộ có một số lượng giới hạn tủ đựng đồ cá nhân cho các thành viên và một phòng khách hút thuốc. Mặt tiền kinh doanh của câu lạc bộ là một cửa hàng với các hộp giữ ẩm xì gà rất đẹp, các dụng cụ hút thuốc khác và hai bức tường đầy những loại xì gà hảo hạng từ Cuba, Honduras hay Dominica. Bên trái cửa trước là một phòng khách cho thành viên và khách của họ. Để trở thành thành viên câu lạc bộ, bạn không phải nộp đơn mà thay vào đó, họ sẽ mời bạn khi có một vị trí nào đó trống. Nếu bạn không phải là thành viên hoặc đi cùng với một thành viên khác thì căn phòng không dành cho bạn. Bạn của tôi, Ted Loo, một chuyên gia thể hình ở West Coast đã giới thiệu tôi đến với câu lạc bộ này. Trước kia, tôi đã là thành viên một câu lạc bộ ở Yaletown nhưng tôi cảm thấy độ tuổi trung bình ở đó hơi lớn so với mình. Tuy vậy, tôi đã kiên trì ở đó bởi đây là nơi Alvin và tôi dành phần lớn những buổi chiều thứ Sáu bên nhau trước khi ông ấy qua đời. Ted đưa tôi đến câu lạc bộ của anh ấy và giới thiệu tôi với người chủ là David. Thông qua chứng thực kinh doanh (tôi sẽ thảo luận điều này sau), Ted đã buộc David từ bỏ một tủ đựng đồ cá nhân của chính anh ấy và trao cho tôi. Bây giờ thì tôi đưa khách hàng của mình tới đây để bàn chuyện kinh doanh, tổ chức các lễ kỷ niệm hay giới thiệu những người mà tôi nghĩ sẽ cùng làm ăn lớn với nhau. Tôi cảm thấy rất thích thú khi một ai đó bước vào câu lạc bộ hỏi về tôi và sau đó, một trong những người chủ tuyệt vời của câu lạc bộ dẫn họ đến khu vực của tôi. Họ bảo rằng thành viên có quyền ưu tiên và điều đó là chắc chắn với câu lạc bộ City Cigar ở Vancouver.

Đàn ông sử dụng tư cách hội viên để giáo dục lẫn nhau về trật tự đẳng cấp của họ trong xã hội như một thể thống nhất. Có những câu lạc bộ ở Vancouver bị đồn đại rằng lệ phí thành viên tham gia câu lạc bộ lên đến 35.000 đôla một năm. Một số câu lạc bộ có trọng tâm khác là về thể thao (các câu lạc bộ du thuyền hay quần vợt). Điều thú vị ở đây là câu lạc bộ càng đắt tiền thì những con cá bạn tìm thấy ở đây càng lớn. Và, giống hệt như nhà hoặc thuyền, tôi nghĩ tốt hơn là nên có bạn bè tại những câu lạc bộ như thế này rồi sau đó mới tự mình tham gia vào những câu lạc bộ đó. Các bạn của bạn có thể đưa bạn đi uống, bạn có thể gặp mọi người, bạn trả hóa đơn nhân danh nhóm và tiết kiệm cho bản thân mình khoảng 34.900 đôla mỗi năm vào đúng thời hạn.

Những câu lạc bộ loại này kết nạp thành viên một cách có chọn lọc bằng cách nhờ một hay nhiều thành viên giới thiệu bạn, sau đó đưa đơn của bạn đến một ủy ban và quyết định xem bạn có được vào hay không. Phần nhảm nhí của việc này là không có ai bị từ chối cả. Họ sẽ không đại đột gì khước từ tiền của bạn trừ phi bạn là một tên du thủ du thực, tội phạm hoặc có thành viên nào đó trong câu lạc bộ không thích bạn.

Bảng 3.6: Tư cách hội viên của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ	Là thành viên của đội khúc côn cầu hoặc đội ăn cánh gà.
-------------------------	---

nhất	
Học viên năm thứ hai	Thành viên của Hội Những thành viên trẻ Đảng Cộng hòa ⁽⁷⁾ (ở Hoa Kỳ), hội thành viên của phòng thương mại hay các hiệp hội ngành nghề.
Học viên năm thứ ba	Thành viên của hiệp hội cựu sinh viên, hiệp hội văn hóa, thỉnh thoảng là một nhóm nhà thờ, những câu lạc bộ xì gà, một vài câu lạc bộ thành phố trẻ tuổi, câu lạc bộ golf (với phí kết nạp khoảng 5.000 đôla).
Học viên năm cuối	Thành viên của câu lạc bộ những ông chủ xe hơi, câu lạc bộ dành cho các chuyên gia ở những địa vị nhất định (các CFO, CEO, phó chủ tịch cao cấp), các câu lạc bộ đầu tư, câu lạc bộ thành phố (như câu lạc bộ Union, câu lạc bộ Chicago, câu lạc bộ Vancouver, câu lạc bộ Terminal City, v.v...), các câu lạc bộ golf (phí kết nạp ban đầu khoảng 20.000 đôla trở lên) cũng như là thành viên của các khu nghỉ trượt tuyết chính (thành viên theo năm).
Tốt nghiệp	Thành viên của Hiệp hội Horatio Alger ⁽⁸⁾ .

Câu lạc bộ xì gà của tôi không kết nạp thành viên vì các khoản phí; bạn cũng không phải trải qua quá trình xét duyệt bởi ủy ban hay hội đồng nào cả. Nếu bạn là một người đáng tin cậy (danh tiếng), bạn có thể trở thành thành viên và sở hữu tủ đựng đồ cá nhân khi có một chỗ sẵn sàng. Điều tôi thích ở câu lạc bộ này là bạn có các thành viên tỉ phú và cũng có những chuyên gia trẻ mới khởi sự kinh doanh. Đối với các Alpha Male, câu lạc bộ khá quan trọng nhưng tôi nghĩ rằng kiểu câu lạc bộ họ tham gia cho thấy Alpha Male đó thuộc loại nào. Họ là thành viên của một câu lạc bộ tôn vinh tính chính trực hay một câu lạc bộ chỉ vinh danh những ai có khả năng tài chính? Có những câu lạc bộ thu phí hàng chục ngàn đôla mỗi thành viên trong một năm và về cơ bản, đó là một nơi để bép xép chuyện làm ăn hoặc nơi để bạn phô trương chiếc thẻ thành viên của mình. Một số câu lạc bộ khác tích cực quan tâm xây dựng một cộng đồng bên trong với các thành viên và bên ngoài với thành phố. Thật dễ dàng để nhận ra một câu lạc bộ thuộc loại nào khi nhìn vào các yêu cầu để trở thành thành viên. Bạn sẽ sững sốt khi biết số lượng câu lạc bộ chỉ có một yêu cầu về tài chính và một điều lệ là phải có ba thành viên bảo đảm cho bạn.

Những chiếc đồng hồ đeo tay

Vâng, tôi chuẩn bị cho phép bản thân đắm mình vào một trong những chủ đề ưa thích của tôi và một chủ đề bạn có thể bắt đầu ứng dụng ngay khi đọc. Đúng vậy, Alpha Male yêu quý những chiếc đồng hồ đeo tay của họ bởi đó là thứ đồ trang sức chúng tôi dùng để cho mọi người thấy rằng mình đã thành đạt. Cho phép tôi vẽ một bức tranh để diễn giải giúp bạn hiểu được đồng hồ đeo tay quan trọng với chúng tôi như thế nào nhé. Đã bao giờ bạn để ý cách phụ nữ quan sát giày dép và ví tiền của nhau khi tụ tập với nhau chưa? Lúc đó, khi họ ngồi cùng nhau và một người đứng dậy, số còn lại sẽ liếc nhanh phía sau của người ấy, họ làm điều này để xác định trật tự thứ bậc của người ấy trong suy nghĩ của mình. Một cách khác để xác định là thông qua những chiếc nhẫn đính hôn, ví dụ như Dior tốt hơn Coach, Blahnik tốt hơn Jimmy Choo, v.v... Trong khi thế giới của phụ nữ là như vậy thì đối với Alpha Male, những thứ đó sẽ được thay thế bằng đồng hồ đeo tay. Khi một người đàn ông ngồi xuống với những người khác, anh ta nhanh chóng lướt nhìn vào cổ tay họ để quan

sát xem họ đang đeo loại đồng hồ gì. Điều này ngay lập tức tạo lập nên thứ bậc trong trật tự đẳng cấp. Tôi nhìn thấy một chiếc Timex và tôi nghĩ đến bùn. Tôi nhìn thấy một chiếc đồng hồ đeo tay thời trang như Hugo Boss, Tommy Hilfiger hay Armani và tôi nghĩ đến một người cố gắng bắt chước người khác. Tôi nhìn thấy một chiếc đồng hồ đeo tay hiệu Tag Heuer, Oris, Omega hay Tissot và tôi nghĩ anh ta, người đeo chiếc đồng hồ đó, đang đi trên chuyến hành trình của mình nhưng vẫn chưa đến đích. Tôi nhìn thấy Rolex và tôi nghĩ anh ta muốn giống như bố mình. Tôi nhìn thấy hiệu Patek Philippe, Breitling hay Cartier và tôi nghĩ chàng trai này đang thực hiện những thương vụ lớn. Tôi cho rằng bất cứ ai dám bỏ ra 7.000 đôla để mua một chiếc đồng hồ đeo tay nghĩa là họ đang sở hữu một gia sản kékéch xù. Thứ đầu tiên tôi nhìn vào khi tiếp xúc với một người đàn ông nào đó là chiếc đồng hồ đeo tay của anh ta. Tôi muốn nói là tôi cảm thấy bối rối khi bản thân có một bộ sưu tập đồng hồ đeo tay với trị giá vượt quá 70.000 đôla nhưng thực sự thì không như vậy và đó mới chỉ là sự khởi đầu của tôi mà thôi. Tôi có mọi loại đồng hồ từ hiệu Tag đến Breitling, từ những chiếc cổ xưa đến những loại tân thời. Lần đầu tiên khi tôi đeo một chiếc đồng hồ mới, nhóm các Alpha Male của tôi đã nhận ra ngay cả trước khi chúng tôi đến đủ gần để nói chuyện cùng nhau. Tôi đề xuất với những chàng trai trẻ làm việc cùng tôi rằng với tháng lương đầu tiên cao ngất thì họ nên đầu tư cho một chiếc đồng hồ mà họ không nghĩ mình có thể mua được. Tôi nhớ là tôi đã tiêu 2.000 đôla cho chiếc Tag Heuer đầu tiên và sau khi mua tôi đã day dứt vì điều đó. Lúc đó, Jacqui đã khuyến khích tôi lấy nó và ngày tiếp sau các Alpha Male lớn hơn bắt đầu cư xử với tôi theo một cách khác, nhưng chúng tôi chưa bao giờ nói chuyện về chiếc đồng hồ. Những chiếc đồng hồ không chỉ là niềm tự hào của bản thân mà chúng còn là một lợi khí của tôi trong kinh doanh. Nếu làm việc với những đồng sự nhỏ hơn, tôi sẽ đeo một chiếc Tag hoặc Seiko Sportura, nếu giao dịch cùng với các đối tác lớn thì tôi sẽ chọn một chiếc Breitling Super Avenger hoặc một chiếc đồng hồ cổ. Thứ duy nhất tốt hơn việc có một chiếc đồng hồ cực tốt đó là sở hữu một chiếc đồng hồ không ai có.

Bảng 3.7: Đồng hồ đeo tay của Alpha Male qua các giai đoạn

Học viên năm thứ nhất	Seiko, Timex, Casio hay những chiếc đồng hồ thời trang như Gucci hoặc Coach.
Học viên năm thứ hai	Tissot, những chiếc Seiko đắt tiền hay Sector.
Học viên năm thứ ba	Tag Heuer, Omega, Mont Blanc.
Học viên năm cuối	Rolex, Breitling, IWC.

Tốt nghiệp

Omega, Rolex, Breitling,... loại cổ (những chiếc đồng hồ bạn không thể mua ở cửa hàng hay những chiếc của nhà sưu tập). Mọi người nói rằng một Alpha Male vĩ đại không cần phải đeo một chiếc đồng hồ bởi thế giới sẽ tìm ông ấy nếu họ cần. Ông ấy chứ không phải ai khác chính là chủ nhân của thời gian.

Phần lớn những thứ của cải trình bày ở đây chỉ được biết đến giữa những người đàn ông với nhau. Tuy nhiên, phụ nữ cũng có những dấu hiệu chỉ báo riêng của họ để biết các đồng nghiệp đang làm gì (đó có thể là chiếc ví, giày dép và dĩ nhiên là màu sắc, độ tinh khiết, mức độ chế tác tinh xảo và trọng lượng của chiếc nhẫn đính hôn). Riêng tôi, tôi không quan tâm khách hàng nữ giới của tôi sở hữu nhà loại gì, có xe hơi trông ra sao, đồng hồ đeo tay thế nào, là thành viên của hội nào hay đi nghỉ mát ở những đâu. Phụ nữ thường hỏi liệu tôi có thể đoán được họ đang đeo loại đồng hồ nào không và trong phần lớn những trường hợp đó, tôi đều không thể trả lời, bởi đối với tôi điều đó không quan trọng. Thực sự thì tôi không so sánh mình với họ theo cách đó, thứ tôi quan tâm ở họ là tính trung thực và giữ lời với các phát ngôn (danh tiếng, uy tín) cũng như tầm ảnh hưởng của họ (mạng lưới quan hệ). Nếu họ có trong tay cả hai thứ này, chúng tôi sẽ cùng thực hiện một vài công việc kinh doanh. Tôi nghĩ đó là một lợi thế của phụ nữ mà họ không hề hay biết. Chúng tôi không mong muốn tạo dựng một trật tự đẳng cấp với bạn, chúng tôi cũng không bao giờ tranh đua để trở thành một người đàn ông tài giỏi hơn bạn. Đàn ông chúng tôi giống như một cái công tắc điện loại có thể tinh chỉnh cường độ sáng, ở đó tồn tại những biến thiên địa vị trên dưới của mỗi người đàn ông trong mạng lưới của mình. Với phụ nữ, họ chỉ có hai trạng thái mà thôi, đó là bật và tắt, điều này nghĩa là chúng tôi hoặc làm ăn với bạn hoặc không. Không có gì mới mẻ hơn ở đây cả, điều này giúp ích cho bạn nếu bạn trong cùng guồng quay và sẽ chống lại bạn nếu bạn rơi vào trường hợp ngược lại. Khi bạn có thể xác định Alpha Male đang ở giai đoạn nào, bạn sẽ biết được làm cách nào bạn có thể tạo mối quan hệ đối tác tốt nhất, làm ăn kinh doanh cùng và gắn bó trong một mối quan hệ nghề nghiệp với Alpha Male. Những thông tin trước sẽ cho bạn cơ sở xác định phương thức tốt nhất để làm việc cùng anh ấy. Sau đây là chi tiết của việc làm ăn kinh doanh với các Alpha Male trong những giai đoạn khác nhau:

Bảng 3.8: Những điều phụ nữ có thể mong đợi ở Alpha Male trong các giai đoạn khác nhau

Học viên năm thứ nhất	Anh ta rất nguy hiểm với bạn. Anh ta ích kỷ hơn mức độ thông thường và khi mọi thứ không như anh ta mong đợi, anh ta sẽ tìm cách đổ trách nhiệm cho ai đó. Người này có hại, do vậy bạn nên tránh xa.
Học viên năm thứ hai	Alpha Male giai đoạn này đã có chút ít vốn liếng để kinh doanh nhưng bạn cũng cần cẩn thận với cách anh ta đầu tư thời gian. Nếu bạn muốn làm việc cùng anh ta, hãy chọn những thị trường bạn và anh ta cùng có khả năng xâm nhập tốt. Anh ta sẽ cho rằng anh ta luôn tiến nhanh hơn bạn, vì vậy hãy bám sát anh ta và để ý tự mình kéo cò. Nếu anh ta nghĩ anh ta đang phải đèo bồng thêm bạn nữa thì anh ta sẽ cắt đuôi bạn đấy.
Học viên năm thứ ba	Alpha Male giai đoạn này đang tập trung phát triển các kênh kinh doanh. Anh ấy biết những nơi mình kiếm được tiền (những thị trường có giới hạn) và mong muốn trở thành một thế lực trên những thị trường đó. Nếu bạn có khả năng tiếp cận thị trường này hoặc tiếp cận được thứ gì đó giúp anh ấy nổi bật lên thì hãy bắt đầu ngay tại đó. Bạn cần phải rất rõ ràng về những thứ bạn muốn và những lợi ích bạn có thể mang tới cho Alpha Male này để anh ấy xem xét việc hợp tác với bạn một cách nghiêm túc. Bạn cũng cần phải có khả

	năng kéo cò.
Học viên năm cuối	Anh ấy có cơ hội nhiều hơn là thời gian và đang tìm kiếm những người có thể giúp mình kiếm nhiều tiền hơn thông qua công việc của họ. Nếu bạn xuất sắc với những việc bạn làm và anh ấy có thể đặt niềm tin vào công việc của bạn thì anh ấy sẽ làm việc cùng bạn và giúp cả hai cùng giàu lên. Bạn cần phải ghi điểm với anh ấy bởi có cả tá người đứng sau bạn đang cố gắng trở thành đối tác tiếp theo của anh ấy. Nếu bạn có thể thực hiện được những điều mình đã nói, bạn sẽ có một mối quan hệ tuyệt vời với anh ấy. Anh ấy mong muốn bạn hoàn thành phần công việc của bạn nhiều hơn là mong muốn bạn kiếm tìm thêm công việc khác.
Tốt nghiệp	Anh ấy muốn dạy những người khác, muốn cho đi nhưng chỉ với những người xứng đáng mà thôi. Anh ấy biết các vấn đề gây dư luận của mình và muốn được kính trọng. Ai cũng đều muốn một thứ gì đó từ anh ấy, vì vậy trước tiên bạn nên hỏi anh ấy là bạn có thể làm gì giúp anh ấy không. Tạo dựng mối quan hệ với anh ấy tùy thuộc vào việc bạn có thể mang lại những giá trị gì.

4. ĐỘNG LỰC DẪN DẮT NAM GIỚI TRONG KINH DOANH

Đây là một bí mật lớn mọi Alpha đều biết nhưng không ai nói về nó cả. Nhờ những cuộc trò chuyện chân thành với nhiều Alpha khác nhau trong đời mình, tôi hiểu phần thông tin này mạnh mẽ và quyền lực đến nỗi chúng tôi sẽ thực hiện bất cứ điều gì có thể để che giấu nó.

Không có bất cứ một Alpha Male nào ở phương Tây lại không hoàn toàn bị dẫn dắt bởi các vấn đề liên quan đến tài chính của bản thân. Một khi đã bắt đầu kiếm tiền, chúng tôi luôn lo sợ rằng một ngày nào đó việc này sẽ dừng lại. Chúng tôi tạo dựng nên những khả năng to lớn của bản thân, dù phần lớn những khả năng này đều được cường điệu hóa quá mức và sau đó nhanh chóng xóa dấu vết của chúng trước khi bị ai đó phát hiện ra. Điều này giống như một thị trấn cao bồi trong các bộ phim vậy, trông có vẻ là tốt nếu cứ nhìn về phía trước nhưng chúng tôi sẽ làm bất cứ điều gì để ngăn bạn ngoái đầu nhìn lại. Tôi không thể nhớ là kể từ khi 15 tuổi (và bắt đầu kiếm tiền) có một ngày nào đó trong cuộc đời mình không hề lo nghĩ về số tiền mình kiếm được hay không kiếm được, số tiền đó so với những người khác thì như thế nào và vị trí của tôi trong trật tự đẳng cấp ra sao.

Bây giờ, khi đã là một người trưởng thành, tôi bị ám ảnh bởi cảm giác thiếu tự tin khi giữ mọi việc diễn ra trôi chảy. Mỗi ngày, khi tỉnh dậy, các CEO trên khắp thế giới đều tự hỏi mình rằng: “Có phải hôm nay là ngày họ phát hiện ra mình không biết mình đang làm gì không nhỉ?”. Điều này giúp lý giải tại sao chúng tôi rất hung hăng khi chịu sự chỉ trích hay khi xem lời ai đó nói như lời chỉ trích mình. Chúng tôi nghĩ rằng họ đã “phát hiện ra chúng tôi” rồi chúng tôi trở nên nóng giận và sẵn sàng gây chiến để khiến họ mất tín nhiệm nhằm bảo vệ Cái Tôi của mình. Dưới đây là một vài yếu tố góp phần vào cảm giác thiếu tự tin của chúng tôi, cách chúng tôi biểu lộ sự bực mình và khó chịu để đánh lừa những người đó nhằm bước vào những giai tầng cao cấp thành công.

Phương pháp đánh giá những người đàn ông khác trong kinh doanh

Các Alpha Male thường sử dụng một quy trình ba bước để quyết định xem liệu chúng tôi có cùng làm ăn với nhau hay không, đó là: tính rõ ràng, sự tín nhiệm và khả năng sinh lợi. Chúng tôi có thể sử dụng quy trình này khá đơn giản bởi đàn ông có những quy tắc danh dự với nhau. Một Alpha Male sẽ không hẹn hò với bạn gái cũ của một người bạn, anh ấy cũng sẽ không chỉ trích gia đình của Alpha khác. Khi chúng tôi hứa với Alpha Male khác, đó sẽ là

cam kết của chúng tôi. Chúng tôi không thất hứa với nhau và luôn dành cho nhau mức độ tôn trọng tối thiểu. Bởi vậy, Alpha Male chúng tôi sử dụng cách tiếp cận ba bước để quản lý các mối quan hệ kinh doanh.

Tính rõ ràng

Trong bước đầu tiên này, chúng tôi được cho phép xem màn hình ra đa của nhau để biết được vị trí mình đang chiếm giữ trên thị trường. Hãy nghĩ đến hai chú chó đang dần biết về nhau một cách vắn tắt. Nếu chúng tôi có thể đi đến một hiểu biết chung về lợi ích tiềm năng khi tìm hiểu nhiều hơn về người kia, chúng tôi sẽ nâng mối quan hệ lên một nấc thang mới, đó là sự tín nhiệm.

Sự tín nhiệm

Một khi hai người đàn ông đã biết về nhau, họ sẽ tìm hiểu tiếp xem người kia có xuất sắc trong những việc anh ta làm và có cùng một mức độ hiệu năng với mình hay không. Một khi cả hai biết rằng người kia có thể thực hiện điều bản thân cam kết (thỉnh thoảng điều này có được nhờ những thảo luận nho nhỏ với nhau), họ sẽ bắt đầu làm ăn cùng nhau với nhịp độ không ngừng tăng lên. Bên cạnh việc làm ăn cùng nhau, họ còn chỉ báo thị trường cho nhau. Nếu nghe được điều gì đó sắp xảy ra, ngay lập tức người này sẽ nói với người làm ăn cùng kia xem ai có thể hưởng lợi từ thông tin đó và họ bắt đầu lan truyền những thông tin họ có thể thu được.

Khả năng sinh lợi

Lúc này, hai Alpha sẽ bắt đầu kiếm tiền cùng nhau. Họ tôn trọng mối quan hệ giữa họ và cố gắng để mình không trở thành liên kết yếu nhất trong mối quan hệ đó. Một khi đã bắt đầu kiếm ra tiền, họ chỉ cần duy trì để đồng tiền tiếp tục chảy vào mà thôi. Các Alpha không cần phải quý mến nhau để cùng làm việc, thay vào đó, họ chỉ cần tôn trọng nhau để hình thành mối quan hệ giữa hai người.

Khi các alpha gây chiến tranh với nhau, oán thù cấp độ bình thường chỉ kéo dài 12 tháng

Đàn ông có thể có những mâu thuẫn nảy lửa và thậm chí muốn tiêu diệt lẫn nhau, thỉnh thoảng họ cũng có những xô xát trực tiếp và không nói chuyện với nhau trong 12 tháng liền, nhưng sau đó họ sẽ gặp nhau, uống với nhau cốc bia và bắt đầu làm ăn lại với nhau. Điều này giống như việc bấm nút reset (khởi động lại) sau 12 tháng vậy, Alpha Male bỏ qua chuyện cũ và bắt đầu cùng kinh doanh với nhau.

Chúng tôi ủng hộ đàn ông, ngay cả khi họ gặp khó khăn

Đây là một trong những khác biệt to lớn giữa đàn ông và phụ nữ, đàn ông giúp nhau cùng tiến lên trong khi phụ nữ lại kéo nhau xuống. Đàn ông dẫn dắt nhau để trở nên quan trọng hơn, tốt hơn và có ích hơn. Chúng tôi ganh đua để kích nhau tiến lên, ví dụ như nếu tôi nói về thỏa thuận tôi vừa đạt được thì một đồng nghiệp ở công ty khác sẽ kể với tôi về

một giao dịch lớn hơn anh ta đang tiến hành và những điều tương tự như vậy. Chúng tôi liên tục lao về phía trước và thách thức nhau để tiếp tục tiến bộ. Chúng tôi đề cao thành công còn thất bại thì được quét xuống dưới tấm thảm trải sàn.

Phụ nữ sẽ làm điều ngược lại. Khi một người chuyện trò rằng cuộc sống của cô ấy thật tệ thì số còn lại trong nhóm ủng hộ cô ấy sẽ nhảy vào và kể về những trải nghiệm tệ hại hơn nữa của bản thân họ. Gần đây, tôi có dịp nói chuyện với một nhóm phụ nữ, một người đã nói: “Chồng tôi là người lười nhất trên thế giới này.” Sau đó, một giọng nhỏ nhẹ xen vào: “Không phải đâu, so với chồng tớ thì chồng cậu còn làm việc siêng năng lắm!”. Một giọng khác lại cất lên: “Xin lỗi các quý bà nhé, nhưng chồng tôi có hẳn đai vô địch cuộc thi Olympic những người lười nhất đấy.”

Tại sao phụ nữ lại làm vậy? Tại sao việc tìm kiếm trải nghiệm chung trong những lời nói tiêu cực lại quan trọng đến vậy? Xã hội khuyến khích phụ nữ nghiêm khắc với bản thân mình, trong khi đó lại đòi hỏi đàn ông sống một cuộc sống thật ý nghĩa. Còn có ai thấy điều này có vấn đề không? Nhìn vào những cuốn tạp chí tại một hiệu sách lớn ở New York, tôi thấy trên bìa của một cuốn tạp chí dành cho phụ nữ có những dòng tít sau:

- “Phương pháp để có vòng ba săn chắc.”
- “Phương pháp giành lại người đàn ông sau khi anh ta chia tay bạn.”
- “Phương pháp tìm thấy bình yên với những người phản bội bạn.”

Đây có phải chuyện đùa không nhỉ? Những thứ này thật là thô lỗ và bạn đang mua cuốn tạp chí này để biết cách thoát khỏi một cuộc sống tồi tệ ư? Và bạn biết không, cùng lúc đó thì trên bìa một tạp chí dành cho đàn ông mà tôi nghĩ có lẽ cũng được xuất bản bởi cùng một công ty, có một vài dòng tít như thế này:

- “Một chiếc Bentley mới: Làm cách nào để có nó và tại sao bạn lại muốn điều đó.”
- “Những nhân tố thành công đàn ông cần biết.”
- “Làm cách nào để cuộc sống của bạn trở nên tuyệt vời nhất?”

Có ai tự hỏi tại sao đàn ông cảm thấy họ có hoàn cảnh thuận lợi để đạt đến thành công hay không? Đàn ông có những quy tắc danh dự với nhau và sẽ giúp đỡ nhau nếu thấy ai đó đang gặp khó khăn, ngay cả khi bản thân chúng tôi không thích họ. Không biết bao nhiêu lần tôi đã nhìn thấy một người đàn ông bị vấp đau đớn trên những bước đường trong cuộc đời và những người bạn thân thiết của anh đến và giúp anh đứng dậy, ngay cả những người không thích anh ấy cũng sẽ động viên và giúp đỡ anh. Đàn ông chúng tôi tôn thờ những quy tắc của Đội biệt kích Quân đội Hoa Kỳ, trong đó nói rằng không người lính nào bị bỏ rơi lại phía sau.

Trái lại, phụ nữ ở một thái cực đối lập. Khi một người phụ nữ bị ngã, những người phụ nữ khác sẽ túm tụm xung quanh và dẫm đạp lên cô ấy. Phụ nữ cảm thấy dường như nếu họ đè bẹp thêm một người thì có nghĩa là họ sẽ vượt lên trước một người nữa trong hàng ngũ. Hãy nhìn vào Martha Stewart, cô ấy là niềm ao ước của những bà mẹ còn đang làm việc:

một nữ doanh nhân mạnh mẽ, một bà chủ nhà tài năng, đảm đang và cũng là CEO của một doanh nghiệp hàng đầu thế giới. Khi Martha bị chỉ trích do bị quy là đã buôn bán cổ phần của công ty một cách bất hợp pháp nhờ biết được những thông tin có được do chức vụ của mình; chính phụ nữ, chứ không phải là nam giới, đưa ra những lời chỉ trích đầu tiên, họ nói rằng cô ấy đã phản bội họ. Các người thật vớ vẩn! Cô ấy chỉ lỡ lời và những người phụ nữ đó nhanh chóng nhảy lên lưng cô ấy để chắc chắn rằng cô ấy chạy đường nào cũng không thoát được. Khi phụ nữ ngừng công kích và bắt đầu hỗ trợ lẫn nhau, đó là lúc gió đổi chiều.

Xã hội đánh giá đàn ông dựa trên số tiền chúng tôi kiếm được

Xã hội đánh giá nam giới dựa trên khả năng làm giàu của họ. Sẽ có nhiều người tranh luận rằng mọi người đánh giá nam giới dựa trên việc họ có phải là một công dân tốt, một người cha tốt, một người chồng tốt, một người bạn tốt cũng như có rất nhiều những phẩm chất khác hay không. Tôi đồng ý với bạn là như vậy, chúng tôi nên được đánh giá dựa trên những phẩm chất đó, nhưng rất cuộc, tất cả đàn ông đều đánh giá những người đàn ông khác dựa trên khả năng kiếm tiền của anh ta.

Xã hội chúng ta khuyến khích điều này bằng cách ca ngợi và tuyên dương những người làm ra nhiều tiền như những cá nhân lãnh đạo thế giới. Warren Buffett, Donald Trump, Mark Cuban, ba người này cực kỳ giàu có khởi nghiệp từ con số 0, họ được nâng lên thang bậc lãnh đạo bởi đã kiếm được lượng tiền khổng lồ. Nhưng liệu điều này có khiến họ trở thành những người đàn ông tốt hay không? Chưa hẳn đã là như vậy, nhưng vị trí của họ vẫn ở đỉnh của trật tự đẳng cấp xã hội.

Xã hội của chúng ta tôn thờ tài sản và tiền bạc. Sự sùng bái kinh tế này phơi bày trước mắt các cậu bé qua phim ảnh, nhạc cũng như hình ảnh những vận động viên kiếm tiền chuyên nghiệp. Bọn trẻ bắt đầu tham gia định giá tài sản bằng việc chòng ghẹo nhau về công việc bố chúng đang làm. Giống như phụ nữ bị xét đoán dựa trên nhan sắc, đàn ông bị đánh giá dựa trên khả năng kiếm tiền. Điều này không tốt, nhưng đó lại là sự thật.

Bị xét đoán như vậy, đàn ông chúng tôi bắt đầu tìm cách kiếm nhiều tiền hơn. Chúng tôi vào đại học để có được một công việc tốt hoặc chúng tôi là những sinh viên tài năng hoặc, như trong trường hợp của tôi, là một sinh viên tồi. Nếu có khả năng về mặt học thuật, chúng tôi sẽ cố gắng kiếm việc tại một công ty kinh doanh lớn, ở đó chúng tôi có thể vươn tới đỉnh cao. Chúng tôi sẽ thường nhảy lên vị trí được trả lương cao hơn, do đó có thể kiếm nhiều và nhiều tiền hơn nữa.

Những người kết thúc khóa học với kết quả như tôi thường không có triển vọng kiếm được việc làm ngay, vậy nên phải tự tạo công việc cho chính mình bằng cách mở các công ty. Mặc dù trong hai con đường thì đây là con đường vất vả hơn nhưng việc mở công ty cho phép chúng tôi làm giàu nhanh hơn rất nhiều so với những người bạn làm công ăn lương khác.

Tôi vừa rời công ty dịch vụ công ích vào thời điểm bắt đầu với Think Tank. Ở công ty cũ, tôi kiếm được số tiền tương đối nhưng tôi biết rằng mình sẽ không bao giờ làm đủ số tiền

cần thiết để đứng vào hàng ngũ những người chiến thắng nếu cứ tiếp tục công việc như vậy. Thế là tôi rời công ty và không ngoái đầu nhìn lại.

Tất cả những người bạn nam, những người đang làm công việc mà họ không thích, đều cười nhạo khi tôi bảo họ rằng tôi sẽ bỏ việc và khởi sự công ty của riêng mình. “Cậu thật ngốc!” “Tôi muốn có một công việc như cậu đến chết đấy!” “Tôi cá là Jacqui đang mong đợi và ủng hộ cậu đấy!” “Hãy nói cho tớ biết nếu cậu cần mượn ít tiền để mua mì ăn liền nhé!” Đây là sự ủng hộ tôi có được từ những người bạn của mình. Những người bạn của tôi đấy nhé!

Nỗi lo sợ bắt đầu len lỏi vào tâm trí tôi, có lẽ tôi nên tiếp tục công việc cũ, biết đâu lại có một tương lai tươi sáng đang chờ tôi ở đó thì sao? Có lẽ, tôi đã mắc một sai lầm lớn rồi. Tuy nhiên, ở sâu thẳm trong tim, tôi biết rằng hoặc mình sẽ thắng lớn hoặc thua to, và thắng lớn là toàn bộ mối quan tâm của tôi lúc đó. Mong muốn trở thành một người kiếm tiền vĩ đại đã cho tôi lòng can đảm để vượt ra ngoài sự giam hãm của công ty cũ và tạo lập nên Think Tank. Tuy nhiên, trước khi tôi tự mình tiến lên phía trước, hãy để tôi chia sẻ cùng các bạn một bí mật nho nhỏ. Bạn biết không, nỗi lo sợ lớn nhất của tôi lúc đó không phải là thất bại. Ở tuổi 26, nỗi lo lớn nhất của tôi là Jacqui phải chu cấp cho tôi nếu tôi hoàn toàn thất bại.

Tôi biết tất cả mọi người đàn ông sẽ nghĩ rằng tôi là người thất bại ê chề nhất trên thế giới khi không thể nuôi sống gia đình mình. Nỗi lo bị rơi tõm xuống đáy của chuỗi thức ăn lớn hơn rất nhiều so với bất kỳ cuộc gặp gỡ bán hàng không hẹn trước nào tôi phải thực hiện. Và tôi *ghét* những cuộc gặp đó.

Bây giờ, tôi sẽ cung cấp một chút thông tin cho bạn. Nếu bạn đi xen vào đường của một người đàn ông đang mở lối đến hàng ngũ những người chiến thắng, anh ta sẽ tống bạn ra ngoài trước khi bạn kịp hiểu điều gì đang xảy ra. Đây là một trong những lý do tại sao chúng tôi tấn công nhau. Nếu một gã xâm phạm vào con đường kiếm tiền của tôi, tôi sẽ ném anh ta ra ngoài, thậm chí không cần suy nghĩ về điều đó, anh ta sẽ rơi vào khoảng không và tự hỏi điều gì đã xảy ra với mình. Tôi từng có những đồng nghiệp nam xen vào việc phát triển công việc kinh doanh và tôi đã cầm cây gậy to tướng đánh văng họ ra khỏi con đường của mình. Mọi vài người tôi đã từng tiếp xúc chia sẻ với nhau câu nói: “Hoặc là bạn nghiền nát họ, hoặc bạn sẽ bị nghiền nát.” Trong ngôn ngữ thông thường, điều này có nghĩa là: “Bạn hoặc ủng hộ tôi hoặc đang lãng phí thời gian của tôi”. Khi đàn ông gây chiến, đó là vì tiền hoặc vì Cái Tôi của mình.

Chúng tôi yêu thương hiệu của mình

Đàn ông yêu danh hiệu của họ. CEO, chủ tịch công ty, chủ tịch hội đồng quản trị là những danh hiệu chúng tôi rất quan tâm, chúng làm nổi bật chúng tôi trong công ty của mình cũng như trên thị trường. Đối với đàn ông, danh hiệu đại diện cho giá trị của họ trong xã hội. Chủ tịch công ty quan trọng hơn phó chủ tịch, phó chủ tịch lại quan trọng hơn giám đốc, giám đốc quan trọng hơn người quản lý, người quản lý quan trọng

hơn người giám sát và người giám sát quan trọng hơn nhân viên. Điều buồn cười trong kinh doanh là nếu thiếu nhân viên thì những chức vụ còn lại chẳng có ý nghĩa gì. Nếu không có ai làm công việc của nhân viên thì công ty là vô giá trị. Mặc dù vậy, chúng tôi vẫn yêu danh hiệu của mình.

Tôi biết có những người bạn đã rời các chức vụ cũ để đổi lấy những chức vụ mới với một danh hiệu tốt hơn dù thu nhập ở đó có thể ít hơn một chút. Vâng, tôi biết những người đàn ông đã rời bỏ công việc tại các công ty có uy tín, nơi họ là “giám đốc phụ trách thông tin” với mức lương 100.000 đôla một năm để trở thành phó chủ tịch của một công ty vừa mới khởi nghiệp, nơi họ chỉ nhận được 80.000 đôla một năm. Danh hiệu cho phép chúng tôi lừa phỉnh mọi người về số tiền mình kiếm được, đặc biệt trong trường hợp số tiền đó không phải là con số chúng tôi cảm thấy tự hào. Là CEO ở công ty của chính bạn sẽ có trọng lượng nhiều hơn là làm quản lý bộ phận của một công ty. Nếu chúng ta phơi bày mọi thứ ra ánh sáng, có thể mức lương của vị CEO đó chỉ bằng một nửa của viên quản lý bộ phận, nhưng trong cách nghĩ của mọi người, một CEO luôn kiếm được nhiều tiền hơn so với một người quản lý.

Dĩ nhiên là trong mỗi bậc của trật tự đẳng cấp sẽ có những dấu hiệu khác biệt để chia nhỏ nó ra hơn nữa, ví dụ như có phó chủ tịch cấp thấp, phó chủ tịch cấp cao, tổng giám đốc, giám đốc điều hành, giám đốc hành chính. Mỗi vị trí lại được chia nhỏ hơn nữa, ví dụ như phó chủ tịch bộ phận marketing ở Canada, ở khu vực châu Mỹ hay toàn cầu. Như bạn thấy đây, chúng tôi yêu các danh hiệu của mình biết bao, mặc dù danh hiệu càng cao thì sức ép lên bản thân càng lớn nhưng chúng tôi luôn cảm thấy hạnh phúc khi được thỏa mãn Cái Tôi của mình với các danh hiệu. Bên cạnh việc khoe với những người mình quen biết về số tiền chúng tôi làm được, đàn ông cần những danh hiệu này vì hai lý do: (1) Để nắm bắt các thang bậc quyền lực và (2) để chúng tôi có thứ gì đó mà vươn tới.

Nếu không có các danh hiệu, chúng tôi có thể phấn đấu kiếm nhiều tiền hơn nhưng mọi người có thể không biết về điều đó. Người đàn ông với một danh hiệu cao cấp nên kiếm được nhiều tiền hơn người có danh hiệu thấp hơn (dù điều đó không phải luôn luôn xảy ra).

Phần lớn đàn ông sẽ không thú nhận điều đó, nhưng chúng tôi yêu các danh hiệu. Tuy nhiên, dường như khi chúng tôi bước chân vào hàng ngũ của những người chiến thắng thì danh hiệu không còn có ý nghĩa quan trọng nữa. Khi mới khởi nghiệp, tôi không thể trì hoãn giây phút nào để nói với mọi người rằng tôi là CEO của Think Tank. Bây giờ, khi mọi người hỏi tôi làm gì thì tôi chỉ trả lời là tôi làm việc cho Think Tank. Dường như chúng tôi chỉ sẵn sàng hạ bớt tầm quan trọng của danh hiệu mình đang có khi nhận thức được rằng nó thực sự không còn nhiều ý nghĩa nữa. Dường như các chủ doanh nghiệp nhanh chóng vượt qua vấn đề danh hiệu hơn các đồng nghiệp của chúng tôi – những người làm việc trong các công ty không thuộc sở hữu của họ.

Chúng tôi sợ phụ nữ ở nơi làm việc

Từ trường hợp của Clarence Thomas khiến mọi người chú ý nhiều hơn về vấn đề quấy rối tình dục, đàn ông không biết phải hành xử như thế nào. Trong nhiều năm qua, đàn ông cư xử phóng khoáng và thoải mái với phụ nữ còn bây giờ thì đàn ông đóng vai trò là một giới tính khác, lo lắng mình có thể làm điều gì đó không phù hợp đến nỗi chúng tôi cực kỳ thận trọng khi có phụ nữ ở xung quanh.

Tôi đang diễn giải vấn đề theo cách chung chung, nhưng bởi một số lượng lớn các vụ kiện tụng và nỗi lo bị mang tiếng là cho phép một môi trường làm việc không thân thiện, chúng tôi không chắc mình phải cư xử như thế nào cho phải. Khi đàn ông đang tụ tập nói chuyện đùa vui và bỗng nhiên một người phụ nữ bước vào phòng, câu chuyện sẽ dừng ngay lại bởi chúng tôi không muốn mình bị buộc tội là nói những câu hài hước rẻ tiền hay làm điều gì đó khiến đồng nghiệp nữ cảm thấy bực bội khó chịu, bị coi như một kẻ ăn thịt người khác hay như một kẻ xấu xa trong văn phòng.

Nếu chúng tôi cư xử kỳ quặc, đó là vì bản năng của chúng tôi đang được thiết lập ở trạng thái im lặng khi có một tình huống có thể dẫn đến hiểu nhầm. Một ngày kia, khi đang soạn cuốn sách này, tôi lắng nghe bản tin thời sự, cô phát thanh viên nữ rất dễ thương và xinh xắn đã hoàn thành phần của mình và đang chuẩn bị chuyển tiếp chương trình sang cho phát thanh viên nam phụ trách phần thời tiết, nhưng anh phát thanh viên thời tiết này không ở đó nên một phát thanh viên nam khác (nhóm phát thanh viên gồm hai nam và một nữ) đã nói: “Em gái dễ thương à, em có thể chuyển tiếp qua cho anh cũng được.”

Ngay lập tức tôi chuyển sự chú ý của mình từ chiếc máy tính xách tay lên màn hình và nhìn thấy khuôn mặt người đàn ông 50 tuổi này đang chuyển sang màu đỏ bừng vì thẹn và ông ấy nói: “Tôi xin lỗi, tôi đã nói ra một điều thật ngu ngốc.” Ông ấy tỏ vẻ sững sốt như thể mình vừa bị một cú đấm vào đầu vậy. Người đàn ông này cố gắng giới thiệu những tin tức khác nhưng cô phát thanh viên đã lên tiếng: “Anh yêu dấu à, hãy để em dẫn tiếp cho” và theo sau là tiếng cười khúc khích của cô phát thanh viên, người được gọi là “em gái dễ thương.”

Tôi hiểu người đàn ông kia đang nghĩ gì bởi tôi cũng nghĩ điều giống hệt: Anh ta sẽ bị sa thải! Tôi có thể hình dung ra phản ứng của tất cả những nữ khán giả truyền hình đang theo dõi, và tôi đã đổi kênh bởi thật khó chịu khi tiếp tục xem ông ta bối rối và xấu hổ. Ông ta đã vượt quá giới hạn. Tôi không nghĩ ông ta muốn thể hiện thái độ khiếm nhã cũng như không tin rằng ông ta có ý muốn bắt đầu mối quan hệ tình cảm với cô phát thanh viên đó. Tôi chỉ nghĩ rằng ông ta thân quen với cô phát thanh viên và với sự thoải mái thường ngày, ông ấy đã có phát ngôn không thích hợp. Đàn ông biết rằng trong thời đại ngày nay, một lời nhận xét như vậy có thể sẽ giết chết sự nghiệp của mình. Bạn có hình dung được rằng chỉ một lời nói cũng đủ để kết thúc sự nghiệp của một ai đó không? Điều đó hoàn toàn có thể xảy ra. Đàn ông không biết điều gì được hoan nghênh và điều gì là nhạy cảm với phụ nữ, do đó chúng tôi phải thận trọng. Tôi nghĩ phụ nữ cần cho nam giới biết phụ nữ thích được tiếp cận, trao đổi và nói chuyện như thế nào. Tôi có những nữ khách hàng bị đàn ông chòng ghẹo hay gạ gẫm về tình dục, nếu họ trực tiếp cho gã đàn ông kia thấy anh ta đang thực hiện những hành vi hoàn toàn sai lầm thì anh chàng kia sẽ bị tổn thương và muốn tránh càng

xa họ càng tốt (giả bộ rằng việc chuyên bại thành thắng của anh ta không bao giờ xảy ra). Thay vì làm như vậy, tôi đề xuất những khách hàng nữ này thử một giải pháp khác như trong ví dụ sau.

(Tình huống: Một phụ nữ gặp một người đàn ông gạ gẫm cô ấy về chuyện tình dục.)

Gary: “Mọi chuyện thế nào, Lisa?”

Lisa: “Tôi đang có một ngày thật tệ, những kẻ hèn hạ cứ mãi chòng ghẹo tôi, khiến tôi cảm thấy thật bực bội và khó chịu. Tại sao đàn ông các anh cứ nghĩ rằng mình thật hấp dẫn và quyến rũ khi thực ra các anh đang biến bản thân mình thành vật chướng tai gai mắt?”

(Đây là đòn công kích “tiên hạ thủ vi cường” và nên được thực hiện trước khi anh ta có thời gian để nghĩ ra bất kỳ ý kiến nào.)

Gary: “Chắc hẳn điều đó thật khó chịu. Thế chị nói gì?”

(Anh ta đang tìm hiểu xem đối với cô ấy thì cách cư xử thế nào là không phù hợp.)

Lisa: “Tôi không làm gì cả; tôi chỉ nhìn xuống những giấy tờ của mình và hi vọng rằng họ sẽ chuyển sang lĩnh vực kinh doanh. Tôi lấy làm lạ là tại sao những người đàn ông như vậy vẫn độc thân. Phụ nữ ghét đàn ông cư xử tự do thái quá.”

(Cô ấy vừa mới kể chuyện đàn ông trông ghê tởm thế nào khi họ thực hiện điều này, bây giờ thì Cái Tôi của anh ấy đã nhận được thông điệp rằng nên tránh xa việc cợt nhả hay tán tỉnh cô ấy nếu không muốn mình trông giống như một thằng đàn. Giống như con chó của Pavlov⁽¹⁾, nếu anh ấy cợt nhả, ngay cả khi tình cờ và không cố ý, cô ấy ngay lập tức nhìn xuống tờ giấy của mình thì anh ấy sẽ biết bản thân vừa gây ra sai lầm lớn. Giờ thì cô ấy đã có thể hoàn toàn kiểm soát được tình huống.)

Đàn ông không biết bắt tay, ôm chặt hay làm điều gì vào lúc nào thì sẽ phù hợp, vì vậy, thông thường chúng tôi sẽ cố gắng nghiêng về cách hành xử an toàn. Nếu một chàng trai vượt ra ngoài khuôn khổ và bạn không muốn khiến anh ta bối rối, hãy nói chung chung khi bạn tình cờ gặp lại anh ta lần sau và hãy kể về một điều tồi tệ nào đó người khác đã làm.

Cái Tôi: Yếu tố quyết định thành công đồng thời là gót chân Achilles của nam giới

Đàn ông luôn luôn bị trêu chọc bởi Cái Tôi của họ, nhưng tôi sẽ chia sẻ cùng bạn một bí mật khác, đó là Cái Tôi mạnh mẽ và quyền năng, động lực đẩy chúng tôi tiến về phía trước trong kinh doanh lại rất dễ bị rạn nứt. Khi chúng tôi không làm việc tốt như bản thân mong muốn, chúng tôi sẽ đào sâu suy nghĩ và tìm cách tiếp tục lao về mục tiêu. Chúng tôi phát triển kinh doanh là vì Cái Tôi và chính nó cho phép chúng tôi tìm thấy thành công trong khi làm việc cho chính công ty của mình.

Khi tôi quyết định rời bỏ công việc làm thuê ở công ty cũ và bắt đầu tự mình kinh doanh, như thế có nghĩa là tôi đã thể hiện Cái Tôi của mình. Nếu thất bại, những người đàn ông khác sẽ không chỉ biết đến tôi như một tay kinh doanh kém cỏi mà còn là một thằng ngốc trong thị trấn này vì đã rời bỏ một công việc tuyệt vời để lao đầu vào việc tự kinh doanh và cuối cùng, dẫn đến phá sản. Vào lúc đó, chính Cái Tôi đã thúc tôi tiến lên phía trước. Năm đầu tiên, Cái Tôi của tôi phải chịu nhiều thương tổn nhưng không vì thế mà tôi nản lòng và bỏ cuộc. Một thời gian ngắn sau khi thành lập Think Tank, tôi quyết định gọi điện cho những chuyên viên tư vấn khác trong thị trấn và đề nghị một cuộc nói chuyện nhỏ về cách thức chúng tôi có thể làm việc cùng nhau.

Tôi nhận thức được rằng mình không chỉ biết rất ít về phương pháp điều hành công việc kinh doanh tư vấn mà còn có hàng trăm thứ tôi thậm chí còn không biết rằng mình không biết! Tôi muốn có một cuộc gặp với những nam chuyên viên này để thăm dò cách sắp đặt công việc (đây là điều đàn ông luôn thực hiện). Tôi hi vọng họ sẽ giao cho tôi một vài việc để tập sự, nhưng tôi muốn chắc rằng trông mình không quá nghèo túng hay yếu đuối.

Những nam chuyên viên tư vấn này lên giọng kể cả với tôi và thế là cuộc nói chuyện kết thúc. Họ nói rằng họ sẽ “ném cho tôi vài miếng thừa” của những việc họ cảm thấy không thích làm. Tôi đã bảo họ hãy nhớ lấy những điều đã nói và tôi sẽ giành được những hợp đồng công việc tốt nhất, sau đó sẽ ném những miếng thừa ngược lại cho họ! Tôi rời cuộc gặp mà người run run, một phần vì giận dữ, phần khác là sợ rằng mình vừa mới hủy hoại nghề nghiệp của bản thân. Những gã chuyên viên này đã ban cho tôi một đặc ân bằng cách dồn tôi vào chân tường, nơi thất bại không phải là một sự lựa chọn tôi có thể chấp nhận được.

Tôi đã làm việc cực kỳ vất vả để chứng minh rằng họ đã sai và tự hào nói rằng tôi đã làm được điều đó. Cái Tôi của tôi vào năm đầu tiên đó đã phải kinh qua nhiều thăng trầm. Với thành công, Cái Tôi trở nên vững chắc hơn và với những lần bỏ lỡ thành công (Bạn thấy không? Tôi thậm chí không thể nói là thất bại!), Cái Tôi bị rạn vỡ đi một chút. Hãy nghĩ về Cái Tôi như trung tâm sức mạnh của một người đàn ông, nếu bị tổn thương nó cũng cần thời gian để lành lặn trở lại.

Một trong những hợp đồng đầu tiên của tôi là viết lại kế hoạch tiếp thị cho một công ty xuất bản. Tôi đã có chữ ký của khách hàng trên bản hợp đồng trị giá 1.500 đôla để thực hiện công việc (bằng một phần mười giá trị hợp đồng bây giờ nếu chúng tôi ký nó), và cảm thấy vui sướng lâng lâng với bản hợp đồng. Tôi tự hào về bản thân mình và đã chứng minh được bản thân có thể thâm nhập thị trường cũng như kiếm được công việc dựa trên sức của mình. Tôi không thể chờ đến khi Jacqui về nhà để có thể kể cho cô ấy nghe về điều tôi đã làm được. Tôi giống như một chú cún kiên nhẫn và tràn đầy phấn khích chờ đợi những người trong gia đình bước vào nhà.

Khi Jacqui về đến nhà, tôi đang ngồi tại bàn ăn trong bếp với nụ cười hơn hở và cảm thấy mình đang ở trên chín tầng mây. Tôi kể với Jacqui rằng tôi đã có một hợp đồng thật lớn và cô ấy chia sẻ cùng tôi niềm phấn khích đó. Cô ấy nói với tôi: “Ôi, Chúa tôi! Chúc

mừng anh nhé! Anh giống như một nhà tư vấn thực thụ vậy.”

Lời nhận xét của Jacqui như sét đánh ngang tai tôi, bạn hãy hình dung ra cảnh những tảng băng đang rạn nứt. Cái Tôi của tôi đã nhận lấy toàn bộ cú đâm ẩn trong lời nhận xét của cô ấy. Tôi cảm thấy giống cô ấy nghĩ rằng tôi đã và đang làm ra vẻ là một nhà tư vấn, rằng tôi đã và đang diễn vai một nhà tư vấn nhưng không thực sự nghiêm túc với việc đó. Dĩ nhiên, bây giờ tôi có thể suy ngẫm lại sự việc theo một cách khách quan và biết lúc đó ý Jacqui là gì, nhưng vào lúc đó câu nói ấy đã khiến tôi mất tự tin và tức giận. Tôi nói với cô ấy: “Em có ý gì khi bảo là anh... giống như một nhà tư vấn thực thụ?”

Cô ấy nói: “Ồ, anh biết đấy, ý em là anh dành tất cả tâm trí vào công việc đó và anh đã hoàn thành được nó. Em biết là anh sẽ làm được.” Tôi không thể nào cho qua lời nhận xét. Thật buồn cười phải không. Khi viết điều này, tôi có cảm giác như mình có thể cảm nhận được dấu đó trong Cái Tôi của tôi vẫn còn in hằn vết sẹo từ lời nhận xét của cô ấy. Cái Tôi của một người đàn ông không ở trong suy nghĩ của anh ấy như ai đó đã lý luận mà nó nằm ngay phía bên phải, đằng sau con tim. Tôi biết điều này bởi đó là nơi vào những thời điểm hạnh phúc chúng tôi cảm nhận được niềm hân hoan, vui sướng và đó cũng là nơi chúng tôi thấy nhói đau khi gục ngã và thất bại. Điều này xảy ra năm 1998.

Khi Jacqui tốt nghiệp trường Luật vào năm 2004, ngay sau đó, tôi đã nói với cô ấy: “Chúc mừng em nhé! Em trông giống như một luật sư thực thụ vậy!” Cô ấy nhìn tôi và nói: “Này, anh bỏ giọng đó đi được không?” Đây là một ví dụ về Cái Tôi tác động mạnh mẽ lên chúng tôi cũng như tổn thương to lớn mà chúng cảm nhận từ một lời nhận xét vô tư. Tôi yêu Jacqui. Hãy hình dung nếu một đồng nghiệp nữ nhận xét như vậy với tôi thì điều gì sẽ xảy ra – chắc chắn là tôi sẽ loại bỏ cô ta!

Chúng tôi muốn nổi bật

Đàn ông thường trêu đùa nhau về cách phụ nữ hành động lòng vòng và luôn tính đến hết thấy mọi người. Phụ nữ được nuôi dạy làm một người ôm đồm và không bỏ rơi ai lại phía sau. Tôi nghĩ đây là tính cách bẩm sinh của phụ nữ nói chung.

Đàn ông thì ngược lại. Ngay từ lúc bắt đầu, họ đã bị thúc ép phải trở nên đặc biệt trên một khía cạnh nào đó để bản thân không trở thành một kẻ rong chơi lười biếng. Hãy xem cách đàn ông nói chuyện với nhau. Chúng tôi ngồi đối diện và tán gẫu về tài năng của bản thân, về những thứ đã đạt được, về những dự định tương lai hay chúng tôi tuyệt vời và giỏi giang như thế nào.

Khi phụ nữ tụ tập với nhau, ngôn ngữ cơ thể của họ sẽ được chú ý. Họ dùng thời giờ để nói những lời hay ý đẹp về nhau hoặc tự chê trách bản thân để giúp một trong những quý bà trong nhóm thoát khỏi cảm giác tồi tệ. Đàn ông gọi điều này là “những hành động gà mái”. Hãy nghĩ về các cô gà mái, khi chú gà trống ngoài góc cây kia đang đuổi các chú gà trống khác đi thì các cô gà mái chỉ tím tím và “cục cục” nhẹ nhàng trong lồng.

Một nơi thú vị khác để quan sát điều này là trong các môn thể thao đồng đội. Tôi đã đề

ý phụ nữ trong một đội thể thao và phần quan trọng nhất của trải nghiệm là chiến thắng của đội. Đàn ông rất chú trọng đến chiến thắng của đội, nhưng chúng tôi cũng chú trọng không kém đến việc trở thành người giỏi nhất ở một lĩnh vực nào đó. Ví dụ, trong môn khúc côn cầu trên băng mà tôi từng tham gia chẳng hạn, đàn ông sẽ chú trọng ai là người trượt băng nhanh nhất, cầu thủ đánh bóng cừ nhất, cầu thủ phòng ngự tốt nhất,... và nhiều danh hiệu khác cũng được quan tâm. Mỗi chúng tôi luôn tìm kiếm thứ gì đó khiến chúng tôi tài năng hơn so với đồng đội của mình ngay cả khi chúng tôi làm việc cùng với nhau để mang đến thắng lợi cho toàn đội.

Phụ nữ mong muốn bản thân hài hòa với nhóm còn đàn ông lại mong muốn mình nổi bật trong nhóm. Chúng tôi vẫn xem bản thân mình là một phần của nhóm nhưng chúng tôi thực sự đang tìm kiếm một vị trí thể hiện cho mọi người thấy mình ở bên ngoài và vượt lên trên nhóm. Trong kinh doanh, chúng tôi cũng có những chức vụ giống như trong các môn thể thao vậy. Tôi là một phần của nhóm săn đầu người, một tập hợp những chuyên gia trong các dịch vụ hỗ trợ và tham gia thị trường dưới hình thức tập thể, trong nhóm của tôi có một người phụ trách kiến tạo (tiến hành các giao dịch), người lập kế hoạch (phát triển các chiến lược), người phụ trách sắp xếp vị trí (bố trí chúng tôi gặp đúng người), người quản lý rủi ro (phản biện và bảo vệ hậu phương của chúng tôi) và người kết thúc giao dịch (một người rung chuông, người tham gia giao dịch khiến khách hàng kí vào hợp đồng). Chúng tôi đều hiểu rằng nếu mỗi người làm phần việc của mình tốt nhất thì tất cả sẽ cùng có lợi. Tất cả chúng tôi đều thực thi công việc ở trạng thái tốt nhất có thể bởi không ai muốn trở thành một mắt xích yếu và đánh mất danh hiệu bản thân chúng tôi đã tạo dựng nên.

Chúng tôi muốn dẫn đầu trên mọi lĩnh vực nhưng không nhất thiết muốn thực hiện công việc

Đã bao nhiêu lần bạn ngồi trong một hội đồng, nơi các đồng nghiệp nam rất phân kích muốn quản lý một dự án và để thực hiện dự án này, bạn bắt đầu tuyên dụng nhân sự làm việc với họ ngay sau cuộc họp? Sau những việc đó, chúng tôi sẽ thành công nếu chúng tôi đã ủy quyền thỏa đáng tất cả mọi thứ liên quan đến dự án mà chúng tôi có thể và chỉ việc canh chừng chúng mà thôi. Chúng tôi làm điều này để giảm rủi ro bằng cách đi nước đôi. Nếu chúng tôi thành công, chúng tôi có thể hưởng hoàn toàn công trạng, nhưng nếu thất bại chúng tôi sẽ có ai đó hi sinh thay mình. Đây là kỹ năng chúng tôi học được từ những người đàn ông khác và từ đó bắt chước cách hành xử của họ. Chúng tôi tuyệt đối không có động lực nào để thay đổi khi bạn vẫn tiếp tục gánh vác công việc của chúng tôi.

Tôi muốn nói thêm rằng chúng tôi đã hoàn thiện mô hình các ủy ban lãnh đạo, chúng tôi đưa ra đề nghị đến các ủy ban và điều này khiến chúng tôi có vẻ nhiệt tình với dự án. Tuy nhiên, trong thực tế, điều này cho phép chúng tôi phân công công việc hơn là bị người khác phân công. Sau đó, chúng tôi sẽ chọn đội của mình và giao cho mỗi người một nhiệm vụ để làm.

“Cheryl, cô lo phần các cuộc họp nhé. Barb, anh chịu trách nhiệm về không gian và đồ ăn thức uống cho hội nghị. Tabitha, cô có thể quản lý danh sách khách mời. Stephanie, cô

xem xét phần giải trí. Margaret, cô nghiên cứu phần tiền tài trợ cho chúng ta.”

Chúng tôi rất thích thú với việc không phải làm gì cả đến nỗi chúng tôi nói với bạn hãy cùng chúng tôi phải kiểm tra xem nếu bạn gặp vấn đề nào đó thay vì chúng tôi kiểm tra định kỳ với bạn. Nếu chúng tôi không nghe thấy điều gì từ bạn cả có nghĩa là mọi thứ đều ổn. Một khi chúng tôi đã phân công tất cả mọi nhiệm vụ, chúng tôi đã tách biệt mình ra khỏi những hậu quả. Nếu dự án thành công, chúng tôi sẽ nhận toàn bộ công lao về mình. Nếu thất bại, trách nhiệm duy nhất của chúng tôi là đã cho rằng các thành viên trong đội có thể hoàn thành công việc của họ. Rõ ràng điều này tốt cho chúng tôi và tất nhiên là tệ cho bạn.

Chúng tôi thích ngậm tẩn công

Loại bỏ là vũ khí ưa thích của Alpha Male khi thực tế đòi hỏi phải tống khứ chuyên gia nào đó ra khỏi cuộc chơi. Chúng tôi thích dùng hình thức loại bỏ bởi nó hiệu quả và không cần phải thông báo, chúng tôi không thể bị truy nguyên và có thể loại bỏ hoàn toàn, vô hiệu hóa người đó. Hình thức loại bỏ mạnh đến nỗi nó thực sự có thể đi theo ai đó từ nghề này sang nghề kia và nhiều người bị loại bỏ thậm chí còn không biết về điều đó. Hãy để tôi chia sẻ cùng bạn khái niệm của việc loại bỏ cũng như nguyên do vì sao chúng tôi sử dụng nó và dùng nó như thế nào.

Khi chúng tôi bối rối, bị chỉ trích, bị suy yếu, bị âm mưu chống lại, bị nói xấu hay trở thành đối tượng xúc phạm của người khác; chúng tôi sẽ tẩn công. Khi một đồng sự là nguyên nhân thất bại của một dự án, họ không dám chịu trách nhiệm, chúng tôi sẽ tẩn công. Khi ai đó không có khả năng thực thi lời hứa, than vãn hay khiến chúng tôi khó chịu, chúng tôi cũng sẽ tẩn công.

Công cụ lựa chọn của chúng tôi khi tẩn công là loại bỏ. Loại bỏ và chúng thực kinh doanh là hai thái cực đối lập nhau. Thay vì chúng thực cho anh ta, chúng tôi sẽ trình bày rõ ràng rằng anh ta không có được sự chứng thực của chúng tôi hay nói cách khác, chúng tôi ghi anh ta vào danh sách đen.

Khi một người đàn ông loại bỏ phụ nữ, anh ta sẽ không thể hiện bất kỳ cảm xúc nào, không cần sự ủng hộ của ai khác cũng như không làm điều đó ngay trước mặt đối tượng. Anh ấy sẽ đợi thời điểm hoàn hảo để tung đòn nhằm làm mất uy tín và hủy hoại thanh danh của người kia.

Sau đây là một vài ví dụ thực tế về việc loại bỏ:

Ví dụ 1

Rick: “Anh nghĩ sao về việc mời Gillian đến tham dự cuộc họp?”

Tôi: “Tôi không chắc Gillian là người đầu tiên tôi nghĩ đến.”

Ví dụ 2

Allan: “Anh có cho rằng Mary có đối tác tiềm năng không?”

Tôi: “Tôi nghĩ rằng điều này hoàn toàn phụ thuộc vào loại danh tiếng mà chúng ta mong muốn xây dựng nên.”

Ví dụ 3

John: “Betty thực sự biểu lộ cảm xúc hơi mạnh trong cuộc họp đó. Điều này hơi khó chịu nhỉ.”

Tôi: “Tôi nghĩ rằng đã là những người chuyên nghiệp thì cần phải học cách cư xử chuyên nghiệp trong mọi thời điểm.”

Nhiều người có thể không thấy có điều gì gây tổn hại trực tiếp trong những lời nhận xét của tôi. Tuy nhiên, với đàn ông, đó là cách đề xuất kín đáo rằng không nên giao trọng trách, chức vụ hay quyền hành gì cho người phụ nữ trong những câu hỏi kia. Yếu tố quyền năng nhất trong kiểu tấn công này là nếu phụ nữ nghe phong thanh về những nhận xét đó và giáp mặt với người tấn công thì anh ấy có thể dễ dàng bảo vệ mình. Sau đây là một ví dụ:

Nếu tôi thật sự chuẩn bị loại bỏ một người phụ nữ nào, tôi sẽ thực hiện nhanh chóng và trực tiếp. Hãy giả sử rằng người phụ nữ đó khiến tôi lúng túng trong một lần xếp đặt công việc kinh doanh. Sau đó, tôi sẵn sàng tống khứ cô ta đi bằng cách đặt vấn đề nghi ngờ về sự tín nhiệm của cô ta. Tôi đến gặp một Alpha Male quen biết và nói điều gì đó tương tự như:

Tôi: “Anh có biết Christi không?”

Alpha Male: “Ừ, mình biết chứ, cô ấy ở bộ phận phát triển kinh doanh và làm việc cùng cậu có phải không?”

Tôi: “Đúng rồi đấy. Christi thật tuyệt vời và rất chuyên tâm. Cô ấy đã mang đến cho công ty nhiều khách hàng của riêng mình. Tôi nghĩ cô ấy đã thổi một luồng gió mới cho sự chuyên nghiệp của công ty. Cô ấy không phải là lựa chọn đầu tiên của tôi trong vai trò quản lý khách hàng nhưng cô ấy thật tuyệt.”

Chính ngay lúc này, tôi đã thả một quả bom nặng ký vào uy tín của Christi với người bạn Alpha Male này. Sau đó, tôi sẽ tiếp tục tiến hành những trao đổi này với mọi Alpha Male tôi quen biết, đặc biệt là những người kính trọng tôi. Đột nhiên Christi cảm thấy như cô ấy đang bị một chất keo dính chặt vào mặt đất và mọi thứ dần trở nên khó khăn đối với cô ấy, nhưng cô ấy không biết chắc tại sao lại như vậy. Có khả năng cô ấy sẽ nghe được gì đó về điều tôi đã nói và cố gắng tìm cách gây rắc rối cho tôi. Tôi đã chuẩn bị sẵn sàng cho điều đó. Tôi có Kế hoạch B cho trường hợp tấn công đối mặt với một người phụ nữ đang tức giận. Dưới đây là những diễn biến tiếp theo:

Tôi biết rằng trong suy nghĩ của Christi có một phần nhỏ muốn tin rằng đây chỉ là sự hiểu lầm. Cô ấy muốn tin rằng chúng tôi có thể vượt qua được điều này và trở lại làm việc cùng nhau. Tôi biết cô ấy căng thẳng, vậy nên tôi sẽ cho cô ấy một lối thoát và gieo vào cô ấy sự nghi ngờ. Câu trả lời của tôi là:

Tôi: “Christi, trước hết tôi muốn chị cho rằng tôi không hề nghĩ chị không đủ khả năng (điều này tôi cười thâm trong bụng khi nói vậy). Cho phép tôi được bộc bạch nhé, Christi? Tôi nói về những thứ chị mang lại cho tôi nhưng chị đã suy đoán ra ngoài vấn đề rồi. Tôi nghĩ chị thật tuyệt vời, chị thu hút khách hàng cho chúng ta và là tài sản quý của công ty. Tuy nhiên, không vì thế mà tôi sẽ trút gánh nặng khách hàng của tôi lên vai chị. Đó là điều đàn ông làm ở đây. Tôi thà giao công việc chăm sóc khách hàng cho người không thể xây dựng để chị có thể tiếp tục thực hiện những công việc chị làm tốt nhất – kiến tạo thêm nhiều công việc cho chúng ta. Tôi không hề tấn công chị mà trái lại, tôi đang ủng hộ chị.”

Tôi có thể nhận ra rằng, một số người sẽ không tin và chấp nhận vấn đề này. Tuy nhiên, tôi cũng đã thấy nó tác động đủ để mọi người nhận ra, bất kể hậu quả như thế nào, rằng cô ấy đã hành xử hơi quá so với tính chất sự việc hoặc cô ấy sẽ thất vọng và bực mình nếu chỉ có hai chúng tôi mà thôi. Không kể đến điều đó, cô ấy đã bị một vết thương chết người.

Tôi đang ngẫm tấn công cô ấy, tôi ngừng ủng hộ cô ấy bằng cách gửi một thông điệp rõ ràng đến tất cả những người đàn ông khác. Trong tương lai, những bức thư điện tử của nhóm sẽ ngẫu nhiên bỏ sót cô ấy, chương trình nghị sự của cô ấy cũng sẽ không được báo trước kịp thời. Những quý ông - những người đang loại bỏ cô ấy - sẽ nghĩ ra các phương pháp sáng tạo và biến hóa để hủy hoại uy tín của cô ấy.

Cách thông thường nhất để đạt được điều này là giao cho cô ấy công việc cô ấy không thể hoàn thành, bắt cô ấy dự các cuộc họp không được chuẩn bị trước và quan trọng nhất là khuyến khích những hành động và cách cư xử hủy hoại danh tiếng trong kinh doanh của cô ấy. Đàn ông đặt bẫy phụ nữ rồi bỏ đi, để mặc họ tự treo cổ chính mình.

Nhiều phụ nữ bị loại bỏ không biết điều gì đã xảy ra cho tới khi họ nhận ra rằng họ đang ở ngoài guồng quay công việc tại công ty. Các nữ luật sư có lẽ sẽ thấy các đồng nghiệp nam ít thâm niên hơn mình trở thành cổ đông góp vốn trước mình. Những cá nhân trong lĩnh vực tài chính sẽ để ý thấy rằng mình đang đào tạo những người giỏi hơn. Trong các lĩnh vực khác, phụ nữ có thể bắt đầu nhận ra rằng họ luôn phải chơi trò đuổi bắt thông tin khi tất cả mọi người đều đã biết thông tin đó.

Trong các nhóm mà tôi nói chuyện, nhiều người không đánh giá cao sức mạnh của việc loại bỏ. Hãy cho phép tôi đưa ra một ví dụ về phụ nữ và bạn hãy suy nghĩ về nó. Tôi cao gần 2 mét và nặng 136kg. Giả sử rằng tôi bắt đầu làm việc tại một công ty thuê nhiều nhân viên nữ. Một phụ nữ - người được kính trọng bởi nhóm phụ nữ - đưa ra lời nhận xét như sau trong phòng tắm:

Nếu bạn nghe điều này từ một nữ đồng nghiệp, bạn có thích thú khi đi cùng tôi đến tầng hầm không? Hẳn câu trả lời là không, đúng không nào? Bạn sẽ không biết tại sao lại như vậy nhưng vì một lý do nào đó, bạn biết rằng đi cùng tôi không phải là một quyết định đúng đắn. Điều tương tự như vậy xảy đến khi một người đàn ông nghe nói bạn đã bị loại bỏ. Anh ta không cần biết lý do tại sao, nhưng anh ta biết rằng nên tránh xa bạn.

Cách duy nhất để tránh bị loại bỏ là giành được quyền lực đủ để trở nên miễn trừ khỏi tầm ảnh hưởng của việc bị loại bỏ. Bạn cần phải ở một địa vị, nơi các cá nhân thậm chí không cần giấu giếm bạn các thông tin, nơi họ sẽ đưa ra đề nghị muốn hợp tác với bạn hơn là bỏ qua bạn và hồ sơ của bạn, nơi các đồng nghiệp và quản lý của bạn nhận ra bạn là một tài sản quý giá không dễ dàng bị thay thế. Điều này có được chỉ bằng cách thực hiện một điều đơn giản: trở thành một người hái ra tiền của công ty. Nếu bạn có thể mang lại cho công ty các giao dịch, bạn trở thành tài sản quý thay vì là của nợ và do đó có nhiều cách để cách ly bản thân khỏi bị loại bỏ.

Chúng tôi ghét những lời chỉ trích và sẽ tấn công nếu bạn khiến danh tiếng của chúng tôi bị nghi ngờ

Tôi đã nói về Cái Tôi của đàn ông và chúng dẫn dắt chúng tôi như thế nào. Phụ nữ chỉ trích đàn ông có nghĩa là họ đang trực tiếp tấn công Cái Tôi của chúng tôi và đó là điều chúng tôi không thể chấp nhận và chịu đựng được. Đây là một trong những cách nhanh chóng nhất khiến phụ nữ có thể phải nhận lãnh hình phạt loại bỏ, không chỉ bởi người đàn ông cô ấy chỉ trích mà còn bởi tất cả những người đàn ông khác trong tầm ngắm.

Chân thành mà nói, phần lớn đàn ông đều thể hiện sự mạnh mẽ bên ngoài nhưng bên trong lại mềm yếu. Chúng tôi tranh đấu với nỗi sợ hãi rằng mình sẽ bị phát hiện ra là một kẻ gian dối bởi những người có cùng địa vị như mình. Khi chúng tôi bị chỉ trích, nỗi sợ đó bắt đầu bị đánh động và chúng tôi phải vô hiệu hóa nó càng nhanh càng tốt. Điều này giải thích tại sao người đàn ông bạn chỉ trích sẽ chĩa mũi dùi về phía bạn, nhưng câu hỏi đặt ra là tại sao những người đàn ông khác cũng vậy? Đó là vì chúng tôi lo sợ rằng mình sẽ là đối tượng bị chỉ trích tiếp theo, và nếu chúng tôi có thể tống khứ bạn đi thì chúng tôi sẽ không phải bận tâm lo lắng thêm một chút nào nữa.

Một lời khuyên vô cùng hữu dụng bạn cần chú ý là bạn không phải khiến người nào đó sai để bạn trở nên đúng. Chỉ trích là phán xét và phán xét đưa con người ta vào vòng xoáy rắc rối, đặc biệt là khi họ được phép nói và hơn nữa là chỉ trích ngay trước mặt một nhóm. Tôi không có ý bảo rằng bạn phải ngồi đó, thu mình lại để không bị nhìn thấy rồi nói ra hay là giữ nó trong lòng dù điều đó mâu thuẫn với niềm tin của bạn. Lời khuyên tốt nhất mà tôi có thể cho bạn là chỉ trích ở nơi làm việc hiếm khi đạt được kết quả như bạn mong muốn. Phụ nữ nói chung thường hỏi về cách thức nói lời phê bình mang tính xây dựng với các Alpha Male làm việc cùng mình mà không bị Alpha Male chống đối lại. Điều này cũng giống như việc tôi hỏi bạn về cách nói làm sao với một người phụ nữ rằng mông của cô ấy hơi to mà không làm tổn thương cô ấy vậy.

Nếu bạn là sếp của một Alpha Male, bạn có thể giải quyết vấn đề này mà không khiến Alpha mất mặt để mọi việc ổn thỏa. Giả sử Alpha của bạn đã làm hỏng một buổi thuyết trình kinh doanh.

LỰA CHỌN ĐẦU TIÊN (kéo theo là sự hủy hoại, loại bỏ hoặc Alpha Male sẽ rời bỏ công ty)

Nếu bạn nói: “Rick, anh thuyết trình không tốt chút nào. Anh cần phải nói chậm lại và rõ ràng hơn. Ngoài ra, anh cũng cần phải nhớ những điều tôi đã bảo là phải bao hàm tất cả các lợi ích mà đối tác hay khách hàng có được khi làm ăn cùng chúng ta chứ.” Anh ấy sẽ ngồi yên đó nghe bạn nói, sau đó bắt đầu tìm kiếm công việc khác sau lưng bạn, đồng thời khởi động một cuộc tấn công loại bỏ bạn. Bạn đã khiến mình cảm thấy anh ấy như chú cún của bạn khi bạn hạ thấp giá trị của anh ấy (có thể bạn không có ý định như vậy nhưng đây là cảm nhận của anh ấy) và bây giờ anh ấy muốn rời bỏ công việc.

Một cách tiếp cận khác (nhớ rằng bạn không cần khiến cho Alpha Male thấy anh ta sai để giải quyết sự việc) là nói chuyện với anh ấy về tình huống này:

LỰA CHỌN THỨ HAI (nhận được điều bạn muốn mà không phải dẫm đạp lên Cái Tôi của anh ấy)

“Rick, tôi không tin khách hàng hiểu được điều chúng ta cố gắng chuyển tải. Tôi nghĩ là nếu cậu nói chậm lại để bảo đảm khách hàng nắm bắt đầy đủ thông tin thì chúng ta sẽ có lợi hơn. Sau đó, chúng ta sẽ quyết định xem những vấn đề nào là quan trọng, nói cho họ hiểu và chấp nhận chúng, lặp đi lặp lại cho đến khi chúng thấm sâu vào tâm trí họ. Sau đó, chúng ta có thể kéo cò và tiến về phía trước. Cậu nghĩ sao về điều này?”

Ở đây, bạn đã dịch chuyển một phần sự chú ý về phía khách hàng và yêu cầu anh ấy cùng tìm kiếm giải pháp với bạn. Nhớ rằng khi phụ nữ phát hiện ra một vấn đề nào đó đàn ông thường cảm thấy họ có nhiệm vụ phải giải quyết vấn đề đó, đó là cách đàn ông được lập trình. Vì vậy, hãy để anh ấy giải quyết nó trong sự ràng buộc của bạn.

Trong trường hợp Alpha Male là ông chủ hay đồng nghiệp cùng cấp bậc thì bạn không nên cho họ lời khuyên, phản hồi hay phê bình nào cả. Ngay cả nếu anh ta nói anh ta cần nó thì thực ra anh ta cũng không muốn nhận nó. Không ai có thể phê bình hay chỉ trích anh ta nhiều hơn là anh ta tự làm điều đó với chính bản thân mình. Người phê bình khát khe nhất chính là bản thân anh ta và bạn sẽ làm giảm sự tự tin của anh ta nếu đồng ý với những nhận xét tự phê của anh ta. Anh ta không thể kiểm soát người chỉ trích trong tâm nhưng lại có thể truy đuổi những kẻ chỉ trích bên ngoài. Đàn ông nhạy cảm với cách phụ nữ nói về mình. Đàn ông luôn cạnh tranh với nhau, do vậy chúng tôi không để ý đến những lời phê bình từ những người đàn ông khác. Tuy nhiên, trái lại, phụ nữ thường bực bực suy nghĩ của mình và những điều này thường có ấn tượng về lâu dài. Đàn ông nghe những điều phụ nữ nói và thường hiểu theo nghĩa khác. Sau đây là một vài ví dụ về những điều bạn nói và cách Alpha hiểu (tất cả những ý này đều có thể khiến bạn bị loại bỏ):

Bảng 4.1 Những hiểu lầm trong giao tiếp thông thường với các Alpha Male

ĐIỀU BẠN NÓI	ĐIỀU ALPHA MALE HIỂU
“Tôi ước chi cuộc họp đã kết thúc đúng giờ.”	“Anh điều khiển cuộc họp thật tệ hại.”
“Tôi ngạc nhiên là khách hàng đã không đến tham dự.”	“Anh không thể kéo cò hiệu quả.”
“Tôi muốn được tăng lương bởi đã một năm qua tôi ở mức lương này rồi.”	“Tôi nên nhận được tiền bởi tôi đã không bỏ việc chứ không phải vì năm nay tôi có giá trị nhiều hơn năm trước.”
“Tại sao nhóm này lại không thể hòa thuận với nhau nhỉ?”	“Anh quản lý nhân viên thực sự kém đấy.”
“Anh nên đến gặp và nói chuyện với Ben.”	“Anh không biết cách thực hiện công việc của mình, quản lý nhân viên của mình hoặc kiểm soát các tình huống, nên tôi cần phải chỉ rõ việc cho anh.”
“Tôi muốn giúp anh việc gì đó.”	“Anh kém cỏi đến nỗi phải cần ai đó kéo anh ra khỏi đám bầy nhầy của mình.”
“Vợ anh chắc hẳn phải là một người phụ nữ mạnh mẽ nhỉ.”	“Anh là một thằng đàn ông vô tích sự và thật may mắn khi có một người phụ nữ.”
“Tôi nghĩ chúng ta phải chú ý nhiều hơn đến các khách hàng.”	“Anh cầm lái mà lại ngủ gật và đang đánh chìm con tàu này đây.”
“Anh đang đặt ra các mục tiêu không thực tế.”	“Anh mất trí rồi à.”

Phụ nữ nghĩ những lời nhận xét của mình sẽ giúp người khác nhưng họ không nhận ra họ đang tự bắn vào chân mình. Các nhận xét phản hồi thường được đưa ra bởi một người phụ nữ hoặc một Beta Male. Các Alpha Male không quan tâm đến những nhận xét phản hồi của bạn bởi vì chúng tôi cho rằng mình thông minh và giỏi giang hơn mọi người nghĩ. Do đó, nếu bạn muốn nhận xét hay chỉ trích thì hãy chuẩn bị tinh thần đón nhận hậu quả trước khi Alpha Male rút kinh nghiệm từ lời nhận xét đó.

Chúng tôi muốn trở thành người giống hệt như bố của mình hoặc người đối lập hoàn toàn.

Đàn ông thường nhìn bố mình như một hình mẫu để học tập và noi theo. Khi chúng tôi trưởng thành, ma thuật của người bố mãnh liệt hơn hoặc giảm bớt đi. Người bố là nhân vật quyền uy đầu tiên chúng tôi tiếp xúc và ở vị trí đỉnh trong trật tự đẳng cấp suốt phần lớn thời gian tuổi trẻ của chúng tôi. Khi chúng tôi bước vào những năm tháng cuối của thời thanh thiếu niên và bắt đầu nhận thức được rằng chúng tôi có quyền làm chủ cuộc đời mình, chúng tôi sẽ ngưỡng mộ người cha của mình hoặc cảm thấy không thích họ nữa. Việc hiểu về vấn đề này rất quan trọng với phụ nữ, nó sẽ cung cấp một cái nhìn sâu sắc và độc đáo về phương cách đàn ông bị ràng buộc.

Tôi lớn lên trong một gia đình mà người bố là lực lượng thống trị trong nhà. Bạn không được phép quấy rầy, không được bất đồng ý kiến với ông và tuyệt đối không được làm trái ý ông. Bố và tôi có một vài bất đồng và tôi đã không nói chuyện với ông ấy trong khoảng một năm khi tôi học đại học. Suốt khoảng thời gian đó, tôi xấu hổ, cao hơn ông ấy khoảng 6cm, trở nên đầy đặn hơn. Và trên hết, tôi thường rất thích thú đi đến các câu lạc bộ đêm để

thỏa mãn Cái Tôi của mình.

Sau khi cố gắng trở lại thân thiện tạm thời, tôi thực hiện một chuyến viếng thăm bố. Tôi chuẩn bị sẵn sàng để gây gổ với ông và thử xem mình có thể đảo ngược vị trí với ông ấy trong trật tự đẳng cấp hay không. Ngay khi gặp mặt, mắt ông ấy đã chú ý ngay đến chiếc khuyên tai. Tôi nói với ông: “Đẹp phải không?” để chọc giận ông nhưng ông ấy trả lời: “Đó không phải là điều bố sẽ làm nhưng nếu con thích vậy thì cũng chẳng vấn đề gì.” Điều này làm tôi nhớ đến quá khứ. Tôi đã trông đợi một cử chỉ nhạo báng, giễu cợt hay chê trách từ ông ấy như hồi xưa nhưng không có bất kỳ cử chỉ nào như vậy cả.

Tôi nghĩ rằng đó là lần đầu tiên bố tôi xem tôi như một người đàn ông và ông ấy hiểu rằng tác phẩm của mình đã được hoàn thành. Đã có sự thay đổi lớn trong mối quan hệ của chúng tôi kể từ hôm đó. Chúng tôi bắt đầu mối quan hệ giữa những người đàn ông trưởng thành và tôi đã có thể suy nghĩ lại một vài quyết định trong quá khứ cha đã tác động lên cuộc đời tôi, tôi nhận ra một điều quan trọng: Ông ấy đang làm những điều tốt nhất có thể với những thông tin ông ấy có được.

Tôi bỏ qua nhiều vấn đề xích mích cũng như bất đồng với ông ấy và kính trọng ông ấy hơn thời gian trước đó. Tôi bắt đầu làm việc chăm chỉ để có thể trở thành người đàn ông khiến ông ấy tự hào. Tôi cũng bắt đầu noi gương về đạo đức nghề nghiệp, cách tiếp cận kinh doanh và cách ông ấy đối xử với bản thân mình. Những người anh em khác của tôi, vì bất cứ lý do nào không có được những trải nghiệm này với cha, đã trở thành những người trái ngược hoàn toàn với ông ấy. Họ không cảm thấy hứng thú với công việc của mình; đây là phương tiện để lao về đích. Đối với tôi, công việc xác định rõ ràng tôi là ai trong nhiều năm và đến nay vẫn không thay đổi trong một chừng mực nào đó. Đây là một trong những thứ tôi chia sẻ với bố của mình.

Nếu bạn đang tự hỏi tại sao một người đàn ông hành xử như vậy, hãy tận dụng bất cứ cơ hội nào bạn có để gặp gỡ cha của anh ta. Bạn sẽ thấy một phiên bản giống như anh ta nhưng hơi già hơn hoặc một phiên bản khác với các đặc điểm hoàn toàn trái ngược. Dù chúng tôi có thừa nhận điều đó hay không thì tất cả chúng tôi đều sống dưới bóng của cha mình. Bất cứ người đàn ông nào nói rằng mình không bị ảnh hưởng chút nào từ cha là anh ta đang nói dối; ngay cả nếu cha anh ta không hiện hữu trong cuộc đời anh ta thì anh ta gần như chắc chắn cũng bị ảnh hưởng bởi sự vắng mặt đó.

Chúng tôi chú tâm vào mục tiêu hơn quá trình thực hiện

Một trong những nguyên nhân gây thất vọng phổ biến nhất giữa đàn ông và phụ nữ là tốc độ và trọng tâm chú ý. Phụ nữ là chuyên gia về quy trình: quyết định việc gì phải xảy ra, ai sẽ làm gì, khi nào công việc phải hoàn và tất cả những đặc tính cần thiết để hoàn thành thành công một nhiệm vụ. Đàn ông được ban cho khả năng đương đầu với những khó khăn và có phản ứng cực kỳ nhanh nhạy với các tình huống. Chúng tôi yêu thích công việc thỏa thuận các hợp đồng, đánh giá tầm quan trọng và lập kế hoạch chiến lược cho các mối quan hệ cũng như kết thúc thành công các giao dịch kinh doanh. Chiến lược của chúng tôi là bản, sẵn sàng rồi mới ngắm. Trong khi đó, phụ nữ phải kiểm tra xem mức gió thế nào, quan

sát kỹ lưỡng mục tiêu, quyết định dùng súng nào để bắn, chắc chắn đã lựa chọn đúng người để bắn, hỗ trợ người đó trong việc sử dụng súng, ngắm bắn, kiểm tra chắc chắn không có gì cản đường đạn, chuẩn bị bắn, kiểm tra lại lần nữa xem súng đã sẵn sàng chưa rồi cuối cùng mới khai hỏa. Qua đó, bạn sẽ thấy được sự khác nhau giữa hai giới.

Nhìn chung, trong kinh doanh phụ nữ thường thành công hơn đàn ông bởi họ xem xét cẩn thận mọi khía cạnh và chi tiết vấn đề cũng như tìm hiểu và chuẩn bị những kiến thức cần thiết trước khi ra quyết định hay thực hiện công việc. Đàn ông thường không phải lúc nào cũng thành công nhưng khi đã thành công chúng tôi chỉ mất một phần mười thời gian của phụ nữ để có thể hiện diện ở cùng một đích đến. Phụ nữ đề cao trách nhiệm trong khi đàn ông đề cao sự mạo hiểm. Hai cách nhìn này hoàn toàn không tương hợp với nhau. Khi đàn ông đang hời hả xông lên, tất cả những thứ họ nghĩ đến trong đầu chỉ là mục tiêu, mục tiêu và mục tiêu. Phụ nữ nhận thấy điều này và cho rằng những người đàn ông kia không có tầm nhìn dài hạn cũng như thiếu sự quan tâm đến các chi tiết. Đàn ông quan sát phụ nữ cân nhắc kỹ lưỡng từng chi tiết một và nghĩ: “Thật lãng phí thời gian, quá lãng phí thời gian (và tiền bạc).”

Câu chuyện sau đây minh họa cho đặc điểm này. Hai đồng nghiệp nữ và tôi cùng nhau ngồi xuống để thảo luận một khách hàng chúng tôi đang làm việc cùng. Tôi làm ở mảng phát triển kinh doanh, một cô gái làm ở mảng bán hàng, cô còn lại làm trong mảng tiếp thị. Họ bắt đầu nói về tất cả những điều chúng tôi biết, những điều chúng tôi phải tìm ra và những việc chúng tôi phải chuẩn bị. Cuối cùng đến lượt tôi, tôi tuyên bố: “Chúng ta chỉ việc tổ chức một cuộc gặp mặt và tôi sẽ thỏa thuận thành công với vị khách hàng này.” Họ nhìn tôi và cười gượng (họ biết rõ tôi mà) và hỏi: “Anh sẽ nói gì với họ trong cuộc gặp đó?” Tôi nói: “Tôi không biết, tôi sẽ giải quyết được điều đó khi gặp.” Tất cả chúng tôi cùng cười lớn bởi chúng tôi đã có cuộc thảo luận trước đó về cách tiếp cận khác nhau giữa đàn ông và phụ nữ, nhưng cuộc thảo luận đó đã tỏ ra đúng đắn và hợp lý.

Tôi đánh giá cao hai người phụ nữ này bởi họ là những bậc thầy trong lĩnh vực chuyên môn của họ, nhưng ngồi lắng nghe họ nói về tất cả các chi tiết quả là một cực hình đối với tôi. Đơn giản là tôi không được lên chương trình để làm việc theo phương cách đó. Trái lại, họ nghĩ rằng mặc dù thành công nhưng tôi không quan tâm đúng mức về tính chất quan trọng của vấn đề trong cách tiếp cận và nếu họ có nhiều thông tin hơn trước khi bắt đầu cuộc gặp gỡ thì họ sẽ cảm thấy tự tin hơn nhiều. Tôi hiểu đó là cách họ tiếp cận công việc và nó có hiệu quả với họ, nhưng với bản thân tôi, cách đó chỉ lãng phí thời gian.

Khoảng thời gian duy nhất đàn ông cảm thấy hứng thú với quy trình thực thi là nếu quy trình đó tuyệt đối cần thiết để có thể chạm được đến đích. Khi tôi chuẩn bị thực hiện một chuyến đi đến Hoa Kỳ, tôi hỏi các đồng nghiệp xem đã ai đến đó chưa để biết cách nào là tốt nhất khi đi từ sân bay về khu trung tâm thành phố, quy trình của họ để phát triển mạng lưới trước đó như thế nào và những thông tin về quy trình khác có thể đưa đường dẫn tôi đến một lối đi tắt nào đó để đạt được mục tiêu. Nếu tôi không nhìn thấy rõ ràng lợi ích của chuyến đi có được từ việc nghe quy trình, tôi sẽ dừng quan tâm về nó ngay lập tức.

Hãy liên tưởng đến cách đàn ông xem thể thao. Chúng tôi xem chương trình Sports Desk hoặc Sport-Center để có thể thấy mọi bàn thắng, những pha biểu diễn kỹ thuật, tranh chấp tay đôi và những tin nổi bật của hơn 30 môn thể thao. Chúng tôi không xem một trận đấu khúc côn cầu cụ thể để thấy cầu thủ tranh cướp bóng giỏi thế nào, họ khởi động ra sao hay tình huống trận đấu diễn biến như thế nào. Chúng tôi theo dõi những thời khắc ngoạn mục khi một đội thể hiện ưu thế của mình trước đội kia bằng những bàn thắng dứt điểm trận đấu - mục tiêu trong trò chơi khúc côn cầu.

6

6. CHUÔNG BÁO ĐỘNG

Bạn đã bao giờ...

1. Ăn bánh bích quy hoặc bánh nướng để làm giúp công việc cho các đồng nghiệp của mình?
2. Khuyên ai đó uống Vitamin C, Tylenol⁽¹⁾ hay là sử dụng một liệu pháp khác nhằm chấm dứt cơn cảm lạnh?
3. Chuyển tay tám thiệp sinh nhật cho các đồng nghiệp ký để chúc mừng sinh nhật người nào đó?
4. Đưa ra đề nghị tổ chức một sự kiện kinh doanh ngoại khóa?
5. Chiếm ưu thế quá mức trong một cuộc họp nhằm mục đích cho đàn ông biết rằng họ không thể giẫm đạp lên bạn?
6. Bàn luận về các đồng nghiệp nam?
7. Lau dọn bàn ghế sau khi các đồng nghiệp của bạn ăn uống để chuẩn bị phòng cho cuộc họp?
8. Ngồi yên lặng và chờ đợi mọi người chỉ việc hoặc phục vụ trong một cuộc họp?
9. Giả bộ rằng mình thích khúc côn cầu/bóng rổ/đánh gôn để bắt chuyện với các đồng nghiệp nam?
10. Đi đến quán nào đó uống bia (và bạn không thích bia)?
11. Uống nhiều hơn ba cốc rượu tại một sự kiện của công ty?
12. Tán tỉnh tới bên một người làm việc cùng hoặc một khách hàng?
13. Ngủ với ai đó trong cùng ngành nghề?

Khi tôi đưa những vấn đề này ra trong các hội nghị chuyên đề, tôi thường quan sát thấy phụ nữ nhìn xuống đất hoặc xuất hiện những ánh nhìn tinh quái trên khuôn mặt của họ. Phụ nữ đã được dạy diễn vai để thu được một số quyền kiểm soát trong các tình huống nghề nghiệp cũng như cá nhân. Trước khi huấn luyện phụ nữ về kinh doanh toàn thời gian, tôi đã quan sát phụ nữ hàng năm trời trong các lần xếp đặt công việc kinh doanh và những điều chỉnh của họ khi hoàn cảnh thay đổi. Tôi sẽ giải thích về năm chiếc mặt nạ phụ nữ hay mang nhất khi cần thiết để che giấu tính cách thật của họ và khoác lên mình một vai diễn. Những chiếc mặt nạ này có lẽ xuất hiện để đem lại những kết quả lớn, nhưng xét về lâu dài thì chúng hủy hoại tính chính trực và sự tín nhiệm nghề nghiệp của những phụ nữ sử dụng chúng.

“Đồ khôn”

“Đồ khốn” là chiếc mặt nạ phần lớn đàn ông và phụ nữ sẽ nhanh chóng nhận diện ra. Chiếc mặt nạ này cho phép người mang nó chi phối hoàn cảnh, tạo ra các kịch bản yêu cầu, cho thế giới biết rằng cô ấy có giá trị và không nên bị đánh giá thấp. Cô ấy cho mọi người biết rằng tiếng nói của mình có trọng lượng lớn. Cô ấy sai bước dài và tiến nhanh vào các cuộc họp giống như Cruella De Ville⁽²⁾ và yêu cầu một cách dứt khoát những người tương nhiệm, cả nam lẫn nữ, phải biết cô ấy là một thế lực cần được tính đến. Những đồng nghiệp nam thường gọi người phụ nữ trong chiếc mặt nạ này là một nữ phát xít, một người đồng tính điên rồ, một nữ nhân cảm ghét đàn ông, một kẻ phá bĩnh hoặc những cái tên lóng thò tục khác.

Theo kinh nghiệm của tôi, những người đeo chiếc mặt nạ “Đồ khốn” thường là những người đam mê công việc và tận tâm nhất, nhưng cô ấy cảm thấy mệt mỏi bởi không được người khác ghi nhận dù họ luôn hưởng lợi từ những việc cô làm hoặc cô ấy phải đảm nhận những chức vụ cần ngoan ngoãn và dễ bảo. Cô ấy đấu tranh để giành lấy toàn quyền kiểm soát nhằm bảo đảm mình không đánh mất quyền kiểm soát.

Một trong những nữ cố vấn kinh doanh dày dạn kinh nghiệm đầu tiên của tôi là người đeo mặt nạ “Đồ khốn” điển hình. Tôi xin phép lưu ý ở đây là cô ấy không bao giờ đeo mặt nạ đó với tôi cả, nhưng tôi sẽ quan sát sự thay đổi khi chúng tôi đến dự những cuộc họp cụ thể. Tôi nhớ lại mình đang ngồi trong văn phòng của cô ở trung tâm thành phố và nói chuyện về các dự án phát triển. Cô ấy nở nụ cười tươi và cảm thấy rất thích thú về tất cả những thứ chúng tôi đang xây dựng. Hành xử như một cố vấn cho các dự án trong lĩnh vực phát triển thực sự rất thú vị và mang đầy tính sư phạm. Một người sẽ bắt đầu thấy được các dự án từ khi chỉ mới có tầm nhìn cho đến khi phát triển diễn ra như thế nào, bạn xây dựng được những mối quan hệ đôi bên cùng có lợi và rất tin tưởng lẫn nhau ra sao. Tôi biết rất rõ về cô ấy và chúng tôi đã cùng làm việc với nhau qua nhiều dự án tốt cũng như tệ hại. Trong thành phố nơi chúng tôi làm việc, cô ấy không được người khác ghi nhận công lao dù họ luôn hưởng lợi từ những việc cô làm, cô ấy dường như luôn luôn phải tranh đấu thật gian khổ để có được sự tín nhiệm.

Đặc biệt, vào một ngày kia, chúng tôi gặp nhau trước khi đến một cuộc họp ban giám đốc để bàn về chiến lược mà chúng tôi đang cố gắng kiếm cổ phiếu dự trữ cho nó. Chúng tôi cùng thống nhất với nhau một kế hoạch thực hiện trong cuộc họp và trêu đùa với nhau trên đường đến Tòa Thị chính. Khi chúng tôi vừa bước qua cửa chính, thái độ của cô ấy đột nhiên thay đổi ngay trước mặt tôi. Dáng đi của cô ấy biến thành kiểu bước đều chết chóc của Darth Vader⁽³⁾ và cô ấy bước vào phòng với một uy lực ngầm. Như thể là cô ấy đang có tâm trạng cực kỳ tồi tệ vậy. Cô ấy trả lời tất cả những thắc mắc chỉ bằng những câu nhát gừng.

Khi chúng tôi trình bày những đề xuất của mình, cô ấy đưa ánh mắt qua những người mà cô ấy nghĩ sẽ nói lời nào đó chống lại ý tưởng của chúng tôi. Tôi ngồi đó và nghĩ rằng có thể mình đã nói gì đó lúc ở trong xe hơi khiến cô ấy bực tức. Cô ấy công kích kịch liệt những lời nhận xét đi ngược lại với ý tưởng của chúng tôi. Cô ấy dùng phát biểu của mình để nắm thóp những người phản đối. Những người đàn ông trong phòng lúc đó đã bắt đầu

chĩa mũi dao tấn công về phía cô ấy, may thay, thời gian dành cho cuộc họp sắp hết và vị chủ tịch đã đề xuất bỏ phiếu. Kết quả bỏ phiếu nghiêng về phía chúng tôi và cuộc họp tạm dừng tại đó. Tôi bước theo sau cô ấy ra khỏi hội trường, cố gắng đuổi kịp những bước đi mạnh mẽ như đang hành quân của cô ấy.

Khi chúng tôi bước vào xe, thái độ của cô trở lại như thời điểm trước khi chúng tôi bước vào cuộc họp ban giám đốc. Cảm thấy rất bối rối, tôi hỏi cô ấy điều gì khiến cô ấy nổi điên lên trước đó vậy (và tất nhiên tôi hi vọng cô ấy sẽ không bảo là do tôi). Cô ấy bảo tôi là lúc đó cô ấy không nổi điên; cô ấy đang nghiêm túc vì muốn mọi người biết cô ấy thực sự coi trọng việc thực hiện dự án này. Đã làm việc cùng cô ấy trong một thời gian dài nên tôi nghĩ mình có thể trao đổi thẳng thắn với cô ấy, tôi đã nói: “Trong cuộc họp, chị giống như một mụ phù thủy độc ác vậy.” Cô ấy bảo tôi rằng đàn ông sẽ không xem trọng cô ấy nếu cô ấy không tiếp cận họ theo kiểu công kích. Họ sẽ đối xử tệ hại với cô ấy nếu cô ấy nhân nhượng dù chỉ một phần mà thôi. Cô ấy nói rằng một số người trong đó rõ ràng đã sẵn sàng công kích cô ấy bằng những câu hỏi ngớ ngẩn nhằm gài bẫy cô. Tôi ngồi đó mà lòng tràn đầy ngạc nhiên. Cô ấy và tôi đã đọc tình huống theo hai cách hoàn toàn khác nhau.

Vài phút sau, tôi nói với cô ấy: “Họ đâu có chĩa mũi tấn công vào chị đâu, chẳng qua là họ chưa đọc trước tài liệu và đang tìm kiếm thông tin để có thể bắt kịp và nắm được những điều chị đang nói tới mà không phải thú nhận là mình không chuẩn bị trước những phần việc cần thiết cho cuộc họp.” Cô ấy bảo tôi là tôi đã làm và rằng tất cả những người đàn ông kia có định kiến với phụ nữ mạnh mẽ. Đây là lần đầu tiên tôi nhận thức được sự khác biệt lớn lao giữa đàn ông và phụ nữ khi đánh giá một tình huống kinh doanh.

Một tuần sau đó, chúng tôi chuẩn bị họp lại với ban giám đốc và tôi đã nói với cô ấy: “Chị có thể thử một lần cân nhắc và điều chỉnh lại cách tiếp cận tình huống của chị được không? Tôi nghĩ nếu chị nhìn những thành viên trong ban giám đốc và biết rằng họ không chuẩn bị trước cho cuộc họp nhưng vẫn muốn có được quyền năng ra quyết định, chị sẽ nhận thấy những câu hỏi của họ mang ý nghĩa khác. Nếu chị thay đổi cách tiếp cận tình huống, tôi nghĩ chúng ta sẽ có được sự đồng thuận nhanh hơn rất nhiều.” Cô ấy bảo là cô ấy tôn trọng ý kiến của tôi nhưng tôi còn quá trẻ để hiểu cách phân chia quyền lực kinh doanh trong một thành phố nhỏ. Tôi bảo lại với cô ấy rằng tôi sẵn sàng cược tiền cho những điều tôi nói và hàng tháng sẽ trả cho cô ấy một số tiền nếu tôi sai. Cô ấy mỉm cười và nói cô ấy đã sẵn sàng để lấy tiền cược của tôi.

Trên chuyến đi tới Tòa Thị chính, tôi điem sơ qua cho cô ấy nghe về những người trong ban giám đốc theo nhận xét của tôi và đánh giá mức độ cần biết thông tin của mỗi người. Cô ấy chăm chú lắng nghe và hỏi khá nhiều câu hỏi. Tôi đề xuất một tiến trình hành động, tiến trình này về cơ bản giống như cách cô ấy cư xử với tôi và sẽ gần với tính cách thật của cô ấy. Cô ấy mỉm cười và nói rằng rất lấy làm tiếc phải nhận lấy tiền của tôi và cho tôi thấy được sự thật là như thế nào, nhưng cô ấy cũng cho rằng sự thật đó sẽ là bài học hữu ích cho tôi. Chúng tôi bước vào phòng và cô ấy nói lời chào buổi sáng đến tất cả mọi người ở đó.

Thái độ của những người đàn ông trong phòng đã thay đổi rất nhiều kể từ sau cuộc họp

lần trước. Họ mỉm cười với cô ấy và nhanh chóng về chỗ ngồi của mình khi thấy cô ấy sẵn sàng thuyết trình. Cô ấy nhìn tôi hiếu kỳ và bắt đầu giới thiệu ý tưởng của chúng tôi. Cô ấy nói lại chi tiết những thứ trong bộ hồ sơ đưa từ trước cho ban giám đốc, trình bày những lợi ích mọi người ở đó thu được và nó sẽ được thể hiện ra bằng hành động như thế nào. Sau khi hoàn thành bài diễn thuyết, một trong những Alpha Male lớn nhất trong phòng giờ tay muốn phát biểu. Lúc đó, tính cách của cô ấy đột nhiên chuyển sang kiểu “Đồ khốn” để chuẩn bị cho một cuộc tấn công. Cô ấy liếc nhanh về phía tôi như thể muốn nói rằng: “Tôi đã bảo cậu việc này sẽ diễn ra mà!” Vị Alpha Male đó nói: “Tôi đề nghị mọi người ở đây bỏ phiếu cho dự án này.” Bạn đã có thể đánh bại cô ấy nhẹ như một chiếc lông hồng. Cô ấy đang cho rằng quý ông kia chuẩn bị chất vấn mình về dự án, nhưng thay vào đó, ông ấy lại ủng hộ ý tưởng và ban giám đốc đã nhất trí thông qua ý tưởng đó.

“Đồ khốn” trực tiếp đáp ứng nhu cầu gây xung đột của Alpha Male với mình. Alpha Male ít khi đối đầu trực diện với “Đồ khốn” mà thay vào đó, sẽ ngầm hủy hoại quyền lực của cô ấy với đám đông bằng cách không cho cô ấy tiếp cận những thông tin quan trọng. Đàn ông trong nhóm sẽ lờ đi những điều cô ấy phải nói, làm những việc khiến cô ấy thất vọng hay quên mời cô ấy đến những cuộc họp then chốt nhằm làm sao cho cô ấy thể hiện sự yếu đuối của mình hoặc phải khóc to lên. Một số khác sẽ đi xa hơn bằng cách đẩy sự nghiệp của cô ấy lao xuống dốc hoặc khiến sự tín nhiệm của mọi người dành cho cô ấy bị tổn thương nghiêm trọng đến mức không thể cải thiện được. Tôi đã từng gặp những người phụ nữ bị các Aloha Male cách ly khỏi các hoạt động vì cho rằng làm việc cùng cô ấy thật khó khăn. Đeo cho mình chiếc mặt nạ “Đồ khốn” có nghĩa là bạn đang chơi đùa với các nguyên tắc của Alpha Male. Họ thích mâu thuẫn, va chạm và có ai đó cho họ đánh bại. Đây là một trong những cách nhanh chóng nhất để bị tẩy chay khỏi nhóm.

Bạn đang mang chiếc mặt nạ “Đồ khốn” nếu bạn:

- Tham gia vào một cuộc cãi vã trong phòng họp của ban giám đốc.
- Nghĩ rằng phòng thủ chặt đồng nghĩa với tấn công hiệu quả.
- Cảm thấy việc không có ai cho rằng bạn là một đối thủ dễ xoi là quan trọng và muốn chứng tỏ điều này bằng cách trừng phạt người nào đó để làm gương cảnh báo những cá nhân khác.
- Công khai tuyên chiến với những cá nhân mà bạn nghĩ họ đã đối xử bất công với bạn.
- Cố gắng bàn luận về mọi người để được lắng nghe.
- Dùng biện pháp hăm dọa như một phần chiến lược kinh doanh của mình.
- Đẩy trách nhiệm cho những người bạn nghĩ họ đang đối xử không công bằng với mình.

Kỹ nữ⁽⁴⁾

“Kỹ nữ” hoàn toàn đối nghịch lại với “Đồ khốn”. Người khoác chiếc mặt nạ này sẽ ngồi yên và chờ một người đàn ông nào đó trong ngành gọi để giúp việc hay phục vụ gì đó. Cô ấy nhanh chóng chạy đi lấy những thứ bị bỏ quên, không bao giờ phản đối bởi sợ trở nên vô lễ và kiếm tìm chỉ thị từ những người khác. “Kỹ nữ” là phiên bản nữ giới của “đàn ông vâng

dạ.” Bất cứ mong muốn nào của người khác luôn luôn là mệnh lệnh đối với cô ấy.

Khi được ai đó hỏi hãy cho ý kiến của mình, cô ấy sẽ bày tỏ ý kiến sao cho phù hợp với cả hai phía rồi nói: “Lạ thật đấy, thật khó để quyết định được bên nào bởi cả hai đều có những điểm mạnh của họ... Thế cậu nghĩ sao?” Đối với “kỹ nữ”, không quyết định tốt hơn là quyết định sai. “Kỹ nữ” sẽ đến các cuộc họp sớm, bảo đảm rằng ai cũng có một tách cà phê và xấp tài liệu sao chép họ cần, nhanh chóng xung phong nhận làm những việc không ai muốn làm. Cô ấy nghĩ rằng sự phục vụ sẽ giúp cô ấy thăng tiến nhưng chính sự thiếu quyết đoán đã cản trở quá trình thăng tiến của cô ấy. “Kỹ nữ” không phải là một người chơi có thể tham dự những trận đấu căng thẳng, khó khăn cũng như không thể là nơi để đặt niềm hi vọng khi muốn có những quyết định cứng rắn.

Tất cả các công ty đều có sự hiện diện của những người đeo chiếc mặt nạ này. Họ thường là những nhân viên tuyệt vời và biết điều gì nên được làm theo một cách khác biệt, nhưng nếu nhờ họ nhận xét công việc của ai đó, họ sẽ yên lặng tránh về phía sau và hi vọng rằng ai đó sẽ nhận xét thay mình.

Tôi đã nhìn thấy nhiều “kỹ nữ” trong quá trình xây dựng và thiết lập kinh doanh. Ở bất cứ ngành nghề nào, họ luôn có mặt trong những phiên làm việc ở phòng họp của ban giám đốc. Họ là những người khiến bạn tự hỏi: “Tại sao họ lại ở đây?” Đặc biệt tôi nhớ có lần một “kỹ nữ” dự họp bàn trong một ban chỉ đạo cùng với tôi. Cô ấy ngồi đó và xem mọi người tranh luận các vấn đề. Sau mỗi cuộc họp, tôi nghĩ rằng cô ấy chỉ là người thừa trong ban chỉ đạo mà thôi. Khi được yêu cầu đưa ra ý kiến của mình, cô ấy sẽ chỉ lặp lại những điều người khác nói rồi mỉm cười. Cô ấy như một người tóc ký bí mật trong ban chỉ đạo. Cô ấy luôn lặp lại những điều mà người khác đã nói.

Mọi người mỉm cười khi cô ấy nói, họ đều biết cô ấy sẽ khéo léo chuyển trọng tâm cuộc thảo luận sang ý kiến của người khác. Trong các nhóm nhỏ hơn, mọi người sẽ chất vấn tại sao cô ấy lại nằm trong ban chỉ đạo. Cô ấy hoàn toàn không đề xuất được điều gì mới mẻ trong những lần đàm luận. Tôi nhớ có một lần, vị chủ tịch nói với cô ấy: “Chúng tôi biết điều mọi người khác đã phát biểu, bây giờ tôi muốn biết những suy nghĩ của chị.” Cô ấy cười ngượng nghịu và nói cần nhiều thời gian hơn để nghĩ về điều đó. Cô ấy hoàn toàn không được ai trong các thành viên ban chỉ đạo tín nhiệm và về sau bị yêu cầu rời khỏi ban.

Bạn đang mang chiếc mặt nạ “kỹ nữ” nếu bạn:

- Biết rằng vấn đề cần thay đổi nhưng sợ nói ra điều đó.
- Luôn cố gắng làm sao để làm càng nhiều việc mình có thể làm cho mọi người.
- Ngồi yên và chờ được gọi làm việc gì đó.
- Không đưa ra một ý kiến gì về bất kỳ vấn đề nào bởi sợ sẽ làm méch lòng người khác.
- Dùng phần lớn thời gian trong các cuộc họp để yên lặng quan sát và không đưa ra ý kiến gì về đề xuất mình ưa thích hay chờ lời nhận xét về các đề xuất đó.
- Thiếu tự tin về những vấn đề đưa ra bàn họp.

“Kẻ lẳng lơ”

“Kẻ lẳng lơ” là chiếc mặt nạ hoặc người ta gán như luôn luôn đeo nó hoặc hiếm khi đeo nó. Chiếc mặt nạ “kẻ lẳng lơ” được phụ nữ dùng khi họ cố gắng sử dụng bản năng giới tính như một quyền lực đối với những đối tác nam giới. Đây có thể là một trong những chiếc mặt nạ hiểm ác nhất mà một người phụ nữ có thể dùng. Vai diễn “kẻ lẳng lơ” thường đi kèm với những bộ trang phục gợi tình, những lời nói bóng gió, những chuyện cười tục tĩu, những câu chuyện xoay quanh đời sống tình dục hay thái độ lẳng lơ với các đồng nghiệp nam.

Mọi người đều đã thấy chiếc mặt nạ “kẻ lẳng lơ” này tại một bữa tiệc mừng Giáng sinh ở văn phòng với nồng nặc mùi rượu và có mức độ thân mật hơn bình thường. Thời khắc của những câu nói hớ hênh, những hành động không kín đáo trong suốt bữa tiệc hay khi uống cùng với đồng nghiệp vô hình trung sẽ vẽ một chữ A màu đỏ thắm⁽⁵⁾ lên cánh cửa văn phòng của kẻ phạm tội.

Quy tắc của đàn ông là không uống nhiều hơn ba cốc rượu trong vòng 24 giờ suốt quá trình đàm phán công việc. Tôi không nói rằng đàn ông không được phá vỡ nguyên tắc này, nhưng những người coi trọng việc tạo dựng danh tiếng lớn và công việc kinh doanh thành đạt sẽ phải bảo đảm chắc chắn rằng mình luôn được mọi người thấy trong trạng thái đàng hoàng và tỉnh táo. Khi đã mang chiếc mặt nạ “kẻ lẳng lơ” thì không gì có thể thay thế nó. Danh tiếng nghề nghiệp sẽ được tạo lập dựa trên danh tiếng cá nhân vào một thời điểm mềm yếu.

Tôi chợt nhớ đến một ví dụ về tác động tiêu cực của chiếc mặt nạ “kẻ lẳng lơ” đã xảy đến với một đồng nghiệp của tôi. Cô ấy là một giám đốc điều hành xuất sắc, thường nói chuyện tại các buổi hội thảo và họ luôn nhìn nhận cô ấy như người có khả năng thực hiện những công việc mà những người khác cho là không thể.

Tại một cuộc hội thảo diễn ra tại Hoa Kỳ, cô ấy cho rằng câu khẩu hiệu từ Những quy tắc đường phố: “Điều gì xảy ra trên đường thì ảnh hưởng của nó cũng chỉ ở đó mà thôi” là đúng và cho phép bản thân làm theo nó, kết quả là cô ấy đã hành động cực kỳ khiếm nhã trước mặt những người quen biết trong nghề. Cô ấy bắt đầu bằng cách uống rượu say, sau đó ngồi lên đùi của một giám đốc nổi tiếng khác và nói cho anh ta biết cô đã bị anh ta quyến rũ nhiều như thế nào. Cô ấy thực hiện điều này trước mặt 12 đồng nghiệp khác ngồi cùng bàn với mình trong quán rượu. Sau khi người đàn ông này khéo léo tránh sự lấn tới của cô ấy, cô ấy đi đến quầy rượu, vớ lấy một gã trai lạ nào đó và đưa anh ta lên phòng cùng cô ấy.

Đêm sau đó, khi uống một liều chất lỏng “dũng cảm”, cô ấy tiến lại gần gã trai hào hoa tối hôm trước, sau khi anh ta đuổi cô đi, cô lại vớ lấy một người bạn của anh ta và đi cùng với anh bạn đó lên phòng.

Hai lần lên phòng đó đều diễn ra rõ ràng rành rành trước con mắt của những đồng nghiệp mới cũng như đồng nghiệp cũ của cô. Vào đêm thứ ba, cô ấy mặc một bộ đồ tắm và uể oải xuống phòng dùng bữa tối. Cô ấy đang cố gắng đưa ra lời mời gợi tình dục mạnh mẽ nhưng

chỉ nhận được những tiếng cười khúc khích và sự chán ghét từ những người quen biết cô ấy. Tôi không tham dự hội thảo này, nhưng những vị giám đốc tôi gặp trong những tuần sau đó nhanh miệng thuật lại chi tiết cảm giác và suy nghĩ của họ khi chứng kiến những hành động của cô ấy, chúng không chỉ làm xấu mặt cô ấy mà còn khiến những đại biểu trong phái đoàn của cô ấy đến từ West Coast cảm thấy vô cùng bối rối và ngượng ngùng.

Sẽ là hơi dễ dãi nếu cho rằng khoảng thời gian của cô ấy trong thị trường này tồn tại chỉ một thời gian ngắn. Cô ấy đã thực hiện hành động tự sát đối với nghề nghiệp của mình. Sau khi bị thôi việc, cô ấy nhận được rất ít cơ hội và bị buộc phải rời khỏi thành phố. Cô ấy đã lao từ đỉnh xuống đáy sự nghiệp chỉ trong khoảng thời gian 3 ngày. Tình dục không đồng nghĩa với sự tôn trọng nghề nghiệp.

Một ví dụ khác về bản năng tình dục bị cường điệu hóa là trên chương trình truyền hình *The Apprentice (Nhân viên tập sự)*. Nam giới và nữ giới trong chương trình này được chia thành hai đội đi bán nước chanh. Đội nào bán được nhiều nước chanh nhất sẽ thắng. Nam giới cố gắng thu hút sự chú ý bằng cách tìm kiếm và ký kết các hợp đồng lớn. Trong khi đó, phụ nữ cột áo thun của họ lên trán và chào bán nước chanh cộng với một nụ hôn là 5 đôla. Những người phụ nữ trong trò chơi này rất quyến rũ và thắng trong cuộc thi, nhưng Donald Trump và cố vấn của ông cảm thấy phẫn nộ với cách bán hàng này. Nó cho thấy sự bất tài, thiếu suy nghĩ và quá trình thăng tiến đặc trưng của những phụ nữ xinh đẹp trong kinh doanh.

Nếu bạn trông mong sự quyến rũ giới tính sẽ là bàn đạp cho kế hoạch thăng tiến của bạn trong công việc thì dù bạn có quyến rũ đến thế nào đi nữa, cuối cùng bạn cũng sẽ xài hết thứ vốn liếng đó và có khả năng buộc phải rời khỏi thành phố. Những người phụ nữ sử dụng chiếc mặt nạ “kẻ lẳng lơ” rất không ưa những phụ nữ xung quanh họ và bị những nam đồng nghiệp xem là người rất nguy hiểm.

Bạn đang mang một chiếc mặt nạ “kẻ lẳng lơ” nếu bạn:

- Thích thu hút sự chú ý của mọi người bằng cách mặc áo hở ngực.
- Thích thú thu hút sự chú ý từ người khác khi bạn mặc váy ngắn.
- Nghĩ rằng phóng túng tại các bữa tiệc công ty khi mọi người đang uống rượu là chuyện bình thường.
- Dùng sự hấp dẫn giới tính để có được điều mình muốn trong công việc.
- Dùng những lời nói bóng gió về tình dục để thu hút sự chú ý của những người đàn ông liên quan đến công việc.
- Nghĩ rằng kể những câu chuyện cười tục tĩu trong khi sắp đặt công việc kinh doanh là chuyện bình thường.
- Cho rằng tán tỉnh là công cụ có thể sử dụng để đạt được điều mình muốn.

“Đàn ông”

Mặt nạ “đàn ông” là loại mặt nạ dễ nhận ra nhất nếu một người phụ nữ đeo nó. Đàn ông

liên tục chú ý xem liệu một người phụ nữ thực sự có giá trị hay họ đang diễn vai của mình. Tôi cho rằng khoảng 20% những người phụ nữ tôi quen biết trong kinh doanh từng đeo chiếc mặt nạ “đàn ông”. Họ nói về những điều mà tôi biết rõ là họ không biết gì về vấn đề đó, vì thế họ nhận được rất ít sự tin cậy. Từ những trải nghiệm của cá nhân tôi, hãy cho phép tôi lấy ví dụ về một người đeo chiếc mặt nạ “đàn ông”.

Người phụ nữ này là đồng nghiệp của tôi, cô ấy phục vụ thông tin cho các công việc kinh doanh nhỏ. Đó là vào thời điểm giữa chuỗi trận đấu quyết định⁽⁶⁾ của môn khúc côn cầu và cô ấy nói với tôi: “Chuỗi trận đấu quyết định năm nay thật thú vị phải không anh?”

Lúc này, tôi nghĩ: “Liệu có phải cô ấy đang tìm cái gì đó để tán chuyện với mình không hay cô ấy thật sự thích môn khúc côn cầu?” Vì nghĩ vậy nên tôi hỏi trực nghiệm cô ấy: “Chị là người hâm mộ môn khúc côn cầu à?”

Cô ấy trả lời tôi: “Tôi là người hâm mộ cuồng nhiệt đấy. Tôi yêu khúc côn cầu. Tôi xem nó thường xuyên.” Trong suy nghĩ của Alpha Male lúc này sẽ có hai khả năng, hoặc cô ấy đã đào một cái hố thật to hoặc những điều cô ấy nói là đúng. Tôi muốn biết có phải cô ấy đang diễn vai hay không, nếu đúng là như vậy thì nó sẽ nhấn chìm sự tín nhiệm của tôi dành cho cô ấy, nếu những lời cô ấy nói là sự thật thì cô ấy quả thực rất thú vị. Và thế là tôi nói chuyện với cô ấy.

Tôi: “Theo chị lợi thế lớn nhất đội Canuck đang có là gì?”

Cô ấy: “Tôi nghĩ họ có một đội hình thật sự tốt.”

Tôi: “Thế cầu thủ yêu thích của chị là ai vậy?”

Cô ấy: “Tôi thật sự thích Mark Messier.” *(Tôi biết Messier chơi cho đội Rangers, đây chỉ là một câu hỏi để xác nhận xem cô ấy có đang đeo mặt nạ hay không mà thôi.)*

Tôi: “Chị có nghĩ là anh ấy có thể đưa đội Canuck đoạt Stanley Cup không?”

Cô ấy: “Tôi sẽ không cảm thấy ngạc nhiên nếu điều đó xảy ra.”

Bùm! Một cú đánh trực diện. Cô ấy vừa mới tự hủy hoại mình ngay trước mặt tôi, và cách duy nhất để cô ấy biết điều này là sau cuộc thảo luận cô ấy phát hiện ra Messier không phải là cầu thủ của đội Canuck. Sau khi cô ấy nói câu đó, tôi không tiếp tục lắng nghe cô ấy nói nữa.

Hãy nhớ lấy một câu ngạn ngữ cổ: “Đừng bàn luận những chuyện vợ vắn với những người chuyên bàn luận những điều vợ vắn”.

Cô ấy vừa thực hiện một hành động tự sát nghề nghiệp với tôi. Để có thể lấy lại chút tín nhiệm nào đó từ phía tôi, cô ấy phải đi một quãng đường dài, thật dài chỉ để quay trở lại vị trí như trước kia.

Có nhiều tác giả và những cô vắn lạc hậu của phụ nữ nghĩ rằng phụ nữ cần học cách chơi golf, đi uống tại các câu lạc bộ hay nói chuyện về khúc côn cầu để bước vào các câu lạc bộ của nam giới. Những lời khuyên này hoàn toàn sai lầm.

Những người nhận được lời mời tham dự cuộc chơi là những người mang lại điều gì đó cho cuộc chơi. Nếu bạn không đáng tin cậy thì bạn không thể được tin cậy. Những người đang cố gắng trở nên đáng tin cậy sẽ mong muốn được nhập hội với những người cũng coi trọng giá trị của tính chính trực và tính xác thực. Phụ nữ không nhất thiết phải trở thành đàn ông để có thể thành công. Trên thực tế, họ nên nhận thức sâu sắc rằng họ đang sở hữu những kỹ năng mà đàn ông cũng phải học hỏi.

Tính xác thực là nền tảng của mẫu hình kinh doanh mới. Đeo chiếc mặt nạ đàn ông rõ ràng là nguy hiểm bởi khi phụ nữ đeo nó, điều này trở thành chủ đề bàn luận rôm rả giữa những người đàn ông với nhau khi phụ nữ không có mặt ở đó. Chúng tôi rất hay để ý những phụ nữ nghĩ rằng họ phải giống đàn ông để trở thành đối thủ của anh ta. Những người phụ nữ đeo mặt nạ đàn ông tự loại bỏ họ với những người đàn ông trong hệ thống mạng lưới của mình.

Nếu bạn không thể sống cùng với những điều đó thì đừng nói ra. Đàn ông có thể gọi nhau đến vì những chuyện nhảm nhí nhưng chúng tôi không bao giờ gọi phụ nữ đến vì những chuyện đó. Chúng tôi chỉ cố gắng cất giữ nó trong trí nhớ và ngừng lắng nghe mọi điều bạn nói.

Bạn đang mang chiếc mặt nạ đàn ông nếu bạn:

- Nói những điều bạn không hề cảm thấy hứng thú nhưng bạn nghĩ rằng đàn ông có thể muốn nói chuyện về những điều đó.
- Tán chuyện về thể thao nhưng lại không hề xem các trận đấu trên ti vi.
- Cố gắng xâm nhập một câu lạc bộ dành cho các chàng trai bằng cách tham dự các hoạt động điển hình của đàn ông.
- Cố gắng gượng gạo để bắt chước đồng nghiệp nam của bạn.

“Người mẹ”

Trong tất cả những loại mặt nạ phụ nữ có thể đeo thì “người mẹ” là chiếc mặt nạ được ưa thích nhất. Một “người mẹ” sẽ mang bánh bích quy đến công ty, cho người khác những lời khuyên, đi lấy Tylenol cho người bị đau đầu và dọn dẹp sạch sẽ phòng ăn trưa sau khi mọi người về hết. “Người mẹ” nhớ sinh nhật của tất cả mọi người, lên kế hoạch cho buổi dã ngoại của công ty và xin lỗi mọi người khi họ không thể làm hết sức mình. Khi có việc tồi tệ xảy đến, đàn ông mong “người mẹ” quan tâm đến việc đó. “Người mẹ” không bao giờ được coi trọng đúng mức, ngày hôm nay đàn ông xem họ như một món quà trời cho và hôm sau lại nghĩ họ chỉ làm lãng phí tiền lương. Cô ấy (người phụ nữ đeo mặt nạ “người mẹ”) sẽ hoàn thành được bao nhiêu khối lượng công việc nếu thời gian dành cho công việc lại được sử dụng để chăm sóc hết thầy mọi người?

Phần lớn phụ nữ có cách cư xử thiên về chiếc mặt nạ “người mẹ” bởi họ là những người chăm sóc người khác một cách tự nhiên và luôn quan tâm, lo lắng cho hạnh phúc của cả nhóm. Tôi thường giúp đỡ các khách hàng vượt qua nhu cầu chăm sóc và quan tâm tới các mối liên lạc nghề nghiệp của họ, kể cả tôi trong đó.

Mùa xuân vừa rồi, tôi và một khách hàng nữ ngồi bên ngoài nhà hàng và dùng bữa trưa cùng nhau. Tôi nói với cô ấy: “Ồ, tôi cảm thấy hơi lạnh.” Cô ấy nhanh chóng gọi người phục vụ đến và yêu cầu chuyển bàn chúng tôi vào phía trong. Một vài phút sau, tôi nói: “Tôi không hiểu là tôi đã làm gì với khăn ăn của tôi nữa.” Cô ấy lại nhồm dậy và lấy cho tôi một cái khăn ăn khác. Lúc đó, tôi nói: “Tôi khát nước. Ước chi người phục vụ mang tới cho chúng ta nhiều nước hơn nhi.” Cô ấy đổ một nửa cốc nước của cô ấy qua cho tôi. Tôi ngồi đó và mỉm cười với cô ấy.

Cô ấy ngược nhìn tôi và nói: “Này, anh đang thử tôi đây à?” Tôi vẫn mỉm cười với cô ấy. Đây là phiên thứ tư trong một chuỗi những việc cô ấy tự động cố gắng sắp xếp lại những thứ tôi bày ra. “Người mẹ” không bao giờ được xem như một doanh nhân thật sự bởi Alpha Male cho rằng nhu cầu giúp đỡ mọi người khiến cô ấy thiếu khách quan trong công việc kinh doanh.

Có sự khác nhau giữa việc trở thành một người lịch sự, có khả năng nhận biết những nhu cầu của người khác và một người cố gắng lo lắng mọi thứ cho người khác. Alpha Male đánh giá cao điều này nhưng không tôn trọng nó. Nếu tôi đi cùng với một đồng nghiệp và anh ấy nói: “Tôi cảm thấy lạnh”, tôi sẽ nói: “Lẽ ra anh nên mang theo một chiếc áo khoác. Nếu họ nói: “Tôi ước chi người phục vụ mang nhiều nước hơn,” tôi sẽ nói: “Hãy vẫy họ lại và bảo họ mang thêm nước đi.” Tôi sẽ không giúp họ làm những việc đó vì một số lý do sau đây:

1. Tôi cho rằng người trưởng thành có thể tự chăm sóc bản thân mình.
2. Nếu tôi làm thay họ có nghĩa là tôi đang cho họ biết rằng tôi nghĩ họ không có khả năng làm những việc đó.
3. Nếu họ không thể chăm sóc cho chính bản thân họ, tôi tuyệt đối không muốn hợp tác kinh doanh với họ.

Bạn đang mang một chiếc mặt nạ “người mẹ” nếu bạn:

- Luôn để ý đến các cách điều trị bệnh tật để có thể chia sẻ với mọi người.
- Có sẵn chiếc khăn giấy Kleenex trên bàn phòng trường hợp dùng nó.
- Ghi chép ngày sinh nhật của các đồng nghiệp và những người trong gia đình họ.
- Bạn phụ trách lên kế hoạch cho các bữa tiệc bất ngờ.
- Bạn nghĩ rằng luôn luôn có một lý do hay ho để đem đồ ăn đến văn phòng.

Hậu quả của những chiếc mặt nạ

Có những hậu quả không được nói ra với những người đeo mặt nạ. Đàn ông hiếm khi

nói chuyện về những chiếc mặt nạ khi có mặt cả nam giới lẫn nữ giới, nhưng khi chỉ có nam giới với nhau thôi, chúng tôi sẽ bàn về nó. Chúng tôi liệt kê những phụ nữ mình biết rõ nhất và đánh giá xem nếu họ đang đeo mặt nạ thì là những loại nào. Khi chúng tôi xem xét tỉ mỉ bản liệt kê này, chúng tôi nói về sự thiếu tính xác thực và phụ nữ diễn vai sẽ không thể được tin tưởng ra sao bởi bạn không bao giờ biết được cô ấy đang đeo chiếc mặt nạ nào khi bạn triệu tập một cuộc họp. Họ không thể tin cậy được, và chúng tôi, những người đàn ông, không thể chắc chắn nên trông đợi điều gì từ những người phụ nữ đang diễn vai này.

Chúng tôi lo lắng rằng nếu trong công ty có một người đeo mặt nạ, bộ mặt công ty sẽ xấu đi – điều này gần giống như việc chúng tôi không thể kiểm soát được công ty, chúng tôi đang quản lý một công ty tồi, chúng tôi dung túng cho những người kém cỏi hay chính chúng tôi đã tạo ra chiếc mặt nạ đó hoặc cho rằng việc đeo mặt nạ là hợp lý. Tôi nhớ có lần tôi đã phải bảo một nhà thầu khoán nữ về nhà bởi bộ váy của cô ấy không phù hợp chút nào với buổi trình diễn chúng tôi chuẩn bị thực hiện.

Trong thế giới của các Alpha Male, phụ nữ nói riêng và những người diễn vai không đúng với tính cách thật của họ nói chung chỉ làm lãng phí hoàn toàn thời gian và nguồn lực. Khi tôi nhận thấy chiếc mặt nạ xuất hiện trên khuôn mặt của ai đó mà tôi biết, tôi rất thất vọng. Khi nó ở trên khuôn mặt của ai đó mà tôi không quen biết, tôi sẽ quyết định loại cô ta hay anh ta ra khỏi các mối quan tâm của mình. Tôi muốn giao thiệp với những người sống thật với tính cách của mình, như thế tôi sẽ biết tôi và họ đang ở đâu. Trong trường hợp phải phỏng đoán, tôi sẽ không muốn chơi với họ.

Những chiếc mặt nạ chỉ phù hợp cho lễ hội Halloween và các vở kịch mà thôi, chúng không phải là đạo cụ để diễn trong phòng giám đốc.

PHẦN II: PHỤ NỮ TRONG VAI KẺ PHÁ HOẠI

5

5. TẮT NƯỚC RA NGOÀI THUYỀN

Bạn đã bao giờ...

1. Cảm thấy một cơ hội nào đó tuột khỏi tay mình?
2. Hỏi khách hàng tại sao bạn không được chọn cho dự án này?
3. Hỏi đồng nghiệp tại sao bạn không được chọn vào đội?
4. Cảm thấy mình không được tính đến trong một vai trò kinh doanh nào đó?
5. Cảm nhận rằng mình có mối quan hệ cực kỳ tốt đẹp với khách hàng nhưng họ lại giao công việc cho đối thủ của mình?
6. Cảm thấy mình đã hỗ trợ rất nhiều cho một ai đó (khách hàng/đồng nghiệp) nhưng lại không nhận được sự hỗ trợ ngược lại từ phía họ?

Phụ nữ bị đối xử không công bằng trong kinh doanh do tính cách quá thiên về cảm xúc của mình. “Đừng nghĩ những ý kiến đó chĩa vào bạn rồi giận dữ, chúng tôi không nói về bạn. Đó là những thứ tốt cho công việc mà thôi.” Trong một mô hình hoàn hảo, kinh doanh không dính líu đến chính trị, giới tính và hoàn toàn khách quan. Thật không may, con người thường làm mọi thứ rối tung lên bằng cách đưa các vấn đề cá nhân vào công việc. Kinh doanh được xây dựng dựa trên các mối quan hệ cá nhân, nhưng những người mà bản thân họ không phải chịu chút ảnh hưởng nào từ các quyết định được ban hành không nên cho rằng các quyết định này chĩa vào mình rồi giận dữ. Việc này nói thì dễ mà làm thì khó hơn nhiều.

Khi các quyết định không diễn ra như tôi mong muốn, tôi cố gắng xem xét cẩn thận những điều tôi có thể thực hiện khác đi, tại sao khách hàng quyết định chống lại những việc tôi xem là tốt nhất và những sự việc có thể ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả. Tôi dành thời gian bình tâm để suy nghĩ lại. Kinh doanh là kinh doanh. Nó không phải là công việc mang tính cá nhân. Các quyết định nên phản ánh được điều gì là tốt nhất để đạt được các mục tiêu kinh doanh. Đây quả thật là một viên thuốc đắng khó nuốt nhưng lại rất cần thiết. Điều tôi luôn cố gắng thực hiện là tách yếu tố cá nhân ra khỏi công việc và nhìn công việc kinh doanh một cách khách quan. Tôi tự hỏi mình những câu sau:

1. Hãy nêu ra năm lý do để giải thích tại sao tôi không được chọn thực hiện dự án này?
2. Có những cá tính nào mâu thuẫn với nhau trong quá trình ra quyết định hay không?

3. Liệu có ảnh hưởng chính trị nào lên người có quyền trong trường hợp này không?
4. Nếu tôi ở vào tình thế của họ, tôi sẽ quyết định như thế nào?
5. Một vài tác động tiêu cực tiềm tàng nhưng lại đưa tôi đến thành công?
6. Tôi có thể học được gì từ sự việc này?

Nhìn chung, tôi nhận thấy rằng bằng cách xem xét sự việc một cách khách quan, tôi có thể hiểu được tại sao mọi thứ lại diễn ra như vậy. Trong năm vừa qua, công ty truyền thông của chúng tôi được mời tham dự một cuộc đấu thầu xây dựng kế hoạch làm việc ở một nơi nhiều thách thức thuộc Vancouver để thực hiện một số nghiên cứu và triển khai kế hoạch đem lại sức sống mới cho khu vực này. Đây là khu vực có các tệ nạn mại dâm, ma túy, tình trạng vô gia cư và các hoạt động kinh doanh không ổn định. Khi đọc bản yêu cầu đề xuất, tôi mỉm cười với chính mình. Dự án này sinh ra để dành cho chúng tôi. Chúng tôi không chỉ thành công trong những công việc tương tự như thế tại các địa điểm khác trong tỉnh mà còn là các chuyên gia trong lĩnh vực phát triển được yêu cầu. Bản yêu cầu đề xuất phải được đưa ra vào kỳ nghỉ Giáng sinh và mặc dầu không thường xuyên làm việc trong khoảng thời gian nghỉ lễ đó, nhưng tôi nghĩ: “Của người ta cho rồi mà còn chê ông chê eo gì nữa.” Tôi mất vài ngày phát triển bản đề xuất của mình và rất tự tin rằng công việc này đã được vạch ra từ trước cho chúng tôi. Tuy vậy, chúng tôi vẫn phải trải qua quy trình đấu thầu. Tôi biết rằng không công ty nào khác có được kinh nghiệm và thành công như chúng tôi và chúng tôi không chỉ là ứng viên hàng đầu mà thực sự còn là công ty được ban giám đốc mong muốn thuê.

Chúng tôi nộp bản đề xuất cùng với năm công ty khác. Trong vòng một tuần, tôi không ngạc nhiên khi nghe công ty chúng tôi và một công ty khác đã được chọn để thuyết trình trước ban giám đốc. Tôi đến thuyết trình thì nghe công ty kia đến trễ và họ chỉ mới bắt đầu bài thuyết trình dài 45 phút trước khi chúng tôi đến.

Thay vì khó chịu, tôi mỉm cười và nghĩ: “Một sai lầm của tân binh. Họ đến thuyết trình mà lại trễ giờ, một cách gây ấn tượng không tốt chút nào!” Tôi ngồi đằng sau và đọc bài thuyết trình trong khi công ty tư vấn kia thực hiện phần trình bày của họ với hội đồng. Trước khi đến văn phòng, tôi rất tự tin. Bạn có thể hình dung tôi tự tin đến thế nào khi thấy đối thủ của mình đi diễn thuyết trễ đến 40 phút. Khi họ rời phòng họp của ban giám đốc, một thành viên trong ban giám đốc đảo ánh mắt về phía tôi. Khi nhóm kia đi ngang qua, tôi tự giới thiệu và bắt tay họ. Họ nói “Xin chào” và bỏ đi mà không thêm bắt tay. Tôi tự nhủ, “Ôi, những kẻ thất bại đáng thương.”

Khi tôi bước vào, vị chủ tịch của ủy ban nói cho tôi biết là ông ấy phải đi bởi ông ấy trễ giờ một cuộc hẹn mất rồi. Ông ấy bắt tay tôi và nói: “Chúc may mắn.” Điều này không thực sự làm tôi bối rối bởi ông chủ tịch chỉ rời đi khi thấy có thể đặt niềm tin vào chúng tôi và các thành viên trong ban giám đốc cảm thấy thoải mái khi phỏng vấn tôi. Những thành viên ban giám đốc còn lại và đã biết nhau. Trước đó, tôi đã hoàn thành việc lên kế hoạch với nhóm này và chúng tôi đã làm việc ăn ý với nhau.

Thành viên ban giám đốc đảm nhận thay chiếc ghế chủ tịch nói: “Chris, anh hãy giới

thiệu về mình với chúng tôi đi.” Tất cả chúng tôi cùng cười lớn bởi chúng tôi đã biết về nhau quá rõ rồi. Họ vui vẻ hỏi tôi biết gì về hiệp hội của họ và tôi trả lời rằng tôi biết nhiều về nhóm vì tôi đã thực hiện phiên lập kế hoạch chiến lược của họ trước đó, tôi cũng đã làm việc với giám đốc điều hành của họ trong vấn đề phát triển chính sách và đã kiểm tra kế hoạch phát triển kinh doanh của họ. Tôi rời buổi thuyết trình trong tư thế ngẩng cao đầu. Thế là thỏa thuận đã đạt được! Họ nói với tôi rằng họ sẽ thông báo ứng viên chiến thắng trước ngày cuối tuần.

Vào thứ Sáu tuần đó, tôi gọi điện cho vị giám đốc điều hành để hỏi kết quả và cô ấy thông báo cho tôi biết là ban giám đốc đã chọn công ty kia bởi họ có một tư vấn viên có thể nói tiếng Quảng Đông. Tôi nhớ mình đã lái xe quay trở lại văn phòng trong trạng thái sững sờ. Tôi biết những người này, họ cũng biết tôi. Họ biết trước đó tôi đã từng thực hiện chính xác công việc như vậy với những kết quả xuất sắc. Điều này không thể xảy ra. Tôi cho rằng họ đang chơi tôi và trở nên cực kỳ giận dữ.

Cả ngày hôm đó, tôi đắm chìm trong cảm giác hoang mang và bối rối. Đêm đó, sau khi tỉnh giấc, tôi đã suy nghĩ: Những lý do nào khiến họ không chọn chúng tôi? Liệu kết quả này có mang tính cá nhân? Liệu có tác động mang yếu tố chính trị nào không? Tôi sẽ quyết định ra sao nếu tôi ở trong tình thế của họ? Tôi đã nhận ra rằng công ty được chọn có trụ sở nằm trong khu vực với họ. Công ty đó cũng đang có quan hệ đồng minh với nhiều tập đoàn sẽ liên quan đến dự án. Có lẽ, công ty đó cũng biết những điều về khu vực đó mà tôi không biết bởi tôi không sống ở đó. Và mặc dầu họ không có kinh nghiệm như chúng tôi nhưng quyền lợi của họ gắn chặt với việc hoàn thành thành công dự án. Họ sẽ phải sống chết với dự án đó. Nếu dự án thành công thì quyền lợi họ được hưởng sẽ rất lớn.

Thật khó khăn cho hiệp hội khi muốn thúc đẩy thương mại nội địa nhưng lại để một tập đoàn tư vấn bên ngoài thầu dự án. Họ phải thực hiện những bước đi để tạo được sự tín nhiệm. Theo suy đoán của tôi, họ đã làm điều tốt nhất cho khu vực và ra một quyết định kinh doanh có cơ sở vững chắc. Bằng cách dành thời gian gạt các cảm xúc cá nhân sang một bên và phân tích tình huống, tôi có thể nhận thức được rằng quyết định đó không mang tính cá nhân mà vì lợi ích chung của tập thể.

Nhiều nữ khách hàng của tôi kể rằng các Alpha Male họ biết thường được khen ngợi trong công việc. Ngồi trong các ban hay nhóm, Alpha Male thường nói sẽ thực hiện công việc nhưng rồi đẩy cho nữ giới làm. Và rồi khi dự án thành công, các Alpha Male sẽ giành lấy toàn bộ công trạng về mình mà không có một lời cảm ơn hay ghi nhận công sức và những đóng góp của người thực sự tiến hành công việc. Điều tôi nói với khách hàng của mình quả là khó chấp nhận nhưng đó lại là thực tế: Đàn ông được đề bạt lên chức vụ cao nhất trong khi lại thiếu khả năng chuyên môn để hoàn thành công việc.

Trong các dự án, đồng nghiệp nam có thể giành toàn bộ công trạng có giá trị cực kỳ lớn của đồng nghiệp nữ. Những Alpha Male này ý thức rằng họ không phải là người hoàn thành công việc. Họ nhận thức được rằng họ phải giữ những người phụ nữ ấy gần bên mình. Cha tôi luôn bảo rằng: “Trở thành người chi phối việc chọn lựa nhân sự cho các chức vụ quan

trọng tốt hơn rất nhiều so với việc trở thành người đảm đương chính chức vụ đó.” Điều này hoàn toàn chính xác. Quyền lực nằm trong tay những người chỉ định người khác vào các vị trí nổi tiếng và quan trọng. Bạn đã cách ly bản thân khỏi các mối nguy hiểm tiềm tàng, sau đó bạn lại hiểu được cách thực hiện công việc, còn anh ta thì không. Điều này khiến bạn trở nên rất, rất có giá trị.

Nhiều khách hàng nói với tôi: “Ừ, tôi hiểu điều đó nhưng anh ta lại đang lợi dụng tôi.” Tôi dám chắc rằng những người phụ nữ kia có thể kiểm soát cách người khác tương tác với họ. Đừng chịu trách nhiệm về kết quả nếu ai đó đã nhận trách nhiệm về họ rồi. Nếu người nào đó muốn lớn tiếng tuyên bố về những thứ họ có thể đạt được thì hãy chắc chắn rằng họ cũng sẽ bị ràng buộc bởi trách nhiệm tương tự khi không đạt được.

Sự thật là đàn ông thường hay giao phó các công việc vượt quá trách nhiệm của giới nữ cho phụ nữ làm. Đây có thể là một cơ hội tuyệt vời để phụ nữ tiến lên trong kinh doanh. Cố gắng coi nó như một cơ hội để đào sâu nghiên cứu, tìm tòi một điều gì đó và không có cơ hội này, bạn có lẽ sẽ không bao giờ có thể thực hiện nó.

Điều này giống như bạn đang làm việc cho một công ty xây dựng với vị giám đốc luôn say xỉn, ốm đau hay đi vắng và bạn phải chịu trách nhiệm thực hiện công việc của ông ấy. Bạn có thể nghĩ rằng: “Tôi không được trả mức lương đủ cao để thực hiện việc này.” Hoặc bạn cũng có thể nghĩ: “Mình đang học cách điều hành một công ty xây dựng dù mình chỉ được thuê làm trợ lý mà thôi.”

Khi bạn chán nơi làm việc cũ và muốn bắt đầu làm công việc quản lý xây dựng ở nơi khác, bạn sẽ có được những câu trả lời xuất sắc cho những câu phỏng vấn để có công việc mới. Khi họ hỏi bạn về kinh nghiệm làm việc, bạn có thể nói: “Tôi được Công ty X thuê để làm phụ tá cho giám đốc của họ, nhưng vì nhiều việc cho nên tôi thường được yêu cầu đảm nhiệm thêm trách nhiệm của giám đốc, bao gồm lên thời gian biểu gặp các nhà thầu phụ, lập hồ sơ tài liệu thành phố, kiểm tra và thảo luận các dự án với kỹ sư, quản lý công trường, tương tác với khách hàng, tham dự đấu thầu, giám sát bảng lương và quản lý ngân sách xây dựng công trường.

Nếu bạn coi một ông chủ, một đồng sự hay một đồng nghiệp bất tài như một cơ hội, bạn sẽ trở nên xuất sắc trong kinh doanh hơn thay vì thất vọng do không được đánh giá đúng về giá trị của bản thân.

Nếu ngay cả sau khi xem xét khách quan sự việc mà bạn vẫn nghiêm túc nghĩ rằng ai đó đang cố gắng hãm hại bạn, bạn cần phải có biện pháp phòng ngừa. Tôi luôn nói với khách hàng rằng người đàn ông yếu đuối cố gắng chi phối bạn theo cách trực diện còn người đàn ông mạnh mẽ sẽ tấn công và bạn không bao giờ biết điều đó đang đến với mình. Nếu ai đó muốn làm hại bạn và biến công việc của bạn thành địa ngục, bạn có hai lựa chọn: chấp nhận nó hoặc tìm một cơ hội mới phù hợp hơn với mình.

Tôi luôn thận trọng khi khách hàng quá lo lắng, buồn phiền về những việc xảy ra tại công ty và cảm thấy họ đang bị loại ra khỏi các cuộc họp quan trọng, không được trao

những cơ hội xứng đáng và con đường thẳng tiến của họ bị cản lại bởi đàn ông đã giành nó ngay trước họ mất rồi.

Không có gã đàn ông bình thường nào không nhận thức được rằng những người thực hiện tốt công việc sẽ có được bất cứ cái gì họ muốn nếu người đó đang giúp công ty kiếm ra tiền. Tôi làm việc với một vài nữ luật sư mong muốn trở thành cổ đông góp vốn trong các công ty họ đang làm. Dường như các đồng nghiệp nam trong công ty có xác suất trở thành cổ đông góp vốn cao hơn họ và họ cảm thấy thất vọng vì không được để ý đến. Họ bắt đầu cho rằng cách đối xử đó là có ý nhắm vào họ và trở nên giận dữ.

Họ nói với tôi: “Tôi đã trung thành với công ty. Tôi làm việc siêng năng và chăm chỉ. Tôi làm việc thêm giờ. Tôi luôn có mặt mỗi khi họ yêu cầu. Công việc của tôi không thể chệch vào đâu được.” Tôi hỏi lại họ: “Thế theo chị thì để trở thành cổ đông góp vốn cần phải có những điều kiện gì?”

Họ trả lời: “Anh cần phải là một luật sư thật giỏi và là đại diện ưu tú của công ty. Anh phải có chuyên môn thật tốt trong một lĩnh vực luật nào đó. Anh phải giúp xây dựng và phát triển công ty. Anh phải có lợi ích dài hạn gắn liền với sự thành công của công ty. Anh phải có ảnh hưởng trong cộng đồng và nhiều thứ tương tự khác nữa.”

Tôi đáp lại: “Tôi vừa chợt nghĩ ra một điều là không chỉ mỗi năng lực giúp chị trở thành cổ đông góp vốn mà chị còn phải quay lại kiểm soát cuộc đời mình như một luật sư nữa. Chị nói rằng xây dựng và phát triển công ty là điều kiện tiên quyết để trở thành một cổ đông góp vốn. Theo suy đoán của tôi, các cổ đông góp vốn trong công ty chị mang về nhiều công việc kinh doanh cho công ty hơn phần việc họ có thể thực thi. Họ đang tạo dựng nên giá trị của công ty với các khách hàng mới mà họ thu hút được bằng uy tín, danh tiếng của họ và các mối quan hệ cộng đồng. Tôi nói điều này có đúng không?”

Nữ khách hàng của tôi trả lời: “Vâng, tôi nghĩ công bằng mà nói thì đúng là như vậy.”

Bây giờ chính là thời điểm cho câu hỏi khó khăn và tôi luôn nhận được cùng một câu trả lời: “Chị có mang về cho công ty nhiều công việc hơn phần chị có thể xử lý hay có thể phục vụ các khách hàng, những người đến vì nghe tiếng tăm chị hoặc được ai đó giới thiệu đến chị không?”

Các nữ khách hàng của tôi thường nở một nụ cười ngượng nghịu và nói: “Thường thì tôi chỉ làm phần công việc của tôi. Tôi không kiếm được nhiều việc cho công ty.”

Gần như sau khi nói ra điều này, nữ khách hàng đó sẽ nhận ra bức tường thủy tinh trong suốt ngăn cách họ với những cổ đông góp vốn không phải để cản bước họ tiến lên mà để ngăn cách những kẻ tự kiếm tìm thức ăn cho mình và những kẻ được người khác cho ăn. Trong kinh doanh, những người có khả năng săn tìm công việc và cơ hội sẽ làm lãnh đạo còn những người thực hiện công việc sẵn có tất nhiên sẽ là lính.

Bằng cách hiểu sâu sắc việc một nữ luật sư với 15 năm làm việc mà vẫn chưa trở thành

cổ đông góp vốn không phải vì trả thù cá nhân, bản thân người đó có thể nắm bắt được lý do tại sao đề nghị trở thành cổ đông góp vốn vẫn chưa được đưa ra. Xét trên lập trường kinh doanh, đơn giản là cô ấy không mang đến đủ lượng công việc cần thiết để khiến quy tắc vàng có hiệu lực cho bản thân mình. Tôi không phải là luật sư nhưng trong vai trò là một nhà phát triển kinh doanh, theo ước lượng của tôi thì nếu là một luật sư, bất kể giới tính gì, mang về cho công ty công việc trị giá khoảng 750.000 đến 1.000.000 đôla thì cô ấy hoặc anh ấy sẽ nằm trong danh sách những người tiềm năng nhất để trở thành một cổ đông góp vốn trong mắt của những cổ đông góp vốn hiện tại. Nếu những cổ đông góp vốn hiện tại không đề nghị cô ấy hoặc anh ấy trở thành cổ đông góp vốn thì luật sư đó nên rời công ty cũ và bắt đầu với một công ty mới. Nếu bạn chỉ đơn thuần kiếm đủ tiền cho công ty để họ trang trải chi phí cho tiền lương của chính bạn và các phụ phí khác thì tại sao họ lại muốn chia sẻ cổ phần của công ty cho bạn?

Tự do kinh doanh là một hệ thống tuyệt vời trên khía cạnh những ngành nghề kinh doanh cũng như những doanh nhân có nỗ lực cao, tầm nhìn xa, suy nghĩ sâu sắc và nhanh nhất sẽ chiếm lĩnh những vị trí hàng đầu của thị trường. Những cá nhân chú tâm vào việc cho rằng các ý kiến chĩa vào mình và trở nên giận dữ sẽ bị vượt qua bởi những cá nhân hiểu rằng kinh doanh chỉ đơn giản là kinh doanh mà thôi.

7

7. TRÌNH BÀY CÁC Ý TƯỞNG DƯỚI DẠNG CÂU HỎI

Bạn đã bao giờ...

1. Cố gắng xây dựng sự đồng thuận bằng cách lấy một trong những ý tưởng của mình và nói với mọi người trong đội hãy nghĩ về nó.
2. Đặt vấn đề về một ý tưởng nào đó có phải là một ý tưởng hay hay không dù bạn biết rõ ý tưởng đó thật sự hay?
3. Có một ý tưởng bị người khác phủ định dù họ không biết tường tận về ý tưởng đó?

Hãy thử trả lời một số câu hỏi nhanh dưới đây để xem bạn đã bao giờ cho đi quyền lực của mình bằng cách trình bày những ý tưởng tuyệt vời dưới dạng các câu hỏi và rồi bị các Alpha Male loại bỏ:

Điều này thường xảy đến với phần lớn phụ nữ dù họ không mong đợi chúng. Họ không nhận ra được họ trình bày ý tưởng dưới dạng các câu hỏi ở cấp độ thường xuyên như thế nào. Phụ nữ là những nhà kiến tạo đồng thuận bẩm sinh và chắc hẳn phụ nữ cũng là người cảm thấy lo lắng và quá chú trọng vào việc có được sự tán đồng từ các thành viên trong nhóm. Đây là thế mạnh trong kinh doanh. Tuy nhiên, khi phụ nữ thể hiện ý tưởng của mình dưới dạng các câu hỏi, đàn ông lại hiểu ý tưởng đó chỉ mới thoáng qua đầu người phụ nữ đó mà thôi và cho rằng họ đã không thực sự chuẩn bị cho cuộc họp từ đó sẽ dẫn đến việc ý tưởng bị loại bỏ.

Ý tưởng của bạn	Cách thức được bạn sử dụng để giới thiệu ý tưởng đó
Thâm nhập vào một thị trường mới để tận dụng lợi thế của cơ hội.	"Mọi người nghĩ sao về việc mở một văn phòng ở San Francisco?"
Tăng thêm nhân viên nhằm tạo điều kiện cho những người phụ trách bán hàng có nhiều thời gian hơn cho việc hoàn thành tốt các giao dịch.	"Tăng cường sự hỗ trợ cho đội bán hàng có phải là một ý tưởng hay không mọi người nhỉ?"
Theo đuổi một khách hàng cao cấp của đối thủ bởi bạn biết rằng họ đang không vui.	"Các bạn nghĩ sao nếu chúng ta có thể bắt đầu hành động để cướp lấy khách hàng của họ?"
Cắt giảm các chi phí để khiến một bộ phận sinh lãi trong ngắn hạn cho đến khi doanh thu tăng lên.	"Các bạn có nghĩ rằng bộ phận này sẽ có lãi hơn nếu chúng ta cắt giảm một vài chi phí không?"
Nếu chúng ta có thái độ mến khách, chúng ta có thể thu hút các khách hàng mới đến với công ty.	"Các bạn có cho rằng nếu chúng ta có thái độ mến khách thì chúng ta có thể thu hút các khách hàng mới không?"
Bạn có những thông tin đã được chứng minh rằng tồn tại	"Có đáng cho chúng ta khảo sát thị trường người Ý

một thị trường có giới hạn mà công ty bạn có thể hoạt động sinh lãi.

sống ở thành phố New York không nhỉ? Có thể có một vài cơ hội ở đó đấy.”

Hãy cân nhắc và xem xét: cách bạn chia sẻ ý tưởng của mình. Thay vì hỏi “Các bạn có nghĩ rằng sáp nhập sẽ là một ý tưởng hay không?” hãy điều chỉnh và nói: “Tôi nghĩ rằng sáp nhập là một ý tưởng tuyệt vời bởi nó sẽ gia tăng khả năng sinh lợi, làm ổn định thị trường của chúng ta và cắt giảm các chi phí.” Ví dụ thứ hai cho phép bạn đưa ra ý kiến của mình, đồng thời nêu ra lý do để hỗ trợ cho quan điểm của bạn. Ngay cả khi các đồng nghiệp không đồng ý với bạn thì nó cũng cho mọi người thấy rằng bạn đã đầu tư thời gian để chứng minh cho luận điểm của mình. Điều này sẽ gợi mở việc thảo luận, cho phép gia tăng những cuộc bàn luận hoặc các khẳng định nội bộ về bạn và quan điểm của công ty bạn.

Sau đây là bốn đề xuất về cách làm thế nào để chuẩn bị và cảm thấy thoải mái khi đưa ra các ý tưởng với sự chính trực và lòng tự tin.

Thực hiện nghiên cứu của bạn

Khi bạn có các ý tưởng muốn được xem xét, bước đi đầu tiên nên làm là hợp lý hóa lý do tại sao bạn lại quan tâm đến đề tài này. Không ai thích nhận các ý tưởng do ai đó ném cho rồi vứt đó, trừ phi điều này xảy ra trong một phiên thảo luận tự do. Nếu bạn đưa ra các ý tưởng mà chưa suy nghĩ kỹ càng, bạn sẽ nhanh chóng đánh mất sự tín nhiệm của mình.

Một vài tuần trước cuộc bầu cử liên bang ở Canada, tôi dùng bữa tối với một người bạn và tôi đã hỏi cô ấy nghĩ mình sẽ ủng hộ cho ứng viên nào. Cô ấy đưa ra tên một đảng, khi tôi hỏi tại sao cô ấy chọn họ, cô ấy nói rằng cô ấy thích điều họ nói. Khi tôi nài ép cô ấy nhiều thông tin hơn, cô ấy tìm cách né tránh câu hỏi bởi cô chưa hề đọc bất cứ chính sách nào mà chỉ lắng nghe những người cô ấy thích nói về cách họ sẽ được bầu lên ra sao.

Cách tốt nhất để có được sự tín nhiệm trong bất cứ cuộc thảo luận nào là chia sẻ những ý tưởng bạn đã suy nghĩ cẩn thận bằng niềm đam mê và kiến thức của mình. Mọi người có thể không đồng ý nhưng họ sẽ tôn trọng bạn bởi khả năng diễn giải ý tưởng ngắn gọn, súc tích và có niềm tin sâu sắc vào ý tưởng đó.

Nắm bắt cơ hội

Thỉnh thoảng bạn phải suy nghĩ lại những ý tưởng ban đầu của mình khi có nhiều thông tin hơn được hé lộ. Chúng ta ra các quyết định dựa trên kinh nghiệm mình có và tôi đã trải nghiệm nhiều trường hợp trước đó tôi cứ nghĩ là mình đúng nhưng về sau hóa ra lại sai. Chẳng vẻ vang gì khi bạn cứ lưỡng lự và chờ thời điểm lý tưởng để phát biểu một ý tưởng. Thỉnh thoảng, bạn phải đánh giá tình hình, phát triển ý tưởng và đưa nó ra để mọi người suy xét. Bạn có thể đúng, có thể sai, nhưng cuối cùng bạn đã là người tiên phong thực hiện công việc phát triển ý tưởng và mọi người sẽ đánh giá cao điều đó.

Chuẩn bị cho những mâu thuẫn sáng tạo

Mỗi lần bạn đưa ra một ý tưởng sẽ có một số người thích và một số khác sẽ ghét nó. Điều này là lẽ thường để mọi việc phát triển. Theo kinh nghiệm của tôi, tỉ lệ là khoảng 50/50. Khi các chuyên gia lão luyện không đồng ý nhưng lại tôn trọng ý tưởng của bạn, một giải pháp tốt hơn thường được hình thành từ những bất đồng đó. Đừng né tránh những mâu thuẫn hay bất đồng mà hãy xem nó như một lợi khí cho sự phát triển.

Sau cùng, có thể vẫn chưa đạt được thỏa thuận. Phần quan trọng nhất trong việc đưa ra ý tưởng của bạn chắc chắn là để mọi người nghe những gì bạn nói và bạn nghe được những lời nhận xét của họ. Trong kinh doanh, các chuyên gia thường chú tâm vào điều họ sẽ phát biểu tiếp theo thay vì chủ động lắng nghe người khác khi họ nói. Đầu tiên phải hiểu, sau đó mới được hiểu. Nếu bạn dùng vũ lực với các ý tưởng đối nghịch bằng cách cố gắng không nghĩ về những điều họ phải nói, bạn đang làm hại chính mình thấy.

Hãy tự tin chia sẻ các ý tưởng của mình

Việc bạn cố gắng trở nên ngoan ngoãn, để bảo không cho bạn cơ hội được mọi người lắng nghe. Hãy nhớ rằng sự tự tin sẽ tạo ra sức cuốn hút, nếu bạn đang làm việc hợp lý và đưa công việc kinh doanh lên một thang bậc mới, sẽ có một vài người không đồng ý với bạn bởi trong suy nghĩ của họ, sự thay đổi là không tốt.

Hãy hình dung nếu Christopher Columbus đã nói: “Tôi tự hỏi liệu có ai đó nghĩ rằng Trái đất có thể không phẳng không? Các bạn có nghĩ rằng Trái đất có thể có hình dạng tròn không?” Thay vào đó, ông ấy đã nói: “Trái Đất tròn và tôi sẽ cố gắng để chứng minh điều đó. Ai sẽ tham gia cùng tôi nào?” Số người chê bai, dè bĩu ông ấy nhiều ngang với số người ủng hộ, nhưng cuối cùng ông ấy vẫn được mọi người nhớ đến là một nhà thám hiểm đầy tự tin và có khả năng nhìn xa trông rộng. Để có được thành công, bạn phải chèo mạnh, cưỡi trên sóng và điều khiển con thuyền lướt đi.

8. GIẢI THÍCH CHO SỰ VIỆC ĐÃ XẢY RA

Đã bao giờ bạn gặp điều gì đó diễn ra không như mong đợi và bạn chia sẻ với người khác những suy nghĩ của mình về lý do tại sao mọi việc lại trở nên như vậy? Bạn đã bao giờ cảm thấy bạn nợ ai đó một lời giải thích cho những gì đã xảy ra không? Ngay lúc bạn nói ra lý do để xin lỗi, về cơ bản bạn đã để người kia định đoạt số phận của mình. Bây giờ thì lời phán quyết cho lý do bạn đưa ra có hợp lý hay không hoàn toàn tùy thuộc vào người kia.

Đàn ông nhìn nhau và tròn mắt khi phụ nữ đột nhiên nói ra nguyên do để xin lỗi vì điều gì đó đã xảy ra. Bởi chúng tôi là người bị mục tiêu dẫn dắt, chúng tôi không quan tâm đến cái gì xen vào đường đến mục tiêu. Hoặc bạn làm gì đó hoặc không. Chúng tôi không quan tâm tại sao sự việc đó lại không xảy ra; chúng tôi chỉ quan tâm khi nào nó sẽ xảy ra và bạn sẽ thực hiện như thế nào để khiến nó xảy ra. Hãy cho phép tôi trao cho bạn “những ghi chép của Chris” về các lý do để xin lỗi.

Không ai quan tâm

Khi bạn nói ra nguyên do tại sao bạn hành động như vậy, bạn nghĩ lúc đó là mình đang đưa ra lời giải thích, điều này nghĩa là bạn đang thảo luận về quá trình, thứ chúng tôi không hề quan tâm đến. Nó khiến chúng tôi cảm thấy bạn đang sẵn lòng lãng phí nhiều thời gian hơn bằng cách cố gắng giải thích lý do tại sao bạn lại không thể làm điều gì đó. Thay vì đưa ra lời giải thích tại sao bạn lại để sự việc xảy ra như vậy, hãy tìm cách giải quyết và thực hiện điều đó ngay. Lý do bào chữa chỉ là một cách khác để phung phí thời gian mà thôi.

Từ bỏ quyền lực của bạn

Khi nói ra lý do bào chữa, bạn đã trải những hành động của mình ra cho những lời phê phán chỉ trích. Lý do đó sẽ được phân tích bởi bất cứ ai nghe được nó và họ sẽ là người quyết định xem liệu lý do bào chữa cho việc không hoàn thành công việc của bạn hợp lý hay không hợp lý. Điều này hủy hoại hoàn toàn quyền uy của một doanh nhân chuyên nghiệp bởi bạn đang cho phép người khác phán xét những hành động của mình. Những người khác nghĩ gì không quan trọng. Hãy cho phép tôi đưa ra một ví dụ để mô tả quan điểm này.

Stacy đến cuộc họp hội đồng muện bởi gia đình có chuyện đột xuất. Cô ấy trễ mất 15 phút và vị chủ tịch đã phải sắp xếp lại chương trình nghị sự để giải thích cho sự chậm trễ

của cô ấy. Cô ấy là một trong số ba phụ nữ thuộc hội đồng gồm 15 người. Cô ấy đã nói như thế này khi bước vào:

“Chào mọi người, xin lỗi vì tôi đến trễ. Con gái tôi tới qua ôm trong khi trường học không cho phép trẻ em đến trường nếu bọn trẻ không khỏe. Vậy nên tôi phải cố gắng tìm thuê dịch vụ trông trẻ. Lúc tôi bắt được taxi thì đã 9 giờ mất rồi. Xin lỗi mọi người nhé.”

Khi Stacy trình bày điều này với cả nhóm, những người phụ nữ gật đầu. Họ hiểu được những thách thức xảy ra trong việc cân bằng giữa sự nghiệp và cuộc sống gia đình. Đàn ông, mặt khác, lại nghĩ rằng:

- “Tại sao cô lại lãng phí thời gian bằng lời giải thích ngớ ngẩn đó vậy?”
- “Tôi không quan tâm. Tôi không quan tâm. Tôi không quan tâm. Cô chỉ việc ngồi xuống để chúng tôi có thể tiếp tục buổi họp.”
- “Đừng tin Stacy sẽ có trách nhiệm, cô ta sẽ thổi bay nó nếu con cô ta ốm!”
- “Tại sao bạn không phòng đến trường họp này trước khi bạn thực sự cần đến nó?”
- “Chúng ta có thể tiếp tục buổi họp được chưa?”
- “Thật lâm ly và cảm động.”

Stacy đã tự trải mình ra để nhận những lời chỉ trích về khả năng của mình. Cô ấy nghĩ rằng lời giải thích sẽ trao cho họ thông tin để hiểu những thách thức cô ấy phải đối mặt, nhưng những gì cô ấy thực sự đã làm là trao cho họ đủ lượng thông tin để phán xét hành động của cô. Stacy đã trao quyền lực của mình cho những người trong phòng họp.

Đây là những điều Stacy nên nói để thừa nhận là cô ấy đã không đáp ứng được lòng mong đợi của nhóm và cùng lúc lại có thể giữ được quyền lực của mình: “Tôi muốn nói lời xin lỗi cho sự chậm trễ của mình. Tôi luôn đánh giá cao việc mình là một thành viên của hội đồng và tôi sẽ tìm cách để sai lầm này không bao giờ xảy ra thêm lần nào nữa.”

Tiếp cận tình huống theo hướng này, cô ấy đang thừa nhận rằng cô đã không đáp ứng lòng mong đợi và sẽ hành động để tránh lặp lại sai lầm. Vậy là xong! Không có thông tin gì về những việc đã xảy ra, tại sao nó lại xảy ra và những thứ tương tự. Những lời nói đó không hề quan trọng với những người đàn ông.

Nếu có gã đàn ông nào đó trong nhóm muốn loại bỏ cô ấy, anh ta sẽ cố gắng gài bẫy sao cho cô ấy phải tiết lộ lý do tại sao đến muộn bằng cách hỏi: “Điều gì xảy ra vậy?” hay “Tôi hi vọng mọi thứ đều ổn.” Cô ấy chỉ nên đáp lại anh ta rằng đó chỉ là một vấn đề mang tính cá nhân mà thôi. Nó sẽ ngăn anh ta hỏi tiếp và tất cả họ có thể quay trở lại bàn thảo về công việc kinh doanh. Đừng mắc bẫy! Bạn không phải đưa ra lý do bào chữa cho sự việc đã xảy ra với bất cứ ai cả.

Vợ tôi, Jacqui, là một nữ doanh nhân đầy quyền lực, tôi thường trêu đùa cô ấy về vấn đề nói ra lý do bào chữa cho hành động của cô ấy. Tôi sẽ gài bẫy cô ấy để xem liệu tôi có thể có được lý do bào chữa từ cô ấy hay không và cô ấy tỏ ra cực kỳ thành thạo trong việc từ chối cung cấp cho tôi những thông tin đó.

Khi còn học ở trường luật, cô ấy làm việc với một vị giáo sư thực hiện dự án nghiên cứu về Liên Hợp Quốc. Vào một buổi sáng, cô ấy cảm thấy trong người không khỏe và bảo tôi rằng cô ấy sẽ gọi điện đến văn phòng xin nghỉ. Tôi đề nghị cô ấy đừng nói lý do với vị giáo sư, chỉ cần nói khi nào cô ấy sẽ có thể đi làm trở lại. Cô ấy nhìn tôi cau kính và nói: “Em không trình bày những lý do giải thích cho hành động của mình sao?”

Tôi mỉm cười với cô ấy và nói: “Rồi chúng ta sẽ thấy.” Jacqui lộ vẻ đầy quyết tâm và nhắc điện thoại lên.

Cô ấy gọi cho vị giáo sư và nói: “Chào Tiến sĩ Jones, em là Jacqueline Flett, em sẽ không đến văn phòng được vào sáng hôm nay ạ.” Cô ấy ngừng nói và nhìn tôi. Tôi phải thừa nhận là mình hơi sững sốt, tôi chuẩn bị vỗ tay hoan hô thì cô ấy tiếp tục: “Sáng nay em cảm thấy không khỏe. Đêm qua em bắt đầu có cảm giác mình ốm, nhưng em nghĩ chắc là sáng nay mình sẽ đỡ hơn nhưng thực tế lại không phải vậy.”

Tôi bắt đầu cười mỉm và nói to: “Xin lỗi!” Cô ấy trừng mắt với tôi và tiếp tục trình bày chi tiết về vấn đề cô ấy không được khỏe với vị giáo sư. Cô ấy im lặng rồi nói: “Thứ Ba lúc 11 giờ sáng,” và dập máy. Khi tôi hỏi cô ấy ông giáo sư nói gì, cô ấy bảo: “Tất cả những gì ông ấy muốn biết là khi nào thì em có thể đi làm trở lại.” Tôi cười lớn và nói với cô ấy: “Một lý do xin lỗi thật đáng yêu.” Cô ấy đáp trả, “Đó không phải là lý do để xin lỗi, đó chỉ là lời giải thích!”

Phụ nữ là những người truyền đạt tốt hơn đàn ông và thích trình bày cụ thể để thêm thắt màu mè cho những câu chuyện của họ. Vấn đề ở đây là phụ nữ chia sẻ các ý tưởng tập trung vào quá trình, chứ không phải là mục đích. Tất cả thông tin mà giáo sư của Jacqui muốn biết là khi nào cô ấy có thể đi làm trở lại (mục đích). Như một quy tắc chung, khi nói chuyện với phụ nữ, hãy thêm mắm thêm muối vào, còn khi nói chuyện với đàn ông hãy cho họ thông tin dưới hình thức liên quan đến mục đích. Đây là điều Jacqui đáng lẽ nên nói, nó sẽ thu ngắn cuộc đàm thoại và làm vị giáo sư hài lòng hơn: “Chào Tiến sĩ Jones, em không thể đến văn phòng hôm nay được, nhưng em sẽ đi làm trở lại vào sáng thứ Ba. Mong được nói chuyện với thầy sớm.” Đó là tất cả những điều vị giáo sư cần biết.

Tìm kiếm sự cảm thông

Khi đưa ra lý do bào chữa cho hành động của mình, điều bạn thực sự đang tìm kiếm là sự cảm thông. Khi bạn tìm kiếm sự cảm thông, bạn đã từ bỏ uy quyền của mình. Đừng làm điều này. Những gì người khác nghĩ không quan trọng. Tôi biết để nghe và tin những gì tôi vừa nói là khó khăn, nhưng cuối cùng, nếu bạn đang làm hết sức mình, đó là tất cả những gì bạn có thể đưa ra. Những người khác nghĩ lý do bạn không làm điều gì đó là tốt hay không tốt không phải là vấn đề quan trọng. Bạn hoặc làm điều gì đó hoặc không.

Nếu bạn đã thực hiện điều đó, thật tuyệt. Nếu bạn không thực hiện thì dự định tiếp theo của bạn sẽ như thế nào? Đừng là một chú cún xinh xắn để được xoa nhẹ vào đầu. Bạn là một người phụ nữ mạnh mẽ và kiêu hãnh. Hãy lựa chọn và hành động theo hình ảnh đó.

Bạn không cần ai đó để chứng minh sự tồn tại của mình là đúng. Mỗi lần bạn muốn sự cảm thông từ mọi người với lý do bào chữa của mình là một lần bạn đang tìm kiếm cái xoa nhẹ vào đầu như chú cún kia, và mọi đàn ông đều biết điều đó. Bạn đang đặt bản thân trong vai diễn “đồ khốn” (dễ quy phục) với những người đàn ông mạnh mẽ hơn. Bạn không nên diễn vai đó.

9

9. CÔNG KHAI TUYÊN CHIẾN

Đã bao giờ bạn...

1. Bị kéo vào cuộc xung đột với một người bạn tại nơi làm việc?
2. Cảm thấy bị đối xử bất công và quyết định công khai đánh động sự chú ý của mọi người với sự bất công tại nơi làm việc?
3. Lớn tiếng phản đối một việc nào đó mà người khác đã thực hiện nhưng bạn không đồng ý?
4. Bảo người khác sai trước mặt các đồng nghiệp, ông chủ hay khách hàng của họ?

Một trong những khía cạnh dễ nhận thấy nhất về sự khác biệt đàn ông và phụ nữ trong công việc là cách chúng tôi săn đuổi nhau. Phụ nữ vạch những khẩu đại bác ra, chuẩn bị kế hoạch trả thù và sẵn sàng chiến đấu.

Trong khi đó, đàn ông sẽ tấn công như những con cá mập. Bạn không nhìn thấy cá mập đang tiến đến; không thể lần theo dấu vết của nó hay biết thời điểm nào để ngóng đợi nó. Nó xuất hiện bất thành linh và sau đó bạn chỉ có thể gộp nhặt những mảnh còn sót lại. Khi tấn công, chúng tôi không muốn bất cứ ai nhìn thấy hoặc có thể lần theo dấu vết của chúng tôi. Ngược lại, phụ nữ bước lại gần và dùng dao đâm cả trước lẫn sau. Đàn ông chỉ bước lùi lại, miệng há hốc ra vì kinh ngạc. Có ba điều đàn ông quan sát thấy khi họ xem phụ nữ săn đuổi một đồng nghiệp trong quá trình sắp đặt công việc kinh doanh. Sau đây là một trong những ví dụ điển hình:

Tôi làm việc cùng với hai phụ nữ trong một công ty cung cấp dịch vụ công ích ngay sau khi rời trường đại học. Một người tên là Debbie, người còn lại tên là Beth. Họ giống nhau như hai giọt nước. Một người làm việc ở bộ phận tiếp thị và người kia ở bộ phận nhãn hiệu. Họ là những người bạn rất thân. Một người mang xúc xích, người kia sẽ mang bánh mì; một người mang salad, người kia sẽ mang gia vị. Họ dùng bữa trưa cùng nhau mỗi ngày và tán chuyện về cuộc sống. Một ngày kia, khi tôi đang đứng ở máy photocopy, Debbie tiến lại gần tôi. Cô ấy nói: “Anh có biết Beth không?” Tôi đáp lời: “Tôi có” (dĩ nhiên tôi biết cô ấy – thường ngày, họ gắn chặt như hình với bóng). Rồi Debbie nói tiếp: “Vâng, Beth là một gái điểm chính hiệu. Cô ta ngủ với gã trông coi máy photocopy đấy!” Tôi nhìn vào mắt Debbie, vợ lấy tập tài liệu vừa sao chép và quay trở lại bàn làm việc của mình. Thật không thể tin được. Ai lại nói điều đó với một đồng nghiệp, đặc biệt lại là một Alpha Male? Sau ngày hôm đó, Beth tiến đến gần tôi và nói: “Anh biết Debbie không? Cô ta là một người mẹ xấu xa. Cô ta đi dã ngoại tiệc tùng với tôi vào những ngày nghỉ cuối tuần và để những đứa trẻ ở nhà với bà ngoại. Thật là một con đàn bà đĩ thõa!” Thật là khôi hài. Debbie đi dã ngoại không phải

là vấn đề xấu xa cho đến khi họ cãi vã và trở mặt thành kẻ thù. Hai nữ chuyên viên này sẽ từ từ khiến hai bộ phận họ đang làm việc đến tình trạng chỉ trích nhau gay gắt. Điều họ thực sự đang làm là cố gắng tạo ra các nhóm chống đối lẫn nhau.

Tôi nghe một người trong số họ nói: “Với những việc đã xảy ra, cậu có nghĩ là tớ phản ứng quá dữ dội không?” Nếu người kia nói: “Không” thì cô gái sẽ kết nạp người đó vào nhóm của cô ta. Nếu người kia cho rằng cô ấy phản ứng quá dữ dội, cô ấy sẽ nói: “Cậu chẳng biết gì, cậu đâu có ở đó lúc ấy!” và gạch tên người đó ra khỏi danh sách đồng minh. Điều cả hai đều đã thực hiện thành công là cho tất cả Alpha biết rằng không bao giờ nên tin tưởng họ.

Sau đây là một vài sự việc tôi đã chứng kiến và những người đàn ông bàn luận như thế nào khi phụ nữ xông vào đánh nhau hoặc thậm chí ngay cả khi họ cố gắng săn đuổi một gã đàn ông nào đó.

Phụ Nữ Thể Hiện Căm Thù Khi Lòng Tin Đổ Vỡ

Khi phụ nữ săn đuổi ai đó, họ sẽ dùng toàn bộ sức lực của mình để tiến lên phía trước, ngập tràn cảm xúc, coi những lời phê bình là hoàn toàn nhắm vào họ và nổi điên lên, tấn công vào những điểm yếu chết người của đối thủ. Thường thì họ tự đốt cháy mình để lôi người mà họ nghĩ đã đối xử bất công với họ ra ngoài. Bị lửa giận thiêu đốt, họ quên đây là cách tiếp cận rất liều lĩnh. Phụ nữ quên mất môi trường mình đang làm việc và nếu họ có nhớ đi nữa thì chắc cũng không quan tâm.

Đàn ông gọi cuộc chiến này là miêu chiến, hay “những con gà mái mổ vào nhau.” Đây là một cách tồi tệ để phụ nữ từ bỏ quyền uy của mình xuất phát từ sự đổ vỡ lòng tin giữa người phụ nữ và cộng sự của họ.

Xói mòn lòng tin về những điều đã được chia sẻ (nói ra những bí mật)

Một khi cuộc tấn công xảy ra, phụ nữ sẽ tìm kiếm xung quanh mình những người ủng hộ hành động của cô ấy. Cô ấy sẽ bắt đầu với những người tỏ ra thông cảm với tình cảnh của cô. Mặc dù nam giới sẽ gạt đầu thể hiện sự tán thành nhưng họ lại đang nghĩ: “Cô gái này chắc bị bệnh tâm thần rồi!”

Bạn sẽ nghe cô ấy đưa ra những nhận xét kiểu như:

- “Tôi phải làm gì đây, anh ta đã đánh cắp ý tưởng của tôi!”
- “Tôi không phải là người khơi mào cho chuyện này! Cô ta gây chuyện trước!”
- “Tôi đã đến điểm giới hạn của mình rồi! Nếu cậu ở đó lúc ấy, cậu sẽ làm gì?”
- “Tôi không thể nghĩ ra ai ở hoàn cảnh ấy mà không hành động giống như tôi!”
- “Đó là những gì anh ta phải nhận khi xen vào đường đi của tôi!”
- “Tôi đã cảnh cáo anh ta đang ép tôi phải hành xử như vậy!”

Sau cuộc tấn công, mọi người sẽ cố gắng tránh dính dáng đến việc của cô ấy. Đây không phải là do họ sợ; đúng hơn, họ không muốn liên quan đến cô. Không hề biết điều đó, cô ấy đã tự tách mình ra khỏi nhóm. Cô ấy cần một khoảng thời gian khó khăn để vượt qua, chủ yếu là do không có ai nói với cô ấy rằng cô đã bị mọi người quyết định ngầm loại ra khỏi nhóm.

Xói mòn lòng tin về những điều đã được chia sẻ (nói ra những bí mật)

Người này là một sát thủ. Khi một phụ nữ bị khinh miệt và sẵn sàng tấn công vào điểm yếu của người nào đó, cô ta bắt đầu nói ra những bí mật cô ta biết về người đó cho tất cả mọi người. Găng tay đã được gỡ bỏ và sự sáng suốt đã bay đi mất. Bất cứ điều gì được nói ra trong những lúc giải bày tâm sự thì nay đều trở thành những câu chuyện giễu cợt trong nỗ lực phá hoại uy tín và danh tiếng của người khác.

Cách nhanh nhất gây xói mòn tính chính trực và từ bỏ quyền uy của bạn là công khai tuyên chiến với một đồng sự. Bạn đã tự bêu riếu mình, bạn cho người khác một lý do tuyệt vời để tống khứ bạn đi và bạn đã cho thấy mình hoàn toàn không thể kiểm soát được cảm xúc của bản thân. Nếu có lý do để tấn công, hãy làm điều này với sự sáng suốt, nhưng đừng để lại dấu vết và đừng để họ thấy được cuộc tấn công đang đến gần.

10. KHÔNG BIẾT GIỮ BÍ MẬT

Bạn đã bao giờ...

1. Hứa sẽ giữ bí mật giúp ai đó nhưng rồi lại chia sẻ với người bạn tin tưởng ở nơi làm việc?
2. Biết một bí mật công việc nào đó và kể cho vợ/chồng của bạn hoặc ai đó trong gia đình?
3. Tiết lộ những bí mật sau khi nghỉ việc?
4. Nói về sự tranh giành quyền lực giữa hai hay nhiều người tại nơi làm việc?
5. Nói ra một tình huống khó chịu mà bạn đã chứng kiến tại nơi làm việc?
6. Chia sẻ một số chuyện ngòi lê đôi mách thú vị mà bạn nghe mọi người đồn đại?
7. Chia sẻ những tin đồn về công ty khác mà bạn nghe được với bạn bè hoặc tại nơi làm việc của bạn?

Đàn ông cho rằng không nên kể cho phụ nữ nghe bất cứ điều gì mà họ không muốn cho cả thế giới biết. Chúng tôi đã thấy những tin đồn lan nhanh như vũ bão và những ảnh hưởng của chúng. Một cách mặc định, những phụ nữ tôi gặp sẽ không được tôi tin tưởng trao cho các thông tin, và sau đó những người đó sẽ bắt đầu xây dựng được lòng tin với tôi. Trái lại, đàn ông khởi đầu với toàn bộ sự tin nhiệm, sau đó họ có thể đánh mất nó và kèm theo những hậu quả rất xấu.

Tôi biết nhiều người đang tròn xoe mắt nghĩ tôi đang khái quát hóa thành kiến về giới tính, nhưng bao nhiêu người trong chúng ta chưa từng chứng kiến phụ nữ kể những chuyện tuyệt đối không nên kể? Đàn ông có ngòi lê đôi mách không? Có. Chúng tôi có ngòi lê đôi mách những chuyện sẽ gây ra rắc rối không? Không. Phụ nữ dùng thông tin, đặc biệt là những thông tin nội bộ, như một loại của cải để kết thân với những phụ nữ khác. “Lẽ ra tớ không nên kể cho cậu nghe điều này, nhưng tớ biết cậu sẽ giữ bí mật.” Bạn đã bao giờ thốt ra câu này chưa? Bạn bắt đầu sử dụng nó từ thời cấp ba và chưa hề dừng lại. Tôi biết nhiều người trong các bạn đang nghĩ: Tôi không bao giờ kể chuyện ở nơi làm việc về chính những con người đang làm ở đó. Vâng, nhưng bạn có kể cho người bạn đời của mình hay gia đình không? Đàn ông gọi điều này là ngòi lê đôi mách bác cầu. Đàn ông kể cho vợ của họ biết điều gì xảy ra với công việc kinh doanh là hoàn toàn hợp lý, nhưng những câu chuyện đó luôn được tâm sự riêng tư. Tôi chia sẻ những câu chuyện với Jacqui, tôi hiểu rằng cô ấy là người duy nhất biết về những chuyện đó và rằng sẽ xảy ra những hậu quả không tốt nếu cô ấy đi thổ lộ với ai đó. Nói cách khác, cô ấy không nghe những chuyện nhạy cảm bởi nếu biết những điều đó, cô ấy cũng chẳng được lợi lộc gì, đàn ông không giống như phụ nữ, không cảm thấy vui sướng hay thích thú khi biết một bí mật nào đó. Đối với chúng tôi, nó còn hơn một gánh nặng. Từ những người bạn nữ của tôi, tôi biết ai đang ngủ với ai trong công ty

họ, họ đang theo đuổi những dự án mới nào, ai sắp bị sa thải và ai đang được tuyển dụng. Tôi có thể không ở công ty đó nhưng tôi biết những người trong công ty đó, và bây giờ tôi có những thông tin mình không được phép biết. Với vai trò xây dựng mối quan hệ, việc này có hiệu quả rất tốt. Với vai trò là vũ khí tiêu diệt sự tín nhiệm, nó thậm chí còn hiệu quả hơn nhiều lần. Đây là con đường tắt để bạn bị một Alpha Male loại bỏ.

Đàn ông có một quy tắc mà phụ nữ đã nghe đến nhưng không hoàn toàn hiểu được. Quy tắc đó bao gồm những điều như bạn không được nói chuyện thiếu tôn trọng về gia đình của những người đàn ông khác, bạn không được lên giường cùng với chị hay em gái của anh ta hoặc bất cứ cô gái nào anh ta đã hẹn hò và trên tất cả những thứ khác, bạn không được mách lẻo. Có hai loại đàn ông trong tù bị giam giữ để đề phòng người khác hãm hại họ: những kẻ gạ gẫm tình dục trẻ em và những gã mách lẻo. Trong mắt của một Alpha Male, hai loại này gần như giống nhau. Tôi biết điều sau đây sẽ gây ra nhiều tranh cãi, nhưng đàn ông phải có khả năng tin tưởng người khác để hoàn thành công việc. Nếu ai đó cam đoan với tôi họ sẽ giữ bí mật điều gì đó và rồi không giữ lời, tôi muốn lấy máu họ. Tôi muốn trừng phạt họ thật nghiêm khắc, nghiêm khắc đến nỗi họ sẽ cho rằng bàn tay của Chúa Trời đã giáng xuống từ thiên đường và nghiền nát cuộc đời của họ. Quả là hơi độc ác, nhưng thực tế thì một người đàn ông phải giữ lời hứa của mình, trong trường hợp anh ta không chỉ thất hứa mà còn chia sẻ những tin tức nhạy cảm của tôi cho người khác, tôi phải báo thù. Tôi mong anh ta giữ gìn bí mật của tôi; ngược lại, tôi lại trông đợi phụ nữ sẽ kể mọi điều chúng tôi nói với bạn bè, anh chị em, đồng nghiệp, chồng và bất cứ ai khác có thể thấy những chuyện đó là thú vị.

Alpha Male thử phụ nữ để xem họ có thể giữ bí mật được không. Chúng tôi sẽ kể cho một người phụ nữ nghe câu chuyện hoàn toàn giả dối nào đó và yêu cầu cô ấy đừng kể với ai khác, chúng tôi gọi việc này là “thả bóng lên trời”. Sau đó, chúng tôi sẽ chờ đợi xem liệu mình có nghe được mảnh ghép nhỏ nào của câu chuyện từ những người khác hay không. Thông thường, câu chuyện đó sẽ kể về điều gì tôi dễ dàng chứng minh rằng nó sai, do đó làm mất tín nhiệm người chia sẻ câu chuyện chứ không phải bản thân tôi. Cô ta không thể quay ngược lại tôi và khiến tôi điều đứng vì việc đó bởi cô ta biết câu chuyện phải được giữ bí mật, nên tôi chỉ cần bỏ cô ta ở đó và để mặc cô ta tiếp tục hủy hoại uy tín của mình. Nếu cô ta thực sự giữ được bí mật thì bây giờ tôi sẽ bắt đầu với những câu chuyện nửa sự thật nửa hư cấu. Một lần nữa, những câu chuyện này có đủ những yếu tố sai sự thật để cho phép tôi khiến cô ấy đánh mất sự tín nhiệm với những người được cô ấy kể cho nghe. Khi tôi nói với một người phụ nữ và thả bóng lên trời, tôi nói rõ với cô ấy rằng đây không phải là những hiểu biết thông thường và việc giữ kín thông tin sẽ giúp chúng tôi có lợi thế cạnh tranh. Dưới đây là một ví dụ:

Nếu tôi đang kết thúc thành công một thỏa thuận lớn, tôi có thể nói cho cô ấy biết chúng tôi đang thua lỗ và xem xét việc sa thải nhân công. Tôi yêu cầu cô ấy đừng nói bất cứ điều gì bởi tôi đang suy nghĩ để đưa ra quyết định cuối cùng. Do có một giao dịch lớn đang đến, việc cắt giảm nhân công là hoàn toàn trái ngược với điều những chủ doanh nghiệp thực thi và tôi sẽ ở vị thế mạnh hơn nếu cô ấy phản bội lại lòng tin của tôi. Sau đó, tôi chờ đợi và để mặc cô ấy, xem liệu cô ấy trung thành với tôi hay với những nhân công làm việc

cho tôi hơn. Nếu thông tin thực sự phản hồi trở lại, tôi sẽ phản bác lại nó và lúc đó cô ta sẽ trông giống như *Henny Penny*⁽¹⁾ chạy quanh và nói với mọi người rằng bầu trời đang rơi xuống và tôi lại để mặc cô ta ở đó tự hủy hoại uy tín của mình. Nếu cô ta đến gặp tôi và thắc mắc về những thông tin khác với thông tin trước đó, tôi sẽ tra hỏi tại sao cô ta lại nghĩ việc chia sẻ với người khác những điều tôi tâm sự riêng với cô ta là quan trọng, rồi tôi sẽ loại bỏ cô ta. Bạn hứa với tôi sau đó bội ước và hậu quả sẽ rất nặng nề.

Trong trường hợp khá hiếm hoi, câu chuyện giả dối tôi kể với một người phụ nữ được cô ấy giữ bí mật, sau đó cô ấy lại giữ kín những câu chuyện với nửa phần hư cấu nửa phần sự thật, tôi sẽ bắt đầu cho cô ấy biết những sự thật nho nhỏ - không có sự thật nào trong số đó sẽ gây thiệt hại lớn nếu chúng bị tiết lộ, nhưng chúng là những điều tôi không muốn cho mọi người biết. Nếu lại giữ được những bí mật đó, tôi sẽ hoàn toàn tin tưởng và chuyện trò thoải mái với cô ấy. Điều này sẽ cho cô ấy một vị thế vững chắc bởi cô ấy bắt đầu biết mọi thứ và điều này sẽ trở nên rất nguy hiểm nếu cô ấy phản bội lại tôi.

Có vài điểm then chốt bạn cần phải nhớ khi phải quản lý thông tin:

- Thông tin không phải là của bạn mà của người cung cấp thông tin đó. Hãy giữ nó với sự trân trọng.
- Bạn đã không giữ lời hứa là sẽ không tiết lộ bí mật ngay cả trong trường hợp bạn kể cho ai đó dù người đó sẽ không bao giờ tiếp xúc, gặp gỡ hay liên quan gì đến tình hình.
- Một khi bạn đã bội ước lòng tin, tất cả đàn ông sẽ biết rằng không thể đặt niềm tin vào bạn và sẽ tìm cách loại bỏ bạn ra khỏi đường đi của họ trong trường hợp bạn tình cờ biết được một vài thông tin riêng tư của họ.
- Người giữ những bí mật là người quyền lực và quan trọng nhất trong bất cứ phạm vi lĩnh vực nào. Nếu biết giữ bí mật, về sau, bạn đang đặt mình vào vị thế có thể yêu cầu sự giúp đỡ từ người khác.

Bất cứ khi nào bạn nghĩ rằng sẽ chia sẻ một bí mật với ai đó, hãy suy nghĩ việc cho phép họ đọc to nhật ký của mình trước mặt đồng nghiệp của bạn.

Có một vài ngoại lệ trong trường hợp này: khi sự an toàn thân thể của ai đó đang ở trong tình trạng nguy hiểm hoặc nếu những hành động tội ác đang được thực hiện (hãy nghĩ đến trường hợp của công ty Enron). Tôi không nói đến trường hợp ai đó sẽ bị mất việc hay không được đề bạt. Ý tôi là những nguy hiểm thực sự với họ. Mặc dù việc bạn sẽ làm đó là mách lẻo, tôi nghĩ bạn vẫn phải sống thật với chính bản thân mình và thực hiện những việc bạn cho là đúng.

Năm ngoái, tôi bước vào một quán rượu ở Vancouver và nhìn thấy người tạo mẫu tóc của Jacqui đang ngồi tại quầy với một gã không phải là bạn trai của cô ấy. Tôi biết bạn trai cô ấy do cùng tham dự những buổi tiệc tùng trước đó và khi tôi nhìn thấy cô ấy cùng gã trai khác, tôi chỉ rảo bước ngang qua cô ấy. Cô ấy gọi tên tôi, tôi vẫn tiếp tục bước đi. Tôi không đến nỗi mất trí để không hiểu rằng cô ấy đang lừa dối bạn trai mình; tôi chỉ không muốn dính dáng gì tới việc phải giữ bí mật với bạn trai cô ấy. Jacqui đến gặp cô ấy một vài tuần

sau đó và cô ấy hỏi Jacqui tại sao tôi phớt lờ cô ấy. Jacqui hỏi tình hình lúc đó và phát hiện ra rằng cô gái tạo mẫu tóc đi hẹn hò với bạn trai mới bởi cô ấy và người bạn trai cũ đã chia tay vài tháng trước đó. Jacqui chia sẻ với cô ấy rằng, nếu đúng là trong tình huống đó, chắc chắn tôi sẽ muốn tránh dính líu để có thể từ chối xác nhận khi được hỏi về trường hợp đó. Tôi thậm chí chưa bao giờ kể cho Jacqui những gì tôi nhìn thấy bởi đó không phải là chuyện của tôi. Nếu nghi ngờ, bạn nên giữ miệng. Chẳng hay ho gì khi buông lỏng việc kiểm soát lời nói, đặc biệt là trong kinh doanh. Hãy nhớ rằng tất cả Alpha đều mặc định bạn sẽ kể cho mọi người điều bạn thấy cũng như những gì bạn biết, vì vậy khi chứng minh điều ngược lại, bạn sẽ được chúng tôi tín nhiệm. Còn nếu bạn kể với mọi người những chuyện của chúng tôi, bạn sẽ phải ném mùi gian khổ từ bốn phương tám hướng. Nó sẽ luôn luôn quay lại làm hại chính mình.

II. MANG NHỮNG VẤN ĐỀ CÁ NHÂN ĐẾN CÔNG SỞ

Bạn đã bao giờ làm những việc sau tại công sở:

1. Đến công ty trong trạng thái mệt mỏi do tối hôm trước đi chơi về muộn?
2. Kể về một căn bệnh trong gia đình bạn?
3. Bàn luận về một vấn đề đang xảy ra ở nhà bạn?
4. Nói chuyện về bạn trai hoặc chồng và những vấn đề tranh cãi giữa bạn và người ấy?
5. Kể về những nỗi lo sợ, những bấp bênh trong cuộc sống, những điều đã xảy ra với bạn, tiểu sử của bạn, khoảng thời gian bạn khôn lớn và những thứ tương tự như vậy?
6. Tường thuật những việc bạn thực hiện vào ngày cuối tuần hoặc những thứ bạn dự định làm vào kỳ nghỉ?

Công sở là nơi dành cho công việc. Đó không phải nơi bạn đến để tìm kiếm sự an ủi cho cuộc sống cá nhân của bạn, đó không phải là nơi bạn đến tìm kiếm sự đồng viên khi cuộc sống trở nên khó khăn và đó cũng không phải là nơi bạn chia sẻ đời sống riêng tư với các đồng nghiệp. Đó là nơi bạn được trả tiền để phát triển, quản lý hay tạo ra cái gì đó. Nhưng vì những chuyên viên đang dành nhiều thời gian tại nơi làm việc hơn bao giờ hết, ranh giới giữa đời sống cá nhân và đời sống công việc đang dần mờ nhạt đi.

Ngày nay, nhiều người gặp đồng nghiệp nhiều hơn gặp gia đình của họ. Nói cách khác, trở thành người có hai bộ mặt có ý nghĩa quan trọng đối với bạn: một hình ảnh nghề nghiệp và là hình ảnh cá nhân. Hai bộ mặt này không nên trái ngược nhau, nhưng chúng cũng không nên chia sẻ cùng một không gian trong cuộc sống của bạn. Một cách làm xói mòn hình ảnh của bạn với các đồng nghiệp nam là mang vấn đề riêng tư đến nơi làm việc.

Có bốn hậu quả chính yếu khi mang các vấn đề đó đến công ty: tính không chuyên nghiệp, thu hút những kẻ bạ việc gì cũng xen vào, dần đánh mất sự tín nhiệm của mọi người dành cho bạn – thứ giúp bạn hoàn thành công việc và cuối cùng làm mọi người xung quanh bạn cảm thấy khó chịu.

Không chuyên nghiệp

Bạn đang làm một công việc luôn có sự kì vọng vào tính chuyên nghiệp. Tôi không tin vào những kỳ vọng kinh doanh truyền thống là phải hành động, nhưng quy tắc của tôi là không bao giờ đánh mất sự điềm tĩnh hay thể hiện cảm xúc trước mặt những người không

thân thiết với mình. Khi tôi đang làm việc, tôi tập trung vào công việc mà không tâm sự với người khác về những vấn đề cá nhân. Nếu tôi cảm thấy không vui, nếu tôi qua tôi ra ngoài về muộn, nếu tôi đang có một khoảng thời gian căng thẳng, tôi sẽ giữ chúng cho riêng mình. Đó không phải là công việc của ai ngoài trừ tôi ra. Nếu bạn kể về đời sống cá nhân của mình khắp nơi, bạn đã tự phơi mình ra cho người khác đánh giá. Nếu bạn đang gây gổ với chồng, con của bạn bị đuổi khỏi trường hay mẹ bạn bị ốm; tất cả những thông tin này đều mang tính riêng tư và bạn nên giữ lại cho riêng mình.

Thu hút những kẻ bạ việc gì cũng xen vào

Mọi nhóm làm kinh doanh đều có những cá nhân chỉ chực tìm lý do để giúp đỡ ai đó. Phần lớn số người này có dụng ý tốt, nhưng một số khác lại tìm kiếm thông tin để lan truyền các tin đồn. Nếu bạn trao cho họ thông tin riêng tư, có lẽ bạn cũng đã gửi giấy mời tới những kẻ bạ việc gì cũng xen vào và họ sẽ đến cùng với những đơn thuốc được kê để giúp đỡ bạn giải quyết vấn đề của mình. Tại sao bạn lại làm như thế? Trừ phi bạn đang muốn gây sự chú ý, nếu không thì tuyệt đối không có lý do nào để bạn nhờ những người liên quan đến công việc đi giải quyết vấn đề cá nhân của bạn. Hãy giữ cuộc sống giới hạn trong khuôn khổ riêng tư của bạn.

Xói mòn sự tín nhiệm của mọi người dành cho bạn - thứ giúp bạn hoàn thành công việc

Dù các vấn đề riêng tư có tác động đến khả năng làm việc của bạn hay không thì mọi người cũng sẽ cho rằng chúng ảnh hưởng đến lượng công việc bạn làm được trong một thời hạn nhất định. Trong kinh doanh, bạn muốn làm những việc khẳng định khả năng của mình như một nhân viên chuyên nghiệp chứ không phải nêu bật những thách thức bản thân đang phải đối mặt. Tôi muốn nhắc lại một lần nữa, chia sẻ thông tin cá nhân chính là hủy hoại danh tiếng của mình. Bạn cần phải duy trì hình ảnh tại nơi làm việc như một người chuyên nghiệp chứ không phải một người thích sống ngòi lê đôi mách qua ngày với những câu chuyện tầm phào về những thứ không liên quan gì đến kinh doanh cả.

Khiến người khác khó chịu

Điều cuối cùng bất cứ ai cũng muốn nghe trong kinh doanh là làm thế nào cha bạn lại bị đau tim, cuộc hôn nhân của bạn không ổn, hay bạn nghĩ rằng con bạn đang hút cần sa. Ngay cả khi những điều này đang khiến trái tim bạn đau đớn thì cũng hãy cố gắng giữ kín chúng cho riêng mình. Khi bạn chia sẻ những thông tin đó với người khác, đặc biệt là đàn ông, điều nảy ra ngay lập tức trong đầu chúng tôi là: “Tại sao tôi lại phải quan tâm tới chuyện đó?” Tôi biết điều đó thật khó nghe, nhưng bất cứ ai trong chúng ta lại chẳng có những thử thách của riêng mình. Điều gì khiến bạn nghĩ chúng tôi quan tâm đến những gì đang xảy ra với bạn? Chúng tôi quan tâm về khả năng bạn hoàn thành trách nhiệm của

mình để chúng tôi không phải nhận thêm phần trách nhiệm của bạn. Đàn ông luôn nói dối với các nữ đồng nghiệp khi những vấn đề như thế này được đưa ra. Hãy cho phép tôi đưa ra một ví dụ:

Bạn: “Mọi thứ thật khó khăn. Cha tôi vừa mới lên một cơn đau tim và tôi đang cố gắng giúp mẹ chăm sóc ông vào những ngày cuối tuần.”

Tôi: “Quả thật là quá tệ. Tôi biết lúc này chị chắc là có rất nhiều việc phải lo. Tôi hi vọng bố chị sẽ sớm bình phục.”

Tuy nhiên, điều tôi thực sự muốn nói là: “Chúng ta có thể tiếp tục nói chuyện về dự án được không? Nếu chị không thể hoàn thành được dự án này thì hãy cho tôi biết và tôi sẽ tìm ai đó có thể thực hiện nó. Vâng, tôi cảm thấy mệt mỗi khi nghe những chuyện tào lao như thế này. Nếu cha tôi bị ung thư, chị đã không hề thấy tôi chạy quanh để tìm kiếm sự thông cảm từ người khác! Tôi ước chúng ta có thể cho qua nhanh cuộc nói chuyện nhỏ này và chuyển chủ đề vào công việc.”

Tôi không thể nói những gì tôi nghĩ bởi việc này sẽ biến tôi trở thành một gã khốn nạn với trái tim lạnh lùng. Phụ nữ khiến đàn ông cảm thấy khó chịu với những cuộc nói chuyện như thế này. Chúng tôi không quan tâm đến cuộc sống riêng tư của bạn, chúng tôi không quan tâm đến bố của bạn và chúng tôi không thực sự quan tâm đến kết cục của những chuyện đó.

Tất cả những thứ chúng tôi quan tâm là đời sống riêng tư của bạn sẽ ảnh hưởng thế nào đến công việc bạn đang làm và từ đó sẽ ảnh hưởng ra sao đến chúng tôi. Đời sống riêng tư của bạn là chỉ của riêng bạn mà thôi. Nếu vì một số lý do nào đó bạn không thể làm việc hiệu quả bởi các vấn đề cá nhân, đừng đến công ty làm việc nữa.

Sau đây là một bí mật nho nhỏ: Đàn ông có những ngày không muốn bước ra khỏi giường, chúng tôi biết rằng mình không thể đối mặt với đồng nghiệp và có một buổi làm việc hiệu quả được. Thay vì bị mọi người tra hỏi kỹ càng và soi mói cuộc sống của mình, chúng tôi ngay lập tức bị cảm cúm và mất một vài ngày để nắm quyền kiểm soát tình hình. Có khả năng tách biệt hai cuộc sống của bạn là một lợi khí mạnh mẽ với những người chuyên nghiệp để họ tùy nghi sử dụng. Điều này trở thành một bộ phận của cơ chế tự vệ. Tôi nhớ lần đầu tiên khi cha tôi được chẩn đoán là mắc bệnh ung thư; với tôi, điều đó thật sự khó khăn, nhưng tôi không để lộ bí mật đó với bất cứ ai. Có rất ít người liên quan đến công việc của tôi biết điều gì đó về đời sống riêng tư của tôi. Tôi phải cách xa họ để gìn giữ những điều tốt đẹp cho cả hai bên.

12. TÌM KIẾM LỜI KHẲNG ĐỊNH BÊN NGOÀI

Bạn đã bao giờ...

1. Yêu cầu thông tin phản hồi từ một ông chủ Alpha Male?
2. Hỏi một đồng nghiệp nam về suy nghĩ của anh ấy với việc bạn đã làm?
3. Yêu cầu một đồng nghiệp nam kiểm tra công việc của bạn để bảo đảm chắc chắn bạn đang làm đúng?
4. Yêu cầu các đánh giá phản hồi về cách bạn thực hiện công việc của mình?

Trong kinh doanh, mỗi người đều có nhu cầu nhận được sự khẳng định từ bên ngoài, nhưng đàn ông là những chuyên gia che giấu nhu cầu này. Nói một cách đơn giản, sự khẳng định từ bên ngoài là nhu cầu cần có một ý kiến khác, khác với ý kiến của bản thân, đặt niềm tin vào những việc bạn làm. Khi đàn ông thấy phụ nữ muốn được ca ngợi, chúng tôi nghĩ rằng phụ nữ hoàn toàn yếu đuối và họ cần từ chúng tôi một cái gật đầu để cảm thấy ổn hơn.

Đàn ông tìm kiếm sự khẳng định bằng cách khác. Đầu tiên, chúng tôi so sánh những việc mình làm được với những người xung quanh và xác định xem mình đang ở đâu trong trật tự đẳng cấp. Từ đó, nếu chúng tôi mạnh hơn những người khác, chúng tôi sẽ có được sự khẳng định của mình. Nếu chúng tôi rõ ràng không mạnh hơn thì chúng tôi sẽ tìm kiếm một lĩnh vực mà ở đó mình mạnh hơn những người còn lại. Chúng tôi có thái độ “nịnh hót” khi người khác đánh giá mình. Đó là kiểu suy nghĩ được trù tính trước và được chúng tôi chuẩn bị để bảo vệ bản thân khỏi những lời phê bình. Phụ nữ dường như không có cơ chế bảo vệ này trong suy nghĩ và họ tìm kiếm sự khẳng định từ những nguồn bên ngoài.

Trong suy nghĩ của chúng tôi, nếu những người phụ nữ có tài năng và muốn khẳng định mình thì họ không cần người khác nói cho họ biết điều đó. Những thành viên yếu nhất nhóm thường cần sự chiều chuộng nhiều nhất. Đối với chúng tôi, kiếm tìm sự khẳng định giống như thừa nhận mình yếu đuối. Đàn ông không chỉ ghét sự yếu đuối mà còn cố gắng tránh càng xa thứ đó càng tốt. Bạn đã từng bao giờ nhìn thấy một người đàn ông bối rối bên cạnh một người phụ nữ đang khóc chưa? Bên cạnh việc phán xét những người tìm kiếm sự khẳng định là yếu đuối, chúng tôi cũng cho rằng bạn tìm kiếm điều đó vì cả một đống những lý do khác, chúng bao gồm việc khiến chúng tôi khuyên bạn nên tin tưởng vào điều gì hay bạn muốn tìm ai đó để trả lời câu hỏi nào đó giúp bạn và làm công việc thay bạn, cũng có thể là bạn đang tìm kiếm đồng minh trong trường hợp công việc không theo ý bạn. Tất cả những động cơ thúc đẩy chúng tôi có thể nghĩ ra được đều sẽ hủy hoại danh tiếng của bạn trong vai trò một doanh nhân chuyên nghiệp.

Kiểm tra xem ý tưởng đó có tốt hay không

Khi bạn hỏi xem chúng tôi nghĩ gì về ý tưởng, dự án hay công việc của bạn, chúng tôi cho rằng bạn đang cố gắng ép chúng tôi phải nói ra bạn đang đi đúng hướng hay không. Nếu bạn nói điều gì đó như: “Tôi sẽ nói chuyện với giám đốc chi nhánh về vấn đề thăng chức. Các anh có cho rằng nói ra điều đó lúc này là hợp lý không?”, chúng tôi sẽ hiểu là: “Tôi sắp sửa yêu cầu tăng lương. Các anh có nghĩ rằng tôi xứng đáng không?” Chúng tôi sẽ đáp lời bạn: “Chắc chắn rồi!” nhưng chúng tôi đang tự bảo với mình: “Nếu bạn xứng đáng được tăng lương thì đã không phải hỏi chúng tôi rồi!”

Mong chờ người khác trả lời những câu hỏi của bạn

Thỉnh thoảng, khi bạn tìm kiếm lời khẳng định bên ngoài, chúng tôi nghĩ bạn có thể đang mong chúng tôi sẽ làm giúp bạn một số việc.

Nếu bạn nói: “Anh có nghĩ phòng tôi nên ưu tiên theo đuổi khách hàng Anderson thay vì tập trung vào khách hàng Smith hay không?”, chúng tôi sẽ hiểu là: “Chào anh, tôi không biết làm công việc của mình như thế nào, tôi cần được anh chỉ dẫn chi tiết. Anh có thể làm giúp và chỉ cho tôi biết đi thế nào là đúng hướng không?” Nếu bạn hỏi câu hỏi này sau khi suy đi tính lại cẩn thận, cách tiếp cận câu hỏi tốt hơn sẽ là: “Tôi đã nghiên cứu các cơ hội có được với khách hàng Anderson, và tôi nghiêng về hướng ưu tiên theo đuổi khách hàng này. Do quá gần gũi với khách hàng Anderson, tôi sẽ không cảm thấy phiền lòng nếu có một ý kiến khách quan thứ hai. Anh có nảy ra ý nào không?”

Điều bạn đang làm ở đây là cho người đàn ông kia biết rằng bạn đã chuẩn bị trước những phần việc cần thiết của mình rồi và điều bạn muốn là ai đó đang đứng ở vị trí bên ngoài với một quan điểm khách quan hơn để nhìn lướt qua giúp bạn.

Tìm kiếm đồng minh

Như đã đề cập ở phần trước, khi phụ nữ tấn công tại nơi làm việc, họ thường tìm kiếm những người đồng ý với quan điểm của họ và những người cho rằng hành động của họ là đúng. Nếu bạn đến gặp một người đàn ông với một vấn đề nào đó để tìm hiểu những suy nghĩ của anh ta, anh ta sẽ mỉm cười, gật đầu và xác nhận bạn là người nham hiểm và khởi động quy trình loại bỏ bạn. Sau đây là một vài ví dụ về những điều phụ nữ nói khiến đàn ông khởi động quy trình loại bỏ:

- “Tôi cảm thấy mệt mỏi khi ông chủ của chúng tôi không tiếp tục suy nghĩ về bản báo cáo công việc của chúng tôi. Anh có nghĩ chúng tôi nên nói điều gì đó với giám đốc phụ trách khu vực không?”
- “Jerry là một gã đàn ông thực sự. Tôi tự hỏi không biết mình có nên viết thư nặc danh cho giám đốc không. Anh có cho là tôi nên làm vậy không?”
- “Hoặc chỉ tôi hoặc chỉ Debbie đảm nhận dự án này có lẽ sẽ khiến công việc tốt hơn rất

nhiều ấy nhỉ?”

- “Tôi mệt mỗi khi phải ở đây. Tôi nghĩ là tôi sẽ nghỉ việc mà không báo trước. Anh có cho rằng đó là một ý hay không?”

Khi nghe những lời như thế, chúng tôi biết rằng bạn đang tìm kiếm một kẻ đồng phạm để phòng khi trường hợp rắc rối xảy ra, bạn có thể đưa chúng tôi ra đứng mũi chịu sào bởi chúng tôi đã tán thành hành động của bạn. Chúng tôi không thích người khác chủ tâm gây ra rắc rối cho mình; chúng tôi thích gây chiến và chiến đấu vì chính bản thân mình hơn.

13. MONG CHỜ CÔNG BẰNG KINH DOANH

Bạn đã bao giờ...

1. Công khai tự hỏi tại sao bạn không được thăng chức?
2. Đào tạo nhân viên cấp dưới trở thành cấp trên?
3. Chờ đợi ai đó để ý đến các đóng góp của bạn?
4. Không yêu cầu tăng lương và cho rằng họ sẽ bù đắp công bằng cho bạn vì việc đó?
5. Bị lừa đi trong các dự án bạn biết mình là người thích hợp nhất để đảm nhận chúng?
6. Tự hỏi tại sao bạn không được chọn làm thành viên ủy ban?
7. Nói ra trước nhiều người cả nam lẫn rằng bạn nghĩ việc gì đó không công bằng?
8. Vạch ra sự bất công ngay tại nơi làm việc?
9. Dùng từ “công bằng” và “bình đẳng” ở nơi làm việc?

Trải qua những năm tháng trong thương trường, điều đáng lo nhất tôi từng thấy là sự thiếu chính trực trong cách mọi người làm kinh doanh. Số người tôi đã gặp muốn nhanh chóng kiếm tiền nhiều hơn số người thật sự quan tâm đến thị trường dài hạn bằng cách cung ứng dịch vụ hay sản phẩm tuyệt hảo. Kinh doanh là một mô hình giao ước thuần khiết nhưng lại bị hoen ố bởi các tính cách cá nhân. Ở dạng đơn giản nhất, kinh doanh là một giao dịch liên quan đến hai hay nhiều bên, trong đó hai bên trao đổi với nhau những vật có giá trị so sánh được với nhau.

Vấn đề nảy sinh khi trao đổi những vật có giá trị này. Kinh doanh về bản chất là không công bằng và đa số những người giỏi bạn gặp trong kinh doanh sẽ luôn luôn tìm kiếm lợi thế bất cứ khi nào họ có thể chiếm được nó. Bạn đang đọc cuốn sách này bởi bạn muốn đạt được lợi thế so với người khác.

Kinh doanh dựa trên nền tảng là tính ích kỷ. Một khi bạn hiểu và chấp nhận điều này, bạn có thể vượt qua cách tiếp cận duy tâm là kinh doanh luôn công bằng. Bất cứ ai nói với bạn khác đi thì hoặc là họ đang nói dối bạn hoặc họ không biết nhiều hơn bạn điều gì cả.

Có ba niềm tin chính đẩy phụ nữ đến thất bại bởi họ không chấp nhận được thực tế rằng kinh doanh luôn luôn không công bằng. Sau đây là những niềm tin thách thức phụ nữ.

Cho rằng tất cả mọi người cùng chia sẻ những nguyên tắc chung

Những cá nhân mà bạn đang làm kinh doanh cùng họ, dù cho đó là sếp, đối tác, đồng nghiệp, khách hàng, nhà cung cấp hay những người khác, đều phải học kinh doanh theo

cách của riêng mình và theo đó phối hợp chặt chẽ với tính chính trực, hệ thống niềm tin của họ và các yếu tố khác ảnh hưởng đến hành động của người đó.

Thứ mà tôi đang muốn nói đến là không ai trong chúng ta làm kinh doanh theo cùng một cách; một số người làm mọi thứ tương tự nhau, trong khi những người khác thì không. Điều này có nghĩa rằng những nguyên tắc bạn chi phối chính mình không nhất thiết phải là những quy tắc mà người khác tuân theo.

Khi lần đầu tiên khởi sự kinh doanh, tôi đến từ một ngôi trường mà tại đó, cố gắng đánh bật các đối thủ cạnh tranh khỏi thương trường là điều rất thú vị. Tôi đang nói đúng nghĩa đen của từ “cố gắng đánh bật”, đó là làm họ phá sản. Bởi đã từng trải qua nhiều hoàn cảnh khác nhau, giờ tôi cảm thấy thật khó tin khi trước kia mình nghĩ như vậy. Bây giờ, tôi xem tất cả đối thủ cạnh tranh như những đồng nghiệp của mình vậy bởi có nhiều khách hàng đủ cho mọi người và tất cả chúng tôi thực hiện công việc theo các cách khác nhau. Điều bạn nghĩ là đúng nhưng có thể người khác cho là sai và ngược lại; nó có thể dần phát triển và thay đổi khi sự nghiệp của bạn thăng tiến. Hãy chấp nhận nó và hiểu rằng đây là chân lý. Bạn không thể mong muốn người khác làm theo các nguyên tắc của bạn trừ khi bạn nói với họ các nguyên tắc đó là gì và họ đồng ý với chúng.

Cho rằng mọi người đều cạnh tranh giúp nhau

Không ai đi cạnh tranh những người hãm hại bạn ngoại trừ chính bạn. Những người bạn trong kinh doanh có thể cảnh báo cho nhau nhưng chẳng ai quan tâm đến việc giữ bạn an toàn khỏi những mối nguy hại nhiều như chính bạn cả. Hãy xét trường hợp công ty cắt giảm nhân công. Nhân viên bị sa thải và mọi người bàn luận với nhau về việc mỗi thành viên trong nhóm có giá trị như thế nào.

Tất cả những thứ này chỉ là để biểu diễn mà thôi. Thực tế, mọi người đều đang nghĩ: “Tôi sẽ sa thải cô ta, cô ta không làm được gì ra hồn cả!” Tất cả chúng ta đều quan tâm đến bản thân và muốn làm điều tốt nhất cho mình, tuy vậy, chúng ta lại giả bộ rằng mình là những chiến sĩ tử vì đạo, không hề vị kỷ và có mong muốn được quan tâm đến nhau. Hãy nhớ rằng, bạn chính là (hoặc nên là) người ủng hộ nhiệt thành nhất của bản thân mình. Đừng mong chờ ai đó khác bảo đảm chắc chắn cho mình một vị trí trên bàn tiệc.

Nếu bạn đang hi vọng người khác bảo vệ cho quyền lợi của mình, bạn sẽ cảm thấy thất vọng. Chỉ có sự công bằng nếu nó không gây hại gì cho những cá nhân khác. Những người bạn của bạn sẽ bán đứng bạn nếu họ buộc phải chọn giữa bạn và họ. Điều này nghe thật cay đắng và có lẽ bạn nghĩ rằng điều này không thể hiện đúng tình bạn của các bạn, nhưng tin tôi đi, việc bạn quyết định sẽ hành xử cẩn trọng và suy xét thay vì quá tin tưởng vào bản chất tốt đẹp của con người là cực kỳ quan trọng.

Cho rằng mọi người đều có chung niềm đam mê tới dự án

Khi bạn làm một dự án và thực sự cảm thấy thích thú, đừng mong chờ người khác cũng thích thú như vậy. Khi những người chuyên nghiệp tham gia vào một dự án nào đó (dự án do họ khởi xướng hoặc chịu trách nhiệm), điều họ đang nghĩ là làm cách nào để dự án có thể làm lợi cho mình. Liệu nó có thể chỉ đường dẫn lối đến một vài người nào đó rất có ích với bạn không? Liệu nó có thể giúp bạn thăng chức không? Liệu đó có phải là sự lãng phí thời gian không?

Tất cả chúng tôi đều hỏi những câu hỏi này khi tham gia vào một dự án nào đó, nhưng điều đàn ông quan tâm đặc biệt là lợi ích chiến lược mà họ có được khi tham gia vào dự án đó. Nếu chúng tôi không nhìn thấy lợi ích cá nhân của dự án đó với mình như thế nào thì dù chúng tôi vẫn đồng ý và thực hiện nó, bạn sẽ phải mất một khoảng thời gian khó khăn để khiến chúng tôi cảm thấy hứng thú với công việc. Sau khi vượt qua giai đoạn đó, nếu chúng tôi lại không thấy được lợi ích riêng của mình, gần như chắc chắn bạn sẽ không thuyết phục được chúng tôi về giá trị của dự án này. Tất nhiên chúng tôi sẽ không thực hiện hợp lý phần việc của mình, nên hãy nhớ là bạn phải chuẩn bị tinh thần trước cho điều đó.

Bạn có thể tránh được phần nào những tình huống bất công này bằng cách bảo đảm các nguyên tắc được đưa ra thảo luận trước khi cần áp dụng chúng vào thực tế. Đàn ông gọi những thỏa thuận này là “những nguyên tắc giao chiến”. Tôi muốn chia sẻ cùng bạn rằng đàn ông mặc nhiên đồng ý một số điều mà ngay từ nhỏ chúng tôi đã được giáo dục. Chúng tôi sẽ từ chối một người phụ nữ nhanh gấp 10 lần so với khi từ chối một người đàn ông bởi các tác động ngược trở lại từ một người phụ nữ hiếm khi xảy ra, trong khi đó đàn ông thì ngược lại.

Sau đây là một số nguyên tắc đàn ông đồng ý với nhau mà không cần thiết phải bàn bạc. Tôi làm theo những nguyên tắc này với mọi người đàn ông tôi biết, nhưng chưa bao giờ có một cuộc thảo luận nào với họ về những nguyên tắc này cả.

1. Tôi sẽ không săn đuổi bạn trong một công việc kinh doanh cụ thể trừ phi tôi đã sẵn sàng chiến đấu một mất một còn (hơi thái quá, nhưng lại phù hợp với hoàn cảnh).
2. Tôi hiểu rằng nếu bạn làm tôi lúng túng và chúng ta ở trong cùng một phân đoạn thị trường giống nhau, tôi sẽ phải luôn luôn đề phòng bạn.
3. Tôi hiểu rằng nếu tôi nâng một khách hàng của bạn, bạn sẽ luôn tìm cách để nâng lại tất cả khách hàng của tôi và khiến cho tôi mất uy tín.
4. Chúng tôi đoàn kết thì mạnh mà chia rẽ thì yếu, do vậy chúng tôi sẽ tôn trọng ý kiến tập thể và cùng nhau săn mồi.
5. Bạn sẽ không vô lễ với tôi khi biết tôi là người ra quyết định và vào lúc nào đó trong tương lai, bạn có thể phải rút lại suy nghĩ đó với tôi.
6. Tôi sẽ giữ lời với bạn, bởi tôi biết bạn chỉ đánh giá tôi dựa trên. Tôi muốn bạn tin tưởng tôi cũng như tôi sẽ tin tưởng bạn vậy.
7. Tôi sẽ ủng hộ và đề bạt bạn, miễn là chức vụ đề bạt đó không bao giờ cao hơn chức vụ của tôi.
8. Tôi không làm việc cho bạn, tôi làm việc với bạn.
9. Vào bất cứ lúc nào bạn cho rằng tôi không phải là một người khéo thương lượng/thợ

sẵn/người thắng cuộc, tôi biết bạn sẽ tránh xa tôi và tôi cũng sẽ làm như vậy với bạn.

o. Nếu bạn bị bắt gặp đang làm điều gì đó bất hợp lý, tôi sẽ che chở cho bạn đến khi nó bắt đầu ảnh hưởng đến tôi, sau đó tôi sẽ mặc kệ bạn.

Đàn ông và phụ nữ hiếm khi đàm bàn với nhau về những điều này, nhưng giữa đàn ông chúng tôi, sự việc hoàn toàn ngược lại. Khi tất cả chúng tôi làm việc cùng nhau, chúng tôi sẽ tôn trọng vị trí của mỗi người. Với tất cả những khách hàng của mình, tôi thảo luận ngay từ đầu những nguyên tắc giao chiến của mình với họ để họ biết nguyên tắc của tôi nếu họ muốn làm việc cùng với tôi.

Thiết lập ranh giới về bản chất là để người khác biết bạn có những quy tắc gì họ cần phải tôn trọng nếu muốn tương tác với bạn. Điều này đưa tôi đến một kết luận quan trọng: Bạn không thể kiểm soát cách mọi người hành xử hay những nguyên tắc họ làm chủ bản thân họ, nhưng bạn có thể kiểm soát cách họ tương tác với bạn. Bằng cách cho họ biết các ranh giới của bạn là gì, họ sẽ có được hình dung rõ ràng về những gì bạn mong đợi và những gì bạn không khoan thứ nếu họ vi phạm. Họ có thể làm những điều đó với người khác, nhưng không được phép làm với bạn.

Các nguyên tắc giao chiến

1. Tắt điện thoại di động trong suốt buổi họp. Nếu bạn không thể bỏ lỡ một cuộc gọi, đừng vác mặt đến họp nữa. Nếu bạn không thể tắt điện thoại di động của mình, tôi không thể dành thời gian của mình cho bạn.
2. Không được chỉ trích những chuyên gia khác trước mặt tôi. Tôi không muốn mình liên quan gì với những người đi chỉ trích nặng nề đối thủ của họ.
3. Bạn sẽ nói sự thật với tôi. Nếu tôi phát hiện bạn đang nói dối, mối quan hệ kinh doanh của chúng ta sẽ chấm dứt. Bạn có thể nói dối nhưng không được làm thế với tôi.
4. Bạn phải đến họp đúng giờ. Tôi không quan tâm liệu bạn có đúng giờ trong những việc khác hay không, nếu bạn trễ hẹn với tôi, tôi sẽ không gặp bạn nữa.

Bạn nên lên danh sách tất cả những nguyên tắc mình áp dụng cho bản thân và sau đó lên một danh sách những ranh giới bạn không cho phép người khác vượt qua. Sau đây là một vài ví dụ:

Nguyên tắc	Ranh giới
“Tôi sẽ luôn đúng giờ”.	“Nếu muốn gặp tôi, hãy luôn đúng giờ”.
“Tôi sẽ nói sự thật”.	“Để làm ăn với tôi, bạn phải luôn luôn nói sự thật với tôi.”

Cố gắng đặt ra càng nhiều nguyên tắc càng tốt, và khi bạn kinh doanh với ai đó, hãy cho họ biết những điều bạn mong đợi và hỏi họ về những điều họ mong đợi. Tôi sẽ không nói: “Đây là những ranh giới của tôi và hãy tuân theo chúng hoặc chúng ta sẽ không hợp tác kinh doanh nữa.” Thay vào đó, tôi sẽ đề xuất với bạn: “Tôi muốn chắc chắn là anh và tôi có chung kì vọng đối với người kia. Anh có những đòi hỏi gì với những người anh cùng hợp tác làm ăn?” Một khi họ có được cơ hội để nói ra điều đó với bạn thì sau đó, bạn có thể nói

thêm vào những nguyên tắc bạn có mà họ không đưa ra.

Điều này rất rất quan trọng trong những lần thương thảo. Hãy hình dung các cuộc thương thảo của bạn sẽ ra sao nếu bạn nói như sau:

“Hãy đồng ý với nhau trước khi chúng ta bắt đầu: Hoặc là quá trình thương lượng sẽ kết thúc khi một thỏa thuận đôi bên cùng có lợi được nhất trí hoặc chúng ta không thể hợp tác làm việc cùng nhau được. Tôi không muốn một trong hai chúng ta phải làm công việc mình không thấy hứng thú, do vậy hai bên cần chắc chắn rằng hợp đồng hiệu quả với cả hai chúng ta. Tôi thà không ký hợp đồng với các bạn còn hơn một trong hai chúng ta cảm thấy mình không nhận được điều mình muốn. Các bạn có nhất trí như vậy không?”

Ngay khi bạn tuyên bố các ranh giới của mình, những chiến lược giành ưu thế mà đối tác kia đã chuẩn bị sẵn trong đầu liền vụt bay ra ngoài cửa sổ bởi bạn đã nói rất rõ ràng những gì bạn mong đợi và họ biết rằng bạn thà rời bàn đàm phán còn hơn là phải ký một hợp đồng không có lợi. Bây giờ, hai bên phải tìm xem làm cách nào để có một hợp đồng có lợi cho tất cả các bên liên quan chứ không phải tập trung để phía bên kia không chiếm được lợi thế như trước nữa.

14. CHẤP NHẬN ĐỐI XỬ TỘI TỆ

Bạn đã bao giờ ...

1. Trở về nhà sau một ngày làm việc nặng nhọc và cảm thấy mình bị đối xử bất công?
2. Có cảm giác bị chú ý đặc biệt về vấn đề kỷ luật?
3. Bị người khác nói với giọng điệu thiếu tôn trọng?
4. Bị khiển trách công khai?
5. Bị ai đó đối xử tồi tệ và họ giải thích lý do tại sao họ lại làm như vậy?
6. Có cảm giác mọi người đang bàn bạc về bạn hay bị bỏ rơi trong một cuộc họp?
7. Bị người khác phủ định các ý tưởng của mình?

Một trong những thử thách lớn nhất phụ nữ phải đối mặt trong công việc kinh doanh là làm thế nào để giao dịch với các nam đối tác, những người luôn cư xử tồi tệ với họ. Tôi không nói đến trường hợp những người đàn ông này nói điều gì đó xúc phạm. Điều tôi muốn nói là việc bị đối xử như một kẻ ăn hại, một đứa trẻ con, hay một cấp dưới và bị nói chuyện với một giọng điệu thiếu tôn trọng, xét đoán hoặc trích thượng.

Nếu bạn chấp nhận sự đối xử tồi tệ như cái giá phải trả để có công việc (điều tôi đã được nghe nhiều hơn một lần), bạn không chỉ làm hại chính mình mà còn đang góp phần tạo nên tiền lệ về những điều có thể được chấp nhận với các đồng nghiệp và những người tiếp bước bạn.

Trước khi bắt tay vào giải quyết vấn đề này, bạn cần hiểu rằng, là một người trưởng thành và một chuyên gia được đào tạo, bạn có khả năng phản ứng lại; do đó, bạn có thể chịu trách nhiệm cho những gì đang diễn ra cũng như những gì sẽ diễn ra trong tương lai. Hãy cho phép tôi chia sẻ cùng bạn những lý lẽ tôi thường nghe phụ nữ nói khi trò chuyện với tôi về một đồng nghiệp nam cư xử thiếu tôn trọng và tại sao họ nghĩ anh ta lại như vậy. Phụ nữ đã trở thành chuyên gia trong việc hợp lý hóa nguyên do tại sao đàn ông cư xử như vậy, dù đa số những nhận xét họ đưa ra luôn luôn sai và những nhận xét này cho phép họ bị ngược đãi mà không cần bất cứ lý do nào. Sau đây là bốn phản ứng thông thường tôi đã quan sát thấy ở phụ nữ.

Trình bày lý do tại sao mọi người lại cư xử tồi tệ

Khi một đồng nghiệp làm điều gì đó thiếu tôn trọng với một phụ nữ, nếu cô ấy không đối phó cương quyết và trực tiếp với họ ngay lập tức thì cô ấy sẽ bắt đầu một quá trình chán ngắt và dài lê thê để xác định tại sao cô ấy nghĩ người kia lại cư xử như vậy. Cô ấy hồi tưởng

lại và tìm kiếm xem mình có nói điều gì khiến anh ta thể hiện như vậy không.

Bạn có thấy lý do nào sau đây quen thuộc không?

- “Anh ta chuẩn bị ly hôn và anh ta cư xử với mình như vậy chỉ là do cảm thấy căng thẳng thôi.”
- “Tôi nghĩ anh ta có những vấn đề rắc rối với lũ trẻ của mình ở nhà.”
- “Anh ta vừa bị từ chối thăng chức.”
- “Anh ấy thất vọng với dự án đang diễn ra.”
- “Anh ấy đã và đang làm việc trong nhiều giờ liền.”

Khi bạn đưa ra lý do để bào chữa cho những hành vi của người khác, bạn đã chấp nhận và cho phép chúng xảy ra. *Đừng làm như vậy!* Như tôi đã nói trước đó, bạn không bao giờ nên để các vấn đề cá nhân tác động đến công việc. Không có bất kỳ lý do nào bào chữa cho lối cư xử tồi tệ của người khác tại nơi làm việc, vậy nên đừng tìm kiếm chúng.

Xem điều đó như là một rắc rối hiếm khi xảy ra

Nếu bạn thấy mình là nạn nhân chính của cách đối xử tồi tệ và người đối xử với bạn chưa bao giờ cư xử theo cách đó, đừng xem nó như một rắc rối hiếm khi xảy ra và thả nó trôi theo dòng nước. Điều quan trọng là khi có ai đó nói chuyện thiếu tôn trọng với bạn, bạn cần phải cho mọi người thấy mình không phải là người dễ bị bắt nạt. Dù bạn bị cư xử tồi tệ chỉ một lần cũng là quá nhiều rồi. Hãy giải quyết vấn đề đó ngay lập tức.

Không muốn khiến mọi chuyện trở nên tệ hơn

Phần lớn phụ nữ không thích xung đột. Ngược lại, đa số đàn ông lại thích như vậy và đôi khi chúng tôi háo hức tìm ra điều đó kì được thì thôi. Bất kể bạn thích hay không thích xung đột, bạn cần biết rằng không cần thiết phải tạo ra thêm xung đột bằng cách giải quyết vấn đề. Đây không phải là vấn đề bạn là nguyên nhân khiến anh ta sai và bạn đúng. Đây là vấn đề chấp nhận điều đã xảy ra và bảo đảm điều đó sẽ không lặp lại thêm lần nào nữa.

Giả dụ rằng đây là điều mình phải chấp nhận để tiến lên phía trước

Cho phép tôi được thẳng thắn ở đây: Cách đối xử tồi tệ không phải là thứ bạn cần học để tiến lên phía trước. Bạn không cần phải nhận những cú đánh để mọi người thấy bạn mạnh mẽ. Bạn được lựa chọn. Bạn có thể bị đối xử tệ, giận dữ và hờn dỗi rồi gây ảnh hưởng đến môi trường làm việc của bạn, mang những vấn đề này về nhà và khiến bản thân trở nên khôn khổ. Hoặc bạn có thể xử lý tình huống và bảo đảm chắc chắn rằng người khác hiểu rõ ràng về các ranh giới của bạn.

Lúc này đây, chắc hẳn bạn sẽ nghĩ: “Vâng, tôi biết mình nên giải quyết vấn đề đó, nhưng

tôi phải thực hiện điều đó như thế nào để không bị loại bỏ và cũng không mang đến nhiều rắc rối hơn cho tôi?” Đề xuất của tôi là hãy giải quyết vấn đề đó ngay lập tức, gãy gọn và chuyên nghiệp. Vấn đề phải được chỉ ra một cách khách quan và tạo ra các ranh giới. Ví dụ:

Tina đang làm cho một chi nhánh quảng cáo ở Boston. Trong suốt buổi họp chiến lược, Tina đưa ra một vấn đề không liên quan trực tiếp đến phần thảo luận, nhưng cô ấy cảm thấy nó có tác động đến mục tiêu. Cuộc họp đã diễn ra ba giờ liền và ai cũng đang ở trong trạng thái thần kinh dễ bị kích động và nổi cáu. Nhóm trưởng xoay sang cô và nói: “Vì Chúa, Tina, cô có thể làm ơn tiếp tục bàn về công việc ở đây không? Tôi không muốn cứ phải lôi cô quay lại công việc chính! Chú tâm vào việc của chúng ta hoặc cô đi tìm việc gì đó mà làm.” Những lời này có hơi gay gắt và mạnh mẽ. Trưởng nhóm đang tỏ rõ sự thất vọng của mình và dùng lời nói trực tiếp công kích cô ấy. Cả nhóm thực sự sùng sốt và mong nhanh chóng quay trở lại công việc để thoát khỏi tình trạng khó xử này.

Tina có một vài sự lựa chọn. Cô ấy có thể bỏ qua và nhận ra rằng ông ấy chỉ hơi quá căng thẳng do công việc và đó không phải là thời điểm tốt để cô ấy nói ý kiến của mình. Cô ấy có thể giả vờ như nó chưa hề xảy ra. Cô ấy có thể để mọi việc trôi qua. Cô ấy có thể chạy đến chỗ trưởng nhóm và nói trực tiếp với ông ấy rằng ông chẳng chuyên nghiệp chút nào. Hoặc cô ấy có thể quyết định sẽ nói chuyện trực tiếp với ông ấy về những phản ứng của ông sau cuộc họp. Tôi đề nghị sử dụng cách sau cùng.

Ngay sau cuộc họp, cô ấy nên đến gặp ông ấy và nói: “Chúng ta cần nói chuyện riêng ngay bây giờ.” Điều này sẽ đặt ông ấy vào tình thế hoặc đồng ý có một cuộc tranh luận hoặc cố gắng tìm cách lẩn tránh bởi biết điều gì đang đến. Dù ông trưởng nhóm chọn cách nào đi nữa, Tina cũng lấy lại được quyền uy của mình. Nếu ông ấy né tránh, cô ấy nên để lại lời nhắn: “Chúng ta cần xác định một thời điểm trong hôm nay để nói chuyện với nhau. Hãy gọi lại cho tôi trước bữa trưa.”

Tina nên nói: “Tôi cần phải hết sức rõ ràng với anh. Trong bất cứ hoàn cảnh nào, tôi luôn muốn người nói chuyện với tôi phải tôn trọng tôi. Tôi không bao giờ muốn mình bị nói như vậy một lần nữa. Tôi muốn chúng ta thẳng thắn với nhau về vấn đề này.”

Sau đó, cô ấy có thể bỏ đi. Cô ấy không cần phải nghe lý do bào chữa hay lời nhận xét của ông ấy. Ông ấy đã nghe những gì cần biết. Cô không nên nói ra điều này qua thư điện tử hay điện thoại. Việc nói ra những thông tin này phải được thực hiện trực tiếp. Thư điện tử và điện thoại không thể hiện được sắc thái nghiêm túc, cứng rắn.

Bạn có trách nhiệm với bản thân mình cũng như với tất cả các đồng nghiệp nữ là bảo đảm các ranh giới được đặt đúng chỗ, để các đồng nghiệp nam biết rằng họ cần cư xử với các đồng nghiệp nữ bằng một thái độ tôn trọng và giống như khi họ đối xử với các đồng nghiệp nam của mình.

Hãy nhớ rằng: Việc chấp nhận lời cư xử tồi tệ không bao giờ là tốt đẹp cả! Một người phụ nữ chấp nhận bị đối xử tệ mà không phản ứng lại cũng mang tội giống như người đàn ông tạo ra sự bất công đó. Khi bạn cho phép điều đó xảy ra và đưa ra lý do bào chữa, bạn đang

nói với những phụ nữ khác rằng việc đó chỉ đơn giản là cái giá cần phải trả để trở thành nữ doanh nhân. Điều này hoàn toàn nhằm nhí. Hãy giải quyết vấn đề mà không khiến người đàn ông trở nên xấu đi và hãy thực hiện điều đó một cách kín đáo. Nhớ rằng, bạn không phải biến đàn ông từ xấu thành tốt. Bạn phải thiết lập các ranh giới và kéo theo đó, việc này sẽ thiết lập các ranh giới trên danh nghĩa của những người phụ nữ khác trong công ty/tổ chức của bạn.

15. LÀ NGƯỜI VỊ THA VÀ ĐƯỢC QUÝ MẾN

Bạn đã bao giờ...

1. Làm các công việc mà bạn nghĩ mọi người sẽ thích bạn?
2. Nói chuyện về những chủ đề không cảm thấy hứng thú nhưng lại biết những người khác sẽ thích?
3. Làm giúp công việc của người khác để chứng tỏ mình có tính đồng đội?
4. Gánh vác phần công việc được phân công của những người khác dù chỉ được báo trước một thời gian ngắn?
5. Đưa ra đề nghị chờ đồng nghiệp đi đâu đó, trả lời các cuộc điện thoại, thực hiện nghiên cứu hay giúp họ làm những việc khác?
6. Làm những việc vặt hay các nhiệm vụ bạn không phải chịu trách nhiệm về chúng để giúp ai đó?

Trong kinh doanh, điều đầu tiên bạn muốn nhận được từ người cùng hợp tác làm ăn là sự kính trọng. Nhiều phụ nữ chú tâm xây dựng mối quan hệ hữu hảo với các đồng nghiệp và nhóm khách hàng của mình, điều này quan trọng nhưng không phải là điều quan trọng nhất. Tôi thích được kính trọng hơn nhiều so với được quý mến. Thử thách phụ nữ phải đối mặt trong kinh doanh là phá vỡ các khuôn mẫu mà mọi người đặt ra cho nữ doanh nhân. Phụ nữ được kỳ vọng phải thân thiện, rộng lượng và khoan dung. Phần lớn phụ nữ thuộc mẫu hình này. Đối với những người không muốn trở thành mẫu hình này, họ thường khiến bản thân khác đi quá mức bằng cách trở thành người hằn học, khó tính và thô lỗ. Cả hai kiểu này đều không ích lợi gì cho bạn.

Điều bạn muốn làm là thực hành sự tự vệ ích kỷ. Tôi muốn bạn lên một danh sách về tất cả mọi thứ bạn cần có, công khai cho người khác biết và không hối hận. Phụ nữ thì ngược lại hoàn toàn. Họ thực hành tự phá hoại vị tha. Điều này có nghĩa là họ quan tâm đến những người khác trước rồi mới cố làm điều họ cần làm cho bản thân. Bạn có thấy điều này quen thuộc với bạn không? Hãy để tôi đưa ra một ví dụ về hai cách tiếp cận khác nhau với cùng một vấn đề này.

Tự phá hoại vị tha

Đồng nghiệp: “Lisa, tớ thực sự cần giúp đỡ để hoàn thành bản báo cáo này vì ngày mai là hết hạn rồi. Ngày nào tớ cũng có những cuộc họp và tớ cần hỗ trợ để hoàn thành báo cáo này. Cậu có thể chạy qua thư viện lấy giùm những tài liệu kia cho tớ được không? Điều này

thực sự sẽ giúp tớ rất nhiều.”

Lisa: “Thật ra tớ cũng đang ngập ngụa trong đống việc đây, nhưng tớ có thể chạy nhanh qua thư viện giúp cậu. Đó có phải là tất cả những gì cậu cần để hoàn thành bản báo cáo không?”

Lisa nghĩ rằng cô ấy sẽ trở thành đồng đội khi giúp đỡ đồng nghiệp hoàn thành báo cáo. Điều cô ấy không chia sẻ là cô ấy cũng có những nhiệm vụ hết hạn vào ngày tiếp theo, nhưng muốn được coi là người có cách cư xử tích cực, cô ấy nghĩ rằng phải nói đồng ý để được đồng nghiệp kính trọng và quý mến. Thêm vào đó, cô ấy chắc chắn anh ấy sẽ giúp cô một lúc nào đó khi cô cần sự giúp đỡ (Sai!).

Cô ấy đang ưu tiên người khác trước bản thân mình; điều này sẽ lấy đi của cô ấy nhiều thứ khác chứ không chỉ mỗi thời gian. Nó sẽ làm gia tăng áp lực lên khối lượng công việc phải làm của cô ấy. Do phải ở lại nơi làm việc muộn hơn, cô ấy tất nhiên sẽ phải hi sinh một phần thời gian rảnh rỗi của bản thân. Nếu không hoàn thành được phần công việc của mình, cô ấy sẽ trở thành kẻ giơ đầu chịu trận cho dự án.

Tự vệ ích kỷ

Đồng nghiệp: “Lisa, tớ thực sự cần giúp đỡ để hoàn thành bản báo cáo này bởi ngày mai là hết hạn rồi. Ngày nào tớ cũng có những cuộc họp và tớ cần hỗ trợ để hoàn thành báo cáo này. Cậu có thể chạy qua thư viện lấy giùm những tài liệu kia cho tớ được không? Điều này thực sự sẽ giúp tớ rất nhiều.”

Lisa: “Tim, tớ xin lỗi nhưng tớ không thể giúp cậu ngay được. Tớ cũng có các báo cáo cần phải hoàn thành trước sáng mai. Cậu có thể hỏi Tom hoặc Tina xem có giúp cậu được không? Lần tới, nếu cậu có thể báo trước cho tớ sớm hơn một chút, tớ sẽ rất vui được giúp đỡ cậu nếu thời gian cho phép.”

Cô ấy đã ưu tiên mình lên hàng đầu và cho anh ta biết rằng không thể vớt công việc sang cho cô vào phút cuối được. Thêm nữa, bằng việc cho anh ấy biết rằng cô cũng có những nhiệm vụ cần được hoàn thành, cô đã nói cho anh ta biết cô rất coi trọng những nhiệm vụ của mình. Anh ta đã được dạy rằng cô không phải là một kẻ khờ khạo luôn làm giùm những việc anh ta không có thời gian làm.

Những người tốt bụng hấp dẫn các Alpha Male bởi đó là những người chúng tôi ném công việc của mình cho họ làm, đặc biệt là những thứ chúng tôi không muốn làm hoặc còn tồn đọng cho đến phút cuối. Chúng tôi biết rằng những người tốt bụng rất khó nói không với các đề nghị của chúng tôi. Nếu bạn là một trong những người tốt bụng này, chắc chắn bạn để ý thấy rằng không chỉ những người quen thuộc nhờ bạn giúp càng ngày càng nhiều việc mà ngày càng nhiều người tìm đến sự giúp đỡ của bạn. Điều này xảy ra bởi khi chúng tôi tìm thấy ai đó làm thay công việc cho mình, chúng tôi sẽ kể cho các Alpha khác về điều đó.

Dưới đây là ví dụ như cuộc trò chuyện giữa các Alpha Male về những nữ đồng nghiệp tốt bụng:

Alpha #1: “Đến tận phút cuối tôi mới thoát được cái dự án quái quỷ này và tôi cần hoàn thành nó để có thể kết thúc hợp đồng.”

Alpha #2: “Cậu chỉ việc yêu cầu Jennifer giúp cậu. Cô ấy có thể chuẩn bị sẵn sàng tất cả mọi công việc và tất cả những thứ cậu cần làm là kiểm tra qua loa chúng mà thôi.”

Đây là cách chúng tôi nói chuyện với nhau. Chúng tôi không nói: “Đưa nó cho cô ấy đi, cô ấy là người luôn làm người khác vui lòng.” Chúng tôi luôn luôn sử dụng ngôn ngữ có thể bào chữa được. Hãy hình dung nếu Alpha Male nghe được thông tin là mọi người đã biết mình nhận xét về Jennifer như vậy, anh ta cũng sẽ dễ dàng bào chữa bằng cách nói: “Vâng, tôi đã bảo anh ta là nên hỏi Jennifer xem sao. Tôi thấy trong những lúc tôi lâm vào hoàn cảnh gay go nhất thì sự giúp đỡ của cô ấy rất hiệu quả.” Đó không phải là một câu xét đoán. Khách quan mà nói, câu nói đó nghe không có vẻ gì là xấu, nhưng khi hai Alpha Male nói chuyện với nhau thì câu nói sẽ chuyển tải ý nghĩa sâu xa hơn so với ý nghĩa chúng tôi đang nói chuyện về những người tốt bụng.

Những người tốt bụng không hoàn thành công việc cuối cùng mà chính những người muốn làm vui lòng người khác mới là người hoàn thành công việc cuối cùng.

16. ĐÒI HỎI ĐIỀU BẠN MUỐN

Bạn đã bao giờ...

1. Suy nghĩ về điều bạn muốn nhưng lại nghĩ rằng nó không thực tế?
2. Thật sự muốn một thứ gì đó nhưng lại không chắc làm cách nào để đòi hỏi nó?
3. Nghĩ rằng bạn xứng đáng được tăng lương nhưng lại không muốn gây ra phiền phức?
4. Yêu cầu được thăng chức bởi bạn đã rất trung thành?
5. Xem giá của thứ gì đó bạn cần cho công việc kinh doanh và quyết định yêu cầu thứ rẻ hơn?
6. Làm việc ở vị trí bạn biết là một đồng nghiệp nam với cùng kinh nghiệm sẽ được nhận nhiều thù lao hơn?

Đàn ông đòi hỏi nhiều hơn phần họ xứng đáng được hưởng; phụ nữ đòi hỏi phần họ nghĩ là hợp lý. Đa số phụ nữ tôi đã gặp đều có một giọng nói trong đầu họ bàn thảo xem họ xứng đáng với điều gì. Giọng nói này chính là nhà chỉ trích và kìm hãm phụ nữ yêu cầu những gì cô ấy muốn. Nếu nam giới và nữ giới ở cùng một chức vụ kiếm được 50.000 đôla trong một năm, người đàn ông sẽ đòi 90.000 đôla và nói lý do tại sao anh ấy xứng đáng với mức thù lao đó. Người phụ nữ sẽ đòi 55.000 đôla bởi cô ấy nghĩ chừng đó là hợp lý và khoản tiền đó sẽ không khiến người khác cảm thấy khó chịu.

Phụ nữ cần phải chắc chắn và hiểu rõ về những thứ họ cần hơn thứ họ nghĩ mình có thể nhận được. Hãy dùng tiền lương như một ví dụ, tôi chưa bao giờ gặp một Alpha Male làm việc cho công ty nào đó mà không hiểu rõ anh ấy đang kiếm được cho công ty bao nhiêu tiền. Anh ấy làm các phép toán và biết rằng thù lao của mình là một tỉ lệ phần trăm giá trị những công việc kinh doanh mà anh ấy mang lại cho công ty. Chúng tôi làm điều này không chỉ để có thước đo so sánh với các đồng nghiệp của mình mà còn để có được giá trị trao đổi trên bàn thương lượng về tiền lương. Dường như phụ nữ ít khi làm điều này. Họ muốn một khoản tiền lương hợp lý, công bằng và khiêm tốn. Họ không muốn trở thành kẻ phô trương hay một người tham lam. Khi công ty chia phần lợi nhuận cho bạn, bạn nên được trả cao bởi bạn là một tài sản quý của công ty.

Tôi có một khách hàng đã làm việc bốn năm trong một công ty luật khá tầm cỡ ở Los Angeles. Cô quyết định đảm nhận phần công việc phát triển kinh doanh như một trong những nhiệm vụ của mình và cô ấy là ủy viên duy nhất đều đặn xử lý các hồ sơ. Cô ấy xử lý hợp lý ít nhất là ba tập hồ sơ một tháng trong vòng hai năm liền. Người duy nhất làm được như cô ấy là các giám đốc (Những người tìm kiếm). Khi các ủy viên có bản báo cáo hàng năm của mình, các giám đốc yêu cầu mỗi ủy viên đệ trình một bản đề nghị về số tiền thưởng

mỗi người cho rằng mình đáng được nhận. Khách hàng của tôi là người phụ nữ duy nhất làm điều này bởi những ủy viên nữ khác chọn lựa phương cách để mặc các giám đốc quyết định thưởng thế nào là công bằng. Khách hàng của tôi nhận được một số tiền thưởng lớn gấp bốn lần so với những ủy viên khác bởi cô ấy đã đề nghị một con số và chứng minh đó là một tỉ lệ nhỏ giá trị của số việc cô ấy mang về cho công ty, chưa kể đến phần cô ấy gặp gỡ hay làm việc quá giờ và vượt qua các mục tiêu tài chính. Nếu các đồng nghiệp nữ của cô ấy làm y hệt như cô ấy, thậm chí không cần thêm công việc phát triển kinh doanh, chắc chắn họ cũng sẽ nhận được gấp đôi số tiền thưởng họ đã nhận.

Khi yêu cầu tăng lương, Alpha Male đòi hỏi nhiều hơn phần anh ấy xứng đáng được nhận và tranh đấu để có được nó, trong khi phụ nữ đưa ra một con số hợp lý và luôn luôn nhận được chừng đó. Đây là một ví dụ thực tế. Hãy để tôi cho bạn thấy mọi việc xảy ra như thế nào và hãy luôn nhớ rằng cả hai người về cơ bản làm một khối lượng công việc giống như nhau.

Đàn ông	Kiểm được 50.000 đôla	Đòi 90.000 đôla	Nhận được 68.000 đôla
Phụ nữ	Kiểm được 50.000 đôla	Đòi 55.000 đôla	Nhận được 55.000 đôla

Đây là lý do tại sao lại có sự khác biệt liên quan đến giới tính trong mức thu nhập. Đàn ông đòi nhiều hơn và nhận được nó. Đây không phải là điều khó hiểu, nó chỉ đơn giản là đòi hỏi thứ mình muốn. Tôi biết hai vị giám đốc phòng thương mại ở British Columbia giám sát các công ty cùng tầm cỡ, cùng một số lượng thành viên và ngân sách cũng gần giống nhau. Người đàn ông nhận được 70.000 đôla một năm và người phụ nữ nhận được 53.000 đôla một năm. Sự khác biệt trong số tiền trả cho mỗi người là do bên phía ban giám đốc của người đàn ông biết rằng anh ấy sẽ không làm việc với mức lương 53.000 đôla và bên phía ban giám đốc của người phụ nữ lại biết rằng cô ấy sẽ làm với mức lương đó. Đây là động lực trọng cung⁽¹⁾. Nếu phụ nữ không làm việc với mức lương đó, họ sẽ không biết làm gì. Phụ nữ cần tiếp tục tự vệ ích kỷ, hiểu rõ điều mình muốn chứ không phải điều họ nghĩ họ có thể nhận được và đòi hỏi nó!

17. PHÁT TRIỂN KẾ HOẠCH B

Bạn đã bao giờ ...

1. Phát hiện ra mình bị sa thải mà không có cơ hội công việc nào khác?
2. Cảm thấy bị mắc kẹt trong một hoàn cảnh nào đó bởi bạn không có những lựa chọn khác?
3. Cảm thấy mình đang cố gắng đợi xem mọi chuyện có tốt hơn không?
4. Nghĩ đến việc đi làm hay gặp một khách hàng khó khăn là cảm thấy sợ rồi?

Kế hoạch B – đó là một thuật ngữ được đàn ông sử dụng để chỉ các kế hoạch dự phòng của mình. Chúng tôi dành nhiều thời gian đề ra các phương án dự phòng trong trường hợp mọi việc không diễn ra đúng như dự định. Khi kết hôn, tôi đã nghĩ đến chuyện mình sẽ làm gì khi ly hôn. Khi tôi hoàn thành giao dịch với một khách hàng lớn, tôi nghĩ ai có thể thay thế họ nếu họ không trả tiền cho mình. Khi tôi thuê nhân viên trợ lý, tôi nghĩ đến chuyện ai sẽ có thể đảm nhiệm vị trí của người đó nếu tôi để anh ta hay cô ta ra đi. Tôi có các chìa khóa xe hơi và nhà được giấu kín phòng khi không vào được nhà. Tôi có thể tin dụng dự phòng, tiền mặt trong tay và nhiều thứ khác phòng những trường hợp rủi ro. Đàn ông dành nhiều thời gian hi vọng những điều tốt nhất và lên kế hoạch cho những thứ tệ nhất. Như vậy, chúng tôi luôn luôn có các lựa chọn cho mình. Nếu chúng tôi biết một khách hàng đang đi chệch hướng, chúng tôi sẽ bắt đầu nói chuyện với các đối thủ của khách hàng đó để nếu ngưng hợp đồng với vị khách hàng này thì chúng tôi có thể cố gắng kéo cò với đối thủ của họ và thay thế được phần thu nhập ngay lập tức. Nếu chúng tôi có một ông chủ tệ hại, chúng tôi sẽ bắt đầu nói chuyện với hệ thống mạng lưới của mình để tìm kiếm cơ hội chuyển công ty. Bằng việc chuẩn bị trước một Kế hoạch B, chúng tôi chắc chắn rằng mình không phải là “con cún” của bất cứ người nào. Chúng tôi sẽ làm việc theo cách của mình hoặc sẽ ra đi. Trong khi đó, phụ nữ quá bận rộn với việc chăm sóc chồng con, gia đình, đồng nghiệp, bạn bè và những thứ tương tự như vậy đến nỗi không thể lên cho mình một Kế hoạch B nào cả. Sau đó, nếu đột nhiên có bất trắc xảy ra, họ sẽ bị vướng vào chúng mà không biết tìm lối nào để thoát ra.

Tôi thường nói đùa với mọi người rằng khi một con tàu đang chìm, sau khi các chú chuột nhảy xuống và thủy thủ đoàn đã yên vị trong thuyền cứu hộ, người phụ nữ vẫn còn đang giúp thuyền trưởng mặc áo khoác vào để yên tâm là ông ấy thấy ấm áp trong chuyến hành trình. Bạn có nghĩ là các Alpha sẽ làm điều đó cho bạn? Không hề có chuyện đó! Chúng tôi sẽ cắt giảm biên chế, sa thải nhân công, thay thế, hủy hoại hay loại bỏ bạn bất cứ khi nào điều đó mang lại lợi ích cá nhân cho chúng tôi. Bạn không có một kế hoạch dự phòng nghĩa là bạn cho phép chúng tôi có quyền lực trên mức bình thường với bạn. Chúng

tôi có thể đe dọa sẽ gây rắc rối cho công việc của bạn, đặc biệt khi bạn là người lo kế sinh nhai cho toàn bộ gia đình, bởi chúng tôi biết rằng tìm một công việc rất khó khăn. Hãy cho phép tôi đưa ra một ví dụ:

Lựa chọn 1 – Người phụ nữ không có kế hoạch B

Sếp: “Brenda, tôi đã xem thù lao hoa hồng bán hàng của chúng ta và quyết định thay đổi nó. Tôi giảm số tiền đó từ 20% xuống 10% và quyết định này sẽ có hiệu lực vào ngày thứ Hai tới.”

Brenda: “Vâng ạ, nhưng như thế em sẽ rất khó khăn đảm bảo chi tiêu hàng tháng ạ, anh có gợi ý nào để em có thể tăng doanh số bán hàng lên không?”

Brenda bây giờ đã hoàn toàn tuân theo ý muốn của sếp. Cô ấy sẽ chấp nhận điều đó và sẽ bắt đầu tìm kiếm một công việc khác, nhưng gần như chắc chắn điều đầu tiên cô ấy nghĩ đến là tìm cách để có thể bán được nhiều hàng hóa hơn, từ đó nhận được nhiều tiền hoa hồng hơn. Về cơ bản thì cô ấy phải tìm ra cách bán gấp đôi số lượng cô ấy đã bán trước đó để nhận được cùng một số tiền hoa hồng. Vào lúc này, Brenda cảm thấy khổ sở và trong phần lớn trường hợp sẽ tự hỏi mình đã làm điều gì sai, đồng thời đặt ra câu hỏi về giá trị của bản thân trong công việc.

Bây giờ, hãy giả sử rằng Brenda đã và đang phát triển một hệ thống mạng lưới nhân sự và cho đồng nghiệp thấy được tính rõ ràng, sự tín nhiệm, và khả năng sinh lợi. Cô ấy sẽ bắt đầu nhận được các đề nghị làm việc hay tối thiểu là biết được công ty nào muốn tuyển dụng cô. Kế hoạch B của Brenda là mỗi liên lạc tại một công ty khác đã nói với cô ấy: “Chúng tôi sẽ trả mức lương rất cạnh tranh để chị quên đi nơi làm việc này. Chị sẽ có một vị trí làm việc bất cứ khi nào chị muốn.”

Lựa chọn 2 – Người phụ nữ với một kế hoạch

Bây giờ, khi sếp nói với cô rằng tỉ lệ hoa hồng của cô ấy đang thay đổi, đây là phản ứng đáp lại của cô ấy:

Sếp: “Brenda, tôi đã xem thù lao hoa hồng bán hàng của chúng ta và quyết định thay đổi. Tôi giảm số tiền đó từ 20% xuống 10% và quyết định này sẽ có hiệu lực vào ngày thứ Hai tới.”

Brenda: “Tôi xin lỗi, nhưng nếu như thế thì sẽ không phù hợp cho tôi. Là một nhân viên khá tốt của công ty, tôi thật ra cần tiền hoa hồng nâng lên mức 30% cộng với một khoản tiền phụ cấp xe hơi, hoặc tôi sẽ chấp nhận đề nghị làm việc ở công ty khác mà tôi đã được mời. Làm ơn xem xét điều đó cho đến ngày thứ Hai. Nếu không thể làm được thế thì anh có thể xem như tôi đã nộp đơn từ chức và tôi sẽ báo trước cho anh hai

tuần trừ phi anh muốn tôi báo trước cho anh sớm hơn.”

Brenda đang kiểm soát tình huống. Cô ấy không phải là “con cún” của bất cứ ai. Nếu trò chơi không còn phù hợp với cô ấy nữa thì cô ấy sẽ thay đổi cách chơi. Cô ấy chỉ có thể thực hiện hiệu quả phương cách này một khi có Kế hoạch B cho phép thực hiện bước đi khác. Kế hoạch B chính là sự bảo hiểm cho bạn. Bạn có thể làm việc cho một công ty tuyệt vời hay có những khách hàng tuyệt vời, nhưng nếu việc nào đó diễn ra không như mong muốn và bạn không thể kiểm soát được nó thì bạn cần có những lựa chọn đã được chuẩn bị cẩn thận. Một Kế hoạch B xứng đáng được bạn đầu tư thời gian xây dựng và phát triển.

Sau đây là những việc tôi bắt các khách hàng của mình thực hiện như một quy trình để phát triển Kế hoạch B của họ:

- Nhận diện tình hình (công việc, khách hàng, mối quan hệ hoặc bất cứ điều gì)
- Xác định tình huống xấu nhất có thể xảy ra.
- Quyết định những bước đi nếu ngày mai bạn rơi vào hoàn cảnh đó.
- Lên danh sách những bước bạn có thể làm bây giờ như bảo hiểm phòng khi kịch bản đó xảy đến.

Và đây là một ví dụ về cách mọi người có thể phát triển Kế hoạch B của họ:

- *Tình huống:* Có một khách hàng trong ngành dầu khí - chúng tôi ghi hóa đơn các dịch vụ tiếp thị cho họ là 300.000 đôla một năm.
- *Kịch bản xấu nhất:* Các khách hàng rời đi và mang theo công việc kinh doanh của họ bởi các lí do họ bị phá sản, sự thay đổi trong quản lý, thuê các cố vấn trong công ty.
- *Nếu điều này xảy ra, tôi sẽ:* lên danh sách tất cả các công ty khác cùng tầm cỡ cũng như thuộc phân đoạn thị trường tương tự, bắt đầu nói chuyện với họ và cho họ thấy các dịch vụ cũng như kinh nghiệm chúng tôi có.
- *Những bước đi chúng tôi có thể thực hiện ngày hôm nay:* lên danh sách những công ty này cùng với các đầu mối liên lạc của họ. Nghiên cứu các đầu mối đó và tìm hiểu bối cảnh của họ. Theo dấu các cơ hội tiếp thị của họ và nghiên cứu những điều tôi sẽ làm khác đi hay có chi phí hiệu quả hơn. Tham dự các sự kiện ngành, giới thiệu về mình và khiến họ chú ý.
- *Tôi sẽ biết mình bị cô lập khi:* một hoặc nhiều người trong số họ hỏi tôi là liệu chúng tôi đang nhận thêm các khách hàng mới hoặc chúng tôi có thời gian ngồi xuống bàn chuyện chiến lược với họ hay không.

Làm theo quy trình này và bạn cũng sẽ có một kế hoạch mà tôi hy vọng là bạn sẽ không phải dùng đến, nhưng nếu phải dùng thì bạn cũng đã được chuẩn bị sẵn sàng cho tình huống đó.

18. HIỂU CÁC CHỨNG THỰC KINH DOANH

Đã bao giờ bạn ...

1. Cố gắng có được những lời giới thiệu từ một đồng nghiệp?
2. Giới thiệu ai đó với công việc kinh doanh khác?
3. Có các khách hàng kỳ vọng tìm đến làm mất thời gian của bạn?
4. Bị dính vào rắc rối bởi người được giới thiệu đến gặp bạn?
5. Tự hỏi tại sao bạn có những người được giới thiệu đến nhưng rất ít người trong số đó có đủ khả năng?
6. Có các khách hàng kỳ vọng tìm đến chỉ để nhận ra là họ không phù hợp hoặc họ không có tiền?

Tại sao lại không kết thúc cuốn sách này với một vấn đề nào đó gây nhiều tranh cãi nhỉ? Những người được giới thiệu là bunn! Họ chỉ là một đề xuất, không phải là sự chứng thực và tôi đã nhiều lần nhìn thấy các chuyên gia lãng phí thời gian để gặp những người hoàn toàn không phù hợp chút nào với công việc kinh doanh của họ. Các Alpha có một câu nói: “Những Người Hái Ra Tiền đang xây dựng các mạng lưới trong khi các mỏ neo thuyền lại đang giao thiệp để tìm kiếm cơ hội kinh doanh.” Một lời giới thiệu chỉ là một đề xuất, cũng giống như một quảng cáo truyền hình hay một quảng cáo trang vàng. Sự chứng thực là “bồ già” của việc giới thiệu. Khi bạn quan sát các Alpha quan trọng, giống như nhân vật của Tony Soprano trong loạt phim truyền hình *The Sopranos*, ông ấy không giới thiệu mọi người đến làm việc cùng nhau, thay vào đó, ông ấy chơi trò người làm mai mối. Ông ấy cũng quyết định chọn một tập hợp các quy tắc sao cho mọi người đều công bằng và hạnh phúc. Khi họ cảm thấy điều đó, ông ấy trông có vẻ tốt bụng. Nếu họ không cảm thấy, ông ấy nắm lấy mọi việc vào trong lòng bàn tay.

Phụ nữ đi đến các sự kiện giao thiệp để tìm kiếm cơ hội kinh doanh và kết thúc sự kiện bằng những cuộc nói chuyện với cùng những người phụ nữ như trong tháng trước. Một số phụ nữ thích mạo hiểm sẽ gặp những người mới và 1) cố gắng kết bạn mới hoặc 2) cố gắng để hưởng lợi từ các dịch vụ của họ. Tất cả chúng tôi đều đã nhìn thấy mỏ neo thuyền tham dự một trong những buổi tiệc như thế này, cô ta đi quanh phòng đặt những tờ tiếp thị của mình lên đĩa hay chỗ ngồi của tất cả mọi người. Việc này chẳng khác gì một thằng đàn đặt các tờ bướm quảng cáo bánh pizza lên cửa kính trước xe hơi của tôi tại các khu buôn bán lớn. Chúng sẽ bị ném vào thùng rác ngay khi có thể. Người phụ nữ làm điều này đang tìm kiếm sự giới thiệu, nhưng trong vòng chưa đến một phút, các Alpha ra ngay quyết định là sẽ không đề xuất cô ấy với bất kỳ ai. Nếu làm ngược lại, chúng tôi sẽ trông giống như một mỏ neo thuyền. Hãy nhớ rằng, tất cả điều này liên quan đến tính rõ ràng, sự tín nhiệm và

khả năng sinh lợi. Ba yếu tố này được dựa trên một sự kiện cơ sở: Các Alpha chứng thực cho những người mang lại danh tiếng tốt và tiền cho họ. Khi chúng tôi thực hiện sự chứng thực thì sự chứng thực đó phải mang tính chiến lược, có phương pháp và ích kỷ. Chúng tôi giúp mọi người giao dịch với nhau chứ không đơn giản chỉ đưa ra lời đề xuất. Đưa ra các đề xuất (lời giới thiệu) chỉ dành cho những gã lính mới. Hãy để tôi cho bạn một ví dụ về sự giới thiệu và sự chứng thực để bạn có thể nhìn thấy quyền lực tuyệt đối của sự chứng thực.

Tình huống:

Chúng ta hãy cùng cho rằng bạn tôi, Fiona, là một người chuyên huấn luyện bán hàng và Robbie là ông chủ của một công ty trực tuyến. Robbie cần được đào tạo về bán hàng để phát triển công ty.

Giới thiệu:

Chris: “Vâng, anh nên tìm hiểu Fiona Walsh xem sao. Cô ấy là người chuyên đào tạo bán hàng mà tôi biết. Hãy gửi thư điện tử cho tôi để nhận được thông tin về cô ấy nhé.”

Tôi cá là ngay bây giờ nhiều người trong số các bạn đang tự nhủ: “Điều đó nghe cũng tuyệt đấy chứ. Bạn đề xuất cho tôi bao nhiêu người thì tôi sẽ tìm hiểu chừng đó.” Tuy nhiên, điều bạn không nhận ra là 90 trong 100 số đó là bùn (những người được giới thiệu nhưng không đủ khả năng sẽ làm lãng phí thời giờ của bạn).

Thay vào đó, khi một Alpha thực thi sự chứng thực kinh doanh, chúng tôi đã tìm hiểu những gì cần thiết phải biết về mỗi bên (các thông tin về nhà cung cấp sẽ nhiều hơn). Chúng tôi biết họ là ai (tính rõ ràng), chúng tôi biết họ có thể thực hiện công việc (sự tín nhiệm, có nghĩa là người mua có tiền để tiêu dùng và nhà cung cấp có thể đáp ứng được các mong muốn) và đó có thể là một mối quan hệ sinh lợi (khả năng sinh lợi, có nghĩa là khách hàng nhận được điều họ muốn và nhà cung cấp kiếm được tiền khi thực thi nghĩa vụ của mình).

Vẫn với tình huống giống như vậy, sau đây là cách thức chứng thực trong kinh doanh:

Chris: “Vâng, tôi biết một người mà tôi luôn đặc biệt đề nghị cho những người quen biết và thân thiết. Cô ấy không có thời gian dành cho kẻ ti tiện nên anh cần nghiêm túc nếu muốn làm việc cùng cô ấy.”

Robbie: “Anh kể cho tôi nghe về cô ấy đi.”

Chris: “ Cô ấy đã đưa các công ty từ con số không lên đến 15 triệu đôla trong một khoảng thời gian 12 tháng. Cô ấy cực kỳ xuất sắc trong cả hai vai trò: người đào tạo và người hướng dẫn, khách hàng kiếm được nhiều tiền sau khi thực thi các biện pháp của cô ấy.”

Robbie: “Nghe tuyệt đấy, cậu có thể giới thiệu cô ấy cho tớ được không?”

Chris: “Giá cô ấy đòi cho một ngày làm việc là 1.500 đôla. Cậu có đủ ngân sách chi cho chừng đó không?”

Robbie: “Nếu cậu nói cô ấy xứng đáng với giá đó, tớ sẽ sắp xếp chuyện tiền nong.”

Chris: “Thế thì được rồi, tớ sẽ giới thiệu cậu. Đừng lãng phí thời giờ của cô ấy và hãy trả tiền đúng hạn. Cậu mà làm ăn vớ vẩn là tớ cũng bị mang tiếng xấu đấy. Được chứ? Tớ sẽ xem liệu cô ấy có thể bố trí thời gian gặp cậu được không. Nếu cậu có bất cứ vấn đề gì, hãy gọi cho tớ trước tiên và tớ sẽ xử lý.”

Robbie: “Nghe hay đó. Cảm ơn cậu đã giúp tớ liên lạc với cô ấy nhé.”

Bây giờ, tôi đã thẩm định đầy đủ tư cách của người mua và cho anh ấy thông tin về khả năng của cô ấy, bây giờ anh ấy đã sẵn sàng để thỏa thuận. Tôi đi đến gặp Fiona và có cuộc nói chuyện như sau:

Fiona: “Cảm ơn anh, Chris. Khi nào anh muốn tôi gặp anh ấy?”

Chris: “Càng sớm càng tốt. Anh ấy đã sẵn sàng thỏa thuận. Tôi cần chị đối xử với anh ấy như thể anh ấy là khách hàng duy nhất của chị, giống như một người họ hàng của chị vậy. Tôi muốn anh ấy nghĩ rằng anh ấy rất có giá trị và cảm ơn Chúa mỗi lần anh ấy nghĩ đến chuyện tôi giúp anh ấy lần này. Chị cần giúp anh ấy phát triển dịch vụ nhanh chóng và hoạt động hiệu quả. Nếu chị làm những gì tôi nghĩ chị sẽ làm thì sẽ có rất nhiều công việc cho cả hai chúng ta. Tôi nói với anh ấy thù lao của chị là 1.500 đôla/ngày và anh ấy sẵn sàng trả chị chừng đó. Hãy bảo đảm với tôi là chị sẽ đem lại danh tiếng tốt cho tôi và cả bản thân chị nữa. Nếu vì lý do nào đó mà tình hình diễn ra không như mong muốn thì sẽ không tốt cho mối quan hệ của chúng ta, nên hãy chắc chắn chị sẽ hoàn thành công việc. Nếu chị gặp bất cứ vấn đề gì, hãy gọi cho tôi trước tiên và tôi sẽ xử lý.”

Tôi biết điều này nghe hơi giống lời của một thành viên băng đảng Mafia, nhưng điều tôi đang làm là ràng buộc sự tín nhiệm của họ và của tôi với nhau. Tôi đang nói rằng họ không phải lo lắng bởi tôi đã sắp xếp công việc cẩn thận và chu đáo với mỗi bên. Nếu có vấn đề, tôi sẽ bị liên quan và không ai muốn người đàn ông đưa các giao dịch đến cho mình cảm thấy không hạnh phúc cả. Trong mô hình này, không có bất cứ bản yêu cầu đề xuất, bài thuyết trình dự án hay bất cứ quy trình truyền thông nào cần được xem xét kỹ lưỡng khi bạn được giới thiệu đến gặp ai đó. Họ không cần tham khảo thêm điều gì khác bởi nếu khách hàng có niềm tin vào tôi, họ biết rằng tôi sẽ không đại diện cho bùn. Và nếu có điều gì đó đi chệch quỹ đạo, tôi sẽ nhận lấy trách nhiệm bởi tôi đã thực hiện sự chứng thực.

Đây là cách đàn ông tạo ra công việc kinh doanh cực kỳ nhanh chóng – một số người gọi việc này là “xác minh” nhưng thực chất đó là chứng thực. Ở khía cạnh ngược lại của vấn đề, nếu bạn là người giới thiệu ai đó và họ là bùn, người kia sẽ mỉm cười và cảm ơn bạn vì đã nghĩ đến họ, nhưng trong thâm tâm, họ sẽ nghĩ rằng bạn chắc hẳn cũng là bùn, vì bạn chơi

với bunn. Đản ông có câu nói: “Đừng trông một cánh rừng với sự vội vàng,” câu này có nghĩa là đừng theo đuổi công việc kinh doanh không hiện hữu ở đó. Bắt đầu tạo dựng sự nghiệp kinh doanh của mình với sự chứng thực có cả lợi và hại, hãy chắc chắn rằng tính rõ ràng/sự tin nhiệm/khả năng sinh lợi là nền tảng của những hành động chứng thực này. Và, chúng nên được thực hiện bởi và chỉ vì chính bạn; bạn sẽ được coi là một người tốt bụng, nhận được những hợp đồng kinh doanh có đi có lại và có thể sẽ kiếm được một ít tiền nhờ thỏa thuận có được do bạn chứng thực. Bạn hãy nhớ rằng, sự giới thiệu dành cho những kẻ thất bại, sự chứng thực là cho những người hái ra tiền. Lần tới, nếu bạn đang có mặt ở một sự kiện giao thiệp để tìm kiếm cơ hội kinh doanh, hãy để ý xem ai đang diễn vai và ai đang tạo dựng công việc kinh doanh. Tạo dựng công việc kinh doanh với các Alpha có nghĩa là cho đi và nhận lại các chứng thực.

PHẦN III: NHỮNG VẤN ĐỀ PHỤ NỮ THƯỜNG HỎI

(Nếu bạn bỏ qua tất cả các trang ở trước phần này, tôi có lí do để hiểu điều đó)

Những câu hỏi về...

Đàn ông: Điều gì làm nên một thủy thủ khỏe mạnh?

Tại sao tất cả đàn ông đều ngừng nói chuyện với nhau khi tôi tới?

Trước tiên, tôi xin thừa rằng, họ không phải đang nói về bạn cũng như không phải đang cố gắng đuổi bạn đi. Họ chỉ đang cố chọc cười nhau và hòa đồng với nhau. Đàn ông thường tạo sự gắn kết với nhau bằng cách trở nên đáng ghét khác thường, nói những lời thiếu khôn khéo và không thận trọng. Họ ngừng nói chuyện có thể là do điều họ nói không phù hợp giữa đám đông người gồm cả nam lẫn nữ. Bởi vì quá cảnh giác về vấn đề quấy rối tình dục trong công sở, nên đàn ông bây giờ thận trọng một cách thái quá khi nói về bất cứ thứ gì mà các khách hàng hoặc đồng nghiệp nữ có thể hiểu lầm. Do vậy, khi đàn ông im lặng, nghĩa là họ đang nói những chuyện sẽ bị xem là không thích hợp giữa nhóm người có cả nam lẫn nữ. Bạn có thể nói: “Này các quý ông, tớ thích những câu chuyện đùa như thế, cho tớ tham gia với nhé,” nhưng chúng tôi sẽ không cho bạn tham gia đâu bởi vì câu chuyện đùa vui đó có thể làm tiêu tốn của chúng tôi 50.000 đôla mà cũng không đem lại tiếng cười nào.

Tại sao đàn ông luôn muốn trở thành lãnh đạo?

Lãnh đạo là một phần rất quan trọng trong nghề nghiệp của Alpha Male. Chúng tôi không chỉ cần nhận được sự tán thành để trở thành lãnh đạo mà còn có thể đảm nhận vị trí đó. Các Alpha Male không thích bị người khác yêu cầu phải làm điều gì. Khi chúng tôi là lãnh đạo, chúng tôi sẽ yêu cầu người khác phải làm những điều chúng tôi thấy thích thú. Nếu bạn không phải là người đứng đầu, bạn sẽ phải tuân theo ý muốn của ai đó. Đó không phải là vị trí mà chúng tôi muốn cho bản thân mình. Bạn sẽ nhìn thấy một Alpha Male ở vị trí lãnh đạo và những Alpha Male còn lại trong nhóm cũng sẽ trở thành lãnh đạo ở cấp nhỏ hơn.

Đây là một ví dụ về cách các Alpha Male chia sẻ sự lãnh đạo:

- Bob là Alpha Male chịu trách nhiệm giới thiệu sản phẩm với các thành viên trong đội của anh ấy.
- Jon chịu trách nhiệm giám sát việc nghiên cứu.
- Bill chịu trách nhiệm chọn nơi diễn ra và quản lý sự kiện.

- Tom đảm nhiệm việc quản lý xây dựng và phát triển phần giới thiệu.

Mỗi người đàn ông trong số này đều làm việc với Bob nhưng họ không nói rằng đó là công việc của Bob. Thay vào đó, họ nói họ sẽ nhận lấy trách nhiệm hoặc quản lý công việc của họ, do đó họ làm ra vẻ là lãnh đạo trong lĩnh vực của mình. Đây là một trò chơi nhỏ mà chúng tôi chơi với chính mình để Cái Tôi của chúng tôi có thể quyết định những gì phải làm. Thông thường chúng tôi sẽ tự nguyện xung phong nhận việc mà mình sẽ làm ngay lập tức để không ai có thể phân công cho chúng tôi một nhiệm vụ mà chúng tôi nghĩ là dưới tầm của mình. Với một Alpha Male, nếu bạn không phải là người đứng đầu, bạn chỉ là con cún của người nào đó mà thôi.

Tại sao đàn ông hay tham công tiếc việc?

Cho phép tôi đưa ra một vài tổng quát mà tôi dễ dàng ủng hộ. Phụ nữ trong xã hội phương Tây được đánh giá bằng hình thức của họ. Trong thế giới của chúng tôi, một người phụ nữ mảnh mai và quyến rũ có lợi thế hơn so với những phụ nữ khác. Chỉ cần xem ti vi, nghe nhạc và đọc báo cũng đủ để thấy chúng tôi vẫn còn tin vào tín điều cổ xưa rằng chỉ có duy nhất một cách để trở nên hấp dẫn.

Thật không may mắn, xã hội chúng ta khuyến khích điều đó theo mọi phương cách có thể. Xã hội chúng ta cũng khuyến khích vai trò của người đàn ông trong nền văn hóa. Người đàn ông là những thợ săn. Chúng tôi mang thức ăn về phục vụ mọi người. Những thợ săn giỏi nhất là những người được coi trọng nhất, trong khi những thợ săn không hiệu quả sẽ bị trừng phạt và chế nhạo. Đối với đàn ông, hình thức không quan trọng mấy so với khả năng tạo ra thu nhập (một kiểu đi săn thời hiện đại). Một người đàn ông có thể nặng hơn 4 tạ, với một nốt ruồi khổng lồ trên đỉnh đầu, nhưng nếu anh ta, và là một tỉ phú thì tất cả siêu mẫu vẫn sẽ muốn anh ta tất cả đàn ông sẽ muốn trở thành bạn của anh ta, và anh ta sẽ được mời tới mọi bữa tiệc. Xã hội này đánh giá đàn ông chỉ đơn thuần dựa trên khả năng kiếm tiền.

Chỉ điều đó thôi là không đủ mà quan trọng chúng tôi phải kiếm nhiều tiền hơn bất cứ người nào mà chúng tôi biết. Chúng tôi không thể chỉ cung cấp cho gia đình của chúng tôi mà cần cung cấp cho gia đình mình tốt hơn bất kỳ người đàn ông nào mà chúng tôi biết. Đàn ông luôn xác định trật tự đẳng cấp và vị trí của họ trong so sánh với tất cả những người đàn ông khác mà họ biết. Chúng tôi tham công tiếc việc không phải vì chúng tôi yêu công việc của mình (mặc dù nhiều người đàn ông như vậy) mà vì công việc giúp chúng tôi kiếm ra tiền, từ đó cho phép chúng tôi mang lại chất lượng cuộc sống cao hơn cho gia đình mình, điều này đến lượt nó lại nâng chúng tôi lên một vị trí cao hơn trong trật tự đẳng cấp.

Tôi biết một gã ở nhà với con gái cả ngày trong khi vợ anh ta đi làm. Gã này hơi lười biếng theo đúng nghĩa của từ đó, nhưng gã đã quyết định sẽ ở nhà và chăm sóc con gái trong khi vợ gã sẽ lo sinh kế cho cả nhà. Bây giờ, trước khi tôi nói điều khiến bạn sẽ sôi lên sùng sục, hãy cho phép tôi nêu lên một vài sự thật.

Tôi cho rằng tất cả phụ nữ nên đi làm nếu họ quyết định chọn lựa như vậy. Tôi tin rằng

phụ nữ nên kiếm thật nhiều tiền với công việc họ làm, và tôi không có ý kiến gì khi phụ nữ kiếm được nhiều tiền hơn đấng lang quân của họ. Tôi biết rằng chăm sóc trẻ là công việc vô cùng nặng nhọc và những bậc cha mẹ ở nhà chăm sóc con sẽ vất vả hơn so với người đi làm.

Tuy nhiên, gã đàn ông mà tôi đề cập ở trên thì ở mức tệ hại nhất mà tôi có thể tưởng tượng ra. Tôi nghĩ việc anh ta ở nhà và nhận sự chu cấp từ vợ mình là một điều thật đáng ghê tởm. Liệu tôi có nghĩ như vậy không nếu vợ anh ta ở nhà và anh ta đi ra ngoài làm việc? Không, tôi sẽ không nghĩ vậy. Nhưng niềm tin những người đàn ông khỏe mạnh nên kiếm tiền mang về cho gia đình đã trở thành bản chất trong tôi đến nỗi tôi không thể vượt qua được. Khách quan mà nói, tôi biết cảm giác của mình về vấn đề này là cổ hủ và sô-vanh chủ nghĩa. Mặc dù vậy, tôi vẫn cảm thấy ghê tởm người đàn ông chấp nhận từ bỏ việc kiếm tiền cho gia đình của họ.

Tại sao đàn ông thích giao dịch với đàn ông?

Không có gì thú vị ở đây cả. Chúng tôi có thể đuổi nhau đi và không có giọt nước mắt nào. Trường hợp xấu nhất là đi ra ngoài nện nhau toi bời, không nói chuyện với nhau cả năm, rồi mời nhau một châu bia và quay trở lại làm việc kiếm tiền cùng nhau. Nếu tôi loại một đồng nghiệp nam ra khỏi một giao dịch và anh ta bộc lộ sự yếu đuối, anh ta biết rằng mình đã đánh mất sự kính trọng của tôi cũng như những hợp đồng tương lai mà tôi có thể làm cùng anh ta. Phần lớn khách hàng của tôi là phụ nữ và khi tôi muốn nhiều hơn ở họ, tôi nói: “Tôi biết các bạn hoàn toàn có khả năng làm tốt hơn thế này bởi tôi đã từng thấy các bạn làm như vậy. Chúng ta cần phải làm gì để khiến việc này trở nên tốt hơn?” Tôi cho họ biết mong muốn của tôi và đề nghị được giúp họ tìm ra cách khắc phục. Với những khách hàng nam, tôi có cách tiếp cận khác. Ở một trường hợp cụ thể, có một anh chàng gửi cho tôi bản đề xuất anh ta đang thực hiện. Phản hồi của tôi là: “Bản đề xuất này thật ngớ ngẩn. Họ không những không kí hợp đồng với anh mà còn loại anh ra khỏi bất cứ công việc tương lai nào ở trong nước. Hãy sửa và gửi nó lại cho tôi. Nếu anh nghĩ nó vớ vẩn thì đừng có gửi nó đến tôi.” Bây giờ, rất nhiều người trong số các bạn sẽ nghĩ rằng tôi đang trở thành một người cứng nhắc. Nhưng một Alpha Male muốn biết cần phải làm gì để thực hiện xuất sắc công việc. Anh ta không quan tâm đến điều gì có thể làm hay không thể làm. Anh ta chỉ quan tâm là làm việc gì sẽ mang lại cho mình danh tiếng và được trả tiền. Tôi đang nói với anh ta rằng thứ dơ bẩn mà anh ta đang dính tay vào sẽ giết chết danh tiếng và tiêu tốn tiền bạc của anh ta. Tôi đã đọc ở đâu đó rằng bạn bè trêu chọc bạn để bảo vệ bạn khỏi sự cười nhạo của xã hội. Tôi nghiêm khắc hơn với các Alpha Male khác vì tôi biết rằng họ có thể nhận ra điều gì đó để tiến bộ nhanh chóng. Tôi muốn họ chứng minh là tôi sai.

Trong khi phụ nữ thích những phản hồi trung thực, thì điều này lại khiến đàn ông cảm thấy khó chịu bởi chúng tôi không tin rằng bạn thực sự muốn biết chúng tôi đang nghĩ gì. Fiona Walsh, một trong những chuyên gia huấn luyện hàng đầu trong tổ chức của tôi, là một nhà huấn luyện kinh doanh bậc thầy với lĩnh vực chuyên môn là bán hàng. Cô ấy và tôi có một buổi thảo luận về một chủ đề dễ gây nổi nóng. Cô ấy hỏi tôi nghĩ gì và tôi mỉm cười. Cô ấy nói ”Thôi nào, Flett, cho tôi biết đi, tôi biết là anh đang giấu điều gì đấy!” Vì thế,

tôi đã nói cho cô ấy tất cả những gì tôi nghĩ về hai vấn đề - những điều tôi không thích về ý tưởng, việc giao nhận, về chiến lược, mô hình lợi nhuận và về quá trình thực hiện. Cô ấy ngồi đó và tiếp thu tất cả và tôi đã chuẩn bị sẵn sàng cho một điều gì đó bất bình thường sẽ xảy ra. Nhưng sự việc không hề như vậy. Cô ấy nghe và tiếp thu những gì tôi nói, nhưng vẫn giải quyết vấn đề theo cách của cô ấy. Cô đã chứng minh cho tôi thấy là cô ấy đúng, nhưng quan trọng hơn, điều đó cho phép tôi có những cuộc nói chuyện đáng tin cậy với cô ấy từ đó trở đi.

Tại sao đàn ông thường khoe khoang về những thành tích của họ?

Câu trả lời nhanh gọn là chúng tôi khoe khoang cho lợi ích riêng của mình, chứ không phải cho lợi ích của những người khác trong phòng. Đàn ông được đánh giá bằng những gì họ có thể làm và khi khoe khoang, tức là chúng tôi đang thực sự tìm kiếm cảm hứng để tiếp tục coi bản thân mình như một nhà vô địch, người có thể hoàn thành mọi công việc khi được yêu cầu. Một điều mà nhiều đàn ông không thừa nhận là càng khoe khoang bao nhiêu có nghĩa là chúng tôi càng cảm thấy thiếu tự tin bấy nhiêu. Đàn ông khoe khoang theo nhiều cách khác nhau, như nhà cửa, những kỳ nghỉ mát, xe hơi, các mối quan hệ và những thứ tương tự. Tất nhiên luôn có một phần hư cấu nhỏ trong những lời khoe khoang của chúng tôi, nhưng thường thì chúng tôi sẽ cẩn trọng không đi quá xa để đề phòng trường hợp bị phát hiện là mình nói quá và tự biến mình thành kẻ ngốc. Khoe khoang là một phần trong mối quan hệ tương tác của cánh đàn ông chúng tôi với nhau.

Tại sao đàn ông không thể hiện cảm xúc của mình?

Bởi vì chúng tôi được dạy rằng làm như vậy là yếu đuối. Đàn ông không khóc! Hoặc nếu có vậy thì chúng tôi cũng hiếm khi thừa nhận. Sự thực là chúng tôi cũng dễ xúc động; nhưng chúng tôi chỉ không thể hiện nó. Những người cha của chúng tôi kéo chúng tôi sang một bên và nói với chúng tôi rằng cần phải có hai bộ mặt – một bộ mặt của riêng mình và một bộ mặt xã giao không lộ sự yếu đuối.

Tại sao các đồng nghiệp nam thảo luận tỉ mỉ với tôi ở những cuộc họp?

Một trong những điều gây thất vọng nhất đối với một Alpha Male là một cuộc họp. Sự thất vọng này chỉ có thể vượt qua bằng thảo luận cụ thể về các chi tiết. Khi đàn ông thảo luận tỉ mỉ với phụ nữ và giữa họ với nhau trong các cuộc họp, điều anh ta thực sự muốn nói là: “Tôi thấy thất vọng và tôi không muốn ở đây. Các bạn cứ tập trung vào các chi tiết cụ thể mà không đi đến được kết luận then chốt, cho nên thật lãng phí thời giờ của tôi!” Họ cố gắng đẩy nhanh cuộc họp bởi họ không nhìn thấy giá trị nào của một buổi họp dài hơn năm phút. Các Alpha Male đang nghĩ: “Hãy nói cho tôi những thứ tôi cần biết trong 30 giây và sau đó hãy cho phép tôi đi ra khỏi đây!”

Ví dụ A: Người phụ nữ được thảo luận cùng sẽ nói:

“Tôi nghĩ nói chuyện về người chúng ta sẽ chọn làm nhà cung cấp là quan trọng. Chúng ta cần xem xét về khu vực, tầm cỡ, danh tiếng, giá cả và các chi tiết cụ thể xung quanh cách

thức chúng ta sẽ chuẩn bị hợp đồng của mình. Sau đó, chúng ta sẽ quyết định giới thiệu chương trình của chúng ta như thế nào, ai sẽ làm việc đó, chúng ta sẽ chịu trách nhiệm như thế nào và các sự kiện cột mốc của ta sẽ là gì?”

Ví dụ B: Người phụ nữ được toàn nhóm chú ý sẽ nói:

“Tất cả chúng ta có thể đồng ý rằng, cuối cùng chúng ta sẽ là những người lãnh đạo quá trình sản xuất. Để có thể chiếm giữ và duy trì vị trí này trên thị trường, chúng ta phải có những quyết định quan trọng để đảm bảo thành công trong tất cả các bước đi. Đây là những quyết định sẽ giúp chúng ta phát triển hoặc sẽ hủy hoại chúng ta: nhà cung cấp nào chúng ta muốn sử dụng, ai sẽ được chúng ta chọn lựa để cùng vươn tới đỉnh cao, chúng ta cần phải có hợp đồng gì để bảo đảm họ thực hiện những lời đã hứa, và làm cách nào chúng ta có thể giới thiệu chương trình của mình để chắc chắn là tất cả chúng ta đều là những người chiến thắng nhanh nhất. Bây giờ chúng ta nói về các chi tiết cụ thể liên quan đến mục tiêu được rồi chứ?”

Nếu người đàn ông đang thảo luận kỹ lưỡng với bạn nghĩa là họ đang thất vọng và muốn thoát ra khỏi cuộc họp. Hãy điều chỉnh các cuộc họp để chúng trở nên thích hợp hơn, liên quan đến mục tiêu và tập trung vào sự thành công.

Tại sao đàn ông vội vàng đi đến những quyết định mà không xem xét kỹ lưỡng tất cả các chi tiết?

Chúng tôi luôn được định hướng bởi mục tiêu. Những thứ còn lại chỉ là tạp nhiễu. Chúng tôi ngắm, sẵn sàng và bắn. Chúng tôi xem những bộ phim cao bồi như những đứa trẻ và thấy rằng những gã rút súng nhanh nhất sẽ chiến thắng. Tất nhiên, thử thách ở đây là chúng tôi thường bắn trượt (mặc dù chúng tôi không thừa nhận điều đó), nhưng chúng tôi cũng có lợi thế trong việc kiếm được những hợp đồng bởi là những người nhanh nhất. Tôi tin rằng các Alpha Male đưa ra những quyết định tốt nhất có thể với những thông tin họ có. Khi họ có thêm thông tin, tất nhiên, họ có thể thay đổi tiến trình, nhưng họ không phải là những người ngồi chờ một chỗ và chờ xem sự việc diễn ra như thế nào.

Mặt khác, phụ nữ thường đá trái banh ra khỏi sân khi trò chơi vẫn đang tiếp diễn trước khi họ đưa ra những kết luận của mình. Tôi có những khách hàng chuẩn bị đi, chuẩn bị lại cho một giao dịch tiềm năng chỉ để cuối cùng nghe thấy nó đã được giao cho người khác. Nhớ rằng, cá lớn nuốt cá bé, người nhanh thắng kẻ mạnh. Nếu một người đàn ông ngồi đấy và đợi chờ điều gì đó hiện ra rõ ràng, thì anh ta sẽ bị xem là yếu kém và đánh mất sự tôn trọng từ những người đàn ông khác trong cùng lĩnh vực.

Được đề bạt: Năm quyền điều khiển con tàu của chính bạn

Làm thế nào để tôi vượt qua được cảm giác bất lực trong nghề nghiệp của mình?

Hãy bắt đầu lập kế hoạch. Tất cả phụ nữ nên có một kế hoạch chính và một Kế hoạch B. Đây là phương thức đàn ông quản lý công việc của họ. Kế hoạch chính là con đường mà chúng ta đang đi trên đó. Các kết quả công việc mong đợi của chúng tôi được xây dựng gắn liền với ngày tháng hoàn thành cũng như những cột mốc phát triển quan trọng để chúng tôi có thể biết được liệu mình có đang đi đúng đường hay không. Sau đó, chúng tôi có một Kế hoạch B. Đây là kế hoạch phòng khi có thứ gì đó vượt ra ngoài tầm kiểm soát hoặc đi chệch hướng và chúng tôi cần phải thực hiện sự thay đổi căn bản.

Dưới đây là ví dụ về kế hoạch chính và Kế hoạch B cho một kế toán nữ.

Kế hoạch chính

“Tôi sẽ làm việc chăm chỉ với công ty và sẽ học về kế toán nhiều nhất có thể. Tôi sẽ tham gia các khóa học thêm, xử lý thật nhiều hồ sơ khác nhau nếu có thể, xây dựng mạng lưới các chuyên gia giới thiệu người đến cho tôi, cư xử với khách hàng của tôi thật tốt và tính đến chuyện hình thành các liên minh với các chuyên gia khác trong lĩnh vực dịch vụ tài chính. Sau ba năm, lúc đó tôi đã phát triển được một nhóm khách hàng trung thành và tôi muốn doanh thu hàng năm từ việc kinh doanh của tôi sẽ có tỉ lệ 3:1 so với lương của mình. Trước thời hạn 5 năm, tôi sẽ tiếp cận các cổ đông của công ty, đưa đề nghị góp vốn và nâng nghề nghiệp của mình lên một tầm cao mới. Một khi tôi gặp được nửa còn lại của mình, tôi sẽ lập gia đình, tiếp tục nâng cao kỹ năng và nghỉ phép hai tháng một năm để viết tiểu sử của ông nội tôi.”

Kế hoạch B

“Nếu mọi thứ diễn ra không suôn sẻ với công ty tôi và tôi không có khả năng được trở thành một cổ đông ở đây, tôi sẽ bắt đầu tìm hiểu những công ty khác có thể phù hợp hơn với tôi. Mạng lưới mà tôi sắp xây dựng sẽ có ích cho việc này. Vào năm thứ ba, tôi sẽ quyết định bước đi tiếp theo của mình là gì. Theo như cách tôi nhìn nhận, có ba lựa chọn chính: ở lại công ty này, chuyển đến một công ty khác, hoặc có khả năng sẽ khởi đầu sự nghiệp của riêng mình. Trọng tâm chính là phát triển khách hàng và những mối liên hệ để sao cho tôi có nhiều phương án lựa chọn nhằm làm giảm bớt những rủi ro mà không cần quan tâm đến kết quả. Tôi cũng sẽ bắt đầu nghiên cứu lĩnh vực kinh doanh nhỏ để biết phải làm gì khi mở công ty riêng của mình.”

Làm thế nào để đề nghị sếp giao thêm việc cho tôi?

Điều đầu tiên phải làm là hãy tự hỏi bản thân rằng liệu bạn đã thành công trong những công việc trước chưa và bạn đã chứng tỏ khả năng hoàn thành công việc của mình chưa. Sau đó hãy tự hỏi xem liệu bạn có thể đảm nhận thêm công việc được giao. Nếu mọi thứ có vẻ ổn thì hãy hẹn gặp sếp của bạn và nói với ông ấy rằng bạn muốn nhận thêm công việc.

Ví dụ

“Bob, tôi cảm thấy rất thích thú với công việc mà tôi đảm nhận trong năm nay và đã

giúp tất cả các dự án nằm trong tầm kiểm soát, trong mức giới hạn của ngân sách và đúng lịch trình. Tôi rất hứng thú muốn vượt qua chính mình và mong được nhận thêm công việc. Tôi có thể tham gia thêm một vài dự án để nâng hiệu quả làm việc của mình lên tầm cao hơn được chứ?”

Chú ý rằng, đầu tiên bạn phải để anh ta thấy bạn thành công với tất cả những việc trước đây bạn được giao (cho thấy khả năng làm việc hiệu quả của bạn). Tiếp đến, cho anh ta thấy mong muốn tiếp tục thực hiện thành công nhiều công việc hơn nữa của bạn (điều này cho thấy bạn là người luôn hướng tới mục tiêu). Sau đó, bạn hỏi anh ấy một câu hỏi mở để anh ấy biết rằng bạn muốn nhận được phản hồi ngay lúc này và không muốn anh ấy sẽ trả lời bạn sau. Nếu bạn muốn nhận thêm công việc mới, đừng chọn câu trả lời “không”. Anh ta có thể lờ bạn đi để thử xem bạn có thực sự nghiêm túc không. Các Alpha Male yêu thích những con người dám vượt qua thử thách để đến được đích mình muốn.

Tại sao đàn ông trở thành cổ đông góp vốn nhanh hơn phụ nữ?

Đây là một câu trả lời đơn giản nhưng gây nhiều tranh cãi: Đàn ông giỏi hơn trong việc đưa các hợp đồng về cho công ty. Mặc dù phụ nữ sở hữu những kỹ năng tốt hơn, cần thiết cho việc tìm kiếm và ký kết thành công các thỏa thuận, nhưng họ thường chọn đứng ở vị trí thứ hai so với một người đàn ông có uy thế. Đàn ông được định hướng bởi mục tiêu và cuối cùng, người mang về những giao dịch cho công ty là người nắm quyền kiểm soát. Cha tôi gọi điều này là sự khác biệt giữa định nghĩa về “quy tắc vàng” của đàn ông và phụ nữ. Phụ nữ định nghĩa “quy tắc vàng” là “hãy đối xử với người khác theo cách bạn muốn người khác đối xử với mình như vậy.” Trong khi đó, định nghĩa của đàn ông lại là “người có tiền là người tạo ra các nguyên tắc.”

Thành thực mà nói, bạn được chấp thuận trở thành cổ đông góp vốn bởi một trong hai nguyên do: Bạn là người tạo ra lợi nhuận chính cho công ty và sự ra đi của bạn sẽ tác động tiêu cực đến tổng lượng doanh thu của công ty, hoặc bạn là người đại diện quan trọng cho công ty và sự ra đi của bạn sẽ gây ra ảnh hưởng tiêu cực.

Là đàn ông, chúng tôi được dạy rằng trở thành một người ủng hộ người khác đồng nghĩa với việc trở thành nô lệ của ai đó. Bạn hoặc là đang ở vị trí đứng đầu chuỗi thức ăn, hoặc là đang chờ ai đó múc đầy hộp đựng súp của bạn. Một người đàn ông không thể trở thành cổ đông góp vốn của một công ty, sẽ trở thành gã khờ trong con mắt những người đàn ông khác. Chúng tôi biết điều này, do vậy chúng tôi cố gắng tìm kiếm và ký kết những giao dịch cực lớn để tăng thêm thu nhập và nâng cao vị thế của mình. Trong khi đó, phụ nữ nghĩ rằng trở thành một người chơi tốt trong hoàn cảnh khó khăn, người khuyến khích óc sáng tạo của toàn nhóm là đã chứng minh được cam kết của mình và do đó sẽ được đề nghị trở thành cổ đông như là phần thưởng cho công lao đó.

Sau đây chúng ta sẽ lập nhanh một phương trình xác định liệu bạn có được xem xét trở thành một cổ đông góp vốn hay không:

Lấy lương hàng năm của bạn. Cộng thêm tất cả khoản chi cho các trợ lý hoặc nhân viên

phụ giúp xử lý các tài liệu của bạn. Sau đó tính thêm chi phí bạn thực hiện công việc kinh doanh (không gian văn phòng, máy tính, điện thoại, xe hơi công ty, .v.v...). Cộng tất cả những khoản đó lại và trừ đi khoản giá trị giao dịch hoặc lợi nhuận bạn tạo cho công ty. Bạn sẽ có được số dư. Quyết định xem liệu bạn nghĩ rằng con số đó đáng để có một khoản chia trong lợi nhuận hay không.

Tôi làm việc với một khách hàng là luật sư của công ty lớn ở thành phố New York. Cô ấy đã làm việc ở công ty này 12 năm và không được đề nghị trở thành một cổ đông góp vốn. Cô ấy đã thấy một đồng nghiệp nam được đề nghị trở thành cổ đông góp vốn chỉ sau 6 năm. Chúng tôi đã xem những con số của cô ấy và đây là những gì mà chúng tôi thấy:

Lương của cô ấy	160.000 đôla
Lương trợ lý của cô ấy	60.000 đôla
Khoản chi phí của văn phòng cô ấy (xấp xỉ)	12.000 đôla
Chi tiêu của cô ấy (phí công tác/xe hơi/du lịch)	25.000 đôla
Giá trị các giao dịch của cô ấy	360.000 đôla
Lợi nhuận mang lại cho công ty	103.000 đôla

Cô ấy kiếm về cho công ty 103.000 đôla mỗi năm, hay 8.583 đôla mỗi tháng, chừng này dường như là nhiều đối với bạn và tôi, nhưng khả năng sinh lợi nhuận của cô ấy chỉ là 29% giá trị các giao dịch của cô ấy.

Trong kinh doanh, chúng tôi muốn có những người làm thuê tạo ra gấp 3 lần lương của họ trong thời gian trả tiền. Điều đó có nghĩa rằng để vừa khít với phương trình này thì cô ấy phải tạo ra 480.000 đôla trong khoảng thời gian được trả tiền. Cô ấy đã thiếu 120.000 đôla mỗi năm. Điều đó không có nghĩa là cô ấy không làm việc chăm chỉ. Nó chỉ có nghĩa rằng, từ quan điểm của một người đàn ông, không có lý do gì để cô ấy có thể được nhận một phần lợi nhuận của công ty như một cổ đông góp vốn bởi giá trị giao dịch quá ít ỏi. Một điều khác để cân nhắc là cô ấy đã chăm sóc khách hàng cực kỳ tốt, nhưng lại không tự mình kiếm được một khách hàng đơn lẻ nào trong suốt 12 năm. Cô ấy luôn bận rộn nhận các hồ sơ từ các đồng nghiệp. Hãy để tôi đưa cho bạn một ví dụ về những con số của một cổ đông góp vốn:

Lương của anh ấy	600.000 đôla
Lương trợ lý của anh ấy	180.000 đôla
Khoản chi phí của văn phòng anh ấy (xấp xỉ)	30.000 đôla
Chi tiêu của anh ấy (phí công tác/xe hơi/du lịch)	120.000 đôla
Giá trị các giao dịch của anh ấy	2.600.000 đôla
Lợi nhuận mang lại cho công ty	1.643.000 đôla

Rõ ràng lương của anh ấy gấp gần 4 lần so với cô ấy và công tác phí của anh ấy lớn hơn rất nhiều. Điều đó là do anh ấy giành nhiều thời gian mang về cho công ty những khách hàng mới, xây dựng mạng lưới và phát triển các mối quan hệ có thể mang về cho công ty

ngày càng nhiều công việc. Giá trị giao dịch của anh ấy có quan hệ với lượng công việc mà anh ấy mang về cho công ty và trao lại cho các đồng sự giống như vị khách hàng của tôi. Khả năng sinh lợi nhuận của anh ấy là 63%, gấp đôi khả năng sinh lợi nhuận của cô ấy. Nếu anh ấy rời khỏi công ty với những khách hàng đó thì sẽ gây ra tác động tài chính đáng kể tới công ty. Không giống 8.538 đôla lợi nhuận tạo ra trong một tháng của cô ấy, anh ấy tạo ra 136.916 đôla lợi nhuận mỗi tháng. Anh ấy đang kiếm cho công ty gần gấp 15 lần lượng tiền mà cô ấy đang kiếm. Nếu cô ấy tạo ra một khoản lợi nhuận như vậy cho công ty, cô ấy sẽ trở thành một cổ đông góp vốn.

Nếu bạn có thể nâng khả năng sinh lợi nhuận lên đến mức mà công ty bắt đầu cảm thấy ảnh hưởng từ những nỗ lực của bạn, bạn sẽ được đề nghị trở thành cổ đông góp vốn bởi một trong hai lý do: Họ đánh giá cao việc bạn là thợ săn và có thể mang về công việc cho công ty, hoặc họ lo rằng bạn sẽ cuốn đi toàn bộ các khách hàng mới của bạn và mở công ty của riêng mình. Dù là lý do gì đi nữa thì quyền lực bây giờ nằm trong tay bạn.

Tại sao tôi lại luôn đào tạo cấp dưới trở thành cấp trên của mình?

Bạn đã được coi là một người có danh tiếng, trách nhiệm cao, và đàn ông rất giỏi trong việc tìm kiếm người giúp đỡ chúng tôi kiến tạo thứ chúng tôi muốn và tối đa hóa đóng góp của người đó. Câu hỏi đầu tiên là: bạn đã nộp đơn cho những chức vụ cao cấp chưa hay là đang đợi họ để ý đến bạn và yêu cầu bạn nộp đơn? Nếu bạn chưa nộp đơn thì bạn đang chờ đợi điều gì? Nếu bạn đã nộp đơn và bị họ bỏ qua, có thể có một vài lý do giải thích điều này:

- Bạn đã bị loại bỏ
- Cấp trên không lo lắng về việc bạn sẽ rời công ty ra đi.
- Họ đã đánh giá rủi ro mà bạn sẽ rời bỏ công ty và họ không lo lắng về điều đó.
- Bạn không ở vị trí như một người chơi và họ không cần phải nghĩ ngợi gì.

Nếu họ có một đào tạo viên tốt (người khó tìm thấy và chúng tôi cũng không biết phải tìm như thế nào), tại sao họ sẽ đề bạt bạn nếu như họ không phải làm vậy? Nếu đề bạt, họ sẽ phải tìm một ai đó có thể làm công việc của bạn tốt như bạn đã làm, điều này có nghĩa là sẽ tạo thêm nhiều việc cho chúng tôi. Chúng tôi không cảm thấy quá thích thú khi nhận thêm công việc.

Nếu bạn chắc rằng mình đã không bị loại bỏ, thì cách dễ dàng để thay đổi điều này là gặp cấp trên của bạn và hỏi về những thứ bạn cần có để được đề bạt. Sau đó, nói với họ rằng bạn muốn làm theo những chỉ dẫn của họ cũng như sẽ chuẩn bị một hệ thống cho việc đào tạo người thay thế công việc hiện tại của bạn khi bạn được đề bạt.

Sau đây là điều quan trọng: Đừng đưa cho họ hệ thống này cho đến khi bạn được đề bạt. Nếu họ đang tìm kiếm một lý do để tiêu diệt bạn, bạn đang cung cấp cho họ một hệ thống mà có thể đó là lý do duy nhất khiến họ giữ bạn ở lại. Nếu bạn nghĩ điều này sẽ xảy ra, hãy bắt đầu làm việc với Kế hoạch B của bạn.

Phụ nữ cần làm gì để được xem là một người ngang hàng trong kinh doanh?

Điều đầu tiên là tôn trọng chính bạn và chỉ cho phép mọi người trao đổi với bạn nếu họ tôn trọng bạn. Điều thứ hai là trở thành một người tạo ra các giao dịch. Hãy nghĩ đến việc kiến tạo các giao dịch cho công ty để thể hiện năng lực tạo ra công việc kinh doanh của mình. Không ai trong chúng ta sinh ra đã có sẵn tài năng này (mặc dù tôi không nghĩ rằng các Alpha Male sẽ đồng ý với tôi về luận điểm này), do vậy hãy tìm kiếm những cố vấn để chia sẻ quá trình kiến tạo các giao dịch. Điều thứ ba là hãy hành động một cách chuyên nghiệp. Nếu bạn muốn trở thành một người chiến thắng thì hãy hành động như một người chiến thắng. Điều thứ tư là hãy cẩn thận với người mà bạn dành thời gian cho họ. Cha tôi nói rằng: “Nếu bạn muốn bay cùng với những chú đại bàng thì đừng chạy với những con gà tây”. Bạn sẽ có những tính cách giống như người mà bạn dành thời gian đi cùng họ.

Nhớ lại cách đàn ông định nghĩa quy tắc vàng. Vào thời khắc cuối cùng, bạn sẽ bị đánh giá dựa trên khả năng đạt được thành công trong nghề nghiệp của bạn. Điều thứ năm tôi có thể phát biểu đó là những người chiến thắng thường làm những việc kẻ thua cuộc không làm. Là một Alpha Male, tôi muốn dành thời gian của mình với các đồng nghiệp có thể hoàn thành công việc (bất kể là nam hay nữ).

Gia đình cản trở hay hỗ trợ sự nghiệp: cùng hay không cùng một đội?

Nếu tôi không làm việc vào những ngày cuối tuần thì điều này có ảnh hưởng tiêu cực đến tôi hay không?

Tôi nghĩ làm việc vào những ngày cuối tuần được đánh giá cao chỉ khi bạn đang tạo dựng công việc kinh doanh của chính bạn. Không có lý do gì để bạn không thể hoàn thành công việc suốt những ngày trong tuần. Sẽ có những thời điểm bạn phải gặp gỡ một khách hàng vào một ngày cuối tuần hoặc đến công ty để hoàn thành một giao dịch, nhưng nhìn chung đàn ông sẽ không ấn tượng với việc bạn ở công ty vào những ngày cuối tuần; chúng tôi sẽ nghĩ rằng bạn làm việc không hiệu quả và phải sử dụng những ngày cuối tuần này để theo kịp công việc.

Tại sao phụ nữ lại phải lựa chọn giữa thành công trong nghề nghiệp và gia đình?

Trước kia, phụ nữ bị ép buộc phải chọn nghề nghiệp hoặc gia đình (thông qua áp lực xã hội). Nếu họ cố làm cả hai, hoặc họ sẽ là những người mẹ tồi hoặc sẽ không thể hoàn thành công việc. Bây giờ mọi thứ đã khác.

Phụ nữ ngày nay có nhiều phương sách hữu dụng hỗ trợ cho quá trình chuyển đổi của họ và dư luận xã hội bây giờ vinh danh người phụ nữ làm được cả hai việc trên. Khi bạn đưa ra quyết định rằng bạn muốn cả gia đình và sự nghiệp mà không gây bất lợi cho nhau, bạn có thể có cả hai.

Tôi nghĩ rằng, lỗi lầm lớn nhất mà tôi thấy người phụ nữ tạo ra là thực hiện cả hai khi

chưa có kế hoạch thích hợp. Những người bạn nữ của tôi nói: “Tôi nghĩ chúng tôi sẽ lập gia đình.” Tôi hỏi họ: “Bạn sẽ làm gì với công việc của bạn?” Phản hồi luôn luôn sẽ là: “Tôi chỉ việc nghỉ phép sinh con và rồi nhận lại việc sau khi quay lại.”

Đây là một lỗi lầm lớn. Họ đang từ bỏ quyền kiểm soát tình hình của mình và quyết định rằng họ sẽ chỉ việc chờ để xem điều gì sẽ diễn ra. Bạn đang đùa tôi đấy à? Tôi đưa ra đề nghị với những người phụ nữ tôi biết là họ nên lập kế hoạch để có thể giữ công việc của họ trôi chảy trong khi họ mang bầu và cả sau khi họ có em bé. Việc này sẽ không phải tạm dừng vì việc kia.

Tôi có một người bạn là kế toán và một ngày kia khi tôi nói chuyện với cô ấy về chuyện cô ấy mang thai, cô ấy nói bắt đầu phải làm việc chậm lại bởi vì cô ấy sẽ nghỉ trong vài tháng tới và chẳng ích lợi gì khi mang về nhiều hồ sơ mới. Chúng tôi có cuộc nói chuyện đó vào tháng Tư, khi cô ấy vừa mới hoàn thành một mùa thuế bận rộn.

Tôi đã nói với cô ấy rằng cô ấy thật điên rồ. Bây giờ là thời điểm để mang về các hồ sơ mới. Cô ấy có thể xây dựng mối quan hệ trước khi cô ấy rời đi và quay trở lại đúng lúc để lập kế hoạch về thuế năm tiếp theo. Tôi có thể nhìn thấy trong mắt cô ấy ý chí rằng cô ấy chưa suy nghĩ đến vấn đề đó. Sau đó, tôi bảo cô ấy hãy nhìn vào hội phụ huynh gồm 30 người phụ nữ mà cô ấy là một thành viên trong đó. Tôi hỏi cô ấy: “Những người phụ nữ ở trong nhóm của cậu làm gì?” Cô ấy đáp: “Tôi không chắc, tôi nghĩ họ chỉ là những người mẹ.” Tôi nói với cô: “Thế họ nghĩ cậu làm gì?” Cô ấy nói: “Tôi nghĩ họ chắc cũng nghĩ rằng tôi chỉ là một người mẹ.”

Sau một cuộc điều tra sâu hơn, hóa ra là trong nhóm đó có ba giám đốc tài chính, một giám đốc bán hàng khu vực Bắc Mỹ, ba luật sư và một chủ công ty sản xuất thực phẩm nổi tiếng.

Tất cả những người phụ nữ này đều pha lẫn một chút cảm xúc buồn chán bởi họ đã vắng ra khỏi vòng quay của kinh doanh. Một khi họ nhận ra rằng họ có những điểm chung khác ngoài những đứa trẻ của họ ra, họ bắt đầu thảo luận cách họ có thể làm ăn cùng nhau khi họ trở lại. Bạn tôi đã quay trở lại vị trí của cô ấy sau 7 tháng với 325.000 đôla trong những tập hồ sơ mới đến từ các đầu mối liên lạc của mẹ cô ấy. Đừng xem việc có gia đình như là một khoảng thời gian nằm ngoài công việc kinh doanh. Hãy xem các cơ hội có thể được tạo ra trong vai trò mới là một người mẹ.

Nếu tôi nghỉ phép sinh con, liệu tôi có tác động xấu đến vị trí của mình ở công ty không?

Câu trả lời là vừa có vừa không. Mức độ ảnh hưởng sẽ phụ thuộc vào việc bạn giải quyết nó như thế nào. Sau khi chờ hết ba tháng đầu tiên, hầu hết phụ nữ nói với sếp của họ rằng họ đang mang thai và ngày sinh dự tính của họ. Sau đó, họ nói với ông ấy là họ sẽ nghỉ phép bao lâu cho việc sinh đẻ.

Khi bạn nói việc này với sếp của bạn, về bản chất, bạn đang nói rằng: “Tôi đang mang

thai, tôi sẽ nghỉ sinh trong bốn tháng nữa. Anh cần tính toán sẽ phải làm gì với phần công việc của tôi khi tôi nghỉ. Tìm một ai đó sẵn lòng đảm nhận vị trí của tôi trong thời gian tôi nghỉ sinh. Sau đó, anh sẽ đào tạo họ thực hiện công việc của tôi. Tiếp theo, anh phải hi vọng là họ sẽ không rời bỏ công việc trong khi tôi được điều chuyển đi làm một công việc toàn thời gian ở một nơi nào đấy. Nếu việc đó xảy ra, anh sẽ phải tìm một nhân viên tạm thời để đào tạo.” Và còn nhiều thứ nữa. Việc mang thai trở thành một thứ khác đặt trên bàn của sếp chờ giải quyết. Sếp bạn sẽ không vui? Đây là lý do tại sao sếp của một người bạn tôi đã đáp lại với câu: “Chúc mừng nhé. Khốn nạn, thật khốn nạn, quá khốn nạn.” Đây là lý do tại sao đàn ông không mong chờ nữ nhân viên nghỉ sinh nở. Điều đó tạo ra thêm nhiều việc cho chúng tôi.

Lời khuyên của tôi là phải có một kế hoạch được chuẩn bị sẵn cho sếp để ứng phó với đợt nghỉ sinh của bạn. Để tôi chia sẻ với bạn điều mà một khách hàng đã làm khi cô ấy quyết định nói với sếp của mình. Sau ba tháng mang thai đầu tiên, cô ấy đoán trước ngày mình sẽ phải nghỉ làm việc với bác sĩ khoa sản và chồng mình. Sau đó, cô ấy hẹn gặp cấp trên ở công ty và nói chuyện với ông ấy về việc đang có bầu.

Cô nói với ông rằng cô sẽ phải nghỉ làm việc trong vòng bốn tháng nữa để sinh con (trừ khi có điều gì đó rắc rối xảy ra khiến cô ấy phải nghỉ sớm hơn). Cô nói rằng cô đã nghĩ đến một đồng nghiệp có thể tóm tắt phần hồ sơ của cô và những việc cần phải hoàn thành cho mỗi khách hàng. Trước khi cô nghỉ phép, cô sẽ luôn sẵn sàng giải đáp thắc mắc nào nếu có của người thay thế xung quanh việc xử lý hồ sơ. Sau khi sinh con, cô lên kế hoạch quay trở lại công ty làm việc dần dần sau bốn tháng.

Cô ấy sẽ có thể bắt đầu bằng việc tới công ty một ngày một tuần và lấy những hồ sơ mà cô ấy có thể làm việc tại nhà khi sức khỏe cô ấy cho phép. Cô đã lên kế hoạch mua một máy tính xách tay và nhờ bộ phận công nghệ thông tin cài đặt phần mềm, nối mạng để cô ấy có thể nhận dữ liệu từ công ty thông qua Internet. Cô thông báo với những khách hàng của mình biết rằng cô đang nghỉ phép và giới thiệu họ với người đảm nhận công việc của cô. Nếu ở bất cứ thời điểm nào khách hàng muốn nói chuyện trực tiếp với cô, cô sẽ kiểm tra thư điện tử hai lần một tuần và thư thoại ít nhất một lần một tuần. Người thay thế cô cũng có thể gọi cô trong khoảng từ 9 giờ sáng đến 4 giờ chiều từ thứ Hai đến thứ Sáu.

Sếp nhìn cô ấy và nói: “Cảm ơn bạn và xin chúc mừng”. Cô ấy đã đưa ra một kế hoạch để cô không bỏ mặc trách nhiệm của mình và không tạo thêm nhiều công việc cho sếp. Cô ấy đã đưa ra một giải pháp nên dù cô ấy không ở công ty vào kỳ nghỉ đẻ, nhưng cô ấy vẫn luôn sẵn sàng giải quyết khi có vấn đề nảy sinh. Nếu các phụ nữ đều làm như vậy thì sẽ không có quá nhiều vấn đề tiêu cực xung quanh việc nghỉ phép sinh con. Bạn không thể từ bỏ trách nhiệm nghề nghiệp của mình khi bạn mang thai mà lại vẫn nhận được sự coi trọng của đồng nghiệp. Nếu bạn dành thời gian để lập kế hoạch, bạn có thể vừa thích thú với việc mang thai lại vừa cảm thấy thoải mái với công việc của mình, đồng thời không đặt bất cứ điều gì trong tình trạng nguy hiểm.

Khi nào là thời điểm tốt nhất cho tôi lập gia đình?

Tôi nghĩ thời điểm tốt nhất để bạn bắt đầu lập gia đình và vẫn giữ nghề nghiệp của mình tiến triển tốt là khi bạn chứng minh được rằng bạn có khả năng tạo ra lợi nhuận. Khi bạn bắt đầu kiếm được khách hàng cho công ty, giao dịch thành công các hợp đồng lớn, hoặc lập những khối liên minh lớn cho công ty của bạn, đó là thời điểm thuận lợi nhất để bạn bắt đầu xây dựng gia đình. Giá trị của bạn với công ty sẽ ở mức cao nhất khi bạn đã thể hiện được khả năng hoàn thành tốt các giao dịch của mình. Nếu bạn nghỉ phép trong thời gian ngắn để lập gia đình và bạn chỉ là người làm những công việc bình thường trong công ty, thì mọi người sẽ coi bạn là nhân tố gây ảnh hưởng đến hệ thống và làm tiêu tốn tiền của của công ty.

Nếu bạn mang lại thêm công việc cho công ty, thì nhận thức của mọi người sẽ thay đổi, họ sẽ nói: “Cô ấy đang nghỉ phép nhưng cô ấy xứng đáng với điều đó. Có ấy vừa mang về cho công ty một hợp đồng lớn kia kìa.”

Đừng có suy nghĩ rằng bạn sẽ bắt đầu lập gia đình và rồi khi con cái của bạn ở độ tuổi đến trường thì bạn sẽ xem trọng nghề nghiệp của mình. Nó sẽ không diễn ra theo cách như vậy. Nếu bạn bắt đầu thay đổi quan điểm và quan tâm đến công việc của mình nhiều hơn sau khi bạn có con, đồng nghiệp của bạn sẽ luôn lo lắng rằng gia đình có thể cản trở bạn hoàn thành tốt các giao dịch. Hãy tự cho mình cảm giác là một người hoàn thành tốt hợp đồng và thể hiện với toàn bộ công ty rằng bạn có thể làm được điều đó. Câu hỏi liệu bạn có thể hoàn thành tốt công việc hay không sẽ trở thành vấn đề cần phải bàn. Bạn muốn được nhìn nhận như là một người có gia đình nhưng vẫn hoàn thành tốt công việc chứ không phải là một bà mẹ xoay xở để cố gắng cân bằng giữa các cam kết nghề nghiệp và trách nhiệm gia đình. Dù đây là hành động giữ cân bằng mà bạn sẽ sử dụng thành thạo, nhưng việc bạn giải quyết điều đó như thế nào phụ thuộc vào chính bạn. Tất cả những điều họ cần biết là bạn có thể giữ được các cam kết nghề nghiệp của mình hay không.

Có ổn không khi nói về gia đình mình nếu một đồng sự đưa vấn đề đó ra bàn chuyện?

Tôi sẽ không làm vậy. Mặc dù tôi chia sẻ các câu chuyện về Jacqui (với sự cho phép của cô ấy), tôi có thể đếm trên đầu ngón tay số lần một đồng nghiệp hay khách hàng đến nhà tôi. Tôi là một tín đồ của việc giữ đời sống riêng tư của mình theo đúng nghĩa của từ riêng tư. Tôi không chia sẻ với mọi người ngày nào là ngày sinh nhật của tôi, ngày nào là ngày kỷ niệm của tôi hay khi một thành viên nào đó trong gia đình bị ốm và những việc tương tự vậy. Tôi giả định hai điều sau:

1. Không ai quan tâm về cuộc sống của tôi ngoại trừ tôi.
2. Đó không phải là nhiệm vụ của ai khác ngoại trừ tôi.

Tôi thấy rằng các nữ khách hàng và đồng nghiệp kể cho tôi nghe mọi thứ về cuộc sống, bạn bè, kiến thức, các mối quan hệ và nhiều thứ khác của họ. Tôi cần biết những điều này về các khách hàng mà tôi đang đào tạo, tuy vậy tôi vẫn thường cảm thấy vô cùng ngạc nhiên khi các đồng nghiệp kể cho tôi nghe rất nhiều về cuộc sống riêng tư của họ.

Tôi có một trợ lý làm việc cùng tôi ở Kamloops và tôi biết mọi thứ về cuộc sống của cô

ấy: cô ấy đang hẹn hò cùng ai, những chuyện nổi bật trong những năm tháng cấp ba, các mối quan hệ của những người bạn thân nhất của cô ấy, nói chung là tất cả mọi thứ. Vào một ngày kia, tôi đã gọi cho cô ấy về vấn đề này và hỏi cô: “Tại sao chị lại kể với mọi người mọi chi tiết trong đời sống riêng tư của chị vậy?” Cô ấy trả lời: “Anh cũng vậy mà!”

Tôi chất vấn tiếp: “Tôi sống cùng Jacqui bao lâu rồi?”, “Tên của bố tôi là gì?”, “Sinh nhật của tôi là ngày nào vậy?” Cô ấy nhìn tôi. Sau đó tôi nói: “Các bạn trai vừa rồi của chị là Ted, John, Ben và Josh. Tên của bố chị là Kevin. Sinh nhật của chị là ngày 18 tháng Bảy.”

Vì phụ nữ là người có khả năng truyền đạt ý tưởng và cảm xúc đến người khác rất tốt nên họ thích chuyện trò với người khác. Khi đàn ông trải nghiệm điều này, sẽ có hai thách thức. Đầu tiên là chúng tôi được dạy để giấu kín thông tin của mình ngoại trừ những thông tin buộc phải nói ra cho người khác biết. Thách thức thứ hai là đàn ông không hiểu lý do tại sao bạn lại nói chuyện về cá nhân thay vì nên nói về các vấn đề liên quan đến công việc kinh doanh. Đây là hai phản ứng mà chúng tôi sẽ chia sẻ với bạn, nhưng sau đây là phản ứng thứ ba mà chúng tôi không đưa ra: Bạn càng kể cho chúng tôi nghe nhiều chuyện thì việc ra một quyết định đúng đắn cho công việc kinh doanh sẽ càng trở nên khó khăn, và điều này thì không tốt đối với bạn.

Chúng tôi cần khách quan khi đưa ra các quyết định liên quan đến công việc kinh doanh và chúng tôi muốn mọi người cũng khách quan khi đưa ra các quyết định về chúng tôi. Tôi thà bị sa thải còn hơn bị ai đó nói: “Hãy để Chris ở nhà. Anh ấy còn có gia đình.” Mọi người đàn ông đều muốn tham gia vào giao dịch bởi vì anh ấy xứng đáng với điều đó chứ không phải bởi vì ai đó cảm thấy thương hại anh ấy.

Nếu không muốn rắc rối, hãy cố gắng tránh chia sẻ các thông tin cá nhân. Những người khác có thể kể cho bạn nghe bất kỳ điều gì họ muốn, nhưng hãy nhớ giữ thông tin của mình kín kẽ.

Các mối quan hệ văn phòng: Đi sai lộ trình

Liệu tôi có phải đi uống cái gì đó sau giờ làm hay không? Nếu phải đi thì tôi nên uống bao nhiêu?

Lời khuyên chắc chắn nhất của tôi dành cho bạn là bạn không phải đi ra ngoài uống gì đó trong tất cả những lần mọi người gặp mặt sau giờ làm việc, tuy nhiên bạn nên đi một vài lần trong số đó. Nếu các đồng nghiệp nam mời bạn ra ngoài uống chút gì đó với nhóm, điều đó có nghĩa là họ đang mong muốn tạo mối quan hệ thân mật hơn với bạn.

Đàn ông có một vài nguyên tắc khi đi uống. Đầu tiên, chúng tôi chỉ uống với những người mình thích. Thứ hai, chúng tôi luôn tìm cách để khỏi phải trả tiền. Thứ ba, nếu chúng tôi mời bạn đi ra ngoài uống chút gì đó, chúng tôi muốn thử xem bạn có thể hòa hợp với nhóm không và bạn sẽ hành xử thế nào trong một tình huống xã hội. Được mời đi uống gì đó gần như luôn luôn mang ý nghĩa tích cực, nhưng bạn không muốn tạo thành một thói

quen.

Đàn ông thường đi ra ngoài uống chút gì đó sau một thỏa thuận lớn, hay vào các ngày thứ Sáu để chào đón cuối tuần, tổ chức sinh nhật cho ai đó, hoặc để xả hơi một chút.

Lời khuyên của tôi là nên đi ra ngoài nếu đó là các buổi lễ mừng giao dịch thành công. Hãy quên đi truyền thống đến quán rượu vào ngày thứ Sáu, và nếu đến để mừng sinh nhật ai đó thì chỉ nên xuất hiện trong 15 phút quan trọng nhất mà thôi và sau đó thì hãy chuồn đi.

Khi bạn uống rượu cùng với nhóm, nguyên tắc là không uống nhiều hơn hai cốc. Thêm một cốc nếu bạn có thể trạng tốt và bớt đi một cốc nếu bạn không thể kiểm soát được lượng chất cồn trong người. Không gì hủy hoại bạn nhanh hơn việc trở thành một người say rượu và các đồng nghiệp nam sẽ thấy bạn trong tình trạng đó ngay cả khi họ cũng ở trong trạng thái say rượu giống bạn. Bạn không muốn trở thành nhân vật chính trong các câu chuyện tán gẫu vào những lúc rảnh rỗi của người khác. Tôi đã nhìn thấy nhiều sự nghiệp tan thành mây khói chỉ do nguyên nhân này và những phụ nữ đó thậm chí không hề biết say rượu ảnh hưởng đến nghề nghiệp của mình như thế nào.

Vào lúc này, đừng uống tại một, hai, hay ba cốc có thể trở nên khó khăn, đặc biệt là khi người xung quanh gây áp lực. Mẹo của tôi (tôi không bao giờ uống nhiều hơn ba cốc trong vòng 24 giờ đồng hồ) là sau khi uống xong vòng đầu tiên thì hãy xin phép mọi người và đi tìm người phục vụ, sau đó nói với anh ta hay cô ta rằng bạn không uống thêm nữa, nhưng hãy đưa cho bạn thức uống không cồn có vẻ ngoài giống như thức uống lúc trước. Đây không phải là lừa đảo, nói dối hay là bất cứ cái gì tiêu cực. Thay vào đó, nó cho phép bạn duy trì quyền lực của mình trong công việc kinh doanh mà không bị coi là một người đàn bà ra vẻ đoan trang, đứng đắn trong con mắt của mọi người trong nhóm.

Nếu tôi nghĩ rằng một đồng nghiệp đang bị đối xử bất công thì tôi nên can thiệp như thế nào?

Tôi nghĩ rằng có những thời điểm chắc chắn bạn phải can thiệp, đặc biệt là khi các quyền con người của ai đó bị xâm phạm. Tuy nhiên, khi bạn can thiệp, hãy chắc chắn rằng bạn chuẩn bị sẵn sàng để theo đuổi đến cùng. Bạn không thể chỉ can thiệp một phần. Hoặc là bạn can thiệp hoặc là không. Nếu bạn thực sự can thiệp, đừng lùi bước! Bạn phải can thiệp hoàn toàn.

Tôi đã nhìn thấy nhiều người nhảy đến giúp đồng nghiệp khi họ nghĩ có điều gì đó bất công. Thường thì họ cũng sẽ bị trở thành mục tiêu và bị kéo xuống cùng với người mà họ đang cố gắng giúp đỡ. Trong đa số trường hợp thì tình hình không yêu cầu ai đó phải dính líu đến. Nếu người nào đó đang dính vào rắc rối mà họ không gây ra thì bạn không nên dây dưa vào. Nếu ai đó đang bị trừng phạt bởi những hành động của anh ta, bạn cũng không nên dính dáng đến. Nếu ai đó đang bị sỉ nhục về tinh thần, hành hạ về thể chất hoặc tình cảm, bạn nên can thiệp theo cách sao cho không đặt bản thân bạn vào nguy hiểm. Hãy đưa một thành viên của bộ phận HR⁽¹⁾ của bạn vào cuộc và yêu cầu người đó giữ bí mật thông

tin về người tiết lộ cho họ (là bạn). Trong trường hợp không có bộ phận HR, hãy kéo người bị lãng nhục hay hành hạ sang một bên và đưa cho họ các lựa chọn. Hãy để tính chính trực đưa đường dẫn lối cho bạn, nhưng đừng cứu ai đó chỉ để cứu anh ta. Chỉ dính líu đến nếu họ không thể bảo vệ cho bản thân họ và họ không đáng bị đối xử như vậy.

Hoạt động chính trị văn phòng đóng vai trò nào trong sự thành công nghề nghiệp?

Chính trị văn phòng là một xoáy nước màu đen trong kinh doanh. Nó là một yếu tố ảnh hưởng mạnh mẽ đến những việc sẽ xảy ra trong quá trình xây dựng và phát triển kinh doanh. Những lỗi lầm mọi người gây ra đang bị lôi kéo vào các hoạt động chính trị văn phòng. Tôi tin rằng biết được điều gì đang xảy ra là quan trọng, nhưng bạn không cần phải dây dưa vào đó để có thể nắm được các thông tin. Hãy nghĩ bạn là một người quan sát, không phải là người tham gia và bạn sẽ ổn. Nhớ rằng, trong chính trị văn phòng, nhóm này thắng có nghĩa là nhóm khác phải thua. Tôi chỉ không thích sự xung đột.

Tôi nên làm gì nếu bị buộc phải chọn một bên về một vấn đề gì đó tại nơi làm việc?

Điều này nằm trong các vấn đề cần thảo luận về chính trị văn phòng. Mọi người dính dáng sẽ muốn biết bạn đứng về phía nào, và nếu bạn chọn một bên thì điều này đồng nghĩa với việc bạn đang làm hài lòng một nhóm và làm mất lòng nhóm còn lại. Tôi nghĩ đây là thời điểm hoàn hảo để đứng ở vị trí cao “tọa sơn quan hổ đấu” và tránh xa chuyện đó. Nếu bạn nói với hai nhóm là “tôi không thích dính dáng đến chuyện này,” bạn sẽ bị những người đó coi là một kẻ trung lập yếu đuối không có lấy một lập trường cụ thể về các vấn đề.

Thay vào đó, chiến lược của tôi là hãy nói: “Trong khi tất cả các bạn đang tranh cãi ai đúng ai sai, tôi sẽ tập trung vào dự án để cho bất đồng nhỏ này không đánh chìm tất cả chúng ta.” Bạn đang cho họ biết rằng họ đang hành xử như những đứa trẻ và bạn, trong khi không trừng phạt trực tiếp họ, sẽ không xao nhãng sự tập trung khỏi các công việc cần phải thực hiện.

Tôi nên làm gì nếu bị quấy rối bởi một đồng sự?

Đàn ông sớm học được một bài học trong nghề nghiệp của chúng tôi: Đừng nhúng bút bạn vào mực công ty. Đây là một cách nói chưa trau chuốt để minh họa cho một vấn đề. Sự lãng mạn văn phòng hiếm khi tiến triển tốt đẹp và người phụ nữ luôn phải đối mặt với mũi dùi từ những câu chuyện với hàm ý giễu cợt.

Chúng tôi từng làm việc với một viên thị trưởng thành phố, ông ta có quan hệ tình cảm với một thư ký, vì cô này đã gợi ý cho ông ta biết là cô quan tâm đến ông ấy. Họ đã có một mối quan hệ và cô ấy từ vị trí nhân viên tiếp tân trở thành nhân viên phát triển kinh doanh chỉ trong vòng một vài tháng ngắn ngủi. Ông ấy nói rằng ông điều chuyển cô ấy vào vị trí đó vì cô sáng sủa, tài năng và ông biết cô sẽ làm tốt công việc đó. Khi gặp cô ấy, tôi có thể nói với bạn rằng ông thị trưởng đã nhận xét đúng.

Tuy nhiên, từ ngày đó trở đi, cô ấy là đối tượng của những lời nhạo báng từ tất cả đồng

sự và mọi người trong thành phố. Cô ấy không phải là nhân viên phát triển kinh doanh cho thành phố này; cô ấy là gái bao của thị trưởng và ông đã kiếm việc cho cô ấy để cô thoát khỏi rắc rối. Sự nghiệp của cô tại thời điểm đó đậm chân tại chỗ. Họ kết thúc mối quan hệ và cô ấy rời thành phố.

Cô nộp đơn xin việc đến hơn 100 thành phố địa phương, nhưng vì bị mang tiếng là một cô ả lẳng lơ đi ngủ với người khác để nhận được chức vụ nên cô ấy thậm chí không nhận được bất kỳ một cuộc gọi phỏng vấn nào. Phần buồn nhất của câu chuyện này là việc họ có một mối quan hệ không phải là công việc và cô ấy là một nhân viên phát triển kinh doanh rất có tài. Tuy nhiên, tất cả điều mà mọi người nhớ chỉ là việc cô ấy ngủ với ông thị trưởng. Điều cuối cùng về cô ấy mà tôi nghe thấy là cô đã chuyển đến đầu bên kia của đất nước để tìm công việc mới.

Vì phụ nữ có tiền sử sử dụng tình dục trong kinh doanh, nên những phụ nữ có mối quan hệ ngoài công việc tại nơi làm việc đều bị cho là người không có năng lực nên phải sử dụng các phương tiện khác để phô ra giá trị của mình. Phụ nữ không cần thêm thử thách phụ này vào nghề nghiệp của họ. Có rất nhiều người tuyệt vời ở ngoài kia. Hãy nhìn ra ngoài văn phòng và thậm chí ngoài ngành nghề của bạn để tìm người nào đó không xung đột với nghề nghiệp của bạn và không nghi ngờ khả năng chuyên nghiệp của bạn.

Nếu một đồng nghiệp đang gặp các vấn đề rắc rối cá nhân, làm thế nào để tôi có thể đưa ra đề nghị giúp đỡ một cách tế nhị với họ?

Đừng làm vậy. Đó không phải là công việc của bạn. Nếu bạn dính líu đến cuộc sống riêng tư của họ, bạn sẽ không thể tác động đến họ một cách khách quan và chuyên nghiệp. Đừng vượt quá đường giới hạn! Và khi do dự, hãy lưu ý đến việc kinh doanh của chính bạn. Bạn không cần phải có bạn bè tại nơi làm việc. Hãy có bạn bè sau giờ làm và vào các ngày cuối tuần. Phụ nữ làm hỏng các mối quan hệ kinh doanh bởi họ cố gắng trở nên thân thiện với các đồng sự. Tôi không phải đang nói rằng bạn không thể quý họ hay là họ không thể quý bạn, nhưng những người này không nên có bất cứ lý do nào để tham dự vào cuộc sống của bạn và ngược lại. Hãy giữ họ tách biệt.

Tôi đang có quan hệ tình cảm với một người trong cơ quan. Tôi nên xử lý nó như thế nào?

Nếu tình cảm chưa thật sự sâu sắc, hãy chia tay. Nếu đã sâu sắc, một trong hai bạn nên cân nhắc việc rời công ty và nhận một vị trí khác. Có lẽ bạn sẽ nghĩ điều này là cực đoan, nhưng mối quan hệ tình cảm mà bạn đang có sẽ tác động mạnh đến danh tiếng của bạn. Anh ấy cũng sẽ cảm thấy ảnh hưởng nhiều hơn, nhưng bạn sẽ chịu đựng phần lớn ảnh hưởng đó. Nếu có thể, bạn hãy rời bỏ công ty và bắt anh ấy giữ bí mật. Nếu anh ấy là sếp của bạn, hãy cắt đứt mối quan hệ ngay (mọi người sẽ nghĩ là bạn đang quan hệ tình cảm để leo lên chức vụ cao). Nếu anh ấy là một nhân viên cấp dưới, bạn cũng phải cắt đứt mối quan hệ ngay (mọi người sẽ nghĩ bạn đang lạm dụng quyền lực của bản thân).

Nếu bạn không đồng ý với tôi và nghĩ rằng mọi thứ sẽ ổn cả thôi, tôi muốn bạn gấp góc

trang này để đánh dấu và quay trở lại đọc nó trong một tháng nữa. Bạn sẽ thấy mọi thứ theo một cách khác. Tin tôi đi, sự lãng mạn tại nơi làm việc là một nụ hôn của thần chết.

Liệu tôi có nên mời sếp hay đồng nghiệp của mình đến nhà ăn tối?

Tôi không nghĩ bạn nên vượt quá ranh giới giữa các mối quan hệ nghề nghiệp và nơi chốn riêng tư của bạn. Nếu bạn muốn có một bữa ăn tối để gặp gỡ bàn thảo công chuyện kinh doanh, hãy đưa họ đến dùng bữa tối tại nhà hàng ưa thích của họ. Tôi đã có những vị sếp nói với tôi rằng: “Ồ, tôi rất muốn được gặp Jacqui. Tất cả chúng ta nên có một bữa tối chung với nhau.” Tôi mỉm cười và nói: “Ý tưởng thật là hay,” nhưng tôi biết rằng điều đó sẽ không bao giờ xảy ra.

Không có tác dụng tích cực nào trong việc ông ấy hay cô ấy đến nhà tôi, trong khi mặt tiêu cực thì lại có. Các đầu mối liên lạc của bạn biết càng ít về cuộc sống cá nhân của bạn càng tốt. Nếu bạn làm việc cho chính mình, tôi ủng hộ việc mời khách hàng đến ăn tối ở căn nhà gỗ nghỉ ngơi cuối tuần của bạn, nhưng ngay cả lúc đó thì ranh giới giữa tình bạn và công việc cũng trở nên mơ hồ. Chỉ mời các mối liên lạc nghề nghiệp đến nơi chốn riêng tư của bạn nếu bạn có một ý định nào đó đằng sau hành động này và bạn đã được chuẩn bị sẵn sàng cho trường hợp các hệ lụy tiêu cực xảy ra. Hãy cẩn thận với điều này và hãy gặp đồng nghiệp hay sếp ở một nơi nào đó có tính trung lập.

Liệu tôi có nên mời một đồng nghiệp đi ăn uống vào ngày sinh nhật của tôi không?

Tôi sẽ không làm vậy. Hãy cố gắng giữ đời sống nghề nghiệp và cá nhân của bạn tách biệt với nhau, đặc biệt là khi có dính tí chất còn vào người. Tôi sẽ đề nghị giữ sinh nhật của bạn cho riêng mình và các hoạt động lễ hội chỉ có sự góp mặt của các mối liên hệ riêng tư. Một lần nữa, các đồng sự trong công việc của bạn nên được giữ tách biệt khỏi những người bạn trong cuộc sống cá nhân của bạn.

Tôi có nên tặng một món quà Giáng Sinh cho sếp của mình không?

Không nên trừ phi bạn nhận được đề bạt hoặc là nhận được khoản tiền thưởng lớn vào Giáng Sinh. Nếu bạn tặng ông ấy thì hãy tặng một chai rượu Scotch 15 năm tuổi. Món quà này luôn đánh trúng nhu cầu của sếp trừ phi sếp của bạn là một người nghiện rượu. Lúc đó bạn đang gặp rắc rối rồi đấy. Nếu bạn tặng một món quà chỉ để tặng mà thôi, bạn sẽ trông giống như một kẻ nịnh bợ. Mọi người đều ghét kẻ nịnh bợ, ngay cả sếp cũng vậy. Nếu bạn mang lại tiền bạc hoặc các cơ hội cho công ty, đó đủ để là món quà rồi bởi vì ông ấy sẽ đang thụ hưởng những thành quả đó đằng sau những cánh cửa được đóng kín.

Tại sao phụ nữ lại nói xấu nhau trong kinh doanh?

Tôi nghĩ phụ nữ săn đuổi nhau bởi vì họ đang cố gắng nhắc nhở nhóm đàn ông nhớ về họ. Tuy nhiên, điều họ không nhận thấy là không có bất kỳ giới hạn nào về số lượng phụ nữ được tham gia kinh doanh cùng với đàn ông. Nếu bạn có thể hoàn thành tốt điều mình đã cam kết, bạn có thể có được một vị trí. Phụ nữ dường như nghĩ rằng họ cần phải tiêu diệt

nhau để tham gia làm ăn cùng với những quý ông tài năng và theo kịp được với mọi người. Không có gì vẻ vang khi chạy vượt qua một nữ đồng nghiệp, và chúng tôi không nghĩ điều đó là ấn tượng, đặc biệt khi phụ nữ tranh đấu trực tiếp với nhau và để mọi người thấy được.

Một ví dụ tuyệt vời để minh họa cho việc phụ nữ tranh giành với nhau là ở trên loạt truyền hình *The Apprentice (Nhân viên tập sự)*. Trong phần đầu tiên, họ chia thành các đội nam giới và nữ giới. Trong cuộc thi, các đội nữ đã đánh bại các đội nam hết tuần này đến tuần khác (bởi vì họ tập trung vào tiến trình). Tất cả họ cười vui, ăn mừng và tận hưởng thành quả từ những nỗ lực tập thể của họ.

Sau đó, vì có quá nhiều nam giới bị loại khỏi cuộc chơi, chương trình truyền hình đó buộc phải tái cấu trúc lại các đội. Đột nhiên tình chị em giữa những người phụ nữ vụt biến mất và họ bây giờ cần mẫn làm việc để nhận được sự chấp thuận từ những người đàn ông. Họ bắt đầu đấu võ mồm với nhau, và đàn ông chỉ việc tránh xa ra để họ tự tiêu diệt lẫn nhau. Hai người dự thi cuối cùng còn lại đều là nam giới.

Kẻ thù lớn nhất của phụ nữ trong kinh doanh chính là phụ nữ. Đàn ông biết điều này và bước cẩn thận ra khỏi lối đi để cho phụ nữ chiến đấu với nhau. Những phụ nữ đuổi bắt nhau gây tổn hại cực kỳ lớn đối với bản thân trong kinh doanh và hủy hoại tính chính trực cũng như danh tiếng của họ trong công việc. Hãy nhớ, bạn không phải đang tranh đấu cho chiếc ghế cuối cùng tại bàn ăn. Nếu bạn có thể làm được điều bản thân cam kết, họ sẽ tìm cho bạn một chiếc ghế để bạn ngồi.

Kiểm soát cảm xúc: Thủy triều đang lên

Tôi nên làm gì nếu tôi cảm thấy mình sắp khóc?

Điều đầu tiên là bạn xin phép mọi người và đi vào nhà vệ sinh. Nếu bạn cần khóc thì hãy khóc. Chia sẻ cảm xúc của bạn trong một buổi xếp đặt công việc kinh doanh không phải là sai, nhưng tùy thuộc vào tình hình một vài người sẽ nghĩ rằng bạn không có khả năng kiểm soát. Đàn ông có một suy nghĩ mặc định khi phụ nữ nói lời xin phép. Chúng tôi nghĩ đó là một “vấn đề phụ nữ” và hành xử như thể điều đó chưa bao giờ xảy ra. Nếu những giọt nước mắt rơi, hãy đừng đưa ra lý do giải thích tại sao lại như vậy! Bạn không phải giải thích bất cứ điều gì với bất cứ ai. Chỉ việc nói rằng bạn cần mọi người bỏ quá cho và sẽ quay trở lại trong chốc lát nữa.

Tôi đã nhìn thấy đàn ông cực kỳ giận dữ trong các cuộc họp đến nỗi họ suýt chảy nước mắt. Lý do khiến cảm xúc tràn ngập con tim họ trong phần lớn trường hợp (đàn ông và phụ nữ) là do họ cảm thấy rằng mình đang bị xúc phạm nên họ trở nên giận dữ. Nếu bạn cảm thấy nước mắt sắp rơi, hãy lùi một bước về tinh thần và nghĩ về bản thân bạn: “Trong bức tranh tổng thể về nghề nghiệp của mình, đây có phải là một vụ phá hỏng giao dịch không?” Nếu câu trả lời là phải thì hãy xin phép mọi người và để cho nước mắt rơi.

Theo suy đoán của tôi thì nó là một sự kiện với một cảm xúc mạnh mẽ bị trói buộc tại

thời điểm đó, nhưng xét tổng thể thì giây phút này rất ngắn ngủi. Và hãy nhắc lại theo tôi: Đừng xem sự việc đang diễn ra là nhắm vào cá nhân bạn! Đó không phải là việc có tính riêng tư; đó là công việc kinh doanh. Và nếu bạn khóc nghĩa là bạn đang lãng phí thời gian cho những việc đã xảy ra mà bạn không thể làm được điều gì để ngăn cản nó. Đừng để bị mắc kẹt vào đó. Nó xảy ra, cho nên hãy tiếp tục đi tiếp!

Một vài nỗi lo sợ của đàn ông trong kinh doanh

Tôi nghĩ rằng đàn ông có nỗi lo sợ nhiều ngang với phụ nữ, nếu không muốn nói là nhiều hơn. Sau đây là 12 nỗi lo sợ phổ biến nhất mà chúng tôi có, nhưng chúng tôi sẽ không thừa nhận chúng với bạn:

1. Bị xem là một mắt xích yếu ớt
2. Các đồng nghiệp cho rằng chúng tôi không thể hoàn thành công việc của mình
3. Bị xem là kẻ lừa đảo
4. Làm các cố vấn của chúng tôi thất vọng
5. Có ít tiền
6. Bị sa thải
7. Bị xem là một tên chuyên bắt nạt người khác hay là một gã đàn ông có hành vi quấy rối tình dục
8. Làm cho bố và vợ cảm thấy bối rối
9. Không thể kiểm soát kết quả
0. Mọi người cười nhạo sau lưng chúng tôi
11. Mọi người phát hiện ra rằng thỉnh thoảng chúng tôi kể với họ những bí mật của mình do chính mình bịa ra
2. Phung phí thời gian vào những chuyện không quan trọng (chúng tôi muốn làm những việc khiến mọi người nhớ đến và nói về chúng trong tương lai)

Cư xử cẩn trọng để tránh làm mất lòng những người bị phân biệt đối xử: Lướt trên ngọn sóng mập mờ.

Để một người đàn ông mở cửa cho mình trong một cuộc họp xếp đặt công việc kinh doanh thì có ổn không?

Câu trả lời là ổn, rất ổn. Bạn không phải là đang từ bỏ quyền lực của mình khi cho phép một người đàn ông trở thành quý ông hào hoa, phong nhã. Với sự nổi lên của trào lưu nam nữ bình quyền trong vài thập kỷ qua, đàn ông thấy mình ở trong một xu thế mà chúng tôi không chắc liệu chúng tôi có nên áp dụng những lối cư xử mà những người mẹ của chúng tôi dạy dỗ chúng tôi không. Nếu một người đàn ông muốn mở cửa cho bạn, hãy cho phép anh ta kéo ghế ngồi ra giùm bạn hoặc là đi bên phía vỉa hè khi bạn và anh ta cùng đi bộ trên đường phố. Anh ta sẽ khiến mẹ của mình tự hào và củng cố trong anh ta suy nghĩ rằng bạn đang xứng đáng với sự kính trọng của anh ta.

Liệu tôi có nên nói ra chức vụ của mình trong công ty không nếu một khách hàng nam cho rằng tôi là một viên thư ký?

Hãy thực hiện điều này mà không khiến anh ta có cảm giác là mình đã làm chuyện gì sai. Đàn ông luôn đưa ra giả định rằng chúng tôi hối hận, do vậy cho phép chúng tôi thoát ra khỏi tình huống đáng tiếc một cách nhẹ nhàng và chúng tôi sẽ cảm ơn bạn vì điều đó. Nhiều nữ khách hàng của tôi bước vào một căn phòng với một nhóm đàn ông sẽ cho rằng cô ấy là một thư ký hay trợ lý.

Cách tốt nhất là tự giới thiệu mình ngay lập tức và kèm theo lời giới thiệu là chức danh của bạn. “Xin chào, hoan nghênh các bạn đến với Flett, Wilkie và Finnie. Tên tôi là Lisa MacKay và tôi là luật sư cao cấp với tập đoàn thương mại.” Điều này sẽ nhanh chóng xác định chức danh của bạn là một luật sư với mọi người có mặt trong phòng.

Nếu như sai lầm này đã xảy ra, hãy nhanh chóng sửa chữa nó.

Đàn ông: “Xin lỗi, chị có thể lấy giúp tôi một tách cà phê được không?”

Bạn: “Không vấn đề gì đâu, hãy chờ tôi gọi một trong những viên trợ lý của tôi đến đây và cậu ta sẽ lấy giùm anh ngay lập tức.”

Bạn đang cho anh ta một cách để cứu vãn thể diện mà không để anh ta biết rằng anh ta đã phạm lỗi lầm. Điều này thật là xuất sắc và sẽ ảnh hưởng rất lớn đến anh ta.

Tôi nên làm gì nếu một đồng nghiệp nam cư xử với tôi như một viên thư ký?

Hãy gọi một trợ lý và giao phó việc đó cho anh ta. Hãy nói: “Jon cần sự hỗ trợ. Cậu có thể xử lý chuyện đó cho anh ấy không?” Sai lầm lớn nhất bạn có thể gây ra là diễn vai và đi làm việc đó. Đây là một việc làm tốt để nói ra ranh giới của bạn, cho thấy bạn không phải là một đũa khờ khạo giúp việc cho anh ta và hãy cho anh ta biết rằng bạn bình đẳng với anh ta. Lần tiếp theo, anh ta sẽ gọi một nhân viên hỗ trợ. Một số đàn ông sẽ làm điều này chỉ để quan sát xem bạn sẽ xử lý như thế nào. Đừng để mình bị dính bẫy.

Khi ra ngoài với mọi người thì ai nên là người trả tiền?

Điều này phụ thuộc hoàn toàn vào hoàn cảnh. Đây là thứ tự mà tôi xem xét và quyết định xem ai là người nên trả tiền: Người đưa ra lời mời đi uống, người có khả năng sẽ hưởng lợi nhiều nhất từ cuộc gặp gỡ, người có chức vụ cao cấp nhất tại buổi đi uống hôm đó.

Nếu bạn chỉ đơn thuần ra ngoài dùng bữa trưa với đồng nghiệp trong một phiên lập kế hoạch thì tiền ai người đó trả. Nếu điều đó liên quan đến công việc và bạn hưởng lợi từ việc mời được họ đi ăn cùng với bạn (nghĩa là bạn đang đưa ra một ý tưởng để được xem xét, thu thập thông tin, đánh giá cơ hội hay là ủy thác công việc), thì bạn hãy là người trả tiền. Khi không chắc ai sẽ là người nên trả tiền, bạn hãy nhận phần ấy. Không ai thích một gã keo kiệt cả.

Nếu bạn ra ngoài cùng với một khách hàng hay với sếp của bạn và họ luôn giành trả tiền, hãy xin phép đi vào phòng vệ sinh và đưa thẻ tín dụng của bạn cho người phục vụ. Và

khi bạn trở lại từ phòng vệ sinh, hãy ký hóa đơn và quay trở lại bàn. Khi mọi người đã sẵn sàng trả tiền và sắp hay khách hàng của bạn đang tìm hóa đơn, bạn hãy nói với họ rằng bạn đã trả tiền và được ngồi ăn với họ đã là một niềm vui. Họ sẽ ấn tượng với việc bạn trả tiền mà họ không hề hay biết.

Cư xử thô bạo: Tránh cú ngoạm của cá mập

Tôi nên làm gì nếu một nam nhân viên bắt đầu lớn giọng trong một cuộc họp?

Chiến thuật tốt nhất trong trường hợp này là bạn hãy nhỏ giọng xuống khi nói với anh ta. Khi đàn ông làm náo động và tìm kiếm ai đó để cãi nhau, họ cần nghe những gì bạn đang nói để có thể công kích điều đó. Khi bạn nói nhỏ, anh ta cũng buộc không thể lớn tiếng để nghe thấy được bạn nói gì.

Khi anh ta thấy rằng anh ta đang la hét hoặc đang nói hơi to tiếng, anh ta sẽ lo sợ rằng mọi người trong cuộc họp đang thấy anh ta dễ xúc động quá mức, và đó không phải là hình ảnh mà một người đàn ông muốn mọi người thấy. Tôi không đề nghị bạn nói chuyện giống như bạn đang sợ hãi hay bị dọa dẫm. Chỉ việc nói chuyện với âm lượng như bạn đang nói trong thư viện vậy. Khi anh ta bắt đầu bình tĩnh hơn, bạn có thể tăng âm lượng lên mức bình thường. Đây là một chiêu tuyệt vời và tôi đã nhìn thấy nó phát huy tác dụng. Chiêu này hiệu quả một cách đáng ngạc nhiên.

Tôi nên cư xử ra sao với người đàn ông nói những lời xúc phạm mình?

Điều đầu tiên là không được cười hay coi nhẹ điều đó. Hãy ném cho anh ta một cái nhìn thay cho câu nói sau: “Làm ơn nói với tôi là anh đã không nói những điều tôi nghĩ là anh vừa mới nói.” Sau khi anh ta nói những lời xúc phạm, hãy bảo anh ta là bạn muốn nói chuyện riêng với anh ta sau buổi họp hoặc (nếu sự việc xảy ra ngoài cuộc họp) càng sớm càng tốt.

Khi bạn bảo với anh ta điều này, anh ta sẽ quay trở lại tình trạng như một cậu bé bốn tuổi, sau khi cư xử tệ hại trong cửa hàng, lúc bước vào xe hơi mẹ cậu đã bảo với cậu rằng bà và cậu cần có một buổi thảo luận. Nếu bạn đưa vấn đề ra giữa mọi người, bạn sẽ khiến anh ta bối rối và anh ta sẽ mong muốn loại bỏ bạn.

Thay vào đó bạn hãy gặp riêng anh ta, bảo anh ta rằng những nhận xét của anh ta bị coi là xúc phạm bạn và bạn đã muốn chia sẻ cùng anh ấy rằng những nhận xét đó có thể được diễn giải theo một cách khác bởi mọi người. Đừng biến anh ấy thành người phạm lỗi! Thay vào đó, cung cấp cho anh ta thông tin như thể bạn đang cố gắng trình bày quan điểm của phụ nữ về tình huống này. Đàn ông thường nói với phụ nữ những lời mà không suy nghĩ đến những hậu quả đáng tiếc có thể xảy ra. Bởi đó không phải là một vấn đề lớn với đàn ông, chúng tôi cho rằng đó cũng không phải là một vấn đề lớn với hết thảy mọi người.

Tôi nhớ tại một buổi hẹn gặp nói chuyện, tôi đã nói với một nhóm: “Như là một quy tắc

hình thành dựa trên kinh nghiệm⁽²⁾, bạn sẽ muốn...”, sau đó tôi tiếp tục bài nói chuyện của mình và vào cuối buổi, một người phụ nữ lớn tuổi kéo tôi sang một bên và nói: “Tôi muốn chia sẻ cùng anh điều tôi nghe thấy anh nói trong bài thuyết trình. Anh có nói đến một “nguyên tắc hình thành dựa trên kinh nghiệm. Cái này ám chỉ đến một luật xưa cũ khi mà đàn ông có thể đánh vợ với một thanh gỗ nhỏ hơn ngón tay cái của họ. Tôi biết đó không phải là điều anh có ý muốn nói, và phần lớn khán giả của anh có lẽ cũng không quen thuộc với châm ngôn đó, nhưng tôi muốn nói với anh điều này như là một món quà của tôi dành cho anh.”

Tôi có thể nói với bạn rằng tôi đã cảm thấy sốc và biết ơn lời góp ý ấy ngay vào thời điểm đó. Trước đó, tôi đã không suy nghĩ xem câu châm ngôn đó có nguồn gốc từ đâu, và bây giờ tôi có ý thức không sử dụng những câu châm ngôn mà mình không hiểu rõ nguồn gốc và các tác động có thể có của nó lên một số khán giả.

Một điều nên nhớ là đừng cho qua những lời nhận xét này. Bạn có trách nhiệm với các nam đồng nghiệp và, quan trọng hơn, với các nữ đồng nghiệp của bạn là bảo đảm ngôn ngữ sử dụng trong công việc luôn luôn mang tính tích cực, cảm thông và không làm xúc phạm người khác. Nếu bạn cho qua những lời nhận xét như thế này, bạn đang gây ra tác hại cũng nhiều như người nói ra những lời xúc phạm đó.

Tôi nên làm gì nếu một nam nhân viên nói điều gì đó xúc phạm trực tiếp tới tôi?

Hãy cho anh ta biết rằng bạn cần một cuộc nói chuyện riêng tư trực tiếp với anh ta sau khi xảy ra việc đó. Khi mặt đối mặt với anh ta, bảo với anh ta là không bao giờ được nói với bạn như vậy lần nữa rồi hãy bỏ đi. Đừng giải thích cho bản thân; đừng nói lý do tại sao lời nói của anh ta xúc phạm đến bạn. Chỉ đơn giản cho anh ta biết rằng anh ta đã bước qua ranh giới của bạn và điều đó không thể chấp nhận được.

Không phải bạn đang nói rằng điều anh ta đã nói là sai; bạn đang nói rằng những gì anh ta nói là không thể chấp nhận được đối với bạn. Nếu bạn đưa ra lý do tại sao những lời của anh ta là xúc phạm đến bạn, bạn đã mở mình ra cho những tranh luận về việc liệu bạn có quá nhạy cảm không, liệu bạn có tiếp nhận hay hiểu sai lời nhận xét hay không và những thứ tương tự. Đừng mở mình ra cho những lời đàm luận. Hãy cho anh ta biết ranh giới đã bị vượt qua và điều đó sẽ không được khoan thứ.

Tôi có một khách hàng ở San Francisco, cô ấy làm việc trong lĩnh vực mà đàn ông chiếm ưu thế. Cô ấy ở một chức vụ cao cấp và sếp của cô ấy - một người nóng nảy - nói với cô ấy sau một bài diễn văn đả kích: “Tôi đã không có ý trở nên quá bực bội như vậy, chỉ là thỉnh thoảng chị nhắc tôi nhớ đến vợ tôi khi chị không lắng nghe.” Cô ấy đã sững sốt khi ông ấy nói thế, và sau đó một ít phút, khi đã áp chế được cảm xúc của mình, cô gọi ông ấy và bảo ông ấy rằng họ cần nói chuyện riêng với nhau một chút. Điều đầu tiên ông ấy nói là: “Tại sao, có điều gì sai à?” Cô ấy bước vào văn phòng của ông và nói: “Anh không bao giờ được nói với tôi những lời giống như lúc này thêm một lần nào nữa. Điều đó đã vượt quá ranh giới, và tôi cảm thấy như thế là không thể được.” Sau đó, cô ấy bước ra ngoài và quay

trở lại bàn làm việc của mình. Cô ấy đã không gặp vấn đề nào với ông ấy kể từ đó. Bạn không phải biến ông ấy thành người phạm phải sai lầm để bảo đảm các ranh giới của bạn được tôn trọng.

Tôi nên làm gì nếu một gã đàn ông bắt đầu hành xử theo kiểu muốn gây hấn?

Bạn nên thu dọn đồ của mình, nói với anh ta rằng hoàn cảnh bây giờ không cho phép đạt được bất cứ mục tiêu nào và bạn muốn anh ta có thêm thời gian để cân nhắc về lập trường của anh ta, sau đó hãy bỏ đi.

Điều làm các Alpha Male thống trị sợ hãi là việc chúng tôi bị coi là những kẻ hay bắt nạt phụ nữ và bị mang tiếng là hành xử không thích đáng. Danh tiếng là điều rất quan trọng với chúng tôi, và đa số chúng tôi muốn mình được nhìn như những con cá mập tập trung cố gắng không ngừng để vươn tới thành công. Không ai trong chúng tôi muốn bị mọi người xem là một gã đàn ông chuyên nói những lời hăm dọa để có được điều anh ta muốn. Bạn còn ở đó lâu đồng nghĩa với việc bạn cung cấp cho anh ta các điều kiện để có thể cư xử tệ hại với bạn.

Bằng việc cho anh ta biết rằng bạn sẽ không tham gia vào những tình huống như thế này, tức là bạn đã cho anh ta biết rằng anh ta đã vượt qua ranh giới của bạn và hành xử theo cách mà bạn không thể chấp nhận được. Bạn không cần phải giải thích rõ ràng là chính sự gây hấn của anh ta là lý do khiến bạn bỏ đi. Anh ta không thể gây chuyện khi bạn không có ở đó.

Bạn có thể tạo ra điều tệ hại hơn nếu cố gắng tranh luận trực tiếp cùng anh ta. Nếu bạn thất bại, anh ta sẽ nghĩ rằng bạn yếu ớt. Nếu bạn thắng, anh ta sẽ mong muốn loại bỏ bạn. Nếu bạn bỏ đi, bạn đang nắm quyền kiểm soát hoàn cảnh, không phải là tình huống mà anh ta đang cố gắng chiếm ưu thế.

Nhắc nhở một người đàn ông về những lời hứa nghề nghiệp anh ta đã nói theo cách nào là tốt nhất?

Trong một khoảng thời gian ngắn, đàn ông sẽ đồng ý làm nhiều việc, nhưng chúng tôi là chúa của sự trì hoãn. Chúng tôi bận rộn sẵn lòng các mục tiêu để giải quyết chúng tôi thường xuyên quên đi những lời hứa mình đưa ra với người khác. Điều này hoàn toàn xảy ra khi đối tượng là phụ nữ, bởi vì việc một người đàn ông yêu cầu người đàn ông khác giúp đỡ không phải xảy ra thường xuyên như với phụ nữ. Khi chúng tôi nhờ giúp đỡ nhau thì thông thường việc đó phải rất quan trọng. Cách đơn giản nhất để khiến một người đàn ông làm những điều anh ta đã hứa là nhắc nhở anh ta về những điều anh ta đã đồng ý thực hiện và nếu có thể, bạn hãy chuẩn bị sẵn sàng bất cứ thứ gì anh ta cần để thực hiện những điều đó. Ví dụ:

Một nam đồng nghiệp đã đồng ý viết một bản đề xuất thăng chức trên danh nghĩa của bạn. Hạn cuối đang đến gần và bạn vẫn chưa nhận được bất cứ dòng nào từ anh ấy. Thay vì giận dữ anh ấy bởi không tôn trọng những cam kết, hãy gửi cho anh ấy một lá thư điện tử

nói những lời như sau:

Chào Chris, tôi hy vọng mọi thứ đều ổn thỏa. Tôi thật sự cảm kích việc anh nói rằng anh sẽ viết chứng thực cho tôi về việc đề bạt tôi lên vị trí giám đốc quản lý nhân hiệu. Tôi biết rằng biểu thời gian của anh cực kỳ bận rộn và thời gian cũng là tiền thưởng. Bởi vì thứ Sáu này đã là hạn cuối để nộp đơn ứng viên của tôi nên tôi muốn anh trở thành một phần trong đó, anh có phiền không khi tôi chuẩn bị một lá thư cho anh xem và duyệt lại hơn là viết một lá thư ngay từ đầu? Bằng cách đó, tôi có thể có chính xác điều tôi cần và anh có thể chắc chắn rằng đó là điều anh cần nói, hơn nữa nó sẽ chỉ lấy của anh một chút thời gian mà thôi. Hãy cho tôi biết lá thư có phù hợp hay không và tôi sẽ gửi lá thư đến cho anh trước chiều nay.

Cảm ơn anh.

Anne

Bạn đã nhắc nhở anh ta rằng lời hứa của anh ta với bạn có một tầm quan trọng, bạn đã nhận ra mục tiêu (có nó trước ngày thứ Sáu), và bạn đã đưa ra đề nghị bắt đầu thực hiện nó (do vậy anh ta không phải làm những công việc tỉ mỉ). Đây là cách tốt nhất để buộc anh ta hoàn thành lời hứa của anh ta với bạn.

Nếu bạn chọn cách nói với anh ta rằng anh ta chưa thực hiện cam kết của anh ta và bạn muốn anh ta giữ lời hứa của mình, thì bạn hãy chuẩn bị nghe lời từ chối từ anh ta. Lời của chúng tôi chính là sợi dây ràng buộc chúng tôi, và tất cả chúng tôi được dạy dỗ phải giữ lời hứa của mình. Mặc dù bạn cho rằng anh ta đang thất hứa nhưng anh ta sẽ nói với bản thân anh ta rằng đó chỉ là một sự quên sót nhỏ nhặt về một thứ không quan trọng. Đây là những lời nói dối nhỏ nhoi mà chúng tôi tự nói với bản thân để giữ gìn thể diện. Khi nghỉ ngơi những lời của anh ta anh ta sẽ tìm cách gây rắc rối cho bạn.

Nếu tôi muốn đưa ra đề xuất với một đồng nghiệp nam về cách để anh ta làm một việc gì đó tốt hơn, tôi nên đưa điều đó ra bàn luận thế nào?

Tôi đề nghị là... đừng đưa ra. Khi bạn đưa ra một đề xuất như vậy, anh ta sẽ coi đó là một lời chỉ trích và nhiều khả năng là anh ta sẽ bắt đầu tìm cách ngầm hãm hại bạn. Tuy nhiên, nếu kết quả các hành động của anh ta ảnh hưởng đến bạn (nghĩa là, một mục tiêu nhóm, các khoản tiền thưởng, v.v...), bạn có hai sự lựa chọn: (1) bắt đầu phát triển một chiến lược thay thế mà bạn có thể sử dụng hữu hiệu khi dự án đi đến điểm không thể quay đầu lại, hoặc (2) đưa ra đề xuất về các cách mà nhóm có thể hỗ trợ cá nhân lãnh đạo để giúp công việc của anh ta trở nên dễ dàng hơn (nhận một phần trách nhiệm từ anh ta với sự ưng thuận của anh ta thay vì tước nó đi từ anh ta).

Đây là phương cách mà bạn thực hiện lựa chọn thứ nhất:

Hãy xét xem mục tiêu là gì và làm việc theo quy trình ngược lại để xây dựng chiến lược của bạn. Hãy quan sát xem dự án đang tiến triển như thế nào và điều gì bạn nghĩ ngược lại

với việc đồng nghiệp nam của bạn đang thực hiện. Bạn sẽ làm những việc gì theo một cách khác? Vì những nguyên do nào mà bạn nghĩ rằng dự án đang đi chệch hướng? Đó có phải là một màn trình diễn tệ hại không? Liệu có chọn sai người thuyết phục khách hàng hay không? Có phải bạn đang đưa ra sản phẩm hay dịch vụ không tốt không? Thử thách nào sẽ phải đối mặt khi đi theo con đường đã được vạch ra? Bạn sẽ làm theo một cách khác những phần việc gì? Nếu bạn tự tin với quy trình hành động đã được vạch ra, hãy bắt đầu phát triển nó.

Xây dựng chiến lược của bạn, chiến lược dự phòng và kế hoạch triển khai. Sau đó tìm kiếm cơ hội để chia sẻ chúng với toàn nhóm. Đừng nói: “Tôi cảm thấy có một chút lo lắng là chúng ta đang đi về đâu cho nên tôi đã phát triển một chiến lược mới.” Cách nói này sẽ khiến mọi người tức giận và họ sẽ tìm cách gây khó khăn cho bạn bởi vì điều này gây bối rối cho người đàn ông đóng vai trò lãnh đạo.

Thay vào đó, tôi đề nghị bạn nói như sau: “Tôi đã thực hiện nhiều nghiên cứu để thực sự làm quen được với dự án này và tôi đã cố gắng sắp xếp một vài ý tưởng nhằm tìm ra cách tốt nhất để chúng ta có thể bảo đảm thực hiện thành công giao dịch này (tuyên bố mục tiêu). Tôi nghĩ chúng ta có một nền tảng tuyệt vời được đặt đúng chỗ và tôi muốn chia sẻ một vài chiến lược phụ nếu mọi người cảm thấy các chiến lược đó thực hiện được.”

Và bây giờ là thời điểm dành cho sự thật. Nếu phần còn lại của nhóm đồng ý rằng đoàn tàu đang đi trật đường ray, họ sẽ hào hứng muốn tìm hiểu các ý tưởng của bạn. Tuy nhiên, nếu mọi người nghĩ rằng mọi việc đều ổn thỏa, hãy đưa các chiến lược của bạn ra với người đàn ông chịu trách nhiệm quản lý dự án và giám sát viên trực tiếp của bạn. Lúc đó bạn đã ghi chép chi tiết một sự thay đổi quy trình thành tài liệu, và nếu dự án thất bại, bạn sẽ được xem là một người đã nhìn thấy nguy cơ trước toàn bộ những người còn lại.

Bây giờ, nếu như đề xuất thứ hai nghe có vẻ hay hơn với bạn thì sau đây sẽ là cách triển khai nó.

Hãy nói với toàn nhóm khi hội họp: “Tôi rất hứng khởi với việc chúng ta sẽ đi đến đâu với dự án này. Tôi nghĩ Bob đang thực thi công việc quản lý tuyệt vời. Tôi sẽ rất thích thú khi được nhận thêm nhiều công việc hơn trong dự án này để giảm bớt gánh nặng cho Bob đồng thời để cho anh ấy có thể tập trung vào những vấn đề quan trọng hơn. Chúng ta hãy cùng nghiên cứu cách thức mà mỗi chúng ta có thể tìm hiểu sâu hơn và hỗ trợ cho dự án để bảo đảm chúng ta hoàn thành được mục tiêu của mình. “Bob, nhóm có thể giúp cậu ở những việc gì nào?”. Bây giờ, nếu bạn đã xác định được các thử thách nằm ở đâu, hãy đề nghị giúp anh ấy một tay ở những lĩnh vực đó.

Điều vô cùng ngạc nhiên ở đây là: đừng thảo luận chiến lược này với bất cứ ai. Hãy để tôi lặp lại: đừng chia sẻ chiến lược này với bất kỳ ai! Nếu đó là một âm mưu, nó sẽ lộ ra không sớm thì muộn và nếu người đàn ông kia vẫn ở đâu đó xung quanh bạn, anh ta sẽ cảm thấy mình giống như một thằng đàn và tìm cách trả thù bạn trong nghề nghiệp. Phần cay nghiệt nhất là bạn không bao giờ nhìn thấy điều gì đang đến. Bạn sẽ bị loại bỏ và bạn có thể không biết về điều đó trong hàng năm trời. Nếu bạn đưa điều này ra với những đồng sự

khác thì họ sẽ không chấp hành và đàn ông xem điều này như một hành động không trung thực và trung thành. Ngay cả những người đàn ông ở bên cạnh bạn cũng sẽ không tin tưởng bạn bởi lo sợ bạn sẽ làm điều tương tự với họ.

Ứng phó với sự thù địch và thái độ không thân thiện: Những chiếc tàu chiến lớn

Tại sao các đồng nghiệp nam hưởng công trạng có được do công việc của tôi?

Nếu các đồng nghiệp nam của bạn đang hưởng công trạng có được do công việc của bạn, thì đó là tín hiệu báo cho bạn biết rằng họ đang hoàn toàn thiếu tự tin về khả năng của mình trong công việc. Đàn ông mạnh mẽ yêu thích nói chuyện về những người họ làm ăn kinh doanh cùng; đàn ông yếu kém chăm chăm tìm nơi mà họ có thể hưởng công trạng của người khác vì họ biết họ không đóng góp phần họ nên đóng góp hoặc mọi người mong đợi từ họ.

Tôi nên làm gì khi một đồng nghiệp nam hưởng công trạng có được do công việc của tôi?

Điều đầu tiên là hãy giữ bình tĩnh. Bạn đã bị đặt vào một tình huống rất nghiêm trọng. Anh ta biết rằng bạn biết anh ta xấu xa. Bây giờ anh ta cũng đã giành hưởng công trạng cho phần việc mà anh ta không biết cách làm việc đó như thế nào. Nếu bạn đi nước cờ đúng, bạn có thể đẩy anh ta đến bên bờ vực thẳm. Nếu bạn hăng hái bắt đầu một cuộc công kích về vấn đề công trạng này trước mặt những người ngang hàng, bạn sẽ bị coi là người nguy hiểm và trở thành ưu tiên số một trên tờ danh sách loại bỏ của mọi đàn ông.

Tôi sẽ chỉ cho bạn một hướng giải quyết có lợi và mang tính chiến lược khi bạn rơi vào tình trạng này. Bạn có hai sự lựa chọn. Lựa chọn thứ nhất là hãy loại bỏ anh ta bằng cách chất vấn anh ta với giọng tò mò về cách thức anh ta đã phát triển chiến lược. “Bob, anh có thể cho tôi biết thêm một chút về những thông tin mà anh dựa trên đó để đưa ra bản đề xuất và các biện pháp thực hiện đưa anh đến thành công được không?”

Vì mù tịt thông tin, nên anh ta sẽ lóng ngóng và mọi người trong nhóm sẽ thấy anh ta trong trạng thái như vậy từ đó sẽ đặt vấn đề nghi ngờ anh ta. Bằng cách này, bạn đã vạch một đường thẳng trên bãi cát và anh ta sẽ biết rằng bạn đang tìm cơ hội tấn công anh ta bởi vì bạn và anh ta là những người duy nhất biết chính xác sự việc. Chỉ chọn lựa thực hiện phương án này khi bạn đã sẵn sàng để đi tới cùng sự việc.

Lựa chọn thứ hai của bạn và là điều tôi khuyên bạn nên làm, là hãy ngồi thư giãn và tìm cơ hội liên hệ với anh ta. Nếu anh ta đã hưởng một phần công trạng trong một dự án lớn hơn, thì đối với anh ta lúc này bạn đã trở thành một người rất có giá trị vì anh ta cần bạn để thu được thành công ở phần việc tiếp theo. Hãy gặp anh ta và nói: “Tôi thật sự hài lòng khi thấy dự án này cho đến nay đã tiến triển tốt đẹp như vậy, nhưng tôi không chắc liệu sự

tham gia của tôi có giúp ích gì cho nghề nghiệp của tôi không. Tôi tự hỏi liệu tôi có nên bắt đầu tập trung vào các dự án khác nơi mà kỹ năng lãnh đạo của tôi có thể tạo ra ảnh hưởng lớn hơn. Tôi sẽ rất cảm kích nếu anh cho biết ý kiến của anh về vấn đề này.” Đây là cách bạn cho anh ta biết rằng bạn chuẩn bị rời dự án tại thời điểm để có sự thay đổi đột ngột nhất để nhường cho anh ta lãnh đạo, vì dường như anh ta chỉ thích kể cho mọi người nghe về khả năng của anh ta.

Bây giờ anh ta phải lựa chọn một trong hai cách: đồng ý và để cho bạn chuyển đến một dự án khác trong khi anh ta cố gắng tìm ai đó để cướp công, hoặc anh ta sẽ nâng tầm vóc của bạn lên cao trong mắt những người khác nhằm bảo đảm bạn sẽ được mọi người thừa nhận tài năng và công sức để có thể giữ bạn ở lại và tiếp tục làm việc trong dự án. Nếu bạn rời đi và dự án đổ vỡ, mọi người sẽ biết bạn chính là nhà lãnh đạo thực sự. Nếu anh ta bắt đầu giúp bạn thể hiện khả năng của bạn với những người ngang hàng, đang nhận được sự công nhận mà mình xứng đáng được nhận. Dù cách nào đi nữa thì bạn cũng đều chiến thắng.

Tôi nên làm gì nếu một đồng nghiệp nam giành mất của tôi một khách hàng?

Alpha Male sẽ trả lời: hãy chú ý quan tâm đến khách hàng của bạn và họ sẽ không bị ai cướp đi cả. Nếu khách hàng của bạn bị một nam đồng nghiệp giành lấy, thì chắc hẳn bạn đã không cho khách hàng của mình biết rằng bạn là mối liên lạc của họ, bạn đã cho phép đồng nghiệp của bạn làm công việc mà đáng lẽ bạn nên làm, bạn đã không mang lại sự tin cậy cho khách hàng của bạn ở những lĩnh vực mà họ đặt niềm tin vào bạn và cảm thấy bạn có được sự tin cậy của họ, hoặc đơn giản tuyên bố gã đàn ông kia là một kẻ hèn hạ. Các Alpha Male thích giành được những gì chúng tôi muốn bởi vì chúng tôi cảm thấy rất thích thú và hạnh phúc khi ra quyết định lấy đi cái gì đó.

Nếu xét trên quan điểm nghề nghiệp, điều quan trọng là khách hàng không bao giờ nên biết rằng có sự mâu thuẫn đang xảy ra. Tôi sẽ có một cuộc gặp với đồng nghiệp của bạn và hỏi điều gì đã xảy ra. Khi anh ta chơi trò đóng giả người ngu ngơ, tôi sẽ nói: “Nghe này, anh và tôi đang làm việc trong cùng một nhóm. Chúng ta hãy đồng ý với nhau là tôn trọng danh sách khách hàng của nhau để sao cho chúng ta có thể tập trung mang về nhiều khách hàng mới thay vì ăn cướp khách hàng của nhau. Tôi biết rằng đây không phải là ý định của anh nên tôi muốn anh và tôi cùng thống nhất về một số nguyên tắc. Hãy đồng ý với nhau rằng khi chúng ta có một khách hàng, thì không ai giành của ai cả. Anh nghĩ sao?”

Bạn không đổ lỗi cho anh ta, nhưng bạn đang cho anh ta biết rằng bạn biết anh ta cướp khách hàng của bạn và trù phi anh ta muốn tiêu tốn toàn bộ thời gian vào việc bảo vệ khách hàng của anh ta khỏi bạn, tốt nhất anh ta nên xem như bản thân đang bị cảnh cáo. Cách làm này rất hiệu quả, thể hiện sự tôn trọng và cho anh ta biết rằng bạn không phải là một đối thủ dễ chơi. Tuy nhiên, hãy cho phép tôi quay trở lại vấn đề rõ ràng. Khi một khách hàng tìm đến bạn, hãy nói với họ rằng bạn sẽ là người giúp ích được cho họ và bất kể ai xử lý hồ sơ, bạn sẽ luôn là người chịu trách nhiệm cuối cùng. Hãy cho khách hàng của bạn biết rằng bạn sẽ luôn chú ý đến lợi ích cao nhất của họ và họ sẽ bắt đầu một mối quan hệ được

xây dựng dựa trên lòng tin với bạn.

Tôi nên làm gì nếu một đồng nghiệp tuyên chiến với tôi?

Kéo họ đến một nơi kín đáo càng sớm càng tốt và nói: “Tôi hiểu giữa chúng ta có những xích mích. Tôi muốn tìm ra nguyên nhân thực sự của vấn đề và giải quyết chúng để sao cho bất cứ khúc mắc nào mà chúng ta có thể có cũng không xen vào con đường dẫn chúng ta đến thành công. Chúng ta hãy cùng thảo luận về những xích mích gặp phải và tìm cách để có thể giải quyết chúng riêng rẽ và không để chúng biến chúng ta thành những kẻ ngốc.”

Khi bạn đặt vấn đề theo cách này, bạn đang nhắc nhở phía bên kia rằng tấn công nhau là một cách chẳng chuyên nghiệp gì và nếu điều này tiếp diễn, trông họ sẽ thật lộ bịch trong mắt mọi người. Nếu họ chia sẻ các thách thức của họ với bạn, trước tiên hãy cố gắng hiểu và sau đó là được hiểu. Đừng rời buổi nói chuyện cho đến khi giải quyết xong mọi việc. Nếu cả hai bên không có điều gì để nói, hãy coi như vấn đề đã được khép lại. Nếu còn bất kỳ điều gì khác xảy ra xung quanh chuyện này, hãy chuẩn bị chiến đấu và loại bỏ họ. Nếu bạn đã cảnh cáo họ và họ vẫn quyết định tấn công bạn, hãy loại họ ra ngoài cuộc chơi.

Tôi có một đồng nghiệp tên là Bill, anh ấy làm việc cùng với tôi một vài năm về trước và tôi đã quyết định không kéo anh ta tham gia vào một giao dịch mà lúc đó tôi đang làm. Anh ta đã giận dữ và quyết định kể với mọi người là tôi không làm tròn bổn phận của tôi đối với anh ta (nghĩa là không giữ lời với anh ta).

Tôi hẹn gặp anh ta và hỏi vấn đề ở đây là gì. Anh ta nói: “Chúng ta hỗ trợ nhau cùng thâm nhập vào thị trường này và anh đã thực hiện một giao dịch mà không có mặt tôi. Anh đã không thực hiện những điều mà anh đã đồng ý!” Tôi bảo với anh ta rằng khách hàng đó biết về công ty mà anh ta thường làm việc cùng và trước đó họ đã trải qua những chuyện không hài lòng với công ty này. Khi tôi giới thiệu anh ta với họ cùng với quá trình làm việc của anh ta, họ đã bảo tôi rõ ràng rằng đừng để anh ta liên quan gì đến giao dịch này. Tôi cũng đã nhắc nhở anh ta rằng tôi sẽ sử dụng anh ta trong các giao dịch khi mà sự tham gia của anh ta có ích cho khách hàng. Nếu không phù hợp thì sẽ không giao dịch.

Anh ta bảo tôi đáng lẽ tôi nên tranh đấu mạnh mẽ hơn để giúp anh ta tham dự vào giao dịch đó. Với ý kiến này anh ta đã khiến tôi bực mình khi dạy bảo tôi cách làm sao để kiến tạo giao dịch, và thay vì tranh cãi với anh ta thì tôi bảo với anh ta rằng tôi đang làm những việc tốt nhất cho khách hàng và vấn đề nên được khép lại. Tôi cũng bảo anh ta rằng sẽ không có điều gì tốt đẹp với anh ta nếu anh ta cứ tiếp tục nói xấu tôi nên tốt nhất hãy đồng ý với nhau rằng vấn đề đã được giải quyết và cho qua.

Một tuần sau, tôi tình cờ gặp một mối liên lạc chung giữa tôi và anh ta, người này nói với tôi rằng Bill đã nói tôi đuổi anh ta ra khỏi một hợp đồng. Tôi đã bắt đầu mất bình tĩnh, nhưng nghĩ rằng có lẽ cuộc nói chuyện giữa họ xảy ra trước buổi gặp mặt giữa tôi và anh ta. Thế đấy, anh ta đã nói điều đó ngay ngày trước đó, điều này có nghĩa rằng anh ta vẫn đang rêu rao vấn đề. Tôi đã quyết định loại bỏ anh ta. Tôi viết một bức thư điện tử như sau và gửi đến toàn bộ những người nằm trong bản danh sách những người quan trọng của tôi:

Chào tất cả mọi người, tôi muốn nói rõ ràng rằng Think Tank và ACME Company không có quan hệ chính thức nào với nhau cũng như không phải là liên minh với nhau vào thời điểm hiện tại. Cả hai công ty đang hoạt động hoàn toàn độc lập với nhau. Bill Smith là một cố vấn tài chính tuyệt vời, nhưng vì nảy sinh những tình huống vượt quá tầm kiểm soát của tôi, nên tôi không còn có thể chứng thực các dịch vụ của anh ấy nữa. Tuy nhiên, tôi thực sự mong muốn anh ấy sẽ đạt được mọi thành công trong tương lai.

Trân trọng,

Chris

Tôi có những chọn lựa nào nếu bị loại bỏ?

Lựa chọn 1: Tìm một cơ hội công việc khác. Nếu bạn đã bị loại bỏ ở công ty của bạn, bạn sẽ cảm thấy các tác động của việc loại bỏ tồn tại mạnh mẽ trong một thời gian dài. Nếu tôi đã bị loại bỏ, tôi sẽ tìm kiếm cơ hội mới. Những phụ nữ trải qua điều này trong một công ty chuyên nghiệp nên bắt đầu xây dựng Kế hoạch B và tính đến chuyện chuyển đến một công ty khác.

Lựa chọn 2: Giành lấy quyền lực. Một cách chắc chắn có hiệu quả để bảo vệ bạn tránh khỏi nguy cơ bị loại bỏ là tích lũy quyền lực. Bạn có thể thực hiện điều này bằng cách thêm vào mạng lưới của mình những người có quyền lực hơn người đang thực hiện hành động loại bỏ.

Bây giờ điều này trở nên rắc rối bởi vấn đề ai đã loại bỏ bạn có thể không thật sự rõ ràng, vì vậy bạn sẽ cần lùng sục những người quyền cao chức trọng cho mạng lưới của bạn. Nhớ rằng đối với đàn ông thì tiếp cận với mọi người là một vũ khí đầy quyền năng. Cách thứ hai để tích lũy quyền lực là gia tăng khả năng sinh lợi nhuận của bạn. Thứ duy nhất có uy lực hơn danh tiếng là khả năng tạo ra thu nhập. Có rất ít người hái ra tiền trong giới kinh doanh. Khi là một trong số đó, bạn đã nhảy lên cao khoảng 10 bậc trong mắt mọi người. (Nếu bạn là một người hái ra tiền, bạn có toàn quyền lựa chọn vị trí của mình trong kinh doanh.)

Hãy nhớ, bạn hoặc là tài xế hoặc là hành khách trong sự nghiệp của bạn. Quyết định không ra quyết định đưa nghề nghiệp của bạn lên nấc thang tiếp theo là một quyết định đáng giá nhiều tiền bạc hơn bạn nghĩ. Hành động loại bỏ chỉ hiệu quả nếu bạn sống với những hệ quả của nó hơn là thực hiện những hành động tiếp theo nhằm làm cho các ảnh hưởng của hành động loại bỏ trở nên không phù hợp.

Nhận được sự kính trọng: Giành được huân chương cho

thủy thủ tài năng

Một vài điều khiến đàn ông tôn trọng các nữ đồng nghiệp

- Khả năng mang lại và hoàn thành tốt đẹp các giao dịch – đây là lý do hàng đầu. Vào cuối ngày, những thợ săn được vinh danh và chào đón tại bàn ăn. Hãy là một người hái ra tiền.
- Giữ lời hứa của mình – đây là vấn đề thực sự quan trọng đối với đàn ông. Khả năng giữ lời của bạn là một loại tiền tệ mạnh mà chúng tôi đặt nhiều giá trị vào đó.
- Hãy hành xử chuyên nghiệp và đáng tin cậy dưới áp lực – mọi người đều có thể thực thi công việc khi mọi thứ hoàn hảo, nhưng thước đo của sự chuyên nghiệp là cách cô ấy hành xử khi xuất hiện nhiều rắc rối bất ngờ. Liệu cô ấy sẽ kiểm soát được hoàn cảnh hay là bị nó xé nát thành từng mảnh? Nếu bạn có thể giữ bình tĩnh, mạnh mẽ và tự tin trong suốt cơn khủng hoảng, bạn sẽ nhận được sự tôn trọng cao từ những nam đồng nghiệp đương nhiệm.
- Coi trọng và hiểu rõ giá trị của quá trình sắp đặt và hoàn thành mục tiêu – bởi đàn ông là những người bị mục tiêu dẫn dắt nên chúng tôi kính trọng những chuyên viên sở hữu điều này. Về phía cá nhân tôi luôn chào đón cơ hội làm việc với những người phụ nữ có hứng thú với việc hướng đến các giao dịch và theo đuổi chúng. Đây là quan điểm mà tôi chia sẻ cùng với tất cả những người đàn ông mà tôi biết.
- Hãy là một cá nhân mạnh mẽ/không là một đối thủ dễ hạ gục – nếu bạn là một kẻ khờ khạo, bạn sẽ không nhận được bất kỳ sự kính trọng nào từ bất kỳ nam đồng nghiệp đương nhiệm nào của bạn. Nếu bạn cho phép mọi người đối xử thiếu tôn trọng với mình, chấp nhận bị đối xử tồi tệ và để mọi người ném công việc dễ dàng cho bạn làm, thì chúng tôi sẽ không tôn trọng bạn. Thay vào đó, chúng tôi có thể cũng tìm cách ném việc cho bạn làm.
- Hãy sẵn sàng mạo hiểm – phụ nữ có tiếng là người chống lại sự mạo hiểm. Nhiều phụ nữ gọi điều này là có trách nhiệm. Mạo hiểm là một phần thiết yếu trong xây dựng và phát triển kinh doanh và nếu bạn chống lại nó, bạn sẽ bị tụt hậu. Điều tuyệt vời ở những phụ nữ chú tâm vào quá trình thực hiện là có thể giảm đến mức tối thiểu những rủi ro nhưng vẫn trông giống như bạn đang liều lĩnh thực hiện vậy. Một khách hàng của tôi hoàn toàn không sợ hãi khi phải gọi điện cho CEO của bất kỳ một công ty nào mà cô ấy muốn làm việc với họ. Tôi hết sức kính trọng tính cách này của cô ấy.
- Trung thành – tôi nghĩ đàn ông tiếp nhận tư tưởng này từ nếp suy nghĩ quân đội (không cần quan tâm là họ đã từng phục vụ trong quân đội hay chưa): “Lòng trung thành có tầm quan trọng trên tất cả những thứ khác. Đừng bao giờ để một người đàn ông ở lại phía sau.” Chúng tôi luôn khát khao mãnh liệt được công nhận là người trung thành và có những người như vậy xung quanh chúng tôi. Cách nhanh chóng nhất để một người nào đó bị tôi loại bỏ đó là phản bội lại lòng tin của tôi. Khi bạn chỉ trích người khác, phê bình, hay chia sẻ thông tin mà bạn không nên chia sẻ, bạn không trung thành và sẽ bị loại bỏ. Nếu bạn có thể trung thành trong tất cả các mối quan hệ kinh doanh, bạn sẽ được các đồng nghiệp của mình tin cậy và sẽ được họ kính trọng.
- Trung thực – Bất kỳ ai cũng sẽ coi trọng một cá nhân trung thực, ngay cả nếu sự trung

thực có thể gây ra những ảnh hưởng bất lợi về mặt cá nhân.

- Tính chính trực và đạo đức – tất cả những người chuyên nghiệp đều tìm kiếm một cấp bậc cao hơn của tính chính trực và đạo đức. Tính chính trực sẽ giúp bạn tiến xa trong nghề nghiệp bởi mọi người sẽ biết bạn không lừa dối họ.
- Có một mạng lưới đầy quyền năng và cô ấy có thể tùy nghi sử dụng – hãy nhớ, bạn không cần phải biết mọi thứ; tuy nhiên bạn cần phải có quyền yêu cầu sự giúp đỡ từ người biết cách làm mọi việc. Mạng lưới của bạn là tài sản quý giá và đáng tự hào nhất bạn có trong kinh doanh. Nếu bạn có một mạng lưới đầy quyền năng thì điều này sẽ cho những nam đồng nghiệp của bạn thấy rằng bạn là một người tham gia cuộc chơi và bạn có thể yêu cầu người bạn cần thực hiện các giao dịch mà bạn muốn làm.

Mười điều này là tất cả những lĩnh vực mà bạn có khả năng kiểm soát hoàn toàn. Hãy ghi lại bản danh sách này và tập trung phát triển từng cái một trong sự nghiệp của bạn. Mặc cho giới tính của bạn là gì, đây là những đặc điểm quan trọng đối với mọi chuyên gia.

LỜI KẾT

Cuốn sách này chỉ đơn giản là phần khởi đầu của một cuộc đàm luận đáng lẽ phải được thực hiện trước đó rất lâu rồi. Tôi bắt đầu viết cuốn sách này vào năm 2002. Ý định đầu tiên của tôi là viết một cuốn sổ tay cho các khách hàng đọc trước khi họ làm việc cùng với tôi. Những câu hỏi giống nhau được đề cập hết lần này đến lần khác trong những phiên làm việc, nên tôi nghĩ rằng nếu có tài liệu gì đó cho họ đọc trước thì chúng tôi có thể chuyển nhanh sang nói chuyện về việc phát triển kinh doanh. Tôi nhớ lần đầu tiên khi kể cho một vài người bạn nam giới là tôi đang viết một cuốn sách dành cho các khách hàng của mình thì họ đã tỏ thái độ coi thường và nghĩ điều đó thật là ngớ ngẩn. Và đây là một số câu họ nói: “Hồi ở trường cậu học hành rất tẹt, thế thì cậu sẽ viết cái quái gì nhỉ?”, “Mọi người đã biết tất cả về những thứ đó rồi,” “Cậu đi loanh quanh và tự gọi mình là một tác giả à, đó là tất cả những thứ tụi tôi cần?” “Việc này thật là vớ vẩn, chẳng biết ai sẽ xuất bản cuốn sách của cậu nhỉ?” Hãy nhớ rằng đây là những lời nhận xét từ những người bạn của tôi. Mặc dù vậy, tôi không hề bị ảnh hưởng. Một khi tôi đã quyết định làm điều gì đó, tôi sẽ làm nó, đặc biệt là sau khi tôi nói với mọi người là tôi sẽ làm nó. Tôi tản bộ xuống *La Mascotte*, một nhà hàng nhỏ và rẻ tiền nhưng là nhà hàng ở Kitsilano của tôi (ở gần khu vực tôi sống). Tôi ngồi xuống với một cuốn vở cùng một chiếc bút và nhìn chăm chăm vào trang bìa. Tôi sẽ nói cái quái gì nhỉ? Mọi người sẽ cảm thấy thú vị khi đọc gì nhỉ? Đột nhiên ý tưởng nảy ra trong tôi. Cuốn sách này không phải là về họ, về tôi hay thứ gì đó khác. Cuốn sách này mang lại ánh sáng và chia sẻ những điều mà trước đó người khác chưa nắm bắt được.

Tôi đã xác định được cảm hứng của mình cho cuốn sách. Nếu tôi có thời gian để viết một cuốn sách cho người phụ nữ tôi yêu quý, đó có thể là vợ, là mẹ, là chị, là em gái hay là các bạn nữ, biết rằng cô ấy sẽ gia nhập vào giới kinh doanh và lời khuyên duy nhất của tôi sẽ nằm trong một cuốn sách, tôi sẽ nói điều gì? Làm cách nào tôi có thể chia sẻ cùng cô ấy tất cả những điều tôi đã chứng kiến, phân tích và làm sáng tỏ trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình? Những thông tin gì có thể giúp làm việc với các Alpha Male dễ dàng hơn và cho cô ấy quyền năng để đạt được sự tín nhiệm, để trở thành một người trung thực và quyền lực trong lĩnh vực kinh doanh? Trong cuốn sách này, tôi đã viết tất cả những suy nghĩ của mình về các vấn đề mà tôi tin đó là những ứng dụng thực tế. Tôi không phải là một nhà tâm lý học, một chuyên gia giới tính, hay một nhà xã hội học. Tôi là một Alpha Male, người mà trong quá khứ thường bị phụ nữ coi là một tên khốn nạn, và bây giờ tôi cố gắng sống trong vai trò là người ủng hộ nhiệt thành nhất của chị em phụ nữ. Tôi hy vọng khi bạn đọc cuốn sách này bạn cảm thấy như thể tôi đang nói chuyện trực tiếp với bạn bởi vì đó là ý định của tôi. Tôi muốn bạn biết để bạn có thể quan sát hành động của mình cũng như hành động của các đồng nghiệp nữ và giành lại quyền lực cũng như Cái Tôi thực sự của bạn. Bạn bình đẳng với mọi người khác, nhưng chúng tôi không đưa cho bạn điều đó mà chính bạn phải đòi lấy nó.

Tôi muốn đây là phần khởi đầu của một cuộc nói chuyện. Tôi không muốn bạn đọc cuốn sách này rồi cho nó lên kệ sách. Tôi muốn cuốn sách này cho bạn thêm quyền năng, rèn

luyện bạn, truyền cảm hứng cho bạn và có những thời điểm nó khiến bạn giận dữ. Tôi muốn bạn biết điều gì đang xảy ra dù cho bạn có thích chúng hay không. Tôi muốn bạn biết rằng nếu điều gì đó xảy đến mà bạn không chắc chắn về nó, bạn có thể xem lại cuốn sách này và tìm thấy những thông tin hữu dụng giúp ích cho bạn trong việc tìm kiếm một con đường phù hợp, có hiệu lực. Một khi bạn biết, bạn không thể xóa bỏ hiểu biết đó đi. Một khi bạn quen thuộc với những kiến thức này, bạn có thể thực hiện nó hàng ngày. Bất kỳ ai trong các bạn đã đọc những cuốn sách khác được viết bởi phụ nữ dành cho phụ nữ về phương pháp và cách thức cư xử với những người như tôi, tôi đều muốn bạn nhìn thấy giá trị đích thực của cuốn sách này. Tôi nằm trong ban giám đốc, tôi tham gia vào các giao dịch và tôi cũng là một khán giả. Tôi đã và đang quan sát với cái nhìn suy xét, và tôi muốn bạn biết những việc mang lại hiệu quả và những điểm mà bạn đang nhường quyền lực của mình cho các Alpha Male, người không chỉ không xứng đáng với điều đó mà còn sẽ dùng nó chống lại bạn. Bạn sẽ nhận thấy rằng cuốn sách này không giống như một cuốn sách truyền thống. Nó là một lá thư mở rộng mà tôi đang viết cho bạn.

Tôi đã đọc hàng tá sách cũng như đã nghe nhiều bài diễn thuyết, và tôi luôn canh cánh một câu hỏi trong đầu: Những mảnh thông tin quý giá nằm ở đâu? Đối với tôi thông tin hữu ích là thông tin tôi có thể lấy và dùng ngay. Tôi có thể làm các công việc tốt hơn cho bản thân mình khi có những mảnh thông tin hữu ích này. Tôi muốn bạn tìm kiếm những mảnh thông tin hữu ích trong cuốn sách này. Hãy tìm kiếm cho bản thân mình và cho cả những người khác. Là người có khả năng truyền đạt tuyệt vời, phụ nữ có trách nhiệm chia sẻ thông tin với những người cần nó. Hãy nói chuyện với những phụ nữ cùng làm việc với bạn, với những phụ nữ bạn yêu quý, và với những người đàn ông bạn thương. Đàn ông (các Alpha) sẽ nghĩ rằng bạn nên biết nhiều về những thông tin này. Họ biết điều này là hiển nhiên vì họ đã va chạm và tiếp xúc với nó trong suốt cuộc đời. Mẫu hình mới là ở đây, và máy bay đang ở chế độ lái tự động. Phụ nữ phải nhận lấy vai trò lãnh đạo thật sự của mình và dẫn dắt chúng tôi trong mô hình mới. Bạn và tôi cùng chia sẻ trách nhiệm này và tôi hứa tiếp tục thực hiện phần việc của tôi là truyền đi những dòng chữ này. Khi bạn đọc cuốn sách này hoặc tham dự các buổi gặp gỡ chuyên đề, là khi bạn đã chia sẻ một phần trách nhiệm. Một nơi quan trọng để bạn có thể bắt đầu chia sẻ những thông tin này là với con gái bạn.

Mùa thu vừa rồi, tôi đưa ra những ý tưởng then chốt nhất trong sự kiện *Thành tựu trẻ* (Junior Achievement) ở Vancouver. Họ tổ chức một hội nghị dành cho những giữ lại lãnh đạo trẻ (tuổi đời khoảng tầm 17 đến 18) và có khoảng 200 giữ tham dự. Đây là năm thứ hai tôi thực hiện nó, và trước khi bước lên bục diễn thuyết, tôi ở trong phòng nghỉ với hơn chục diễn giả và một vài người chỉ đạo. Một người mẹ đã nghe bài nói chuyện của tôi năm trước tiến lại gần tôi và nói: “Tôi ước chi anh sẽ không diễn thuyết bài của anh trước những cô gái này.” Tôi hơi sững sốt và hỏi cô ấy tại sao. Bà ta đáp lời: “Chúng còn quá trẻ. Tôi chưa muốn chúng biết những thứ này. Kinh doanh có thể tàn ác và tôi nghĩ tôi muốn chúng được bảo vệ lâu hơn một chút khỏi thực tại này.” Tôi nhìn bà ta và nói: “Điều tệ hại hơn việc chúng biết là chúng không biết và cố gắng tìm hiểu điều gì đang xảy ra. Chúng ta hãy chuẩn bị cho chúng những thứ cần thiết mà chúng ta có thể chắc chắn chúng sẽ thấy tự hào là những người phụ nữ quyền năng.” Khi tôi bước dọc hành lang đến sân khấu với trái tim

còn đôi chút nặng nề, tôi bắt đầu đặt câu hỏi tại sao phụ nữ không muốn những điều này được nói ra? Và rồi đột nhiên ý tưởng nảy ra... bà mẹ kia không nghĩ các vấn đề sẽ thay đổi. Và bà ấy đã đúng. Nếu cuộc nói chuyện dừng lại với cuốn sách này, nó sẽ không thay đổi. Nếu tôi trao cho họ ngọn đuốc và nó ngừng cháy sáng thì bóng đêm sẽ vẫn còn. Tuy nhiên, nếu bạn tiếp tục cuộc nói chuyện xung quanh chủ đề này với những người phụ nữ khác, bạn sẽ lan truyền thông điệp và mang lại càng ngày càng nhiều ánh sáng đến với chủ đề. Nhiều phụ nữ đã làm việc vất vả hơn họ phải làm, nhưng điều đó có thể và phải dừng lại tại đây. Rồi tất cả chúng ta sẽ biết rằng một người phụ nữ mạnh mẽ là thành tố chính trong mẫu hình kinh doanh mới.

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

Tham gia cộng đồng chia sẻ sách : Fanpage :

<https://www.facebook.com/downloadsachfree>

Cộng đồng Google : <http://bit.ly/downloadsach>

Sau khi nói chuyện với bà mẹ đó tại sự kiện *Thành tựu trẻ* và nhận ra không phải tất cả mọi phụ nữ đều tin rằng các vấn đề sẽ thay đổi, tôi đã quyết định ngay tại thời điểm đó là sẽ chứng minh cho bà ta và những người chỉ trích khác thấy rằng họ đã sai. Những thông tin này đã trải qua những cuộc đàm luận, và tất cả chúng ta có trách nhiệm sẻ chia nó. Tôi bước lên sân khấu, nhìn 200 khuôn mặt trẻ đang mỉm cười với đôi mắt sáng trong và nói: “Thưa các quý cô, tôi có thể nói cho các bạn một bí mật được chứ?”

Napoleon Hill (1883 – 1970): Tác giả nổi tiếng người Mỹ với Think and Grow Rich - cuốn sách viết về kinh doanh được đánh giá là hay nhất của mọi thời đại.

Napoleon Bonaparte (1769-1821) còn gọi là Napoleon I - Vị hoàng đế nổi tiếng nước Pháp và là nhà chỉ huy quân sự tài ba.

Tổng thống thứ 16 và là một trong bốn vị tổng thống vĩ đại nhất trong lịch sử nước Mỹ. Ông cũng là người chủ trương bãi bỏ chế độ nô lệ ở Mỹ.

Định luật Murphy xuất hiện năm 1949, có nguồn gốc từ một thử nghiệm của không quân Mỹ về tác dụng của quá trình giảm tốc nhanh đối với các phi công. Trong cuộc thử nghiệm, người tình nguyện ngồi trong một xe trượt tuyết có gắn động cơ phản lực và được thắt chặt dây an toàn. Hệ thống điện cực gắn khít vào bộ ghế ngồi, do đại úy Edward A. Murphy thiết kế, sẽ ghi lại phản ứng của họ khi xe dừng đột ngột. Tuy nhiên, người ta đã không ghi được một số liệu nào sau cuộc thử nghiệm tưởng chừng như không có sai sót. Cuối cùng, mọi người phát hiện ra một điện cực bị mắc sai. Khi ấy, Murphy nói rằng: “Nếu có gì đó có thể trục trặc, thì nó cũng có người làm cho nó xảy ra”.

Winston Churchill (1874-1965) - Vị thủ tướng lừng danh của nước Anh trong chiến tranh thế giới thứ II, cũng là một chính khách lỗi lạc trên chính trường quốc tế. Năm 1953, ông được giải Nobel văn học cho những tác phẩm viết về nước Anh và lịch sử thế giới. Năm 2002, đài BBC đã bầu chọn ông vào danh sách 100 người Anh vĩ đại nhất (the 100 Greatest Britons).

Sam Walton (1918-1992) - Người sáng lập mạng lưới trung tâm bách hóa đại hạ giá Wal-Mart, được tạp chí Forbes xếp hạng là người giàu nhất nước Mỹ trong các năm 1985-1988. Sam Walton giữ chức giám đốc điều hành kiêm chủ tịch của Wal-Mart cho đến năm 1988, sau đó trở thành Chủ tịch Hội đồng Quản trị cho đến những ngày cuối đời.

Edwards Deming (1900-1993) - cha đẻ của học thuyết quản lý chất lượng. Năm 1960, ông là người Mỹ đầu tiên nhận Huân chương Cao quý Hạng hai (Second Order of the Sacred Treasure) do Thủ tướng Nhật Bản trao tặng.

Abraham Maslow (1908 - 1970) – Nhà tâm lý học, tác giả đã xây dựng lý thuyết về nhu cầu của con người, bao gồm 5 cấp độ được xếp theo thứ tự từ thấp đến cao, bao gồm: nhu cầu sinh lý (tồn tại), nhu cầu được an toàn, nhu cầu xã hội (yêu và được yêu), nhu cầu được tôn trọng, nhu cầu tự hoàn thiện bản thân.

(1) Trong thần thoại Hy Lạp, Pygmalion là một nhà điêu khắc tài ba. Có lần, Pygmalion chọn một viên đá lớn để tạc tượng một người con gái. Khi làm xong, ông thấy bức tượng của mình quá đẹp nên đem lòng say mê. Pygmalion đã cầu xin nữ thần Aphrodite (Venus) cho tượng đá biến thành người thật. Nữ thần xúc động trước lời cầu xin khẩn thiết ấy nên đã đồng ý. Thế là Pygmalion lấy bức tượng đã hóa thành người làm vợ và hai người sống với nhau hạnh phúc trọn đời.

Ben Feldman (1912-1993) – Một trong những nhân viên bán hàng xuất sắc với doanh thu cao nhất của mọi thời đại. Suốt thời gian làm việc cho Công ty New York Life Insurance từ năm 1942 đến 1993, ông đã bán được 1,8 tỷ đô la tiền bảo hiểm. Ngày nay, kỷ lục bán hàng của ông vẫn chưa bị ai phá vỡ với 100 triệu đô la trong một năm và 20 triệu đô la một ngày. Những năm gần cuối sự nghiệp, tổng số tiền huê hồng ông được hưởng hàng năm là 1 triệu đô la.

Công ty lớn của Mỹ chuyên sản xuất và phân phối những chương trình CD & VCD về những vấn đề liên quan đến cuộc sống, giúp con người khai thác tối đa năng lực bản thân và vươn đến thành công, hạnh phúc.

'Nguyên tắc Pareto' được đặt theo tên nhà kinh tế học người Italia, Vilfredo Pareto (1848-1923). Năm 1906, Pareto quan sát thấy 20% dân số Italia nắm giữ 80% tài sản của nước này. Sau đó, ông cũng nhận thấy rằng 20% số cây đậu phụng trong vườn nhà ông đóng góp tới 80% lượng đậu ông thu hoạch mỗi năm. Hai sự kiện này khiến ông suy nghĩ và cho rằng đây không phải là sự trùng lặp ngẫu nhiên mà

gần như là một nguyên tắc và ông đã áp dụng nguyên tắc 80-20 này vào rất nhiều lĩnh vực và thấy nhiều kết quả tương đồng.

2. Hiện nay, nhiều tài liệu và sách báo dịch thuật ngữ “brand” là “thương hiệu” tức một dạng tắt của cụm từ “thương hiệu thương mại”. Tuy nhiên chúng tôi cho rằng dịch “brand” là “thương hiệu” sẽ không chính xác vì không chỉ có các công ty và tập đoàn có brand mà ngay cả những tổ chức không hề kinh doanh hay có hoạt động thương mại như các tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận như tổ chức Chữ Thập Đỏ (Red Cross) hay Quỹ Bảo vệ Động vật Hoang dã (WWF) cũng có brand của họ. Hơn nữa, việc chuyển ngữ như vậy sẽ gây nhiều nhầm lẫn về mặt từ gốc với thuật ngữ “trademark”. Trong cuốn sách này, cũng như tất cả các cuốn sách về tiếp thị và xây dựng thương hiệu của cùng nhóm dịch và hiệu đính của Công ty Sách Alpha, thuật ngữ “brand” sẽ được chuyển ngữ thành “thương hiệu” và “trademark” sẽ được gọi là “thương hiệu đăng ký”.

1. Khách quen: regular market/ regular customers. Khái niệm market trong marketing còn để chỉ tập thể các khách hàng có một số đặc điểm chung nào đó.

1. Thuyền trưởng Ahab: nhân vật chính trong phim Moby Dick dựa trên tiểu thuyết cùng tên của Herman Melville. Đó là một người đã cố gắng giết chết con cá voi Moby Dick ròng rã nhiều năm kể từ khi bị mất một chân trong cuộc chiến với nó. Ahab đã khiến các thủy thủ đoàn và con tàu của mình lâm nguy trong cuộc chiến đấu để giết con cá voi.

2. White elephant: (voi trắng) thành ngữ chỉ vật công kênh đắt tiền mà không có ích gì lắm.

3. Ally McBeal: tên một sêri phim truyền hình nổi tiếng của Mỹ, cũng là tên nhân vật chính.

1. Đây là một phép chơi chữ. Logo biểu tượng của Những trang vàng là hình mấy ngón tay di chuyển.

2. Daily Bugle: một tờ báo giả tưởng của thành phố New York, là phần không thể thiếu của Marvel Universe (những tập truyện tranh giả tưởng do công ty Marvel Comics xuất bản). Nổi tiếng nhất trong số các truyện tranh của công ty này là Người Nhện.

3. Luật của Moore (Moore’s Law): Vào những năm 90, số lượng các bóng bán dẫn trên các con chip vi xử lý cứ 18 tháng lại tăng gấp đôi. Trước đó đã có một nhà tiên phong về bán dẫn người Mỹ tên là Gordon Moore đã dự báo trước về việc này. Năm 1965, Moore đã dự đoán rằng số lượng các bóng bán dẫn trên một con chip vi tính mỗi năm sẽ tăng gấp đôi. Dự đoán này được gọi là Luật của Moore. Đến cuối thập kỷ 90 các chip vi xử lý đã gồm nhiều triệu bóng bán dẫn, chuyển được 64 bit dữ liệu mỗi lần và thực hiện hàng tỷ lệnh mỗi giây.

1. Có thể thấy Quy luật phường hội tại Việt Nam từ xưa với Hà Nội 36 Phố phường - mỗi phố buôn bán một loại mặt hàng và mặt hàng đó trở thành tên của phố: Hàng Bạc, Hàng Trống, Hàng Đường, Hàng Hòm... Luật buôn có hội bán có phường đến nay xem ra vẫn đúng dù loại hàng hóa được bán không thể hiện ở tên phố nữa. Ở Hà Nội ngày nay có phố Hàng Đào, Hàng Ngang bán quần áo ; Hàng Đường bán ô mai, bánh kẹo ; Hàng Mã bán đồ hàng mã ; Cầu Gỗ bán đồ trang sức mỹ ký ; Hàng Bạc bán vàng bạc ; Trần Nhân Tông bán quần áo bò ; Cát Linh bán vật liệu xây dựng ; Lý Nam Đế bán phụ kiện tin học...

3. Yahoo đang phải nhường bước cho Google. Lần đầu tiên xuất hiện trong Danh sách 100 thương hiệu mạnh nhất thế giới năm 2005 của Interbrand, giá trị thương hiệu của Google đã là 8,461 tỷ đô-la, đứng thứ 38 trong danh sách, trong khi giá trị thương hiệu của Yahoo!, dù là chiến binh lâu năm, chỉ là 5,256 tỷ đô-la, đứng cách Google 20 bậc xếp thứ 58 trong tổng sắp (mặc dù giá trị thương hiệu đã tăng lên 16% so với năm 2004).

1. Forrester Research: Được George F. Colony sáng lập vào năm 1983, Forrester Research là một công ty độc lập nghiên cứu thị trường và công nghệ. Công ty này cũng cung cấp các dịch vụ tư vấn tiên tiến và có tính ứng dụng cao về các ảnh hưởng của công nghệ tới doanh nghiệp và người tiêu dùng. Trong hơn 22 năm nay, Forrester đã là một nhà tư vấn đáng tin cậy, một nhà chiến lược hàng đầu,

thông qua các chương trình nghiên cứu, tư vấn, sự kiện và điều hành đồng đẳng (peer-to-peer), hãng đã giúp các khách hàng trên khắp thế giới đạt được vị trí dẫn đầu trong các thị trường của họ. Forrester có trụ sở chính tại Mỹ. Đến tháng 6 năm 2005, tổng số nhân viên của công ty đã là hơn 640 người và tổng số các công ty khách hàng là hơn 1.900. Trong bảy năm liên tiếp, công ty cũng nằm trong top 75 trong danh sách 200 công ty nhỏ thành công nhất do tạp chí Forbes bầu chọn.

2. Địa chỉ của tạp chí trực tuyến này: www.slate.com

4. Đây là một cách chơi chữ, “bullish” có nghĩa là tăng giá cổ phiếu, bull (tức con bò tót) còn là logo của hãng Merrill Lynch.

1. Cola nguyên là tên một loại cây nhiệt đới, gốc châu Phi, có chứa chất cà-phê-in (caffeine), nay được trồng nhiều ở châu Mỹ nhiệt đới. Nó trở thành hương liệu trong thứ nước giải khát màu sẫm được cacbônát hóa, mà người phát minh ra loại nước giải khát này là Tiến sỹ John Pemberton (sinh ngày 8 tháng 5 năm 1886, tại Atlanta). Cái tên Coca-Cola (gọi tắt là Coke) là do người cộng sự Frank Robinson đặt cho. Sau đó, doanh nghiệp này được bán cho Asa Candler năm 1888, và nhà máy sản xuất Coca-Cola đầu tiên được thành lập năm 1895 tại Dallas, Texas.

1. Luật Gresham (Gresham’s law): Giả thuyết của nhà tài chính người Anh Sir Thomas Gresham (1519-1579) cho rằng: “Bad money drives good money out of circulation”. (Tiền xấu hất căng tiền tốt khỏi vòng quay lưu thông tiền tệ). Theo đó, khi các kim loại với giá trị khác nhau cùng có sức mạnh như tiền tệ (legal tender) thì thứ kim loại rẻ hơn sẽ trở thành phương tiện lưu hành và thứ kia bị chôn giấu, tích trữ, hay xuất khẩu. Ở đây tác giả so sánh trong marketing, nếu theo đúng giả thuyết của Gresham, các thương hiệu nhánh sẽ hất căng thương hiệu chính (tức thương hiệu gốc) khỏi thị trường.

2. Theo Kotler trong “Các quy luật marketing”, có hai mô hình marketing quan trọng là: từ trong ra ngoài (inside-out) và từ ngoài vào trong (outside-in). Theo quan điểm inside-out thì quy trình marketing sẽ là: nhà máy các sản phẩm hiện có bán hàng và xúc tiến bán hàng lợi nhuận thông qua doanh số. Theo quan điểm outside-in: thị trường nhu cầu của khách hàng marketing tích hợp lợi nhuận thông qua sự thỏa mãn của khách hàng

1. Biểu tượng có thể mang nhiều ý nghĩa thú vị. Ví dụ logo của công ty máy tính Apple gồm biểu tượng trái táo bị cắn một miếng và hàng chữ Apple. Khách hàng tinh ý sẽ liên tưởng đến quả táo Adam (Adam’s Apple) trong Kinh Thánh. Đó là quả trí tuệ mà Thượng Đế cấm Adam và Eva ăn. Do đó nó trở thành trái cấm. Và khẩu hiệu mà Apple kèm theo là: “Take a bite!” (Hãy cắn một miếng đi!). Nghĩa là hãy mua máy tính Apple. Như thế cũng là ăn được quả trí tuệ để khôn ngoan sáng suốt. Hoặc như logo của Alpha Books, công ty thực hiện cuốn sách này, có hình mẫu tự Alpha trong chữ Hy Lạp. Là tên chữ cái đầu tiên trong bảng chữ cái Hy Lạp, Alpha còn có nghĩa là nguyên bản, là sự khởi đầu. Alpha cũng là tên ngôi sao sáng nhất trong một chòm sao trên dải Thiên Hà của Vũ Trụ. Đó cũng chính là hình ảnh về Alpha Books mà công ty mong muốn xây dựng trong suy nghĩ của bạn đọc.

1. Greenpeace, Healthy Choice, và SnackWell’s: theo thứ tự là tổ chức Hòa bình Xanh (tổ chức phi chính phủ được thành lập với mục tiêu bảo vệ môi trường), Healthy Choice (thương hiệu thực phẩm đông lạnh và được giữ lạnh do công ty ConAgra Foods Inc. sở hữu). Theo lịch sử của công ty ConAgra, thương hiệu này ra đời sau khi CEO của ConAgra là Charles “Mike” Harper bị một cơn đau tim năm 1985. Bị buộc phải thay đổi chế độ ăn uống, ông đã đưa ra ý tưởng về một dòng sản phẩm đông lạnh tốt hơn cho sức khỏe. ConAgra hiện đang bán nhiều món ăn dưới thương hiệu Healthy Choice, trong đó có các bữa trưa được giữ lạnh, các món ăn phụ, thịt đông lạnh bán theo lát, súp đóng hộp, kem, bánh mì, nước sốt mì Ý và cả bắp rang bơ. SnackWell’s là thương hiệu đồ ăn nhẹ của Kraft Food Inc, một công ty thực phẩm của Mỹ.

2. Golden Arches: biểu tượng chiếc cổng vàng này là biểu tượng nổi tiếng của McDonald’s, một công ty sở hữu chuỗi nhà hàng bán đồ ăn nhanh có trụ sở tại Chicago (Mỹ). Công ty ra đời năm 1953, và khi

đó Dick và Mac McDonald - hai nhà sáng lập, đã bắt đầu nhượng quyền sử dụng thương hiệu của công ty họ. Biểu tượng có hình hai chiếc cổng vòm ở hai bên hình ảnh một quầy bán bánh hamburger lưu động. Khi được nhìn từ một góc độ nào đó, biểu tượng này khiến người ta liên tưởng đến chữ cái M, và đã được biến thể thành logo của công ty. Mặc dù trên thực tế McDonald's đã bỏ hình ảnh các cổng vòm này khỏi các nhà hàng của mình từ những năm 60 của thế kỷ 20, Golden Arches vẫn còn tồn tại trong logo công ty và thường được sử dụng như một thuật ngữ phổ biến để nói đến công ty McDonald's. Cái tên này còn được hiểu rộng hơn như là một dấu hiệu của chủ nghĩa tư bản hay sự toàn cầu hóa vì công ty McDonald's là một trong những tập đoàn nổi bật nhất của Mỹ đã có khả năng thực hiện toàn cầu hóa trong tầm tay (ngoài Coca-Cola và Nike).

3. Bánh hamburger: là một loại bánh mì tròn được bỏ đôi kẹp thịt và rau, cà chua... Tên bánh này có xuất xứ từ Đức.

4. M&M: thương hiệu kẹo viên sô cô la sữa của Mỹ do công ty Mars sản xuất. M&M's được tạo ra năm 1940 sau khi Forrest Mars (Cha) nhìn thấy các quân nhân Tây Ban Nha ăn các thanh kẹo sô cô la có một lớp đường phủ ngoài trong thời kỳ Nội chiến Tây Ban Nha. M&M's là tên viết tắt (và sau này trở thành tên chính thức) của cụm từ "Mars & Murrie" (đối tác kinh doanh của Mars là Bruce Murrie). M&M's ngay lập tức trở thành một hiện tượng vì vào thời điểm đó, không có thiết bị điều hòa nhiệt độ trong các cửa hàng, nhà ở và các thanh kẹo sô cô la rất dễ bị chảy, tuy nhiên kẹo M&M's có lớp đường bọc ngoài nên không bị chảy. Sô cô la viên M&M's được làm với sáu màu: đỏ, cam, vàng, xanh lá cây, nâu và tím.

5. Macy's: thương hiệu Macy's là tên một chuỗi các cửa hàng bách hóa của Mỹ, trong đó có cửa hàng ở thành phố New York tự gọi mình là cửa hàng lớn nhất thế giới. Macy's là một phần của Federated Department Stores. Macy's được Rowland Hussey Macy thành lập năm 1851 ở Haverhill, bang Massachusetts (Mỹ).

6. Caterpillar: tập đoàn sản xuất các thiết bị xây dựng, lâm nghiệp, các động cơ tốc độ vừa và các công cụ tài chính liên quan của Mỹ.

7. United Parcel Service: công ty giao nhận bưu phẩm lớn nhất thế giới, mỗi ngày công ty này giao nhận hơn 14 triệu bưu phẩm đến hơn 200 nước trên thế giới. Gần đây họ đã mở rộng lĩnh vực hoạt động ra hậu cần và các lĩnh vực liên quan đến vận tải. Trụ sở công ty đóng tại Atlanta, bang Georgia (Mỹ). UPS nổi tiếng với các xe tải màu nâu của họ (do đó tên lóng của công ty này là "Big Brown"). Màu nâu UPS sử dụng trên các phương tiện vận tải và đồng phục của họ được gọi là màu nâu Pullman, đặt theo tên của những toa ngủ trên tàu do George Pullman tạo ra có màu nâu. UPS cũng có hãng hàng không riêng của họ. Đối thủ chính của UPS là United States Postal Service (USPS), FedEx, và DHL.

8. Big Blue: tên lóng của IBM (có nghĩa là Công ty Màu xanh Khổng lồ) vì logo của công ty này có màu xanh. Cho đến những năm 90 của thế kỷ 20, nhân viên của IBM vẫn mặc đồng phục vét xanh lơ, sơ mi trắng và cà vạt sẫm màu.

1. "War" trong tiếng Đức không có nghĩa gì ngoại trừ là dạng quá khứ của động từ sein (tức động từ "to be" trong tiếng Anh). Nhưng đối với người sử dụng tiếng Anh, nó gợi ra ý nghĩa chiến tranh (war). Có lẽ đó là một lý do khiến người ta không mặn mà với thương hiệu này.

2. Perdue: một trong những thương hiệu được tin cậy và được nhận biết rộng rãi nhất của Mỹ thuộc sở hữu của Perdue Farms, một công ty thực phẩm và nông sản hàng đầu thế giới với doanh số về gia cầm lớn thứ ba trong ngành. Thành lập năm 1920, công ty này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ về thực phẩm tới hơn 40 quốc gia trên thế giới với hơn 20.000 công ty thành viên và là đối tác của 7.500 trang trại gia đình.

1. Delicatessen: cửa hàng bán các món ăn sẵn – còn gọi là deli.

2. Submarine sandwich: bánh mì ổ dài, bỏ dọc, nhồi nhân thịt, xalát, pho mát... ổ bánh dài giống như

chiếc tàu ngầm.

3. Total quality management: chủ trương chú trọng chất lượng sản phẩm, bao gồm các chiến lược nhằm cải thiện chất lượng liên tục

4. Tom Monaghan, Michael và Marian Ilitch, và John Schnatter: Những người sáng lập Domino's Pizza, Little Caesars và Papa John's.

1. Rush Limbaugh: Rush Hudson Limbaugh III (sinh ngày 12 tháng 1 năm 1951 ở Mũi Girardeau, Missouri), là một người khá nổi tiếng trong giới giải trí Mỹ và là người dẫn một chương trình trò chuyện trên radio được ưa chuộng ở Mỹ. Là một nhà bình luận có quan điểm bảo thủ, ông thường bình luận về chính trị và các sự kiện đương thời trong chương trình của mình, chương trình The Rush Limbaugh Show. Hơn 15 năm qua, Rush Limbaugh đã là người dẫn chương trình trò chuyện trên radio được nhiều người nghe nhất ở Mỹ và thế giới, và số thính giả của ông theo ước tính đã lên đến khoảng 20 triệu mỗi tuần, cao thứ nhì thế giới chỉ sau số thính giả của chương trình Paul Harvey.

2. Laura Schlessinger: Laura Schlessinger (sinh ngày 16 tháng 1 năm 1947) là một nhà bình luận đạo đức và văn hóa Mỹ, được biết đến với tư cách là người dẫn chương trình trò chuyện trực tiếp với thính giả trên sóng radio Bác sỹ Laura. Chương trình này được phát sóng trên khắp cả nước và kéo dài ba tiếng mỗi ngày vào cuối tuần. Schlessinger là một nhà phê bình nói thẳng thắn về những gì quá thịnh hành trong nền văn hóa đương đại Mỹ. Đó là: tình dục ngoài hôn nhân, sống chung trước khi cưới, những người cha/mẹ độc thân, các bà mẹ đi làm, hôn nhân quá sớm, việc cha mẹ quá nuông chiều con cái, cái chết êm ái cho những người mắc bệnh nan y, li dị dù không ai có lỗi và hôn nhân đồng tính... Chương trình của bà thường tập trung vào những đoạn bình luận ngắn về những vấn đề trên và các chủ đề xã hội và chính trị khác sau những câu trả lời trực tiếp, thẳng thắn và hợp lý rất đặc trưng của bà cho những câu hỏi do thính giả gọi đến hoặc những khúc mắc đạo đức khác. Bà cũng là tác giả của nhiều cuốn sách kỹ năng sống, trong đó nổi tiếng là cuốn Mười điều Ngu ngốc Phụ nữ làm để Xáo trộn Cuộc sống của Họ và nhiều cuốn sách về tôn giáo. Sách của bà vừa được ưa chuộng lại vừa gây nhiều tranh cãi. Tuy nhiên, chương trình truyền hình Bác sỹ Laura đã không thành công và đã bị hủy.

3. Howard Stern: Howard Allan Stern (sinh ngày 1 tháng 12 năm 1954 ở Roosevelt, Long Island, New York) là một nhân vật nổi tiếng trong giới truyền thanh Mỹ. “Vị Vua của tất cả các phương tiện truyền thông” tự phong này đã được gán cho một cái tên lóng vì sự hài hước về tình dục và chủng tộc khá sàm sỡ và gây nhiều tranh cãi của mình. Ông cũng là nhân vật trên radio được trả thù lao hậu hĩnh nhất ở Mỹ và là người nổi danh và giỏi nhất trong lịch sử truyền thanh. Các chương trình truyền hình phát sóng trên mạng lưới quốc gia Mỹ có chương trình Howard Stern Show (từ năm 1990 - 2005 trên kênh E!) và chương trình Howard Stern Radio Show (1998-2001 trên CBS).

4. A&E: Mạng lưới truyền hình A&E Network là một mạng lưới truyền hình cáp và vệ tinh có trụ sở tại New York, Mỹ. Mạng lưới truyền hình này, với các chương trình chủ yếu về sinh học, phim tài liệu và các sêri phim truyền hình, đã mở rộng ra thêm các chương trình truyền hình khác và có lượng khán giả đến hơn 85 triệu hộ gia đình tại Mỹ. A&E là liên doanh giữa Hearst Corporation với tỷ lệ vốn 37,5%, ABC, Inc. (Disney sở hữu), 37,5%; và NBC Universal, 25%.

5. QVC: là một tập đoàn đa quốc gia có trụ sở tại West Chester, Pennsylvania, Mỹ, chuyên về các chương trình mua sắm trên truyền hình tại gia. Do Joseph Segel sáng lập năm 1986, QVC phát sóng ở bốn quốc gia chính tới 141 triệu người tiêu dùng. Tên tập đoàn là viết tắt của cụm từ “Quality, Value, Convenience” (Chất lượng, Giá trị, Sự tiện lợi) - ba ý chính trong tầm nhìn của người sáng lập về công ty.

6. Showtime: là một thương hiệu truyền hình thuê bao do một số kênh truyền hình và hệ thống truyền hình sử dụng trên khắp thế giới, nhưng chủ yếu đề cập đến một nhóm các kênh truyền hình tại Mỹ.

7. Nickelodeon: (gọi tắt là Nick) là một mạng lưới truyền hình cáp dành cho trẻ em. Nơi có mạng lưới

truyền hình Nickelodeon đầu tiên là Mỹ, tuy nhiên hiện nay nhiều nước khác cũng đã phát triển mạng lưới này: Nhật, Úc, và Anh.

1. Citicorp: Tập đoàn có tiền thân là Citibank (thành lập năm 1812 với tên ban đầu là City Bank của thành phố New York). Năm 1894, ngân hàng này trở thành ngân hàng lớn nhất nước Mỹ. Năm 1902 nó dần mở rộng phạm vi hoạt động ra toàn cầu và trở thành ngân hàng lớn đầu tiên của Mỹ có một văn phòng ở nước ngoài. Đến năm 1930 Citibank trở thành ngân hàng lớn nhất thế giới với 100 chi nhánh ở 23 nước, chưa kể nước Mỹ. Ngân hàng này đổi tên thành The First National City Bank of New York vào năm 1955, sau đó lại đổi thành First National City Bank vào năm 1962, và thành Citibank năm 1976. Vào năm 1981, Citibank đã mở thêm một công ty con ở South Dakota để tận dụng những ưu thế do các luật mới đem lại, theo đó mức lãi suất tối đa đối với các khoản vay là 25% (lúc đó là cao nhất nước Mỹ). Citibank là một trong những ngân hàng đầu tiên của Mỹ giới thiệu máy rút tiền tự động vào những năm 70 của thế kỷ 20 để giảm số lượng nhân viên giao dịch và giúp khách hàng có thể tiếp cận các tài khoản của mình 24/24. Citibank hiện là chi nhánh dịch vụ ngân hàng cho công ty và cá nhân của tập đoàn dịch vụ tài chính khổng lồ Citigroup, tập đoàn lớn nhất thế giới trong ngành này. Ngoài các giao dịch ngân hàng thông thường, Citibank cũng có các sản phẩm đầu tư, bảo hiểm và thẻ tín dụng. Các dịch vụ trực tuyến của họ là một trong những dịch vụ thành công nhất trong ngành ngân hàng với khoảng 15 triệu người sử dụng.

1. Nursing Home for Dying Brands: có lẽ đây là tên lóng dành cho các công ty dịch vụ chuyên về tái định vị thương hiệu.

2. Kraft: thương hiệu tập đoàn Kraft Foods: Kraft có trụ sở chính tại Glenview, Cook County, bang Illinois, Mỹ. Tại Mỹ, tập đoàn này nổi tiếng với các sản phẩm pho mát, nhất là thương hiệu Kraft Macaroni và pho mát Kraft Dinner. Các thương hiệu khác xuất hiện tại nhiều thị trường trên thế giới như Dairylea (ở Anh), Jacobs (cà phê), Suchard, Baker's, Toblerone, Daim, sữa Milka, Miracle Whip, Philadelphia, Vegemite, Velveeta, Oscar Mayer, món tráng miệng Jell-O Gelatin, Planters, bột ngũ cốc Post Cereals, thạch Knox, Stove Top, Kool-Aid, và Capri Sun (chỉ có ở Bắc Mỹ). Ở Đức, tập đoàn này nổi tiếng với Miracoli, một sản phẩm mỳ Ý ăn liền được phát triển từ những năm 60, cũng như Kaffee Hag. Digiorno, một loại bánh pizza đông lạnh (còn có tên khác là Delissio ở Canada).

1. Quảng cáo (advertising) và quảng bá (publicity) giống nhau ở chỗ chúng đều là những thông tin tuyên truyền về một công ty và sản phẩm của công ty; điểm khác nhau là: thông tin quảng cáo do chính công ty bỏ tiền thuê một diện tích trên báo/ tạp chí hay một thời lượng phát sóng trên tivi/ radio, còn thông tin quảng bá do các cơ quan truyền thông đại chúng đưa tin một cách tích cực về công ty và sản phẩm như một dạng thông tin thông thường. Trên lý thuyết công ty đó không phải trả khoản chi phí nào cả. Tâm lý người tiêu dùng thường cho rằng quảng bá đáng tin cậy hơn quảng cáo.

2. D'Arcy, Masius Benton & Bowles: Công ty quảng cáo của Mỹ.

4. Groupware là phần mềm mà một nhóm người sử dụng chung với nhau trên hệ thống mạng nội bộ và mạng Internet. Nó hoạt động trên nguyên tắc sử dụng mạng máy tính để giúp các người dùng nâng cao hiệu quả các sản phẩm của họ bằng cách cộng tác và chia sẻ thông tin. Thư điện tử là một hình thức của groupware. Nó cho phép các người dùng liên lạc với các người dùng khác, hợp tác hoạt động, và chia sẻ các thông tin một cách dễ dàng. Thư điện tử là hệ thống nền tảng và hệ thống truyền tải dữ liệu của nhiều trình ứng dụng groupware. Ứng dụng groupware gần đây nhất là Wikipedia – Bách khoa toàn thư mở.

4. Giá trị thương hiệu của Coca-Cola năm 2005 theo đánh giá của hãng Interbrand: 67,525 tỷ đô-la. Xin xem thêm chú dẫn số 12.

1. Trong nhiều năm trở lại đây, mỗi năm Interbrand đưa ra một danh sách 100 thương hiệu hàng đầu thế giới. Theo danh sách mới nhất của năm 2005 thì Coca-Cola vẫn giữ vững vị trí số 1 (bốn năm liên

(tiếp) với giá trị thương hiệu là 67,525 tỷ đô-la. Thương hiệu đứng thứ 100 trong danh sách này là Heineken với giá trị thương hiệu là 2,35 tỷ đô-la.

2. Stock option: Quyền ưu đãi mua cổ phiếu. Đây được coi như một trong số những đãi ngộ đặc biệt dành cho các nhân viên (phổ biến ở cấp quản trị). Hiện nay trong đàm phán về các lợi ích về lương bổng của nhân viên, stock option được coi như một mục, ngoài lương cơ bản, thưởng, những chuyến nghỉ dưỡng do công ty tổ chức, bảo hiểm...

3. Theo Danh sách 100 thương hiệu hàng đầu thế giới của Interbrand năm 2005, giá trị thương hiệu Yahoo! là 5,256 tỷ đô-la, xếp thứ 58. Giá trị của AOL năm 2004 là 3,248 tỷ đô-la, nhưng đến năm 2005 thương hiệu này đã không còn chỗ đứng trong danh sách 100 thương hiệu hàng đầu thế giới nữa.

5. Sock Puppet: Thương hiệu một loại rối tấu. Sock puppet cũng là tên gọi của loại con rối này, cách chơi rối này cũng rất đơn giản: cho tay vào một chiếc tất, với các cử động của các ngón tay, nhất là ngón cái và ngón trỏ, chiếc tất sẽ như có mắt mũi miệng và “nói” thực sự với thuật nói tiếng bụng của người biểu diễn. Đôi khi người ta còn rạch hẳn một đoạn tất để làm miệng cho con rối. Người biểu diễn rối tấu thường giấu mình sau một bụi và chỉ giơ tay lên để lộ con rối.

6. Prince: ca sỹ Prince (tên khai sinh Prince Rogers Nelson sinh ngày 7 tháng 6 năm 1958 ở Minneapolis, Minnesota): ca sỹ, người viết bài hát, nhà sản xuất băng đĩa và nhạc công (có thể chơi nhiều loại nhạc khí) được yêu thích và có ảnh hưởng. Âm nhạc của anh đã góp phần phát triển thêm nhiều biến thể của những kiểu nhạc khuôn mẫu như funk, pop, rock, R&B/soul, và hip hop, và anh được coi là “Linh hồn của Minneapolis”. Prince đổi tên mình thành một dấu hiệu không thể đánh vào được vào năm 1993, nhưng đã lấy lại cái tên Prince vào năm 2000.

1. Đây là mức giá quảng cáo tại thời điểm tác giả viết cuốn sách này.

1. Ý nói người đọc học cách tạo dựng thương hiệu của mình trên Internet khi đọc cuốn sách này, chỉ cần bỏ ra một số tiền mua sách rất khiêm tốn so với khoản phí phải trả cho nhà tư vấn xây dựng thương hiệu.

1. Mickey D: Tên gọi lóng của hãng McDonald's.

2. Credit Suisse First Boston: Credit Suisse First Boston (CSFB) là một hãng cung cấp các dịch vụ tài chính và đầu tư ngân hàng. Nó là một phần của tập đoàn Credit Suisse và thực tế sẽ được đổi tên thành Credit Suisse vào tháng 1 năm 2006. Hãng này phục vụ cho ba nhóm khách hàng khác nhau: các khách hàng quan tâm đến định chế, đầu tư ngân hàng và quản lý đầu tư. Nhóm khách hàng định chế sẽ được những bộ phận sau của công ty phục vụ: CSFB HOLT, Equities, Fixed Income, Life Finance, Prime Services, và Research. Nhóm khách hàng đầu tư ngân hàng sẽ tiếp cận với các bộ phận: Mergers & Acquisitions Equity Capital Markets, Debt Capital Markets, Private Placement, Leveraged Finance, Industry Experience, và Regional Presence. Nhóm khách hàng quản lý đầu tư sẽ được các bộ phận sau của tập đoàn chăm sóc: Alternative Capital, Asset Management, CSFB VOLARIS, và Private Client.

3. Yogi Berra: Lawrence Peter “Yogi” Berra (sinh ngày 12 tháng 5 năm 1925) là một cựu quản lý và cầu thủ chơi vị trí bắt bóng tại Liên đoàn Bóng chày Mỹ, hầu như trong suốt sự nghiệp của mình chơi cho đội New York Yankees. Anh là một trong bốn cầu thủ đạt danh hiệu Cầu thủ Giá trị nhất của Liên đoàn Bóng chày Mỹ ba lần, và là một trong sáu người quản lý đã đưa đội bóng chày Mỹ và Liên đoàn Bóng chày quốc gia Mỹ đến với giải thi đấu quốc tế World Series. Anh được coi là một trong những cầu thủ chơi vị trí bắt bóng giỏi nhất trong lịch sử. Berra cũng khá nổi tiếng với xu hướng dùng từ sai nghĩa một cách buồn cười và tách rời ngôn ngữ tiếng Anh để trêu chọc người khác một cách duyên dáng. Chính xu hướng này của anh là nguồn gốc của từ Yogiisms (chủ nghĩa Yogi). Yogi đã được tạp chí Economist bầu chọn danh hiệu Người gốc Thông thái nhất trong 50 năm qua vào tháng 1 năm 2005.

1. BMW = Bavarian Motor Works, có nghĩa là nhà máy sản xuất ô tô tại bang Bavaria (miền nam

nước Đức), nguyên gốc tiếng Đức là Bayerische Motorewerke.

2. Ý nói khăn tay bằng vải thông thường sau khi dùng xong lại được cho vào túi, như vậy không vệ sinh, khác gì cho bệnh cảm vào túi. Cho nên hãy dùng khăn giấy, xong là vứt đi.

3. Người này đồng nhất khăn giấy với Kleenex nên vẫn gọi đó là cái Kleenex, dù thực tế nó hiệu Scott. Đó là khi một danh từ riêng được sử dụng như một danh từ chung.

1. Philips NV: Koninklijke Philips Electronics N.V. (Royal Philips Electronics N.V.). (tức Công ty Điện tử Hoàng gia Philips), thường được gọi là Philips, là một trong những công ty điện tử lớn nhất thế giới. Doanh thu năm 2004 của công ty này là 30,3 tỷ Euro và số nhân viên là hơn 159.000 người trên hơn 60 quốc gia. Philips được tổ chức thành một số bộ phận: hàng điện tử tiêu dùng Philips, hàng bán dẫn Philips, đèn Philips, các hệ thống máy móc y tế Philips và các thiết bị gia dụng và chăm sóc cá nhân Philips.

2. Đây là thông tin vào năm cuốn sách được viết. Thực tế hiện nay các công ty dotcom đang sống lại. Công nghiệp kinh doanh trực tuyến trên toàn cầu, trong đó có Việt Nam, đang hồi sinh cùng các dịch vụ miễn phí. Dịch vụ email Yahoo chẳng hạn, đang phải cạnh tranh gay gắt với dịch vụ thư điện tử mới Gmail của Google.

1. Năm 1942, Coca-Cola đã tiến hành chiến dịch quảng cáo có tên “Chỉ có một thứ duy nhất giống như Coca-Cola, đó là chính bản thân Coca-Cola. Đó là hàng thật”. (The only thing like Coca-Cola is Coca-Cola itself. It’s the real thing”). Năm 1970, điệp khúc “hàng thật” trong khẩu hiệu đó được hát trong các đoạn quảng cáo trong khoảng một năm.

1. Marshall McLuhan: Herbert Marshall McLuhan (21/7/1911 - 31/12/1980) là nhà giáo dục, triết gia và học giả người Canada, là giáo sư ngành văn học Anh, phê bình văn học và là nhà lý luận giao tiếp, là một trong những nhà sáng lập ngành sinh thái học truyền thông và hiện là chuyên gia danh dự trong giới những người yêu thích kỹ thuật.

1. Greyhound: Greyhound Lines là công ty xe bus vận chuyên hành khách trong nội thị lớn nhất ở Bắc Mỹ có đến 2.200 điểm đến tại Mỹ. Công ty được thành lập ở Hibbing, bang Minnesota vào năm 1914 và chính thức trở thành Tập đoàn Greyhound năm 1926. Hiện nay, công ty đóng trụ sở chính tại Dallas, bang Texas. Tên và logo công ty lấy theo tên loài chó Greyhound, giống chó chạy nhanh nhất được nuôi để chạy thi trong các cuộc đua chó.

1. Cho đến thời điểm này Yahoo! đã mất vị trí website tìm kiếm thông tin hàng đầu vào tay Google dù đã liên kết với Goolge vào tháng 6 năm 2000. Sự nổi lên nhanh chóng của Google được coi là một hiện tượng trong các công ty dotcom. Google do Larry Page và Sergey Brin sáng lập vào tháng 9 năm 1998. Cuối năm 2000, mỗi ngày có đến 100 triệu yêu cầu tìm kiếm thông tin được thực hiện tại Google.com.

2. Theo danh sách 100 thương hiệu mạnh nhất năm 2005 của Interbrand, thương hiệu giá trị nhất trên Internet là eBay đứng thứ 55 trên tổng sắp với giá trị 5,701 tỷ đô-la, trong khi Yahoo! có giá trị thương hiệu là 5,256 tỷ đô-la (đứng thứ 58).

3. Câu chuyện thành công của Google: mặc dù ra đời sau Yahoo!, Google đang dần chiếm lĩnh vị trí nhà cung cấp dịch vụ tìm kiếm thông tin trực tuyến hàng đầu. Google cũng mới tung ra dịch vụ email miễn phí Gmail cạnh tranh với dịch vụ email của Yahoo!.

1. Sears, Roebuck and Co, công ty bán lẻ hàng đầu ở Mỹ trong suốt thế kỷ 20. Sears bán nhiều loại hàng tiêu dùng, trong đó có đồ dệt may, các thiết bị, dụng cụ, linh kiện ô tô và đồ gia dụng. Công ty này có trụ sở tại Hoffman Estates, Illinois gần Chicago. Tập đoàn Sears Holdings Corporation là hãng bán lẻ lớn thứ ba ở Mỹ, chỉ sau Wal-Mart và The Home Depot. Công ty này thành lập năm 2005 sau khi Sears, Roebuck and Company of Hoffman Estates, Illinois được Tập đoàn Kmart Corporation ở Troy, Michigan mua lại. Trụ sở tập đoàn vẫn tiếp tục đóng tại Hoffman Estates, và tập đoàn vẫn giữ

thương hiệu Kmart. Sears Holdings có khá nhiều thương hiệu độc quyền như: công cụ Craftsman, các thiết bị Kenmore, pin ô tô DieHard, các vật dụng trang trí nhà cửa có thương hiệu Martha Stewart, quần áo thương hiệu Jaclyn Smith, quần áo thương hiệu Sesame Street, quần áo và đồ trang sức hiệu Thalia Sodiand, quần áo hiệu Lands' End, quần áo hiệu Route 66, đồ lót hiệu Joe Boxer.

1. Tài sản của một công ty, ngoài tài sản lưu động (current assets) và tài sản cố định (fixed assets) còn có tài sản vô hình hay tài sản phi vật thể (intangible asset). Đó là tên tuổi của công ty (goodwill) và là một thứ tài sản có thể đem ra kinh doanh được.

2. Chaebol = tập đoàn tài phiệt; đây là loại conglomerate (tập đoàn đại xí nghiệp) của Hàn Quốc, quản lý theo lối gia đình, không chế nền kinh tế Hàn Quốc và phát triển từ việc kế thừa hình thức tập đoàn Zaibatsu (tài phiệt) của Nhật độc quyền không chế nền kinh tế Triều Tiên sau Thế chiến II.

(1) Công phu bất phụ tâm nhân nghĩa là không phụ người bỏ công sức ra.

(1) Giả tượng: bày ra hiện tượng giả

1. Toastmasters International: một tổ chức điều hành rất nhiều câu lạc bộ trên khắp thế giới, nhằm mục đích phát triển kỹ năng nói trước công chúng cho các thành viên của tổ chức này.)

2. Stephen D. Solomon và Julie Sloane, “Mười bộ não hàng đầu,” tạp chí Fortune Small Business, số ra ngày 1 tháng 12 năm 2002.

3. “Tương lai nào cho doanh nghiệp nhỏ” – Richard Oliver và Trung tâm nghiên cứu, thống kê hiện trạng doanh nghiệp vừa và nhỏ.

1. William Wordsworth (1770-1850): Nhà thơ lãng mạn người Anh – BT.

1. Cả ba câu nói bằng tiếng Anh, Pháp, Nga trên đây đều có nghĩa là: Anh/Em yêu em/anh bằng cả trái tim mình.

1. Bài đăng trên Vnexpress ngày 18 tháng 1 năm 2010 với tựa đề Tuổi nào cũng có thể làm giàu.

1. Nghĩa là: Người không học (sẽ) không hiểu lý lẽ/ Trẻ không học (thì) khi già không biết làm gì cả. (Tam Tự Kinh)

1. Lời tòa soạn của tạp chí Trí tri.

1. Bài đăng trên báo Phụ nữ thành phố Hồ Chí Minh ra ngày 01/12/2009 với tên Làm gì để Khởi nghiệp.

1. Boxtan Matrix là một công cụ nổi tiếng mà các giám đốc marketing áp dụng.

1. J.R.R Tolkien là một nhà văn Anh, tác giả của hai cuốn truyện nổi tiếng và được ban đọc ưa thích nhất là Người Hobbit và Chúa tể của những chiếc nhẫn.

1. Việc phân biệt chủng tộc phổ biến tại Mỹ, tại Việt Nam không phổ biến lắm (N.D).

1 pyoung = 3,3 m2.

CNY (Chinese Yuan): Đồng nhân dân tệ của Trung Quốc

Extra-VIP (Extra Very Important Person): những người... “siêu quan trọng”.

MBA (Master of Business Administration): Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh.

“Rump” có nghĩa là mông (ở động vật), phao câu (ở chim).

“Rump” đọc là “Răm”.

“Inch”: đơn vị đo chiều dài của Anh, 1 inch = 2.54 cm

“Red” nghĩa là màu đỏ

“Milk” có nghĩa là “sữa”

“Nothing” có nghĩa là “không có gì”, “không gì cả”.

Pound: đơn vị đo khối lượng của Anh, 1 pound = 0.452592 kg.

Nguyên văn: “Where There’s a Will, There’s No Way.” Đây là nói trại từ câu thành ngữ “Where There’s a Will, There’s A Way” (Có chí thì nên), tác giả hàm ý mỉa mai, chua chát trước hoàn cảnh bất lực của mình.

1 Hình 7.7 đưa ra một ví dụ. Khối lượng khớp lệnh không lồ và mức giảm giá mạnh của cổ phiếu Capital One Financial vào đầu tháng 10 năm 1998 mô tả một kỷ lục về khối lượng khớp lệnh lớn. Mức giá thấp nhất cho thấy giá cổ phiếu sẽ đổi chiều đi lên. Khối lượng khớp lệnh thường là dấu hiệu then chốt để chỉ sự chuyển hướng thị trường.

3 Bảng 12.1 xuất hiện ở ví dụ.

(*) Greenpeace là tổ chức bảo vệ môi trường quốc tế, được thành lập ở Vancouver, Canada năm 1971. Greenpeace nổi tiếng trong các chiến dịch bảo tồn cá voi. Những năm sau này, Greenpeace quan tâm nhiều đến các vấn đề môi trường như: sự nóng lên toàn cầu, năng lượng nguyên tử, bảo vệ rừng cổ sinh, ...

(*) Rogers, E M và Kincaid, D L (1981) Communication Networks: Hướng đến một kiểu mẫu nghiên cứu mới, The Free Press, New York.

(1) Do J M McLeod và S H Chaffee đề nghị đầu tiên (1977) trong chương 'Những cách tiếp cận cá nhân đến nghiên cứu truyền thông' của tác phẩm American Behavioural Scientist, nhưng sau đó đã được chất lọc và ứng dụng đặc biệt vào PR.

(2) Do E Katz và P F Lazarsfeld đề xuất lần đầu tiên trong Personal Influences, Free Press, Glencoe.

(3) Xem Windahl, Signitzer, B với Olson, J (1991) Using Communication Theory, Sage, London để được giải thích thêm.

(4) Grunig, J E và Hunt T (1984) Managing Public Relations, Holt, Rinehart & Winston, New York.

1. Lacrosse: Môn thể thao dùng vợt để bắt và ném bóng

1. Carl Lewis: vận động viên điền kinh người Mỹ, đã đạt 4 huy chương vàng tại Olympic Los Angeles (Mỹ) năm 1984 ở các nội dung 100m, 200m, nhảy xa và chạy tiếp sức 4 x 100m.

1. Walt Whitman (1819 - 1892): Nhà thơ, nhà báo, nhà nhân văn, nhà cải cách thơ người Mỹ, tác giả của tập thơ Lá cỏ nổi tiếng

Mạch thượng tang: nghĩa là dâu trên ruộng, là tên một khúc từ được chép trong Nhạc phủ thi tập thời Hán, bài hát nói về một cô gái hái dâu đã nhanh trí từ chối yêu cầu vô lý của viên thái thú. Tiêu đề này còn ám chỉ tới cuộc gặp gỡ ven bờ ruộng của nhân vật Tang Thanh.

Có nghĩa là đình mười dặm.

Giang Nam Bắc: ý chỉ toàn bộ vùng lưu vực sông Trường Giang.

Ngày mừng Bảy tháng Bảy âm lịch, còn gọi là Thất tịch, là ngày lễ tình yêu của Trung Quốc gắn liền với câu chuyện Ngưu Lang, Chức Nữ. Chức Nữ là cô em út trong bảy nàng tiên, vì bị một người trần là chàng chăn bò Ngưu Lang trộm vấy áo khi đang tắm nên đã phải ở lại làm vợ chàng. Nhưng sau đó Thiên Hoàng (Thiên Hậu) đã chia cắt hai vợ chồng họ bằng một dòng sông lớn (dải Ngân Hà) khiến mỗi năm họ chỉ gặp được nhau một lần vào đêm mừng Bảy tháng Bảy. Ở các nước chịu sự ảnh hưởng của nền văn hóa Trung Hoa, người ta vẫn coi ngày này là ngày lễ tình nhân, bày lễ cầu xin chuyện tình ái được như ý.

Lạc Dương: nằm bên bờ sông Lạc Hà, thuộc đồng bằng trung tâm Trung Quốc

Ba câu này đều trích từ một bài kệ Trung quán luận của Long Thọ thiền sư. Đại ý bài kệ nói về tính không tuyệt đối của vạn vật, không có khởi đầu cũng không có kết thúc.

Hán Vũ Đế: Lưu Triệt (156 TCN - 87 TCN), hoàng đế thứ bảy nhà Tây Hán, trị vì trong khoảng 140 TCN - 87 TCN. Là vị hoàng đế tài ba và có thời gian trị vì lâu thứ ba trong lịch sử Trung Quốc chỉ sau Khang Hy và Càn Long thời Thanh. Dưới triều đại Vũ Đế, uy danh nhà Tây Hán lên đến mức cực thịnh.

Đông Phương Sóc (154 TCN - 93 TCN): học giả nổi tiếng thời Hán Vũ Đế, là người đa mưu túc trí, tinh thông văn sử, nhưng cũng nổi tiếng với tính cách hài hước và tài châm biếm. Ông được vua trọng dụng nhưng không được đề bạt và bị liệt vào dạng lộng thần.

Hồi trong Kiếp Hồi nghĩa là tro bụi.

Kinh Lăng Nghiêm. Phẩm thọ lượng thứ 31.

Phù Tang: tên gọi của nước Nhật Bản thời cổ đại.

Trung Nguyên: chỉ Trung Quốc, theo quan niệm của người xưa, nền văn minh Hoa Hạ là trung tâm của thế giới.

Nguyên văn: “Ngôn hạ vong ngôn nhất thời liễu. Mộng trung thuyết mộng lưỡng trọng hư”. Trích hai câu trong bài Độc thiên kinh (Độc kinh thiên) của tác giả Bạch Cư Dị. Đại ý: Lời nói khi đã nói ra rồi thì cũng chẳng khác gì mộng trong giấc mộng, tất cả đều là hư ảo.

Nguyên văn: “... Quân tu tảo chiết, nhất chi nùng diễm, mạc đãi quá phương phi. Tứ trưng ky, uyên ương chức tựu dục song phi, khả liên vị lão đầu tiên bạch. Xuân ba bích thảo, hiểu hàn thâm xử, tương đối dục hồng y.”

Nguyên văn: “... Ngũ trưng ky, phương tâm mật dữ xảo tâm kỳ. Hợp hoan thụ thượng chi liên lý, song đầu hoa hạ, lưỡng đồng tâm xử, nhất đối hóa sinh nhi. Lục trưng ky...”

Cửu trưng ky là tên một khúc từ thời Tống, được ghi chép trong Nhạc phủ nhã từ dưới tên tác giả Vô danh thị. Cửu trưng ky là chín khung cử, chỉ việc dệt vải. Trong tiếng Trung, ti là sợi, đồng âm với tư là nhớ, người xưa hay dùng việc dệt vải để nói về tình cảm yêu đương nhưng nhớ.

Nguyên văn: “Nhập ngã trưng tư môn, tri ngã trưng tư khổ. Trường trưng tư hê, trường trưng ức. Đoản trưng tư hê, vô cùng tận.” Dựa trên bốn câu thơ trong bài Trường trưng tư (Nhớ nhau đặng đặng) của tác giả Lương Ý Nương (Hậu Chu - Ngũ Đại). Nguyên tác: “Nhập ngã trưng tư môn, tri ngã trưng tư khổ. Trường trưng tư hê, trường trưng tư. Trường trưng tư hê, vô tận cực.” Dịch thơ: “Bước vào cửa trưng tư, mới biết trưng tư khổ. Trưng tư hoài, dài trưng tư. Trưng tư dài, dài khôn xiết.” Người dịch: Vũ Ngọc Khánh.

Nguyên văn: “Xuân y. Tổ ti nhiễm tựu dĩ kham bi. Trần thế hôn ô vô nhan sắc. Ứng đồng thu phiến, tòng tư vĩnh khí, vô phục phụng quân thì. Ca thanh phi lạc họa lương trần. Vũ bãi hương phong quyền tú nhân. Canh dục lũ thành ti thượng hận, tôn tiền hốt hữu đoạn tràng nhân. Liễm mệnh quy, trưng trưng hảo khứ...”

Bích loa xuân: Một trong mười loại trà nổi tiếng của Trung Quốc, xuất xứ từ vùng Động Đình sơn, Thái Hồ, tỉnh Giang Tô.

Có nghĩa là ngọc phù tím.

Có nghĩa là cò đầu điếu.

Giang Đông: khu vực phía đông Trường Giang, còn gọi là Giang Tả.

Người Dương gia được nhắc tới có thể là gia tộc Dương Nghiệp đời Bắc Tống, vốn nổi danh với hầu hết thành viên trong gia đình đều là những tướng tài có công với đất nước, trong đó nổi tiếng nhất là truyền thuyết sáu vị cha con huynh đệ hy sinh trong trận chiến chống Liêu và sau đó là đội quân báo thù của các vị quả phụ, tự xưng là Dương gia nữ tướng.

Lương Châu: thuộc Cam Túc, nằm ở phía Tây Bắc Trung Quốc, giáp Mông Cổ về phía Bắc, là nơi tập trung nhiều người Hồi.

Có nghĩa: gặp là hoảng hốt.

Có nghĩa: đẹp đẽ mê hồn.

Nguyên văn: “Hoàn quân minh châu song lệ thù. Hận bắt trưng phùng vị giá thì.” Hai câu cuối trong bài Tiết phụ ngâm (Bài ca người đàn bà đức hạnh) của tác giả Trương Tịch (đời Đường). Bài thơ nói về tâm tình của một người phụ nữ đã có gia đình vì giữ trọn đạo vợ chồng mà từ chối tình cảm của người khác.

Dương Châu: thuộc tỉnh Giang Tô, Đông Nam Trung Quốc, nằm bên bờ bắc sông Trường Giang, từ xưa đã nổi danh là nơi giàu có và nhiều chốn ăn chơi.

Thiếu lâm tự: Chùa Thiếu Lâm, thuộc địa phận Trịnh Châu, tỉnh Hà Nam, nổi tiếng nhờ mối liên hệ với Phật giáo Thiên tông và võ thuật. Thường xuất hiện trong truyện võ hiệp dưới danh nghĩa “Võ lâm Bắc đầu” - nơi lãnh đạo võ lâm giang hồ.

Đỉnh Vạn Phật: là đỉnh núi cao nhất của ngọn núi chính Kim Đỉnh thuộc dãy núi Nga Mi với độ cao 3.099m.

Nga Mi: Dãy Nga Mi hay còn gọi là dãy núi Đại Quang Minh nằm ở phía Trung Nam tỉnh Tứ Xuyên thuộc miền Tây Trung Quốc, là một trong Tứ đại Phật giáo danh sơn, là đạo tràng của Phổ Hiền bồ tát. Xuyên, Thục: đều chỉ vùng đất Tứ Xuyên nằm ở phía tây nam Trung Quốc, trước thời Tần đây là đất của hai nước chư hầu Thục và Ba nên còn có tên là Ba Thục, vùng này nổi tiếng núi non hiểm trở, khó đi lại.

Có nghĩa là éch gãy đàn.

Lưu thủy: tên một khúc đàn cổ, chỗ này tác giả chơi chữ, có thể hiểu là dòng nước cũng có thể hiểu là khúc nhạc Lưu thủy.

Nguyên văn: “Thục tăng bảo lục ý. Tây hạ Nga Mi phong. Vị ngã nhất huy thủ. Như thính vạn hác tùng. Khách tâm tấy lưu thủy. Dư hưởng nhập sương chung. Bất giác bích sơn mộ. Thu vân ám kỷ trùng.”
Nguyên tác Thính Thục tăng Tuấn đàn cầm của tác giả Lý Bạch (thời Đường). Dịch thơ Nghe nhà sư đất Thục tên Tuấn gảy đàn. Người dịch: Nguyễn Phước Hậu.

Lý Bạch (701-762): nhà thơ nổi tiếng thời Đường, thường được gọi là Thi tiên

Bá Nha người đất Tấn, gặp và kết bạn với Chung Tử Kỳ ở Hán Dương, cả hai đều là những người giỏi về âm luật. Về sau, Tử Kỳ bệnh chết, Bá Nha đập đàn thề không chơi nữa. Ở đây ý nói đến tình tri âm tri kỷ.

Sử ký: Hàn Yên là cháu Cung Cao Hầu, lúc còn nhỏ là thư đồng của Hán Vũ Đế, sau được vua sủng ái, trở nên cực kỳ giàu có, ở Trường An dùng vàng làm đạn săn bắn, người nghèo luôn đi sau, đánh giết lẫn nhau để nhặt vàng rơi.

Ngũ Lăng: vùng đất phía Tây kinh thành Trường An thời Hán, Đường, nay là thành phố Tây An phía bắc tỉnh Thiểm Tây. Ở đó có lăng mộ năm vua Hán, về sau tập trung nhiều quan lại quý tộc. “Ngũ lăng niên thiếu” chỉ con nhà giàu sang quyền quý.

Theo Sử ký thì Đặng Thông là bầy tôi yêu quý của Hán Văn Đế, có lần bị thầy bói bảo sau này chết đói, vua nghe được bèn ban cho núi Thục, cho phép tự đúc tiền tiêu, gọi là tiền Đặng Thông.

Bang hội buôn muối Giang Nam.

Trại buôn ngựa miền Bắc.

Vua trên vùng biển phía nam.

Đường Môn: Thường xuất hiện trong tiểu thuyết võ hiệp như một môn phái chuyên dùng độc ở Tứ Xuyên.

Nguyên văn: “Lai thị không ngôn khứ tuyệt tung. Cánh cách Bồng Sơn nhất vạn trùng.” Trích câu đầu và câu cuối của bài Vô đề tứ thủ kỳ 1 (Bài đầu trong bốn bài thơ không đề) của tác giả Lý Thương Ẩn (thời Đường). Đại ý: Bài thơ nói về một mối quan hệ tình cảm (không nhất thiết là tình yêu nam nữ) xa cách và nỗi lòng của người bị bỏ lại không biết cách nào tìm kiếm cố tri. Ở đây Vi Trường Ca có ý so sánh với câu chuyện gặp gỡ của Hoa Hòa Thượng với người phụ nữ lạ.

Giờ Ngọ: từ khoảng 11 giờ trưa đến 1 giờ chiều, chính ngọ là lúc giữa trưa.

Hán Dương: thuộc tỉnh Hồ Bắc, phía Đông Nam Trung Quốc, nằm phía tây Trường Giang.

Thạch Thành: tên gọi khác của thành Nam Kinh tỉnh Giang Tô, nằm phía đông Trường Giang.

Nguyên văn: “Thiên địa chi du du”, trích từ câu “Niệm thiên địa chi du du” trong bài Đăng U Châu đài ca (Bài ca lúc lên đài U Châu) của tác giả Trần Tử Ngang (thời Đường).

Nguyên văn: “Lậu đoạn nhân sơ tĩnh”. Trích câu thứ hai trong Bài từ theo điệu Bốc toán tử của tác giả:

Tô Thức (thời Tống).

Trong tiếng Trung, “trình” và “thành” đồng âm, đều đọc là “chéng”.

Lăng Châu: địa danh cổ thuộc tỉnh Tứ Xuyên, phía Tây Nam Trung Quốc.

Cúng tuần, còn gọi là tuần thất, tiến hành bảy ngày một lần và lập lại bảy lần. Đêm cúng tuần đầu tiên là đầu thất, đêm cúng tuần cuối (49 ngày) là chung thất, đây là đêm cúng tuần đầu tiên.

Nguyên văn: “Kim phong ngọc lộ nhất tương phùng. Tiệng thắng khước nhân gian vô số.” Trích hai câu trong Bài từ theo điệu Thước kiều tiên của tác giả Tần Quán (thời Tống). Đại ý: Khổ đầu gồm năm câu của bài từ này đều có ý ám chỉ tới câu chuyện Ngu Lang - Chức Nữ. Ý của hai câu này là làm tiên dù một năm chỉ gặp nhau được một lần thì niềm hạnh phúc vẫn hơn hẳn làm người trần ngày ngày ở bên nhau. Lý Thành Nhiên nói như vậy để nhắc tới tình cảnh của hần và Tang Thanh, muốn ở bên nhau mà không muốn chịu khổ.

Đi và chạy, trong tiếng Trung đều dùng chữ: “走” (zou).

Hoa sơn chi: còn gọi là hoa dành dành, thường nở vào mùa hè, có sáu cánh uốn cong màu trắng, mùi rất thơm, trông khá giống hoa trà.

Nguyên văn: “Xuân thảo mộ hê thu phong kinh, thu phong bãi hê xuân thảo sinh, khí la tất hê trì quán tần, cầm sắt diệt hê khâu lũng bình. tự cổ giai hữu tử, mạc bất ẩm hận nhi thôn thanh...” Trích từ bài Phú hận (Bài phú về nỗi oán hận) của tác giả Giang Yêm (Lương - Nam Bắc triều).

Mộng tiêu lộ: sách Liệt tử chép nước Trịnh có người thợ săn bắt được một con hươu, đem giấu vào bụi chuối, sau không nhớ là giấu chỗ nào, than thở tiếc nuối, ngỡ mình nằm mơ. Có kẻ nghe được bèn đi kiếm, tìm thấy hươu mang về, vợ vẫn không tin, cho là đang nằm mộng. Đại ý ám chỉ tình cảnh mộng và thực lẫn lộn, khó phân biệt.

Nguyên văn: “Thanh mục đồ nhân thiếu. Vấn lộ bạch vân đầu.” Trích từ một bài thơ tương truyền của hòa thượng Bồ Đại thời Tống. Ý của hai câu này thể hiện lối sống tự do thoải mái, không màng sự đời.

Nguyên văn: “Mỹ nữ yêu thả nhàn, thả tang kỳ lộ gian. Nhu điều phân nhiễm nhiễm, lạc điệp hà phiên phiên.” Trích bốn câu đầu bài Mỹ nữ thiên của tác giả Tào Thực (thời Ngụy - Tam quốc). Người dịch: Vĩ Nhất Tiểu. 3. Bài Mỹ nữ thiên cũng là một bài từ nói về cô gái hái dâu, có ảnh hưởng từ bài từ cổ Mạch thượng tang. Chữ “Tang” trong tên của Tang Thanh nghĩa là cây dâu, do vậy Vĩ Trường Ca mới liên tưởng hình ảnh người con gái đi trên con đường ven ruộng với Mạch thượng tang và Mỹ nữ thiên. Bài Mỹ nữ thiên cũng là một bài từ nói về cô gái hái dâu, có ảnh hưởng từ bài từ cổ Mạch thượng tang. Chữ “Tang” trong tên của Tang Thanh nghĩa là cây dâu, do vậy Vĩ Trường Ca mới liên tưởng hình ảnh người con gái đi trên con đường ven ruộng với Mạch thượng tang và Mỹ nữ thiên.

Nguyên văn: “Vân trì nguyệt vận”, trích một câu trong Kinh Lăng Nghiêm.

Nguyên văn: “Dạ thâm đình vũ khoáng, hoa khai hương mãn đình.” Lấy ý từ một câu trong bài Biểu huynh thoại cừ (Nghe anh họ kể chuyện cũ) của tác giả Đậu Thúc Hưởng (thời Đường). Nguyên tác: “Dạ hợp hoa khai hương mãn đình”, dịch nghĩa: hoa dạ hợp nở, hương thơm bay khắp sân.

Nguyên văn: “Nhật ký tây khuynh”, trích từ câu “Nhật ký tây khuynh, xa đãi mã phiên” chỉ cảnh đường trường mệt mỏi trong bài Lạc thần phú (Bài phú về nữ thần sông Lạc) của tác giả Tào Thực (thời Ngụy - Tam quốc).

Hồ Thiên Trì thuộc khu tự trị Tân Cương, vùng Tây Bắc Trung Quốc.

Nguyên văn: “Tử bất giáo, phụ chi quá”, trích hai câu trong Tam tự kinh.

Kim Đỉnh Vân Hải: biển mây bao quanh Kim Đỉnh, là một cảnh đẹp nổi tiếng của dãy Nga Mi khi mây mù bao phủ ngọn núi chính Kim Đỉnh, nhìn từ trên xuống như chìm trong biển mây.

Nguyên văn: “Giang sơn bất cải tần thì nguyệt. Bán luân ngọc phách cổ kim thu”, trích hai câu trong tác phẩm văn học mạng Hoa hương u u của tác giả Trúc Ảnh Thanh Phong. So với nguyên tác của Trúc Ảnh Thanh Phong có sửa đi một chữ đầu tiên, từ “nhất” thành “bán”, từ một vòng thành nửa vòng. Đây

là hai câu tả trăng, câu thứ nhất nêu lên đôi tượng được tả là mảnh trăng vẫn sáng như đã có từ thời Tần, câu thứ hai làm rõ ý đó bằng cách so sánh với chiếc vòng ngọc có linh tính tồn từ tại ngàn đời nay. Bối cảnh là đêm Trung thu, trăng được nhắc đến là trăng tròn chứ không phải trăng bán nguyệt, nên sửa lại theo nguyên tác là một vòng ngọc sáng chứ không phải nửa vòng ngọc sáng như Xương Bô viết.

Nguyên văn: “Nhân nhân yếu kết hậu sinh duyên, nông chích kim sinh kết mục tiền, nhất thập nhị thì bất ly biệt, lang hành lang toạ chính tùy kiên.” Nguyên tác: Sơn ca (Bài ca trong núi) của tác giả Hoàng Tuân Hiến (thời Thanh).

Nguyên văn: “Phù sinh nhược mộng, vi hoan kỷ hà”, trích một câu trong bài Xuân dạ yến đào lý viên tự (Bài tự đêm xuân uống rượu trong vườn đào lý) của tác giả Lý Bạch (thời Đường).

Nguyên tác: “Phù thiên địa giả, vạn vật chi nghịch lữ; quang âm giả, bách đại chi quá khách. Nhi phù sinh nhược mộng, vi hoan kỷ hà”, trích toàn bộ câu đầu bài Xuân dạ yến đào lý viên tự (Bài tự đêm xuân uống rượu trong vườn đào lý) của tác giả Lý Bạch.

1. Khuôn khổ chiến lược cho nữ doanh nhân, Dịch vụ kinh doanh nhỏ, 2003.

2. Trích từ Scotsman, thứ Bảy, ngày 4 tháng 11 năm 2004.

3. Dịch vụ kinh doanh nhỏ, 2003, Carter, Mason và Tagg, 2004.

4. Bộ trưởng Rt Hon Jacqui Smith, Bộ Phụ nữ và Quyền Bình đẳng, phát biểu tại Hội nghị Prowess lần thứ hai, tháng 11 năm 2004.

5. Bộ trưởng Công nghiệp, Jacqui Smith, 2004.

1. Ideo: là một công ty thiết kế mà gần như năm nào cũng đoạt được vài giải thưởng trong khuôn khổ giải “Industrial Design Excellence Awards” - IDEA, giải thiết kế công nghiệp uy tín nhất thế giới.

Năm ngoái Ideo đã giành được nhiều nhất với tám giải IDEA.

2. Ngày D (D-day): D trong cụm từ này chỉ được các nhà quân sự dùng để chỉ từ Ngày nổ súng của một chiến dịch. Khi một chiến dịch được dự kiến, thông thường người ta không biết đích xác ngày tháng bắt đầu, vì thế tạm đặt là ngày D. Ngày trước đó gọi là D-1, ngày sau đó là D+1, v.v... Điều này rất tiện vì khi có sự xê dịch về mốc thời gian thì tất cả ngày tháng không phải thay đổi. Điều đó cũng xảy ra trong chiến dịch đổ bộ Normandy. D-day của chiến dịch Normandy là ngày 6/6.

1. No Man’s Land: Thuật ngữ được sử dụng rộng rãi trong suốt Chiến tranh thế giới thứ nhất, mô tả vùng đất giữa hai chiến hào của kẻ địch của nhau mà không bên nào mong muốn vượt qua hoặc kiểm soát do nỗi sợ hãi hoặc bị kẻ thù tấn công trong quá trình chiến đấu.

1. Đào tạo chéo (nguyên văn: cross training): Đào tạo nhân viên hiểu biết về hoạt động của nhiều bộ phận khác nhau trong tổ chức nhằm tăng hiệu quả chung.

2. Cứu thế quân (Salvation Army), hay còn gọi Đạo quân Cứu thế: Một giáo phái Tin Lành (Evangelical) thuộc cộng đồng Kháng Cách (Protestant), cũng là một tổ chức xã hội với các hoạt động từ thiện.

3. Adrenaline: Một loại hormone được sản xuất ra bởi cơ thể khi bạn sợ hãi, tức giận hay thích thú, nó làm cho nhịp tim đập nhanh hơn và cơ thể chuẩn bị cho những phản ứng chống lại sự nguy hiểm.

(1) Nhân vật gốc ngêch trong truyện cổ tích Anh.

(1) Supply-side dynamic.

(1) Hockey card – một thứ bài ở Mỹ trên đó in hình các cầu thủ khúc côn cầu và các thông tin về họ (ND).

(1) The Godfather: tác phẩm văn học nổi tiếng của Mario Puzo đã được chuyển thể thành phim.

(2) Beemer là tên gọi chung cho xe hơi của hãng xe BMW.

(3) Sam Walton: ông vua bán lẻ ở Mỹ, người thành lập tập đoàn bán lẻ Wal-Mart (ND).

(4) Cơ sở chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp, nơi này thường có phòng tắm hơi - ND.

- (5) Ikea là một hãng của Thụy Điển chuyên bán lẻ đồ trang trí nội thất nổi tiếng thế giới (ND).
- (6) Blue hair ball.
- (7) Young Republicans.
- (8) Hiệp hội Horatio Alger có tên đầy đủ là Hiệp hội Horatio Alger của những người Mỹ lỗi lạc (Horatio Alger Association of Distinguished Americans) được hình thành năm 1947 nhằm vinh danh những thành tựu của các cá nhân người Mỹ xuất sắc và thành đạt mặc dù phải trải qua các nghịch cảnh và cũng với mục đích nhấn mạnh tầm quan trọng của giáo dục đại học và bậc cao hơn đại học (ND).
- (1) Pavlov là nhà tâm lý học, sinh lý học và bác sĩ người Nga, đã đoạt giải Nobel y học năm 1904. Ông nổi tiếng với định luật về “phản xạ có điều kiện” rút ra từ việc nghiên cứu chức năng dạ dày của chó.
- (1) Tên một loại dược phẩm có chức năng tương tự như thuốc giảm đau Panadol (ND).
- (2) Nhân vật trong tiểu thuyết 101 chú chó đốm của Dodie Smith
- (3) Nhân vật phản diện chính trong phần 4 của bộ phim nổi tiếng Chiến tranh giữa các vì sao (ND).
- (4) Trong bản gốc tiếng Anh là “Geisha” (ND).
- (5) Trong thời Cận đại, cộng đồng tín đồ thanh giáo buộc những Kẻ ngoại tình phải thêu lên ngực áo chữ A màu đỏ thẫm (chữ A viết tắt của “Adultery”, tức là “ngoại tình”).
- (6) Trận đấu play-off
- (1) Alpha Male là người đàn ông điều khiển hoạt động của một nhóm và người khác phải tuân phục họ dù muốn hay không, bởi lòng kính trọng hoặc quyền lực của họ.
- (1) Beta Male là người cạnh tranh để giành lấy vị trí của Alpha Male, thường thì Beta Male lệ thuộc vào Alpha Male và hành động như thể họ xếp thứ hai sau Alpha Male. Beta Male có thể trở thành một Alpha Male tương lai.
- (2) Thuật ngữ chỉ nhóm chuyên gia cố vấn đưa ra những lời khuyên hoặc ý tưởng về các vấn đề kinh tế, chính trị, xã hội.
- (3) MBA: Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh.
- (4) Chuỗi thức ăn là một dãy gồm nhiều loài sinh vật có quan hệ dinh dưỡng với nhau, loài đứng trước là thức ăn của loài đứng sau.
- (5) Money Man
- (6) Firestarter
- (7) Finder/Minder/Grinder
- (8) Xem phần trước về thuật ngữ “kéo cò”.
- (9) Mud flap
- (10) Pile-on – Người khờ khạo (xem lại phần giải thích thuật ngữ phía trên).
- (11) Wealthy.
- (12) Rich.
- (13) Line of credit.
- (14) Giống Alpha Male, nhưng là nữ giới thay vì nam giới (ND).
- (15) Double Income, No Kids.
- (16) Một quỹ hưu trí ở Hoa Kỳ
- (17) Registered Retirement Savings Plan (RRSP) (Hoa Kỳ)
- (18) Pardon – tiếng Pháp, đồng thời cùng nghĩa trong tiếng Anh (ND).
- (1) Human Right: Quyền con người.
- (2) Rule of thumb
- Phòng Bầu dục: Văn phòng chính thức của tổng thống Mỹ, nằm ở cánh Tây của Nhà Trắng, được xây dựng năm 1902.

gallon = 3,78 lít

1. Nhân vật trong dân gian của Anh, người đã thoát cảnh nghèo khó và trở nên giàu có.

2. Âm thanh lớn phát ra khi hai vật va chạm vào nhau.

1. Chuyện gì đến sẽ đến.

2. Mueller của xứ Borneo.

3. Nhân vật trong một chuỗi phim của George Lucas.

4. Pacific Asia Travel Association (Hiệp hội Du lịch châu Á Thái Bình Dương), làm việc với sứ mệnh thúc đẩy sự phát triển có trách nhiệm của ngành du lịch trong khu vực châu Á Thái Bình Dương.

1. Là một buổi hòa nhạc được tổ chức ở hai địa điểm cùng vào ngày 13 tháng 7 năm 1985. Sự kiện này được tổ chức bởi Bob Geldof và Midge Ure để gây quỹ cứu trợ cho nạn đói ở Ethiopia.

2. Là một Enterovirus có khả năng sinh sôi trong đường tiêu hóa, ổn định trong môi trường acid, kể cả acid dịch dạ dày.

1. Đơn vị tiền tệ của Malaysia.

1. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development): Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế.

2. Tỉ phú người Anh, sáng lập tập đoàn Virgin bao gồm hơn 400 công ty.

3. Doanh nhân người Anh gốc Malaysia, là người sáng lập Tune Air Sdn, AirAsia với khẩu hiệu “Tất cả mọi người đều có thể bay”.

1. Bandung là thành phố lớn thứ ba của Indonesia.

2. Là một hoàng tộc châu Âu có nguồn gốc từ xứ Wales, Anh.

3. Giống chó đốm.

4. Tờ báo tiếng Anh phát hành tại Malaysia.

1. Lyndon Baines Johnson: Tổng thống Hoa Kỳ thứ 36, nắm cương vị từ năm 1963 đến 1969.

1. S.W.R.D. Bandaranaike: Thủ tướng thứ tư của Sri Lanka vào năm 1956, bị ám sát bởi một tu sĩ Phật giáo vào năm 1959.

2. Một đại lộ lớn và nổi tiếng của thành phố Paris.

3. Câu lạc bộ đêm nổi tiếng ở Paris, được sáng lập năm 1889 bởi Joseph Oller và Charles Zidler.

4. Một thành phố ở miền Nam nước Ý.

5. Là một trong những công viên lớn nhất ở London.

1. Mã cầu (polo): Môn thể thao gồm nhiều người chơi, chia thành hai đội, mỗi đội sẽ cố gắng dùng gậy đánh bóng vào cầu môn của phe đối phương.

2. Xi dách: Là một dạng chơi bài trong đó người chơi chiến thắng khi được 21 điểm.

3. Nhóm hát nữ của Mỹ, một trong những nhóm nghệ sĩ chủ đạo của Motown Records trong suốt thập niên 1960.

1. Tên một loại bia của hãng Castle Lager.

2. Hay còn gọi là pecco, một loại trà đen.

3. Tên một bộ phim, ở đây ý tác giả muốn nói tới là điệu nhảy đặc trưng trong bộ phim đó.

4. Đội bóng bầu dục quốc gia New Zealand.

5. Một vận động viên điền kinh người Jamaica, người đang giữ kỷ lục thế vận hội và thế giới ở các nội dung chạy 100 mét với 9,58 giây, 200 mét với 19,19 giây.

6. Vận động viên nhảy sào người Nga, hai lần đoạt huy chương vàng Olympic (2004 và 2008), ba lần vô địch thế giới (2005, 2007 và 2013), người được coi là nữ vận động viên nhảy sào tài năng nhất mọi thời đại.

7. Còn được gọi là đá Ayers, là một khối kiến tạo sa thạch ở phía Nam của Northern Territory, miền Trung nước Úc, cách Alice Springs về phía Nam 335 km.

1. Nhà báo, phát thanh viên và một tác giả người Anh.
2. The Special Air Service là một trung đoàn của quân đội Anh được thành lập vào ngày 31 tháng năm 1950, một phần của lực lượng đặc biệt Anh (UKSF).
3. Một kính ngữ Ả Rập có nghĩa đen là “đàn anh” và mang ý nghĩa “nhà lãnh đạo và/hoặc thống đốc”.
4. Tên một bức tượng trong Blue Earth, Minnesota. Là biểu tượng của công ty The Minnesota Valley.
5. Một nhân vật được sử dụng trong quảng cáo thuốc lá Marlboro.
6. Là trang phục truyền thống có nguồn gốc từ Indonesia và được phụ nữ ở Indonesia, Malaysia, Brunei, Myanmar, Singapore, miền nam Thái Lan, Campuchia và một phần phía nam của Philippines sử dụng.

1. Danh hài người Mỹ.
2. Bạn có thể tìm hiểu kỹ hơn ở chương 9 của cuốn sách.

1. Cricket: Môn thể thao chơi trên sân cỏ gồm hai đội, một đội sẽ ném bóng vào cọc gôn và có một người của đội còn lại sẽ dùng gậy đánh quả bóng đó.

2. Madison được mệnh danh là đại lộ thời trang của New York.

3. Tên một loại bánh ở Malaysia.

(1). Nguyên văn câu này là 'Rồng mắc cạn thì bị tôm chế giễu' (Người dịch).

(2). Đây là một kiểu chơi chữ, vì hai chữ 'hoàng sơ' trong tiếng Trung Quốc cũng đồng âm với chữ 'hoàng' tức là màu vàng. Nếu dịch ra tiếng nước ngoài, thì khó lột tả được nét dí dỏm của nó (Người dịch).

(1). Đây là một trường hợp chơi chữ. Trong chữ Hán, chữ “Trần” là họ Trần và chữ “trầm” là nhấn chìm đều có âm đọc giống nhau là “chén” (nhưng viết khác nhau là và), chữ Hoàng trong họ Hoàng có âm đọc trùng với chữ hoàng trong hoàng đế và , còn chữ thần tượng cũng có âm đọc là chén (Người dịch)

(1). Nguyên văn: 'Người trông vào áo quần, ngựa trông vào cái yên' (Người dịch).

Tương ứng với câu “Nước đến chân mới nhảy”.

Đậu Nga: tên nhân vật nữ chính trong vở kịch Đậu Nga oan của Quan Hán Khanh, nội dung kể về một người đàn bà bình thường chết oan, khiến trời đất cũng phải rung động.

Adult Video: phim người lớn.

Hatsukashi: tiếng Nhật, dịch ra có nghĩa là “xấu hổ quá đi mất”.

A Đồng Mộc là nhân vật cậu bé robot.

Tiên Ti: Là một dân tộc thiểu số thời cổ, ở vùng Đông Bắc, Nội Mông, Trung Quốc.

Hoa Cổ: là một điệu múa dân gian, gồm một nam, một nữ, một người gõ thanh la, một người gõ trống, cùng múa.

Trong tiếng Hán, từ 同学 tức bạn học, học trò, được đọc là /tongxue/, và tên của Tiết Đồng 薛桐 đọc là /xuetong/, đọc ngược lại thành /tongxue/, lúc đọc ngược tên của Tiết Đồng và từ “học trò” phát âm giống nhau.

AFC: Liên đoàn bóng đá châu Á.

Mắt mí lót: đôi mắt dài, nhỏ, đuôi mắt hơi xéch, đặc trưng của người Á Đông.

Auguste Rodin: tên đầy đủ là François-Auguste-René Rodin (1840 – 1917) họa sĩ người Pháp, thường được biết đến là một nhà điêu khắc. Ông là điêu khắc gia hàng đầu của Pháp thời bấy giờ và đến nay, tên tuổi của ông được nhắc đến khắp trong và ngoài giới nghệ thuật.

Siberia: nằm ở phía đông nước Nga, trải dài từ dãy núi Ural tới Thái Bình Dương, có thời tiết rất khắc nghiệt và rừng thông Taiga nổi tiếng.

Xúc cọt công: một môn võ trong bộ Cửu Dương Thần Công, tự co rút xương lại cho thân hình bé đi.

Chữ “chảy nước mũi” - 流涕 /liu ti/ đọc hơi giống với chữ 流体 /liu ti/, chỉ khác ở thanh điệu.

Đoán số: một trò chơi truyền thống của Trung Quốc, một người đưa mấy ngón tay biểu thị con số, người khác đồng thời cũng đưa tay ra so giống khác nhau để phân định thắng thua.

Lôi Phong: là người lính tham gia Quân giải phóng Nhân dân Trung Quốc năm 1960, là biểu tượng anh hùng của Trung Quốc, một tấm gương tận tụy, xả thân, quên mình vì Tổ quốc.

“Nảo tàn” là một cách nói rất phổ biến của người Trung Quốc, đặc biệt là dân mạng, dùng để chỉ những người làm những chuyện quái lạ, những chuyện trên Sao Hỏa.

“Tru” và “châu” trong tiếng Trung phát âm giống nhau.

Bài tập dưỡng sinh “Lòng biết ơn” là một trong những bài tập thể dục buổi sáng của ngành Cảnh sát Trung Quốc.

Kỷ Jura là một kỷ trong niên đại địa chất kéo dài từ khoảng 200 triệu năm trước. Kỷ Phấn trắng hay kỷ Creta là một đơn vị chính trong niên đại địa chất, bắt đầu từ khi kết thúc kỷ Jura khoảng $145,5 \pm 4,0$ triệu năm trước.

Biển Caspi hay Lý Hải là hồ nước lớn nhất trên thế giới, nằm giữa Nga ở bờ phía bắc và Iran ở bờ phía nam. Đông tây giáp các nước Turkmenistan, Kazakhstan và Azerbaijan. Vì không thông với đại dương nên đây đúng là một hồ nước tuy mang tên “biển”. Hồ này cũng được gọi là biển vì nước hồ có vị mặn của muối.

Zhukovsky (1847-1921): nhà toán học, vật lý học người Nga. Ông là người đặt nền móng cho ngành khí động học Nga.

Lớp Đảng nghiệp dư: trước khi học cảm tình Đảng thì ở Trung Quốc, mỗi một địa phương đều có một lớp học về Đảng, sau mỗi khóa học sẽ tổ chức thi, thi đỗ mới có thể tiếp tục học sang lớp cảm tình Đảng.

Truyện cô tiên Kaguya: thủy tổ của tiểu thuyết Nhật Bản. Không rõ ai là tác giả và ra đời lúc nào, nhưng có thể truyện này đã được một ông quan hay tăng nhân giỏi chữ Hán viết cuối thế kỷ thứ IX.

Âu Dương Tu (1007 - 1072) có tên tự là Vĩnh Thúc, hiệu “Tuý Ông”, là nhà thơ thời Tống ở Trung Quốc.

Daniel Bernoulli (1700-1782): người đầu tiên xây dựng lý thuyết khí động học, ông đã áp dụng các ý tưởng để giải thích các định luật của Boyle.

Tiết đại thử: một trong hai mươi tư tiết của một năm tính theo Âm lịch, tiết đại thử vào tháng Năm Âm lịch, lúc nóng nhất.

Đàn nhị hồ: một loại đàn dân tộc của Trung Quốc, hơi giống đàn nhị của Việt Nam. Với người Trung Quốc, đàn nhị hồ cũng giống như đàn vĩ cầm của Tây phương, người ta chỉ cần nghe tiếng đàn là có thể cảm nhận sự đẹp đẽ, buồn bã, đau thương và hạnh phúc mà nó có thể khơi dậy từ trong lòng.

Đài Tomato: thuộc đài truyền hình vệ tinh Phương Đông.

Đài Apple: thuộc đài truyền hình vệ tinh Hồ Nam.

Tiếng Nga: nghĩa là “Tôi yêu em”.

Tôi yêu em / Tôi yêu em đến nay chừng có thể / Ngọn lửa tình chưa hẳn đã tàn phai; / Nhưng không để em bận lòng thêm chút nữa, / Hay hồn em phải gợn sóng u hoài. / Tôi yêu em âm thầm, không hy vọng, / Lúc rụt rè, khi hậm hực lòng ghen, / Tôi yêu em, yêu chân thành, đắm đắm, / Cầu cho em được người tình như tôi đã yêu em. / (Thúy Toàn dịch)

Một thước: khoảng 1/3 mét.

Hãng kem nổi tiếng nhất thế giới của Mỹ.

Câu thơ trong bài Hàm Dương thành đông lâu của tác gia Hứa Hồn. Có nghĩa là: “Mây khô vừa nổi, trời sau gác. Mưa núi sắp qua, gió khắp lâu.” (bản dịch của Diệp Luyến Hoa).

Bugatti Veyron: dòng xe được mệnh danh là “ông hoàng tốc độ”, nổi tiếng thế giới.

Ngôn ngữ trên mạng, “bóc tem” ở đây là chỉ người đầu tiên comment một chủ đề mới trên diễn đàn.

Chủ thớt: ngôn ngữ trên mạng, từ “thớt” ở đây là “thread” (chủ đề), ý chỉ người lập ra chủ đề mới trên diễn đàn.

Sư mẫu và sư công: tên gọi vợ/chồng của sư phụ (người thầy của mình), đây là cách gọi cổ của người Trung Quốc.

Chữ “trượng” có nghĩa là “chồng”.

(12): Thuật ngữ trường đại học được sử dụng trong bài viết này bao gồm các Đại học, Trường Đại học, Học viện, Viện có đào tạo trình độ đại học.

(13): Khoản 1 Điều 4 Luật doanh nghiệp năm 2005

(14): Trịnh Thị Hoa Mai, Kinh tế tư nhân Việt Nam trong tiến trình hội nhập, NXB Thế giới, Hà Nội, 2008, tr.15

(15): Xem chi tiết tại <http://dantri.com.vn/c202/s202-387255/mo-rong-lien-ket-giua-nha-truong-va-doanh-nghiep.htm>, truy cập ngày 20/9/2011

(16): Phạm Văn Thắng, Mở rộng liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp, chi tiết tại <http://dantri.com.vn/c202/s202-387255/mo-rong-lien-ket-giua-nha-truong-va-doanh-nghiep.htm>, thứ hai, 29/03/2010

(17): Giáo dục Hà Lan nổi tiếng thế giới về chất lượng đào tạo và giảng dạy. Các cơ sở giáo dục đại học và sau đại học Hà Lan cung cấp khoảng 1.150 chương trình và các khóa học quốc tế. Hà Lan có hai hình thức đào tạo bậc đại học: đào tạo chú trọng thực hành độc lập các công việc mang tính nghiên cứu theo chuẩn lý thuyết hoặc nghề nghiệp; và đào tạo theo hướng khoa học ứng dụng mang tính thực tiễn, chuẩn bị cho sinh viên sẵn sàng làm việc với một nghề nghiệp cụ thể (xem chi tiết tại <http://www.nesovietnam.org/Vietnamese-students/vn/dhes>)

(18): Final report “Good Practices in University - Enterprise Partnerships” xem chi tiết tại http://gooduep.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=49

(19): Nguyên bản tiếng Anh: Spin-off company - A new independent company formed from a larger company by the larger company selling or distributing new shares in the spinoff company.

(20): Final report “Good Practices in University - Enterprise Partnerships” xem chi tiết tại http://gooduep.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=49

(38): Sonobe và Otsuka (2011) đã chỉ ra nhiều bằng chứng thực nghiệm rằng thương nhân đóng vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của các cụm công nghiệp.

(39): Cách phân chia này có thể gặp phải một vấn đề đó là 25 doanh nghiệp không được tham gia vào phần đào tạo nào có thể sẽ không hợp tác với chúng tôi khi tiến hành khảo sát. Nếu chúng tôi không có thông tin về hoạt động kinh doanh của nhóm doanh nghiệp không được đào tạo này thì chúng tôi sẽ không thể tiến hành nghiên cứu được. Để có thể thu thập được thông tin từ những doanh nghiệp này, chúng tôi dự định cung cấp các bằng đĩa đào tạo cho họ sau khi tiến hành khảo sát.

40. Vietnam: Entrepreneurship, Relationships, and Utilization by Dana Shawish at http://experience.hec.ca/campus_abroad_internationaux/2011/07/15/vietnam-entrepreneurship-utilization-and-relationships/

41. By EmmetStiff http://experience.hec.ca/campus_abroad_internationaux/2011/07/27/good-morning-vietnam-2/

42. Business visit: FECON by Louis-David uin at http://experience.hec.ca/campus_abroad_internationaux/2011/07/14/business-visit-fecon/

(21): Bài viết cho Hội thảo “Hợp tác công tư giữa các trường đại học và doanh nghiệp: So sánh thực tiễn châu Âu và Việt Nam”, Đại học Ngoại thương/Đại học Seinajoki (Finland), Hà Nội tháng 11/2011.

(22): ThS. Trần Mai Ước. Giáo dục Việt Nam với xu thế toàn cầu hóa, Hội thảo khoa học “Giáo dục

Việt Nam – Nguồn nguyên khí quốc gia”, Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Tp. Hồ Chí Minh, 2010, tr.108.

(23): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội., tr.320.

(24): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Chiến lược phát triển kinh tế – xã hội 2011 - 2020, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.19.

(25): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Chiến lược phát triển kinh tế – xã hội 2011 - 2020, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 48.

(26): Đảng Cộng sản Việt Nam (2001): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.108.

(27): Đảng Cộng sản Việt Nam (2006): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.206 – 207.

(28): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.106.

(29): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.320.

(30): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Chiến lược phát triển kinh tế – xã hội 2011 - 2020, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.48.

(31): 12 tiêu chuẩn bao gồm: 1: Bối cảnh; 2: Chuẩn đầu ra; 3: Chương trình đào tạo tích hợp; 4: Giới thiệu về kỹ thuật; 5: Các trải nghiệm thiết kế - triển khai; 6: Không gian làm việc kỹ thuật; 7: Các trải nghiệm học tập tích hợp; 8: Học tập chủ động; 9: Nâng cao năng lực về kỹ năng của giảng viên; 10: Nâng cao năng lực giảng dạy của giảng viên; 11: Đánh giá học tập; 12: Kiểm định chương trình. Xin xem thêm trong: Hồ Tấn Nhật, Đoàn Thị Minh Trinh (biên dịch), Cải cách và xây dựng chương trình đào tạo kỹ thuật theo phương pháp tiếp cận CDIO, NXB ĐHQG-HCM, 2009 (Bản dịch tiếng Việt từ nguyên bản: E.F. Crawley, J. Malmqvist, S. Östlund, D. Brodeur, Rethinking Engineering Education: The CDIO Approach, Copyright © 2007 Springer Science+Business Media, LLC. All Rights Reserved)

(32): ThS. Trần Mai Ước (2011), Áp dụng mô hình CDIO – Bước đi cần thiết hướng tới đào tạo theo nhu cầu xã hội trong quá trình hội nhập, Hội thảo hướng nghiệp 2011 “Đào tạo gắn với nhu cầu xã hội”, Trường Đại học khoa học xã hội & nhân văn Tp.HCM, Báo Giáo Dục Tp. HCM, tr.53.

(34): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.103.

(35): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.103.

(36): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.103.

(37): Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, HN, tr.191.

(1): Blume, L. Und Fromm, O. (2000): Wissenstransfer zwischen Universitäten und regionaler Wirtschaft: Eine empirische Untersuchung am Beispiel der Universität Gesamthochschule Kassel. In Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung 69. Jahrgang, Heft 1/2000, S. 109–123.

(2): OECD (1999): Managing National Innovation Systems. Paris: OECD 1999.

(3): Eurostat (1999): Forschung und Entwicklung: jährliche Statistiken 1990-1998. Statistisches Amt der Europäische Gemeinschaften, Luxemburg, 1999

(4): BMBF (1998): Forschungslandkarte Deutschland. CD-ROM -Ausgabe, Stand 07/98

- (5): Reinhardt, M. (2001). Wissens- und Technologietransfer in Deutschland: einlanger Weg zu mehr Effizienz. In ifo Schnelldienst, 54. Jg.
- (6): Schroeder, D., F.U. Fuhrmann und W. Heering (1991), Wissens- und Technologietransfer, Berlin: Duncker & Humblot
- (7): Abramson, H.N. et. al. (Hrsg.) (1997), Technology transfer systems in the United States and Germany. Lessons and perspectives, Washington, D.C.: National Academy Press.
- (8): Reinhard, M. (2000), Knowledge and technology transfer and innovation policy, TSER study for the European Commission, München: Ifo Institute for Economic Research.
- (9): Schmoch, U. (2000), »Konzepte des Technologietransfers«, in: Schmoch, Licht, Reinhard (2000), 3–13.
- (10): ISI (2000): Wissens- und Technologietransfer in Deutschland.
- (11): Reinhardt, M. (2001): Wissens- und Technologietransfer in Deutschland: einlanger Weg zu mehr Effizienz. In ifo Schnelldienst, 54. Jg.

Phu nhân Stoner: Bà là giảng viên ngôn ngữ học tại Đại học Pittsburgh, bang Pennsylvania. Bà là một trong những người đọc cuốn “Giáo dục Karl Witte” và áp dụng thành công với con mình.

Nguyên bản “pay envelope”: là hình thức trả lương cũ, nghĩa là mỗi tuần/tháng, người lao động được trả một phong bì trong đó có chứa tiền lương của họ.

Đạo luật liên bang của Mỹ ban hành năm 1993, trong đó có quy định người sử dụng lao động phải đảm bảo công việc cho người lao động khi họ nghỉ phép vì các lý do chữa trị bệnh tật hay những lý do gia đình.

Sách được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản vào năm 2008.

1. Cựu chủ tịch kiêm Tổng giám đốc tập đoàn General Electric.

1. Thánh nhân là người hoàn hảo, thông thiên lý. Thiệt nhân là người không làm ác, đầy lòng nhân. Hai loại người này chẳng có ở đời, cho nên Không Tử chẳng thấy. Kém hai hạng người trên, có hạng quân tử và hạng hữu bằng là bậc bên chí theo đường lành.

* Chúng tôi sử dụng cụm từ “một trong những doanh nghiệp đầu tiên” giới thiệu một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó vì chúng tôi không thể kiểm chứng được là doanh nghiệp này có thực sự là công ty đầu tiên tung ra sản phẩm hoặc dịch vụ đó hay không. Tuy thế, các nhà cách tân mà chúng tôi phỏng vấn đều khẳng định rằng đó là ý tưởng nguyên bản của họ và họ không hề sao phỏng lại sản phẩm của công ty nào khác.

Ashram: một trung tâm nghiên cứu và suy niệm ở Ấn Độ

Kế hoạch Ponzi: kế hoạch đầu tư lừa đảo của Charles Ponzi. Theo đó, nhà đầu tư sẽ nhận được khoản lợi nhuận cao bất ngờ từ tiền của chính nhà đầu tư trước đó thay vì doanh thu từ hoạt động kinh doanh chân chính.

Tập đoàn lớn của Mỹ kinh doanh trong lĩnh vực điện và khí đốt tự nhiên. Năm 2000, Enron là tập đoàn lớn thứ bảy của Mỹ. Thế nhưng sang năm 2001, Enron sụp đổ sau khi nhiều thành viên trong ban lãnh đạo bị cáo buộc mắc sai phạm trong nhiều hoạt động kinh tế và tài chính (theo Columbia Eraychopedia)

Công ty viễn thông của Mỹ: Năm 2002, WorldCom phá sản sau vụ tai tiếng vướng vào một loạt những sai phạm về tài chính kế toán.

Công ty viễn thông của Mỹ cung cấp dịch vụ mạng máy tính toàn cầu.

Công ty viễn thông của Mỹ. Năm 2002, Adelphia dính vào vụ bê bối nghiêm trọng khi người ta phát hiện ra công ty này chiếm dụng tài chính và hoạt động kế toán mờ ám.

Đòn bẩy (leverage) của công ty môi giới là nguyên tắc mà mỗi công ty môi giới cho phép các thành viên giao dịch với số tiền lớn hơn gấp nhiều lần số tiền mà họ có trong tài khoản. Chính nhờ có

Leverage mà các thành viên có thể tham gia vào kinh doanh với số tiền rất nhỏ, thậm chí là 1\$!

Nifty Fifty: một thuật ngữ dùng để chỉ 50 loại cổ phiếu trên thị trường Chứng khoán New York được coi là những cổ phiếu tăng trưởng bền vững cho đến những năm 1960, 1970.

Bán khống (Short sale): là một nghiệp vụ trên thị trường tài chính được thực hiện nhằm mục đích lợi nhuận thông qua giá chứng khoán giảm. Ví dụ: Giả sử công ty XYZ bán cổ phiếu với giá 10 đôla/cổ phiếu. Một người kinh doanh bằng hình thức này sẽ đi vay 100 cổ phiếu của công ty XYZ và bán đi ngay lập tức để thu về 1000 đôla. Nếu giá cổ phiếu của công ty XYZ giảm xuống chỉ còn 8 đôla/cổ phiếu thì anh ta chỉ phải bỏ ra 800 đôla để mua lại 100 cổ phiếu và trả cho công ty XYZ như ban đầu. Như vậy anh ta lãi 200 đôla.

The life of Riley: một loạt chương trình truyền thanh về các tình huống hài hước trong thập niên 1940. “Living the life of Riley” gợi nên một cuộc sống sung túc, thoải mái, thường là dựa trên mồ hôi công sức của người khác.

Men Not Working, and Not wanting Just Any Job.

The Gray Lady: tên hiệu của The New York Times do thời báo này có truyền thống đăng tải các bài viết dài và ít hình ảnh minh họa đi kèm.

Các nhà phê bình thường đề cập tới Ben Bernanke với biệt danh Ben 'trục thẳng' vì trong một bài nói chuyện năm 2002 về hiện tượng giảm phát, ông phát biểu rằng để chống lại nạn giảm phát, ông sẽ dùng trục thẳng bay khắp nước Mỹ để thả tiền xuống đất.

An accommodative Federal Reserve: tác giả muốn đề cập tới chính sách tiền tệ điều chỉnh của Fed, theo đó Fed tăng cung tiền phục vụ cho mục đích cho vay của các ngân hàng.

Boobus Americanus.

Down payment

ARM: adjustable-rate mortgage.

Uncle Sam

Federal National Mortgage Association (FNMA): Hiệp hội vay thế chấp quốc gia.

Federal Home Loan Mortgage Corporation (FHLMC): Tập đoàn vay mua nhà trả góp liên bang.

Prime loans

Dollar maximums

Government National Mortgage Association (GNMA): trực thuộc Bộ Gia cư và Phát triển Đô thị (HUD), có nhiệm vụ cung cấp tiền cho các khoản cho vay của Chính phủ dành cho các hộ gia đình có nhu cầu nhưng không đủ khả năng mua nhà.

Pass-through certificates

Home equity lines of credit (HELOCs)

Tập đoàn bán lẻ hàng đầu thế giới. Ở đây, tác giả sử dụng cách nói hình ảnh, ngụ ý người dân Mỹ dùng các khoản tiền vay để mua hàng tiêu dùng.

Hedge funds

Interest-only loans

Recourse loans

Negative amortization ARM: phân bổ khoản nợ ra để trả dần trong các khoảng thời gian khác nhau, song không trả lãi đủ và đúng thời hạn, khiến số dư nợ tăng lên.

IPO – initial public offerings

Page views

Click-throughs

The National Association of Realtors – NAR

Thảm họa hàng không Hindenberg: Ngày 6 tháng 5 năm 1937, khí cầu Hindenberg đã bốc cháy trong

khi cô gắng hạ cánh tại New Jersey, Mỹ. 36 trên tổng số 97 người đã thiệt mạng.

Herbert Morrison: phóng viên đài truyền thanh Hoa Kỳ, nổi tiếng nhờ những bài viết sống động về thảm họa Hindenberg. Câu nói “Ôi, nhân loại” (Oh the humanity) của Morrison đã trở thành câu cửa miệng của người Mỹ.

Baby boom

Nhân vật chính trong cuốn “Những cuộc phiêu lưu của Tom Sawyer” của nhà văn Mark Twain.

Thế hệ X (Generation X): Những người sinh ra vào những khoảng thời gian có tỉ lệ sinh cao sau Chiến tranh Thế giới thứ hai. Ở Mỹ, thuật ngữ này được sử dụng lần đầu tiên vào năm 1964, để chỉ thế hệ bùng nổ dân số của nước này. Xem thêm trang 194.

Layaway

Crowding out: Trong kinh tế học, “hiệu ứng chèn ép” xảy ra khi Chính phủ tăng chi tiêu cho khu vực công thông qua việc phát hành trái phiếu, thu bớt vốn tài lực của khu vực tư và có xu hướng đẩy lãi suất thị trường lên cao.

Dow Jones Industrial Average

I Owe You

Congressional Budget Office

Giống với USA – tên tiếng Anh viết tắt của Hợp chủng quốc Hoa Kỳ (The United States of American).

Electoral College

Staggered senatorial terms

Kế hoạch trọng yếu của Hoa Kỳ do ngoại trưởng Mỹ George Marshall khởi xướng nhằm tái thiết và thiết lập nền móng vững chắc hơn cho các quốc gia Tây Âu, đẩy lui chủ nghĩa cộng sản sau Đại chiến Thế giới thứ hai.

Fiat currency. Ở đây tác giả muốn phân biệt tiền tượng trưng và tiền tệ được đảm bảo giá trị bằng hiện vật.

Inflation risk

Purchasing power risk

Because there's a bull market somewhere

Bank certificates of deposit (CDs)

Risk tolerance

Investment horizon

Diversification

American depositary receipt: một loại cổ phiếu được mua bán tại thị trường Hoa Kỳ song lại đại diện cho một số lượng cổ phiếu nhất định của một tập đoàn nước ngoài (theo Investopedia)

Là một hệ thống điện tử về giá mua và bán của cổ phần OTC, sản phẩm của Cục báo giá quốc gia (National Quotation Bureau). Khi nhắc đến Pink Sheets người ta còn hiểu là việc mua bán cổ phần OTC.

International

Global

Penny stocks là loại chứng khoán có mệnh giá nhỏ, do các công ty rất nhỏ tung ra thị trường. Ở thị trường tài chính Mỹ, thuật ngữ 'Penny stock' được hiểu là những loại chứng khoán có trị giá thấp hơn 5 đôla/cổ phiếu, và được mua bán bên ngoài những thị trường hối đoái lớn như NYSE, NASDAQ hay AMEX.

The National Association of Securities Dealers.

Property trust.

Current ratio, hay còn được gọi là liquidity ratio, cash asset ratio, hoặc cash ratio.

Quick ratio
Acid-test ratio
Operating profit margin
Net profit margin
Return on equity
Debt to total assets
Long-term debt to total capitalization
Debt to equity (debt ratio)
Fixed-charge coverage
Price to earnings
Price to book value
Price to sales
Dividend payout
Dividend yield

Bản tiếng Anh của cuốn sách này xuất bản vào năm 2007.

Trong hoạt động “carry trade”, các nhà đầu cơ lấy vốn từ một nước có lãi suất thấp và đầu tư vào nước có lãi suất cao hơn rồi thu lợi nhuận từ chênh lệch đó.

Passive foreign investment trust - PFIT

Ngân hàng đầu tư hàng đầu của Mỹ

Một nhà thơ nổi tiếng của Mỹ

Business confidence

Alan Greenspan đã giữ chức chủ tịch Fed từ năm 1987 tới năm 2006

Chicken Little: nhân vật hoạt hình đã bị một quả sồi rơi vào đầu và luôn tin rằng trời sắp sập xuống.

Dự đoán của tác giả vào năm 2006 - Lời người dịch.

Mortgage-backed securities

Detroit: thành phố lớn nhất của bang Michigan, trung tâm công nghiệp sản xuất xe hơi của Mỹ.

Baby boomers: những người sinh từ năm 1946 đến 1964, sau Chiến tranh Thế giới thứ hai. Hiện họ đang ở trong độ tuổi kiếm được nhiều tiền nhất.

Kế hoạch Marshall hay còn được gọi với cái tên “Kế hoạch phục hưng châu Âu” do Mỹ vạch ra. Sau Chiến tranh Thế giới thứ hai, 16 nước châu Âu đã bị tổn thất kinh tế nặng nề. Mỹ đã đồng ý viện trợ cho 16 nước này tổng cộng 17 tỷ đôla để phục hồi kinh tế.

IOU (viết tắt của I Owe You – Tôi nợ ông/bà): một chứng từ ghi nợ phi chính thức dưới dạng một văn bản cam kết trả một khoản nợ, ví dụ, các khoản vay cá nhân và các dịch vụ chuyên môn.

Trận chiến Normandy (tháng 06 năm 1944): quân Đồng minh tiến vào lãnh thổ châu Âu từ phía Tây để làm giảm sức mạnh của quân đội Đức. Mỹ đã thiệt hại tới 40.000 binh sĩ, nhưng cuối cùng quân Đồng minh cũng mở được đường vào Berlin.

Iwo Jima: một hòn đảo ở phía nam Nhật Bản. Trong Chiến tranh Thế giới thứ hai, từ ngày 19 tháng 2 đến 26 tháng 3 năm 1945, quân Mỹ đã mở cuộc tiến công ác liệt vào Iwo Jima nhằm chiếm và kiểm soát các sân bay trên đảo.

Chú Sam (Uncle Sam): một cách gọi Chính phủ Mỹ.

Rumpelstiltskin: chú lùn vui tính, lạc quan trong truyện cổ Grim.

Rubin: cựu Bộ trưởng Bộ Tài chính Mỹ thời Bill Clinton.

Producer price index: chỉ số giá sản xuất.

Consumer price index: chỉ số giá tiêu dùng.

Dự đoán này của tác giả được đưa ra vào năm 2006. Thực tế đã chứng minh những dự đoán này chính

xác đến năm 2008 (chủ thích của người biên tập).

Church Lady: một nhân vật nữ trong chương trình “Trực tiếp tối thứ bảy” của truyền hình Mỹ.

Grem (grain): đơn vị đo trọng lượng bằng 0,0648 gam.

Spanish mill dollar: đơn vị tiền tệ có giá trị bằng 1/1000 đôla.

“This note is legal tender for all debts, public and private, and is redeemable in lawful money at the United States Treasury, or at any Federal Reserve Bank.”

Ounce (ao-xơ): đơn vị đo lường bằng 28,35 gam vàng.

TIPS: Treasury inflation protected securities.

Personal Consumption Expenditure

William McChesney Martin Jr. – con trai của luật sư và chủ ngân hàng nổi tiếng William McChesney Martin, thường được gọi là William McChesney Martin con, giữ chức vụ chủ tịch Fed từ năm 1951 đến năm 1970.

IOU nothing

Continental dollar: loại tiền giấy do một số thuộc địa Mỹ phát hành sau cuộc Chiến tranh Cách mạng bắt đầu từ năm 1775.

(*) μg : microgram = 1 phần triệu gram

(**) mg: miligram = 1 phần ngàn gram

(*) Hạ khô thảo: là loại cây thân thảo, sống nhiều năm, cao 20 - 40 cm, có thể tới 70 cm, thân vuông màu hơi tím

(*) Đào nhân là loại cây nhỏ, cao 3 - 4 mét, thân nhẵn, thường có chất nhầy

(*) Câu đằng: là một loại dây leo, thường mọc nơi mát. Lá mọc

(*) Thanh bì: vỏ quả quýt còn xanh.

(*) Diêm phu tử: ở Việt Nam còn gọi là cây muối, chu môi, dã sơn, sơn bút.

(*) Bệnh scorbut: bệnh do thiếu sinh tố C, gây ra do chế

(*) Đỗ trọng: Loài cây song tử diệp, vỏ có tơ, dùng làm thuốc.

(*) Ngũ bội tử: là những túi

(*) Một dạng sùng mủ trong ruột và phổi.

Dưa Hami: còn gọi là Dưa vàng Hami (tên tiếng Anh: Hami melon hay Chinese Hami melon), còn có tên dưa tuyết (snow melon), có nguồn gốc từ Tân Cương, Trung Quốc.

(*) Trĩ mũi: chỉ chung bệnh viêm mũi hay thối mũi.

(**) Bạch biến là một bệnh mất sắc tố ở da, lông, tóc.

(*) Lát sơn trà là sơn trà

(*) Hoa tuyền phúc, tên khoa học là *Inula Japonica* Thunb, thuộc họ hoa cúc, bộ phận dùng làm thuốc là hoa khô.

(*) Ban xuất huyết: thương tổn cơ bản của da và niêm mạc do hồng cầu thoát ra ngoài mao mạch và niêm mạc.

(**) GOT, GPT: GOT, GPT là enzym thúc đẩy sự tạo thành các axit amin ở gan và nhiều cơ quan khác của cơ thể, sẽ bị phân hủy rất nhanh sau khi ược tạo thành, trong máu một người khỏe mạnh, sẽ có một lượng nhất định GOT, GPT bị đào thải. Nhưng khi một cơ quan nội tạng bị thương tổn, sẽ có một lượng lớn tế bào bị phân hủy, enzym này sẽ dần dần bị thải ra ngoài, lượng GOT, GPT trong máu sẽ tăng cao. Những căn bệnh có thể phát sinh khi chỉ số GOT trong máu tăng cao: viêm gan, xơ gan, ung thư gan, nhồi máu cơ tim, chứng teo cơ, viêm cơ, tán huyết. Những căn bệnh có thể phát sinh khi chỉ số GPT trong máu tăng cao: viêm gan, gan nhiễm mỡ...

Tam cao: chỉ chứng bệnh cao huyết áp, mỡ trong máu cao, cholesterol cao.

1. Theo thuyết vụ nổ tạo ra vũ trụ (N.D).

2. Management Information Systems: Các hệ thống quản trị thông tin được đưa vào trong các máy vi tính (N.D).

3. 1 inch = 2,54cm

1. Tên của một hãng cung cấp thực phẩm ăn nhanh (fast food). Ở đây chỉ sự lười biếng, muốn có ngay, không cần công sức hay suy nghĩ (N.D)

1. EBI: Học viện Kinh doanh Trí tuệ (Enlightened Business Institute) (N.D).

1. Đây nói đến những trở ngại cho tâm linh do chấp trước, phân biệt có - không, thường - đoạn... (nhị biên), ngã - pháp, lý - sự, phiền não - giải thoát... (nhị chướng) (N.D)

2. Hay tam khổ: khổ từ bên trong, khổ từ bên ngoài, khổ do thiên nhiên (N.D).

3. Diễn viên điện ảnh Mỹ, thường đóng vai người hùng miền Viễn Tây, rất thành thạo với chiếc dây thòng lọng (N.D.).

1. Ngài Huyền Trang dịch là Năng Đoạn Kim Cương Bát Nhã Ba La Mật Đa Kinh - “Năng đoạn” nghĩa là “có thể chặt”. “Chedikā” nghĩa là cắt, chặt, đập vỡ. Tác giả dịch là The Diamond Cutter nghĩa là người hay dụng cụ dùng để chặt kim cương (N.D).

1. Nguyên tác Anh ngữ là “the Conqueror”, “người Chinh phục”, chúng tôi chuyển dịch thành “Thế tôn” cho quen thuộc với Phật tử Việt Nam (N.D).

1. Ngày 2/2. Ở Hoa Kỳ, Canada, có truyền thuyết cho rằng đây là ngày có con sóc đất (groundhog, woodchuck, marmot hay ground squirrel) từ trong hang chui ra. Nếu nó không nhìn thấy bóng nó (trời âm u), tức là mùa đông sắp hết. Nếu ngược lại, trời nắng, nó sẽ lại chui vào hang để ngủ, tức là mùa đông sẽ kéo dài thêm sáu tuần nữa.

1. Viết tắt của National Aeronautics and Space Administration: Cục Quản trị Hàng không và Không gian Quốc gia Hoa Kỳ, thành lập năm 1958 (N.D).

2. 'Boart' hay 'bort' là loại kim cương kết tinh bất toàn, không có giá trị (N.D).

3. I-dit (Yiddish): Ngôn ngữ được xem như tiếng Do Thái quốc tế, một dạng tiếng Đức cổ và có những từ mượn tiếng Hebrew (Do Thái cổ) và ở nhiều ngôn ngữ hiện đại được người Do Thái ở Đông và Trung Âu sử dụng. (N.D.)

4. Drek là tiếng I-dít, nghĩa là rác rưởi. Nếu bạn đang quấy rầy một doanh nhân Ấn Độ thì bạn thay thế từ này bằng từ karab. Nếu ông ta là người Nga thì bạn bảo musor. Thế nào bạn cũng làm chủ được vấn đề. Khi bạn mua đá quý từ một người khác thì chúng luôn luôn là “rác rưởi”. Khi bạn bán đá quý cho người khác - dù cho đây chính là những viên đá “rác rưởi” mà sáng nay người khác đã chào bán cho bạn - chúng luôn là một mitzia hay một “món hời không thể tin được”.

5. Điều này đặt tiền đề chỉ đáng thực hiện đối với cái mà chúng tôi gọi là hàng “có chứng chỉ” hay hàng cao cấp.

1. Video Cassette Recorder: Máy ghi hình ảnh âm thanh.

2. Health Maintenance Organization: Tổ chức Bảo trì sức khỏe - một dạng bảo hiểm sức khỏe trả tiền trước bao gồm các quyền lợi chăm sóc sức khỏe toàn diện tập trung vào giữ gìn sức khỏe và phòng ngừa bệnh tật.

3. Cartel: Liên hiệp, hiệp hội các công ty.

IPO (viết tắt của cụm từ tiếng Anh Initial Public Offering) nghĩa là phát hành cổ phiếu ra công chúng lần đầu. Đây là thử thách đầu tiên và quan trọng đối với bất cứ doanh nghiệp nào.

Plastics: (nghĩa đen) là dẻo; (nghĩa bóng) là mềm dẻo, mềm mỏng. Ý nói “hãy xuôi theo thời thế.”

Chứng chỉ A là một trong số các khoá được học sinh Anh và học sinh quốc tế lựa chọn. Học sinh được chọn từ 4 đến 6 môn học khác nhau, mỗi môn được chia thành 2 phần riêng biệt AS và A2

NBA tên viết tắt của National Basketball Association, là giải bóng rổ nhà nghề dành cho nam tại Bắc Mỹ.

Cuốn sách đã được Thái Hà Books mua bản quyền và xuất bản năm 2008.

Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản năm 2012.

Dao xếp Thụy Sĩ là loại dao đa năng có từ thời La Mã cổ đại. Cái tên Swiss Army Knife còn được dùng để gọi cho những thứ có tính đa năng-đa dụng vì độ bền và tính đa dụng đã trở thành “huyền thoại” của loại dao này. Tác giả sử dụng cụm từ này với ẩn ý một lời khuyên sắc bén, có giá trị, tiện dụng và phù hợp.

Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản năm 2008.

Acro Yoga là sự kết hợp linh hoạt của bộ môn yoga, nhào lộn và massage kiểu Thái.

Tequila là loại rượu mạnh cất từ một quả nhiệt đới, chủ yếu ở Mexico.

Cả hai cuốn sách này đã được Nhà xuất bản Trẻ mua bản quyền và xuất bản tại Việt Nam.

Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản năm 2008

Cuốn sách đã được Thái Hà Books mua bản quyền và xuất bản năm 2011.

Cuốn sách đã được First News mua bản quyền và xuất bản năm 2012.

Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản năm 2011.

Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và xuất bản năm 2007.

Ý chỉ một người nào đó bị rơi vào hoàn cảnh chán nản lặp đi lặp lại.

Anita Martel là cộng sự của Perry-Martel International và là một nhà quản lý đạt Chứng chỉ kiểm tra BarOn EQ-I. Bà dành cả cuộc đời mình cho việc hỗ trợ các nhà lãnh đạo, cá nhân và các nhóm làm việc trong việc tăng cường tính hiệu quả cũng như phát huy tối đa tiềm năng của họ. Muốn biết thêm thông tin chi tiết hoặc tham gia bài kiểm tra, bạn có thể gửi e-mail đến anitam@perrymartel.com.

Địa chỉ trang web của Dennis Smith: www.WirelessJobs.com – địa chỉ e-mail: dennis@wirelessjobs.com

Dave Howlett là người sáng lập kiêm giám đốc điều hành của trang www.realhumanbeing.org. RHB đăng cai tổ chức các buổi thuyết trình về văn hóa công ty, bán hàng và kết nối mạng. Bạn có thể liên lạc với Howlett theo địa chỉ e-mail: dhowlett@realhumanbeing.org.

Simon Stapleton - giám đốc kiêm nhà đổi mới trong ngành công nghệ thông tin - đã thực hiện sứ mệnh của mình là giúp đỡ các nhà lãnh đạo mới nổi trong lĩnh vực này phát triển sự nghiệp, cũng như con người họ. Blog của ông là www.simonstapleton.com. Bạn có thể liên hệ với ông qua địa chỉ e-mail: simon@simonstapleton.com.

Steven Rothberg là chủ tịch kiêm người sáng lập của CollegeRecruiter.com, có trang web là www.CollegeRecruiter.com – trang tin tuyển dụng hàng đầu dành cho sinh viên đại học.

Dave Mendoza là một diễn giả và là một nhà tư vấn về nguồn nhân lực. Là đối tác của RecruitingBlogs.com, Dave Mendoza là một trong 20 người kết nối mạng toàn cầu trên LinkedIn. Bạn có thể biết thêm thông tin chi tiết về Dave Mendoza tại www.linkedin.com/in/davemendoza/ hoặc www.sixdegreesfromdave.com.

Để xem những lời nhận xét của Steve Duncan, hãy vào www.linkedin.com/in/steveduncan/.

Jason Alba là giám đốc điều hành của JibberJobber.com. Bạn có thể tìm thấy thông tin về Jason tại địa chỉ www.linkedin.com/in/jasonalba/.

Matt Massey là Chủ tịch của drive2 Inc., một công ty về năng lực lãnh đạo. Bạn có thể tìm thấy thông tin về ông tại www.linkedin.com/in/drive2/.

Joseph Nour là Giám đốc điều hành của hãng Protus IT Solutions, chủ sở hữu của trang web www.campaigner.com, một dịch vụ tiếp thị qua e-mail dành cho các doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa.

Jill Tanenbaum là chủ tịch công ty Jill Tanenbaum Graphic Design & Advertising. Bạn có thể xem thêm thông tin về Jill tại trang www.jtdesign.com.

Để xem những lời khen ngợi của Ross Macpherson, chủ tịch của Career Quest, hãy vào trang

Steve Panyko từng là chuyên viên cấp cao tại AT&T Bell Laboratories, Motorola, Harris Corporation, và ITT. Ông cũng từng là giám đốc điều hành của bốn công ty cổ phần tư nhân mà chính ông đã giúp thành lập, huy động vốn và dẫn dắt tới thành công. Giờ đây, Steve làm việc cho văn phòng Colorado Springs của Perry-Martel International. Để liên hệ với Steve bạn hãy vào địa chỉ www.linkedin.com/in/sfpanyko/.

(*) Đô-la được tính bằng tỷ

1. ROI: Return on investment - Lợi tức đầu tư

1. Chief executive officer

2. Virginia Woolf (1882 - 1941) là một tiểu thuyết gia và một nhà văn tiểu luận người Anh được coi là một trong những nhân vật văn học hiện đại lừng danh nhất thế kỉ XX.

1. Tên gọi tắt của Coca - cola.

2. PAR: Problem - Action - Result

3. Flat organization.

1. Fedex: Tập đoàn chuyển phát nhanh hàng đầu thế giới

2. Return on investment

3. Các phát thanh viên nổi tiếng ở Mỹ

4. Các phát thanh viên nổi tiếng ở Mỹ

5. Các phát thanh viên nổi tiếng ở Mỹ

6. Các phát thanh viên nổi tiếng ở Mỹ

7. Một thương nhân người Texas, chạy đua vào Nhà Trắng các năm 1992 và 1996.

1. John River: Danh hài nổi tiếng người Mỹ

2. Elizabeth Dole: Nhà chính trị người Mỹ, từng phục vụ cho chính quyền tổng thống Ronald Reagan và Geogre Bush.

3. Ca sĩ nhạc dance nổi tiếng người Australia

4. Palm Springs: Một thành phố tên sa mạc thuộc hạt Riverside, bang California

1. Eleanor Roosevelt: Đệ nhất phu nhân của Tổng thống Franklin D. Roosevelt.

2. Rehabilitation Act

(1) Cuốn sách này đã được Thái Hà Books xuất bản.

(1) Monopoly còn gọi là Cờ Tỷ Phú, là một loại trò chơi do Parker Bros - một nhãn hiệu của công ty đồ chơi Hasbro sản xuất. Người chơi đấu với nhau để giành tài sản thông qua những hoạt động kinh tế được cách điệu trong đó có mua bán, cho thuê và trao đổi tài sản bằng cách sử dụng tiền, trong khi những người chơi lần lượt di chuyển xung quanh bàn cờ theo mỗi lần gieo xúc xắc.

(2) IRAs: Tài khoản tiết kiệm cá nhân dùng cho hưu trí, phù hợp với thuế thu nhập cá nhân. Keogh: Tài khoản hưu trí cho các chủ doanh nghiệp tự làm chủ, cho các cổ đông và nhân viên trong công ty.

(3) Employee savings plan: Một tài khoản đầu tư chung được cung cấp bởi người sử dụng lao động cho phép nhân viên dành một phần lương trước thuế của họ để tiết kiệm hưu trí.

(4) Là cơ hội được chơi lại một cú đánh không bị phạt. Thường thường nó được tính ở cú phát bóng trên bệ phát 1 hay 10. Hình thức đánh mulligan nằm ngoài luật gôn và chỉ xảy ra ở những cuộc chơi không chính thức.

(1) RBC (The Royal Bank of Canada - Ngân hàng quốc gia Canada) Dain Rauscher không cung cấp các khoản thuế và tư vấn pháp luật. Mọi quyết định liên quan đến vấn đề thuế hay pháp luật của các khoản đầu tư của bạn nên được thảo luận với nhà tư vấn thuế và pháp luật riêng.

(*) Chú ý: Số phần trăm ở mỗi cột không được là 100%. Vì nguồn tài chính của mỗi người khác nhau nên bạn có thể thêm vào hoặc bớt đi các khoản chi tiêu. Tuy nhiên, ngân quỹ của bạn phải là tổng

100% thu nhập.

(1) Ted Turner tên đầy đủ là Robert Edward Turner III, sinh ngày 19/11/1938 tại Cincinnati, Ohio, Mỹ. Ông là người sáng lập ra kênh truyền hình CNN (Cable News Network) - mạng truyền hình cáp đầu tiên ở Mỹ thực hiện phát sóng 24 giờ suốt 7 ngày trong tuần.

(1). Lassi: Loại đồ uống được chế biến từ sữa chua và sữa.

(1). Martin Luther King, Jr (15/1/1929 – 4/4/1968) là nhà hoạt động dân quyền Mỹ gốc Phi và là người đoạt giải Nobel Hòa Bình năm 1964. Ông là một trong những nhà lãnh đạo có ảnh hưởng lớn nhất trong lịch sử Hoa Kỳ cũng như lịch sử đương đại của phong trào bất bạo động.

(2). Henry Wadsworth Longfellow (1807 – 1882): Là nhà thơ người Mỹ, tác giả của nhiều tập thơ nổi tiếng: The Song of Hiawatha (Bài ca về Hiawatha), A Psalm of Life (Bản thánh ca của cuộc đời), Excelsior...

(3). Theodore Roosevelt (1858 – 1919): Tổng thống thứ 26 của Hoa Kỳ.

(4). Michael Jordan (1963): Là cầu thủ bóng rổ nhà nghề nổi tiếng thế giới của Mỹ đã giải nghệ. Anh được coi là một trong những cầu thủ bóng rổ vĩ đại nhất mọi thời đại, và là người đã phổ biến môn bóng rổ của NBA (National Basketball Association - Liên đoàn bóng rổ quốc gia Mỹ) ra toàn thế giới trong thập niên 1980, 1990.

(5). Mahatma Gandhi (1869 – 1948) là anh hùng dân tộc Ấn Độ đã chỉ đạo cuộc kháng chiến chống chế độ thực dân của Đế quốc Anh và giành độc lập cho Ấn Độ với sự ủng hộ nhiệt liệt của hàng triệu người dân. Trong suốt cuộc đời, ông phản đối tất cả các hình thức khủng bố bạo lực và thay vào đó, chỉ áp dụng những tiêu chuẩn đạo đức tối cao.

(6). Jack Welch là cựu Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc tập đoàn General Electric. Ông có công lớn trong việc phát triển GE. Tạp chí Fortune tặng cho ông danh hiệu “CEO tạo ra giá trị cao nhất thế giới”. .sup .sup

(7). Edgar Allan Poe (1809 – 1849) là nhà văn, nhà viết kịch, nhà phê bình, nhà thơ Mỹ. Poe là ông tổ của thể loại truyện trinh thám và hình sự, có ảnh hưởng tới Arthur Conan Doyle (tác giả loạt truyện về Sherlock Homes).

(8). Aristotle (384 – 322 TCN) là nhà triết học, nhà giáo dục và nhà khoa học Hy Lạp cổ đại.

(9). Arthashastra là tác phẩm của một quan chức cao cấp và nhà hiền triết trong triều Chandragupta, vương triều Maurya, thế kỉ 4 TCN, Kautilya, tiếng Việt là “Luận về bốn phận” (một số tác giả nước ngoài dịch là “Khoa học chính trị”).

(10). Shakespeare (26/4/1564 – 23/4/1616) là nhà thơ và nhà soạn kịch người Anh lừng danh thế giới. Ông viết khoảng 38 vở kịch và nhiều loại thơ khác, đặc biệt là thơ sonnet.

(11). Ronald Reagan (1911 – 2004) là tổng thống thứ 40 của Hoa Kỳ

(12). Wal-Mart: “Đế chế” bán lẻ có doanh thu lớn nhất thế giới, do Sam Walton thành lập năm 1962.

(13). Costco: Tập đoàn bán lẻ đứng thứ 5 ở Mỹ. Lúc mới hình thành, Costco chỉ là cửa hàng nhỏ lẻ ở Seattle vào năm 1983, đến nay đã có 457 cửa hàng, hầu hết tập trung ở Mỹ, ngoài ra còn có ở Canada, Anh, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản. Costco đang trở thành đối thủ cạnh tranh đáng lưu ý của “đại gia” Walmart.

(14). Starbucks: Thương hiệu cà phê nổi tiếng trên toàn thế giới, có trụ sở ở Seattle, Washington, Hoa Kỳ..

(15). Apple: Tập đoàn công nghệ máy tính của Mỹ có trụ sở chính đặt tại Silicon Valley, San Francisco, bang California.

(16). Amazon.com: Công ty thương mại điện tử đa quốc gia có trụ sở tại thành phố Seattle, bang Washington, Hoa. Đây là nhà bán lẻ trực tuyến lớn nhất Hoa Kỳ.

(17). Arnold Palmer: Cầu thủ chơi gôn chuyên nghiệp người Mỹ, được xem là tay gôn vĩ đại nhất

trong lịch sử của môn thể thao môn chuyên nghiệp/nhà nghề.

(18). Ralph Waldo Emerson (1803 – 1882): Là nhà viết tiểu luận, nhà thơ, triết gia người Mỹ, và cũng là người đi đầu trong phong trào tự lực cánh sinh và triết lý siêu việt (tiếng Anh là transcendentalism).

(1). Malcolm Gladwell: Tác giả cuốn sách “Những kẻ xuất chúng”.

(2). Johannes Gutenberg (1390-1468) là công nhân và nhà phát minh người Đức. Ông đã phát minh ra phương pháp in dấu vào những năm 1450.

(3). John Chambers: Giám đốc điều hành của Cisco Systems. Trên 10 năm gắn bó, Chambers đã đưa công ty từ cấp hạng trung thành công ty hàng đầu trên thế giới. Do đó, ông được mệnh danh là “Giám đốc điều hành của tương lai”.

(4). John Chambers: Giám đốc điều hành của Cisco Systems. Trên 10 năm gắn bó, Chambers đã đưa công ty từ cấp hạng trung thành công ty hàng đầu trên thế giới. Do đó, ông được mệnh danh là “Giám đốc điều hành của tương lai”.

(5). Numbers USA: Tổ chức phi lợi nhuận của những người không phân biệt đảng phái chính trị, hoạt động nỗ lực để ổn định dân số nước Mỹ.

(6). Medicare và Medica: Chương trình chăm sóc sức khỏe do chính phủ Mỹ tài trợ.

(7). Nguyên gốc là “buy-cott”. Trước đó, tác giả sử dụng từ “boy-cott” (có nghĩa là “tẩy chay”) để thể hiện phản ứng không đồng tình của khách hàng. Khi quan điểm thay đổi, khách hàng “chúc lỗi” bằng cách quay trở lại sử dụng sản phẩm của Whole Foods, tác giả sử dụng lỗi chơi chữ “buy-cott”, để chuyển tải được lỗi chơi chữ của tác giả, người dịch đã sử dụng từ “mua chay”.

(8). Daniel Pink: Học giả người Mỹ, tác giả cuốn “Một tư duy hoàn toàn mới – Bán cầu não phải sẽ thống trị tương lai”. .sup

(1). Birmingham: Thành phố miền Bắc Alabama và cũng là thành phố lớn nhất tiểu bang Alabama với số dân hơn 240.000 người

Context dependent behavior

Driving While Distracted

Asperger syndrome

Executive skills

Neuroscientists

Jekyll and Hyde Behaviors

Lost and Found

White matter

Gray matter

A quadrillion= 1,000,000,000,000,000 (10¹⁵)

Functional magnetic resonance imaging

Amygdala

Insula

The fight-or-flight response

Plasticity of brain

Hot and cool cognition

Neurotransmitter

Limbic system

Attention-deficit/hyperactivity disorder (ADHD)

Positive psychology

Premark Principle

Grandma’s Law

1. Một sản phẩm hoặc dịch vụ đổi mới được gọi tắt là một đổi mới.

2. VP: Phó chủ tịch. Mgr: Nhà quản lý. Proj: Dự án.

Vấn đề nan giải là vấn đề có tính chất khó khăn dai dẳng, khó xử lý và kiểm soát tới mức không thể giải quyết được.

6-Sigma (Six Sigma) là một hệ phương pháp cải tiến quy trình dựa trên thống kê nhằm giảm thiểu tỷ lệ sai sót hay khuyết tật đến mức 3,4 lỗi trên mỗi triệu khả năng gây lỗi bằng cách xác định và loại trừ các nguồn tạo nên dao động (bất ổn) trong các quy trình kinh doanh.

Học thuyết Deming: Học thuyết về quản lý chất lượng, do William Edwards Deming – nhà thống kê nổi tiếng người Mỹ – đưa ra. Deming chủ trương theo dõi chặt chẽ mọi quá trình sản xuất bằng công cụ thống kê. Vòng tròn Quản lý chất lượng của Deming gồm bốn yếu tố: lập kế hoạch, thực hiện kế hoạch, kiểm tra và khắc phục sai lỗi.

Đây là thuật ngữ do Richard Buchanan đưa ra, chỉ nền văn hóa thiết kế cũ.

Cuốn sách WorldChanging: A User's Guide for the 21st Century (Làm thay đổi thế giới: Kim chỉ nam cho thế kỷ XXI) của cây bút Mỹ Alex Steffen giới thiệu những sản phẩm, xu hướng, công trình kiến trúc và dịch vụ mang tính sáng tạo, có lợi cho Trái đất.

Tetra Pak là tập đoàn kinh tế chuyên sản xuất bao bì bằng giấy carton do tỷ phú Ruben Rausing (Thụy Điển) sáng lập. Bao bì Tetra Pak được làm bằng giấy carton, có thể tái chế.

Trường phái Bauhaus do nhà thiết kế Walter Gropius khởi xướng năm 1919, bắt nguồn từ thành phố Weimar, miền Đông nước Đức, nhằm tôn vinh tính thực dụng và đơn giản.

Dãy số Fibonacci: dãy số nổi tiếng do nhà toán học người Ý Leonardo Fibonacci (1175-1250) tìm ra, được biến hóa vô tận.

Ô tô lai là loại hình phương tiện ghép, sử dụng từ hai nguồn nhiên liệu trở lên cho động cơ, thường nhiên liệu chính vẫn là xăng và nguồn nhiên liệu thứ hai là điện.

Khóa dính Velcro: Loại khóa quần áo có hai dải, một dải nhám, một dải trơn, khi kéo sẽ dính chặt lại với nhau.

FTSE 100: Chỉ số cổ phiếu của 100 công ty có giá trị vốn hóa lớn nhất được niêm yết trên Sàn Giao dịch Chứng khoán London (LSE), được bắt đầu từ ngày 3/1/1984, với điểm sàn là 1.000).

1. Lean và 6 Sigma: Biện pháp cải tiến hoạt động của doanh nghiệp bằng cách loại bỏ lãng phí một cách hệ thống dựa vào nỗ lực hợp tác theo nhóm.

2. Hệ thống sản xuất tinh gọn (lean): Phương pháp cải tiến có hệ thống, liên tục và tập trung vào việc tạo thêm giá trị cho khách hàng cùng lúc với việc loại bỏ các lãng phí (wastes) trong quá trình sản xuất/cung cấp dịch vụ.

1. Godfather: một tác phẩm rất nổi tiếng của nhà văn Ý Mario Puzo.

1. CPA: certified public accountant.

1. Lục căn: bao gồm mắt, tai, mũi, lưỡi, thân, ý

2. Hiền giả: Chỉ Hiền giả Minh Triết, người đang thực hành và ứng dụng phương pháp Thiền Minh Triết (Phát triển Lục Nhiệm Màu và Sự Thông Minh Sâu thẳm bên trong).

3. Phật Tâm Danh: Tên dùng để kích hoạt sự Thông Minh Sâu Thẳm mà tác giả đã ẩn chứng cho người học và thực hành các Phương pháp Duy Tuệ.

1. Garrison Keillor (7/8/1942): là nhà văn châm biếm, nhà thơ trào phúng, nhà soạn kịch người Mỹ.

1. S&P 500: Cổ phiếu trung bình của 500 công ty thuộc Standard & Poor.

1. Chỉ số Dow Jones: Chỉ số trung bình công nghiệp Dow Jones, là một trong vài chỉ số thị trường chứng khoán, do Charles Dow tạo ra. Ông là chủ báo The Wall Street Journal và đồng sáng lập viên của công ty Dow Jones & Company vào thế kỷ XIX.

1. Chuỗi cửa hàng quần áo dành cho phụ nữ.

1. Là vở kịch mang tên Waiting for Godot của nhà văn được giải Nobel Văn học Samuel Beckett. Đây là tác phẩm nói về hai người đàn ông cả đời chỉ biết chờ đợi một nhân vật không quen biết tên là “Godot”.

1. Bono: Nghệ danh của học sĩ, ca sĩ, doanh nhân và nhà hoạt động xã hội người Ireland, Paul David Hewson.

2. WWF (World Wildlife Fund): Quỹ bảo vệ đời sống thiên nhiên thế giới.

3. The Body Shop: Nhà sản xuất và bán lẻ toàn cầu các sản phẩm mỹ phẩm có nguồn gốc và cảm hứng từ thiên nhiên.

4. Joe Boxen: Hãng đồ lót của Mỹ.

1. Là chất dẫn truyền thần kinh, có tác dụng giảm đau.

1. Là khoa học ứng dụng liên quan tới việc tổ chức và sắp xếp mọi thứ sao cho con người có thể sử dụng chúng dễ dàng và an toàn.

1. Chuyên gia marketing và thương hiệu.

4. Rainmaker (Người tạo mưa): ngày nay khái niệm này được sử dụng để chỉ người bán hàng xuất sắc – người mang thu nhập về cho tổ chức, dù đó là tổ chức lợi nhuận hay phi lợi nhuận.

1. Chamanisme: một loại hình tôn giáo cho rằng một người nào đó, do bẩm sinh hay sau một thay đổi căn bản về cơ thể hoặc tâm lý, tinh thần, có khả năng giao tiếp với các siêu linh, các vong hồn bằng cách hồn thoát khỏi xác, hoặc thần thánh, ma quỷ nhập vào mình, để cầu xin với siêu linh một điều gì.

2. Chũ cái đầu của các từ Meaning – ý nghĩa; Moat – hào; Management – quản lý; Margin of safety – biên an toàn.

3. Sticker price: là giá bán lẻ sản phẩm mà nhà sản xuất đề nghị, thông thường giá này có thể thương lượng được.

Viết tắt của các từ tiếng Anh: Energy: năng lượng, Energize: kích thích, Edge: sắc sảo, Execute: thực hiện, Passion: đam mê.

Đạo luật Sarbanes-Oxley, còn được biết với tên Đạo luật Sarbox là một trong những luật căn bản của nghề kế toán, kiểm toán, được ban hành tại Hoa Kỳ năm 2002. Mục tiêu chính của Đạo luật này bảo vệ lợi ích của các nhà đầu tư vào các công ty đại chúng bằng cách buộc các công ty này phải cải thiện sự đảm bảo và độ chính xác của các báo cáo, các thông tin tài chính công khai.

1. Mã Hữu Hữu: nghệ sỹ cello, nhạc sỹ nổi tiếng người Pháp gốc Hoa.

(2) Áp lực đồng cấp: Khái niệm mô tả sự thay đổi của một cá nhân hay bị thôi thúc thay đổi về thái độ, hành vi đạo đức do chịu sức ép trực tiếp của những người trong cùng nhóm.

(6) Gung Ho: Bắt nguồn từ tiếng Trung, Gung tức là Công - làm việc, và Ho tức là Hợp - hòa hợp, hợp tác; Gung Ho nghĩa là hợp tác để làm việc chung với nhau. Ngày nay, nó có nghĩa là một thái độ hăng say, tận tâm tận lực đối với một vấn đề nào đó.

(1) SAT: Kỳ thi kiểm tra năng lực ứng viên xin học đại học. SAT trên 1.000 điểm đủ điều kiện học tại Mỹ.

(5) The Dogs of the Dow: là chiến lược khuyên các nhà đầu tư hàng năm mua 10 loại cổ phiếu trong số 30 Cổ phiếu Công nghiệp Bình quân Dow Jones có số chia lợi tức cao nhất.

3. Kaizen: được ghép từ hai từ tiếng Nhật: Kai – “Thay đổi” và Zen – “Tốt hơn”, nghĩa là “Thay đổi để tốt hơn” hoặc “Cải tiến liên tục”. Để tìm hiểu thêm về phương pháp này, mời đọc cuốn Kaizen – Thiết lập Hệ thống Cải tiến Liên tục thông qua Thực hiện Đề xuất của Người lao động do Alpha Books xuất bản.

(4) Jan Carlzon, thành viên ban điều hành Hãng hàng không Scandinavian, đã viết cuốn sách Moment of Truth (Khoảnh khắc của sự thật), và cụm từ này đã trở nên phổ biến trong dịch vụ khách hàng – nó là phương tiện để định nghĩa khoảnh khắc mà khách hàng đánh giá sản phẩm hay dịch vụ và tuyên bố

kết luận “cái này tốt” hoặc “tôi không thích cái này”.

1. Hiệu ứng Pygmalion hay còn gọi là Self-fulfilling prophecy (lời tiên đoán tự trở thành hiện thực) được xem như một bí quyết quan trọng trong quản lý nhân sự. Nếu một người (hoặc chính ta) nghĩ ta thông minh hay ngu dốt hay sao đó, họ sẽ đối xử với ta theo cách mà họ nghĩ. Nếu ta được đối xử như thể ta thông minh hay ngu dốt hay sao đó, ta sẽ hành xử và thậm chí trở thành như thế. Do vậy, những “tiên cảm” ban đầu của người đó về ta đã trở thành hiện thực! Tóm lại, một khi ý niệm đã hình thành, thậm chí ngay cả khi nó không đúng với thực tế, chúng ta vẫn có khuynh hướng hành xử theo đó. Và kỳ diệu thay, kết quả sẽ xảy ra đúng theo kỳ vọng đó, như thể có phép lạ!

2. Ngụ ý đến tiểu thuyết Strange Case of Dr. Jekyll and Mr. Hyde của Robert Louis Stevenson, kể về một người đa nhân cách, thể hiện hai tính cách hoàn toàn đối nghịch - thiện và ác - trong cùng một con người.

1. JIT (Just-in-time): hệ thống hoạt động đảm bảo một dòng sản phẩm đều đặn đi qua hệ thống với lượng tồn kho nhỏ nhất – nhận đơn đặt hàng và đảm bảo giao hàng đúng thời gian cam kết thay vì sản xuất hàng loạt và chờ đợi đơn đặt hàng.

2. Số tiền mà người được bảo hiểm sẵn sàng trả cho chi phí thuốc thang trong thời gian thăm quan tại nước đó.

3. Stretch Goals: là thuật ngữ được Jack Welch của GE đặt ra, chỉ những mục tiêu dường như không thể đạt được với các nguồn lực hiện tại. Bằng cách chỉ rõ ra “điều không thể đạt được”, mọi người buộc phải suy nghĩ sáng tạo, cố gắng vượt mức thông thường của họ.

1. Phản hồi 360 độ (360 Degree Feedback) là phương pháp đánh giá nhân viên (thường ở cấp quản lý và lãnh đạo) bằng cách thu thập dữ liệu về họ trong những tình huống làm việc thực tế và về những phẩm chất hoạt động mà họ thể hiện thông qua quá trình tổng hợp thông tin từ những người tiếp xúc với cá nhân được đánh giá (giám đốc điều hành, quản lý, người đồng cấp, khách hàng hay đối tác...), nói chung là bất cứ ai đáng tin cậy và biết rõ về công việc của cá nhân đó đều có thể tham gia vào quá trình đánh giá này.

1. Time to market: Khoảng thời gian từ lúc sản phẩm được thai nghén đến lúc được tung ra thị trường. TTM đặc biệt quan trọng trong các ngành có sản phẩm lỗi một nhanh chóng.

1. Niccolò di Bernardo dei Machiavelli là nhà triết học chính trị, nhạc sĩ, nhà thơ, nhà soạn kịch. Ông được xem là một trong những nhà sáng lập của nền khoa học chính trị hiện đại. Sống trong thời Phục Hưng Italia, ông là nhân vật trung tâm của bộ máy chính trị thời đó. Niccolò Machiavelli là một biểu tượng của nhà chính khách đầy mưu mô, thủ đoạn, đạo đức giả, vô luân lý, tráo trở và bất nhân mà triết lý duy nhất là cứu cánh biện minh cho phương tiện.

Sáu Sigma (Six Sigma) là một hệ phương pháp cải tiến quy trình dựa trên thống kê nhằm giảm thiểu tỷ lệ sai sót hay đến mức 3,4 lỗi trên mỗi triệu khả năng gây lỗi bằng cách xác định và loại trừ các nguồn tạo nên dao động (bất ổn) trong các quy trình kinh doanh. Trong việc định nghĩa khuyết tật, Sáu Sigma tập trung vào việc thiết lập sự thông hiểu tường tận các yêu cầu của khách hàng và vì thế có tính định hướng khách hàng rất cao.

1. Hiệu ứng Pygmalion hay còn gọi là Self-fulfilling prophecy (lời tiên đoán tự trở thành hiện thực) được xem như một bí quyết quan trọng trong quản lý nhân sự. Nếu một người (hoặc chính ta) nghĩ ta thông minh hay ngu dốt hay sao đó, họ sẽ đối xử với ta theo cách mà họ nghĩ. Nếu ta được đối xử như thể ta thông minh hay ngu dốt hay sao đó, ta sẽ hành xử và thậm chí trở thành như thế. Do vậy, những “tiên cảm” ban đầu của người đó về ta đã trở thành hiện thực! Tóm lại, một khi ý niệm đã hình thành, thậm chí ngay cả khi nó không đúng với thực tế, chúng ta vẫn có khuynh hướng hành xử theo đó. Và kỳ diệu thay, kết quả sẽ xảy ra đúng theo kỳ vọng đó, như thể có phép lạ!

2. Ngụ ý đến tiểu thuyết Strange Case of Dr. Jekyll and Mr. Hyde của Robert Louis Stevenson, kể về

một người đa nhân cách, thể hiện hai tính cách hoàn toàn đối nghịch - thiện và ác - trong cùng một con người.

1. JIT (Just-in-time): hệ thống hoạt động đảm bảo một dòng sản phẩm đều đặn đi qua hệ thống với lượng tồn kho nhỏ nhất – nhận đơn đặt hàng và đảm bảo giao hàng đúng thời gian cam kết thay vì sản xuất hàng loạt và chờ đợi đơn đặt hàng.

2. Số tiền mà người được bảo hiểm sẵn sàng trả cho chi phí thuốc thang trong thời gian thăm quan tại nước đó.

3. Stretch Goals: là thuật ngữ được Jack Welch của GE đặt ra, chỉ những mục tiêu dường như không thể đạt được với các nguồn lực hiện tại. Bằng cách chỉ rõ ra “điều không thể đạt được”, mọi người buộc phải suy nghĩ sáng tạo, cố gắng vượt mức thông thường của họ.

1. Phản hồi 360 độ (360 Degree Feedback) là phương pháp đánh giá nhân viên (thường ở cấp quản lý và lãnh đạo) bằng cách thu thập dữ liệu về họ trong những tình huống làm việc thực tế và về những phẩm chất hoạt động mà họ thể hiện thông qua quá trình tổng hợp thông tin từ những người tiếp xúc với cá nhân được đánh giá (giám đốc điều hành, quản lý, người đồng cấp, khách hàng hay đối tác...), nói chung là bất cứ ai đáng tin cậy và biết rõ về công việc của cá nhân đó đều có thể tham gia vào quá trình đánh giá này.

1. Time to market: Khoảng thời gian từ lúc sản phẩm được thai nghén đến lúc được tung ra thị trường. TTM đặc biệt quan trọng trong các ngành có sản phẩm lỗi một nhanh chóng.

1. Niccolò di Bernardo dei Machiavelli là nhà triết học chính trị, nhạc sĩ, nhà thơ, nhà soạn kịch. Ông được xem là một trong những nhà sáng lập của nền khoa học chính trị hiện đại. Sống trong thời Phục Hưng Italia, ông là nhân vật trung tâm của bộ máy chính trị thời đó. Niccolò Machiavelli là một biểu tượng của nhà chính khách đầy mưu mô, thủ đoạn, đạo đức giả, vô luân lí, tráo trở và bất nhân mà triết lí duy nhất là cứu cánh biện minh cho phương tiện.

Sáu Sigma (Six Sigma) là một hệ phương pháp cải tiến quy trình dựa trên thống kê nhằm giảm thiểu tỷ lệ sai sót hay đến mức 3,4 lỗi trên mỗi triệu khả năng gây lỗi bằng cách xác định và loại trừ các nguồn tạo nên dao động (bất ổn) trong các quy trình kinh doanh. Trong việc định nghĩa khuyết tật, Sáu Sigma tập trung vào việc thiết lập sự thông hiểu tường tận các yêu cầu của khách hàng và vì thế có tính định hướng khách hàng rất cao.

1. Plugin (plug-in): là một bộ phần mềm hỗ trợ thêm những tính năng cụ thể cho một phần mềm ứng dụng lớn hơn. Nếu được hỗ trợ, plug-in cho phép tùy biến các chức năng của một ứng dụng. Ví dụ, plug-in thường được sử dụng trong các trình duyệt web để chơi video, quét virus, và hiển thị các loại tập tin mới. Ví dụ hai plug-in được biết đến rộng rãi bao gồm Adobe Flash Player và QuickTime. Add-on thường được coi là thuật ngữ chung dùng cho các snap-in, plug-in, các phần mở rộng và các chủ đề.

1. News Feed là một định dạng dữ liệu được sử dụng để cung cấp cho người sử dụng Facebook với nội dung cập nhật thường xuyên. Nội dung cung cấp thông tin phân phối một nguồn cấp dữ liệu web, qua đó cho phép người dùng đăng ký vào nó.

1. Trending: thuật ngữ được dùng trên Twitter, chỉ việc lan truyền một điều hoặc sự việc có gắn hashtag (ND)

2. Hashtag: thuật ngữ được dùng trên Twitter, chỉ từ được nhiều người sử dụng nhắc đến, thường đặt sau dấu “ (ND) ” id=””

1. Retweet: đăng lại nguyên văn dòng tweet đó trên tài khoản Twitter của mình (ND).

1. Tweet: dòng cập nhật trạng thái trên Twitter.com, giới hạn độ dài 140 ký tự.

Món đồ chơi trông giống một ống lò xo có hai đầu, nhờ nguyên lý vật lý nó có thể tự động thực hiện các bước nhảy liên tiếp qua bậc thang: khi giữ một đầu và đặt đầu còn lại xuống bậc thang thấp hơn,

thì đầu trên sẽ tự động “nhảy” xuống và thu lại thành hình khối lò xo ban đầu, trước khi “nhảy” xuống bậc thang tiếp theo (chú thích người dịch)

Từ “Nguyệt” và “Nhạc” trong tiếng Trung phát âm giống nhau.

Cách gọi khác của ni cô.

Tảng đá.

Theo quản lý hành chính thời phong kiến, mười hộ được gọi là một giáp, mỗi giáp chọn ra một người đứng đầu quản việc gọi là “giáp trưởng”.

Cách hành văn thời xưa.

Chỉ những kẻ “yêu râu xanh”, chuyên hãm hiếp bức hại phụ nữ.

Vật dụng dùng để chải răng của người xưa, có cán bằng gỗ, phần đầu có gắn những sợi lông mềm.

Trong tiếng Trung, ba từ 揩齿 kai chi: Chải răng, 开始 kai shi: Bắt đầu và 开齿 kai chi: Mở răng, đọc gần giống nhau.

Trong tiếng Trung, từ “Cổ lên” dịch theo nghĩa đen là “thêm dầu”.

Còn có tên gọi khác là kinh thụ bì, kim tiền tủng, có công hiệu diệt trùng, trị ngứa.

Một hiện tượng mất trí nhớ bất thường mang tính lựa chọn, gọi tắt là chứng lãng quên tâm lý, người bệnh do chịu chấn động quá lớn bởi sự kiện nào đó mà tạm thời không dám nhớ lại một phần hoặc toàn bộ sự việc đã xảy ra.

Thuật ngữ mô tả một trạng thái tâm lý trong đó người bị bắt cóc lâu ngày chuyển từ sợ hãi và căm ghét sang thông cảm và quý mến chính kẻ bắt cóc mình. Nguồn gốc của thuật ngữ này là từ một vụ án xảy ra năm 1973 tại Stockholm, Thụy Điển.

Tiếng Anh nghĩa là: Trường hợp.

Tổ chức tín dụng thời xa xưa, bắt đầu xuất hiện vào thời nhà Minh, có chức năng giống như ngân hàng ngày nay.

Người phụ nữ trung niên làm công việc nặng nhọc, trong trường hợp này là người kiểm tra trình tiết của các cô nương, nhằm phục vụ việc phá án.

Trong tiếng Trung, chữ “Võ” và chữ “Vô” đọc gần giống nhau.

Đạo bào: Áo khoác dài chằm gót mà đạo sĩ thường mặc.

Tiếng Anh có nghĩa là trường hợp, vụ việc.

Họ Trần trong tiếng Trung phiên âm là Chén, họ Trình phiên âm là Chéng.

Tiếng Anh nghĩa là: Sáng tạo.

Thần trộm.

Tiếng Anh nghĩa là lỗi.

Tiếng Anh nghĩa là: Lạnh đạm, lạnh lùng, điềm tĩnh.

悔(Hải): Hey và 害(Hại) Hại: Hai từ này phát âm gần giống nhau.

Chỉ những lí lẽ đúng đắn xưa nay, không có gì để bàn cãi, nghi ngờ.

Hiện tượng hồi quang phản chiếu hay còn gọi là hiện tượng bừng tỉnh trước khi chết. Những người bệnh nặng lâu ngày, cơ thể suy yếu đột nhiên tỉnh táo, khỏe mạnh trong một thời gian ngắn, đó chính là dấu hiệu của hiện tượng này.

Ở đây tác giả muốn chơi chữ, trong tiếng Trung, khổ và đắng cùng một từ, phát âm là 'Kǔ'

Nhân yêu: Tiếng Thái gọi là grateai, tiếng Anh gọi là shemale, từ hiện đại dùng để chỉ những người nam giả nữ, nữ giả nam, người giới tính không bình thường.

Chỉ hành động, việc làm của một người là do hoàn cảnh bắt buộc, chứ không phải xuất phát từ nguyện vọng của bản thân người đó.

Câu này xuất phát từ một điển cố thời Tấn Trung Tông. Trọng thần trong triều là Vương Đôn khởi binh làm loạn, anh họ Vương Đôn là Vương Đạo cùng cả gia tộc bị liên lụy, ở ngoài cung chờ đợi. Vương

Đạo xin Chu Bá Nhân nói giúp trước mặt Hoàng đế, Bá Nhân không để ý, nhưng cũng dưng sợ xin xá tội cho Vương Đạo. Vương Đạo ghi hận trong lòng. Sau này Vương Đôn lên nắm quyền, hỏi Vương Đạo có muốn giết Bá Nhân không, Vương Đạo im lặng, thế là Bá Nhân bị giết. Sau đó Vương Đạo tìm thấy tấu chương của Bá Nhân, mới bừng tỉnh hiểu ra và thốt lên: “Ta không giết Bá Nhân, Bá Nhân lại vì ta mà chết. Trong tâm tôi, chỉ có bằng hữu tốt này.”

Âm Hán Việt “nhân gia” nghĩa là “người ta”.

Tên tiếng Anh của loại bệnh này là Change Blindness.

Trong y học, bệnh này được gọi là Claustrophobia.

Về mặt đạo nghĩa không cho phép từ chối.

Công nhân thủ công.

Tiết tháo: chí khí cương trực và trong sạch.

Trẻ hư.

Tổng số chữ trong bản thảo gốc.

1 Chú cần cô: Câu thần chú mà Đường Tăng đọc lên mỗi khi cần không chế Tôn Ngộ Không.

1. Một kiểu chơi chữ, lấy chữ Hán đồng âm phiên âm cho Intel nhưng với nghĩa xấu hơn (Ứng vô mồi).