Guy Kawasaki

Nguyễn Văn Minh dịch

NHỮNG CHỈ DẪN KHÔN NGOAN ĐỂ BẮT ĐẦU MỌI VIỆC

The Art of the Start 2.0

THUẬT KHỞI NGHIỆP

THẾ GIỚI

Lời nói đầu

Không phải vì danh vọng hay giàu sang,

Điều tôi muốn là những gì sâu thẳm,

Từ trong trái tim được cất thành lời.

– Ludwig van Beethoven

"Ước gì hồi ấy tôi khôn ngoan như bây giờ" là điều phần lớn các doanh nhân từng trải ít nhất một lần thốt lên. Và đó chính là điều tôi không muốn xảy đến với các bạn một khi bạn đã đọc cuốn sách này.

Tôi khởi sự với ba công ty, đầu tư vào mười công ty khác, và tư vấn cho rất nhiều công ty, tổ chức khác nhau, từ những công ty bé xíu với hai nhân viên cho tới những tập đoàn khổng lồ như Google. Trong đó có hai lần tôi làm việc cho Apple, và cũng chính là người đặt nền móng cho một startup tên gọi Canva. Hàng trăm công ty đã tham vấn tôi, cho tới mức tai tôi ong lên không ngừng.

Nói về khởi nghiệp, tôi đã đích thân tham chiến vài lần. Bây giờ, tôi đang làm việc mà các chuyên gia vi tính hay gọi là "xổ bộ nhớ" – nôm na là viết lại những gì tôi đã trải qua. Và bạn, ít nhất, sẽ được hưởng điều gì đó có ích từ những hiểu biết của tôi – những hiểu biết được tích cóp từ những kinh nghiệm thương đau của chính tôi.

Mục đích của tôi thì đơn giản và rõ ràng thôi: Tôi muốn việc khởi nghiệp được dễ dàng hơn cho chính bạn, để khi tôi qua đời, bạn sẽ nói "Guy đã chắp cánh cho tôi". Tôi thực sự muốn càng nhiều người nói điều này càng tốt, vì thế cuốn sách này là dành cho số đông những người như:

1. Các chàng trai, cô gái từ những garage, ký túc xá, văn phòng muốn làm nên một đột phá lớn lao.

https://thuviensach.vn

2. Những tâm hồn dũng cảm trong các công ty đã ổn định muốn đưa sản phẩm mới ra thị trường.

3. Những nhà hoạt động xã hội trong các tổ chức phi lợi nhuận muốn làm cho thế giới trở nên tốt đẹp hơn.

Những công ty tầm cỡ, những phòng ban năng động, những trường học danh tiếng, những nhà thờ lớn mạnh, những tổ chức thiện nguyện hiệu quả, những doanh nhân thành đạt. Đấy chính là những thứ tôi muốn góp phần gây dựng qua cuốn sách này. Nhưng để đạt được điều đó, trước hết, ta cũng cần lướt qua một vài điểm trước khi cùng bắt đầu cuộc hành trình:

• *Thứ nhất,* mục đích ban đầu của cuốn sách này chỉ là cập nhật cuốn tôi đã viết về khởi nghiệp trước đây. Tuy nhiên, việc cứ thêm, bớt, thay đổi tới lui đã khiến cho cuốn này không còn là phiên bản "1.1" nữa mà thực sự là một bản "2.0", một bản hoàn toàn mới. Khi người biên tập của tôi ở nhà xuất bản Penguin nói tôi sử dụng chức năng Track Changes của Word để thuận tiện cho việc chỉnh sửa, tôi đã cười lớn, đơn giản là vì nó đã dài hơn tới 64% so với cuốn cũ.

• *Thứ hai,* để cho rõ ràng hơn, và theo ý tôi, phần lớn doanh nhân thường có những suy nghĩ khá giống nhau, tôi quyết định sử dụng từ "startup" để dùng chung cho tất cả các dự án kinh doanh mạo hiểm, bao gồm cả lợi nhuận và phi lợi nhuận; từ "sản phẩm" cho các sản phẩm, dịch vụ hay ý tưởng mới. Các bạn có thể áp dụng những bài học trong cuốn sách này để bắt đầu gần như mọi thứ, vì vậy đừng quá lệ thuộc vào chữ nghĩa.

• Như mọi lời khuyên, luôn có ngoại lệ, và tôi cũng có thể sai. Học hỏi từ những giai thoại có thể mạo hiểm, nhưng chờ đợi các bằng chứng khoa học cũng thế. Hãy nhớ, ít khi có đúng hoặc sai trong kinh doanh – chỉ có hiệu quả hoặc không hiệu quả.

Tôi tin rằng mục tiêu của bạn là thay đổi thế giới – chứ không chỉ là tìm hiểu nó. Kinh doanh là hành động chứ không chỉ là học hỏi. Nếu phong cách của bạn là*"Đừng nói nhiều – hãy bắt đầu làm"* thì bạn

https://thuviensach.vn

đang đọc đúng sách, đúng tác giả. Và bây giờ, chúng ta cùng lên đường nào…

Guy Kawasaki

Silicon Valley, California

GuyKawasaki@gmail.com

https://thuviensach.vn

CÁC KHÁI NIỆM

https://thuviensach.vn

Chương 1Nghệ thuật khởi động

Trong khoa học, bình luận thú vị nhất theo sau những khám phá mới không phải là "Eureka!" (Tìm ra rồi!) mà là "That's funny..." (Thật tức cười...).

– Isaac Asimov

GIST[1]

[1] *Great Ideas for Starting Things – Những ý tưởng lớn để bắt đầu.*

Sẽ dễ dàng hơn nhiều khi bạn làm mọi thứ một cách chỉn chu ngay từ đầu thay vì sau này phải bỏ công sửa lỗi. Ở giai đoạn thai nghén khởi nghiệp, bạn hãy hình thành những giá trị cốt lõi cho startup của mình, và đó sẽ là những giá trị lâu bền dẫn lối cho bạn về sau. Nhờ việc tập trung vào một số ít giá trị cốt lõi đó, bạn sẽ kiến tạo một nền tảng phù hợp và rảnh rang để đối phó với những thử thách to lớn hơn. Đây chính là những thứ cần thiết để khởi đầu một doanh nghiệp, điều sẽ được đề cập trong chương này.

Trả lời những câu hỏi đơn giản

Có một chuyện thần thoại rằng những công ty thành công bắt đầu với những ý tưởng lớn lao. Điều này ngụ ý là để đạt được thành công, các doanh nhân nên bắt đầu với những mục tiêu hoành tráng.

Ngược hoàn toàn, quan sát của tôi cho thấy rằng những công ty lớn bắt đầu với những câu hỏi đơn giản như sau:

• "THẾ THÌ SAO?"[1]: Câu hỏi này xuất hiện khi bạn nhận ra hay dự đoán một xu thế và muốn biết về tương lai của nó. Nó sẽ như thế này: *"Ai cũng có điện thoại thông minh với camera và kết nối Internet". "Thế thì sao?". "Họ có thể sẽ chụp ảnh và chia sẻ". "Thế thì sao?". "Chúng ta nên tạo ra một ứng dụng cho phép mọi người*

https://thuviensach.vn

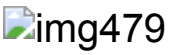
đăng ảnh, xếp hạng và đưa ra các bình luận". Và thế là, a lê hấp, Instagram ra đời.

[1] Lấy cảm hứng từ cuốn The Art of Profitability – Nghệ thuật của lợi nhuận của Adrian Slywotzsky.

• "CÁI NÀY THÚ VỊ MÀ, PHẢI KHÔNG?": Sự tò mò thông minh và những phát hiện tình cờ đã chứng minh cho phương pháp này. Khi Spencer Silver đang cố tạo ra một loại keo mới nhưng ông chỉ chế được chất vừa đủ kết dính các tờ giấy lại với nhau. Thứ vớ vẩn này đã dẫn đường tới Post-it Notes – giấy ghi chú. Ray Kroc, khi là người bán thiết bị, đã chú ý tới một đơn đặt hàng tám máy trộn thức ăn đến từ một cửa hàng nhỏ ở một nơi xa xôi. Vì tò mò, Ray đến thăm cửa hàng và thực sự ấn tượng với sự thành công của nó. Ông trình bày ý tưởng về các nhà hàng tương tự với Dick và Mac McDonald. Đấy là xuất phát điểm nhỏ bé của một gã khổng lồ, và phần còn lại của nó đã đi vào lịch sử.

• "CÓ CÁCH NÀO TỐT HƠN KHÔNG?": Không hài lòng với thực tại là chỉ dấu cho con đường này. Ferdinand Porsche đã từng ta thán rằng "Ban đầu khi nhìn quanh, không tìm được chiếc xe mơ ước, tôi quyết định tự làm cho mình một chiếc"[1]. Hay Steve Wozniak tạo ra Apple I vì ông tin rằng có cách tiếp cận máy tính tốt hơn so với phải làm cho chính phủ, trường đại học hay các công ty lớn. Còn Larry Page và Sergey Brin thì nghĩ rằng việc tính toán số lượng liên kết tới website của bạn (inbound links) là một cách tốt hơn để ưu tiên hóa các kết quả tìm kiếm, và Google ra đời.

[1] Tạp chí Forbes FYI (Mùa đông, 2003), trang 21.



• "TẠI SAO CÔNG TY CHÚNG TA KHÔNG LÀM ĐIỀU ĐÓ?": Không hài lòng với sếp là chất xúc tác trong trường hợp này. Bạn đã quen với thị trường và nhu cầu của khách hàng. Bạn đề xuất với sếp rằng công ty nên tạo ra một sản phẩm mà khách hàng cần nó, nhưng sếp lại bỏ ngoài tai. Rốt cuộc, bạn bỏ việc và tự làm lấy.

https://thuviensach.vn

• “ĐIỀU ĐÓ LÀ CÓ THỂ MÀ, TẠI SAO CHÚNG TA KHÔNG LÀM NHỈ?”: Thị trường dành cho những sáng tạo lớn hiếm khi sớm rõ ràng, thế nên thái độ “cứ làm tới” đặc trưng cho hướng đi này. Ví dụ, quay trở lại những năm 1970, khi mà một chiếc điện thoại di động là thứ không thể hình dung được đối với đa số mọi người thì Motorola phát minh ra nó. Vào lúc đó, điện thoại kết nối địa điểm chứ không phải mọi người với nhau.

Tuy nhiên, Martin Cooper và các kỹ sư ở Motorola dấn tới và làm ra nó, và phần còn lại là của lịch sử. Đừng để bất kỳ ai nói với bạn rằng nguyên lý “Nếu chúng ta tạo ra nó, người ta sẽ đến” không thể áp dụng.

“Cội nguồn của các công ty lớn là trả lời các câu hỏi đơn giản làm thay đổi thế giới, chứ không phải mong muốn trở nên giàu có.”

• “ĐÂU LÀ ĐIỂM YẾU CỦA NGƯỜI DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG?”: Có ba điều làm cho người dẫn đầu yếu đi: Thứ nhất, họ chăm chăm vào một cách kinh doanh. Ví dụ như IBM phân phối máy tính qua các đại lý, vì thế Dell có thể đổi mới bằng cách bán trực tiếp. Thứ hai là khi khách hàng của họ không còn hài lòng nữa. Một ví dụ là việc phải lái xe tới các cửa hàng của Blockbuster để thuê và trả băng video đã tạo cơ hội cho Netflix. Điều thứ ba chính là khi người dẫn đầu đang tận dụng sản phẩm hái ra tiền của mình và ngừng sáng tạo. Đây là thứ làm cho Microsoft Office thua kém Google Docs.

“Làm sao kiếm được thật nhiều tiền?” không phải là một trong các câu hỏi. Bạn có thể nói tôi là một người theo chủ nghĩa lý tưởng, nhưng cội nguồn của các công ty lớn là trả lời các câu hỏi đơn giản làm thay đổi thế giới, chứ không phải mong muốn trở nên giàu có.

BÀI TẬP

Hoàn thành câu sau:

Nếu không có doanh nghiệp của bạn, thế giới sẽ tệ hơn vì .....

https://thuviensach.vn

Hãy tìm giao điểm thành công của bạn

Nếu bạn trả lời được câu hỏi đơn giản, bước tiếp theo là tìm một giao điểm thành công khả thi ở thị trường. Mark Coopersmith, đồng tác giả của cuốn The Other “F” Word: Failure – Wise Lessons for Breakthrough Innovation and Growth *(Một chữ “F” khác: Sự thất bại – Bài học khôn ngoan cho những sáng tạo và phát triển đột phá)* và là quản lý cao cấp tại Haas School of Business, giúp các doanh nhân làm điều này với một lược đồ Venn gồm ba nhân tố:

• SỰ TINH THÔNG: Đây là toàn bộ những gì bạn và đồng sự của bạn có thể làm. Mặc dù có thể bạn chưa có một đội ngũ hoàn chỉnh, nhưng bạn phải có những hiểu biết cốt lõi về các kiến thức cơ bản và có khả năng tạo ra một cái gì đó để khởi sự một startup.

• CƠ HỘI: Có hai loại cơ hội: thị trường hiện tại và thị trường tiềm năng. Một trong hai là đủ, nhưng hãy thực hiện một bài kiểm tra thực tế quy mô của thị trường trong vài năm tới. Có lý do để người ta cướp ngân hàng mà không trộm vặt trong các cửa hàng. Tuy nhiên, đôi khi không có cách nào để chứng minh sự tồn tại của một cơ hội và bạn đành phải tin vào bản thân vậy.



• ĐAM MÊ: Điều này khá rắc rối vì không rõ là đam mê dẫn đến thành công hay thành công tạo ra đam mê. Mọi người đều cho rằng vế đầu là đúng, nhưng hãy trung thực: sự thành công của việc kinh doanh cũng dễ khiến ta phấn khích về nó, vì vậy vế sau có thể cũng đúng. Tuy nhiên, thành công thường cần rất nhiều thời gian, vậy nên ít nhất bạn không nên căm ghét những gì bạn đang làm.

Tuy vậy, đừng cho rằng cả ba yếu tố trên là cần thiết hay thậm chí rõ ràng ngay từ lúc bắt đầu. Nếu bạn có được ít nhất hai yếu tố, bạn thường có thể phát triển được yếu tố thứ ba nếu bạn đủ nỗ lực.

Hãy tìm những tâm hồn đồng điệu

https://thuviensach.vn

Bước tiếp theo là tìm những tâm hồn đồng điệu để tham gia chuyến phiêu lưu của bạn – như Bilbo Baggins[1] trong *The Lord of the Rings – The Fellowship of the Ring (Chúa tể của những chiếc nhẫn – Hiệp hội nhẫn thần).* Tuy nhiên, người ta thường thích ý nghĩ về một nhà sáng tạo duy nhất: Thomas Edison (bóng đèn điện), Steve Jobs (máy tính Macintosh), Henry Ford (mẫu xe Model T), Anita Roddick (hãng mỹ phẩm The Body Shop) và Richard Branson (hãng hàng không Virgin Airlines). Không phải vậy đâu.

[1] Tên một nhân vật trong tiểu thuyết nổi tiếng Chúa tể của những chiếc nhẫn. (BT)

Những công ty thành công luôn được khởi sự và trở nên thành công với nỗ lực của ít nhất hai người. Đằng sau việc mọi người coi người sáng lập như nhà cải cách là cả một đội ngũ nỗ lực để làm cho sự mạo hiểm ấy đạt tới thành công.

“Người theo tham gia đầu tiên là nhân tố biến người khởi xướng, vốn chỉ một mình, thành nhà lãnh đạo.”

Để minh họa cho điều này, tại diễn đàn TED năm 2010, Derek

Sivers, nhà sáng lập CD Baby đã chiếu một đoạn phim bắt đầu với một người đang nhảy một mình trên bãi cỏ. Người thứ hai tham gia, rồi người thứ ba, và dần trở thành quy mô lễ hội với vô số người khác.



Theo Sivers, người theo tham gia đầu tiên đóng vai trò quan trọng vì anh ta mang đến sự đáng tin cậy cho người khởi xướng. Những người tiếp theo cổ vũ cho cả anh ta chứ không chỉ đối với người khởi xướng. Theo ý Sivers*, “Người theo tham gia đầu tiên là nhân tố biến người khởi xướng, vốn chỉ một mình, thành nhà lãnh đạo”*, và trong một startup thì người đó thường sẽ là nhà đồng sáng lập.

Những tâm hồn đồng điệu cần có những yếu tố giống và khác bạn. Những điểm giống nhau cần nhất là:

https://thuviensach.vn