

TƯ DUY KHỞI NGHIỆP



MỤC LỤC

MỤC LỤC.....	1
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ VỀ KHỞI NGHIỆP.....	3
1. Ai phù hợp để khởi nghiệp? Ai không phù hợp để khởi nghiệp?	3
2. Làm thế nào để đánh giá một doanh nghiệp có thể phát triển lớn hay không? ..	7
3. Người mắc nợ có nên khởi nghiệp?	13
4. Bốn yếu tố thành công trong khởi nghiệp.....	19
CHƯƠNG 2: LOGIC CƠ BẢN CỦA THƯƠNG MẠI.....	27
1. Ba giai đoạn phát triển của thương mại	27
2. Tại sao kinh doanh trực tuyến dễ kiếm tiền hơn kinh doanh truyền thống?.....	32
3. Tại sao bạn vất vả cả đời mà vẫn không thể giàu có?.....	34
4. Ai nắm giữ nguồn lực khan hiếm, người đó sở hữu quyền phân phối tài sản! ..	36
CHƯƠNG 3: CHIẾN LƯỢC THƯỢNG TÀNG TRONG KINH DOANH.....	37
1. Làm thế nào để đánh bại đối thủ cạnh tranh?	37
2. Lợi nhuận đến từ nơi không có cạnh tranh	40
3. Tư duy chiến lược để thu được của cải.....	46
4. Đổi mới mô hình kinh doanh, thực hiện đòn bẩy hạ tầng.....	51
5. Tư tưởng chỉ đạo quan trọng nhất của ông chủ	54
6. Cách ông chủ đưa ra quyết định chiến lược đúng đắn.....	61
CHƯƠNG 4: KINH NGHIỆM KHỞI NGHIỆP HỢP TÁC	67
1. Làm thế nào để tìm kiếm đối tác?	67
2. Cách phân chia cổ phần khi khởi nghiệp hợp tác	70
3. Cách phân chia cổ phần giữa người góp vốn và người bỏ công sức	80
4. Bốn bí quyết để duy trì quan hệ giữa các đối tác.....	86
5. Cách thiết lập cơ chế rút lui cho cổ đông.....	90
6. Cách thiết lập cơ chế gia nhập cho cổ đông.....	98
7. Cách định giá khi nhân viên và nhà đầu tư tham gia góp vốn	103
8. Làm thế nào để tránh bốn cái bẫy nguy hiểm trong phân chia cổ phần?	105
CHƯƠNG 5: XÂY DỰNG "CỔ MÁY KIẾM TIỀN" MARKETING TỰ ĐỘNG.....	110
1. 99% mọi người không hiểu mật mã marketing.....	110
2. Định vị người dùng chính xác, bạn chiến đấu vì ai? (Bước 1)	112
3. Chọn đúng "ao", mới có thể câu được "cá lớn" (Bước 2)	116
4. Làm thế nào để thu hút được lượng lớn khách hàng tiềm năng? (Bước 3)	118
5. Làm thế nào để hẹn khách hàng đến cửa hàng thành công? (Bước 4).....	120
6. Thiết kế giải pháp chốt đơn mà khách hàng không thể từ chối (Bước 5).....	123

7.	Xây dựng "ao" của riêng bạn (Bước 6)	127
8.	Làm thế nào để khách hàng "lan truyền như virus"? (Bước 7)	129
9.	Ba phương pháp thu hút khách hàng "bùng nổ" cho cửa hàng.....	131
CHƯƠNG 6: SẢN PHẨM "BÙNG NỔ" ĐƯỢC KHÁCH HÀNG "PHÁT CUỒNG" ..		137
1.	Nguyên nhân khiến ông chủ kinh doanh đau đầu	137
2.	Chuỗi 5 cấp độ sản phẩm "bùng nổ" để khách hàng liên tục trả tiền	140
3.	Cách tạo ra sản phẩm "bùng nổ" thu hút khách hàng	143
4.	Định giá quyết định thiên hạ, định giá là đòn bẩy lợi nhuận	153
5.	Bốn bí quyết định giá sản phẩm.....	155
CHƯƠNG 7: CƠ CHẾ BÙNG NỔ DOANH SỐ		160
1.	Cơ chế xổ số.....	161
2.	Cơ chế tăng thêm	165
3.	Cơ chế giảm bớt.....	167
4.	Cơ chế trả góp	168

HỘI VIÊN MẬT TÂM KÝ

- ▢ Được toàn bộ kho sách của Mật Tâm Ký
- ▢ Nghe audio, sách nói, podcast không giới hạn
- ▢ Kho sách cập nhật thường xuyên, **không tính thêm phí**
- ▢ Hội viên trọn đời, **không cần gia hạn**
- ▢ Nhóm kín dành riêng cho hội viên đặc biệt

▢ *Hãy đăng ký gói hội viên để được sách và nghe audio không giới hạn* ▢

ĐĂNG KÝ NGAY TẠI:

▢ <https://www.mattamky.com>

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ VỀ KHỞI NGHIỆP

Xác suất thất bại khi khởi nghiệp là bao nhiêu?

Mỗi ngày trên thế giới có vô số công ty mới được thành lập, vô số người mới bước chân vào con đường khởi nghiệp, nhưng tốc độ phát triển nhanh chóng cũng đồng nghĩa với tốc độ lụi tàn nhanh chóng. Tuổi thọ trung bình của hầu hết các doanh nghiệp không quá ba năm. Tỷ lệ thất bại khi khởi nghiệp lần đầu tiên của các nhà khởi nghiệp là 95%, và tỷ lệ thất bại khi khởi nghiệp lần thứ hai vẫn ở mức trên 80%.

Với tỷ lệ thất bại cao như vậy, tại sao vẫn có nhiều người muốn khởi nghiệp? Bởi vì chỉ có khởi nghiệp mới có khả năng đạt đến bờ bên của tự do tài chính. Khảo sát cho thấy, chỉ có 3% số người chưa bao giờ nghĩ đến việc khởi nghiệp. Một mặt là lượng lớn các nhà khởi nghiệp gia nhập thị trường, mặt khác là tỷ lệ thất bại cao ngất ngưởng, vậy liệu có phương pháp nào để nâng cao tỷ lệ thành công khi khởi nghiệp hay không?

Hãy nhớ rằng, khởi nghiệp là một môn khoa học, không phải là mua vé số trúng độc đắc!

Chỉ có nắm vững phương pháp luận khoa học kinh doanh một cách hệ thống mới có thể nâng cao tỷ lệ thành công. Đồng thời, tận dụng internet di động, tư duy khởi nghiệp với tài sản nhẹ, quy mô nhỏ, rủi ro thấp mới có thể giảm đáng kể rủi ro thất bại.

1. Ai phù hợp để khởi nghiệp? Ai không phù hợp để khởi nghiệp?

Trước tiên, chúng ta hãy bắt đầu với điều đầu tiên, hôm nay chúng ta tạm thời không bàn đến những yếu tố như năng lực, tố chất tổng hợp, kinh nghiệm, vì những điều này sẽ được đề cập sau. Chỉ xét riêng về đặc điểm của một người, tôi cho rằng chỉ có hai loại người phù hợp để khởi nghiệp.

Loại thứ nhất là đơn giản và trần trụi nhất, đó là những người khao khát làm giàu, kiếm được nhiều tiền. Đây là động lực cơ bản để đa số các nhà khởi nghiệp bước chân vào con đường khởi nghiệp, thông qua việc kiếm được nhiều tiền hơn để thỏa mãn ham muốn vật chất mãnh liệt của bản thân, hoặc thông qua việc kiếm được nhiều tiền hơn để thay đổi hoàn toàn vận mệnh của bản thân và gia đình. Đây là một trong những động lực lâu đời nhất để con người không ngừng phấn đấu và tiến bộ, không có gì phải xấu hổ, đây là một động lực rất tốt. Ở một

mức độ nào đó, bạn thậm chí có thể cho rằng toàn bộ lịch sử thương mại của nhân loại là một bộ lịch sử về những người nghèo cố gắng thay đổi số phận nghèo khó của mình thông qua khởi nghiệp.

Vì vậy, việc muốn kiếm tiền, làm giàu không có gì là xấu, thực tế việc muốn kiếm tiền là rất tốt. Khi con người có nhiều tiền tiêu không hết, họ có thể vui vẻ trong một thời gian dài, cũng có thể chăm sóc tốt hơn cho gia đình và bạn bè, chăm sóc những người cần giúp đỡ. Vì vậy, những người giàu thường có chỉ số hạnh phúc cao hơn, trừ khi cuộc sống gia đình hoặc tình cảm cá nhân gặp vấn đề nghiêm trọng (về vấn đề tình cảm, vui lòng tham khảo tài liệu “*Tình cảm bí tịch*” của chúng tôi), nếu không, nói chung, chỉ số hạnh phúc của họ sẽ cao hơn. Đừng nghe những tin đồn vớ vẩn, chẳng hạn như tiền không quan trọng.

Thu nhập hàng năm của một người một khi vượt qua ngưỡng trung lưu trở lên, tiêu chuẩn của tầng lớp trung lưu là thu nhập hàng năm trên 500.000 tệ (khoảng 68.500 USD ~ 1,65 tỷ VNĐ), có xe có nhà không vay nợ, có thể tự do sử dụng tiền mặt trên 1,5 triệu tệ (khoảng 205.500 USD ~ 4,95 tỷ VNĐ), những người này cảm thấy chỉ số hạnh phúc sẽ tăng lên đáng kể. Vì vậy, có tiền luôn là một điều rất tốt. Khao khát kiếm được nhiều tiền, làm giàu là chìa khóa để các nhà khởi nghiệp bước ra bước đầu tiên. Vì vậy, nếu bạn là người khao khát kiếm được nhiều tiền, làm giàu, thì xin chúc mừng bạn, bạn phù hợp để khởi nghiệp.

Loại người thứ hai phù hợp để khởi nghiệp là những người không cam chịu sự tầm thường, cần có được cảm giác thỏa mãn, thành tựu lớn hơn, đặc biệt là thành tựu trong sự nghiệp. Khi chúng ta còn nhỏ, xung quanh chúng ta luôn có một số người, có người sinh ra đã có hoài bão lớn lao, tất nhiên cũng có người sinh ra đã thích khoác lác, luôn cảm thấy mình lớn lên sẽ là một nhân vật quan trọng. Nếu có hoài bão lớn lao, cuối cùng lại không làm nên trò trống gì, mọi người sẽ nói họ khoác lác. Nếu một đứa trẻ từ nhỏ đã thích khoác lác, sau này lại thành công trong sự nghiệp, mọi người sẽ nói họ có hoài bão lớn lao. Vì vậy, về bản chất, hai điều này không có gì khác biệt. Cả hai đều là những người thích khoác lác, chỉ là một người đã thực hiện được, một người chưa thực hiện được mà thôi.

Khi còn nhỏ, tỷ lệ những người thích khoác lác xung quanh chúng ta rõ ràng cao hơn người trưởng thành. Điều này nói lên điều gì? Điều này cho thấy rằng hầu hết mọi người trong quá trình trưởng thành bị đánh bại bởi đủ loại vấn đề thực tế, nên đa số đều từ bỏ. Nhưng nếu bạn đã đến tuổi hai mươi, ba mươi, thậm chí lớn hơn, đã trải qua đủ loại thử thách, vẫn không đánh mất những điều này, và vô cùng bền chôn, thỉnh thoảng vẫn muốn làm gì đó, muốn làm nên chuyện lớn, thì bạn là người rất phù hợp để khởi nghiệp.

Vì vậy, nói một cách đơn giản, tôi cho rằng chỉ có hai loại người phù hợp để khởi nghiệp, một loại là muốn làm giàu, loại thứ hai là muốn làm nên chuyện lớn,

muốn thành công, cả hai loại này đều là tố chất cơ bản phù hợp để khởi nghiệp. Tất nhiên, người hoàn hảo nhất, lý tưởng nhất là người kết hợp cả hai điểm này.

Sau khi nói về những người phù hợp để khởi nghiệp, hãy xem xét những người không phù hợp để khởi nghiệp, tôi cho rằng có những loại sau:

Điểm thứ nhất: Bạn có phải là người đặc biệt sợ mệt mỏi, đặc biệt sợ phiền phức không?

Người bình thường chúng ta đều sợ mệt mỏi, sợ phiền phức, thiếu kiên nhẫn, nhưng quan trọng là phải có chừng mực. Có một số người đặc biệt sợ mệt mỏi, đặc biệt sợ phiền phức. Ví dụ, bạn cùng họ làm việc, họ không thể làm thêm giờ vào buổi tối, làm việc luôn trì hoãn, luôn lơ đãng hoặc cản trở tiến độ, những người này thường không phù hợp để khởi nghiệp.

Trong đại đa số trường hợp, bạn phải hiểu rằng khởi nghiệp chắc chắn là một việc đặc biệt vất vả, đặc biệt mệt mỏi, đặc biệt phiền phức. Nếu bạn là người sợ mệt mỏi, sợ phiền phức, không nên khởi nghiệp, trước khi khởi nghiệp nhất định phải suy nghĩ cho kỹ. Giống như Lôi Quân (CEO Xiaomi Inc) đã từng nói: *“Khởi nghiệp không phải là việc con người làm, 365 ngày x 24 giờ, mọi lúc mọi nơi đều phải giải quyết vấn đề.”*

Điểm thứ hai: Ngành nghề đó có phải là ngành bạn yêu thích hay không, có thể mang lại cho bạn niềm đam mê khởi nghiệp hay không?

Điểm này cực kỳ quan trọng! Nếu đó là việc bạn yêu thích, bạn càng làm, tâm hồn bạn càng được tận hưởng, người khác bỏ cuộc sau ba năm, bạn kiên trì bốn năm, năm năm, có thể bạn sẽ thành công. Vì vậy, cảm giác hạnh phúc và mãn nguyện trong quá trình này là rất quan trọng, bạn đừng chỉ nghĩ đến việc khởi nghiệp thành công mới có cảm giác hạnh phúc, nếu dự án khởi nghiệp của bạn là điều bạn yêu thích, thì toàn bộ quá trình khởi nghiệp đều là hạnh phúc, tất nhiên cuối cùng có thành tựu thì sẽ càng hạnh phúc hơn, nhận thức này rất quan trọng.

Ví dụ, có một số ngành phải mất năm, sáu năm hoặc bảy, tám năm mới có thành quả, nếu việc bạn đang làm không phải là điều bạn yêu thích, mà chỉ vì phần thưởng đó mà cắn răng kiên trì, thì sự thật là rất ít người có thể kiên trì chờ đợi phần thưởng không xác định sau nhiều năm! Vì vậy, nhất định phải suy nghĩ cho kỹ, đặc biệt là đối với những người khởi nghiệp trên 35 tuổi, tuổi tác đã không còn nhỏ, bạn càng cần phải suy nghĩ cho kỹ, bởi vì con người rất khó dành nhiều tâm sức cho những việc mình không thích, kiên nhẫn làm việc trong nhiều năm.

Ngoài ra, những người làm việc không có chủ nghĩa lâu dài, dễ dàng bỏ cuộc, thì không phù hợp để khởi nghiệp, bạn nhất định phải hiểu rằng, hầu hết tất cả các công ty khởi nghiệp đều là cuộc trường chinh vạn dặm, đừng chỉ nhìn chăm chăm vào hai trường hợp đặc biệt làm giàu nhanh chóng trong thời gian ngắn. Đại

đa số các doanh nghiệp, bao gồm cả những doanh nghiệp siêu lớn, chặng đường đã đi qua cũng đều là cuộc trường chinh vạn dặm.

Vì vậy, cho dù bạn chọn khởi nghiệp dự án gì, nhất định phải chuẩn bị tâm lý, ngay từ ngày đầu tiên đã phải biết rằng đây là một cuộc trường chinh vạn dặm. Với sự chuẩn bị tư tưởng như vậy để làm việc chính là chủ nghĩa lâu dài, ví dụ như một việc, cứ làm cả đời, những người như vậy làm bất cứ việc gì cũng có thể thành công. Nếu những người mới làm được hai năm đã hết nhiệt huyết thì không phù hợp để khởi nghiệp.

Điểm thứ ba: Những người có khả năng chịu áp lực kém tuyệt đối không nên khởi nghiệp

Điều này đặc biệt quan trọng! Ví dụ như tinh thần mạo hiểm, ý chí, sức chịu đựng, cũng như độ nhạy bén trong kinh doanh, có quan hệ hay không, EQ cao hay thấp, có sẵn lòng chia sẻ tiền bạc với anh em hay không, cuối cùng là khả năng tự nhận thức và phản tỉnh một cách tỉnh táo... những điều này đối với các nhà khởi nghiệp mà nói, là những điều kiện cơ bản cần phải có. Tất nhiên, chỉ cần bạn có khát khao mãnh liệt, đầu chí cao ngút trời, nhiều kỹ năng trong số những điều kiện này đều có thể học hỏi và nắm vững trong quá trình khởi nghiệp của bạn.

Nhưng có một điều mà hầu hết mọi người rất khó cải thiện thông qua rèn luyện sau này, đó là những người sinh ra đã có khả năng chịu đựng tâm lý kém, những người này chắc chắn không phù hợp để khởi nghiệp. Áp lực và nỗi sợ hãi mà bạn phải chịu đựng trong quá trình khởi nghiệp là vượt quá sức tưởng tượng của bạn, nó sẽ khiến hầu hết những người có khả năng chịu áp lực bình thường phải sụp đổ. Vì vậy, nhất định phải là những người có khả năng chịu áp lực tốt hơn người bình thường mới phù hợp để khởi nghiệp. Ví dụ như Lưu Cường Đông bạc tóc sau một đêm, Jack Ma bị vô số người mắng là kẻ lừa đảo, Vương Kiến Lâm bị kiện 220 lần trong năm đầu tiên khởi nghiệp. Bạn hãy thử nghĩ xem, hầu hết những người bình thường, đã sớm sụp đổ và từ bỏ, thậm chí không chịu đựng nổi mà phải tự sát, bạn có biết không, rất nhiều bệnh viện tâm thần đều có rất nhiều ông chủ đang điều trị.

Vì vậy, bản chất của khởi nghiệp thực ra cũng giống như việc đánh chiếm giang sơn, ngoài việc không bị tru di tam tộc sau khi thất bại, tất cả mọi thứ khác đều tàn khốc như nhau, áp lực của khởi nghiệp giống như bạn đang lái một chiếc máy bay gặp sự cố sắp rơi, bạn phải bình tĩnh và sửa chữa nó trước khi máy bay va chạm với mặt đất và phát nổ, và bay trở lại độ cao 10.000 mét, nếu khả năng chịu đựng tâm lý của bạn không tốt, khuyên bạn đừng nên dễ dàng khởi nghiệp.

Ngoài ra, bạn đã do dự và băn khoăn rất lâu về việc có nên khởi nghiệp hay không, trong trường hợp này, hầu hết là không phù hợp để khởi nghiệp. Ví dụ như anh trai tôi, anh ấy đã nói trong 10 năm rằng muốn khởi nghiệp, nhưng đến nay vẫn chưa bắt đầu. Nói chung, những người cảm thấy phấn khích và khó kiềm chế

khi nghĩ đến việc khởi nghiệp thì phù hợp hơn để khởi nghiệp, ngay cả khi họ do dự, thì cũng là do dự về việc lựa chọn dự án cụ thể hoặc cách thức thực hiện phương án cụ thể, chứ không phải do dự về việc có nên khởi nghiệp hay không, đây là sự khác biệt về bản chất. Vì vậy, nếu bạn không cảm thấy phấn khích về việc khởi nghiệp, mà luôn do dự và băn khoăn, thì hầu hết là không phù hợp để khởi nghiệp, có lẽ phù hợp với việc khởi nghiệp cùng một người anh cả, hoặc khởi nghiệp cùng một nền tảng, nhưng không phù hợp để tự mình khởi nghiệp.

2. Làm thế nào để đánh giá một doanh nghiệp có thể phát triển lớn hay không?

Ba yếu tố cốt lõi để đánh giá tiềm năng phát triển của một doanh nghiệp:

Thứ nhất: Quy mô thị trường

Yếu tố đầu tiên cần xem xét là quy mô tổng thể của ngành mà bạn tham gia. Điều này vô cùng quan trọng, ảnh hưởng lớn đến việc liệu bạn có thể trở thành một công ty nhỏ thành công, một công ty vừa thành công hay một công ty lớn thành công. Nói một cách đơn giản, quy mô thị trường chính là kích thước cuối cùng của chiếc bánh. Chiếc bánh đủ lớn mới có khả năng cho phép nhiều người tham gia, càng nhiều người tham gia, bạn mới có khả năng kiếm được nhiều tiền hơn.

Ví dụ ở Trung Quốc, ngành công nghiệp điện thoại di động có quy mô hàng nghìn tỷ NDT mỗi năm, với doanh số bán hàng năm khoảng 500 triệu chiếc. Quy mô của ngành này có phải là rất lớn không? Hãy xem xét một dự án khác, chẳng hạn như máy lọc không khí. Doanh số bán hàng năm của máy lọc không khí trên toàn Trung Quốc năm ngoái là 6-7 triệu chiếc, trong khi doanh số bán hàng năm của điện thoại di động là khoảng 500 triệu chiếc. Vì vậy, chúng ta hiểu rằng, giả sử tất cả các điều kiện khởi nghiệp khác đều giống nhau, về nguyên tắc, chúng ta chắc chắn nên chọn ngành lớn hơn để tham gia, vì điều này quyết định việc bạn đầu tư cùng một khoảng thời gian 3 năm, 5 năm, 10 năm sau đó, sẽ thu về lợi nhuận 10 điểm, 5 điểm hay 1 điểm. Điều này được quyết định bởi quy mô thị trường, chứ không phải bởi năng lực của đội ngũ của bạn.

Trước đây, tôi đã làm tư vấn và đào tạo bất động sản trong nhiều năm. Ngành đào tạo bất động sản đạt hiệu quả tốt nhất là 20 triệu NDT (khoảng 66 tỷ VNĐ) doanh thu mỗi năm, đây đã là giới hạn. Đây cũng là lý do cốt lõi tại sao tôi muốn nâng cấp để đào tạo cho các nhà khởi nghiệp trong mọi ngành nghề. Các tổ chức đào tạo cho chủ doanh nghiệp trong mọi ngành nghề có công ty niêm yết trên sàn chứng khoán, có công ty có doanh thu hàng năm có thể đạt 1,4 tỷ NDT (khoảng 4,62 nghìn tỷ VNĐ), lý do là quy mô thị trường đủ lớn. Ví dụ, thị trường

khởi nghiệp ước tính có 300 triệu cá nhân khởi nghiệp, trung bình mỗi người chi tiêu 10 NDT là thị trường 3 tỷ NDT, chi tiêu 100 NDT là thị trường 30 tỷ NDT, chi tiêu 1.000 NDT là thị trường 300 tỷ NDT, chi tiêu 10.000 NDT là thị trường 3 nghìn tỷ NDT (khoảng 9,914 triệu tỷ VNĐ). Hãy nhớ rằng, khởi nghiệp luôn luôn là quy mô thị trường quyết định kết quả cuối cùng, điều này không phụ thuộc vào ý chí của con người. Đào tạo bất động sản, ngược lại, bị hạn chế, bởi vì số lượng người làm việc trong ngành bất động sản so với số lượng người khởi nghiệp trong tất cả các ngành nghề trên toàn quốc là rất nhỏ.

Ví dụ khác là hệ thống khóa học *“Thương Chiến Dựa Trên Nhân Tính”* của chúng tôi, bao gồm bốn khía cạnh: Bản năng con người, tình cảm, kinh doanh và sự thức tỉnh tâm linh. Nhóm khách hàng của chúng tôi là rất lớn, bởi vì Trung Quốc có 300 triệu người khởi nghiệp. Mặc dù con số này rất lớn, nhưng xét cho cùng, Trung Quốc có 1,4 tỷ dân. Nếu chỉ nói về kinh doanh, nhóm đối tượng của chúng tôi sẽ bị giới hạn ở 300 triệu người khởi nghiệp, nhưng 1,4 tỷ người, ai cũng cần học về mưu lược con người, nhìn thấu nhân tính để không bị lừa, để có thể quản lý và sử dụng con người. Học chiến lược kinh doanh để tạo ra hệ thống kiếm tiền dễ dàng, giải tỏa cuộc sống. Học bí thuật tình cảm để không bị tổn thương trong tình yêu, trở thành bậc thầy tình trường. Học sự thức tỉnh tâm linh để thấu hiểu sự thật của cuộc sống, thực sự đạt đến cảnh giới giàu sang khi nhập thế, viên mãn khi xuất thế.

Cuộc sống là một hệ thống, giống như ngũ tạng lục phủ của con người, phải tương tác với nhau thì con người mới khỏe mạnh. Việc học cũng vậy, phải học và tu luyện bốn khía cạnh: bản chất con người, kinh doanh, tình cảm và thức tỉnh tâm linh, cuộc sống mới thực sự thành công. Đây cũng là lý do tại sao vô số học viên sẵn sàng học tập với chúng tôi suốt đời.

Khi bạn mới bắt đầu khởi nghiệp, đừng vận hành nhiều loại sản phẩm cùng một lúc, hãy tập trung vào việc làm tốt một sản phẩm, phục vụ tốt một nhóm người, giống như *“Thương Chiến Dựa Trên Nhân Tính”*, luôn luôn củng cố môn học về nhân tính.

Khi bạn đã đạt đến vị trí hàng đầu trong một loại sản phẩm, hãy mở rộng sang nhiều loại sản phẩm khác, nhưng hãy nhớ, nhất định phải làm nhiều loại sản phẩm trong cùng ngành, đừng làm nhiều ngành nghề khác nhau. Nhiều loại sản phẩm trong cùng ngành, giống như Gree có điều hòa, quạt, nồi cơm điện, tất cả các loại sản phẩm đều xoay quanh ngành gia dụng, bao gồm cả các loại khóa học của chúng tôi cũng đều xoay quanh giáo dục, xoay quanh các khóa học cho người khởi nghiệp, gia đình, tình cảm và sự thức tỉnh tâm linh.

Nếu một người nói rằng anh ta đang làm giáo dục, đang làm bất động sản, đang kinh doanh cửa hàng quần áo, đang mở nhà hàng, thì về cơ bản sẽ thất bại. Trừ khi anh ta đã là một tập đoàn như Lý Gia Thành, Jack Ma, Mã Hóa Đằng.

Thứ hai: Lựa chọn thời điểm gia nhập

Chúng ta thường nói, đi trước một bước là pháo hôi, đi trước nửa bước là người tiên phong!

Nhất định phải hiểu rõ thời điểm bạn tham gia vào ngành này. Hiện tại, tham gia vào ngành này là giai đoạn tăng trưởng cao? Hay là giai đoạn tăng trưởng chậm? Hay là giai đoạn cơ bản không tăng trưởng, thậm chí là ngành công nghiệp hoàng hôn đang bắt đầu suy thoái?

Sau khi nghiên cứu kỹ lưỡng, bạn quyết định có nên tham gia vào ngành này hay không, hay là có nên chọn dự án này hay không? Điều này rất quan trọng, nó quyết định việc bạn đầu tư tương tự sẽ thu về lợi nhuận 10 điểm, 5 điểm hay 1 điểm. Ví dụ, ngành môi giới bất động sản, tham gia cách đây 10 năm và tham gia bây giờ, sự khác biệt là rất lớn. Cách đây 10 năm là thời kỳ kiếm tiền dễ dàng, bây giờ là thời kỳ khó khăn.

Bất kỳ ngành nào cũng đều có ba giai đoạn: Giai đoạn siêu lợi nhuận, giai đoạn lợi nhuận thấp và giai đoạn không có lợi nhuận. Mạnh Tử nói “*Thiên thời, địa lợi, nhân hòa*”, thiên thời luôn đứng ở vị trí đầu tiên, thuận theo xu thế mới là cao thủ. Vì vậy, bạn chỉ cần nhìn vào tỷ suất lợi nhuận của một ngành là biết nó đang ở giai đoạn nào.

Ở đây, tôi muốn chia sẻ với các bạn hai điểm quan trọng.

Điểm thứ nhất: “*Giá cả có thể so sánh*” và “*Giá cả không thể so sánh*” nghĩa là gì? Trên thực tế, yếu tố đầu tiên quyết định lợi nhuận chính là giá cả của sản phẩm. Tại sao ngày nay kinh doanh lại khó kiếm tiền? Lý do cốt lõi là vì có quá nhiều sản phẩm, cả online và offline đều có rất nhiều sản phẩm, khách hàng mua sản phẩm sẽ so sánh giá ở khắp mọi nơi, vì vậy các doanh nghiệp rơi vào cuộc chiến giá cả khốc liệt. Một chiếc cốc, một ấm trà, giá cả cơ bản đều minh bạch, bạn rẻ, có người rẻ hơn bạn, khách hàng so sánh tự nhiên sẽ chọn người khác.

Trước đây, tại sao kinh doanh lại dễ kiếm tiền? Bởi vì trước đây không có internet, thông tin bị hạn chế, khách hàng mua đồ không thể so sánh giá, về cơ bản các doanh nghiệp tự ý định giá, vì vậy lợi nhuận cao. Vậy làm thế nào để giải quyết vấn đề này trong thời đại ngày nay? Yếu tố cốt lõi là phải biến “*Giá cả có thể so sánh*” thành “*Giá cả không thể so sánh*”, tạo ra tính độc đáo cho sản phẩm. Ví dụ, dịch vụ của Haidilao là độc đáo, giá cả lâu về cơ bản là minh bạch, nhưng giá cả dịch vụ là không thể đo lường được, vì không có nhà hàng lẩu nào có dịch vụ tốt như họ, vì vậy giá lẩu của họ cao, khách hàng cũng có thể chấp nhận, vì họ không bán lẩu, họ bán dịch vụ.

Một ví dụ khác là ngành giáo dục cũng vậy, giá cả của khóa học có thể có tính so sánh, nhưng nếu nói là khóa học do giáo viên nào đó giảng dạy, thì việc định giá sẽ không còn tính so sánh, vì bạn không thể tìm thấy một người nào khác

giống hết người giáo viên giảng dạy khóa học đó, vì vậy giá cả có thể được định tùy ý.

Điều này giống như bạn tải bài hát của Châu Kiệt Luân trên điện thoại, giá cả tải xuống một bài hát có tính so sánh, xem nền tảng nào rẻ hơn thì tải xuống trên nền tảng đó. Nhưng nếu Châu Kiệt Luân đích thân trò chuyện video với bạn, đích thân hát một bài hát cho bạn nghe, bạn hãy cho tôi biết bài hát này bán bao nhiêu tiền, anh ấy định giá bao nhiêu bạn cũng sẽ thấy hợp lý, bởi vì sản phẩm này có tính độc đáo.

Vì vậy, nhất định phải thêm một lớp giá trị độc đáo mà chỉ bạn có vào sản phẩm thực tế có thể so sánh giá trên thị trường của bạn. Ví dụ, lẩu Banu nói rằng dạ dày bò của họ là duy nhất sử dụng 12 quy trình, cộng với công nghệ làm trắng bằng đu đủ, họ có thể định giá cao. Ví dụ khác, họ nói rằng thịt cừu của họ được cử người đến Nội Mông, chọn cừu non dưới 2 tuổi, như vậy cũng có thể định giá cao, vì có tính độc đáo.

Điểm thứ hai: Quyết định mức độ lợi nhuận cao hay thấp là chi phí cao hay thấp. Ở đây, tôi muốn chia sẻ hai khái niệm, đó là “*Chi phí biên tăng dần*” và “*Chi phí biên giảm dần*”. Nghĩa là gì? Mở cửa hàng thực tế là kinh doanh có chi phí biên tăng dần. Tất cả các loại hình kinh doanh có chi phí biên tăng dần đều không kiếm được nhiều tiền, lý do là trong thời đại ngày nay, tiền thuê nhà, nhân công, các chi phí khác đều tăng theo cấp số nhân so với trước đây. Bạn mở một cửa hàng sử dụng 5 nhân viên, chỉ có thể phục vụ 100 khách hàng mỗi ngày, kiếm được 1.000 NDT (khoảng 3,3 triệu VNĐ) mỗi ngày. Vậy nếu bạn muốn phục vụ 10.000 người mỗi ngày, kiếm được 100.000 NDT (khoảng 333,5 triệu VNĐ) mỗi ngày, thì bạn cần mở 100 cửa hàng, sử dụng 500 nhân viên, chi phí của bạn sẽ tăng lên rất nhiều. Trong trường hợp cửa hàng gặp rủi ro nào đó, chẳng hạn như dịch bệnh, kinh doanh sụt giảm, trong khi chi phí thuê mặt bằng và nhân công rất lớn, bạn sẽ ngay lập tức bị lỗ thậm chí nợ nần. Trên thực tế, mở nhà máy, mở quán karaoke, v.v., đều theo logic này.

Về cơ bản, những ông chủ trong các ngành này, rất nhiều người đang làm việc cho chủ nhà, cho công ty trang trí, cho nhân viên, bản thân họ không kiếm được bao nhiêu tiền! Vậy phải làm sao? Phải làm kinh doanh có chi phí biên giảm dần, ví dụ như ngành internet. Lấy khóa học online của chúng tôi làm ví dụ, chúng tôi cho 100 người, 1.000 người, 10.000 người hay 100.000 người nghe giảng, chi phí của chúng tôi hầu như không thay đổi.

Ví dụ khác là McDonald's, Highlands coffee, Mixue, Starbucks, v.v., những công ty làm theo mô hình nhượng quyền thương mại này cũng có chi phí biên giảm dần. Mở bao nhiêu cửa hàng đều là bên nhận quyền chi tiền, tiền thuê nhà, nước, điện, lương nhân viên đều là bên nhận quyền chi trả, vì vậy mở bao nhiêu cửa hàng, công ty cũng không tăng chi phí. Ngược lại, công ty thu phí nhượng quyền

cửa hàng, phí quản lý, phí đào tạo, phí mua hàng, v.v. Ngay cả khi có cửa hàng thua lỗ, công ty vẫn kiếm được tiền.

Vì vậy, tham khảo hai điểm trên, bạn sẽ hiểu tại sao rất nhiều người khởi nghiệp đang khởi nghiệp một cách ngu ngốc mà không có kiến thức kinh doanh, đi sai hướng, nỗ lực vô ích. Tất nhiên, những điều trên chỉ là để cung cấp cho bạn một số gợi ý, nếu bạn muốn tìm hiểu chi tiết về cách định giá khác biệt và cách thuê ngoài chi phí, cách đạt được lợi nhuận cao, bạn có thể tìm kiếm “*khóa học ba ngày hai đêm*” của chúng tôi để học tập chuyên sâu.

Thứ ba: Mức độ nhu cầu của khách hàng

Thấu hiểu nhu cầu bản năng của con người! Tiếp theo, chúng ta hãy xem xét sức mua của khách hàng được xếp hạng như thế nào: “*Thiếu nữ > Trẻ em > Phụ nữ trẻ > Người già > Đàn ông*”. Bạn chọn kinh doanh với ai, đó chính là định vị khách hàng, đúng như câu nói “*Định vị mới có thể định thiên hạ*”.

Chúng ta hãy phân tích nhu cầu bản năng của con người từ góc độ khởi nghiệp.

Nhu cầu của thiếu nữ là gì? Mỗi thiếu nữ đều muốn trở nên xinh đẹp hơn. Vì vậy, bạn sẽ thấy các cửa hàng mỹ phẩm, bệnh viện thẩm mỹ, thẩm mỹ viện, v.v. mọc lên khắp nơi, đồ trang sức, quần áo, túi xách, v.v. đẹp mắt cũng liên tục xuất hiện. Tại sao họ lại chi tiêu nhiều như vậy? Bởi vì đối với thiếu nữ, việc trang điểm bản thân cũng giống như đầu tư, xinh đẹp mới có cơ hội nhận được nhiều “*vé com*” hơn từ đàn ông.

Nhu cầu của trẻ em là gì? Chưa nói đến nhu cầu của bản thân trẻ em, nhu cầu của mỗi bậc cha mẹ đối với con cái là: Trở nên thông minh hơn! Vì vậy, các loại lớp học thêm, lớp học phụ đạo, trại hè, v.v. dành cho trẻ em, ăn, mặc, ở, đi lại, đã kiếm được rất nhiều tiền từ cha mẹ.

Nhu cầu của phụ nữ trẻ là gì? Sợ chồng ngoại tình. Vì vậy, các lớp yoga, lớp học thiết kế hình thể, lớp học đào tạo EQ, thẩm mỹ viện cao cấp, v.v. đều mở rộng cửa chào đón họ. Điều này cũng giải thích tại sao có nhiều người phát trực tiếp về tình cảm trên các nền tảng công cộng như Douyin, Kuaishou, Weibo, v.v., và lượng người xem trực tiếp đặc biệt cao, 99% là phụ nữ trung niên.

Nhu cầu của người già là gì? Sợ chết! Vì vậy các loại thực phẩm chức năng, các loại thuốc tiên, những trò lừa đảo như vậy cũng thường xuyên xảy ra.

Nhu cầu của đàn ông là gì? Sợ nghèo. Một người đàn ông không có tiền, sống còn không bằng chó lợn, bởi vì hầu hết các chi tiêu của “*Thiếu nữ > Trẻ em > Phụ nữ trẻ > Người già*” ở trên đều cần đàn ông chi trả. Vì vậy, đàn ông, mỗi ngày đều mơ ước mình kiếm được nhiều tiền, làm giàu, nếu không họ sẽ không bị lừa đến khu vực miền Bắc Myanmar để bị bắt tận!

Nhu cầu của con người rất đa dạng, bất kỳ công ty nào có thể đáp ứng nhu cầu bản năng nhất của con người đều có thể trở thành một công ty xuất sắc. Người khởi nghiệp nhất định phải học cách khai thác cơ hội trong các lĩnh vực ngách, bởi vì luôn có một số nhu cầu của người dùng trong các lĩnh vực ngách chưa được đáp ứng. Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của internet, bất kỳ nhu cầu nhỏ nào được phóng đại đều sẽ là thị trường rộng lớn.

Hãy làm theo chiều dọc trước rồi mới đa dạng hóa, hãy làm tốt một định vị trước rồi mới dần dần mở rộng sang tất cả các loại sản phẩm. Ví dụ, định vị cốt lõi của “*Thương Chiến Dựa Trên Nhân Tính*” trên thị trường là một từ: Nhân tính, bởi vì khách hàng không thể nhớ quá nhiều từ, càng đơn giản, càng rõ ràng, khách hàng mới có thể ấn tượng sâu sắc. Gree có rất nhiều thiết bị điện, nhưng định vị cốt lõi nhất là điều hòa. Ví dụ, Xiaomi cũng có rất nhiều sản phẩm, nhưng ấn tượng sâu sắc nhất của khách hàng là điện thoại di động có hiệu năng cao với giá cả phải chăng. Vì vậy, bạn nhất định phải làm tốt một điểm trong lĩnh vực ngách, một điểm mà đối thủ cạnh tranh chưa giải quyết được, “*một cây kim chọc thủng trời*”.

Dự án bạn chọn, nỗi đau của người dùng càng lớn, ý muốn chi trả của người dùng sẽ càng mạnh. Mọi người sẽ sẵn sàng chi trả cho những vấn đề đã xảy ra, bởi vì nỗi đau lớn hơn. Vì vậy, tại sao các khóa học về tình cảm lại phổ biến? Lý do là ngày nay có quá nhiều người ngoại tình trong hôn nhân, nỗi đau quá nghiêm trọng, vì vậy ai cũng muốn giải quyết ngay lập tức.

Bạn yêu cầu một người khỏe mạnh chạy bộ mỗi ngày để duy trì sức khỏe là điều khó khăn. Bạn yêu cầu một người bị ung thư, bạn nói với anh ta rằng chạy bộ mỗi ngày có thể chữa khỏi ung thư, bạn có tin không, bạn chưa nói hết câu, anh ta đã biến mất, chạy bộ rồi, haha. Đây chính là khả năng hành động của người dùng trước những nỗi đau khác nhau.

Thấu hiểu nhu cầu của khách hàng mới có thể đánh giá được mức độ nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm, điều này cũng quyết định tốc độ chi trả của khách hàng. BYD, Li Auto, NIO, Xpeng, GAC Aion, v.v., những thương hiệu xe năng lượng mới của Trung Quốc này, lý do tại sao chúng lại phổ biến trong hai năm qua là vì chúng là những chiếc xe chạy điện, giải quyết được nỗi đau của khách hàng về chi phí sử dụng xe chạy xăng quá cao.

Hãy nhớ rằng, nỗi đau của người dùng chính là cơ hội kiếm tiền. Vì vậy, tiền đề của việc kiếm tiền nhất định là phải ngâm mình lâu dài trong một ngành, tìm hiểu lâu dài về sản phẩm của đối thủ cạnh tranh, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, mới có thể thực sự tìm thấy nỗi đau của người dùng mà đối thủ cạnh tranh chưa giải quyết được, đó chính là cơ hội kinh doanh.