

business secrets

The experts tell all!

QUẢN TRỊ NGHỀ NGHIỆP

Carolyn Boyes



THÔNG TIN
CÔNG NGHỆ



TRƯỜNG ĐẠI HỌC
CÔNG NGHIỆP - HÀ NỘI

Phần đông mọi người đến với nghề rất ngẫu nhiên, vì vậy khả năng thành công hay thất bại là ngang nhau. Ngược lại, nếu bạn biết cách quản trị nghề nghiệp, bạn sẽ kiểm soát được việc mình làm, phần đầu thắng tiền, khởi sự doanh nghiệp riêng hay làm thêm nghề khác.

Tôi đã có hơn 10 năm kinh nghiệm tư vấn cho rất nhiều người thuộc nhiều thành phần khác nhau ở khắp nơi trên thế giới về công việc và nghề nghiệp. Nhiều người có kinh nghiệm làm việc nhiều năm, nhiều người chỉ mới vào nghề. Nhưng bất chấp tuổi tác, nguồn gốc xuất thân hay những thành công trước đó, vấn đề đa số mọi người hay gặp phải đều là bối rối khi phải quyết định việc làm hay nghề nghiệp tương lai. Vấn đề thường là do chưa dành đủ thời gian suy nghĩ chọn nghề phù hợp, chưa xác định được mục tiêu trước mắt, mục tiêu lâu dài và chưa biết cách thực hiện mục tiêu để thành công.

Có người dù rất thành công cũng chưa biết hết những **bí quyết** nghề nghiệp. Tôi cũng từng giống như họ. Tôi đã phải tự suy nghĩ để tìm những **bí quyết** của riêng mình. Nhưng bạn thì khác, bạn sẽ tìm được **50 bí quyết** để thành công trong cuốn sách này.

Các bí quyết được trình bày qua 7 chương để tiện theo dõi như sau:

- **Tự chủ.** Khuyến bạn nên tĩnh tâm vài phút xem xét lại chính mình và xác định điều gì là quan trọng nhất trong cuộc sống.
- **Dám mơ ước.** Cách đặt mục tiêu phù hợp với khát vọng và ước mơ của bạn.
- **Tiềm năng.** Bí quyết giúp bạn nỗ lực và có được sự thăng tiến trong công việc.
- **Tự tiếp thị bản thân.** Cách làm mọi người trong nghề biết đến bạn và đạt được mơ ước.
- **Giữ thăng bằng.** Giúp bạn biết cách vượt qua căng thẳng.
- **Đổi nghề.** Cho bạn những gợi ý để đổi nghề thành công.
- **Kinh doanh độc lập.** Yếu tố mang lại thành công khi quyết định đổi từ công việc làm thuê sang thành lập doanh nghiệp riêng.

Nếu bạn theo đúng những **bí quyết** trong 7 chương này, bạn sẽ biết cách quản trị nghề nghiệp để có được thành công.

Một kế hoạch nghề nghiệp hợp lý giúp bạn có một sự nghiệp được quản trị tốt suốt đời.

Tự chủ

Việc đầu tiên của quản trị nghề nghiệp là nhận biết chính mình. Đọc chương 1, bạn sẽ xác định được không chỉ sở trường mà còn cả động cơ nghề nghiệp của bản thân. Biết chính xác khả năng của mình là điều rất quan trọng khi đặt kế hoạch cho những giai đoạn sau.

1.1 Dám nghĩ, dám làm

Bạn chủ động chọn nghề hay để mọi việc tự đến với mình?

Trước đây cứ tốt nghiệp đại học hay trung học xong là coi như sẽ có việc làm ổn định cả đời. Nhưng hiện nay, thế giới đang thay đổi rất nhanh và không có gì bảo đảm rằng bạn sẽ có việc làm suốt đời, cũng chẳng có gì bảo đảm là công ty bạn đang làm sẽ tiếp tục hoạt động, hay ngành nghề bạn đang làm sẽ còn tồn tại trong thập niên sau. Trong thế giới vạn biến đó, để thành công bạn phải tự chủ thay đổi theo nó.

Giới doanh nhân thường tự tạo tiền đồ (tức là may mắn và tiền bạc). Họ không chờ tiền đồ tự đến, mà tự tạo theo ý mình. Điều này được diễn tả bằng phương trình:

Nguyên nhân → kết quả.

- **Bạn ở phía nào trong phương trình nguyên nhân → kết quả trên?** Bạn là người chủ động tạo ra tình huống của mình hiện nay hay người khác đã làm điều đó giúp bạn? Bạn có dám tự mình chịu trách nhiệm về sự nghiệp của mình hay bạn chỉ thụ động chờ thời?
- **Hãy quyết định cho chính bạn.** Dùng phương trình nguyên nhân → kết quả như một lời nhắc nhở rằng bạn phải chịu trách nhiệm cho những quyết định nghề nghiệp của bạn.

Dám làm, dám chịu mới đúng là tinh thần doanh nhân. Hàng ngày, doanh nhân tự chịu trách nhiệm làm cho nghề nghiệp thành công. Còn người làm công ăn lương lại chỉ quen thụ động. Họ cho rằng cứ đi làm đúng giờ là đủ để làm việc ăn lương đến 30 năm sau.

Trong tình thế nhiều thay đổi hiện nay điều đó rất bấp bênh. Mọi người đều cần phải “chủ động” trong nghề nghiệp.

“Khám phá lớn nhất của thế hệ tôi là con người có thể thay đổi cuộc đời họ bằng cách thay đổi thái độ tinh thần của chính họ.”

William James, nhà tâm lý

Một phút suy ngẫm:

Hãy dành đôi phút tĩnh lặng và suy nghĩ về vị trí nghề nghiệp của bạn hiện nay. Làm sao để nghề nghiệp bạn đang làm được thành công mỹ mãn mỗi ngày. Chính bạn chịu trách nhiệm đó.

Bạn cần phải suy nghĩ như một doanh nhân nếu bạn muốn có những cơ hội việc làm tốt và thăng tiến.

1.2 Tự đánh giá bản thân

Điều đầu tiên giúp bạn đi đúng hướng trong nghề nghiệp là làm bản đánh giá bản thân. Đánh giá bản thân là đánh giá mặt nào bạn thực sự giỏi. Không những chỉ ở những kỹ năng và kiến thức chuyên môn mà còn cả ở những khả năng tự nhiên và ưu điểm bản thân.

Cách hay nhất là bạn hãy làm một danh mục những vai trò hay công việc bạn đã từng làm trong quá khứ và phân tích lần lượt từng cái. Hãy nghĩ về những kỹ năng bạn đã sử dụng và những kiến thức bạn có. Hãy xác định những kỹ năng nào bạn thường sử dụng hơn so với những kỹ năng khác.

Kế tiếp, hãy xét rộng ra những lĩnh vực khác. Thang điểm đánh giá: Trên trung bình – tốt – trung bình – dưới trung bình. Hãy ghi lại những kết quả đó.

- **Giao tiếp.** Ví dụ, khả năng tác động đến người khác, thuyết phục, hỗ trợ, thương lượng, bán hàng, giải khuây hay giảng dạy.
- **Ý tưởng.** Như đột phá, tìm tòi, giàu tưởng tượng hay sáng tạo; tư duy trừu tượng tốt về những khả năng tương lai; tìm cách thay đổi hay cải tiến mọi việc tốt hơn.
- **Kỹ năng.** Ví dụ, khéo tay, năng khiếu về máy móc thiết bị, sử dụng dụng cụ, kỹ năng thực hành.
- **Dữ liệu.** Ví dụ, làm việc số liệu hay thông tin, diễn giải và trình bày

dữ liệu, công nghệ thông tin, tổ chức và điều phối.

So sánh những kỹ năng bạn thường sử dụng trong quá khứ với danh mục những mặt nổi trội của bạn. Bạn cũng có thể làm một danh mục mới bằng cách kết hợp hai danh mục trên: những kỹ năng mạnh của bạn kết hợp những kỹ năng bạn đã có kinh nghiệm. Danh mục đó liệt kê đầy đủ những ưu điểm bạn có thể “chào bán” sau này khi đổi nghề.

Hãy suy nghĩ xem bạn có ưu điểm gì trong giao tiếp, ý tưởng, kỹ năng hay dữ liệu.

Tình huống: Công việc đầu tiên Sally làm thuộc lĩnh vực bảo hiểm. Cô phải xử lý số liệu và thông tin cả ngày. Công việc nhàm chán khiến cô chán nản và thường bỏ lỡ những dịp thăng tiến. Sally trải qua 10 năm vô vọng với công việc đó. Rồi công ty cô làm gặp khó khăn và tinh giản biên chế cô. Sally nhận cơ hội đó nghiêm túc xem xét lại toàn bộ những kỹ năng và kinh nghiệm của mình. Nhờ làm bản trắc nghiệm năng lực tinh thần, cô biết mình thích hợp với công việc giao tiếp. Hiện nay, cô làm việc cho một công ty nhỏ chuyên bán hàng trực tiếp. Cô cho biết “Kỹ năng tốt nhất của tôi là giao tiếp. Được làm đúng sở trường nên tôi rất hạnh phúc. Công việc thành công đến nỗi tôi đã được đề bạt chỉ sau một năm!”

1.3 Khám phá những STAR của bạn

Bạn đã từng đảm đương những công việc gì trong nghề? Bạn đã từng có những thành tích gì đáng tự hào? Thành tích là một cái gì đó bạn đã gặt hái kèm theo một kết quả tốt. Nếu bạn biết những gì giúp đạt thành tích trong quá khứ, thì bạn cũng sẽ biết cách để có được những thành quả khác tương tự như thế trong tương lai và tạo được một đỉnh cao cho nghề nghiệp của bạn.

Từ “thành quả” nghe có vẻ hơi quá vĩ đại đối với nhiều người. Chúng ta thường nghe người ta nói “Tôi chưa đạt được thành quả gì cả”, vì bản thân từ thành quả nghe có vẻ lớn lao, như trở thành Giám đốc Điều hành một công ty nào đó chẳng hạn. Nhưng thực ra, thành quả chính là những gì bạn đạt được trong công việc, nghề nghiệp hay trong đời sống cá nhân.

Thành quả đơn giản chỉ là một việc làm nào đó bạn đã làm có kết

qua mỹ mãn. Cách đơn giản để nhớ nó là công thức STAR:

- **S = Situation (Tình huống).** Tình huống nào đó bạn đã từng trải qua trong công việc. Hãy mô tả lại chi tiết tình huống đó ra giấy.
- **T = Task (Nhiệm vụ).** Nhiệm vụ hay trách nhiệm bạn đã nhận lãnh trong tình huống đó?
- **A = Action (Hành động).** Thành quả không mang tính thụ động. Bạn đã làm gì để thực hiện nhiệm vụ? Tổ chức? Lãnh đạo? Điều hành? Tính toán? Thuyết phục?
- **R = Result (Kết quả).** Bạn đã đạt được kết quả gì tích cực? Tiết kiệm chi phí? Giúp ích thiết thực cho con người? Hỗ trợ cho nhóm? Giúp cho việc khác hiệu quả hơn?

Qua những thành quả nghề nghiệp bạn đã đạt được hãy xác định những kỹ năng bạn có. Hãy lấy một thành quả bất kỳ và liệt kê ra những kỹ năng bạn đã sử dụng để có kết quả đó, chẳng hạn như kỹ năng thông tin, lãnh đạo, làm việc nhóm. Bạn sử dụng kỹ năng nào nhiều nhất?

Để tự đánh giá tốt, hãy làm riêng một danh mục cho từng thành quả trong mỗi lĩnh vực nghề nghiệp của bạn từ trước tới nay. Tổng hợp tất cả những danh mục đó bạn sẽ biết được đầy đủ những kỹ năng của mình. Nên nhớ là bạn luôn có thể chuyển các kỹ năng từ công việc này sang công việc khác.

Một phút suy ngẫm:

Để hiểu những gì bạn trân quý qua những thành quả đạt được, hãy xem xét từng thành quả và tự hỏi xem thành quả đó có ý nghĩa gì quan trọng không. Nếu chúng không mang lại ý nghĩa gì quan trọng, hãy mạnh dạn thôi làm công việc đó. Hoặc nếu những thành quả quý giá bạn đã đạt được đều thuộc cuộc sống cá nhân bạn thì có lẽ là công việc bạn đang làm không phù hợp với bạn, bạn nên ngưng ngay công việc đó để tìm một công việc mới phù hợp hơn.

Áp dụng công thức STAR khi liệt kê những thành quả bạn đã đạt được sẽ cho bạn cái nhìn tổng quát về những kỹ năng mà bạn có.

1.4 Khám phá 3P của bạn

Nếu bạn không thích công việc mình đang làm thì chẳng mong gì

có được thành công. Có thể bạn vẫn làm việc bình thường nhưng bạn sẽ chẳng có niềm vui khi làm công việc đó. Ba “chất liệu” làm cho một nghề nghiệp vừa có niềm vui vừa có thành công là: Passions (đam mê), Purpose (mục đích) và Principles (nguyên tắc). Hãy tìm hiểu xem 3P của bạn là gì và hãy dùng chúng khi lập kế hoạch nghề nghiệp của bạn.

Passion: Đam mê là những cái bạn yêu thích, hứng thú và mang đến niềm vui cho cuộc sống hàng ngày của bạn. Cách khám phá những đam mê của bạn:

- Những hoạt động bạn cần phải thực hiện mỗi ngày để cảm thấy được thỏa mãn.
- Những hoạt động bạn muốn có nhưng không nhất thiết phải có mỗi ngày.
- Những hoạt động bạn không muốn thực hiện trong công việc của mình (vì nó hủy hoại sự đam mê, làm bạn mất hứng thú với nghề nghiệp).

Purpose: Mục đích là cảm giác thỏa mãn bạn có được trong nghề nghiệp đúng sở trường của bạn. Bạn biết mình đang làm một công việc đúng mục đích khi bạn cảm thấy “đang làm đúng với lương tâm”, và đúng “việc cần làm”. Hãy nghĩ xem điều gì thực sự mang lại ý nghĩa cho nghề nghiệp để khám phá mục đích của bạn.

Principle: Nguyên tắc là chữ P thứ 3. Đó chính là những tiêu chuẩn đạo đức bạn cần tuân thủ để hài lòng trong công việc. Ví dụ nếu bạn là người ăn chay nhưng buộc phải làm một công việc với thịt thì lúc đó là bạn chưa làm việc đúng với nguyên tắc của bạn. Khi bạn làm việc đúng với nguyên tắc, bạn sẽ cảm thấy hài lòng với công việc và thấy nó phù hợp với cách bạn muốn sống trọn đời.

“Bạn sẽ biết mình đang trên đường đến thành công chỉ khi bạn làm đúng công việc sở trường, chứ không phải làm vì đồng tiền.”

Oprah Winfrey

Một phút suy ngẫm:

Đây chính là bản truy vấn nghề nghiệp bỏ túi. Hãy liệt kê toàn bộ những vai trò bạn đã trải qua trong nghề. Trong từng vai trò đó thì bạn sở trường nhất mặt nào? Hãy xem vị trí nào đáp ứng tốt nhất đam mê, mục đích và nguyên tắc của bạn và vị trí nào bạn

3P là Passion (đam mê), Purpose (mục đích) và Principle (nguyên tắc). Hãy khám phá 3P của bạn.

1.5 Làm bản đánh giá 360 độ

Bản đánh giá 360 độ là công cụ doanh nghiệp dùng để đánh giá một nhân viên. Nó là ý kiến phản hồi về người nhân viên trong công việc từ đồng nghiệp, khách hàng, cấp trên, cấp dưới. Nó được gọi là bản đánh giá 360 độ vì nó đánh giá toàn diện về việc làm, ưu điểm và kỹ năng của bạn.

Bạn không phải chờ đến khi công ty cho bạn cơ hội làm việc đó. Hãy tự làm bản đánh giá 360 độ của riêng mình để hiểu cách người khác đánh giá bạn trong một tình huống công việc. Bản đánh giá 360 độ rất dễ làm và bạn có thể tự làm dù đang có việc làm hay không.

- **Chọn một vài người biết rõ bạn và thường quan hệ với bạn.** Khoảng 10 người thì tốt, nhưng nếu không được 10 thì trên 5 là được.
- **Hãy hỏi ý kiến chân thành.** Trước hết, hãy nói rõ mục đích bạn muốn xin ý kiến mọi người về bản thân bạn. Vấn đề là bạn phải yêu cầu họ chân tình và bạn phải cởi mở, không tự ái để họ có thể thẳng thắn cho biết ý kiến của họ.
- **Hãy khách quan.** Cách tốt nhất để có được những lời khuyên khách quan và chân tình là hỏi mọi người xem liệu họ có ví dụ cụ thể nào về những gì bạn đã làm tốt cũng như những gì chưa tốt cần cải thiện hay không. Góp ý càng cụ thể thì bạn càng dễ áp dụng. Nếu chưa rõ điều gì, hãy hỏi lại nhưng phải cởi mở. Nên nhớ rằng những ý kiến đó là phản hồi, chứ không phải kiểm điểm.

Tiếp thu phản hồi mà không chống chế sẽ giúp bạn biết rõ những điểm yếu cũng như những điểm mạnh của bản thân mình.

“Cuộc đời thành công khi bạn sống trong tri thức và theo đuổi lý tưởng của mình, chứ không phải theo đuổi lý tưởng của người khác.”

Chin-Ning Chu, tác giả sách kinh doanh

Một phút suy ngẫm:

Một câu hỏi rất hiệu quả để xin ý kiến của người khác về bạn là
“Nếu có một việc tôi có thể làm để có cơ hội thăng tiến trong công
việc thì theo bạn đó là gì?”

**Hãy hỏi người thân về ưu, khuyết điểm của bạn và những gì
bạn cần cải thiện thêm để được hiệu quả hơn trong công
việc.**

Thành công nghề nghiệp đôi khi do may mắn. Nhưng cũng như bất cứ hành trình nào trong đời sống, bạn sẽ không thể đến được nơi muốn đến nếu không có mục tiêu hay kế hoạch cụ thể. Bí quyết quản trị nghề nghiệp là trước tiên phải biết chính xác nghề nào phù hợp với bạn. Hãy lấy những gì bạn đã biết về chính mình – tức ưu điểm, cá tính, đam mê, nguyên tắc – để áp dụng vào viễn cảnh nghề nghiệp tương lai của bạn.

Có được một viễn cảnh lâu dài trong nghề nghiệp sẽ giúp bạn có được những mục tiêu ngắn hạn, đặt kế hoạch nghề nghiệp lâu dài cũng như phản ứng tích cực đối với những thời cơ đến với bạn.

Một cuộc nghiên cứu trong thập niên 70 tại Hoa Kỳ đã phỏng vấn nhiều sinh viên về mục tiêu tương lai của họ. Chỉ một tỷ lệ rất nhỏ có tầm nhìn tương lai cho những năm sắp đến và số người viết được những viễn cảnh tương lai đó ra giấy rất ít. Sau nhiều năm, những nhà nghiên cứu thấy rằng những sinh viên mô tả được cụ thể mục tiêu cuộc đời họ thành đạt hơn toàn bộ những sinh viên còn lại.

Mục tiêu bắt đầu bằng khát vọng. Những thứ bạn muốn làm, muốn có trong nghề nghiệp của bạn là gì? Hãy thư giãn trước khi động não tìm ý tưởng.

- **Hãy động não** và viết ra những chọn lựa nghề nghiệp bạn từng khao khát. Sau đó xếp chúng theo thứ tự khát khao của bạn.
- **Hãy nghĩ về những kỹ năng và kiến thức bạn thích sử dụng.** Những ngành nào, nghề nào cần những kỹ năng đó?
- **Hãy mừng tưng quang cảnh một ngày lý tưởng của bạn.** Có những ai sẽ cùng tham gia? Bạn sẽ làm gì? Ngày đó bắt đầu ra sao? Bạn sẽ đi đâu?
- Hãy thiết kế môi trường lý tưởng của bạn. Bạn sẽ ở vị trí nào? Bạn mong muốn có những ai ở xung quanh?
- **Cân nhắc thật kỹ hơn.** Bạn cân làm gì để loại bỏ những thứ không thích và có thêm những thứ bạn muốn có trong đời?

Hãy đầu tư thời gian để ý tưởng được dồi dào. Hãy nghĩ xa hơn về tương lai. Bạn muốn nghề nghiệp thế nào sau 20 hay 30 năm nữa?

Đừng khắt khe với chính mình khi bạn lần đầu muốn làm việc này. Hãy nghĩ về tất cả mọi thứ bạn sẽ tự hào đạt được trong nghề. Những hạn chế, nếu có, cũng chỉ là những thứ bạn tự nghĩ. Đương nhiên bạn có lẽ không thể là nhà vô địch Olympic về môn lặn sâu ở tuổi 80, nhưng với những viễn cảnh mang tính khả thi thì khả năng đạt được là trong tầm tay bạn.

“Tương lai bạn nhìn thấy được chính là cái mà bạn sẽ có”.

Robert G. Allen, tác giả cuốn sách “One Minute Millionaire”

Một phút suy ngẫm:

Hãy dựa vào quá khứ để tìm hướng đi cho tương lai. Hãy nhớ lại từ 3 đến 5 lần thành công nhất của bạn từ trước đến nay và viết ra giấy. Hãy mô tả những gì bạn đã làm để có được thành công đó và những gì khiến bạn cảm thấy thành công. Bạn có thể thêm vào tương lai những mơ ước gì?

Hãy tự tạo cho mình một viễn cảnh và viễn cảnh đó sẽ là kim chỉ nam dẫn dắt bạn trong suốt tiến trình sự nghiệp.

Dựa trên viễn cảnh nghề nghiệp cụ thể đã có, hãy chia tách nó thành nhiều mục tiêu nhỏ. Công thức SMART (thông minh) sau đây sẽ giúp bạn vạch ra những mục tiêu ngắn hạn.

Những mục tiêu nhỏ là những cột mốc của mục tiêu lớn trong viễn cảnh nhiều năm sắp tới. Mục tiêu nhỏ sẽ làm cho những mục tiêu lớn đó khả thi. Những mục tiêu theo công thức SMART là:

- **S = Specific (cụ thể):** Cái bạn đặc biệt muốn có. Càng chi tiết càng tốt. Bạn muốn nó ở đâu, khi nào, thế nào, với ai?
- **M = Measurable (đo đếm được):** Làm sao bạn biết khi nào bạn đạt được mục tiêu đề ra? Bằng chứng cho thành công của bạn là gì?

- **A = Achievable (tính khả thi):** Bạn cần những hành động gì để đạt được những mục tiêu này? Đầu tư thêm thời gian? Cần thêm tài nguyên?
- **R = Realistic (thực tế):** Điều gì làm cho những mục tiêu đó khả thi và có thể thành công? Bạn có cần thay đổi điều gì không?
- **T = Timed (đặt thời hạn):** Nếu bạn xác định rõ thời điểm cụ thể cho từng mục tiêu, bạn sẽ càng tập trung hơn trong hành động.

Hãy tính toán khi nào bạn có thể đạt được những kết quả đó: 6 tháng, 1 năm, 2 năm, 10 năm, 20 năm?

Hãy chọn ra bốn mục tiêu quan trọng nhất trong năm nay. Hãy viết ra lý do tại sao bạn nhất thiết phải đạt bằng được những mục tiêu đó. Hãy cụ thể, súc tích và lạc quan. Hãy cho biết lý do tại sao bạn phải đạt được những kết quả đó.

Những mục tiêu đó sẽ giúp bạn làm được những gì? Hãy suy nghĩ về mục đích của chúng. Nếu đạt được những mục tiêu đó thì bạn sẽ được hay mất những gì? Bạn cần nỗ lực để hành động trong thời gian dài. Bạn có sẵn lòng hy sinh để đạt được những mục tiêu đó không?

Hãy nhớ rằng mục tiêu cần phải thiết thực và hấp dẫn, nếu không bạn sẽ sớm bỏ cuộc.

“Đừng cho rằng mình là người kiến tạo sự nghiệp mà hãy nghĩ rằng mình là người thợ điêu khắc.”

B. C. Forbes

Một phút suy ngẫm:

Tốt nhất khi bắt đầu đặt mục tiêu cho mình, bạn hãy tự hỏi “Tại sao mình lại không thể có nó ngay lúc này?” Nếu khao khát muốn có nó ngay, bạn cần phải làm hay phải thay đổi điều gì? Câu hỏi trên sẽ cho bạn nhiều gợi ý hữu ích.

Nhớ rằng những mục tiêu đặt ra phải đúng công thức SMART, tức là Specific (cụ thể), Measurable (đo đếm được), Achievable (khả thi), Realistic (thực tế), và Timed (có thời hạn).

Một kế hoạch dù vĩ đại đến mấy thì cũng chưa trở thành hiện thực nếu bạn không dần bước. Bạn cần phải làm gì hôm nay, tuần này, tháng này, năm nay để có được kết quả? Hành trình dù dài đến mấy đều khởi sự từ một bước duy nhất.

Một khi đã đặt ra cho mình những mục tiêu, thì bí quyết là hành động càng nhanh càng tốt. Hãy xác định những bước đầu tiên của bạn.

1. Hãy tự hỏi, khoảng cách giữa tình huống thực tại và mục tiêu bạn muốn đạt được là gì? Bạn có cần phải được đào tạo thêm, ép mình theo kỷ cương, hay học thêm gì không? Bạn cần phải làm gì trước cho từng mục tiêu đó?
2. Bây giờ hãy quyết định làm ngay một hành động nhỏ nhất có thể để đưa bạn vào sâu trong kế hoạch. Nộp đơn nhập học? Gọi bạn bè hỏi thêm thông tin? Viết lý lịch xin việc?

Khi bạn bắt tay vào thực hiện giấc mơ nghề nghiệp, dẫu kế hoạch đó chưa thực hoàn chỉnh hay một vài bước thực hiện về sau còn chưa rõ cũng không thành vấn đề. Vì sau này bạn vẫn có thể thêm vào những bước thực hiện đó khi bạn đã tiến bước trong nghề. Cái quan trọng là phải cam kết khởi sự đúng hướng. Nếu cần thiết, bạn vẫn có thể sửa đổi lại những mốc hành trình về sau.

“Khát vọng mạnh mẽ và bén rễ sâu là điểm khởi đầu của mọi thành tựu.”

Napoleon Hill, tác giả cuốn sách “Think and Grow Rich”

Hãy nghĩ về bước đi đầu tiên mà bạn cần làm ngay cho từng mục tiêu.

Tình huống:

Ben đã quyết định đề ra mục tiêu 10 năm cho nghề nghiệp của mình. Việc đầu tiên anh làm là viết chi tiết những cái anh muốn đạt được về bằng cấp, chức danh và học vị. Anh cũng lập danh mục những kỹ năng, thái độ và lòng tin cần có để đạt được những gì mình muốn. Sau đó, anh lập danh mục những hành vi từng khiến anh thất bại trong quá khứ và cách khắc phục. Vì công việc mới anh muốn làm lại thuộc lĩnh vực khác, nên anh xin sếp cho làm thêm

việc ở một phòng khác để phát triển những kỹ năng mới. Nhờ thế anh có thêm kinh nghiệm quý giá phù hợp với mục tiêu lâu dài của mình.

Không ai có thể xúc tiến một việc bằng cách thụ động. Những mục tiêu đặt ra dù đẹp cũng sẽ chẳng ích lợi gì nếu bạn không có biện pháp thực hiện. Nếu có làm mà chỉ làm một phần thôi rồi bỏ ngang thì cũng chẳng đi đến đâu. Càng dành nhiều thời gian tìm hiểu rõ cái bạn muốn càng khiến bạn dốc sức 100% vào việc theo đuổi mục tiêu mà mình mơ ước.

Việc thăng tiến nghề nghiệp đôi khi đòi hỏi bạn phải hy sinh vài tiện nghi hiện tại. Lý do là vì bạn cần trải nghiệm những công việc mới để có thêm kinh nghiệm mới và thành công mới trong đời.

- **Thái độ dốc sức tuyệt đối.** Hãy chuẩn bị để trở nên linh hoạt, chấp nhận rủi ro và dấn thân trọn vẹn.
- **Ý chí đổi mới.** Dốc sức cho mục tiêu đòi hỏi tinh thần nỗ lực học hỏi. Tinh thần dám chịu trách nhiệm trong công việc, làm khuya dậy sớm,... sẽ giúp bạn đạt được mục tiêu bạn muốn.

Hãy xác định những gì cần làm để đạt được mục tiêu. Nếu bạn còn ngại khó, bạn có thể cũng đạt được một thành quả nào đó nhưng chắc chắn không phải là cái bạn dự tính lúc đầu. Và, nếu vậy, bạn vẫn chưa thể quản trị được nghề nghiệp và lại trở về với vé “kết quả” của phương trình nguyên nhân - kết quả.

Dĩ nhiên bạn có thể thay đổi mục tiêu. Vì thế, khi đang thực hiện mục tiêu thăng tiến, thành lập công ty mới hay tái đào tạo cho mình một công việc mới mà bạn còn lẩn cẩn “Công việc này chưa thực sự phù hợp với mình”, thì lúc đó hãy đặt lại một mục tiêu mới khác phù hợp hơn. Nhưng nếu bạn thực sự muốn mục tiêu đó, bạn cần phải toàn tâm, toàn ý với nó, không phải 99% hay thậm chí 99,95% mà phải là 100% con tim, khối óc và công sức. Chỉ có như vậy mới đảm bảo thành công.

Nên nhớ là chỉ có mục tiêu đúng mới là phần thưởng xứng với kỳ vọng của bạn.

“Nếu người ta có thói quen đề ra mục tiêu và đạt cho được mục tiêu

thì thành công coi như đã đạt được một nửa”.

Og Mandino, tác giả cuốn sách “The Greatest Salesman in the World”

Một phút suy ngẫm:

Hãy nhớ “Thất bại là mẹ thành công”. Nếu bạn luôn cố gắng, thì dù sai lầm cũng không sao. Khi bạn chưa đạt kết quả mong muốn, hãy rút lấy kinh nghiệm đó để có quyết định tốt hơn ở lần sau và chính nó sẽ đưa bạn đến với mục tiêu.

Chỉ có cam kết 100% mới giúp bạn chủ động đạt được những mục tiêu ý nghĩa.

Người có mục tiêu hoàn toàn giống bạn thì không có, nhưng người có mục tiêu tương tự như bạn hay người bạn xem như thần tượng của mình thì có rất nhiều. Cho dù không biết họ, nhưng những gì họ đã làm vẫn có thể là nguồn cảm hứng cho bạn.

Hiện nay bạn đã có được những tài nguyên gì? Để đạt được kết quả đề ra, bạn có cần thêm những tài nguyên khác không? Có thể bạn đã có kiến thức nhưng còn thiếu kỹ năng.

Giả sử, mục tiêu bạn đề ra là tiếp tục được thăng tiến. Vậy trong những lần thăng tiến trước, bạn đã sử dụng những kỹ năng gì? Xây dựng mạng lưới quan hệ? Thương lượng? Với kinh nghiệm đã có, bạn sẽ có mốc tham khảo để đánh giá việc gì có hiệu quả, việc gì chưa. Nếu hành động tương tự, bạn có thể sẽ đạt được kết quả tương tự.

Nhưng nếu bạn chưa từng thành công trong nghề nghiệp trước đây thì làm sao bạn biết được mình cần kỹ năng gì cho lần này? Bạn có thể hoặc khởi sự từ vạch xuất phát, hoặc học hỏi kinh nghiệm từ những thần tượng mà bạn chọn.

1. Bạn có quen biết ai thành công từng vươn lên đến vị trí bạn muốn? Môi quan hệ của bạn có đủ thân để hỏi họ kinh nghiệm không? Nếu họ là cấp trên của bạn trong công ty, bạn có thể nhờ họ tư vấn hay hướng dẫn không?

2. Thử hình dung xem bạn cần những tài nguyên gì để đạt được mục tiêu? Hãy nghĩ đến thần tượng của bạn. Họ có những tài nguyên gì để thực hiện được thành quả mong muốn? Có điểm tương đồng nào bạn thấy có thể tận dụng không?
3. Nếu bạn chưa tìm được ai trong thực tế cuộc sống làm thần tượng noi theo, hãy nhìn ra xung quanh. Bạn có biết người nào mà báo đài từng nói đến, ở trong nước hay ngoài nước, mà bạn có thể noi gương, cạnh tranh hay học hỏi không? Hãy thử tưởng tượng xem họ sẽ khuyên bạn phải làm điều gì kế tiếp?

Một phút suy ngẫm:

Hãy viết tên một người mà bạn cảm phục trong nghề của bạn. Hãy nghĩ đến những niềm tin của họ về công việc. Quan niệm nghề nghiệp của bạn có khác với họ không? Bạn lĩnh hội được gì từ những niềm tin đó? Trong những niềm tin đó, điều gì có khả năng làm bạn thành công?

Hãy học hỏi thần tượng mà bạn quen biết hay từ cuộc sống xung quanh.

Tự tiếp thị bản thân

Khả năng tiếp thị chính mình cực kỳ quan trọng trong kỹ năng quản trị nghề nghiệp. Phần lớn chức vụ trong hay ngoài cơ quan bạn đều không tuyển người qua quảng cáo. Cơ hội thăng chức do đó tùy thuộc quan hệ hay uy tín bạn có. Làm sao để tiếp thị bản thân tốt nhất đến chủ lao động?

3.1 Tạo thương hiệu

Bạn xác định giá trị mình có để “chào bán” cho người thuê lao động bằng cách nào? Hãy tìm ra Lợi điểm bán hàng độc đáo nhất – USP – Unique Selling Point, của bạn. Đó là thuật ngữ Marketing dùng để mô tả đặc điểm sản phẩm nhằm làm nổi bật giá trị của nó và làm nó khác biệt với những sản phẩm khác trên thị trường. Vậy thì cái độc đáo và có giá trị nhất của bản thân bạn là gì?

Hãy nghĩ về những nhãn hiệu hàng đầu thế giới. Tất cả đều có đặc điểm đặc biệt ta gắn liền với chúng. Khi nghe những nhãn hiệu như Ferrari, Shell, HSBC, Qantas Airlines, thì bạn nghĩ đến điều gì? Độ tin cậy, hiệu quả, đáng giá trị đồng tiền, lòng lẫy hay phấn khích? Nhiều công ty lớn bỏ ra rất nhiều tiền của chi để quảng bá những thông điệp nhất quán về giá trị họ đại diện, và đó chính là một trong những lý do khiến họ thành công. Những thông điệp đó là nhãn hiệu của họ, mà thông điệp nổi bật nhất chính là đặc điểm độc đáo nhất của họ. Vậy USP của bạn là gì?

- **Bản thân bạn là độc đáo.** Bất luận nghề gì, bạn đã mang đến ý nghĩa và đam mê cho công việc dựa trên tổng hợp độc đáo nhất gồm những sở thích, giá trị, kinh nghiệm, tham vọng và viễn cảnh nghề nghiệp của mình.
- **Bạn là một thương hiệu.** Thương hiệu của bạn là những cái bạn chọn đem ra chào bán công khai. Ví thế, ví dụ, thương hiệu là tính quy củ và khả năng tổ chức tốt vì đã từng làm việc cho một tổ chức từ thiện hay kinh doanh, đồng thời bạn cũng có tính sáng tạo và ưa cách tân.
- **Bạn có thể tự tiếp thị mình.** Bạn muốn người thuê lao động lưu ý đặc điểm gì của bạn? Nếu là một sản phẩm để chào bán với khẩu

hiệu quảng cáo thì khẩu hiệu bạn muốn quảng cáo mình là gì? Nếu chỉ được chọn một đặc điểm duy nhất để làm bạn nổi bật trong mắt người tuyển lao động, thì đó là đặc điểm gì?

Một khi biết rõ điểm bán hàng độc đáo nhất của mình, bạn cần mạnh dạn “chào bán” chính bạn, qua hồ sơ xin việc cũng như trong công ty bạn.

Hãy nghĩ bạn là một thương hiệu độc đáo nhất mang giá trị đến cho một tổ chức.

Tình huống:

Joe đã làm việc nhiều năm trong một công ty tài chính lớn, quản lý một nhóm nhỏ chuyên lưu trữ hồ sơ. Anh muốn thăng tiến nhưng thấy nhu cầu chuyên viên lưu trữ hồ sơ rất ít. Anh quyết định xác lập lại chức danh công việc của mình trên hồ sơ xin việc. Thay vì gọi mình là chuyên viên lưu trữ, anh tự nâng tầm thương hiệu cho mình thành trưởng phòng chuyên trách lưu trữ. Chẳng bao lâu sau anh phát hiện các đại lý việc làm đã chào anh vào những vị trí anh chưa bao giờ dám nghĩ đến trước đó. Cuối cùng anh có công việc mới trong ngành kinh doanh bán lẻ.

3.2 Tạo ấn tượng lâu dài

Thương hiệu chỉ có hiệu quả khi được nhiều người biết tới. Vậy thì bằng cách nào người giao tiếp tốt tạo được ấn tượng lâu dài? Làm sao họ luôn biết cách nói hợp tình, hợp cảnh?

Có ba cách thông tin: Nội dung điều bạn nói, giọng bạn nói, và ngôn ngữ cơ thể bạn sử dụng.

1. Bạn có thể cho rằng những gì bạn nói là phần quan trọng nhất trong thông điệp bạn gửi tới người khác nhưng sự thực lại khác hẳn. Nghiên cứu cho thấy rằng thực sự chỉ 7% thông điệp được truyền đạt qua ngôn từ chúng ta sử dụng.
2. 55% thông tin là qua ngôn ngữ cơ thể – động tác, nét mặt và tư thế đứng ngồi. Từ đó, người khác sẽ biết là bạn có tự tin, có uy quyền hay có tin vào những gì bạn đang nói không. Nếu bạn dùng ngôn từ mạnh mẽ nhưng lại không thực sự tin vào bản thân bạn, thì sự nghi

ngờ đó sẽ bộc lộ qua ngôn ngữ cơ thể.

3. Tỷ lệ còn lại của việc truyền đạt thông tin – trên 1/3 – là qua giọng nói. Tình cảm của bạn thể hiện qua độ sâu hơi thở và sự thư giãn đều ảnh hưởng trực tiếp đến giọng nói. Nếu bạn thở cạn, giọng nói của bạn sẽ nghe gò bó và cao hơn khi bạn thở sâu. Người ta sẽ cảm nhận điều đó qua ngữ điệu, cao độ giọng nói và cách nhấn mạnh ngôn từ của bạn.

Hãy xem cách những nhà hùng biện thời đại chúng ta gây ảnh hưởng. Tổng thống Obama chẳng hạn. Thường được xem là nhà hùng biện tài năng, ông diễn thuyết với tư thế ngay ngắn, ngôn từ đằm đằm, chùng mực.

“Không phải cái bạn biết mà chính là người bạn biết làm nên khác biệt.”

Khuyết danh

Một phút suy ngẫm:

Đây là một bước bạn có thể làm ngay để rèn luyện giọng nói linh động. Hãy hít vào một vài hơi thở sâu qua mũi. Hãy hít thật sâu vào bụng và thở ra. Hãy tập đọc lớn tiếng một đoạn văn trong sách và lưu ý làm giọng nói của bạn bớt bị gò bó và trở nên thư giãn hơn.

Hãy kiểm soát ngôn ngữ cơ thể và giọng nói để gây ấn tượng lâu dài.

3.3 Tự giới thiệu nhanh

Khả năng tự giới thiệu súc tích và rõ ràng rất quan trọng trong việc tự tiếp thị. Nó cũng rất hữu ích khi làm việc trên mạng hay phỏng vấn chính thức. Bạn nên luôn sẵn sàng thể hiện mình ở bất cứ nơi đâu, dù trong công ty hay bên ngoài.

- **Vậy giới thiệu nhanh là gì?** Đây là thuật ngữ chỉ cách một doanh nhân dùng để giới thiệu vắn tắt sản phẩm hay công ty của mình. Chữ “elevator – thang máy” xuất phát từ ý tưởng việc tiếp thị đó phải được thực hiện trong khoảng thời gian đi thang máy từ dưới đất lên

lâu thưng.

- **Tại sao ta lại cần phải tự giới thiệu nhanh?** Bất cứ khi nào bạn gặp một người lạ, bất luận ở đâu, hãy tận dụng cơ hội đó để gây ấn tượng với họ như trong một cuộc phỏng vấn chính thức. Bạn có bao giờ nghĩ rằng một cuộc gặp gỡ vô tình lại có thể là cơ hội đưa đến một cuộc phỏng vấn việc làm không?
- **Nên giới thiệu trong bao lâu?** Bạn có thể tự giới thiệu mình ngắn gọn trong khoảng tối thiểu từ 30 giây đến tối đa một phút. Vấn đề là bạn không cần phải nói thật nhanh hay khoa trương bản thân, mà là bạn phải có khả năng mô tả chính mình với phong thái lôi cuốn người khác.
- **Vậy bạn cần bắt đầu thế nào?** Trước hết, hãy tự giới thiệu thật lịch sự tên bạn và công việc bạn đang làm. Không nhất thiết phải mô tả chi tiết. Ví dụ: “Xin chào, tên tôi là... Tôi đang làm kế toán tại...”
- **Tiếp theo?** Hãy mô tả vắn tắt những ưu điểm và kỹ năng của bạn. Đó là lý do tại sao việc tự phân tích và đánh giá bản thân là rất quan trọng trước khi bạn ra ngoài “tiếp thị” mình với mọi người. Vì rất có thể một ai đó sẽ tình cờ hỏi bạn: “Bạn chuyên về ngành gì?”, hay: “Bạn là y tá gì?”

Hãy nghĩ xem bạn thực sự muốn giới thiệu những gì về bản thân trong lần hội ngộ đầu tiên? Ví dụ: “Tôi là người thích chi tiết và cái cốt lõi của thông tin” hay: “Tôi làm công nghệ thông tin nhưng thực ra tôi chuyên thiết kế trang web cho những người sáng tạo”.

Hãy luôn vắn tắt để không làm người nghe chán. Hãy liệt kê sẵn vài đặc điểm chính về bạn trước khi ra ngoài giao tiếp và hãy thực hành, thực hành, thực hành mãi.

Một phút suy ngẫm:

Hãy luôn nghĩ đến những mục tiêu nghề nghiệp ngắn hạn và dài hạn khi bạn thực hiện tự giới thiệu nhanh. Ví dụ, khi bạn muốn tìm hiểu về một cơ hội việc làm khác, về một công ty hay một người nào đó mà bạn có thể nhờ cậy, hãy nên đưa câu “Tôi đang muốn tìm hiểu về...” trong phần tự tiếp thị mình.

Hãy luôn sẵn sàng giới thiệu ưu điểm chính của bản thân trong khoảng một phút trở lại.

3.4 Giữ vẻ tự tin, bình tĩnh

Bạn có bao giờ thấy một người nhút nhát diễn thuyết chưa? Khuê chân múa tay, mồ hôi đầm đìa, nói lắp, thậm chí còn xin lỗi nữa. Còn ngược lại, khi xem một người tự tin thì sao? Bạn sẽ muốn mua hàng của ai hơn? Người thứ nhất hay thứ hai?

- **Bản chất của sự tự tin là rất cuốn hút và gọi cảm.** (Tôi muốn nói tự tin chứ không phải tự mãn). Chúng ta thích người tự tin vì họ thoải mái khi tiếp xúc. Có thể bạn vẫn thấy tội nghiệp cho người nhút nhát hay thiếu tự tin, nhưng chắc là bạn sẽ không mua sản phẩm của họ.
- **Bạn đã tự tin rồi chứ?** Tôi nhớ có ai đó nói “Tự tin không khó nếu bạn muốn”. Đúng vậy, nhưng để có dáng vẻ tự tin thì cần thủ thuật. Bạn phải đổi mới cách nghĩ về chính mình hoặc áp dụng cách khác nhanh hơn là, cứ xử sự như thể bạn rất tự tin.
- **Ra vẻ tự tin.** Tưởng tượng bạn đang đứng trước một đám đông và diễn. Một là bạn so vai rụt cổ và siết chặt tay trước bụng và tự nhủ rằng bạn đang sợ. Hai là trở thành minh tinh trong một ngày và sẵn sàng diễn xuất. Nếu là một diễn viên phải diễn xuất một vai diễn giả nổi tiếng, mình sẽ diễn sao đây? Có lẽ phải đứng thẳng, thở êm và tỏ rõ uy quyền. Nói cách khác, hãy diễn.
- **Bạn sẽ thấy tự tin y như thật.** Cái lạ là bằng cách đóng giả tự tin, bạn lại thực sự thay đổi được cách nghĩ của mình. Thái độ tự tin sinh ra từ cảm giác tự tin và nó sẽ trở thành thói quen. Chẳng bao lâu sau, bạn sẽ không thể làm khác, bạn sẽ bộc lộ sự tự tin mọi nơi mọi chỗ, từ văn phòng làm việc đến mọi việc bạn làm. Mọi người sẽ chú ý đến bạn và bạn sẽ được chọn trong mọi loại cơ hội.

Một phút suy ngẫm:

Hãy đổi tư thế để cảm thấy thoải mái hơn về bản thân. Hãy tập đúng với tư thế tự tin và cân bằng. Xả giãn hai cánh tay dọc theo thân. Hãy để đầu bạn thư giãn ngay ngắn giữa hai vai. Nếu đứng đúng tư thế, bạn sẽ cảm thấy thoải mái.

Đóng giả tự tin sẽ làm bạn tự tin thật.

Thực ra, đây là một bí quyết hay, cứ làm như thế nếu bạn thực sự muốn tăng tiền trong nghề nghiệp.

3.5 Duy trì mạng giao tiếp rộng

Người thành đạt thường giống nhau ở chỗ bất luận trong ngành nghề nào, họ đều không bao giờ làm việc đơn độc. Họ có mạng lưới giao tiếp rộng trong lẫn ngoài công việc và họ không chỉ biết cách xây dựng mạng lưới mạnh mà còn biết cách hỗ trợ nó. Cái tốt là ở chỗ bạn cũng có thể học cách làm y như vậy, bất luận bạn làm công việc gì.

- **Mục đích của việc tạo mạng lưới quan hệ là gì?** Giữa thành công và kỹ năng xây dựng mạng lưới quan hệ luôn có mối quan hệ với nhau. Người thành công cho rằng mỗi quan hệ giúp họ có việc làm và thăng tiến và coi thời gian dành cho việc tạo quan hệ là một khoản đầu tư chứ không phải là sự lơ là công việc. Nếu bạn muốn xúc tiến nghề nghiệp thì tạo mạng lưới quan hệ là cần thiết và không thể thiếu trong đời sống hàng ngày, ở cơ quan cũng như ở nhà.
- **Mạng giao tiếp thông thường.** Tạo mạng giao tiếp không chỉ là hội họp chuyên môn hay khi bạn trao danh thiếp cho người khác. Nó còn là những giao tiếp bình thường mỗi lần bạn gặp một người nào đó.
- **Mở rộng mạng lưới.** Mạng quan hệ có nghĩa rộng vượt ra ngoài quy mô một số bạn bè thân thiết và có ảnh hưởng. Thực tế, việc tạo lập mạng giao tiếp thành công nằm ở chỗ mạng càng rộng, càng tốt. Không nhất thiết phải thân thiết với một người thì mới có lợi. Nghiên cứu cho thấy rằng mỗi quan hệ sơ giao vẫn có thể làm cầu nối tới nhiều người khác hiệu quả như mỗi quan hệ thân thiết.
- **Tiềm năng mạng giao tiếp.** Ai cũng có thể giới thiệu bạn trong công việc, từ bạn bè, đồng nghiệp cho đến người làm tóc cho bạn. Lý do mạng rộng phát huy hiệu quả vì sáu độ ngăn cách, còn gọi là mạng con người. Đây là giả thuyết được nghiên cứu kỹ càng bởi tác giả Frigyes Karinthy – người gốc Hungary: Mỗi người trên thế giới đều cách bất kỳ người nào khác họ muốn giao tiếp sáu bước.
- **Hãy dùng mạng con người để phát tán ảnh hưởng của bạn.** Bất luận bạn đang tìm kiếm thông tin hay một lời tiên cử, hãy hỏi những người bạn biết. Có thể bạn chưa tìm được ngay đúng người cần tìm, nhưng những người bạn gặp sẽ biết những người khác biết người đó. Nếu bạn luôn luôn biết rõ cái mình cần làm, mạng lưới quan hệ của bạn sẽ giúp tiếp thị cho bạn.

“Tôi có liên quan tới mọi người trên hành tinh này qua sáu người khác.”

Frigyes Karinthy

Đề tạo cơ hội nghề nghiệp thì một mạng giao tiếp rộng dù sơ giao vẫn tốt hơn một mạng thân thiết mà nhỏ.

3.6 Tạo tiếng vang

Tự phong chức hiệu cho mình trong ngành chuyên môn đang làm cũng là một cách làm tăng giá trị nghề nghiệp. Nó sẽ tạo quan hệ cho bạn, cho bạn nhiều cơ hội phát triển nghề nghiệp và thậm chí còn tạo cả công việc cho bạn trước khi công việc đó được quảng cáo, và có khả năng là tên bạn sẽ được chiếu cố đầu tiên.

1. Hãy làm mình được biết đến trong toàn ngành. Hãy tham gia những hội đoàn nghề nghiệp, tình nguyện giúp việc hội nghị, sẵn sàng phát biểu đề tài bạn biết hay liên tục cập nhật tin tức nghề nghiệp bằng cách đăng ký bản tin và các buổi diễn thuyết.
2. Trong những hội nghị và cuộc họp, không nên chỉ nói chuyện với những người bạn đã biết. Hãy xem trước danh sách tham dự. Tự giới thiệu mình hay nhờ ai đó quen biết giới thiệu mình với người khác. Hãy chắc là bạn nhớ tên mọi người bạn gặp, và nhớ chuẩn bị sẵn một bài tự giới thiệu nhanh bản thân.
3. Hãy tận dụng mọi cơ hội giao tiếp với những người trong nghề không chỉ bằng cách nhờ họ giúp mình mà còn nên tự đề nghị giúp người khác. Luôn sẵn sàng làm điều gì đó cho một người khác, dù nhỏ nhất, như cung cấp một thông tin hay tên một người quen.
4. Hãy đặt câu hỏi và chú ý vào câu chuyện. Đừng nghĩ “việc đó thì liên quan gì đến mình?”, mà thay vào đó, hãy tìm một điểm chung với người bạn tiếp chuyện, bất luận đó là chuyện chuyên môn, tiêu khiển hay hội họp. Nhớ theo dõi tiếp câu chuyện sau đó và gửi tên người quen hay bài báo họ đang cần tìm.

Hãy tận dụng mọi cơ hội để giúp người khác, và chẳng bao lâu bạn sẽ có bạn bè khắp trong ngành.

Tình huống:

Mei Li nói “Tôi không quen sinh hoạt nhóm vì tôi luôn cảm thấy sợ những nơi chưa quen biết. Tôi phải nỗ lực để bắt chuyện với mọi người, từ người phục vụ bàn đến những nhân vật quan trọng. Tôi phát hiện ra rằng ngay cả người không chung nghề với tôi vẫn rất hữu ích, như vợ của sếp hiện nay. Chính nhờ chúng tôi đã chat với nhau và tôi biết chồng bà đang tìm người cho một công việc mới. Sau đó tôi gửi bà một tin nhắn nói sẽ rất hân hạnh được gặp bà và hy vọng chúng tôi sẽ còn gặp nhau nữa, và bà đã trả lời tôi bằng tin nhắn rằng chồng bà muốn nói chuyện với tôi. Tôi gọi điện cho ông, chúng tôi trao đổi vấn đề, và ít tuần sau tôi được mời phỏng vấn chính thức”.

3.7 Vận hên trên mạng

Mạng Internet mở ra một thế giới mới cho người tham gia. Bất luận là bạn có trang web riêng hay tham gia mạng xã hội, Internet giúp quảng bá và tạo quan hệ mới cho bạn. Hãy chắc là bạn gửi ra một thông điệp rõ ràng trên mạng để duy trì một thương hiệu nghề nghiệp nhất quán.

Nhiều người tìm việc làm thích dùng những bảng tin tuyển dụng trên mạng và thường thì rất hiệu quả. Tuy thế, lợi ích của bảng tin tìm việc trên mạng sẽ biến mất ngay khi bạn tìm được việc. Trang mạng hay trang web riêng của bạn có tuổi thọ lâu hơn nhiều và có thể tạo một tiếng vang lớn hơn.

Tất cả các trang mạng trên Internet đều hữu ích vì chúng giúp bạn theo dõi thông tin những người bạn quen biết.

- **LinkedIn.** Trang web LinkedIn (www.linkedin.com) hiện nay được giới chuyên nghiệp và giới tuyển dụng xem là một trong những công cụ quản trị mạng lưới quan hệ trực tuyến thông dụng nhất. Ưu điểm của công cụ này là không nhất thiết phải biết bạn mới tìm được bạn – mà chỉ cần gõ chức danh hay tên công ty là công cụ tìm kiếm dễ dàng tìm được tên bạn.
- **Blogs, YouTube và Twitter.** Nếu đang hành nghề, bạn nên làm trang mạng riêng hay thậm chí chỉ cần duy trì một blog hay podcast. Hay nếu bạn muốn thực sự đưa lên sơ yếu lý lịch của bạn lên, tại sao không thử làm một video clip trên trang mạng YouTube

(www.youtube.com), hay twitter.com.

Nếu bạn sử dụng những trang mạng xã hội như Facebook (www.facebook.com) hay MySpace (www.myspace.com), hãy chắc rằng thương hiệu của bạn thống nhất trên tất cả các trang mạng nghề nghiệp. Hãy nhất quán trong mọi việc bạn làm, chắc chắn mạng Internet là một công cụ rất tiềm năng.

Hãy cân nhắc những thông tin hiện lên đầu tiên khi ai đó gõ tên bạn trên công cụ tìm kiếm. Hiện nay, chúng ta ngày càng xuất hiện nhiều trên mạng, vì vậy người thành công rất chăm chú giữ gìn thương hiệu bản thân họ. Nếu bạn có trang web riêng, đồng nghiệp hay những người thuê lao động tiềm năng sẽ dễ dàng tìm được bạn ở trang web đó hơn là từ một thông tin nào đó bạn không kiểm soát được trên Internet.

“Vấn đề kinh doanh thường được quyết định trong những bữa ăn hơn những lúc khác trong ngày, nhưng những khóa đào tạo thạc sĩ quản trị kinh doanh (MBA) thường không đề cập đến điều này.”

Peter Drucker, tác giả sách kinh doanh

Hãy sử dụng những trang mạng trực tuyến để quảng bá hình ảnh và thương hiệu cá nhân.

3.8 Duy trì sự hiện hữu trong công ty

Người thành công thường có mạng lưới giao tiếp tốt trong công ty. Tuy nhiên, đôi khi họ xem việc giao tiếp với đồng nghiệp là “chính trị văn phòng” có tính mỉa mai. Thực tế, mạng giao tiếp hiệu quả đặt cơ sở trên sự quan tâm đối với người khác và tinh thần bằng hữu chân chính.

Giao tiếp trong công ty không nhất thiết phải vô cảm như làm chính trị mà là khai thác những mối quan hệ với đồng nghiệp trên nguyên tắc cả hai cùng có lợi và cùng giúp ích lẫn nhau. Vậy bạn phải bắt đầu thế nào? Bạn có thể làm ngay những bước đơn giản sau.

- **Gọi chuyện thân mật.** Không nên chỉ ngồi lì ở bàn làm việc với cái điện thoại. Hãy làm quen, mỉm cười và gọi chuyện với các đồng nghiệp khác.
- **Biết lắng nghe.** Hãy tìm hiểu mối quan tâm và mục tiêu của đồng

nghiệp. Dành đôi chút thời gian ngoài giờ làm việc trò chuyện thân mật với đồng nghiệp sẽ tốt cho bạn.

- **Nhiệt tình giúp đỡ.** Nếu có ai cần giúp việc gì đó ngoài chuyên môn hay nhiệm vụ của bạn, hãy sẵn lòng giúp đỡ và gây thiện cảm với họ.
- **Việc ngoài chuyên môn.** Nếu bạn có ý tưởng hay thông tin mà đồng nghiệp khác đang cần, hãy đề nghị giúp họ.
- **Giao tiếp xã hội.** Dành thời gian rảnh rỗi cho đồng nghiệp và các hoạt động giao tiếp khác.
- **Giờ giải lao.** Cùng ăn trưa với đồng nghiệp, đừng nên chỉ ăn riêng tại bàn làm việc.
- **Nắm bắt cơ hội giao tiếp.** Nên tận dụng những cơ hội giao tiếp trong những khóa học bồi dưỡng hay hội họp, hội nghị,...
- **Dùng danh thiếp.** Trong những buổi họp và hội nghị, hãy chuẩn bị ít nhất hai danh thiếp cho người bạn sẽ quen.
- **Xin phản hồi.** Hãy xin ý kiến phản hồi của đồng nghiệp về những gì bạn đang làm. Hãy cởi mở để tiếp nhận mọi ý kiến của họ.

Tiếp thị kiểu virus, dùng khẩu ngữ để quảng bá sản phẩm. Hãy dùng ý tưởng đó để làm bạn hiện hữu trong công.

Hãy quảng bá hình ảnh bản thân vừa giỏi nghề, vừa khéo léo trong ứng xử.

Tình huống:

“Trước kia tôi vẫn rất ngại tạo quan hệ,” Johann nói. “Nhưng gần đây, tôi đã thay đổi ý nghĩ đó khi tôi chat với các đồng nghiệp ở một bộ phận khác. Họ cho tôi biết họ đang gặp một vấn đề kỹ thuật, tôi đã ghé qua để giúp họ. Chúng tôi bắt đầu qua lại thường xuyên hơn. Tôi chẳng hề nghĩ rằng việc đó lại là tạo mạng giao tiếp. Sau đó một người trong nhóm cho biết anh ta đã nói với ông sếp một bộ phận khác rằng tôi giỏi vi tính và thích hợp làm IT (công nghệ thông tin) cho họ. Chuyện đó cho thấy ấn tượng tốt có tác dụng không ngờ.”

3.9 Kỹ năng viết

Khả năng thông tin bằng lời nói sẽ tạo khác biệt lớn trong nghề nghiệp của bạn. Tuy thế, dù thế giới việc làm hiện đã thân mật hơn trước nhiều, thông tin bằng văn bản cũng quan trọng không kém.

Bạn cần kỹ năng truyền đạt thông tin bằng văn bản để hỗ trợ cho những gì bạn nói.

Bạn cần phải viết email hay thư từ cho đồng nghiệp, sếp hay khách hàng. Đến một giai đoạn nào đó trong nghề bạn có lẽ sẽ còn phải viết thư xin việc cho sếp tương lai. Dù viết gì đi nữa, thì bạn cũng sẽ được phán xét theo cách bạn làm có tốt hay không. Sau đây là vài điều cần bạn cần nhớ mỗi khi bạn viết hay đánh máy văn bản.

- **Áp dụng đúng những nguyên tắc thư tín căn bản.** Chọn kiểu chữ dễ đọc. Kiểm tra lỗi đánh máy và cú pháp. Rất nhiều người gửi thư đầy những lỗi.
- **Lý do phải chính đáng.** Nếu bạn không nhất thiết phải dùng văn bản, thì không nên dùng. Giao tiếp bằng lời sẽ tốt hơn.
- **Hãy thận trọng.** Nếu bạn không muốn email của mình gây sốc hay được chuyển qua nhiều người khác đọc, hãy cân nhắc trước khi viết.
- **Nắm rõ những gì bạn muốn truyền đạt.** Gạch bỏ những chỗ rườm rà. Nếu bạn làm rõ được vấn đề muốn nói, bạn sẽ tạo ấn tượng mạnh.
- **Biết rõ người đọc.** Viết cho sếp hay khách hàng theo phong cách thân mật bạn bè sẽ không hợp lý. Hãy viết cho trang trọng nếu chưa chắc chắn.
- **Hãy cho biết bạn sẽ làm gì tiếp sau khi gửi thư.** Nếu bạn viết thư hay email, bạn muốn điều gì tiếp theo sau đó? Hãy bảo đảm rằng người đọc biết rõ bạn sẽ theo sát.

Kỹ năng viết tốt sẽ giúp tiếp thị bạn hiệu quả dù bạn đã có việc làm ở một công ty hay đang tìm việc làm mới. Như mọi việc khác, kỹ năng viết cũng củng cố uy tín chuyên môn của bạn.

Chỉ nên viết văn bản khi thực sự cần thiết, và hãy khiến cho văn bản đó đáng đọc.

Tình huống:

Anish nói: “Tôi luôn không gặp may khi gửi đơn xin việc làm cho người tuyển dụng, mãi cho đến khi tôi đổi cách viết thư xin việc kèm theo. Tôi nhận ra rằng thư dài quá thì chẳng ai muốn đọc. Đa số chỉ bỏ ra vài giây để đọc thư. Bây giờ thì tôi chọn mẫu thư đơn giản. Đoạn đầu tôi nói lý do tại sao tôi nộp đơn xin việc làm đó và tôi biết thông tin tuyển dụng từ đâu. Đoạn 2, tôi nêu những ưu điểm bản thân – đó là đoạn tóm tắt khoảng ba dòng những kỹ năng và kinh

nghiệm của tôi. Sau đó, tôi cho biết có gửi kèm Đơn xin việc, sẽ tiếp tục theo dõi và sẽ gọi điện sau vài hôm. Từ đó trở đi mọi chuyện đều tốt hơn. Tôi thậm chí không cần gọi điện, bên tuyển dụng đọc đơn xin việc và chủ động liên lạc với tôi để thu xếp phỏng vấn.”

Muốn quản trị nghề nghiệp trong công ty, bạn cần làm cho mình xứng đáng được thăng tiến. Là người được chọn để phó thác trách nhiệm sẽ mở ra nhiều cơ hội thăng tiến và phát triển cho bạn. (Điều này cũng bảo đảm rằng trong thời buổi khó khăn, bạn sẽ là người cuối cùng buộc phải thôi việc).

Một hợp đồng tuyển dụng không chỉ là hợp đồng pháp lý. Đằng sau nó còn là một thỏa thuận khác: Hợp đồng tình cảm. Bạn, bên làm thuê, đồng ý bỏ thời gian và tự do cá nhân để làm việc cho một người khác để đổi lấy đồng tiền, an ninh và những nhu cầu hàng ngày khác.

Bản hợp đồng bất thành văn giữa 2 bên này sẽ mang lại lợi ích và sự hài lòng cho mọi người nếu nhu cầu 2 bên, là bạn và sếp bạn, được thỏa mãn. Ví dụ, có thể bạn muốn được thử thách và cơ hội để học hỏi, còn công ty bạn thì có chế độ đãi ngộ những người chấp nhận thử thách.

Tuy nhiên, điều gì sẽ xảy ra nếu bạn yêu thích sáng tạo và thích chung nhóm với những người thoải mái, nhưng ông chủ bạn lại thích môi trường diễn biến nhanh, chú trọng vào tác vụ và đặt những giá trị của bạn sau nhu cầu của ông ta? Khi nhu cầu của bạn không đồng bộ với nhu cầu của công ty, bạn sẽ bắt đầu thấy không vui, rồi sự không vui đó sẽ ảnh hưởng những người khác quanh bạn. Bạn sẽ khó mà được thăng tiến. Cuối cùng có lẽ bạn sẽ phải thôi việc hay thậm chí bị cho thôi việc.

Nếu có thể đồng nhất nhu cầu bản thân bạn với công ty, bạn sẽ dễ có cơ hội thăng tiến và không cần phải đổi nghề đột ngột.

- **Mục tiêu.** Mục tiêu công ty là gì? Hãy kiểm tra lại bản sứ mệnh công ty (mission statement) nếu có. Bạn có thể đóng góp vào lĩnh vực gì?
- **Giá trị.** Công ty bạn đánh giá cao những phẩm chất gì của nhân viên? Hãy suy nghĩ không chỉ về những giá trị được công ty kêu gọi,

mà còn cả những hành động/kỹ năng được tưởng thưởng.

- **Nhu cầu.** Bây giờ hãy nghĩ về những nhu cầu của bạn. Những nhu cầu nghề nghiệp đó có phù hợp với các nhu cầu của công ty không?
- **Cống hiến.** Những gì bạn cần cống hiến cho công ty có cân xứng với những điều công ty trao lại cho bạn dưới hình thức tưởng thưởng không?
- **Thay đổi.** Bạn phải đổi mới cái gì để đồng nhất bản thân với công ty? Bạn có thể làm những việc đổi mới đó một cách vui vẻ không?

Nếu có thể đồng nhất chí hướng bản thân với công ty thì bạn sẽ vui vẻ khi thực hiện những hành động có ảnh hưởng tích cực tới công ty bạn. Khi đó, họ sẽ đãi ngộ bạn lại trong nghề nghiệp của bạn.

Một phút suy ngẫm:

Hãy nghĩ về cách tổ chức cấp bậc trong công ty bạn. Hãy tìm cách xác định mục tiêu chính của toàn công ty của bộ phận và của nhóm bạn. Xác định bạn có thể đóng góp nhiều nhất vào những lĩnh vực nào? Nếu bạn chưa cảm thấy chắc, hãy xem lại những kỹ năng và thành tích đã đạt trong quá khứ.

Hãy tìm điểm chung giữa những điều gì bạn muốn có trong nghề và những gì công ty yêu cầu nhân viên.

Ở những giai đoạn đầu mới vào nghề, ông chủ mua bạn vì những tiềm năng của bạn. Ông sẵn lòng huấn luyện cho bạn, vì thế bạn thường được đánh giá trên cơ sở những phẩm chất cá nhân và cá tính của bạn. Khi bạn càng tiến triển hơn trong nghề sau này, bạn được thuê và đề bạt trên cơ sở những kết quả bạn đem lại cho công ty có hiệu quả như thế nào.

Trong kinh doanh, người cống hiến hiệu quả nhất là người làm việc chăm chỉ và luôn hướng về mục tiêu. Hãy nghĩ về những điều sau:

1. Để làm nổi bật bản thân và được thăng tiến, bạn cần nhiều thứ khác nữa ngoài việc hoàn thành nhiệm vụ mà cấp trên giao cho bạn thực hiện. Người được đánh giá cao trong công ty luôn nghĩ về nhiệm vụ được giao hàng ngày lòng trong những nhu cầu của toàn công ty.

Khả năng đáp ứng yêu cầu của những mục tiêu tức thời và lâu dài sẽ cho bạn ưu thế so với những đồng nghiệp khác.

2. Hãy luôn vui vẻ, không chỉ để làm việc ai đó nhờ bạn mà còn để làm tốt hơn yêu cầu của họ. Nếu ai đó cần một người xung phong gánh một trách nhiệm nào đó, hãy xung phong. Hy sinh thời gian và công sức bây giờ, bạn chắc chắn sẽ được đền bù xứng đáng về sau.
3. Người thực hiện nhiệm vụ đúng thời hạn và đúng hạn mức tài chính sẽ dễ dàng thăng tiến. Họ tìm đúng những lĩnh vực công việc quan trọng đối với sếp họ và bảo đảm hoàn thành công việc không chỉ đúng ý mình mà còn đúng ý sếp.
4. Điều này không phải luôn luôn rõ ràng: một số nhà quản lý muốn công việc được thực hiện trong hạn mức ngân sách, bất luận tác động của điều đó, có người lại đề cao giá trị đồng tiền nhưng vẫn muốn bạn đồng thời đồng viên nhóm thích đáng để ủng hộ nhiệt tình bất cứ việc gì bạn làm.

“Trong công việc, tôi biết mục đích là làm hết khả năng mỗi ngày”.

Donald Trump, doanh nhân Hoa Kỳ

Hãy đáp ứng được cả mục tiêu của nhóm và của tổ chức, bạn sẽ được đánh giá cao trong toàn công ty.

Ở bất kỳ môi trường nào, người khác đều đánh giá bạn qua những gì bạn làm và cách làm của bạn. Ngay cả khi bạn cho rằng mình gần như vô hình trong công việc thì vẫn sẽ có người lưu ý đến bạn. Một trong những điều đầu tiên tạo ấn tượng chính là thái độ của bạn. Bạn là người hay than vãn, ưa tán chuyện hay là người chuyên nghiệp và lạc quan? Hãy làm theo những nguyên tắc căn bản sau đây nếu bạn muốn tiến bộ.

1. **Đừng buôn chuyện.** Làm một thành viên nhóm, hòa đồng, chuyện trò và tham gia những sự kiện xã hội là tốt. Tuy nhiên, có nhất thiết là bạn phải trở thành một người buôn chuyện hay không? Dĩ nhiên là không. Nhưng ngay cả khi có người than phiền rằng sếp hay công ty đối xử hà khắc với nhân viên, hãy đừng để mình bị cuốn theo. Nhớ rằng một ngày nào đó, bạn có thể sẽ là sếp. Và bạn sẽ có

thể lãnh đạo công ty.

- Đừng có thái độ phe cánh “bên họ” và “bên mình”.** Dĩ nhiên, bạn vẫn phải hòa đồng với các thành viên khác trong nhóm. Tự tách biệt mình ra khỏi nhóm và bộc lộ tham vọng bản thân quá lộ liễu thì sẽ chẳng ai muốn giao du với bạn. Bạn sẽ chẳng được thăng tiến nếu bạn không hòa hợp và không có đồng minh. Vì thế, hãy cởi mở để lắng nghe những gì người khác nói. Người ta thường thích có những đồng nghiệp để nghe họ phàn nàn. Đừng bị quyến rũ tham gia vào những chuyện đôi mách “bên họ, bên mình” về những người cấp trên giao việc cho bạn. Nếu bạn muốn phát triển nghề nghiệp và được thăng tiến thì bạn cần phải thân thiện với những người sếp tương lai và gây ấn tượng với họ cũng như với các đồng nghiệp hiện hữu.
- Hãy nên có thái độ “làm được”.** Bạn sẽ có khả năng được đánh giá là tích cực hơn nếu bạn có thái độ “làm được”, tích cực. Ngay cả khi những người khác chán nản, làm việc quá sức và bắt đầu ngã lòng, hãy luôn là người hướng tới mục tiêu một cách lạc quan. Có câu “đau khổ dẫn dụ đau khổ”, vì thế nếu bạn có thái độ lạc quan có thể bạn sẽ mất đi một vài người bạn, nhưng bạn sẽ có lại nhiều người bạn thành công và tích cực khác.

Những cuộc nghiên cứu gần đây cho thấy rằng những người lạc quan nhất cũng là những người may mắn nhất. Nếu bạn có thái độ tích cực thì bạn sẽ tin rằng mình có thể thành đạt hơn và do đó bạn sẽ thành đạt hơn.

Thái độ lạc quan thu hút những người quan trọng.

Trong một nhóm bao giờ cũng có những người thực sự sáng giá. Họ có thể không phải là người giỏi hơn những người khác về mọi mặt nhưng họ có thể làm một việc gì đó thực sự tốt. Có thể là họ biết tổ chức các buổi giao lưu, giỏi giúp người khác trong nhóm viết báo cáo, giao tiếp tốt hay có khiếu hài hước.

Họ nổi bật vì họ làm một việc gì đó cho nhóm và cho tổ chức mà không có ai khác làm. Hơn nữa, đó là cái nằm ngoài phạm vi bản mô tả công việc. Khi mới vào công ty, không ai bảo họ phải làm những việc đó,

nhưng chính khả năng đó của họ lại giúp cho công việc trôi chảy hay vui vẻ hơn. Nếu đã từng làm việc cho một công ty sắp tinh giản biên chế thì bạn sẽ thấy rằng những người nói trên thường là những người tồn tại đến phút cuối. Họ có chỗ đứng của họ, và bạn cũng cần chỗ đứng của bạn.

- **Đừng tìm chỗ đứng đặc biệt riêng cho một nhóm.** Hẳn là bạn không muốn vai trò của mình là điều không thể thiếu đối với công việc nhóm, nếu không bạn sẽ không bao giờ được cất nhắc. Nhóm bạn sẽ muốn giữ bạn ở mãi vị trí đó để làm mãi công việc đó.
- **Chỗ đứng đó cần phải được người ngoài biết đến.** Sở trường của bạn cần phải có ích và phải được đánh giá cao chứ không phải là thiết yếu, để các lãnh đạo biết đến bạn và nghĩ rằng “Tôi muốn có người đó trong nhóm. Người ấy rất hữu ích/ giỏi viết lách/ giỏi giao tiếp,…”
- **Chỗ đứng cần phải có tính xã hội.** Chỗ đứng lý tưởng của bạn cần tạo thêm nhiều cơ hội giao tiếp với những người khác trong công ty. Ví dụ, bạn có thể trở thành người mua quà cho người sắp nghỉ việc, chỉ cho đồng nghiệp cách dùng phần mềm mới hiệu quả hơn, hay giới thiệu mọi người một website hữu ích.

Chẳng bao lâu, bạn sẽ được biết đến bởi nhiều người, nhiều nhóm khác nhau và sếp lớn sẽ lưu ý đến bạn. Lúc đó thì những nhận định như: “Điều người này vào công việc mới này thì sao nhỉ? Anh ta có vẻ đáng tin cậy/ một người rất có tinh thần đồng đội/ một người dễ chịu khi làm việc chung.” Nếu bạn đang phải so tài với một ai khác không có vị thế tuyệt vời như bạn, ai sẽ có ưu thế hơn?

Chính là bạn.

Một phút suy ngẫm:

Hãy nghĩ về một việc nào đó bạn có thể làm trong công việc hiện tại để tạo một chỗ đứng riêng cho mình. Vậy bạn có thể làm gì để giúp những người xung quanh?

Hãy khai thác một chỗ đứng cho riêng mình sao cho mọi người đều muốn làm việc với bạn.

Trong bất cứ nghề nghiệp nào, bao giờ cũng có những việc xảy ra như ý bạn và những việc bất như ý. Như câu triết lý nói, vấn đề không nằm ở những điều xảy ra với bạn, chính cách phản ứng của bạn với những việc đó mới làm nên điều khác biệt. Người thành công luôn biết học hỏi từ những điều bất như ý cũng như từ những điều như ý.

Công việc không phải luôn bất biến. Chúng không chỉ là danh mục những trách nhiệm. Khi làm việc mỗi ngày, bạn đều có ảnh hưởng lên những người xung quanh. Những công việc đó có thể có ảnh hưởng tích cực hay tiêu cực. Bạn có thể được cất nhắc hay sẽ thất bại. Nếu bạn muốn phát triển sự nghiệp, thì những phản hồi từ bên ngoài rất hữu ích. Tuy nhiên, bạn cần tránh phụ thuộc vào những ý kiến đó và nên khách quan về chính mình. Tức là bạn cần phải tự huấn luyện cho chính mình.

- **Công việc của một huấn luyện viên là gì?** Một huấn luyện viên giỏi có thể giúp bạn biết rõ chính bạn – tức là bạn có thể làm những gì – những phẩm chất và kỹ năng của chính bạn. Mỗi lần bạn làm việc gì đó, huấn luyện viên sẽ yêu cầu bạn tự xem xét lại về công việc đó. Bạn có thể học hỏi được gì từ những việc xảy ra như ý và những điều không như ý? Điều này rất cần thiết nếu bạn chưa thành công như mong muốn, nhưng lại càng cần thiết hơn nếu bạn muốn thành công vượt qua mong đợi ban đầu.
- **Hãy nghiên ngẫm về những sai lầm** cũng như thành công. Việc xét lại những sai lầm sẽ bảo đảm rằng bạn không lặp lại nó nữa và giúp bạn vươn xa ra khỏi vùng an toàn của chính mình. Còn tự nhìn nhận lại những thành công thì cho phép bạn lặp lại thành công nhiều lần nữa. Nhờ đâu mà bạn đã làm được điều khác biệt? Nhờ đâu mà bạn làm được những việc mà người khác không làm được?

Tự huấn luyện mình sẽ giúp bạn có những thành công trong tương lai. Nó sẽ không chỉ giúp bạn học hỏi và phát triển nhân cách, mà còn mang lại cho bạn nhiều niềm vui và nhiệt huyết hơn trong đời sống hằng ngày.

“Khi gặp thất bại, hãy chấp nhận nó như một dấu hiệu cho biết rằng những kế hoạch của bạn chưa hoàn hảo; hãy xây dựng lại những kế hoạch đó và khởi sự dong buồm ra khơi hướng tới mục tiêu mong muốn.”

Napoleon Hill, tác giả cuốn sách “Think and Grow Rich”

Tự huấn luyện sẽ tạo dựng sự tự tin và giúp bạn ý thức được điểm mạnh cũng như điểm yếu của chính mình.

Tôi thường thấy nhiều người đã làm việc được 15 năm và muốn đổi nghề. Họ có những điểm son trong hồ sơ xin việc nhưng lại thiếu tự tin. Họ thường cho rằng “Tôi chưa thực sự làm được gì trong sự nghiệp của mình cả”; hay “Tôi làm việc bình thường từ trước tới nay và cũng chưa đạt được thành quả gì đáng kể.”; hay “Tôi làm việc nhưng chưa học được kỹ năng gì đặc biệt cả”.

Khi bạn đã đi làm ít lâu, bạn sẽ có khuynh hướng tự hài lòng và nghĩ rằng mình sẽ chẳng bao giờ phải đổi nghề hay phải tự tìm việc làm lần nữa. Và như thế, bạn có thể sẽ quên theo dõi những thành tựu của bản thân. Tuy vậy, việc theo dõi những thành tựu nghề nghiệp lại rất hữu ích cho bạn.

- **Thường xuyên cập nhật bảng thành tích.** Bạn sẽ không chỉ được chuẩn bị kỹ nếu phải đổi nghề, mà còn có thể giải thích dễ dàng những gì bạn làm tốt cho cấp trên hiện nay của bạn.
- **Nhìn vào những khoảng trống.** Hơn thế nữa, nếu theo dõi sát những gì bạn làm, bạn sẽ bắt đầu lưu ý tới những thiếu sót trong việc phát triển sự nghiệp của bạn. Nếu bạn đang đình trệ trong nghề nghiệp, lúc đó sẽ là cơ hội để trám đầy những khoảng trống trước khi quá trễ.
- **Tạo thói quen đánh giá theo định kỳ.** Tại sao bạn không làm việc theo dõi thành tích hàng tháng hay hàng quý như theo dõi tài khoản ngân hàng? Hãy ghi chép lại trong sổ những thành tích và kỹ năng mới bạn đã có, những dự án bạn đã hoàn thành hay những kết quả bạn đã làm được cho công ty .
- **Tính cả những thành tựu ngoài công việc.** Sau cùng, những kỹ năng ngoài công việc cũng có thể rất có ích.
- **Cụ thể.** Hãy bảo đảm rằng bạn ghi lại rõ ràng ngày tháng, người cùng tham gia; những thay đổi hay những ý kiến tích cực bạn nhận được.

Bạn sẽ thấy rằng thường xuyên xem xét công việc theo cách này sẽ giữ đầu óc bạn tập trung và cung cấp cho bạn điều kiện để tiếp thị chính

mình hiệu quả hơn trong công ty .

“Tôi luôn làm việc rất chăm chỉ, và càng làm việc chăm chỉ, tôi càng may mắn.”

Alan Bond, doanh nhân Úc

Một phút suy ngẫm:

Mỗi khi xem lại các thành tích nghề nghiệp, hãy tự hỏi: “Mình có đang đi đúng hướng không? Mình có cần thay đổi điều gì trong vai trò hiện nay không? Mình có cần thêm những nguồn lực nào khác không? Những người khác trong công ty có thấy rõ những gì mình đang làm không? Mình đã có được sự thỏa mãn nghề nghiệp từ việc làm này chưa?”

Hãy ghi lại những kỹ năng đạt được và những thành tựu của bạn.

Hồ sơ xin việc là “lịch sử cuộc đời”, nhưng nó sẽ không mang lại cho bạn một công việc trừ khi bạn thường xuyên trau dồi, gọt giũa nó. Bản hồ sơ xin việc của bạn có thể là tài liệu tiếp thị bản thân tốt nhất của bạn. Và cũng giống như một tài liệu tiếp thị, nó sẽ giúp “bán” bạn cho đúng đối tượng mục tiêu đã chọn nếu bạn thực hiện nó đúng ý khách hàng và có kỹ năng viết tốt.

- 1. Dùng sổ theo dõi công việc để dễ dàng cập nhật hồ sơ xin việc.** Bạn không bao giờ biết khi nào mình sẽ cần đến nó. Nó cần ghi lại những chi tiết về lịch sử nghề nghiệp của bạn với ngày tháng kèm theo. Nó cũng nên có những bằng cấp về học thuật, các khóa đào tạo chuyên môn và những hiệp hội ngành. Hãy luôn trung thực và chính xác.
- 2. Điều chỉnh hồ sơ xin việc theo hướng mục tiêu nghề nghiệp của bạn.** Sẽ rất có ích nếu bạn vạch ra nghiên cứu và xác định rõ những gì người đang ở vị trí mà bạn nhắm tới muốn biết về bạn. Hồ sơ xin việc làm sẽ hoạt động như chìa khóa mở cửa; một tờ rơi tiếp thị để thu hút những cơ hội tiềm năng trong và ngoài công ty; một phương tiện để giành được buổi phỏng vấn; và cũng rất có thể là nội dung chính cho buổi phỏng vấn một khi bạn có cơ hội.

- 3. Trình bày tiểu sử trong phần đầu hồ sơ xin việc của bạn.**
Cách tốt nhất để làm hồ sơ xin việc mang nét riêng của bạn là kết hợp một bản tóm tắt ngay từ phần đầu. Bản tóm tắt đó giống như phần giới thiệu nhanh bản thân bạn một cách ngắn gọn, súc tích. Gói gọn trong khoảng 4 dòng, hãy giải thích bằng ngôn từ phù hợp và dễ hiểu về nghề nghiệp của bạn.
- 4. Đặt mình vào bối cảnh.** Nếu bạn đang làm thư ký cho một doanh nghiệp nhỏ, hãy nói rõ. Nếu bạn đang làm việc cho một trong những công ty lớn nhất thế giới hay đã từng làm việc trong nhiều lĩnh vực khác nhau, hãy nói rõ thông tin đó.
- 5. Mô tả rộng và sâu về kinh nghiệm của bạn.** Nói cách khác là những lĩnh vực bạn nổi trội cũng như thời gian bạn đã làm việc trong từng lĩnh vực đó.
- 6. Hãy nhớ Lợi điểm bán hàng độc đáo nhất của bạn.** Cuối cùng, hãy đưa Lợi điểm bán hàng độc đáo nhất của bạn vào và nhớ là nó phải phù hợp với vai trò bạn muốn.

Một phút suy ngẫm:

Hãy đọc bản hồ sơ xin việc của bạn. Nhớ rằng, nó phải có đủ những thành quả, kỹ năng và bằng chứng cho động cơ làm việc của bạn. Nếu chưa đủ, hãy làm lại – Hãy viết thật ngắn gọn, chỉ hai mặt giấy là đủ.

Hồ sơ xin việc có thể mở ra cho bạn nhiều cánh cửa nếu bạn sử dụng nó như một tài liệu quảng cáo.

Khả năng giao tiếp và ảnh hưởng tới người khác là không thể thiếu nếu bạn muốn đạt được những mục tiêu nghề nghiệp của mình. Tất cả chúng ta đều cần sự giúp đỡ từ người khác, dù đó là bạn bè, đồng nghiệp hay khách hàng. Người có ảnh hưởng nhất là người biết thuyết phục người khác ủng hộ ý tưởng của họ.

Hoạt động bán hàng không phải chỉ dành cho các loại hình kinh doanh hướng ngoại, tấn công, thúc ép. Nếu bạn đã có ý tưởng và mục tiêu, bạn chắc chắn sẽ càng tháo vát hơn khi biết tranh thủ sự hỗ trợ và hợp tác từ nhiều người khác để đạt được kết quả.

Dùng ý tưởng của mình để áp đặt người khác chỉ đưa đến thất bại, chỉ có thuyết phục “một cách tự nhiên” mới hiệu quả. Sau đây là hai bí quyết để giúp tăng khả năng thuyết phục của bạn.

1. **Hiểu rằng con người được thúc đẩy bởi nhu cầu.** Nếu bạn hiểu được bản chất con người, bạn sẽ có thể chào bán ý tưởng cho họ. Một số người luôn bị cám dỗ bởi mong muốn thỏa mãn cái họ cần. Ít nhất thì tất cả chúng ta đều bị cám dỗ bởi nhu cầu sinh tồn, chúng ta muốn những nhu cầu tối thiểu được thỏa mãn: thực phẩm, ngủ nghỉ, yêu thương. Sau những nhu cầu đó, mới đến những nhu cầu cá nhân khác như bạn bè, tiện nghi, tài sản, địa vị, quyền lực.
2. **Hãy đem đến nhiều niềm vui hơn và ít đau khổ hơn.** Chúng ta thường bị thúc đẩy tránh ra khỏi những điều không muốn như đau đớn, bất tiện, bị làm nhục, thiếu tiền, hàng xóm khó chịu. Người biết thuyết phục sẽ chỉ vẽ cho người khác cách đạt được nhiều niềm vui hơn và ít đau khổ hơn. Chẳng hạn như: “Chúng ta hãy làm xong dự án đó vào tuần sau. Nếu xong trước thời hạn, chúng ta sẽ được thưởng.” (Tiền/ phần thưởng/ niềm vui). Hoặc “Vậy thì chúng ta có nên báo cho sếp biết vấn đề đó ngay bây giờ không? Nếu để đến sau này, sếp sẽ càng giận hơn.” (Tránh đau khổ/ giận dữ).

Hãy học cách thuyết phục người khác và bạn sẽ trở thành một nhà lãnh đạo tự nhiên, được tin cậy trong việc đề ra tiến độ và mục tiêu công việc cho mọi người.

“Xin nhớ rằng bạn cần phải bán chính bản thân và ý tưởng của bạn thì mới tiến triển trong sự nghiệp được.”

Jay Abraham, bậc thầy tiếp thị Hoa Kỳ

Một phút suy ngẫm:

Hãy phác thảo một bức tranh trong trí tưởng tượng của một người khác về việc cuộc sống của họ sẽ ra sao nếu họ chấp nhận ý tưởng của bạn. Bắt đầu bằng cách yêu cầu họ tưởng tượng ra một viễn cảnh tương lai. Sau đó hãy so sánh bức tranh đó với những cái họ đang có hiện nay. Nếu bức tranh viễn cảnh hấp dẫn hơn, họ sẽ “mua” nó.

Hãy đem đến cho người khác nhiều niềm vui hơn và ít đau khổ hơn khi thuyết phục họ mua ý tưởng của bạn.

Giữ thăng bằng

Quản trị nghề nghiệp không có nghĩa là chỉ cần tạo dựng sự nghiệp và buôn xuôi mọi thứ khác trong đời: đó là cách nghĩ của thế kỷ 20. Trong thế kỷ 21 này, thị trường tuyển dụng toàn cầu, với những thay đổi một phần do công nghệ mới, đã tạo thuận lợi cho cách làm việc theo giờ giấc linh động.

5.1 Biết ưu tiên

Bạn biết mức độ hài lòng đối với cuộc sống của mình rõ đến đâu? Bạn có muốn làm toàn thời gian ở công ty rồi lại tiếp tục làm thêm ở nhà? Hay bạn muốn một công việc bán thời gian và dành thời gian còn lại cho những hoạt động khác? Hay bạn muốn một việc làm toàn thời gian nhưng với khung giờ hay ca kíp khác?

Đây là những bước bạn có thể thực hiện ngay lập tức:

1. Vẽ một vòng tròn trên giấy và chia nó ra làm nhiều phần.
2. Trong mỗi phần, viết tên một lĩnh vực trong cuộc sống như gia đình, công việc, thú tiêu khiển, phát triển bản thân, bạn bè...
3. Tại tâm vòng tròn, viết số 1. Phía ngoài vòng tròn, viết số 10. Bây giờ hãy cân nhắc mức độ hài lòng đối với từng lĩnh vực cuộc sống của bạn.
4. Hãy xếp hạng mỗi lĩnh vực từ 1 đến 10 bằng cách vẽ một đường thẳng ngang qua từng phần. Ví dụ, một đoạn thẳng đến giữa phần “gia đình” sẽ tương đương với 5/10.

Kết quả có thể sẽ là một vài lĩnh vực bạn thấy rất hài lòng và một vài lĩnh vực khác bạn thấy rất thất vọng.

- Hãy tự hỏi xem, bạn có muốn những lĩnh vực ít hài lòng được ưu tiên hơn trong cuộc sống không?
- Nếu có, bạn sẽ phải thay đổi điều gì trong cuộc sống để có thêm thời gian và công sức cho những lĩnh vực khác?
- Nếu câu trả lời nằm ở chỗ cân bằng giữa công việc và phần còn lại của cuộc sống, thì bạn cần phải thay đổi những khía cạnh nào trong công việc?

Một phút suy ngẫm:

Khi đã vẽ xong vòng tròn, bạn hãy đánh giá mức ảnh hưởng của những hoạt động hiện nay. Hãy nghĩ xem điều gì có thể xảy ra nếu bạn thay đổi cách phân bổ thời gian. Bạn có chắc chắn rằng mình sẽ sử dụng thời gian một cách hữu ích không? Việc đó có đóng góp gì trong những cơ hội thăng tiến nghề nghiệp? Hãy ghi lại những suy nghĩ đó.

Hiểu rõ những gì cần ưu tiên sẽ khiến bạn đàm phán nghề nghiệp hiệu quả hơn và cho phép bạn chủ động chọn lựa những gì phù hợp với mình.

5.2 Sẵn sàng chấp nhận rủi ro

Bạn có sẵn sàng chấp nhận rủi ro không? Thái độ thoải mái khi đối diện rủi ro rất quan trọng khi bạn có những thay đổi trong công việc như đổi nghề hay phát triển bản thân. Những thành quả nghề nghiệp trong ngắn và dài hạn có xứng với sự hy sinh những lợi ích cá nhân và nghề nghiệp hiện nay không?

Mức độ rủi ro chấp nhận được đối với bạn sẽ rất khác so với người khác. Việc cân nhắc khi quyết định đổi nghề sẽ dễ dàng hơn nếu bạn làm theo những bước sau.

- **Danh sách.** Hãy liệt kê thành danh mục những rủi ro và lợi ích của từng chọn lựa. Hãy nghĩ kỹ xem bạn muốn thay đổi đến mức nào? Bạn muốn đổi sang công việc khác trong cùng ngành? Hay đổi luôn qua ngành khác?
- **Nhu cầu.** Cân nhắc những mục tiêu và tình hình tài chính trước mắt cũng như lâu dài. Việc hy sinh thu nhập hiện nay để đổi lấy những lợi ích trong tương lai có xứng đáng không?
- **Dự phòng.** Bạn có kế hoạch dự phòng nếu mọi việc không trôi chảy không? Bạn có trở lại nghề cũ được không?
- **Ảnh hưởng.** Hãy xem xét xem thời gian làm việc mới có dễ thích nghi không? Những ai khác sẽ bị ảnh hưởng?

Hãy nhớ rằng cố gắng tránh rủi ro cũng có thể sẽ phản tác dụng. Trong thế kỷ 21, những người thành công nhất không phải là những

người chọn con đường bằng phẳng mà là những người dám chấp nhận rủi ro và kiểm soát được con đường sự nghiệp của họ. Không phải cứ tự làm chủ thì mới là doanh nhân.

Bạn có thể suy nghĩ theo cách này dù đang làm thuê cho người khác, bằng cách đầu tư thời gian vạch kế hoạch nghề nghiệp và cân nhắc những rủi ro tiềm ẩn như thể bạn phải ra một quyết định kinh doanh cho công ty của riêng mình.

Hãy tự tìm hiểu tình hình. Rủi ro không phải lúc nào cũng dễ thấy. Trước kia, làm việc cho một ngân hàng là nghề rất an toàn, nhưng từ khi suy thoái đến nay, những công ty lớn cũng chẳng an toàn hơn các công ty nhỏ.

Hãy cân nhắc mức độ rủi ro mà bạn sẽ gặp phải với bất cứ sự thay đổi nào trong nghề nghiệp.

Tình huống:

Anthony nói: “Khi được 50 tuổi, tôi quyết định không làm ca đêm nữa vì lý do sức khỏe và bác sĩ khuyên cần phải theo dõi huyết áp. Công ty không có vấn đề gì với việc tôi đổi sang ca ngày, nhưng tôi thấy như thể cũng chưa đủ. Tôi muốn có thêm vài ngày nghỉ mỗi tuần để phụ vợ kinh doanh bán hàng ăn. Tôi trở lại gặp sếp thỏa thuận chia bớt công việc cho người khác. Vậy là ông có hai người làm với mức lương chỉ của một người, còn tôi có thể làm một lúc hai công việc song song với mức lương thấp hơn một chút nhưng lại chu tất mọi bề và giấc ngủ cũng ngon hơn.”

5.3 Làm theo cách của bạn

Nhiều người không dám từ chối yêu cầu công việc vì họ sợ ảnh hưởng đến sự nghiệp. Tuy nhiên, bạn không thể cứ chấp nhận làm thêm nếu bạn muốn cân bằng giữa nghề nghiệp và những hoạt động khác trong cuộc sống. Vậy nên đôi khi bạn cũng cần phải biết cách từ chối một cách lịch sự.

Liệu bạn có sẵn sàng từ chối vợ con theo cách: “Anh xin lỗi không thể làm vậy vì anh phải làm việc cuối tuần này”, hoặc từ chối sếp: “Tôi không thể làm việc kiểu này được nữa” Không? Vậy nếu bạn nghĩ rằng làm việc không theo cách truyền thống có thể giúp cân bằng giữa gia

đình và việc làm thì hãy mạnh dạn đề xuất ý tưởng đó với sếp bạn.

Bạn chỉ có hai thứ để chào bán cho nhà tuyển dụng: **thời gian** và **kiến thức**.

Một nhân viên bình thường được trả lương cho thời gian họ ở văn phòng để làm việc. Còn bạn, bạn không muốn đổi thời gian có mặt để lấy đồng lương như họ. Đó chính là điều gây ra căng thẳng. Vì thế, hãy bán kiến thức của bạn, đừng bán thời gian.

Bạn sẽ làm điều đó bằng cách nào?

- **Xác định mục tiêu.** Bạn muốn đạt được điều gì? Công việc bán thời gian? Làm ca theo kiểu khác? Bán dịch vụ của bạn cho công ty như một nhà thầu?
- **Biết rõ nhu cầu của sếp.** Hãy tìm hiểu xem nhu cầu của sếp là gì và bạn có thể đáp ứng đúng nhu cầu đó bằng cách nào. Nếu bạn thỏa mãn được đúng cái sếp cần, có thể ông sẽ không quan tâm bạn làm việc ở nhà hay làm bán thời gian ở công ty.
- **Chứng minh những cái lợi.** Giải thích rõ sếp bạn sẽ có lợi gì nếu đồng ý với đề xuất của bạn. Hãy chỉ rõ cả những cái lợi khác cho ông và các đồng nghiệp khác.

Vấn đề bạn cần trả lời là “điều gì quan trọng với sếp và các đồng nghiệp?” Nếu bạn có thể làm việc đó trong 3 ngày thì tại sao bạn lại phải ở văn phòng 5 ngày? Nếu các đồng nghiệp và sếp của bạn thấy được giải pháp mới hiệu quả không thua gì cách làm cũ thì họ sẽ có khả năng chấp nhận những thay đổi bạn đề nghị.

“Điều này (sự cân bằng giữa cuộc sống và nghề nghiệp của bạn) không phải là công tác xã hội của công ty, mà là mệnh lệnh kinh doanh”.

Courtney Pratt, giám đốc điều hành Công ty Toronto Hydro

Một phút suy ngẫm:

Đừng mãi ép mình. Những mệnh lệnh “anh nên thế này”, “chị phải thế kia”, “bạn cần thế nọ”... ở đâu cũng có. Hãy thử vào một công ty hay văn phòng nào đó, bạn sẽ nghe nhân viên nơi đó ca thán rằng họ “chẳng có lựa chọn nào hết”. Vậy nếu bạn không muốn cứ phải ép mình theo những mệnh lệnh đó, hãy tìm giải pháp khác cho công việc của bạn.

Hãy là một nhà đàm phán giỏi bằng cách bán kết quả công việc chứ đừng bán thời gian có mặt ở công ty.

5.4 Đa nghề

Từ trước tới giờ bạn chỉ làm một công việc cho một người chủ, điều đó không có nghĩa là bạn cứ phải tiếp tục như vậy mãi. Đôi khi stress không phải do làm nhiều mà là do làm mãi một công việc đơn điệu. Nếu bạn chỉ sử dụng một kỹ năng và cảm thấy chưa thỏa mãn, thì có lẽ bạn nên cân nhắc việc làm đa nghề.

Đa nghề là ý tưởng của tác giả Charles Handy. Ông cho rằng thay vì làm một nghề rồi đổi qua một nghề khác, bạn sẽ có thể sử dụng nhiều kỹ năng khác nhau và làm cùng lúc nhiều nghề khác nhau. Sự đa dạng sẽ cho bạn nhiều cảm giác thỏa mãn và cân bằng hơn trong cuộc sống. Có nhiều cách để làm đa nghề. Có thể là bạn vẫn giữ nghề đang làm, nhưng giảm bớt số ngày để nhận thêm một công việc bán thời gian cần nhiều kỹ năng khác nhưng có thu nhập tương đương. Hoặc bạn có thể làm một công việc chính và thỉnh thoảng làm những công việc tay trái khác đòi hỏi nhiều kỹ năng mới, hay nhận làm một công việc tình nguyện nào đó.

Hoặc cũng có thể là bạn kiếm phần lớn thu nhập từ một công việc chính và kiếm được ít thu nhập hơn nhưng lại có thỏa mãn nghề nghiệp tốt hơn từ một vài công việc khác. Cách làm như sau:

- Thu nhập 80% từ nghề chính và có được 20% thỏa mãn.
- Thu nhập 20% từ nghề tay trái và có được 80% thỏa mãn.
- Vậy là bằng cách làm hai nghề, bạn có thể vẫn duy trì được 100% thu nhập mà lại có được 100% thỏa mãn.

Đa nghề có thể áp dụng được trong nhiều lĩnh vực chuyên môn. Nó cho bạn cơ hội sống năng động, thử sức với nhiều thách thức mới, trưởng thành và phát triển trong nghề nghiệp. Đa nghề cũng giúp bạn tránh tình trạng trì trệ, nhàm chán hay căng thẳng của một nghề, và, nếu may mắn, nó còn giúp bạn tránh chính sách làm việc văn phòng 5 ngày/tuần.

Hãy nghĩ đến tuần làm việc ở khía cạnh số thời gian bạn có. Bạn muốn sử dụng những điểm mạnh nào của mình và muốn đạt được điều

gì trong thời gian ấy?

Đa nghề tạo ra sự năng động và phát triển cảm hứng theo những cách mới mẻ.

Tình huống:

Indira đã từng mơ được trở thành một diễn viên nhưng suốt nhiều năm trời cô vẫn chỉ là một công chức với công việc hành chính làm từ 9 giờ đến 5 giờ ở tuổi 35, cô quyết định không chỉ mãi coi nghiệp diễn là thú vui tiêu khiển nữa. Tuy nhiên, cô lại lo lắng về khoản thu nhập nếu không còn là công chức làm việc 5 ngày/ tuần. Sau đó cô phát hiện ra người chủ sẽ trả lương gần như tương đương với mức cô đang hưởng nếu cô làm việc tuần ba ngày vào ca tối. Khi làm ca tối, cô đã có thể dành thời gian còn lại cho nghề diễn và còn học thêm được một khóa nghệ thuật mà cô hằng mong muốn từ lâu.

5.5 Dùng trực giác

Nhiều người cho rằng bản năng thường thiếu tính logic và không thuộc phạm trù kinh doanh. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nhiều doanh nhân thành đạt nhất lại đưa ra một vài quyết định tốt nhất dựa trên trực giác và bản năng. Điều này đúng với cả những quyết định nghề nghiệp và những quyết định kinh doanh khác.

Sở dĩ, trực giác thường bị đánh giá thấp kém hơn logic vì người ta thường cho rằng bản năng chỉ là “cảm xúc”. Malcolm Gladwell trong tác phẩm bán chạy nhất của ông là Blink (Trong chớp mắt) đã cho thấy trực giác quý giá như thế nào. Một số nhà khoa học cho rằng nó là kết quả khi bộ não thông minh của chúng ta tổng hợp cực nhanh hàng ngàn thông tin để đưa ra kết luận. Điều đó xảy ra trong một phần triệu giây để cho chúng ta cái cảm giác lóe sáng “A ha” của trực giác. Có người cảm nhận được cảm giác thể chất trong bụng hay đám rối vùng bụng. Có người bỗng bật ra ý nghĩ trong đầu mà chẳng biết từ đâu đến hay một hình ảnh nào đó bỗng hiện ra từ đâu đó sâu thẳm trong ý thức.

- **Trực giác của bạn đang nói với bạn điều gì?** Hãy xem lại viễn cảnh bạn hằng mơ ước. Thay vì dựa vào tư duy logic, hãy lắng nghe xem bản năng của bạn muốn nói điều gì? Nhiều người có đặt ra một kế hoạch nghề nghiệp gượng ép trông có vẻ ổn, bất chấp cảm giác

khó chịu mách bảo từ bên trong.

- **Cân bằng giữa tư duy logic và trực giác.** Nếu có người dựa quá nhiều vào tư duy logic có thể họ cũng có được một số tiến bộ trong nghề, nhưng rồi cũng sẽ có lúc họ mất hứng thú nghề nghiệp. Nếu biết duy trì sự cân bằng giữa tư duy logic với trực giác, họ đã có thể tránh được lầm đường lạc lối.
- **Trực giác cần được rèn luyện.** Những nhà doanh nghiệp thành công hàng đầu thường dùng tư duy logic đồng thời với trực giác. Trực giác cũng giống như một cơ bắp cần được thường xuyên rèn luyện bằng cách tập lắng nghe nó, nhận biết nó khi những quyết định bạn đưa ra có kết quả tốt. Mỗi người đều cảm nghiệm trực giác theo cách riêng của mình và phân biệt được trực giác tích cực với trực giác tiêu cực, vì thế, hãy tập nhận biết trực giác của bạn.

Trực giác dĩ nhiên chỉ là điểm bắt đầu. Một khi bạn đã nhận biết được bản năng của bạn, hãy bắt đầu đặt câu hỏi. Nếu bản năng cho bạn biết đã đến lúc thay đổi, hãy dám chấp nhận rủi ro để thay đổi.

“Tôi tin vào sự mách bảo của bản năng hơn là việc nghiên cứu hàng đống số liệu thống kê”.

Richard Branson, người sáng lập Tập đoàn Virgin

Hãy rèn luyện trực giác sao cho tầm nhìn nghề nghiệp của bạn vừa hợp theo tư duy logic vừa hợp theo bản năng.

Nếu chưa thỏa mãn với những gì đang làm, thì có lẽ bạn cần phải tạo một sự thay đổi triệt để. Bạn muốn có một công việc khác trong cùng ngành, hay cùng vai trò cũ nhưng ở một bộ phận khác?

Cái nhìn tích cực đối với thay đổi sẽ giúp bạn vượt qua thử thách khi tìm công việc mới. Con người luôn phải đối diện với nhiều thay đổi trong đời sống. Khả năng làm chủ sự thay đổi có ảnh hưởng rất lớn không chỉ đối với sức khỏe và cảm xúc mà còn đến kết quả tìm việc của bạn.

Có người yêu thích tính thử thách trong những kinh nghiệm mới. Có người không thích đánh mất những thói quen trong công việc hàng ngày.

Nếu bạn làm chủ được thay đổi, thì bạn có thể theo nghề lâu bền hơn, sung sức và nhiệt tình hơn, và nếu phải thay đổi việc làm bạn cũng dễ tìm việc hơn.

Nhiều người thấy bất an khi nghĩ đến thay đổi. Họ làm mãi một nghề mà đáng lý cần thay đổi từ lâu và bỏ lỡ nhiều cơ hội thăng tiến lẫn phát triển bản thân. Tại sao vậy?

- **Chúng ta thường chỉ thích làm những công việc quen thuộc.** Nhiều người, nếu không nói là đa số, chỉ thích làm những công việc thường nhật quen thuộc. Họ thích có một danh tính rõ ràng. Khi được hỏi về nghề nghiệp, họ chỉ trả lời đơn giản bằng chức danh. Họ muốn biết chắc họ sẽ ở đâu và làm gì hàng ngày. Đối với họ, công việc mưu sinh hàng ngày cho họ cảm giác về giá trị bản thân và sự tự tin.
- **Nhưng đối kháng lại sự thay đổi rất có hại.** Thay đổi là một phần tất yếu của cuộc sống. Ai không muốn thay đổi sẽ bị sa vào những cảm giác tiêu cực cho đến khi một cấu trúc nào đó được phục hồi. Cho dù thay đổi đó là do bạn tự nguyện rời bỏ một công việc hay buộc thôi việc thì cảm giác ấy vẫn không hề khác. Theo một công trình nghiên cứu, những xúc cảm tiêu cực sinh ra do đối kháng lại sự

thay đổi có thể là bị shock, từ chối, giận dữ và trầm cảm. Ngược lại, nếu bạn chấp nhận thay đổi ngay, thì bạn sẽ có thể định đoạt được số phận của chính mình.

- **Hãy sẵn sàng thay đổi những công việc thường nhật của bạn.** Linh hoạt và sẵn sàng thay đổi sẽ giúp bạn tự chủ. Hãy kiểm soát thay đổi ngay khi bạn thấy nó đến bằng cách buông bỏ thật nhanh những thói quen công việc quen thuộc. Thay vào đó bằng những thói quen và cấu trúc công việc mới ngay khi có thể. Thay vì đối kháng với thay đổi và gánh chịu những xúc cảm khó chịu nói trên, hãy hướng năng lượng của bạn vào việc hoàn thành mục tiêu và hướng cảm giác vào mục đích công việc và đời sống nói chung.

Một phút suy ngẫm:

Hãy tự đặt ra một số việc thường nhật mới, dù chỉ là những việc bạn tự tạo ra cho mình. Hãy đặt thời khóa biểu cho vài tuần tới hay vài tháng tới, thậm chí có những việc không liên quan đến công việc như tập thể hình. Hãy viết ra giấy thời gian dành cho nghiên cứu, tạo quan hệ và những hoạt động liên quan tới công việc khác.

Thay vì cố chống lại thay đổi, hãy làm quen với những thói quen và cấu trúc công việc mới trong cuộc sống càng sớm càng tốt.

Nếu bạn làm việc cho một cơ quan trong một thời gian dài, có thể bạn sẽ vô tình giới hạn những cơ hội của mình. Đã đến lúc bạn nên ngồi lại và xem xét những lựa chọn cũng như những cơ hội khác có thể đến với bạn từ bên ngoài và thử một điều gì đó hoàn toàn khác.

Khi bạn quyết định đã đến lúc phải thay đổi nghề nghiệp, người duy nhất bạn có thể trông cậy chính là bạn. Cuộc đời thường trao cho chúng ta những thay đổi bất ngờ và chính cách chúng ta phản ứng với những thay đổi đó mới làm nên sự khác biệt. Nếu bạn đã giỏi công việc số liệu, thì không phải bạn sẽ bỗng dưng hết giỏi khi đổi nghề. Tương tự như vậy, nếu bạn đã là một lãnh đạo xuất sắc trong 10 năm, thì chắc chắn bạn vẫn sẽ tiếp tục giỏi trong 10 hay 20 năm tới. Hãy thực hiện vài bước đơn giản, bạn sẽ mở rộng cánh cửa cho những cơ hội mới.

1. Hãy xem xét lại tầm nhìn và mục tiêu nghề nghiệp của bạn. Rất có thể bạn sẽ thấy đổi nghề là một lựa chọn đúng đắn hoặc cần phải suy nghĩ để điều chỉnh lại một số mục tiêu.
2. Hãy xem lại hồ sơ xin việc của bạn. Kỹ năng và kinh nghiệm là những yếu tố có thể chuyển tiếp qua công việc mới. Đó là dịp để bạn tra dồi kỹ năng đó và tìm cơ hội sử dụng chúng trong một bối cảnh khác.
3. Bạn cũng nên suy nghĩ về những lĩnh vực mà mình yêu thích nhưng chưa có cơ hội thực hiện trước đây hay công việc mới xuất hiện mà lúc bạn mới ra trường chưa có. Cũng có thể bạn muốn biến một sở thích nào đó thành hẳn một nghề.
4. Hãy nhớ rằng, bạn chính là người định đoạt số phận của mình. Không nhất thiết bạn phải làm mãi công việc vẫn làm. Bạn hoàn toàn có thể tái đầu tư cho nghề nghiệp của mình bất cứ lúc nào.

Hãy suy nghĩ sáng tạo. Mỗi năm đều có nhiều công việc mới xuất hiện trên toàn cầu nhờ sự tiến bộ của công nghệ mới và Internet. Thiết kế web, phóng viên trực tuyến và blogger là những công việc của thế kỷ 21. Nếu những công việc đó chưa có khi bạn còn nhỏ hay ở thế hệ cha mẹ bạn, hãy suy nghĩ xem liệu những công việc nào khác sẽ ra đời trong vòng khoảng 10 năm tới.

Bạn có đủ cởi mở để nhận ra và nắm bắt được những cơ hội mới khi chúng xuất hiện không?

Một phút suy ngẫm:

Hãy xác định những công việc mới có thể có. Hãy suy nghĩ về những hoạt động bạn muốn có nhất trong công việc mới. Hãy nghĩ xem những ngành nghề hay vai trò nào có những hoạt động đó? Những gì bạn KHÔNG MUỐN có. Những công việc nào bạn nên tránh?

Hãy luôn lưu ý các loại hình công việc mới được tạo ra trong thế kỷ 21.

Bạn sẽ không thể đổi nghề thành công nếu chỉ trông chờ vào may mắn. Bất cứ động thái thành công nào trong sự nghiệp cũng đòi hỏi

phải có kế hoạch tốt. Việc xác định được vai trò, cơ quan và bộ phận đúng ý muốn sẽ tạo nên sự khác biệt giữa việc kết thúc một công việc cũ với việc bắt đầu một nghề mới hấp dẫn với cơ hội thăng tiến.

Sau đây là vài gợi ý để đảm bảo bạn không tốn thời gian mày mò nghiên cứu mà thay vào đó có thể tập trung vào việc đạt mục tiêu một cách nhanh nhất.

Hãy bắt đầu bằng việc viết ra tất cả những lựa chọn của bạn. Không nên nghiên cứu cả tháng rồi sau đó mới thêm vào những gì đáng lý phải đưa vào ngay từ đầu vì làm thế chẳng có lợi ích gì. Hãy cứ bắt đầu lớn, sau đó thu hẹp dần. Ngành nào? Công ty nào trong ngành đó? Vai trò, vị trí nào trong công ty đó?

Nếu có tiêu chuẩn rõ ràng, bạn sẽ có thể thêm hay bớt một số công ty. Đây là những điều bạn nên suy nghĩ:

- **Quy mô.** Bạn muốn làm cho một công ty lớn hay nhỏ? Hãy suy nghĩ về văn hóa và cảm xúc trong công ty lý tưởng của bạn.
- **Vị trí.** Công ty lý tưởng của bạn tọa lạc tại đâu? Bạn muốn làm cho một công ty gần nhà hay ở địa điểm tốt trong thành phố hay ở vùng quê?
- **Văn hóa.** Văn hóa công ty lý tưởng theo ý bạn muốn là gì? Một công ty lâu đời hay công ty hàng đầu, hay một môi trường trong một công ty mới thành lập?
- **Hoạt động.** Nếu được tuyển vào đúng vai trò lý tưởng thì bạn sẽ thực hiện những hoạt động nào? Bạn sẽ tránh những hoạt động nào?
- **Đồng nghiệp.** Bạn muốn sếp và những đồng nghiệp trong nhóm như thế nào? Mẫu người lý tưởng nào bạn muốn cùng làm việc?

Những câu hỏi như thế này sẽ giúp bạn thu hẹp bớt những tùy chọn để tập trung vào một vài công ty, và có thể là một hay hai vị trí đúng ý bạn. Sau đó hãy ngồi lại và làm một cuộc nghiên cứu thực sự để thu hẹp thêm nữa những lựa chọn của bạn. Càng nghiên cứu nhiều công ty, qua mạng lưới các mối quan hệ, hay qua nghiên cứu tại nhà, bạn càng dễ tìm được công ty lý tưởng cho mình.

Một phút suy ngẫm:

Hãy liệt kê những mối quan hệ của bạn. Bạn biết những ai có quan hệ với công ty bạn muốn xin vào? Những mối quan hệ rất hữu ích trong việc tiến cử bạn cho các cơ hội nghề nghiệp trong tương lai.

Bạn có khả năng bắn trúng đích nếu bạn nhắm vào hồng tâm chứ không phải vào tất cả mọi vị trí trên bia.

Khi đã nhắm được một công việc và một cơ quan hay công ty cụ thể, sẽ là lúc bạn đi gặp gỡ mọi người để thu thập thông tin và kiếm lấy một cuộc phỏng vấn (và một lời mời làm việc). Điều đó sẽ dễ dàng và bài bản hơn nếu bạn ghi chép lại đầy đủ những việc đã làm và những việc còn phải làm.

Lưu trữ dưới dạng một bảng tính hay tệp hồ sơ giấy tờ không thành vấn đề. Vấn đề là bạn phải xem việc đổi nghề như một chiến dịch kinh doanh. Để một chiến dịch kinh doanh được tốt đẹp, bạn phải nắm được những gì đã làm, những gì đã biết, cái gì hiệu quả, cái gì không, và những gì bạn cần làm khác đi ở lần sau:

- **Ghi lại những mối quan hệ.** Những thông tin cần lưu giữ là các công ty mục tiêu và những mối quan hệ chủ chốt trong những công ty đó cùng chi tiết liên hệ. Bạn cũng nên ghi chú tên những người bạn đã liên lạc, thời gian và kết quả cuộc liên lạc đó. Nếu những người đó có quen biết nhau, hãy ghi chú ai đã giới thiệu, tiến cử bạn cho ai.
- **Công ty tuyển dụng.** Bạn cũng nên lưu lại thông tin những công ty tuyển dụng bạn đã liên hệ. Chất lượng của những nhà tuyển dụng cũng khác nhau, vì thế bạn cũng nên theo dõi hiệu quả của công ty tuyển dụng hay người giới thiệu các mối công việc cho bạn.
- **Thông tin ngành nghề hiện nay.** Lưu giữ thông tin về ngành nghề bạn chọn sẽ rất có lợi. Bạn có biết khuynh hướng chi phối ngành nghề hiện nay là gì không? Ai đang làm tốt, ai không tốt? Khó khăn của ngành hiện nay là gì? Những điều này sẽ giúp bạn xác định cần bổ sung kiến thức gì và nên đặt những câu hỏi nào cho các buổi tiếp xúc và phỏng vấn.
- **Tài nguyên hữu ích.** Vậy còn những cơ sở dữ liệu và nguồn thông tin có ích thì sao? Bạn có thể tận dụng những mối quan hệ có liên quan với nguồn tài nguyên bạn cần? Nếu được, bạn nên lập một danh mục cập nhật những đầu sách, trang web, cơ sở dữ liệu, thậm chí là đường dẫn tạp chí hay bài báo mà bạn có thể tham chiếu lại

nếu cần.

Hãy giữ cho bộ lưu trữ của bạn được cập nhật thường xuyên. Bổ sung liên tục những bản lưu trữ đó và hãy tập trung thật tốt vào mục tiêu của bạn.

Một phút suy ngẫm:

Dành thời gian ghi chú những lý do bạn chọn theo đuổi công ty hay ngành nghề cụ thể đó. Điều đó sẽ giúp bạn định hướng cách tiếp cận những mối quan hệ, loại thông tin cần tìm hiểu cũng như cách chuẩn bị hồ sơ việc làm cho phù hợp với thị trường mục tiêu.

Lưu giữ thông tin sẽ giúp tránh phí phạm thời gian và công sức khi tìm việc.

Khi tìm việc, hãy nhờ người quen giới thiệu bạn với người mà họ quen biết có thể giúp bạn. Hãy mời họ uống cà phê và sử dụng buổi gặp gỡ ngắn ngủi đó để thu thập thông tin về nghề nghiệp bạn chọn.

Hỏi trực tiếp ai đó để xin việc thường không hiệu quả. Ít có khả năng là người đó có được công việc phù hợp cho bạn, và thường thì họ cũng cảm thấy không thoải mái nếu cảm thấy phải “chịu trách nhiệm” hay bị áp lực. Ngược lại, người ta sẽ sẵn sàng giúp đỡ nếu việc bạn nhờ tốn ít thời gian và công sức.

- **Hãy bắt đầu bằng những mối quan hệ hiện có.** Ngay khi bắt đầu tìm việc, hãy thăm dò những người quen biết xem họ có biết ai có thể giúp bạn tìm hiểu thông tin về lĩnh vực chung hay loại tổ chức bạn đang tìm kiếm hay không. Có thể bạn sẽ được gợi ý hàng loạt tên người biết rõ về lĩnh vực bạn đang tìm.
- **Hãy xem người giới thiệu bạn như một cố vấn.** Bất cứ cái tên nào bạn nhận được đều là “người được giới thiệu” mà bạn có thể xin gặp. Tốt nhất là người trong lĩnh vực bạn chọn hay người sử dụng những kỹ năng giống như bạn: người có thể cố vấn về ngành, người giao tiếp rộng hay một người có thể cho bạn những lời khuyên khách quan chung về bên tuyển dụng, về hồ sơ việc làm, các cuộc phỏng

vấn hay về sự phù hợp của những kỹ năng và kinh nghiệm của bạn.

- **Hãy xin hẹn cuộc gặp ngắn với người được giới thiệu với bạn.** Đa số mọi người đều có đủ thời gian cho một chén cà phê. Khi bạn liên hệ với người được giới thiệu, hãy xin phép hỏi họ vài câu về công việc của họ và mời họ một ly cà phê. Hãy sử dụng thời gian hiệu quả trong cuộc gặp ngắn đó. Hãy hỏi những thông tin bạn cần về con người, tổ chức hay nghề nghiệp bạn chọn. Bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy mọi người vui vẻ đến thế nào khi có thể giúp đỡ theo cách đó.

Trong từng cuộc gặp thu thập thông tin như vậy, bạn lại có cơ hội chào bán chính mình theo cách tạo hứng thú và dẫn đến quen biết với những người khác nữa.

“Hãy cảm nhận nỗi sợ nhưng cứ mạnh dạn làm.”

Susan Jeffers

Một phút suy ngẫm:

Kết thúc cuộc gặp ngắn đó bằng cách hỏi xem liệu người ấy có thể giới thiệu thêm người nào cho bạn nữa không. Phần lớn người khi được hỏi sẽ chợt nhớ những cái tên hay những mối quan hệ khác mà họ có thể giới thiệu bạn. Trong thời gian ngắn ngủi của một chén cà phê, bạn đã phát triển thêm được mạng lưới quan hệ của mình.

Hãy khai thác triệt để người giới thiệu. Bạn có thể biết được nhiều điều trong khoảng thời gian uống cà phê đó.

Một cuộc phỏng vấn có thể là một buổi trò chuyện ngắn và cái gật đầu nhận bạn vào làm ngay, hay hàng loạt những cuộc hẹn được thiết kế phức tạp liên quan tới nhiều người khác nhau. Tuy thế, cuộc phỏng vấn loại nào thì cũng đều có thể chinh phục được nếu bạn làm theo những gợi ý sau:

- **Nghiên cứu trước.** Hãy tìm hiểu về công ty đó trước khi đi phỏng vấn. Hãy vào xem trang web, tìm hiểu về đối tượng khách hàng và

các đối thủ cạnh tranh của họ.

- **Chuẩn bị câu hỏi.** Bạn biết gì về phạm vi trách nhiệm trong công việc, văn hóa, công việc thường nhật và cách đánh giá thành tích? Hãy hỏi nếu bạn chưa rõ.
- **Xem lại hồ sơ xin việc.** Nhiều ứng viên bị bắt bẻ ngay với thông tin trong chính bộ hồ sơ xin việc. Họ quên những gì mình đã viết (vì vậy, bạn nên trung thực). Bạn có tự tin khi nói về kỹ năng và thành tích mà mình có không?
- **Nhớ mang theo hồ sơ xin việc.** Đừng nghĩ rằng người phỏng vấn bạn luôn sẵn sàng. Hãy mang theo bản sao hồ sơ xin việc và sổ ghi chép. Mang theo danh mục câu hỏi cũng sẽ phát huy hiệu quả khi phỏng vấn.
- **Biết cách ăn mặc.** Hãy ăn mặc phù hợp với đặc thù ngành nghề nhưng nên chọn đồ một cách thông minh. Hãy mặc bộ quần áo nào làm bạn cảm thấy tự tin và người ta sẽ cư xử tương ứng với bạn.
- **Đúng giờ.** Nghe thì có vẻ đơn giản, nhưng chỉ cần vài phút đến trễ là có thể làm hỏng cuộc phỏng vấn cho dù bạn có đủ mọi ưu thế khác. Hãy xem trước đường đi và đến sớm 10 – 15 phút.
- **Tự tin.** Khi vào phỏng vấn hãy hồi tưởng một kỷ niệm quá khứ nào đó khi bạn thấy tự tin. Cảm giác tự tin đó sẽ giúp “neo” lại cảm xúc và sẽ làm cho bạn cảm thấy tự tin.
- **Biểu lộ sự nhiệt tình.** Người ta muốn tuyển dụng bạn vì sự nhiệt tình cũng như kiến thức của bạn. Hãy chuẩn bị phong thái nhiệt tình khi đi phỏng vấn bằng cách nghĩ về lý do khiến bạn thích công việc đó.
- **Tiếp thị nhanh.** Câu hỏi thường bắt đầu cho các cuộc phỏng vấn “Hãy cho biết đôi nét về bạn” là dịp để giới thiệu những điều quan trọng về chính bạn trong vài phút.
- **Nhớ lắng nghe.** Một cuộc phỏng vấn là một cuộc đối thoại giữa bạn và người phỏng vấn. Hãy lắng nghe họ và để cho họ nói. Họ cũng cần chào bán công ty họ cho bạn.

Một cuộc phỏng vấn bắt đầu ngay lúc bạn bước vào bàn tiếp tân, vì thế hãy chuẩn bị tinh thần.

Một phút suy ngẫm:

Sau cuộc phỏng vấn, bạn nên liên lạc tiếp bằng thư điện tử hay thư tay. Đó là lời nhắc nhở đối với người phỏng vấn về bạn và những gì bạn có thể mang lại cho công ty họ. Hãy viết một bức thư đơn giản cảm ơn thời gian họ đã dành cho bạn, theo sau bằng câu

“Mong nhận được hồi âm của quý công ty trong thời gian tới.” Đó cũng là cơ hội cuối cùng để tiếp thị bản thân.

Khi đối nghề, bạn sẽ bắt đầu gặp gỡ nhiều người mới: Người qua mạng lưới quan hệ và những cuộc họp 15 phút, người qua phỏng vấn. Đó là một thế giới cạnh tranh cao. Bạn sẽ đi cùng con đường với những đối thủ cạnh tranh, vậy bạn phải làm sao để nổi bật hơn họ? Câu trả lời là sự hòa hợp.

Sự hòa hợp là bí quyết để gây ấn tượng làm cho mình đáng nhớ và dễ mến (một cách tích cực). Hòa hợp là cảm giác hóa học có thể có khi bạn gặp một người lần đầu tiên.

- **Thấy hòa hợp.** Có thể bạn thấy hòa hợp với một người hay một nhóm người nhờ việc ngồi hay đứng giống họ. Tư thế bạn cũng giống họ. Có thể bạn thấy mình có những cử chỉ giống họ, như cũng để tay và chân ở tư thế như họ. Ví dụ, bạn ngồi chéo chân và để 2 tay trên tay ghế; người kia cũng vậy.
- **Nghe hòa hợp.** Nghe hòa hợp là khi các bạn nhận ra mình dùng từ ngữ hay thuật ngữ giống nhau; các bạn bắt đầu nói cùng nhịp độ hay âm lượng. Có lẽ bạn thậm chí còn thay đổi cả ngữ điệu để nghe giống với người kia.
- **Tương hợp và phản ảnh lẫn nhau.** Những hành động hòa hợp đó được gọi là tương hợp và phản ảnh lẫn nhau. Chúng có khuynh hướng xảy ra một cách vô thức, nhưng bạn vẫn có thể bắt chước theo chủ ý. Nếu bạn khiến cho ngôn ngữ cơ thể, ngôn từ hay đặc điểm giọng nói trở nên tương hợp với người kia và cảm thấy hòa hợp với họ, thì nó đã có kết quả. Bạn biết các bạn hòa hợp khi bạn nghĩ: “người ấy cũng giống như mình”, hay cảm thấy giống họ ở một khía cạnh nào đó.
- **Tránh bắt chước.** Tuy vậy, hãy cẩn thận đừng bắt chước người kia. Sự khác nhau giữa bắt chước với tương hợp và phản ảnh nhau là ở chỗ bạn thay đổi hành vi quá nhiều đến nỗi người kia nhận ra. Nếu bạn bắt chước, thì bạn cũng sẽ gây ấn tượng nhưng theo chiều hướng xấu: thay vì nghĩ bạn là người tuyệt vời để tuyển dụng, người phỏng vấn sẽ nghĩ bạn là người kỳ dị!

Một phút suy ngẫm:

Tự ghi hình chính mình. Đó là cách chuẩn bị tốt cho phỏng vấn. Nếu bạn không biết bạn trông như thế nào khi đang nói chuyện, hãy quay phim chính bạn khi bạn tự giới thiệu mình. Tự canh thời lượng. Nếu bạn nói quá vài phút, hãy cắt bớt cho ngắn.

Tương hợp và phản ảnh lẫn nhau là những hành động làm nên sự hòa hợp và để lại cho người phỏng vấn ấn tượng tốt về bạn.

Có vô số vấn đề bạn có thể sẽ được hỏi khi dự phỏng vấn. Nhưng phần lớn vẫn là vấn đề “phù hợp”. Câu hỏi lớn mà nhà tuyển dụng thực sự muốn được trả lời là bạn có phù hợp với công việc và công ty không. Thật trùng hợp, đó cũng chính là câu hỏi mà bạn, với tư cách là người muốn đổi nghề, cũng muốn có câu trả lời.

Dạng phù hợp đầu tiên là **phù hợp về công việc**: Ví dụ, các kỹ năng, kinh nghiệm và động cơ làm việc.

- Bạn có thể làm được công việc đó không?
- Bạn có đủ kiến thức và kinh nghiệm cần thiết không?
- Bạn có những kỹ năng cơ bản (ngôn ngữ, toán, công nghệ) hay kỹ năng chuyên ngành cần thiết không?
- Bạn có thể hiện được rằng bạn sẽ hài lòng với loại công việc đó lâu dài không?

Hãy sẵn sàng chứng tỏ những gì bạn có thể làm được. Đôi khi, người phỏng vấn có thể yêu cầu bạn mô tả một tình huống trong đó bạn đã chứng tỏ được những kỹ năng (năng lực) của mình hoặc họ sẽ đặt ra một tình huống và yêu cầu bạn xử lý.

Trong cả hai trường hợp, hãy nghĩ về những thành quả bạn đã đạt được và những kỹ năng cần thiết cho những thành quả đó. Hãy xem những yếu tố đó là tiêu chuẩn cho những gì bạn có thể làm trong tương lai. Bạn phải thể hiện rõ động cơ khiến bạn muốn làm công việc đó qua việc sử dụng các kỹ năng này. Thể hiện sự mong muốn đối với điều gì đó thì là chưa đủ, bạn còn cần phải tỏ rõ lý do vì sao bạn muốn có được điều đó.

Dạng câu hỏi thứ hai có khuynh hướng hỏi về sự phù hợp với **tổ**

chức hay văn hóa công ty: nghĩa là phù hợp với cách làm, niềm tin và giá trị của công ty.

- Bạn có phù hợp với tập thể nhóm không?
- Bạn có ăn mặc giống những người khác trong công ty không?
- Bạn có phù hợp để có thể trò chuyện hàng ngày hay đi uống cà phê cùng không?

Điều này nghe có vẻ không quan trọng như kiến thức trong công việc, nhưng các nghiên cứu đã cho thấy rằng điều đóng góp nhiều nhất vào cảm giác thiếu hài lòng của nhân viên chính là sự phù hợp về văn hóa. Nếu bạn không có cùng cách nhìn về môi trường làm việc như những đồng nghiệp khác, bạn sẽ thấy khó giao tiếp với mọi người và sẽ phải kết thúc bằng sự ra đi hay bị sa thải. Nhưng nếu trong công việc có sự phù hợp tốt, thì nó sẽ giữ bạn lại vào những lúc khó khăn.

Một phút suy ngẫm:

Hãy suy nghĩ về những vai trò của bạn trước kia. Bao nhiêu lần bạn chấm dứt công việc vì công việc không phù hợp? Bao nhiêu lần vì văn hóa công ty không phù hợp? Bạn cần biết điều gì để chuẩn bị cho công việc sắp tới?

Hãy bảo đảm rằng bạn biết mình phù hợp thế nào với nhu cầu của công ty về mặt kỹ năng và văn hóa.

Người thương lượng giỏi thường có được đúng công việc họ muốn. Bất cứ khi nào bạn tiếp xúc với những người có khả năng mang lại việc làm cho bạn, hãy sẵn sàng nắm bắt những tín hiệu quan tâm của người phỏng vấn. Nếu bạn được “bật đèn xanh”, thì đó chính là dấu hiệu lợi thế thương thuyết đã thuộc về bạn và người phỏng vấn đang nhắm chọn bạn một cách nghiêm túc.

Bất cứ cuộc đàm phán nào giữa hai phía cũng đều là một cuộc đọ sức giữa những gì một người có thể bán và những gì người kia có nhu cầu mua.

- Phía phỏng vấn muốn tìm người làm được việc. Họ mang đến tiền

lương và sự thăng tiến nghề nghiệp cho người lao động.

- Bạn muốn có một công việc và có thể bán những kỹ năng và kinh nghiệm của mình để đổi lại mức thù lao hợp lý.
- Khi phỏng vấn, mỗi bên đều cố gắng thỏa thuận nếu có được sự trùng khớp về mua/bán. Bên giữ được lập trường nhiều hơn trong từng giai đoạn phỏng vấn sẽ là bên có ưu thế.

Điểm ngoặt tích cực trong cuộc thảo luận như vậy sẽ xuất hiện khi người phỏng vấn ngưng đặt câu hỏi và bắt đầu “chào bán” công ty họ cho bạn bằng cách nói về những ưu điểm như công ty tốt, cơ sở vật chất tuyệt vời, con người lý tưởng hay một sự nghiệp tốt bạn có thể có tại công ty .

Những “tín hiệu xanh” khác bạn có thể bắt được nữa là:

- Khi người phỏng vấn bắt đầu nói chuyện về công việc như thể là bạn đã vào làm tại công ty. Họ có thể nói những câu đại loại như “khi anh điều hành phòng ban này...” Điều đó cho thấy họ đã có một hình ảnh trong đầu về việc tuyển dụng bạn thành công.
- Hay khi họ dẫn bạn tham quan công ty – thậm chí có thể chỉ cho bạn xem nơi bạn sẽ làm việc.
- Hay khi người phỏng vấn tiếp tục câu chuyện lâu hơn dự tính, đó là một tín hiệu tích cực.
- Điều tương tự cũng xảy ra, nếu người phỏng vấn muốn hẹn buổi gặp tiếp theo với nhóm sẽ làm việc với bạn trong tương lai hay bất ngờ mời một ai khác vào phòng gặp bạn. Đó là tín hiệu rằng họ tận dụng cơ hội đó để xin phê chuẩn từ người quyết định.

Một phút suy ngẫm:

Thảo luận về lương bổng: Khoan thảo luận về tiền lương, cho đến khi nào bạn bắt được những tín hiệu xanh. Nếu người phỏng vấn muốn gọi chuyện về đề tài đó, bạn có thể nói một câu đại loại như “Tôi chắc quý công ty có chính sách thù lao công bằng; nếu chúng ta đáp ứng được yêu cầu của nhau, tôi tin rằng chúng ta sẽ thỏa thuận được về lương bổng”.

Khi có tín hiệu xanh, hãy phản ứng thật nhanh để giữ lợi thế trong cuộc phỏng vấn.

Kinh doanh độc lập

Đối với nhiều người thì làm việc độc lập là kết quả của việc tinh giản biên chế hay về hưu. Có người quyết định tự mình làm chủ để được tự quyết định hay trực tiếp kiếm tiền nhờ kết quả của công sức bỏ ra mỗi ngày. Bất luận chọn cách nào, bạn cũng cần biết những bí quyết để thành công trong công việc tự mình làm chủ.

7.1 Hãy đam mê và có kế hoạch

Có lẽ một trong những lý do bạn muốn tự mình làm chủ là để có thêm thời gian hay quyền kiểm soát đối với những việc mình làm, để có thể là chính mình, hay làm mọi thứ theo cách của mình. Hãy chắc rằng bạn có kế hoạch rõ ràng và niềm đam mê để theo đuổi nó.

Điều đáng buồn là nhiều người tự làm chủ lại không làm ra tiền dễ dàng hay nhanh chóng như họ nghĩ và trở nên thỏa hiệp, động cơ của họ mau chóng lụi tàn. Niềm đam mê biến mất khỏi công việc của họ. Dĩ nhiên, bạn cần phải làm ra tiền, nhưng không nên đánh đổi đam mê nghề nghiệp hoặc bạn cũng có thể trở lại công việc làm công ăn lương.

Có hai con đường cho vấn đề hóc búa này.

1. Trước hết hãy chắc là bạn thực sự muốn đi con đường bạn chọn. Nếu tự làm chủ mà thiếu đam mê thì sẽ chẳng đi đến đâu. Có thể bạn sẽ phải làm việc cực nhọc hơn khi còn đi làm thuê. Chỉ có đam mê thì mới đạt được mục tiêu.
2. Thứ hai, hãy đặt kế hoạch, chuẩn bị và suy nghĩ thấu đáo mọi thứ. Nếu bạn cứ làm mà chưa suy nghĩ kỹ, cũng có thể bạn sẽ gặp may nhưng cũng có thể sẽ không được như thế. Hãy đặt những mục tiêu cá nhân và kinh doanh ngang nhau. Mục tiêu công việc kinh doanh là gì? Bạn dự tính khi nào sẽ có lời? Loại công việc kinh doanh đó là gì?

Điều gì khiến bạn có thể sẵn sàng ngay bây giờ?

Bạn có thể thay đổi kế hoạch trong quá trình thực hiện sau này, nhưng chính mục tiêu và động cơ sẽ giữ bạn tiếp tục làm việc. Nếu có kế

hoạch cụ thể và niềm đam mê chân chính, bạn sẽ không cần phải đóng kịch với khách hàng và đó chính là công cụ tiếp thị tốt nhất cho bạn. Nếu tiếp thị tốt, bạn đã bắt đầu có công việc kinh doanh tốt.

“Hãy chọn một công việc bạn yêu thích và bạn sẽ không còn phải làm một ngày nào nữa trong đời.”

Khổng Tử

Một phút suy ngẫm:

Hãy tự hỏi: tôi muốn công việc kinh doanh ra sao vào giờ này sang năm? Trong 5 năm nữa, công việc kinh doanh của tôi sẽ phải ra sao thì mới gọi là thành công? Hãy ghi lại những ý tưởng đó và xây dựng kế hoạch của bạn căn cứ trên những ý tưởng đó.

Hãy điều chỉnh những mục tiêu cá nhân sao cho đồng nhất với những mục tiêu kinh doanh của bạn.

7.2 Chu đáo

Nhiều người tự kinh doanh chỉ coi trọng ý tưởng kinh doanh mà lơ là việc quản lý. Nhưng việc quản lý cũng không kém quan trọng so với những mặt vinh quang khác trong kinh doanh.

Có thể sản phẩm hay dịch vụ của bạn là tốt nhất trên thị trường nhưng bạn vẫn bị mất lợi nhuận do không lưu ý đến việc điều hành công việc mỗi ngày.

Phần lớn chúng ta không ai là người hoàn hảo cả. Người giỏi kinh doanh có thể sẽ không giỏi lưu trữ hồ sơ. Người giỏi kế toán thì không giỏi sáng tạo hay đột phá trong khâu sản phẩm và luôn đi trước đối thủ.

Bạn cần nắm rõ những sở trường, sở đoản của mình trong quán xuyến, điều hành công việc kinh doanh.

- **Hãy xác định những khiếm khuyết trong kỹ năng của bạn.** Bạn có những kinh nghiệm gì về kế toán, hành chính, liên lạc, công nghệ thông tin,...?
- **Thuê người.** Nếu bạn không giỏi những việc tỉ mỉ, hãy thuê người làm. Kiểm thư ký và kế toán làm bán thời gian cho bạn. Nếu bạn

không đủ khả năng chi trả hay không muốn thuê người làm toàn thời gian, hãy thuê người cộng tác khi cần.

- **Gọi báo giá.** Nếu bạn có một dự án riêng lẻ hay thậm chí một việc thường xuyên, hãy lấy báo giá từ nhiều cộng tác viên khác nhau. Có nhiều người làm việc độc lập có óc sáng tạo giống như bạn, họ cần việc làm và sẽ làm công việc đó với chất lượng tốt.
- **Đừng chỉ tìm tại chỗ.** Bạn có thể tìm thuê người ở xa nếu muốn. Nhiều công việc hiện nay không nhất thiết phải thuê người trong nước làm. Tôi biết có người thuê nhân công ở nước ngoài với chi phí chỉ bằng 1/10 so với người trong nước.

Dù bạn làm gì, hãy giữ sổ sách kế toán tốt và luôn lưu ý đến tình hình dòng tiền cũng như công việc kinh doanh. Thật đáng tiếc nếu bạn có sản phẩm tốt và có khách hàng nhưng lại không thành công chỉ vì không quan tâm đến những việc tiểu tiết.

Một phút suy ngẫm:

Rất nhiều việc kinh doanh lần đầu đã bị phá sản do thiếu đầu tư suy nghĩ. Bằng cách trả lời các câu hỏi sau bạn sẽ có được một số ý tưởng để tránh bị phá sản: Những yếu tố nào có thể khiến công việc kinh doanh thất bại trong năm đầu tiên? Về lâu về dài thì sao? Những rủi ro tiềm ẩn là gì?

Đừng sợ phải thuê người giúp bạn, việc đó sẽ giúp tiết kiệm tiền cho bạn về lâu dài.

7.3 Định mức thù lao

Than phiền về mức lương khi làm thuê là một chuyện nhưng xác định đúng giá trị tiềm năng của bạn trên thị trường lại là chuyện khác. Khi chuẩn bị tự làm riêng, việc tự lượng định mức lương cho chính mình và cách đạt được mức lương đó là rất quan trọng.

1. Trước hết, hãy nghĩ về thu nhập hiện hữu. Đừng chỉ nghĩ đến mức lương căn bản của bạn. Còn những khoản thu nhập ẩn khác: tiền hưu trí, tiền thưởng, tiền nhà, du lịch? Nên liệt kê thành danh mục và đánh dấu các khoản mà bạn cần duy trì nếu đứng ra làm riêng.
2. Sau đó, hãy nghĩ xem bạn muốn mức thu nhập của mình là bao

- nhiều. Bạn có sẵn sàng chịu hy sinh một phần thu nhập để được tự do khi tự làm chủ không? Bạn có sẵn sàng hy sinh cái trước mắt cho lợi ích lâu dài không? Hay bạn muốn công việc tự kinh doanh phải có thu nhập cao hơn hẳn so với công việc làm thuê cho người khác?
3. Hãy nhìn vào thị trường của bạn. Nếu bạn muốn thu nhập khoảng này, thì khách hàng tiềm năng của bạn có chấp nhận trả giá đó không? Khách hàng luôn muốn mua dịch vụ bạn làm với giá rẻ, đặc biệt là khi có nhiều người cùng cạnh tranh để giành cùng một khách hàng.
 4. Nếu bạn bán sản phẩm chứ không làm dịch vụ, hãy chắc rằng bạn nhạy bén khi định giá bán sản phẩm dựa trên những chi phí liên quan và những khoản phí hoạt động cũng như các khoản giảm giá.
 5. Vậy còn cách tính phí của bạn thì sao? Việc quyết định công lao động hay phí dịch vụ theo giờ, ngày hay mức phí cho từng dịch vụ hay đơn vị sản phẩm có thể sẽ tạo khác biệt lớn trong thu nhập tiềm năng.
 6. Hãy nắm chắc chính sách thuế đối với người tự kinh doanh, nếu không, thu nhập của bạn sẽ có thể thấp hơn mong đợi rất nhiều.

Một khi đã quyết định giá trị tương đối của bản thân, hãy quyết định mức phí và giữ cố định. Điều đó sẽ giúp bạn thương thảo với khách hàng một cách tự tin và giữ uy tín thương hiệu trên thị trường.

Một phút suy ngẫm:

Hãy thử gọi đại lý việc làm để tìm người làm công việc của bạn. Mức lương họ muốn bạn trả là bao nhiêu?

Biết rõ giá trị bản thân và ấn định mức phí phản ánh đúng giá trị thương hiệu của bạn trên thị trường.

7.4 Đưa lên web

Doanh nhân cần xông xáo và sẵn lòng tiếp thu cách tạo dựng và tiếp thị mới cho công việc kinh doanh của họ. Internet mở ra cho doanh nghiệp ở mọi quy mô cơ hội cạnh tranh trên thị trường toàn thế giới.

Một trang web thiết kế tốt cho phép bạn giữ liên lạc với khách hàng hiện tại và làm họ hài lòng. Dù là chỉ làm một mình hay mở công ty với

nhieu nhân viên, bạn vẫn nên có trang web để quảng bá sản phẩm.

Dù kinh doanh ngành nghề gì thì bạn vẫn phải đối đầu với nhiều đối thủ cạnh tranh. Nếu muốn nổi bật trong đám đông, tên tuổi của bạn phải thường xuyên xuất hiện và được nhắc đến. Cái hay của website kinh doanh là không nhất thiết phải ở cùng đường, cùng tỉnh hay thậm chí là cùng quốc gia với khách hàng. Nếu dịch vụ hay sản phẩm của bạn tốt, thì dù bạn có ở Trung Quốc và khách hàng ở tận Ấn Độ, họ vẫn có thể tìm đến với bạn được.

Có một vài điểm quan trọng bạn cần nhớ:

- **Bạn có cần trợ giúp chuyên môn để làm trang web không?** Chỉ cần một trình độ vi tính khiêm tốn là bạn đã có thể làm một trang web đơn giản và đưa lên mạng trong vài giờ. Tuy nhiên, trừ trường hợp bạn có chuyên môn về thiết kế web, về thương mại điện tử và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm, bạn nên thuê chuyên gia để xây dựng được trang web thực sự hiệu quả cho công việc kinh doanh.
- **Hãy xác định đối tượng truy cập.** Dù tự làm hay thuê làm trang web, bạn vẫn cần phải biết rõ đối tượng khách hàng mình muốn thu hút. Bạn muốn trang web là công cụ bán hàng qua mạng hay chỉ là công cụ quảng bá thông tin? Làm cách nào để hấp dẫn được khách hàng trở lại trang web của bạn nhiều lần?
- **Nên lưu ý là về ngoài ấn tượng có thể làm hại tính thực tế của trang web.** Một số nhà thiết kế tạo trang web đẹp, có giao diện đẹp và hình ảnh động, nhưng lại vô tình che lấp những yếu tố căn bản cần cho những công cụ tìm kiếm – thực tế, có nhiều trang web trông rất lung linh nhưng gần như vô hình trước những trang web tìm kiếm chuyên dụng. Bạn nên cân nhắc về yếu tố công cụ tìm kiếm trước khi làm trang web.

Việc xác định đối tượng khách hàng cụ thể cho trang web sẽ cho phép bạn có kế hoạch tiếp thị hiệu quả và tránh mất thời gian, tiền bạc vào việc làm đẹp cho trang web nhưng hiệu quả lại không tương xứng tiềm năng.

Một phút suy ngẫm:

Hãy nghĩ về hình thức gửi thư điện tử hay bản tin định kỳ cho khách hàng của bạn. Đây có thể là phương pháp tiếp thị hiệu quả. Tuy nhiên, nội dung nên có phần hướng dẫn và cung cấp tư liệu miễn phí chứ không nên chỉ toàn quảng cáo.

Một trang web chuyên nghiệp có chủ điểm sẽ giúp bạn tạo

dụng công việc kinh doanh.

7.5 Quản lý tài chính

Bạn sẽ không thể trở nên giàu có ngay khi khởi sự kinh doanh trừ khi bạn có ý tưởng quá độc đáo đến nỗi bán được ngay cho một tỷ phú vào ngày đầu tiên. Nếu tự làm chủ, thu nhập của bạn sẽ có lúc rất thấp, lúc rất cao, vì thế, quản lý tài chính là điều vô cùng quan trọng.

Công việc tự kinh doanh bắt đầu tạo được thu nhập cũng là điều đáng phấn khởi. Nhưng nếu phấn khởi mà dẫn đến chi tiêu hoang phí thì sẽ khó mà thành công được trong việc tự doanh. Sự khác nhau giữa việc tự làm chủ và đi làm thuê cho người khác là ở chỗ thu nhập không ổn định mỗi tháng. Hơn nữa, bạn còn phải trang trải chi phí và trả lương của chính mình nữa.

- **Lúc thăng, lúc trầm.** Có lúc công việc bạn thấy ngập đầu và thu nhập tốt. Rồi đột nhiên đơn hàng, công việc và thu nhập ngưng trệ và bạn sẽ không biết thu nhập sắp tới sẽ ra sao. Và còn nhiều loại chi phí phải trang trải nữa.
- **Hãy nhớ số thuế phải trả.** Bạn có thể không trả thuế thu nhập đều đặn định kỳ nữa. Vì thế bạn cần phải quan tâm số thực thu của bạn chứ không phải chỉ của chính phủ. Mỗi đồng tiền thu vào hay chi ra đều cần phải được suy nghĩ và tính toán khôn ngoan.
- **Vấn đề trong lúc khó khăn.** Bạn có phải làm việc trong suốt kỳ nghỉ không? Công việc kinh doanh của bạn còn có những thời kỳ khó khăn nào nữa? Bạn cần dự phòng bao nhiêu cho những lúc không có thu nhập? Nên nhớ rằng bạn không thể trang trải chi phí ăn ở của chính mình chỉ dựa vào niềm tin kinh doanh tương lai; bạn cần phải có dự phòng cho lúc thất bát.
- **Mở tài khoản kinh doanh.** Mở một tài khoản ngân hàng riêng cho công việc kinh doanh của bạn là việc đáng làm. Hãy tính xem số vốn tối thiểu cần cho kinh doanh là bao nhiêu trước khi tính toán khoản tiền bạn có thể chi trả. Một khi đã có được hệ thống dòng tiền hữu hiệu, hãy kiên quyết tuân thủ. Việc lập biểu đồ thu nhập sẽ giúp bạn luôn nắm được diễn tiến mọi việc.

Một phút suy ngẫm:

Hãy tự hỏi: Mình muốn có thu nhập bao nhiêu? Mình cần bao nhiêu để trang trải chi phí? Bao lâu doanh nghiệp mình sẽ hòa vốn?

Bạn nên mở tài khoản doanh nghiệp riêng và quản lý tốt tài chính ngay từ ngày đầu tiên tự kinh doanh.

7.6 Xác định thị trường mục tiêu

Khi bạn tự làm chủ, bạn sẽ phải trở thành một người bán hàng dù muốn hay không, và bạn cần phải biết rõ thị trường. Điều này luôn cần thiết dù bạn cung cấp hàng hóa hay dịch vụ, ở bất cứ phân khúc thị trường nào.

Thật ngạc nhiên là rất nhiều người tách ra tự kinh doanh mà không hề suy nghĩ những điều căn bản về marketing. Nếu không bán được hàng, bạn sẽ không có thu nhập. Đó là một phép toán cơ bản – khả năng tiếp thị sẽ quyết định thu nhập của bạn.

Vậy thì, nếu may mắn, vừa mở hàng bạn đã có ngay những vị khách hào phóng. Còn nếu không có gì đặc biệt, bạn phải tự tìm đối tượng khách hàng, và điều đó có nghĩa là bạn phải có kế hoạch kinh doanh.

Bạn không nhất thiết phải tự tay làm kế toán, nhưng tối thiểu, bạn phải tự giải đáp được những câu hỏi sau:

- **Sản phẩm.** Mình sẽ bán loại dịch vụ/sản phẩm gì và ai sẽ có khả năng mua sản phẩm đó, tại sao?
- **Giá.** Giá bán bao nhiêu mình sẽ có lãi? Giá đó so với giá đối thủ cạnh tranh thì thế nào?
- **Cạnh tranh.** Những ai khác cũng đang bán mặt hàng đó? Điều gì khiến khách hàng mua hàng từ mình thay vì từ những người đó? Điều gì khác biệt làm tôi nổi trội hơn họ? Tôi có cần nghiên cứu thêm điều gì không?
- **Địa điểm.** Mình sẽ đặt cửa hàng ở đâu và đó có phải là thị trường tiềm năng chưa? Địa điểm đó có phải là tốt nhất không?
- **Khuyến mãi.** Mình sẽ dùng phương pháp gì để tự tiếp thị? Khách hàng mục tiêu là ai? Điều gì sẽ thuyết phục khách hàng mua hàng từ mình?

Việc hiểu rõ sản phẩm và thị trường mục tiêu sẽ bảo đảm rằng bạn chinh phục được đúng đối tượng khách hàng và xác lập được vị trí trên thị trường cho mặt hàng bạn bán. Điều này vẫn luôn đúng dù bạn vẫn chỉ làm mỗi công việc như khi còn đi làm thuê hay khởi sự một công việc mới với hy vọng mở rộng và có thêm nhân viên.

Một phút suy ngẫm:

Đây là vài câu hỏi gợi ý bất cứ khi nào bạn cần cập nhật chiến lược kinh doanh của mình. Đó là Phân Tích

SWOT

: Ưu điểm (

S

trengths) công việc kinh doanh của bạn là gì? Khuyết điểm (

W

eaknesses)? Cơ Hội (

O

pportunities)? Nguy cơ tiềm ẩn (

T

hreats)? Nếu bạn chưa rõ câu trả lời, hãy nghiên cứu thêm.

Hãy cập nhật chiến lược tiếp thị thường xuyên để biết rõ tình hình kinh doanh và luôn đi đầu trong cạnh tranh.

7.7 Giao tiếp tốt

Một số người rất thiếu kỹ năng sống. Nếu họ làm thuê, có thể họ vẫn được việc dù có khiếm khuyết đó. Nhưng khi tự làm cho mình thì lại khác, kỹ năng tương tác sẽ là sống còn. Nếu bạn muốn phát triển sự nghiệp thì dù ở lĩnh vực nào, bạn cũng cần có kỹ năng tương tác tốt.

Một khi tự làm chủ, bạn cần phải quán xuyến mọi việc giao tiếp với khách hàng. Thậm chí khi có người khác làm việc tiếp thị thay cho bạn, thì kỹ năng khách hàng và kỹ năng quản lý vẫn là cần thiết. Nếu làm dịch vụ tự do, mỗi công việc bạn nhận được sẽ gián tiếp hay trực tiếp là

kết quả của kỹ năng tương tác của bạn. Đây là những lý do tại sao bạn cần phải có kỹ năng giao tiếp tốt:

- Bạn cần tự làm nhân viên bán hàng và tiếp thị cho chính mình.
- Bạn cần thương thảo những điều khoản mua bán với khách hàng và nhà cung cấp.
- Bạn có thể phải quán xuyến quản lý nhân viên với tư cách là chủ lao động.
- Bạn nhất thiết phải phát triển tốt mạng lưới quan hệ.
- Bạn cần khuyến khích khách hàng thanh toán đúng hẹn.

Nếu thiếu kỹ năng dàn xếp sự từ chối hay mâu thuẫn, bạn hãy cân nhắc lại quyết định tự kinh doanh của mình. Bạn có khả năng đương đầu mãi với sự từ chối cộng tác của khách hàng không? Dù có giỏi nghề, thì sản phẩm hay dịch vụ của bạn cũng không thể phù hợp với mọi đối tượng khách hàng, do vậy, bạn cần phải có khả năng đứng dậy sau những tình huống đó.

Hãy nhớ là sẽ có lúc bạn bị than phiền vì không đáp ứng đúng với cái khách hàng cần dù khách hàng rất dễ mến. Hơn nữa, có những khách hàng không dễ mến chút nào, vậy bạn sẽ phải xử lý ra sao với những khách hàng khó tính khi bạn chẳng làm điều gì sai trái, hay bạn sẽ xử trí ra sao khi nhà cung cấp giao hàng không đúng hẹn?

Do đó, bạn sẽ cần những kỹ năng giao tiếp cũng như kỹ năng sống tốt khi tự làm kinh doanh. Nếu bạn có những kỹ năng đó, bạn đã có khởi đầu thuận lợi.

“Thấu hiểu là việc cần làm trước tiên”.

Steven R Covey, tác giả cuốn “Principle-Centred Leadership”

(Lãnh đạo theo nguyên tắc)

Hãy phát triển những kỹ năng tương tác và giao tiếp cần cho việc xử lý tình huống.

7.8 Làm hợp đồng

Trong kinh doanh không phải ai cũng tin vào câu “lời nói là đỉnh đống cột”. Thực tế, một số đối tác kinh doanh hay khuyến khích

bạn nỗ lực hơn nữa bằng những lời hứa hão về tiền thưởng hay câu nói dối cũ rích: “Ngân phiếu thanh toán đang được chuyển rồi”. Nhiều người tự kinh doanh biết điều đó quá muộn và phải trả giá đắt.

Hoài nghi quá đáng về bản chất con người tất nhiên là không tốt, nhưng trong kinh doanh không phải ai cũng tốt như ai. Và lại, mục đích của phần lớn doanh nghiệp là tìm kiếm lợi nhuận, và do đó lợi nhuận cũng phải là mục tiêu của bạn. Nếu bạn không làm ra tiền thì doanh nghiệp của bạn sẽ không thể tồn tại. Điều đó không có nghĩa là bạn phải có lợi nhuận bất chấp đạo lý.

Những lời hứa ngọt ngào mà người kinh doanh cá thể hay doanh nghiệp nhỏ nên cảnh giác là:

“Nếu ông/bà miễn phí cho tôi cái này, tôi sẽ dành hẳn công việc đó cho ông/bà”.

“Anh không thể tính tiền công giờ phụ trội vì tôi sẽ kiếm người khác làm công việc đó với giá rẻ hơn”.

“Ô, chẳng phải tôi đã nói rằng chi phí chưa được tính vào sao?”

- **Hãy làm hợp đồng đúng chuẩn.** Chỉ có một cách để bảo đảm bạn luôn ở vị trí tốt nhất có thể là làm hợp đồng cho mọi công việc thực hiện. Điều đó sẽ bảo đảm rằng bạn được đền bù thỏa đáng cho toàn bộ thời gian bạn đã bỏ ra trừ khi bạn đã thỏa thuận cho đi một vật hay làm một việc gì đó miễn phí.
- **Những điều khoản đưa vào hợp đồng.** Hợp đồng của bạn nên có đủ mọi điều đã thương lượng, kết quả công việc bạn làm và với số tiền, thời gian và chi phí là bao nhiêu, những gì khách hàng sẽ cung cấp, những gì bạn phải cung cấp. Nếu bạn bán sản phẩm hàng hóa, bạn phải suy nghĩ xem phải làm gì nếu việc giao hàng trễ hạn. Nếu bạn sẽ được thanh toán nhiều đợt, hãy nói rõ những mặt hàng nào bạn sẽ cung cấp chính xác theo từng đợt.

Lẽ dĩ nhiên là khách hàng chưa hẳn sẽ luôn tôn trọng hợp đồng nhưng lúc đó bạn sẽ có thể chủ động chọn cách giải quyết hậu quả. Hãy bắt đầu công việc đúng phong cách kinh doanh và bạn sẽ có cơ hội thành công lâu dài.

Một phút suy ngẫm:

Đừng đặt hết số trứng bạn có vào một giỏ: khách hàng đến rồi đi; bạn đừng nên nghĩ rằng công việc kinh doanh của bạn sẽ luôn

có cùng số khách hàng đó mãi. Nên giới hạn tối đa 25% doanh số vào một khách hàng.

Hợp đồng chính là cái lưới an toàn bảo vệ cho bạn lẫn khách hàng.

7.9 Kiên cường và bền bỉ

Công việc tự kinh doanh không phải lúc nào cũng dễ dàng thành công hay xuôi chèo mát mái. Sẽ có những lúc mọi việc trôi chảy và có lúc mọi việc bế tắc. Nếu không tự khuyến khích bản thân và kiên cường thì sẽ rất khó khăn cho bạn.

Có người nói phải cần hai năm để một người quen với việc tự làm chủ. Nhưng thực tế, bạn có thể thích nghi nhanh hơn nếu xác định ngay từ đầu rằng chính bạn là người phải chịu trách nhiệm và bất cứ điều gì xảy ra thì bạn cũng có thể phải đương đầu với nó.

- **Học nữa, học mãi.** Kiên cường không chỉ là một phẩm chất cá tính, nó còn giúp bạn luôn ở thế thượng phong nghề nghiệp. Khi đi làm thuê, công ty sẽ chi trả để bạn được huấn luyện, đào tạo và có thể đi đầu trong cạnh tranh. Nhưng trong công việc kinh doanh riêng, bạn là người duy nhất có thể tự trang bị những kỹ năng mới cho mình. Nếu có động cơ tự học tốt, bạn sẽ có lợi thế khi gặp khó khăn.
- **Luôn nhớ mục tiêu.** Bí quyết của sự kiên cường chính là ở những mục tiêu. Khi bạn biết rõ mình muốn đạt được điều gì và bạn đã đầu tư suy nghĩ kỹ về viễn cảnh đó, bạn sẽ vững vàng hơn trong những lúc khó khăn nhờ phần thưởng mà một ngày nào đó sẽ đến với bạn.
- **Tất cả đều là do bạn.** Khi tự làm chủ, chẳng có ai đánh thức bạn dậy vào buổi sáng và nhắc bạn những việc cần phải làm. Chẳng ai nhắc bạn cách quản lý thời gian hay giao hàng đúng hẹn. Bạn cần tự nhắc mình quản lý tốt thời gian mỗi ngày và thực hiện mọi việc đúng hẹn.

Bạn có tự tin chịu trách nhiệm trước mọi việc phải làm không? Bạn có động cơ vượt qua chính mình trong những hoàn cảnh dễ khiến bạn lười nhác và bỏ bê công việc không? Nếu bạn có đủ dũng khí để trả lời “Có” một cách chân thực với bản thân thì bạn đã sẵn sàng bắt đầu kinh

doanh.

Một phút suy ngẫm:

Thường xuyên rà soát. Hãy tự vấn xem hôm nay/ tuần này có gì được, điều gì chưa được? Có điều gì cần điều chỉnh không? Có điều gì có thể học hỏi không? Việc thường xuyên tự rà soát khi trở thành một thói quen sẽ giúp bạn tiến bộ, phát triển và công việc kinh doanh của bạn tiến triển.

Hãy có trách nhiệm làm việc cật lực và nhắm tới thành công mỗi ngày.

Công thức CAR

Công thức gồm Thử thách (Challenge), Hành động (Action), Kết quả (Result) để đạt được thành công (xem thêm công thức STAR).

Công thức STAR

Công thức để đạt thành quả: Một tình huống (Situation) hay Nhiệm vụ (Task), Hành động (Action) bạn làm để có Kết quả (Result) mong muốn.

Chuyên nghề

Còn gọi là Outplacement – một dịch vụ nhằm giúp bạn tìm công việc khác và có thêm kỹ năng liên quan, đặc biệt được sử dụng trong thời gian tinh giản biên chế.

Lợi điểm bán hàng độc đáo

Những đặc điểm làm bạn nổi bật so với đối thủ (thuật ngữ marketing).

Đo nghiệm tinh thần

Bảng câu hỏi/công cụ đánh giá ưu điểm, khả năng và hành xử của bạn.

Đường cong xúc cảm mất mát

Giả thiết về việc chúng ta trải qua hàng loạt những xúc cảm trước những mất mát hay thay đổi lớn như tinh giản biên chế,..., trước khi ổn định tâm lý và chấp nhận hoàn cảnh đó.

Giới thiệu nhanh

Cuộc tự giới thiệu ngắn qua đó bạn tiếp thị mình cho đồng nghiệp hay người chủ lao động.

Người được giới thiệu

Một người bạn có thể xin hẹn gặp để hỏi thông tin.

Nhãn hiệu, thương hiệu

Cách quan niệm những gì bạn làm trong nghề để người khác nhận biết phẩm chất độc đáo của bạn.

Phỏng vấn hội đồng

Cuộc phỏng vấn có hơn một người phỏng vấn, còn gọi là ban hay hội đồng phỏng vấn.

Phỏng vấn sát hạch năng lực

Phỏng vấn dựa trên các ví dụ thể hiện những việc bạn đã làm và các kỹ năng mới bạn thể hiện qua những việc đó.

Phương pháp trắc nghiệm tinh thần

Một trong những phương pháp đo nghiệm tinh thần thông dụng nhất.

Sáu độ ngăn cách

Học thuyết cho rằng mọi người chúng ta đều ngăn cách với bất kỳ người nào khác trên thế giới qua 6 liên kết (links). Dùng trong việc tạo lập mạng lưới quan hệ.

Tiếp thị kiểu virus

Dùng lời nói truyền khẩu để phổ biến thông tin sản phẩm.

Tuyển chọn nhân tài - Săn đầu người

Công ty tuyển dụng thường nhắm vào những người có chuyên môn cao.

Trang sử nghề nghiệp

Những chức vụ, vai trò bạn nắm giữ trong toàn bộ sự nghiệp. Việc xem lại toàn bộ quá trình đó sẽ cho biết bạn có hài lòng với công việc không.

Chọn mạng lưới quan hệ

Giao tiếp nhằm mục đích học hỏi kiến thức hay trau dồi chuyên môn.

Trung tâm sát hạch

Cuộc phỏng vấn chính thức để đánh giá các kỹ năng và phẩm chất của bạn.

TỦ SÁCH V-BIZ CỦA THÁI HÀ BOOKS SÁCH CÙNG BỘ:



Quản lý thời gian: Cuốn sách là một bài học vô cùng đơn giản về cách chúng ta sử dụng thời gian – hay chính cuộc sống – của mình. Nếu bạn theo đuổi những bí quyết trong cuốn sách này, bạn sẽ biết cách sử dụng thời gian một cách hợp lý, cách sống hiệu quả cũng như cách tận dụng lợi thế của những điều bất ngờ xảy ra trong cuộc sống.



Quản lý dự án: Cuốn sách này sẽ giúp bạn phát triển những kỹ năng cơ bản để quản lý dự án một cách hiệu quả. Nếu bạn làm theo những quy tắc đơn giản trong cuốn sách, bạn sẽ tự tin hơn với khả năng thực hiện dự án thành công. Cuốn sách không chỉ dạy bạn cách hành động mà còn giúp bạn tư duy như một nhà quản lý dự án.



Sức mạnh tư duy: Não bộ của chúng ta có khả năng đáng ngạc

nhiên trong tư duy, hiểu và đưa ra quyết định. Cuốn sách này sẽ giúp bạn tìm hiểu các phương pháp bộc lộ năng lực trí tuệ tiềm ẩn trong chính bản thân mình.



Lập trình Ngôn ngữ tư duy (NLP): NLP bao gồm các kỹ thuật giúp bạn thay đổi lối suy nghĩ, cảm xúc, và hành xử theo hướng tích cực nhằm cải thiện chất lượng công việc. Bạn có thể áp dụng những kỹ thuật này cho mình hoặc với nhóm nhân viên mà bạn quản lý. Hãy thực hành những bí quyết đơn giản trong cuốn sách này, và bạn sẽ nâng cao được hiệu suất làm việc mỗi ngày để tiến nhanh hơn tới thành công.

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, thế nào 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 cồng kềnh 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 bổ 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, bổ dọc, nhồi nhân thịt, xalát, phô 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 Dairy Lea (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 để 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 chuyển 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 tất. 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 tất 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 vần 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 chuyển 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, khống chế nền kinh tế Hàn Quốc và phát triển từ việc kế thừa hình thức tập đoàn Zaibatsu (tài phiệt) của Nhật độc quyền khống 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 Tụng 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

lăm (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 khổng 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 chặt 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 mùng 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 váy 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 mùng 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.

Hôi trong Kiếp Hôi 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 trương ky, uyên ương chức tự dục song phi, khả liên vị lão đầu tiên bạch. Xuân ba bách thảo, hiếu hàn thâm xử, tương đối dục hồng y.”

Nguyên văn: "... Ngũ trường 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 trường ky..."

Cửu trường ky là tên một khúc từ thời Tống, được ghi chép trong Nhạc phủ nhã từ dưới tên tác giả Vô danh thị. Cửu trường 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 tương tư môn, tri ngã tương tư khổ. Trường tương tư hề, trường tương ức. Đoản tương tư hề, vô cùng tẫn." Dựa trên bốn câu thơ trong bài Trường tương tư (Nhớ nhau đặng đặng) của tác giả Lương Ý Nương (Hậu Chu - Ngũ Đại). Nguyên tác: "Nhập ngã tương tư môn, tri ngã tương tư khổ. Trường tương tư hề, trường tương tư. Trường tương tư hề, vô tận cực."

Dịch thơ: "Bước vào cửa tương tư, mới biết tương tư khổ. Tương tư hoài, dài tương tư. Tương tư dài, dài khôn xiết." Người dịch: Vũ Ngọc Khánh.

Nguyên văn: "Xuân y. Tố 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 quyển tú nhân. Canh dục lữ thành ti thượng hận, tôn tiền hốt hữu đoan tràng nhân. Liễm mệ nhi quy, tương tương 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 cờ đầu điều.

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 dễ mê hồn.

Nguyên văn: "Hoàn quân minh châu song lệ thùy. Hận bất tương 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 Thiền tông và võ thuật. Thường xuất hiện

trong truyện võ hiệp dưới danh nghĩa “Võ lâm Bắc đẩu” - 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 ếch gáy 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 tẩy 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 bày 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: “Lộ 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. Tiệp thẳng 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 Ngưu 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 hãn 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 hề thu phong kinh, thu phong bãi hề xuân thảo sinh, khi la tất hề trì quán tẫn, cầm sắt diệt hề khâu lũng bình. tự cổ giai hữu tử, mạc bất ảm 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 nhân, thả tang kỳ lộ gian. Nhu điều phân nhiệm nhiệm, lạc điệp hà phiên phiên.” Trích bốn câu đầu bài Mỹ nữ thiên của tác

giả Tào Thực (thời Ngụy - Tam quốc). Người dịch: Vi Nhất Tiếu. 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 Vi 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 Vi 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 cựu (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 cái 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 đối 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 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 Bồ 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 yển 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 lý; 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 yển 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 ngỗ nghịch 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 đeo 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. Xì 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 Á 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 ‘hoảng sợ’ 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 tướng 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 xếch, 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 cốt 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.

“Não 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.

“Trư” 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 khe vừa nổi, trời sau gác. Mưa núi sắp qua, gió khắp lầu.” (bản dịch

của Diệp Luyện 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.nesvietnam.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 Seinajorki (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: ein langer 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 Khổng Tử chẳng thấy. Kém hai hạng người trên, có hạng quân tử và hạng hữu bằng là bậc bèn 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

khoản 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 ‘trực thăng’ 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 trực thăng 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 cố 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 (chú 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 sừng mù 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”. “Chedika” nghĩa là chặt, 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 squyrrel) 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 (Yiddhish): 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 đấy 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 đến nỗi 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 khoẻ - một dạng bảo hiểm sức khoẻ trả tiền trước bao gồm các quyền lợi chăm sóc sức khoẻ toàn diện tập trung vào giữ gìn sức khoẻ 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 www.yourcareerquest.com.

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 gôn 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 gần đó, 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 gần đó, 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 “chuộc lỗi” bằng cách quay trở lại sử dụng sản phẩm của Whole Foods, tác giả sử dụng lối chơi chữ “buy-cott”, để chuyển tải được lối 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 đôi mới được gọi tắt là một đôi 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 Lực 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 ấn 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. Chữ 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 khuyến 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 thế 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. 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. 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 tùng, 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 chấm 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: Lãnh đạm, lạnh lùng, điềm tĩnh.

嗨(Hái): Hey và 害(Hài) 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 đặng 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 sớ 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 tối, 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).