

Cẩm nang khởi sự kinh doanh

Phần đầu

Tác giả: Trần Phương Minh



Quá trình khởi sự kinh doanh của bạn bắt đầu từ lúc có một ý tưởng lóe lên và có thể tạm gọi là kết thúc khi công ty bạn đã đi vào hoạt động ổn định. Thời gian này có thể chỉ kéo dài vài tháng, có khi lại buộc bạn phải xoay sở hàng năm trời. Việc phải đối diện với bản liệt kê (chưa đầy đủ) danh sách những việc cần làm như lên kế hoạch kinh doanh chi tiết, đặt tên công ty, tuyển dụng nhân viên, tìm nguồn vốn... làm bạn hoa mắt, nhức đầu vì không biết bắt đầu từ đâu và việc gì cần ưu tiên làm trước. Tuy nhiên bạn đừng quá lo lắng. Tuần tự thực hiện theo 75 bước dưới đây, bạn sẽ cảm thấy dường như quy trình này không quá phức tạp và khó khăn như bạn tưởng.

Bước đầu tiên bạn cần làm là: Đọc và suy ngẫm.

PHẦN 1: KẾ HOẠCH VÀ MỤC TIÊU

1 - 5: Soạn thảo kế hoạch kinh doanh của bạn

Soạn thảo bản kế hoạch kinh doanh là một trong những việc đầu tiên bạn cần tiến hành trước khi bắt tay vào những việc khác. Bản kế hoạch kinh doanh chi tiết được xem như “kim chỉ nam” cho các quyết định của bạn trong suốt cả quá trình hoạt động kinh doanh sau này, giúp bạn tìm ra lời đáp cho câu hỏi về tính khả thi của ý tưởng kinh doanh. Một “tác dụng phụ” của bản kế hoạch kinh doanh là tạo dựng

niềm tin cho các nhà đầu tư tiềm năng trước khi họ đồng ý cho bạn vay tiền. Bản kế hoạch kinh doanh còn là một công cụ hỗ trợ trong khi bạn giao tiếp với các đối tác tiềm năng, các bên liên doanh, nhà cung cấp, nhân viên và thậm chí là cả khách hàng.

1. Trước khi lập kế hoạch kinh doanh, bạn hãy nghiên cứu các nguồn lực và công cụ có thể giúp đỡ bạn. Ngoài các cuốn sách kinh doanh, bạn nên nghĩ đến một số chương trình phần mềm chuyên dụng. Bạn cũng có thể nhờ cậy sự trợ giúp trực tiếp từ các tổ chức kinh doanh, hiệp hội ngành nghề địa phương, hoặc tham gia các khóa đào tạo tại các trường cao đẳng, đại học hoặc các cuộc hội thảo kinh doanh. Nếu khả năng tài chính chưa cho phép, bạn không nhất thiết phải thuê dịch vụ của các nhà tư vấn với mức giá tối thiểu 300 USD/giờ.

2. Quan tâm tới những con số. Bạn cần biết rằng một bản kế hoạch kinh doanh phải đảm bảo cả hai yếu tố là định tính và định lượng. Bản kế hoạch doanh của bạn không chỉ bao gồm những viễn cảnh về sự tăng trưởng của công ty bạn trong tương lai, mà nó còn cần được diễn giải trong các thuật ngữ và số liệu tài chính có thể tính toán được. Các con số ở đây càng rõ ràng và chính xác bao nhiêu, chúng sẽ càng giúp bạn có cái nhìn rõ ràng về hoạt động của bạn bấy nhiêu.

Bản kế hoạch kinh doanh luôn được mở đầu bằng phần khái niệm chung, sau đó là phần tài chính. Bạn cần diễn giải các quan điểm tài chính dưới dạng con số. Phần “chữ” sẽ thiếu tính thuyết phục, sẽ thiếu “nghĩa”, nếu bạn bỏ qua phần số liệu tài chính.

3. Hãy đưa ra các con số dự đoán cụ thể và sát với thực tế. Một trong những sai lầm thường gặp nhất khi soạn thảo bản kế hoạch kinh doanh là ước tính doanh thu quá cao, trong khi chi phí lại quá thấp. Tuy nhiên, bạn có thể hạn chế phần nào khoảng cách sai số đó nhờ việc thu hẹp thị trường mục tiêu của bạn cho gần với

mức thực tế, sau đó diễn giải doanh thu và chi phí dựa trên thị trường đó. Việc bạn xác định các khách hàng tiềm năng trước, sau đó trừ dần những đối tượng không sẵn sàng mua sắm, không phải là cách thức hiệu quả để tính toán thị trường mục tiêu.

4. Hãy đưa vào bản kế hoạch kinh doanh các ước tính lưu lượng tiền mặt tối thiểu cho từng tháng trong cả năm đầu tiên. Lưu lượng tiền mặt là một yếu tố rất quan trọng, vì thế bạn nên chuẩn bị một ước lượng tổng thể về lợi nhuận và thua lỗ trong vòng ba năm đầu, cũng như dự toán một bản cân đối tài chính cho thời gian này. Hãy trù liệu các sự kiện đột xuất có thể xảy ra khiến doanh thu chỉ bằng chi phí, đồng thời nghiên cứu các tỷ lệ tài chính cụ thể trong ngành công nghiệp của bạn, xem xét các số liệu khác cùng ngành đã được công bố để chắc chắn rằng mọi giả định của bạn là sát thực. Nếu các cửa hàng tạp phẩm khác có tỷ suất lợi nhuận là 25%, trong khi bạn đặt mục tiêu cho cửa hàng của mình là tỷ suất lợi nhuận phải đạt 28%, thì có lẽ bạn nên cân nhắc lại.

5. Quan tâm đặc biệt tới hoạt động tiếp thị. Trước hết bạn hãy đề ra các mục tiêu. Thứ hai, tiến hành hoạt động phân tích thị trường, bao gồm việc xác định các thị trường chủ yếu, nghiên cứu đối thủ cạnh tranh và đánh giá các xu hướng thị trường. Sau đó, bạn chuẩn bị một chiến lược tiếp thị với nhiều phương pháp khác nhau dành cho từng lĩnh vực như bán hàng, xúc tiến kinh doanh, quảng cáo, giao tiếp cộng đồng, xây dựng mạng lưới phân phối, dịch vụ khách hàng... Bạn nên xây dựng một kế hoạch chi tiết cho chiến lược này, đồng thời xây dựng các tiêu chuẩn cụ thể để kiểm chứng những dự đoán của bạn.

6 - 10: Tìm kiếm khách hàng mục tiêu

Bạn chỉ nên tập trung vào thị trường mục tiêu và loại trừ tất cả các phân đoạn thị trường khác không phù hợp với hoạt động kinh doanh của bạn. Trước khi thực thi bất cứ

phương pháp nào nhằm xây dựng cho mình một nhóm khách hàng mục tiêu, bạn cần quan tâm tới các vấn đề sau:

6. Đừng giả định. Thông thường, chủ các doanh nghiệp nhỏ luôn tự cho rằng họ biết rõ những gì khách hàng mong muốn. Nhưng nếu bạn muốn mở một tiệm ăn và nghĩ rằng tất cả những gì bạn cần chỉ là nấu cho thực khách các món ăn ngon, trong khi khách hàng của bạn lại thích nhìn thấy bộ chén bát và dao nĩa xinh đẹp, trang nhã cùng với thái độ lịch sự, ân cần của nhân viên phục vụ, thì bạn sẽ có nguy cơ đánh mất khách hàng, nếu bạn không sẵn sàng đáp ứng những nhu cầu đó.

Ngay từ khi khách hàng tương lai của bạn vẫn còn mua sắm sản phẩm/dịch vụ ở nơi khác, bạn hãy coi các công ty này như một đối tượng để nghiên cứu: bạn hãy tìm hiểu mặt hàng kinh doanh của họ, cũng như cách thức họ tiếp thị và bán hàng. Khách hàng tương lai của bạn chủ yếu mua sắm sản phẩm/dịch vụ từ công ty nào? Họ mua cái gì? Bạn có thể học hỏi được gì từ thành công của các công ty đó. Bạn nên nghiên cứu thực tế thị trường để trả lời những câu hỏi này.

7. Tìm kiếm những thông tin hoàn chỉnh. Điều quan trọng nhất mà một chủ công ty nhỏ có thể thực hiện là xác định xem nhóm khách hàng nào sẽ giúp công ty mình đạt được mục tiêu đề ra, đâu là đối tượng có giá trị mang tính chiến lược đối với bạn. Bạn muốn có thật nhiều những người mua sắm một số lượng lớn sản phẩm/dịch vụ của bạn, hay chỉ cần người mua sắm nói chung? Khách hàng lý tưởng nhất của bạn là doanh nghiệp hay cá nhân? Khoảng cách địa lý giữa bạn và khách hàng mục tiêu của bạn như thế nào và điều đó có quan trọng không? Bạn cần xác định những đặc điểm để tổ chức kinh doanh sao cho có thể thu hút và giữ chân khách hàng một cách tốt nhất.

8. Xác định các phân khúc thị trường khác nhau. Sau khi đã phác họa chân dung khách hàng lý tưởng, bạn nên nhìn nhận rằng mình có thể cần khai thác nhiều phân

đoạn thị trường khác nữa. Ví dụ, tiệm ăn nhỏ vừa nói ở trên có thể tìm thấy những phân đoạn thị trường hấp dẫn khác, như dịch vụ nấu ăn trọn gói trong các dịp lễ hay những ngày đặc biệt nào đó cho các gia đình, cung cấp bữa ăn đơn giản hàng ngày cho những người không có thời gian nấu nướng do quá bận rộn...

9. Sử dụng các công cụ nghiên cứu thị trường miễn phí. Internet là một kho thông tin khổng lồ. Bạn hãy tìm kiếm theo bất cứ chủ đề nào thông qua các từ khóa và bạn sẽ thấy các website, blog và các diễn đàn thảo luận liên quan đến bất cứ điều gì bạn muốn. Ngoài ra, bên cạnh một số lượng lớn sách báo, tài liệu sẵn có về tình hình thị trường và khách hàng mục tiêu, bạn có thể tìm hiểu thêm từ các nguồn trợ giúp nghiên cứu thị trường khác về địa phương, quốc gia của bạn tại các tổ chức phát triển kinh tế để xác định phân khúc thị trường nào đang phát triển nhanh nhất.

10. Dịch vụ, dịch vụ, dịch vụ. Ngày càng nhiều công ty nhỏ đánh mất khách hàng của mình chỉ vì lý do dịch vụ của họ quá nghèo nàn, chứ không phải vì sản phẩm của họ kém chất lượng. Công cụ tiếp thị quan trọng nhất trong kinh doanh là cách thức bạn điều hành hoạt động bán hàng và dịch vụ khách hàng. Mỗi lần bạn làm một điều gì đó cho khách hàng là một lần bạn tiếp thị chính bản thân mình. Nếu bạn thực hiện tốt công việc này, khách hàng sẽ đáp lại bạn bằng lòng trung thành và những lời nhận xét tốt đẹp về bạn.



PHẦN 2: TÊN VÀ CẤU TRÚC CÔNG TY

11 - 15: Lựa chọn một cái tên

Mọi công ty đều cần đến một cái tên và việc sở hữu một cái tên đáng nhớ và độc đáo chính là nội dung của phần này. Sẽ phải mất hàng ngàn USD, nếu bạn thuê một công ty chuyên về xây dựng nhãn hiệu hay một hãng quảng cáo, song các bạn cũng có thể tự mình đặt tên công ty -

nếu bạn biết cách thức thực hiện công việc này. Hãy bắt đầu với chiếc bút bi, một vài tờ giấy và đôi tai nhạy cảm lắng nghe mọi tiếng động đang xảy ra quanh mình.

11. Suy nghĩ về thị trường. Trước tiên, bạn hãy quyết định phương thức quảng cáo có thể giới thiệu 90% các hoạt động kinh doanh của bạn. Bạn sẽ trông cậy chủ yếu vào các quảng cáo in, bảng hiệu tại địa điểm kinh doanh, quảng cáo truyền miệng, Internet, trang vàng, đài phát thanh hay kết hợp một lúc nhiều phương tiện?. Bạn nên lưu ý rằng sự lặp lại thái quá, các từ ngữ nước ngoài và tên miền với dấu cách luôn là yếu tố “kết liễu” các quảng cáo phát thanh và website, nơi mà yếu tố đánh vần và phát âm dễ dàng là vô cùng quan trọng. Nếu bạn quyết định quảng cáo trên trang vàng, một thủ thuật truyền thống là hãy lựa chọn tên công ty bắt đầu bằng vần A, B hay C để quảng cáo của bạn luôn được đặt ngay tại những trang đầu tiên. Tuy nhiên, không phải những cái tên như Aardvark hay Abba có thể phù hợp với bất cứ công ty nào, vì vậy bạn cần có đôi chút sáng tạo ở đây.

12. Xem xét các đối thủ cạnh tranh. Bạn cần thu thập tên của tất cả các đối thủ cạnh tranh để tìm ra những điều có thể làm nên sự khác biệt cho tên của công ty bạn. Tên của các đối thủ cạnh tranh có thực sự phù hợp với thị trường mục tiêu? Liệu những tên đó có quá nghiêm túc, trong khi khách hàng lại thuộc tuýp người

sành điệu, tân thời? Câu trả lời sẽ cho bạn biết yếu tố nào không hiệu quả, qua đó giúp bạn thu hẹp danh sách những cái tên dự kiến.

13. Huy động ý kiến của mọi người. Hãy đón nhận mọi ý kiến đóng góp về tên công ty bạn. Hãy hỏi tại sao họ thích cái tên này hay tên khác. Bạn cũng nên xem xét một số thuật ngữ thông dụng có thể thu hút các khách hàng tiềm năng, hay thể hiện kết quả mà khách hàng mong muốn từ việc sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn (nhưng chưa được đối thủ cạnh tranh sử dụng). Ví dụ, Namedatlast.com được chọn để đặt cho một công ty dịch vụ đặt tên doanh nghiệp. Tuy vậy trên thực tế không nhiều công ty sử dụng những cái tên kiểu này, mà họ muốn hướng tới sự nổi bật.

14. Kiểm tra ý nghĩa của tên công ty. Những cái tên như Cobweb Design, Goosechase và Wild Weasel, nghe có vẻ rất thông minh, nhưng chúng có thể khiến khách hàng tiềm năng cảm thấy không chắc chắn về sản phẩm/dịch vụ. Hãy kiểm tra kỹ lưỡng mọi cái tên trong danh sách các tên công ty dự định của bạn để đảm bảo rằng không cái tên nào mang ý nghĩa tiêu cực. Đồng thời bạn nên hỏi bạn bè và người thân xem các từ ngữ này có gợi cho họ cảm giác xấu nào không. Hãy loại bỏ những cái tên không thích hợp ra khỏi danh sách của bạn. Nếu bạn đang xây dựng một website và muốn để cái tên công ty vươn tới toàn cầu, thì đừng vì sự bất cẩn mà làm tổn thương đất nước bạn.

15. Kiểm tra các nhãn hiệu đã được đăng ký. Không ít chủ doanh nghiệp đặt tên công ty và đưa chúng ra thị trường, nhưng rồi một lúc nào đó họ bị buộc phải hủy bỏ cái tên này bởi trước đó có một nhãn hiệu cùng tên đã đăng ký bảo hộ. Do đó trước khi bạn đặt tên công ty, thiết kế biểu tượng, hãy đảm bảo rằng chúng không bị trùng lặp với những cái tên và biểu tượng đã được đăng ký. Bạn hoàn toàn có thể tránh được những khó khăn pháp lý bằng việc ghé thăm trang web của Cục nhãn hiệu và sáng chế Mỹ tại www.uspto.gov, nơi mà bạn có thể tìm kiếm các nhãn hiệu

đã được đăng ký bảo hộ, hoặc ghé thăm trang www.yudkin.com để có thêm các lời khuyên về việc đặt tên công ty.

16 - 19: Cấu trúc công ty

Bạn nên khởi đầu quy trình lựa chọn cấu trúc pháp lý cho công ty bằng việc tự hỏi bản thân xem đâu là khung pháp lý mà bạn muốn thiết lập và tuân theo. Có người nói là đến Delaware hay Nevada để lập công ty, nhưng câu trả lời thích hợp nhất cho các công ty nhỏ là: “Hãy ở ngay tại nhà”. Việc thành lập công ty và tuân theo các quy định pháp luật của một số địa phương có tiếng là thuận tiện cho kinh doanh có thể có ý nghĩa đối với các công ty có nhiều nhà đầu tư, nhưng bạn sẽ có thể kiểm soát công ty mình dễ dàng và đơn giản hơn, nếu tuân theo khung pháp lý kinh doanh ngay tại nơi bạn đặt trụ sở chính.

16. Quan tâm tới mong muốn của bản thân bạn. Mỗi một mô hình kinh doanh đều có các quyền hạn và trách nhiệm pháp lý mang tính đặc thù riêng, chẳng hạn trách nhiệm pháp lý của một công ty cổ phần sẽ khác hoàn toàn so với trách nhiệm pháp lý của một công ty trách nhiệm hữu hạn, đồng thời các quy định pháp luật bảo vệ hoạt động kinh doanh của hai loại hình công ty này cũng không giống nhau. Nhưng không có một loại hình công ty nào giúp bạn tránh khỏi những trách nhiệm pháp lý cá nhân. Loại hình công ty mà bạn lựa chọn sẽ ảnh hưởng đến trách nhiệm của bạn trong các hoạt động liên quan tới nhân viên, đối tác và nhà thầu. Không có tấm lá chắn nào bảo vệ cho các quyền sở hữu tư nhân. Một mô hình công ty liên doanh sẽ bắt buộc bạn phải chịu trách nhiệm không chỉ cho những hành động sai trái của bản thân bạn, mà còn cho những hành động sai trái của các đối tác liên doanh. Còn nếu bạn không có nhân viên, nhà thầu hay đối tác, thì mô hình công ty cổ phần hoặc trách nhiệm hữu hạn sẽ không đem lại nhiều ích lợi về mặt trách nhiệm pháp lý.

17. Chú ý tới khả năng tiếp cận nguồn vốn. Trên cương vị một chủ sở hữu kinh

doanh độc nhất, đi vay là cách thức duy nhất để bạn huy động vốn phục vụ kinh doanh. Trong khi đó, mô hình cộng tác kinh doanh sẽ cho phép bạn nhận tiền đầu tư hay yêu cầu các đối tác cung cấp vốn. Mô hình công ty cổ phần hay trách nhiệm hữu hạn sẽ linh hoạt hơn trong việc huy động vốn đầu tư bổ sung, ví dụ, bạn có thể bán chứng khoán ra bên ngoài để huy động đủ lượng vốn cần thiết.

18. Nghĩ về sức chịu đựng của bạn đối với các công việc giấy tờ. Cấu trúc kinh doanh một chủ sở hữu độc nhất luôn đơn giản, nhẹ nhàng và hầu như không bị điều chỉnh bởi bất cứ quy định pháp lý bắt buộc nào. Chỉ có giấy phép kinh doanh và chứng chỉ hành nghề là những trở ngại mà các chủ sở hữu doanh nghiệp tư nhân gặp phải khi tiến hành kinh doanh. Các yêu cầu, quy định, thủ tục pháp lý bắt buộc của địa phương, của quốc gia sẽ gia tăng đáng kể nếu bạn lựa chọn cấu trúc pháp lý công ty liên doanh, cổ phần hay trách nhiệm hữu hạn.

19. Nắm vững các quy định về thuế có liên quan. Cho dù bạn chọn lựa cấu trúc pháp lý kinh doanh nào, bạn đều có trách nhiệm đóng thuế cho các khoản thu nhập từ hoạt động kinh doanh. Điểm khác biệt là bạn phải đóng thuế ở mức nào và được khấu trừ bao nhiêu thuế tùy theo mô hình công ty. Việc đóng thuế và các trách nhiệm pháp lý liên quan tại công ty cổ phần là hoàn toàn khác biệt so với công ty trách nhiệm hữu hạn. Ngoài ra, các quy định về khấu trừ thuế và hoá đơn thuế cũng có những quy định khác nhau. Do vậy, bạn nên nghiên cứu kỹ lưỡng các quy định về thuế, xác định trách nhiệm nộp thuế cùng các quyền lợi được hưởng sao cho phù hợp nhất với hoạt động kinh doanh của bạn.

Nếu bạn không khẳng định được đâu là cấu trúc pháp lý thích hợp với hoạt động kinh doanh của mình, bạn có thể tư vấn với các luật sư có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh vừa và nhỏ.



PHẦN 3: CÁC NHÀ TƯ VẤN VÀ HỖ TRỢ TÀI CHÍNH

20 - 24: Tìm kiếm các nhà tư vấn

Làm thế nào để bạn tìm được những nhà tư vấn hay công ty tư vấn thích hợp nhất với bạn và với công ty bạn?

20. Nghĩ về tương lai. Bạn hy vọng công ty sẽ như thế nào trong 10 năm tới? Luật sư mà bạn

lựa chọn sẽ giữ vai trò rất quan trọng, đặc biệt khi bạn có kế hoạch phát hành cổ phiếu ra công chúng hay tìm kiếm các nguồn vốn đầu tư mạo hiểm. Các nhà đầu tư mạo hiểm cho biết, một trong những yếu tố họ xem xét trước khi đầu tư vào một công ty nào đó chính là uy tín, trình độ và đẳng cấp của các luật sư mà công ty đó lựa chọn tư vấn. Vì thế, bạn hãy lựa chọn một người có nhiều kinh nghiệm giao dịch với các công ty có vốn đầu tư mạo hiểm.

Khi tìm kiếm luật sư cho công ty mình, bạn nên chú ý đến tiểu sử và hồ sơ cá nhân của họ, những vụ việc cụ thể mà từng luật sư đã đảm nhiệm, thậm chí thứ hạng của các luật sư theo chuyên môn, kiến thức và đạo đức nghề nghiệp.... Các tổ chức pháp lý ở địa phương như Phòng thương mại công nghiệp hay Hội luật gia cũng sẽ rất hữu ích cho bạn trong giai đoạn này.

21. Giải thích tường tận. Những cuộc gặp gỡ các nhà tư vấn để bàn bạc và soạn thảo một nền tảng tài chính cho công ty của bạn là sự đầu tư thời gian và tiền bạc hữu ích. Lúc này, bạn cần giải thích tường tận về tài chính và hoạt động kinh doanh của công ty với luật sư của mình. Ngoài ra, các gói phần mềm tài chính như QuickBooks sẽ rất hữu ích trong vòng một vài năm sau khi bạn thiết lập các kiểm soát tài chính cơ bản. Bạn cũng có thể thuê thêm các nhân viên kế toán tự do và hãy chú ý tới những người có kỹ năng kế toán tốt.

22. Trọn gói. Nhiều công ty dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp thường cung cấp dịch vụ trọn gói cho khách hàng. Liệu công ty tư vấn của bạn có sẵn sàng làm việc này giúp bạn? Họ có để bạn lựa chọn và quyết định loại dịch vụ mà bạn muốn sử dụng? Hãy đề nghị các công ty tư vấn cung cấp cho bạn danh sách dịch vụ với mức phí tổng thể thay vì hoá đơn theo giờ, đặc biệt là cho những công việc chung như soạn thảo bộ hồ sơ thành lập công ty và hợp đồng lao động. Bạn có thể thương lượng với các luật sư về việc này. Có rất nhiều các trang web luật khác nhau giúp bạn giải quyết các vấn đề pháp lý liên quan đến việc thành lập công ty, nhưng hãy cẩn thận nếu chưa đủ kiến thức về pháp luật, bạn không nên mạo hiểm.

23. Thu hẹp danh sách các ứng viên. Khi thuê một nhà tư vấn tài chính chuyên nghiệp, bạn hãy hỏi họ thích làm việc trong lĩnh vực nào nhất và với công ty có quy mô như thế nào. Điều này cho bạn biết họ sẽ dành thời gian và công sức ở mức độ nào cho các công việc tài chính của công ty của bạn trong thời gian một năm. Biết đâu các chuyên gia thích làm việc với một công ty sản xuất, và bạn là một trong số đó. Một lời khuyên khác: Bạn hãy yêu cầu các văn bản tài liệu ngắn gọn về việc nhà tư vấn sẽ làm những gì cho công ty bạn. Với tư cách là chủ công ty, bạn nên quản lý những văn bản này và đảm bảo rằng những gì bạn nhận phù với những gì đã bỏ ra”.

24. Xây dựng quan hệ. Đừng cắt đứt quan hệ sau khi công việc của luật sư, nhân viên kế toán hay nhân viên ngân hàng đã hoàn tất. Hãy thường xuyên gặp gỡ và liên lạc với họ để thông báo cho họ biết hoạt động kinh doanh của bạn đang tiến triển như thế nào. Nếu luật sư đó không sẵn lòng hay mong muốn dành thời gian cho bạn, thì họ không phải là người bạn cần tìm. Thông thường, luật sư hay nhân viên kế toán làm thêm của bạn cần có trách nhiệm công việc với bạn và quan hệ giữa bạn và luật sư là một mối quan hệ đối tác. Bạn muốn một ai đó có mặt trong tập thể của bạn và quan tâm tới công ty bạn, chứ không phải quan tâm tới việc làm thế nào để nhận được số tiền thù lao tiếp theo.

25 - 30: Tìm kiếm các khoản tài chính

Việc bạn tự bỏ tiền ra để kiếm được tiền không nên được xem như một chương ngại vật trong giai đoạn khởi sự kinh doanh. Đôi lúc người ta cảm thấy lo sợ khi nghĩ đến việc sẽ phải cần thêm rất nhiều vốn kinh doanh, tuy nhiên thực tế cho thấy nhiều khi bạn không cần phải có thật nhiều vốn mới đưa được hoạt động kinh doanh cất cánh.

25. Quan tâm đến vốn tự có. Nơi đầu tiên để tìm kiếm các khoản tài chính là chiếc túi của bạn, cụ thể là từ các khoản tiền tiết kiệm cá nhân hay thế chấp bất động sản, mở những thẻ tín dụng với mức lãi suất thấp....

26. Huy động khoản tiền tạm ứng trước. Bạn có thể để khách hàng trả tiền trước cho một số sản phẩm/dịch vụ mà bạn sẽ cung cấp trong tương lai. Sau đó, bạn sử dụng khoản tiền này như nguồn vốn khởi sự. Ví dụ, trong lĩnh vực xây dựng, nếu bạn muốn xây dựng lại căn nhà của bạn, nhà xây dựng sẽ yêu cầu bạn cung cấp trước một phần ba khoản tiền xây dựng cần thiết để họ có thể bắt đầu, một phần ba khác sẽ được trả trong thời gian xây và một phần ba cuối cùng sẽ được thanh toán sau khi bàn giao nhà. Và cách thức huy động vốn này có thể được sử dụng trong nhiều ngành công nghiệp khác nhau.

27. Nhờ cậy bạn bè và gia đình. Cho dù việc huy động vốn theo cách thức tạm ứng trước hiệu quả như thế nào, thì phần lớn bạn vẫn cần thêm tiền bạc, và nguồn tài chính tốt nhất mà họ có thể trông cậy lúc này là từ bạn bè và người thân. Cha mẹ, anh chị em ruột và những người thân khác hiển nhiên sẽ dễ dàng giúp đỡ bạn. Tỷ lệ lãi suất và các điều khoản gắn với tiền bạc từ gia đình và bạn bè cũng nhẹ nhàng hơn nhiều so với các nguồn cung cấp tài chính khác từ bên ngoài.

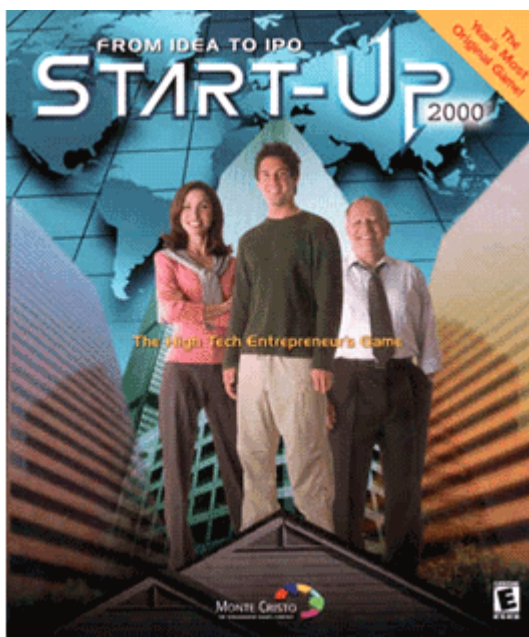
Bạn hãy soạn thảo sẵn các bộ hồ sơ tài liệu vay vốn và nên đảm bảo các khoản vay có thể được chuyển đổi thành khoản vốn cổ phần, nếu hoạt động kinh doanh đạt

được mức doanh số nào đó hay vào những mốc thời gian nào đó. Thông thường, bạn sẽ có nhiều cơ hội nhận được nguồn vốn lớn hơn từ những người xung quanh bạn, bởi vì khi bạn ra được sản phẩm, thì niềm tin của họ dành cho bạn sẽ tăng lên gấp bội.

28. Tìm đến các nhà cung cấp. Các nhà cung cấp luôn sẵn lòng nói lỏng các điều khoản tín dụng hơn là những bên cho vay khác, đặc biệt là trong giai đoạn khởi sự kinh doanh. Việc có được lựa chọn thanh toán chậm trong vòng 30, 60, 90 ngày hay thậm chí nhiều hơn từ các nhà cung cấp là không có quá khó khăn. Thường thì bạn chỉ phải trả cho họ một khoản lãi suất rất nhỏ mà thôi.

29. Đưa cả chủ mặt bằng vào các kế hoạch tài chính của bạn. Nếu bạn định mở cửa hàng bán lẻ, bạn sẽ cần đến một địa điểm kinh doanh và chủ nhà thông thường sẽ nói lỏng việc thanh toán tiền thuê nhà cho các công ty trong thời gian ba tháng. Các chủ nhà cũng có thể giúp sửa chữa cải tạo, thiết kế xây dựng các khoảng trống với những đặc điểm bạn cần với những chi phí không lớn lắm. Mong đợi của các chủ nhà là bạn sẽ trở thành người thuê dài hạn của họ.

30. Chờ đợi cho đến khi bạn có đôi chút thành công để tiếp cận các khoản vay từ ngân hàng. Các ngân hàng thường chỉ quan tâm đến các công ty mới khởi sự khi họ đạt được một doanh số nhất định, có bản hạch toán kinh doanh đáng tin cậy và có nhu cầu tài chính ngắn hạn. Bạn nên tiếp cận với các khoản vay từ ngân hàng khi bạn đã có đủ khả năng đáp ứng yêu cầu tương đối khắt khe của những khoản vay dài hạn.



PHẦN 4: ĐỊA ĐIỂM VÀ CÔNG NGHỆ

31 - 35: Tìm kiếm địa điểm kinh doanh

Quyết định địa điểm là một trong những quyết định quan trọng nhất của bạn trong giai đoạn khởi sự kinh doanh, nhưng đó thường lại là một trong những công việc sau cùng đối với nhiều công ty. Điều mà có thể ảnh hưởng lớn đến mục tiêu doanh số của bạn, bởi hợp đồng thuê địa điểm sẽ là hợp đồng dài hạn và bạn rất

khó có thể thay đổi một sớm một chiều. Bạn nên lưu ý đến một số điểm sau đây trước khi quyết định:

31. Hiểu rõ thị trường của bạn.

Có chuyên gia đã so sánh hoạt động bán lẻ với thế giới động vật: McDonald là một “con chuột”, bởi nó có thể tồn tại và phát triển ở mọi nơi, cả trong thị trường đông đúc lẫn thị trường thưa thớt khách hàng. Tuy nhiên, các công ty khác chỉ là loài “gấu trúc”, bởi vì họ cần những thị trường cụ thể mới tồn tại được. Hãy nghĩ về môi trường mà hoạt động kinh doanh mới của bạn cần đến. Câu trả lời sẽ giúp bạn tìm ra địa điểm kinh doanh thích hợp nhất cho sự phát triển của công ty.

Nếu bạn dự tính khởi sự kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ, ví dụ như dịch vụ kế toán/kiểm toán, bạn có thể sử dụng nhà riêng của bạn để làm địa điểm kinh doanh. Khi đó, bạn đừng cân nhắc các mức chi phí tổng thể khi đưa ra quyết định, cũng như quan tâm tới việc liệu hoạt động kinh doanh tại nhà có thích hợp với sản phẩm/dịch vụ của bạn hay không. Liệu khách hàng tiềm năng có bị bỏ qua nếu bạn

kinh doanh tại nhà? Hay khách hàng có chú ý tới địa điểm kinh doanh của bạn không, khi việc bán hàng được thực hiện chủ yếu qua điện thoại, fax và website? Bạn cần nhớ kỹ rằng có thể có các quy định pháp luật tại địa phương nơi bạn đặt địa điểm kinh doanh, vì vậy hãy kiểm tra kỹ lưỡng trước khi quyết định. Hãy đảm bảo rằng hàng xóm của bạn không cảm thấy phiền hà với việc có đông người qua lại. Ngoài ra, chỗ đỗ xe cũng là điều cần xem xét, hơn nữa bạn đặt điểm kinh doanh ngay tại nhà mình.

32. Thu thập một vài dữ liệu.

Những trang web như kiểu Economy.com sẽ cung cấp nhanh chóng các bộ hồ sơ dữ liệu cần thiết về nhiều thị trường địa phương khác nhau. Bộ hồ sơ về thị trường, về khu vực dân cư tại địa phương có thể rất hữu ích trong việc giúp bạn xác định địa điểm kinh doanh thích hợp. Những dữ liệu đó sẽ giúp bạn tìm hiểu các xu hướng thị trường và xác định đâu là nơi mà các khách hàng mục tiêu của bạn thường xuyên mua sắm.

33. Suy nghĩ như đối thủ cạnh tranh.

Không phải ngẫu nhiên mà các “đại gia” bán lẻ như Home Goods, Michaels và Target lại cùng mở cửa hàng trên một địa bàn chật hẹp. Thoạt nghe có vẻ như không bình thường khi đặt điểm kinh doanh ngay sát cạnh các đối thủ cạnh tranh, tuy nhiên sự quy tụ này có thể giúp gia tăng các cơ hội kinh doanh và tiết kiệm đáng kể chi phí trong việc tuyển dụng nhân viên cũng như vận chuyển hàng hóa. Việc trở thành một phần của khối liên kết để tạo ra một thị trường rộng lớn sẽ có tác dụng tích cực hơn so với việc bạn nỗ lực thiết lập một thị trường riêng lẻ tại một địa điểm hẻo lánh nào đó.

34. Thường xuyên khảo sát thực tế.

Các dữ liệu nhân khẩu học trên giấy tờ chỉ là điều kiện cần, điều kiện đủ trên thực tế chính là việc bạn cần dành nhiều thời gian làm cho địa điểm kinh doanh của bạn

trở nên thu hút hơn. Khi ghé thăm một địa điểm kinh doanh tiềm năng, bạn có nhìn nhận ngay rằng đây là một địa điểm mà bản thân bạn cũng thích đến để mua sắm? Một nơi bề ngoài có vẻ chật hẹp, giống như bãi đỗ xe, cũng có thể tác động rất lớn đến việc thu hút đông đảo mọi người đến với cửa hàng của bạn. Ngoài ra, khi lựa chọn địa điểm, bạn nên quan tâm tới các đặc tính kinh doanh của bạn. Nếu đó là mô hình kinh doanh nhanh nhạy, ra ra vào vào - chẳng hạn như cửa hàng giặt là - địa điểm kinh doanh thích hợp nhất vẫn là ở trung tâm thành phố. Bên cạnh đó, bạn cũng có thể cân nhắc xem liệu địa điểm kinh doanh bạn có thể lắp đặt các cửa ra vào tự động nhằm gia tăng sự thuận tiện cho khách hàng hay không.

35. Đặt các câu hỏi.

Bạn hãy ghé thăm các cửa hàng tại nhiều địa điểm khác nhau để xem họ làm việc thế nào. Bạn có thể hỏi xem liệu việc thuê địa điểm tại khu vực này có nên không và doanh số bán ra tại các cửa hàng trong khu vực hiện ở mức độ nào. Đồng thời, bạn nên tự hỏi xem hoạt động kinh doanh của bạn diễn ra vào ban ngày hay ban đêm. Ví dụ, một quán bar có thể không thích hợp đặt tại một trung tâm thương mại may mặc – nơi mà chỉ thu hút phần lớn các khách hàng vào ban ngày. Bạn sẽ tìm thấy nhiều thông tin bổ ích trên mạng Internet qua các trang

www.entrepreneur.com/bizstartups

hay www.geomarketingresearch.com.

36 - 43: Trang bị máy móc cho hoạt động kinh doanh của bạn

36. Bắt đầu với một hệ thống mạng.

Nhiều công ty ngày nay không biết chắc phải bắt đầu từ đâu trong kế hoạch mua sắm và lắp đặt các thiết bị công nghệ cần thiết cho hoạt động của mình. Hệ thống mạng chính là “xương sống” của công ty bạn, vì vậy hãy bắt đầu từ đây. Bạn cần phải có một hệ điều hành mạng nội bộ trên nền tảng khách hàng/máy chủ và ít nhất một máy chủ lưu trữ hồ sơ hay in ấn để đảm bảo tính an toàn thông tin. Đừng quá lo lắng nếu việc này nghe có vẻ vượt quá khả năng của bạn - hãy xem điều số 42.

37. Lắp đặt thiết bị kết nối Internet.

Đừng ứng dụng thiết bị kết nối dial-up. Bạn cần các thiết bị kết nối Internet băng thông rộng để nhân viên có bạn dễ dàng hoàn thành tốt công việc của mình trong hiện tại và tương lai. Bạn có thể quan tâm đến hệ thống DSL, cáp hay các giải pháp Internet tốc độ cao khác như đường T1 cho phép hơn 100 người truy cập cùng lúc.

38. Cài đặt phần mềm chống virus.

Đây là một công việc cần thiết. Thay vì cài đặt trên từng máy một, bạn nên sử dụng phần mềm trọn gói cài đặt trên máy chủ. Việc này sẽ thuận lợi cho bạn quản lý về lâu dài.

39. Sao lưu.

Đừng bỏ qua công việc này - tất cả các dữ liệu phải được sao lưu. Có ba cách thức sao lưu dữ liệu khác nhau: 1) sao lưu băng, một phương thức dự phòng truyền thống; 2) sao lưu trực tuyến, ngoại tuyến hay thông qua nhà cung cấp thứ ba; 3) cài đặt hệ thống lưu trữ mạng tại văn phòng làm việc. Nếu bạn sử dụng hai trong số ba phương pháp trên, bạn sẽ đảm bảo gần như chắc chắn rằng tất cả các dữ liệu quan trọng đều được lưu trữ cẩn thận và an toàn.

40. Đừng trang bị dần dần hệ thống máy tính trong công ty.

Sẽ thật lý tưởng, nếu việc trang bị được thực hiện đồng bộ và cùng thời điểm để tất cả các máy móc đều hoạt động thống nhất. Các hoạt động bảo dưỡng sẽ được giảm thiểu và tổng chi phí mua sắm cũng sẽ giảm đáng kể. Bạn nên liên hệ với các nhà cung cấp lớn như Dell hay Hewlett-Packard và yêu cầu bản hợp đồng dịch vụ bảo hành dài hạn.

41. Mua các máy in phù hợp với nhu cầu của bạn.

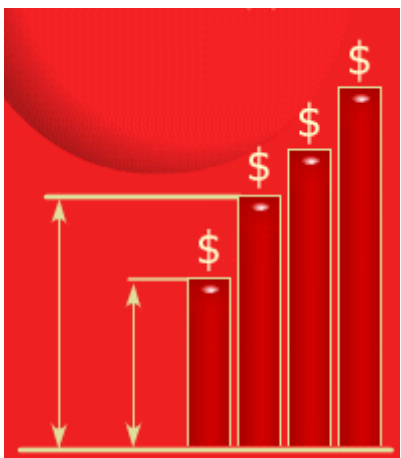
Các công ty khởi sự nên có máy in hiệu suất cao và khả năng tích hợp mạng là các máy in laser đen trắng. Nếu bạn cần in màu phục vụ các hoạt động kinh doanh, sẽ thích hợp nhất với các máy in laser màu tích hợp mạng. Giá cả cũng là yếu tố quan trọng và máy in màu laser sẽ giúp bạn tiết kiệm đáng kể khoản chi phí dành cho những cửa hàng in ấn bên ngoài.

42. Biết rõ khi nào cần đến sự giúp đỡ từ bên ngoài.

Nếu bạn không có đội ngũ nhân viên IT giỏi, chắc chắn bạn sẽ phải thuê ai đó bên ngoài đảm nhận công việc lắp đặt, bảo dưỡng và sửa chữa các thiết bị công nghệ trong giai đoạn ban đầu. Đây là việc rất quan trọng, bởi vì phần lớn các chủ công ty ngày nay đều không có đủ thời gian và chuyên môn để tự đảm nhiệm công việc này.

43. Hoạch định cho tương lai.

Việc tuân theo những lời khuyên trên không chỉ giúp đỡ bạn trong giai đoạn khởi sự kinh doanh, mà còn trong cả giai đoạn phát triển của công ty sau này. Bạn sẽ phải chuẩn bị để bổ sung thêm nhân viên và đảm bảo khả năng tự quản lý hệ thống công nghệ. Bạn đừng tiếc những khoản chi phí phụ thêm. Đừng nhấn nhó khi bạn xem xét các chi phí IT thường niên và không nên cho rằng những chi phí ban đầu này chỉ là chi phí chỉ dành riêng cho các giải pháp IT.



PHẦN 5: BẢO HIỂM VÀ NHÂN VIÊN

44 - 49: Bảo vệ hoạt động kinh doanh mới của bạn

44. Hỏi ý kiến chuyên gia. Thị trường bảo hiểm thương mại có thể khá phức tạp, do đó bạn nên tìm đến một nhà tư vấn có uy tín và đẳng cấp để giúp đỡ bạn hiểu được các rủi ro kinh doanh, đồng thời giúp bạn lựa chọn loại hình bảo hiểm thích hợp nhất để bảo vệ bạn khỏi những rủi ro đó. Bạn nên tham khảo ý kiến của một hãng bảo hiểm chuyên nghiệp, nơi cung cấp nhiều dịch vụ tư vấn

đa dạng.

45. Hình dung những loại rủi ro mà bạn có thể đối mặt, chẳng hạn như mất mát tài sản. Đó có thể là rủi ro mất mát trong xây dựng, nhà cửa hay tài sản kinh doanh như máy móc, thiết bị, cổ phiếu và máy tính... Các mối hiểm họa khác đối với tài sản của bạn sẽ là hoả hoạn, thiên tai....

46. Tìm hiểu kỹ lưỡng về trách nhiệm của bạn. Ví dụ, đối tác thứ ba như khách hàng, nhà cung cấp... có thể khởi kiện bạn vì những thiệt hại hay hư hỏng tài sản do lỗi của bạn. Các chính sách trách nhiệm bảo vệ (Umbrella liability policies) sẽ là một giải pháp phổ biến thường được nhiều công ty áp dụng cho những rủi ro này. Một nhà tư vấn bảo hiểm chuyên nghiệp có thể giúp bạn thay đổi mức trách nhiệm sao cho phù hợp nhất với hoàn cảnh của bạn.

Bảo hiểm tai nạn lao động cũng là một trong những trách nhiệm pháp lý mà bạn có thể phải đối mặt và việc bảo hiểm, bồi thường cho nhân viên là bắt buộc đối với hầu hết các công ty theo quy định pháp luật. Đó là sự khác biệt then chốt giữa quyền tài sản và trách nhiệm pháp lý – chủ doanh nghiệp hoàn toàn có thể không mua bảo hiểm tài sản, nhưng họ buộc phải mua bảo hiểm bồi thường thiệt hại cho nhân viên của mình.

Những rủi ro khác sẽ phụ thuộc vào loại hình kinh doanh mà bạn tiến hành, ví dụ một quán ăn có phục vụ rượu có thể phải đối mặt với những trách nhiệm pháp lý về

việc một trong số khách hàng của họ bị tai nạn trên đường sau khi rời nhà hàng. Tất nhiên đó là những rủi ro có tính chất riêng biệt và kèm theo nó là loại hình bảo hiểm dành riêng cho trách nhiệm liên quan đến các loại đồ uống có cồn để bảo vệ chủ nhà hàng khỏi những vụ kiện vì dịch vụ không thích hợp của họ. Hãy nghiên cứu kỹ lưỡng hoạt động kinh doanh để bạn quyết định lựa chọn loại hình bảo hiểm thích hợp nhất.

47. Đi dạo vòng quanh. Sau khi tìm được một nhà tư vấn tốt và hiểu rõ các rủi ro kinh doanh, bạn hãy đánh giá một vài nhà cung cấp dịch vụ bảo hiểm và các chính sách mà họ đưa ra. Chủ doanh nghiệp là người chịu trách nhiệm chính về loại hình bảo hiểm họ mua và các phí bảo hiểm họ trả, vì thế, bạn hãy lựa chọn cẩn thận.

48. Đừng quá chủ quan, ngay cả khi bạn đã có bảo hiểm. Một số tài sản hay trách nhiệm pháp lý có thể không được bảo đảm bằng bảo hiểm. Không có sản phẩm bảo hiểm nào có thể ngăn ngừa tất cả các rủi ro. Trong một số trường hợp, chi phí bảo hiểm còn có thể rất cao. Nếu vậy, bạn nên quản lý rủi ro bằng các biện pháp bảo vệ khác thích hợp hơn như hướng dẫn và đào tạo nhân viên làm việc an toàn. Bạn sẽ có được mức phí bảo hiểm thấp hơn, cũng như thua lỗ ít hơn, nếu bạn lường trước để giảm thiểu những rủi ro đáng lẽ phải mua bảo hiểm.

49. Luôn cảnh giác với những mối đe dọa mới hay các rủi ro mà bạn có thể chưa tính đến. Bạn có thể cần các biện pháp bảo vệ bổ sung hay cách thức quản lý rủi ro mới. Bất luận có được bảo hiểm hay không, mọi rủi ro đều có thể xảy ra và khiến bạn thiệt hại không nhỏ. Một trong những mối lo lớn nhất hiện nay là không ít công ty tại một số địa phương không được bảo hiểm, nhiều công ty bị mất mát lớn từ các thảm họa thiên nhiên và đương nhiên không được bồi thường.

50 - 54: Tuyển dụng nhân viên

Trước khi bắt tay vào việc tuyển dụng, sa thải, lên kế hoạch nhân sự, tìm hiểu các quy định của luật lao động... bạn hãy dành thời gian để soạn thảo chiến lược nhân sự trong vòng vài ba năm kế tiếp. Mục tiêu của bạn là rào cản lớn thuộc lĩnh vực nhân sự: chỉ tiêu công việc không hoàn thành, hiệu suất kém, kiện tụng và tinh thần làm việc thấp.

50. Làm các công việc giấy tờ. Tùy theo quốc gia, địa phương mà các quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động tuyển dụng sẽ có những điều khoản khác nhau. Ngoài ra, còn nhiều thủ tục giấy tờ khác liên quan đến tuyển dụng mà bạn cần thực hiện. Hãy tìm hiểu kỹ lưỡng các quy định pháp luật để đảm bảo rằng bạn đã đáp ứng mọi yêu cầu cần thiết.

51. Biết rõ những gì bạn đang tìm kiếm. Công việc bạn sẽ tiến hành là gì, nhân viên của bạn cần có những kỹ năng nào để thực hiện tốt công việc này, bạn có thể trả lương cho họ ra sao, các ứng viên tốt nhất có thể làm được gì cho bạn... Điều này có vẻ như chuyện hiển nhiên, nhưng nhiều người lại bỏ qua. Họ đưa bạn bè, người thân hay người quen vào công ty mà không quan tâm đến năng lực của họ một cách đầy đủ và khách quan.

52. Tìm kiếm các nguồn tài năng khác nhau. Bạn không nên tập trung vào duy nhất một nguồn tuyển dụng và việc đa dạng hoá các nguồn tìm kiếm sẽ rất hữu ích. Tại các trường phổ thông và cao đẳng ở địa phương luôn có trung tâm việc làm, nơi bạn có thể đăng tải thông báo tuyển dụng và cũng là nơi để bạn tìm thấy các nhân viên tiềm năng. Những công ty khởi sự với các nguồn lực giới hạn thường sẽ tìm kiếm các nhân viên cao cấp tại một số nguồn không ngờ tới như người nhập cư, người nước ngoài... Tuy nhiên, bạn hãy hỏi xem họ đã được cấp giấy phép để làm việc tại địa phương chưa.

53. Biết phỏng vấn tuyển dụng như thế nào. Bạn có thể đặt cho các ứng viên xin việc những câu hỏi về năng lực chuyên môn, về sở thích, về tính cách, nhưng những câu hỏi về gia đình, về con cái... sẽ là những câu hỏi không mấy thích hợp. Bạn cũng nên hỏi các nhân viên tiềm năng của bạn xem họ có điểm nào hạn chế không. Những bài viết tại <http://jobsearchtech.about.com/od/interview/1/aa022403.htm> và www.resumagic.com/interviews_illegalquestions.html sẽ cung cấp cho bạn nhiều lời khuyên hữu ích trong việc lựa chọn các câu hỏi phỏng vấn.

54. Định hướng và động viên. Các nhân viên mà bạn tuyển dụng dường như không bao giờ có thể đọc được suy nghĩ của bạn, vì vậy hãy cố gắng diễn tả và truyền đạt những mong đợi của bạn trong công việc, mục tiêu của công ty, kế hoạch làm việc

và mức lương thưởng lúc ban đầu... Cứ mỗi ba tháng một lần, bạn nên đánh giá lại mức độ hoàn thành công việc của nhân viên. Hãy hỏi nhân viên xem họ ưa thích loại công việc nào. Bạn nên quan tâm tới nhân viên nhiều hơn, đó sẽ là một động cơ thúc đẩy tinh thần làm việc của họ.



PHẦN 6: TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG

55 - 59: Tiếp thị tích cực

Bạn có thể làm ra những sản phẩm/dịch vụ tốt nhất thế giới, nhưng nếu không một ai biết về chúng, thì bạn cũng không thể bán chúng cho ai cả. Đó là lý do tại sao hoạt động tiếp thị và quảng cáo lại đóng vai trò quan trọng đặc biệt trong giai đoạn khởi sự kinh doanh.

55. Bạn hãy đưa ra cho mọi người một lý do để tin tưởng. Thông thường, các chủ doanh nghiệp luôn cho rằng mọi khách hàng sẽ tin tưởng công ty và sản phẩm/dịch vụ của họ, bởi vì bạn bè và người thân của họ luôn nói như vậy. Tuy nhiên, một chiến lược tiếp thị hiệu quả phải bao gồm rất nhiều các yếu tố khác nhau nhằm tạo ra sự tin tưởng đối với công ty, sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Bạn đừng nói: “Bánh ngọt của chúng tôi có hương vị thơm ngon nhất”, mà hãy nói: “Bánh ngọt của chúng tôi có đậm hương vị sôcôla hơn, bởi vì chúng tôi sử dụng nhiều sôcôla hơn so với các đối thủ cạnh tranh”. Điều đó sẽ đem lại cho khách hàng của bạn một lý do để tin rằng sản phẩm của bạn thực sự tốt hơn.

56. Truyền tải một thông điệp rõ ràng. Đôi khi các chủ doanh nghiệp nhỏ lầm tưởng rằng các đặc tính của sản phẩm chính là lợi ích của nó. Tuy nhiên, đặc tính là những gì sản phẩm vốn có, trong khi lợi ích là những gì mà khách hàng sẽ đón nhận, thưởng thức và trải nghiệm. Vì vậy, bạn đừng bán cho khách hàng cuốn sách, mà hãy bán cho họ kiến thức nằm trong cuốn sách đó. Khách hàng cần biết đâu là những lợi ích dành cho họ. Sau khi xác định được đâu là lợi ích và làm thế nào để bán chúng, nhiều công ty bắt đầu bổ sung ngày một nhiều lợi ích hơn. Các nghiên

cứu đã khẳng định rằng bạn cần nổi bật với duy nhất một chi tiết mà thôi. Bạn hãy tập trung vào yếu tố mà sản phẩm hay dịch vụ của bạn khiến mọi người phải thốt lên “Tuyệt vời!” và thôi thúc họ tiến hành giao dịch mua sắm với công ty bạn.

57. Lựa chọn kỹ lưỡng thông điệp tiếp thị trước khi quảng bá. Chủ doanh nghiệp mới thường gặp phải nhiều trở ngại khi giao dịch với các phương tiện quảng cáo. Những tờ báo địa phương, đài phát thanh, truyền hình và nhiều phương tiện khác đều có thể lấy đi của bạn thật nhiều tiền bạc. Tuy nhiên, bạn cần nhớ rằng thông điệp tiếp thị luôn là yếu tố quan trọng nhất trong bất kỳ hoạt động tiếp thị nào. Bạn có thể bỏ ra hàng trăm triệu USD để quảng cáo trong giờ cao điểm, nhưng nếu nội dung quảng cáo của bạn không hiệu quả, không thu hút được sự chú ý thì số tiền đó sẽ trở nên vô nghĩa. Như vậy, không phải phương tiện truyền thông, mà chính là thông điệp sẽ tạo ra sự khác biệt cho chương trình quảng cáo, tiếp thị của bạn.

58. Thử nghiệm, thử nghiệm. Bạn nên liên tục thử nghiệm các thông điệp quảng cáo và loại bỏ những nội dung nào không thích hợp. Từ việc sử dụng các công cụ bán hàng qua điện thoại đến việc gửi đi các tấm thiệp tiếp thị định kỳ với những chào hàng khác nhau, bạn hãy thường xuyên thử nghiệm, thu thập kết quả và cố gắng áp dụng những biện pháp thành công nhất.

59. Hoạch định cho một tương lai lâu dài. Một khi bạn đã xây dựng được kế hoạch tiếp thị và quảng cáo, có nghĩa là bạn sẽ gắn bó với chúng trong một thời gian khá dài. Thông thường, các công ty nhỏ chỉ xem tiếp thị và quảng cáo như một hoạt động nhất thời. Họ tiến hành tiếp thị để thúc đẩy doanh số bán ra và sau đó do quá bận rộn mà không thực thi bất kỳ hoạt động tiếp thị nào nữa. Đó là một sai lầm. Vì thế, bạn cần đầu tư cho một kế hoạch tiếp thị và quảng cáo dài hạn, ổn định để không ngừng thu hút các khách hàng mới và đưa tên tuổi của bạn lên vị trí vững chắc trên thị trường.

60 - 65: Bán hàng như một chuyên gia thực thụ

Mọi người đều biết rằng bán hàng là một phần quan trọng quyết định thành công trong kinh doanh, bởi vì nếu không có khách hàng, thì không một doanh nghiệp nào có thể tồn tại. Vì vậy, bạn cần phải có một kế hoạch kỹ lưỡng để đưa sản phẩm/dịch vụ từ công ty tới tận tay các khách hàng.

60. Hiểu rõ bản thân bạn. Bạn hãy tự hỏi: tại sao người ta sẽ mua sản phẩm/dịch vụ của bạn. Việc có được thông tin về cảm nhận của khách hàng đối với sản phẩm/dịch vụ của bạn, những lợi ích của nó và nó đáp ứng các nhu cầu của khách hàng như thế nào... sẽ đem lại cho bạn sự tự tin cần thiết khi bán hàng. Và sự tự tin đó sẽ thể hiện qua giọng nói và thái độ của bạn, giúp bạn trở thành một nhân viên bán hàng thành công.

61. Tiếp nhận những lời nói “không”. Khi khách hàng thường xuyên từ chối không nên trở thành một yếu tố khiến bạn nản lòng. Hoạt động bán hàng chịu ảnh hưởng bởi quy luật của các con số. Cho dù khách hàng nói “không”, nhưng nếu bạn vẫn kiên nhẫn tiếp xúc với khách hàng, bạn sẽ có được các kết quả tiến triển rõ rệt.

62. Tìm ra lý do tại sao. Hiện nay vẫn còn quá ít công ty tiếp tục quan tâm đến khách hàng sau khi giao dịch mua sắm đã hoàn tất. Lời khuyên cho bạn ở đây là hãy không ngừng đưa ra các câu hỏi sau khi kết thúc một giao dịch mua sắm và tìm hiểu lý do tại sao khách hàng quyết định mua sắm sản phẩm/dịch vụ mình đang cung cấp.

63. Lên kế hoạch cho các chu trình kinh doanh. Mỗi một loại hình kinh doanh lại có một chu trình bán hàng riêng biệt. Trong suốt thời gian xúc tiến chiến lược bán hàng, một khách hàng có thể cần được tiếp xúc nhiều lần. Hãy sử dụng kiến thức chuyên môn và những nghiên cứu về đối thủ cạnh tranh của bạn để xác định chu trình bán hàng của bạn cần phải tổ chức như thế nào. Bạn có thể đạt được những đột

phá doanh số bán ra trong suốt mùa vụ kinh doanh không? Bạn có chấp nhận đầu tư thời gian để có được một giao dịch mua sắm không? Việc mua sắm chỉ được thực hiện vào các dịp đặc biệt của khách hàng trong năm? Khi nắm vững các nhân tố tạo ra một giao dịch mua sắm, bạn sẽ có thể hoạch định tốt hơn các hoạt động bán hàng của mình.

64. Hướng dẫn, chỉ bảo khách hàng. Nhiều chuyên gia bán hàng cho rằng việc dành thời gian để hướng dẫn, tư vấn khách hàng về sản phẩm/dịch vụ là lãng phí. Nhưng bạn không nên theo lối mòn đó. Bạn phải luôn trao đổi, chỉ bảo các khách hàng, chia sẻ thời gian với họ và làm cho họ thấy tại sao sản phẩm/dịch vụ của bạn lại tốt hơn các đối thủ cạnh tranh.

65. Lựa chọn các kênh bán hàng thích hợp. Lựa chọn kênh bán hàng thích hợp để sản phẩm/dịch vụ của bạn được cung cấp ra thị trường một cách tốt nhất là công việc vô cùng quan trọng. Hãy điểm lại vô số các lựa chọn (kinh doanh bán lẻ, catalogue và các nhà phân phối độc lập, trang web bán hàng, tiếp thị trực tiếp...) mà bạn có thể tổ chức để bán sản phẩm, đồng thời tìm kiếm các cách thức khác nhau để tối đa hoá lợi nhuận. Vào thời gian đầu, bạn có thể nghĩ rằng mình sẽ chỉ bán hàng thông qua các quầy hay cửa hàng bán lẻ trên đường phố, nhưng sau đó, bạn phát hiện ra một kênh phân phối khác là bán hàng trực tuyến – thông qua trang web của bạn, qua một nhà bán lẻ trực tuyến hay thậm chí cả trên eBay. Việc mở ra một kênh mới hoàn toàn có thể đẩy mạnh doanh số bán hàng và mở rộng đáng kể thị phần sản phẩm/dịch vụ của bạn.



PHẦN 7: QUẢN LÝ TÀI CHÍNH VÀ THUẾ

66 - 70: Quản lý các nguồn tài chính dùng cho mục đích kinh doanh

Bạn có thể thực hiện sổ sách kế toán hay kiểm soát tình hình tài chính với sự trợ giúp của một số gói phần mềm kế toán dành riêng cho hoạt động kinh doanh của các công ty vừa và nhỏ. Những phần mềm này luôn sẵn có trên thị trường, rẻ và dễ sử dụng. Bạn nên tham khảo các chương trình như Microsoft Office Small Business Accounting 2006 (180 USD), Peachtree First Accounting (100 USD) hay QuickBooks Premier Accountant Edition 2006 (400 USD). Bên cạnh đó, bạn nên tuân thủ đúng những bước đi sau để đảm bảo sổ sách kế toán và tình hình tài chính của công ty luôn được rõ ràng và ổn định.

66. Quan tâm tới chu kỳ quay vòng tiền mặt. Đây là một trong những yếu tố đầu tiên bạn cần quản lý chặt chẽ. Thiếu hiểu biết về nhu cầu và nguồn cung cho các chu kỳ tiền mặt, bạn không thể rút tiền khỏi kinh doanh để phục vụ các chi phí sinh hoạt thường ngày. Vì thế, bạn đừng lên kế hoạch phải có tiền mặt để trang trải cho mục tiêu khác ngay trong thời kỳ này, mà hãy xác định bạn phải có được mức lợi nhuận bao nhiêu, trước khi rút tiền phục vụ cá nhân. Nếu bạn cảm thấy không thể trang trải các chi phí riêng từ lợi nhuận thu được của hoạt động kinh doanh đang khởi sự, bạn không nên theo đuổi nó nữa.

67. Mở một tài khoản chuyển khoản cho hoạt động kinh doanh của bạn. Bạn hãy cẩn thận đừng để có sự pha trộn giữa nguồn vốn kinh doanh và tài khoản cá nhân, vì việc đó sẽ gây nguy hiểm cho nguồn tài chính của bạn, cũng như vi phạm một số quy định pháp luật. Ngoài ra, nếu bạn gộp chung tài sản cá nhân và tài sản

công ty, bạn sẽ không có bất cứ sự bảo vệ pháp lý tài chính nào cho công ty nữa. Với những tài khoản riêng biệt, bạn sẽ dễ dàng nhận ra các chi phí dành riêng cho mục đích kinh doanh, bởi vì chúng được rút ra từ tài khoản của công ty.

68. Tìm kiếm sự trợ giúp chuyên nghiệp. Đó là một nhân viên kế toán có năng lực từ một công ty nhỏ nào đó. Bạn hãy thuê anh ta làm việc ngoài giờ cho bạn. Bạn hãy chuẩn bị danh sách các câu hỏi cần thiết và người kế toán sẽ đưa cho bạn những câu trả lời tốt nhất. Các câu hỏi đó có thể là: Tôi phải thiết lập hệ thống sổ sách kế toán như thế nào? Khi nào tôi cần nộp hồ sơ xin hoàn thuế? Và đó là những loại thuế nào?

69. Xây dựng mối quan hệ với ngân hàng, thậm chí cả khi bạn không cần hay không muốn vay tiền. Hãy ghé thăm để làm quen và gặp gỡ nhà quản lý ngân hàng, nói với họ bạn đang khởi sự kinh doanh trong lĩnh vực gì, cụ thể như thế nào... để sau này khi nào bạn cần một khoản vay vốn, bạn sẽ có người đáng tin để trông cậy. Nếu bạn có đủ điều kiện để nhận một khoản tín dụng nào đó, bạn không nên từ chối. Bạn hãy sử dụng số tiền đó để đầu tư vào hoạt động kinh doanh sinh lợi và hoàn trả lại đúng hạn. Nhờ đó, bạn sẽ có một “tiểu sử” vay vốn tốt đẹp với ngân hàng, tạo cơ sở cho những lần vay vốn tiếp theo.

70. Nếu bạn có kế hoạch bán công ty trong một ngày nào đó, hãy dành thêm chút thời gian và công sức để có được bản hồ sơ tài chính đẹp mắt. Hãy nhớ rằng, khi bạn kinh doanh, nghĩa là bạn đang tạo ra những giá trị nào đó, đảm bảo rằng bạn sẽ bán được một cái gì đó trong tương lai. Đối với phần lớn các công ty, việc tạo ra giá trị phụ thuộc rất nhiều vào việc họ thu hút được bao nhiêu khách hàng - những người mua sản phẩm của họ và giúp họ thu lợi nhuận. Bạn có thể bán được những lợi nhuận tương lai đó cho những ai nghĩ rằng họ có thể điều hành công ty tốt hơn bạn. Chỉ cần giá trị hiện tại của bạn tiếp tục tăng trưởng, bạn có thể bán công ty của bạn cho bất kể ai vào bất cứ thời điểm nào.

71 - 75: Những lời khuyên thông minh về thuế

71. Nhìn vào bảng lương của bạn. Đây có thể là nơi ẩn chứa nhiều rắc rối nhất liên quan đến thuế và các cơ quan thuế, thậm chí cả khi công ty chỉ có một mình bạn là nhân viên duy nhất. Trong trường hợp đó, bạn có thể sẽ phải nộp thuế thu nhập định kỳ. Sẽ rất khó khăn cho các chủ doanh nghiệp trẻ dự đoán một cách chính xác thu nhập trong một năm. Tuy nhiên, đó lại là quy định bắt buộc, và bạn vẫn sẽ có trách nhiệm nộp các khoản thuế thu nhập này.

72. Cẩn thận trong việc ước tính thu nhập, các khoản thuế chăm sóc y tế và an ninh xã hội. Mọi việc sẽ phức tạp hơn nếu bạn hay vợ, chồng bạn tham gia vào công việc của doanh nghiệp. Nếu bạn không xác định và kê khai đúng mức thu nhập, bạn có thể phải chịu các khoản tiền phạt cùng lãi suất trả chậm. Nếu bạn có thời gian và quyết tâm, việc nghiên cứu kỹ lưỡng về vấn đề này sẽ giúp bạn kê khai chính xác thu nhập và tránh những rắc rối về thuế. Nếu bạn không tự làm được, hãy sớm nghĩ đến việc nhờ cậy các chuyên gia về thuế.

73. Nhờ đến sự trợ giúp của các chuyên gia, đặc biệt là khi bạn có nhiều nhân viên. Cùng với sự gia tăng số lượng nhân viên, các công việc liên quan đến thuế cũng dần trở nên phức tạp hơn, bởi người đứng đầu công ty sẽ chịu trách nhiệm cho các khoản thuế thu nhập và kê khai thuế định kỳ hàng tháng hay hàng quý. Bạn nên thuê một chuyên gia về thuế, và nếu số lượng nhân viên tăng lên nhiều lần, bạn hãy thuê một hãng dịch vụ thuế giúp bạn đảm nhiệm công việc này. Tuy nhiên bạn cũng đừng quá lo lắng - không một chủ doanh nghiệp nào có thể tránh được các rắc rối về thuế trong suốt thời gian kinh doanh.

74. Ghi lại từng chi phí kinh doanh cụ thể. Nếu bạn chỉ có một chiếc xe hơi và bạn sử dụng nó cho cả công việc kinh doanh lẫn mục đích cá nhân, bạn nên đầu tư

mua một chiếc xe buýt nhỏ và một quyển sổ để ghi lại từng lần sử dụng của chiếc xe. Bạn ghi lại những cuộc gọi điện thoại bán hàng, những chuyến đi nhận hàng và giao hàng, phục vụ nhu cầu của khách hàng hay bất cứ lần sử dụng nào khác vì mục đích kinh doanh. Điều này sẽ giúp bạn giảm thiểu các khoản thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp, bởi những khoản chi phí kinh doanh đó sẽ được khấu trừ, đồng thời nó cũng sẽ giúp bạn tránh được các rắc rối trong trường hợp cần phải kiểm toán. Bạn có thể dễ dàng bị cơ quan thuế kiểm tra (họ biết rằng phần lớn mọi người đều không ghi chép lại mọi chi phí kinh doanh), do đó đây là một trong những thủ thuật về thuế hiệu quả nhất cho các chủ công ty nhỏ. Chỉ một vài động tác nhỏ nhưng cũng đáng giá hàng nghìn USD mỗi năm đấy.

75. Nghĩ về thời kỳ về hưu của bạn. Cho dù bạn mới khởi sự kinh doanh và xem ra lúc về hưu còn ở đâu đó khá xa trong tương lai, nhưng bạn cũng nên quan tâm tới thời kỳ này cùng các khoản thuế tiết kiệm được cho một kế hoạch nghỉ hưu thích hợp. Quy định tại mỗi nơi sẽ rất khác nhau, hãy nghiên cứu kỹ lưỡng các quy định của địa phương bạn để đảm bảo rằng những đồng tiền kiếm được trong kinh doanh sẽ không phải dành quá nhiều cho các khoản thuế lúc về hưu.

Sau cùng, cuộc sống trên thương trường đặt ra cho bạn đầy rẫy sự lựa chọn trong bước khởi sự kinh doanh. Nếu bạn muốn trở thành chủ doanh nghiệp, bạn nên dành đôi chút thời gian quan tâm đến những công việc cần thiết trong gia đoạn khởi sự. Việc này sẽ đem lại cho bạn nhiều cơ hội quý giá để có được tiền bạc, quan hệ, địa vị và danh tiếng... những thứ mà bạn sẽ không thể có, hoặc có rất ít, nếu bạn làm thuê cho người khác.

Toàn bộ 75 bí mật trong cẩm nang khởi sự trên đây không hề được bịa đặt ngẫu nhiên, mà chúng được đúc kết từ kinh nghiệm của hàng ngàn doanh nhân tài ba trên thế giới. Mỗi người một vẻ, không ai làm được tất cả những điều trên, song bạn nên quan tâm tới chúng để rồi cộng thêm một chút bản lĩnh, tháo vát, óc sáng tạo và kết

hợp với các điều kiện thiên thời, địa lợi, nhân hoà, những ý tưởng ban đầu sẽ mau chóng phát triển thành một công ty vững mạnh trên thương trường.

Nguồn ***BWPortal***