



“Phụng sự để dẫn đầu là cuốn sách công cụ vô giá cho tất cả những ai đang mong muốn dẫn đầu trong thế kỷ 21” – Warren Bennis, tác giả cuốn sách On becoming a leader

CHƯƠNG 1: AI CŨNG CÓ THỂ LÃNH ĐẠO VÌ AI CŨNG CÓ THỂ PHỤNG SỰ

“Ai cũng có thể là vĩ nhân, vì ai cũng có thể phụng sự. Không cần phải có bằng đại học mới có thể phụng sự được. Cũng không cần phải biết chia động từ mới phụng sự được. Bạn chỉ cần một trái tim tình tế, nhạy cảm, một tâm hồn giàu tình yêu thương” – Martin Luther King

“Bất kỳ ai muốn trở nên vĩ đại bên cạnh bạn cũng phải trở thành đầy tớ của bạn và người nào muốn trở thành người đứng đầu thì phải làm nô lệ cho tất cả mọi người” – Mark

“Các tổ chức tồn tại là để phụng sự. Chấm hết. Người lãnh đạo sống là để phụng sự. Chấm hết” – Tom Peters

“Phụng sự là biểu hiện của tình yêu ở mức độ chuyển hóa cao nhất” – Richard Maraj

Không có một khuôn mẫu lãnh đạo phổ quát nào. Phong cách lãnh đạo hiệu quả nhất là phụng sự người khác ở bất cứ nơi nào, vào bất cứ lúc nào.

Lãnh đạo hoàn toàn tách biệt với vị trí của bạn. Một CEO có thể là một nhà lãnh đạo – cũng có thể không. Một người có vị trí rất thấp trong một tổ chức lại có thể là một nhà lãnh đạo vô cùng hiệu quả. Bạn có là nhà lãnh đạo hay không hoàn toàn tách biệt với tuổi tác, giới tính, tôn giáo, chủng tộc, quá khứ của bạn. Quyết định phụng sự ai, phụng sự như thế nào hoàn toàn là của bạn.

Trong thế kỷ 21, người lãnh đạo cần phải phụng sự bằng cách tạo điều kiện để mọi người có thể tạo ra giá trị. Chiều hướng quan hệ là từ **dưới lên** chứ không phải từ trên xuống; từ **ngoài vào** chứ không phải từ trong ra.

Có một điểm quen thuộc với lãnh đạo vẫn không thay đổi, đó là: nhiệm vụ duy nhất của người làm lãnh đạo là sáng tạo và phát triển tầm nhìn. Lãnh đạo hiệu quả là phải khuyến khích được các ý tưởng mới, sáng tạo và khuyến khích được các cá nhân có cùng tầm nhìn, kết hợp họ trong cùng một khuôn khổ để có thể biến tầm nhìn thành hành động.

CHƯƠNG HAI: BỐN CÂU HỎI PHỤNG SỰ

CÂU HỎI 1: TÔI ĐANG PHỤNG SỰ AI?

Không biết bao nhiêu lần, khi bạn đi tìm căn nguyên của những biểu hiện phi thường, bạn sẽ thấy nó bắt nguồn từ cam kết phục vụ:

- Một người mẹ có thể nâng cả chiếc ô tô để cứu lấy đứa con nhỏ của mình.

- Những binh lính bị thương, bị bỏ mặc cho chết ở chiến trường, hay thủy thủ trôi dạt trên biển thường dồn mọi sức lực để giành lại cuộc sống – thường là vì quyết tâm mãnh liệt được nhìn thấy bạn đời hoặc con cái họ.
- Những anh hùng thời chiến dễ dàng vượt qua nhiều chuyện tưởng chừng không thể vượt qua được – kể cả cái chết – để phục vụ những đồng chí của mình.

Người ta chỉ đạt được những điều phi thường khi họ cam kết phụng sự. Với một số người, đó có thể là khi họ tạo nên một sản phẩm mới giúp mọi người có cuộc sống tốt đẹp hơn. Với những người khác, đó có thể là khi họ mạo hiểm mạng sống trong chiến tranh vì lý tưởng bảo vệ đất nước họ. Với những người khác, đó đơn giản là khi họ đảm bảo được vấn đề tài chính cho gia đình.

Hãy tự mình trả lời câu hỏi sau: ***Bạn đang phục vụ ai? Hay bạn có được niềm cảm hứng để phục vụ ai đó, mục đích hay lý tưởng nào đó không?***

CÂU HỎI 2: LÀM THẾ NÀO ĐỂ TÔI CÓ THỂ PHỤNG SỰ TỐT NHẤT?

Xác định ***đúng người*** bạn đang phục vụ là bước đầu tiên. Sau đó, ***từ góc nhìn của người được phục vụ***, bạn cần phải xác định làm thế nào bạn có thể phục vụ tốt nhất?

Nếu bạn phục vụ ai đó hay việc gì đó, nhiệm vụ đầu tiên của bạn là phải ***tạo dựng mối quan hệ***. Bất kỳ nhiệm vụ nào cũng sẽ trở nên hiệu quả hơn nếu được chuyển đổi thành mối quan hệ tiến triển sâu sắc.

Tiếp đó, bạn cần nhắc nhở để bản thân luôn ***tập trung vào sự đóng góp***, chứ không phải tập trung vào bản thân bạn. Sự đóng góp của bạn phải được đánh giá bởi những người bạn phục vụ (dựa trên mục đích *của họ*, nhu cầu *của họ*). Điều này đòi hỏi ***cách tiếp cận từ ngoài vào trong***. Lắng nghe hiệu quả và đồng cảm là những yêu cầu bắt buộc.

Giá trị phải dựa trên ***kết quả***, chứ không phải bạn đã nỗ lực bao nhiêu. Kết quả của một doanh nghiệp là những khách hàng hài lòng. Kết quả của một bệnh viện là những bệnh nhân vừa lòng. Kết quả của một trường học là một học sinh đã học được gì và có thể áp dụng nó ra sao. Nỗ lực nhiều mà không tạo ra kết quả thì cũng là vô nghĩa.

Sự phụng sự tốt nhất là lúc bạn làm hết sức mình

“Nếu số phận của bạn là làm công nhân quét dọn, hãy quét dọn như Raphael vẽ tranh, như Michelangelo điêu khắc, như Beethoven soạn nhạc hay như Shakespeare làm thơ” – Martin Luther King.

Một phần phụng sự hết mình là ***tập trung toàn bộ sự chú ý vào vấn đề hiện tại***. Điều này đòi hỏi sự nhất quán cao độ của thân, trí và tâm. Ngay cả những người có thiện ý cũng thất bại trong việc phụng sự hết mình khi phân tán sự tập trung. Họ có thể nghĩ về vấn đề khi đang làm việc. Họ có thể nghĩ về quá khứ, hay mơ màng về một tương lai lý tưởng. Họ có thể bị xao nhãng hoặc “đờ đẫn” vì chủ nghĩa hoàn hảo làm lạc.

Tuy nhiên đôi khi hết mình vẫn chưa đủ, bạn phải *làm điều bạn cần làm*. Ernest Hemingway đã tóm lược “Suốt một thời gian dài, tôi chỉ cố gắng viết tốt nhất trong khả năng của mình. Đôi khi tôi may mắn và viết được tốt hơn tôi có thể”

Nỗ lực vì mối quan hệ lý tưởng: Tình yêu

“Tình yêu, càng cho đi nhiều, ta càng có nhiều. Tình yêu khur khur giữ, tình yêu hao mòn; nhưng tình yêu trao đi, tình yêu lớn mạnh” – Sir John Templeton

Công việc và mối quan hệ công việc của chúng ta hiệu quả nhất khi có nền tảng là tình yêu. Nó dựa trên dịch vụ chúng ta cung cấp mà không cần tính toán chính xác quyền lợi. Mọi đặc tính bắt nguồn từ dũng khí, và dũng khí bắt đầu từ tình yêu.

Hãy ngẫm nghĩ về quan hệ phụng sự của bạn. Bạn đã nỗ lực hết sức, đã cam kết hết mình chưa? Trong cuộc sống, bạn có cho đi điều tốt đẹp nhất của mình chưa? Nếu chưa thì tại sao?

CÂU HỎI 3: ĐÓNG GÓP CỦA TÔI CÓ PHẢI LÀ ĐỘC NHẤT KHÔNG?

Sự đóng góp của bạn có phải độc nhất không? Bạn có đang phục vụ tốt hơn bất cứ người nào khác không?

“Nghe tôi không giống bất kỳ ai” – Elvis Presley

“Đừng bao giờ làm điều người khác có thể làm và sẽ làm, nếu bạn có thể làm những điều người khác không thể làm và sẽ không làm” – Amelia Earhart

“Bạn không chỉ muốn trở thành người tốt nhất trong số những người tốt nhất. Mà bạn còn muốn được xem là duy nhất làm được việc bạn có thể làm” – Jerry Garcia

Không được nhầm lẫn điều này với việc xem mình là người “không thể thiếu được”. Charles de Gaulle đã mỉa mai “Các nghĩa trang đầy ắp những người “không thể thiếu được””. Nghĩ về bản thân theo cách này là triệu chứng tự kiêu, tự mãn – điều tối kỵ của phụng sự.

Xác định và theo đuổi thiên hướng

*“Không có người lãnh đạo nào tự nhiên trở thành nhà lãnh đạo, mà phải thể hiện mình tự nhiên và đầy đủ. Lãnh đạo không quan tâm đến việc chứng minh bản thân, mà trung thành với quan tâm **thể hiện bản thân**”*

– Warren Bennis

“Sai lầm lớn nhất một người mắc phải trong đời là không kiếm sống bằng cách làm điều họ yêu thích nhất” – Malcolm Forbes

Để trở nên tốt nhất trên thế giới, bạn cần khơi dậy mọi khả năng trong mình. Bạn cần xác định được điều gì là đặc biệt nhất trong con người bạn. Bạn cần xác định thiên hướng trong chính mình. Không ai có thể bắt chước được điều đó.

Thiên hướng chính là nơi đam mê của bạn tìm cách thể hiện từ trong ra ngoài, song hành với cách tiếp cận từ ngoài vào trong. Hay như chuyên gia thần học Frederick Buechner định nghĩa là “nơi giao thoa giữa hạnh phúc đích thực của bạn và nhu cầu của thế giới”.

Tiến sĩ Wayne Dyer giải thích “*Bạn xây dựng vì bạn yêu xây dựng. Nhưng bạn xây dựng để người khác được hạnh phúc. Bạn thiết kế vì trái tim mách bảo bạn làm thế. Nhưng những thiết kế của bạn là dành cho người khác. Bạn viết vì bạn thích thể hiện bản thân qua ngôn từ. Nhưng những ngôn từ đó dùng để giúp đỡ và truyền cảm hứng cho người khác*”

Trước tiên, hãy xác định điều bạn yêu thích. Điều gì bạn rất giỏi, rất tận tâm và sẵn lòng – thậm chí cảm thấy bị thôi thúc – tham dự mà không thấy e dè. Điều gì tự nhiên có thể làm mờ đi ranh giới giữa làm việc và vui chơi?

Đam mê cháy bỏng của bạn là gì? Điều gì khiến bạn thấy hài lòng nhất? Có nhiệm vụ nào mà bạn thấy bạn có thể chết nếu không được thực hiện nó không? Giá trị nào được bạn xem là quan trọng nhất, ảnh hưởng tới những quyết định và cảm giác hạnh phúc của bạn? Công việc hiện tại của bạn có đáp ứng được những điều ấy không? Nếu chỉ còn sống được một năm, bạn sẽ sống khác đi như thế nào? Hãy nhớ rằng: Bất kể tuổi thọ của bạn thế nào, bạn cũng không thể chắc được điều gì trong tương lai.

CÂU HỎI 4: BẠN CÓ TIẾN BỘ LÊN MỖI NGÀY KHÔNG?

Cuộc sống là thay đổi. Cá nhân, đội nhóm và tổ chức hoặc phát triển hoặc thụt lùi, chứ không thể dậm chân tại chỗ được. Nhu cầu của những người mà bạn phục vụ cũng thay đổi không ngừng. Nếu muốn phục vụ hiệu quả, bạn cũng cần phải thích nghi (thay đổi) liên tục. Sau đây là một số thói quen cần thiết:

Nỗ lực tìm kiếm thích nghi và cải thiện không ngừng

“Không phải loài mạnh nhất có thể tồn tại. Cũng không phải loại thông minh nhất. Mà là loài **thích nghi** tốt nhất” – Charles Darwin

Bạn nên dang rộng vòng tay, mở lòng đón nhận thay đổi – và những bất ổn đi kèm. Thay đổi tiềm ẩn cơ hội phát triển để phục vụ hiệu quả hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của nhiều người hơn.

“*Đừng quá nhút nhát và đắn đo về hành động của mình. Cuộc sống là một cuộc thí nghiệm*” – Ralph Waldo Emerson

Lắng nghe, học hỏi, phát triển

“*Hãy cứ khát khao. Hãy cứ đại khờ*” – Steve Jobs

Để trở thành – và giữ vững – vị trí dẫn đầu trong thế giới đầy cạnh tranh ngày nay, bạn cần phải tiếp cận cuộc sống từ suy nghĩ không ngừng học hỏi. Không tám băng đại học hay một chứng chỉ nào trong quá khứ có thể thay thế được quyết tâm lớn mạnh và phát triển hàng giờ, hàng ngày.

Bill Gates và Steve Jobs đều bỏ học đại học. Paul McCartney và John Lennon (nhóm the Beatles) đều không được đào tạo chính quy về âm nhạc. Winston Churchill, Richard Branson và Ernest Hemingway không học đại học. Thế mà những cá nhân đó là những người sáng tạo phi thường. Họ tò mò vô độ, hoàn toàn không sợ thích nghi và không sợ phải học những điều mới. Họ không bị cản trở bởi sự mâu thuẫn với nhiều người được hưởng nền giáo dục chính quy. Bỏ qua rất nhiều quy tắc chung, họ tìm thấy niềm vui và sự khác lạ ở chính những ý tưởng mà nhiều người xem là tầm thường. Tài và mắt của họ lúc nào cũng trong tình trạng tỉnh táo; trí tưởng tượng lúc nào cũng hoạt động và hoạt động.

Học từ sai lầm và thất bại

“*Cứ thử. Cứ thất bại. Không vấn đề gì. Lại thử lại. Lại thất bại. Thất bại tốt hơn*” – Samuel Beckett, nhà viết kịch

“*Tôi chẳng thể làm gì nếu tôi không từng mắc sai lầm*” – Winston Churchill

Tạo khởi đầu mới thông qua “phá hủy có sáng tạo”

Nhà kinh tế học Joseph Schumpeter đã tạo nên cụm từ rất nổi tiếng “phá hủy có sáng tạo” của chủ nghĩa tư bản. Cần phải liên tục xóa bỏ cái cũ để dọn đường cho cái mới.

“*Thất bại là cơ hội để bắt đầu lại thông minh hơn*” – Henry Ford

CHƯƠNG BA: PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG

“*Mỗi doanh nghiệp chỉ có một ông chủ duy nhất, đó chính là Khách hàng. Anh ta có quyền sa thải tất cả mọi người – từ chủ tịch HĐQT đến một anh nhân viên quèn – chỉ đơn giản bằng cách đi tiêu tiền ở chỗ khác*” – Sam Walton, người sáng lập Walmart

“*Mục đích chính của chúng ta không phải là tăng lượng giao dịch mà là tăng trải nghiệm trong các cửa hàng của chúng ta*” – Howard Schultz, người sáng lập Starbucks

“*Chúng ta không cố gắng để tối đa hóa mọi giao dịch mà chúng ta cố gắng để xây dựng mối quan hệ dài lâu với mỗi khách hàng*” – Tony Hsieh

Dù bản chất doanh nghiệp của bạn là gì, thì điều bạn quan tâm sau cùng vẫn là phục vụ khách hàng. Hãy đặt ra cho mình những câu hỏi sau:

- **Bạn đang phục vụ ai?** Ai là khách hàng của bạn? Danh sách khách hàng của bạn đã thay đổi như thế nào so với cách đây một năm? Trong năm tới bạn muốn nó thế nào? Trong 5 năm tới thì sao?

- **Làm thế nào bạn phục vụ khách hàng một cách tốt nhất?** Làm thế nào bạn xác định cách phục vụ khách hàng tốt nhất, từ góc độ của họ? Bạn xác định sản phẩm và dịch vụ của bạn như thế nào? Khách hàng nhận định chúng ra sao? Làm sao để bạn biết cái nhìn của họ?
- **Bạn có những đóng góp độc nhất không?** Khách hàng có nhìn nhận bạn là nhà cung cấp xuất sắc hơn bất cứ ai khác không? Nếu có thì do đâu? Bạn có thể giữ vị trí đó không? Nếu không thì tại sao? Bạn có kế hoạch hành động nào để có được tình yêu của khách hàng không? Jack Welch đã đưa ra chính sách với công ty General Electric như sau: Nếu GE không đạt được hay không duy trì được vị trí số một hoặc số hai trong ngành công nghiệp này thì sẽ phải chuyển các nguồn lực của nó đi chỗ khác.
- **Bạn có hoàn thiện hơn mỗi ngày?** Bạn sẽ làm gì để cải thiện chất lượng hoạt động, từ quan điểm của khách hàng? Khách hàng có tin rằng hôm nay bạn tạo ra được những giá trị tốt hơn hôm qua?

CHƯƠNG 4: QUẢN LÝ – PHỤC VỤ NGƯỜI BẠN LÃNH ĐẠO

“Với một nhà lãnh đạo giỏi, khi công việc của anh ta đã hoàn thành, mục tiêu của anh ta đã đạt thì anh ta chỉ nói “Chúng tôi đã cùng tạo ra nó đấy” – Lão Tử

“Người gặt hái thành công nhất không nhất thiết là người bỏ nhiều công sức nhất. Họ chỉ là đứng bên những người trực tiếp làm nên thành công. Mahatma Gandhi và Tổng thống Kennedy là hai ví dụ về điều đó. Những thành tựu vĩ đại họ có được là do họ biết khơi dậy tất cả những nguồn năng lượng tiềm ẩn từ những người xung quanh” – Marianne Williamson

“Không ai tự mình thổi được một bản giao hưởng mà cần phải có cả một dàn nhạc để thực hiện được điều đó” – H. E. Luccock

“Có sự khác nhau giữa lãnh đạo và quản lý. Mối quan hệ giữa nhà lãnh đạo và những người đi theo anh ta là mối quan hệ lâu đời nhất, tự nhiên nhất và hiệu quả nhất trong tất cả những mối quan hệ giữa con người với con người. Mối quan hệ giữa nhà quản lý và những người dưới quyền anh ta là mối quan hệ đi sau, một mối quan hệ không mang tính truyền cảm hứng. Lãnh đạo mang yếu tố tinh thần. Khả năng lãnh đạo nằm ở phẩm chất và tầm nhìn của người lãnh đạo. Lãnh đạo là một nghệ thuật. Quản lý mang yếu tố trí tuệ và đặc điểm khoa học nhiều hơn. Quản lý là cần thiết, còn lãnh đạo là cốt yếu” – Thống chế William Slim

BẠN ĐANG PHỤC VỤ AI?

Nhiệm vụ chính của một nhà quản lý là phục vụ doanh nghiệp của mình bằng cách để người khác phát huy tiềm năng của họ.

“Trước khi bạn trở thành nhà lãnh đạo thì thành công được thể hiện ở sự phát triển của bản thân bạn. Sau khi bạn đã làm lãnh đạo thì thành công được thể hiện ở sự phát triển của những người xung quanh bạn” – Jack Welch

“Nếu bạn phục vụ tốt nhân viên của mình thì mọi thứ khác, từ dịch vụ khách hàng cho đến giá trị của cộng đồng sẽ tự đi vào quỹ đạo của chúng” – Frank Blake

“Có những nhân viên vui vẻ sẽ tạo ra những khách hàng vui vẻ. Nhiệm vụ của chúng ta với cương vị là những nhà quản lý chỉ đơn giản là biến điều đó thành hiện thực” – Walter Robb

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHỤNG SỰ MỘT CÁCH TỐT NHẤT?

Phương thức quản lý của thế kỷ 20: Ra-lệnh-và-chỉ-huy. Phương thức quản lý của thế kỷ 21: **truyền cảm hứng, trao quyền và giao trách nhiệm.**

Truyền cảm hứng

Nhà lãnh đạo phục vụ bằng cách truyền cảm hứng cho những người mà anh ta phục vụ với một tầm nhìn đủ sức thuyết phục. Đó là một tầm nhìn giúp liên kết nhân viên của anh ta với khách hàng.

“Sự tỏa sáng tài năng lãnh đạo nằm ở khả năng xây dựng một tầm nhìn rõ ràng về tương lai. Tầm nhìn ấy phải vừa đơn giản, dễ hiểu, vừa đáng ước mơ và thổi nguồn sinh khí” – Warren Bennis

Trao quyền

Trong thế kỷ 21, những nhà quản lý tạo ra nhiều giá trị nhất là những người biết cách trao quyền cho nhân viên nhất.

Là một nhà quản lý, nhiệm vụ quan trọng của bạn là sử dụng, thúc đẩy và phát triển các nhà lãnh đạo cho tổ chức của bạn. Bạn phục vụ tổ chức và khách hàng của mình một cách hiệu quả nhất bằng cách trao quyền cho đội ngũ nhân viên của bạn để giải phóng tiềm năng của họ.

Marshall Goldsmith cho rằng một lý do khiến các nhà quản lý thất bại trong việc trao quyền là do họ luôn bị thôi thúc bởi khát vọng “chiến thắng”. Họ thường thích “thắng” trong khi tương tác với những người xung quanh. Họ muốn họ là người có tiếng nói cuối cùng. Họ muốn thể hiện rằng họ thông minh và kinh nghiệm. Họ cho rằng họ đang tạo ra giá trị ngay cả khi những can thiệp của họ khiến nhân viên mất tinh thần. Ý niệm “chiến thắng” đó hoàn toàn sai lầm vì nó chỉ là biểu hiện của sự tự đề cao cái tôi của bản thân họ.

Ngày nay, một tổ chức muốn thắng được sự cạnh tranh trên những thị trường toàn cầu hóa thì phải được quản lý theo một phương thức tạo ra “những người chiến thắng” ở tất cả các cấp bậc trong toàn hệ thống.

Giao trách nhiệm

“Đừng bao giờ yêu cầu người khác là phải làm như thế nào. Hãy yêu cầu họ phải làm gì và họ sẽ khiến bạn ngạc nhiên về tài năng của họ” – Đại tướng George S. Patton

Các nhà quản lý giỏi biết hỗ trợ nhân viên. Họ để nhân viên tìm ra và áp dụng những phương pháp riêng của mình để giải quyết vấn đề. Anh ta từ bỏ quyền chỉ đạo hay kiểm soát để khơi dậy nguồn năng lượng mới và sức sáng tạo của từng cá nhân.

BẠN CÓ NHỮNG ĐÓNG GÓP ĐỘC NHẤT KHÔNG?

“Chúng ta đang sống trong một thế giới mà chúng ta đòi hỏi người lao động phải “cho” nhiều hơn. Ngược lại, người lao động biết đây là mối quan hệ song phương, có nghĩa là người sử dụng lao động cũng phải “cho” nhiều hơn. Nhân viên muốn biết một công ty đại diện cho cái gì, giá trị của nó là gì và nó tạo ra khác biệt như thế nào trên thế giới. Nếu bạn muốn giữ họ, bạn phải hiểu được rằng những câu hỏi đó rất quan trọng với họ” – Julia Stewart

Hãy xây dựng mối quan hệ đáng tin cậy nhất với nhân viên của mình, đó chính là tình yêu. Các công ty như Microsoft, Google, DreamWorks cung cấp cho nhân viên rất nhiều dịch vụ tại chỗ, từ các phòng tập, bàn bida cho đến những bữa ăn ngon và dịch vụ giặt quần áo. Họ cố gắng để gắn kết công việc với đời sống cá nhân của người lao động.

“Trước đây người ta thường cho rằng nhà là nhà còn cơ quan là cơ quan, thế nhưng ngày nay người lao động muốn được là chính họ ở mọi lúc” – Richard Florida

Những doanh nghiệp khôn ngoan là những doanh nghiệp đối xử với nhân viên “trước sau như một”: Nếu bạn tôn trọng và trung thành với nhân viên trong những thời kỳ khó khăn thì họ sẽ không “bỏ” bạn khi nền kinh tế hưng thịnh cùng vô vàn lựa chọn việc làm.

Giáo sư tài chính Alex Edmans đã tiến hành kiểm tra danh sách “100 công ty tốt nhất để làm việc tại Mỹ”. Ông nhận ra các nhà quản lý giỏi trả cho nhân viên 14% lợi nhuận mỗi năm trong khi con số bình quân là 6%.

“Nhân viên của chúng ta cần biết rằng nếu họ ốm thì chúng ta sẽ chăm sóc họ. Nếu họ có niềm vui hay nỗi buồn gì thì chúng ta sẽ luôn ở bên để chia sẻ cùng họ. Họ cần biết rằng chúng ta coi trọng họ, như những con người đáng kính, chứ không phải là những anh nhân viên quèn không được biết đến trong tổ chức của chúng ta” – Herb Kelleher

Thông nhất thiên hướng của doanh nghiệp và thiên hướng của nhân viên

“Mục đích của con người ta là trở thành phiên-bản-hoàn-hảo-nhất của bản thân mình. Dường như việc tìm cách để tạo ra một môi trường giúp người lao động trở thành phiên-bản-hoàn-hảo-nhất của chính họ, đồng thời giúp công ty trở thành phiên-bản-hoàn-hảo-nhất của chính nó có vẻ là việc bất khả thi. Đối với

“nhiều người thì hai mục đích này có vẻ hoàn toàn đối lập nhau. Nhưng trên thực tế, chúng bổ sung và hỗ trợ lẫn nhau ở một mức độ đáng kinh ngạc” – Matthew Kelly

Hãy làm những gì mà chỉ mình bạn có thể

“Ông ấy không bao giờ tự cao về bản thân mình, và ông ấy làm những thứ mà chỉ ông ấy có thể” – Samuel Taylor Coleridge viết về George Washington

Làm những việc mà người khác có thể làm tốt bằng hoặc hơn mình cũng đồng nghĩa với phương thức tự phục vụ.

Có thể nói: nhà quản lý là con người của những mối quan hệ, những mối quan hệ bên trong và những mối quan hệ bên ngoài. Nhiều người trong chúng ta thường có khuynh hướng thất thường trong việc xây dựng các mối quan hệ, nghĩa là chúng ta chỉ tập trung vun đắp một số mối quan hệ này rồi bỏ quên một số mối quan hệ khác. Để cải thiện điều này, bạn hãy đặt ưu tiên cho các mối quan hệ dựa trên đánh giá đầu là mối quan hệ góp phần đắc lực nhất trong việc gia tăng lợi ích của những người mà bạn phục vụ.

BẠN CÓ THẤY MÌNH HOÀN THIỆN HƠN MỖI NGÀY?

“Tôi bắt đầu bằng việc phát triển con người, trong đó có sự phát triển của cá nhân tôi. Tôi không bắt đầu với chiến lược hay sản phẩm của công ty mà bắt đầu bằng sự phát triển của con người bởi tôi tin rằng nếu những người điều hành và làm việc tại công ty phát triển thì đương nhiên sẽ kéo theo sự phát triển của công ty” – James McNerney, CEO hãng Boeing.

“Tôi tin rằng nếu tốc độ thay đổi trong nội bộ tổ chức chậm hơn tốc độ thay đổi từ phía bên ngoài thì khả năng tan rã của tổ chức là có thể nhìn thấy” – Jack Welch, cựu CEO General Electric

“Nhà quản lý phải biết làm thế nào để doanh nghiệp và mỗi thành viên của nó phát triển. Mỗi doanh nghiệp là một tổ chức dạy và học. Đào tạo và phát triển là nhiệm vụ không ngừng” – Peter Drucker

“Cách tốt nhất để quản lý sự thay đổi là hãy tạo ra nó” – Peter Drucker. Thay đổi là quy luật của cuộc sống. Nếu bạn muốn là người phục vụ hiệu quả thì bạn phải biết dự đoán và đón đầu thay đổi.

Tận dụng sai lầm

Lịch sử phát triển của loài người đầy rẫy những sai lầm có thể thúc đẩy những đột phá. Các nhà khoa học phải có nhiều thí nghiệm thất bại thì mới có một thí nghiệm thành công. Các nhà thám hiểm phải dò đường để tìm đến những lục địa chưa được khám phá.

Nokia được mọi người biết đến với khẩu hiệu lưu hành nội bộ: *Thất bại nhanh, Học nhanh, Phát triển nhanh*, khuyến khích mỗi người nên mắc “những sai lầm xuất sắc”. Hãng hàng không Southwest Airline

cam kết sẽ bỏ qua, thậm chí là khuyến khích nhân viên mắc lỗi nếu những lỗi đó có mục đích phục vụ khách hàng.

Tuy nhiên, có nhiều nhà quản lý lại thích chèn chiết sai lầm của người khác. Điều đó đồng nghĩa với việc họ đang tự phục vụ bản thân và thể hiện quyền lực không thực tế.

Liên tục tự hoàn thiện mình cũng là một nhiệm vụ của nhà quản lý

Có những nhà quản lý tự cho rằng họ đã “đến đích”, khi họ xem chiếc ghế quản lý là sự khẳng định quá trình học hỏi của họ đã hoàn thành. Quan điểm đó đi ngược với định hướng phụng sự. Bạn càng có cơ hội phục vụ thì bạn càng phải liên tục học hỏi và phát triển bản thân. Bởi lẽ nhu cầu của đối tượng mà bạn phục vụ luôn thay đổi, trong khi thế giới hiện đại ngày nay cho họ rất nhiều lựa chọn, thế nên bạn phải nỗ lực phát triển bản thân hơn bao giờ hết.

CHƯƠNG 5: GIAO TIẾP HIỆU QUẢ

“Chuyển điểm tập trung ra khỏi bản thân bạn chính là một cuộc chiến lớn mà bạn cần giành phần thắng”
– Sanfprd Meisner

Trong thế giới truyền thông hiện đại, với sự hiện diện của Internet, tất cả mọi hành động của bạn đều là những hành vi giao tiếp. Mọi hành động của bạn đều có những hệ lụy kèm theo.

BẠN ĐANG PHỤC VỤ AI?

Bất kể ai trước khi nói đều phải cân nhắc về đối tượng mà họ đang phục vụ. Và một người nắm vai trò lãnh đạo cao hơn đồng nghĩa với việc khán giả của họ nhiều hơn. Ý nghĩa và hậu quả của quá trình giao tiếp cũng tăng theo đó.

Hãy thoát ra khỏi bản thân bạn – Làm việc theo phương thức tiếp cận từ ngoài vào trong

Để thành công trong giao tiếp, bạn phải cố gắng thoát khỏi lối tư duy kiểu *từ-trong-ra-ngoài*, thay vào đó hãy tư duy theo kiểu *từ-ngoài-vào-trong*. Bạn phải vượt qua được kiểu nhận thức về bản thân, thay vào đó hãy nhận thức về khán giả.

Phục vụ bản thân mình là đi ngược với vai trò của người lãnh đạo. Tương tự như vậy, chỉ nhận thức về bản thân mình là kẻ thù của giao tiếp hiệu quả. Hãy tưởng tượng là bạn đang phục vụ người khác, tức là *chuyển trọng tâm ra khỏi bản thân* bạn, khi đó tất cả mọi khía cạnh của hoạt động giao tiếp sẽ đi vào trật tự.

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHỤC VỤ MỘT CÁCH TỐT NHẤT?

“Tôi không cố gắng gây ấn tượng bằng những lời lẽ to tát hoặc bằng những khái niệm phức tạp đến mức không cần thiết, vì điều đó có nghĩa rằng tôi đang phục vụ chính mình” – Ronald Reagan.

Bạn có thể tìm thấy rất nhiều những “nguyên tắc” trong các cuốn sách bàn về giao tiếp. Xét đến nghệ thuật nói chuyện trước đám đông, có những danh sách dài về “những nguyên tắc” của các “chuyên gia”. Họ đưa ra những nguyên tắc để xử lý mọi tình huống bạn có thể nghĩ đến. Bạn nên nói trong bao lâu? Bạn nên dùng lời lẽ thế nào? Bạn có nên chuẩn bị các tài liệu để phát cho khán giả? Bạn nên ăn mặc như thế nào? Bạn có nên đến sớm không? Có nên nán lại ít phút khi đã trình bày xong không?

Những câu hỏi này và rất nhiều câu hỏi khác có thể khiến bạn nản lòng, dường như vô tận *nếu như bạn tập trung vào bản thân bạn*. Ngược lại, nếu bạn quên bản thân đi và hướng về việc phục vụ khán giả của mình thì mọi tình huống đều trở nên rõ ràng. Bạn càng tập trung vào khán giả, bạn càng có thể vượt qua những hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm của bản thân. Khi bạn gắn kết với người nghe, bạn sẽ khai thác được nguồn sức mạnh không ngờ, bạn sẽ khơi được những suy nghĩ, động cơ, cảm xúc và kinh nghiệm của họ. Chẳng hạn thế này, bạn nên nói trong bao lâu? Điều này sẽ phụ thuộc vào khán giả của bạn. Các chuyên gia có thể mong chờ một bài nói khoảng 40 phút, trong khi với trẻ em thì chỉ vài phút thôi là chúng không chịu nổi nữa rồi.

Bạn phải nỗ lực đặt mình vào vị trí của khán giả. Bạn phải hiểu được là quá trình truyền tải thông tin của bạn sẽ tạo ra giá trị thế nào đứng từ góc nhìn của họ.

Vươn rộng bằng sự đơn giản

“Hãy làm cho mọi thứ trở nên đơn giản nhất có thể nhưng không được đơn giản hơn thế” – Einstein

“Nói chung, những từ ngữ **ngắn gọn** là những từ tốt nhất và những từ ngữ **quen thuộc** là những từ tốt hơn cả” – Winston Churchill

“Ông ấy chưa bao giờ sử dụng từ nào mà khiến độc giả phải dùng đến từ điển” – William Faulkner nói về Ernest Hemingway

“Phương tiện giao tiếp của bạn càng phức tạp thì hiệu quả giao tiếp của bạn càng thấp” – Joseph Priestley

Nếu bạn muốn lôi kéo được nhiều khán giả hơn, làm lay động cảm xúc và khơi nguồn trí tuệ của họ, thì bạn phải xây dựng sự truyền đạt theo chiều hướng đơn giản. Khi bạn cố gắng đi tìm sự đơn giản, bạn có thể chạm được đến trái tim và trí óc của khán giả. Những thông điệp quan trọng nhất là những thông điệp đơn giản.

Sử dụng những câu chuyện để tạo sức hút cho thông tin của bạn

Nhiều người trong số những người giao tiếp hiệu quả nhất đều là những người kể chuyện nổi danh. Những câu chuyện sẽ cực kỳ phù hợp nếu bạn muốn truyền tải những thông tin phức tạp bởi vì chúng có thể được truyền từ người này qua người khác, và kết quả là thông tin bạn muốn “phát” đi sẽ đến được với đông đảo khán giả hơn.

Chuẩn bị, chuẩn bị và chuẩn bị

Công tác chuẩn bị là một yếu tố cần thiết giúp bạn phục vụ ở mức hiệu quả nhất có thể. Những nhà giao tiếp vĩ đại trên thế giới đều có thói quen lập kế hoạch và tập dượt trước khi sự kiện đó diễn ra. Theodore Roosevelt thường có khâu chuẩn bị rất kỹ trước khi ông có bài diễn văn quan trọng trước công chúng. Ông thường chuẩn bị một bản nháp trước, và sau đó chuyển nó đến những người có thể cho ông nhận xét hữu ích. Cuối cùng, khi có những ý kiến về tác phẩm của mình, ông kiểm soát và kết hợp để tạo ra một bài diễn văn hoàn chỉnh.

MỖI NGÀY BẠN CÓ HOÀN THIỆN MÌNH HƠN?

Bạn có đang nâng cao được tính hiệu quả trong vai trò là người truyền đạt thông tin? Bạn có hoạt động hiệu quả hơn so với một năm trước đây? Hai năm trước đây? Năm năm trước đây thì sao? Bạn có vươn đến những khán giả mới, những thế hệ mới?

CHƯƠNG 6: KINH DOANH VÀ NHỮNG HÌNH THỨC THUYẾT PHỤC KHÁC

“Ai cũng phải sống bằng việc bán một thứ gì đó” – Robert Louis Stevenson

Chức năng giao tiếp cao nhất của lãnh đạo là để thuyết phục. Thuyết phục là phương cách chính để lãnh đạo đạt được sự thay đổi. Thuyết phục là “đồ nghề” không thể thiếu của người làm lãnh đạo. Khi thuyết phục hiệu quả, nó có thể khiến người khác bắt tay vào hành động.

Lãnh đạo trong mọi lĩnh vực đều phụ thuộc vào khả năng thuyết phục. Arnold Schwarzenegger từ vận động viên thể hình đẳng cấp thế giới trở thành ngôi sao phim hành động, sang vai trò thống đốc bang California. Ông giải thích “Dù thế nào, bạn cũng cần phải bán cả cuộc đời mình. Hiện tại tôi cũng đang bán đây, bán chính sách, đúng không ạ?”

Bạn đang bán cái gì? Bán cho ai? Câu trả lời cho những câu hỏi này của bạn thay đổi như thế nào? Bạn muốn chúng thay đổi như thế nào? Bạn đã chuẩn bị tinh thần để cam kết bước những bước vững chắc để bản thân trở thành người bán hàng hiệu quả hơn chưa? Nếu bạn cưỡng lại việc bán hàng và marketing, bạn có phải trả giá cho sự nghiệp của mình không?

Những nguyên tắc cơ bản của giao tiếp thuyết phục hiệu quả cũng giống như những nguyên tắc cơ bản của giao tiếp nói chung. Tuy nhiên, thuyết phục phải dựa trên mối quan hệ thắm thiết hơn bao giờ hết với những người được phục vụ. Mối quan hệ đó, hơn bao giờ hết, là mối quan hệ hai chiều. Shelly Lazarus, cựu CEO Công ty quảng cáo Ogilvy và Mather, đã giải thích “Chúng tôi đi từ việc xâm nhập đời sống khách hàng tới mở rộng lời mời cho họ”

“Cách bán hàng cứng rắn”

Bạn thường phản ứng chống lại “cách bán hàng cứng rắn” – một nỗ lực thái quá nhằm bán cho bạn một chiếc máy hút bụi hoặc một khoản bảo hiểm nhân thọ. Lý do vì: chúng ta cảm giác nó không thực sự vì chúng ta. Nó vì người đang nỗ lực thuyết phục chúng ta. *Anh ta đang tự phục vụ mình.*

Thường thì sự lơ là của người khác về lợi ích cá nhân của chúng ta, dù có được bao bọc bởi những lời ngọt ngào có cánh, chỉ củng cố thêm sự kháng cự của chúng ta mà thôi.

BẠN ĐANG PHỤC VỤ AI?

Hãy nỗ lực phục vụ, đừng nỗ lực bán hàng. Để thuyết phục, ở mức độ cao nhất, hãy gạt bản thân bạn sang một bên. Sự tập trung của bạn – dù lớn dù nhỏ người khác cũng đều dễ dàng nhận ra – nên đặt vào những người bạn đang phục vụ. Bạn phải luôn giữ những người bạn đang thuyết phục ở đằng trước và trung tâm của mọi suy nghĩ, tưởng tượng của bạn.

LÀM CÁCH NÀO ĐỂ PHỤC VỤ TỐT NHẤT?

Hãy bắt đầu phục vụ ngay từ bây giờ

“Tình yêu đích thực bắt đầu khi người ta không trông chờ cái gì đáp lại” – Antonie de Saint-Exupery

Không có cách nào bắt đầu để củng cố một mối quan hệ về dịch vụ tốt hơn là đưa cho người kia thứ mà họ cho là có giá trị. Lý tưởng nhất, điều này cần được thực hiện dựa trên nguyên tắc không nhằm mục đích gì ngoài việc phục vụ; tất cả chỉ để thiết lập một mối quan hệ hoàn toàn không liên quan gì tới giao dịch. Phụ thuộc vào hoàn cảnh, đó có thể là một lời khen chân thành, hoặc chia sẻ một ý tưởng hay một thông tin hay một món quà thích hợp.

Sự tử tế không trông chờ được đáp lại về sau đó có thể hướng người ta tới sự tin tưởng và làm nảy sinh khao khát được đền đáp.

Lắng nghe người mà bạn muốn thuyết phục

“Tôi sẽ lắng nghe bạn, đặc biệt là khi chúng ta bất đồng” – Barack Obama

“Điều quan trọng nhất trong giao tiếp là phải nghe thấy được điều không được nói ra” – Peter Drucker

Để thuyết phục, bạn phải biết cách lắng nghe – không chỉ nghe từ được nói hoặc được viết mà cả cử chỉ ám hiệu và ngữ cảnh. Chọn cách tiếp cận đồng cảm, bạn nên đặt mình vào vị trí của người bạn sẽ thuyết phục. Bạn nên tập trung tìm hiểu quan điểm của họ, thể hiện sự quan tâm, lo lắng đến nhu cầu của họ.

Lắng nghe thể hiện sự tôn trọng. Nó là tiền đề cho mọi dịch vụ hữu ích. Nó cũng là phương tiện học hỏi chính để xác định cách bạn phục vụ tốt nhất.

Bắt đầu với câu hỏi, không phải với câu trả lời

“Nếu bạn không biết phải nói gì, hãy đặt câu hỏi, và tôi cam đoan rằng khi họ rời khỏi phòng, họ sẽ nghĩ bạn là người thông minh nhất trong căn phòng đó, vì bạn biết lắng nghe” – Bird Johnson

Hãy đặt câu hỏi và lắng nghe để tìm hiểu người khác cần gì, họ nghĩ như thế nào, điều gì họ xem là đáp ứng tốt nhất cho nhu cầu của họ.

Trình bày bằng ngôn ngữ của người nghe

“Quan trọng không phải là bạn nói gì – mà là người ta nghe gì” – Tiên sĩ Frank Luntz

“Nếu bạn muốn thuyết phục, bạn phải nói tới điều thích thú, lợi ích chứ không phải giáo điều” – Charlie Munger

Không dùng ngôn ngữ của người nghe để trình bày bài thuyết trình là bạn đang tự phục vụ bản thân. Giao tiếp bằng ngôn ngữ của người nghe hiệu quả vì nó sáng sủa, dễ hiểu, và bạn sẽ dễ dàng tiếp cận quá trình suy nghĩ của họ hơn, để được họ tiếp nhận hơn là phản kháng.

CÁC KỊCH BẢN THUYẾT PHỤC HÀNG NGÀY

Xin việc và thăng tiến

Một số người mắc sai lầm khi tập trung vào chính mình trong các cuộc phỏng vấn xin việc làm. Ví dụ, họ có thể đặt nặng quá mức vào trình độ học vấn hay kinh nghiệm của họ. Thế nhưng cách hiệu quả nhất để thể hiện bản thân đối với nhà tuyển dụng là **tập trung vào cách bạn có thể đóng góp giá trị trong tương lai, dựa trên quan điểm của họ.**

Hãy dùng Bốn câu hỏi để xác định những người bạn sẽ phục vụ trong vai trò tương lai của bạn; cách bạn sẽ phục vụ tốt nhất; lý do vì sao bạn có thể là lựa chọn tốt nhất cho vị trí; và cách thức bạn đảm bảo cải tiến liên tục, tăng thêm giá trị theo thời gian.

Tình yêu

Nếu bạn đang thuyết phục người khác yêu bạn, hãy thuyết phục họ bằng cách phục vụ họ càng lâu càng tốt; tìm cách thiết lập mối quan hệ yêu thương bằng cách chứng minh bạn có thể phục vụ họ một cách rõ ràng duy nhất.

CHƯƠNG 7: BIẾN CUỘC ĐỜI BẠN THÀNH MỘT KIỆT TÁC PHỤNG SỰ

“Khi tôi 13 tuổi, tôi có một người thầy dạy về tôn giáo rất thú vị. Một ngày nọ, thầy đi khắp lớp và hỏi mỗi đứa chúng tôi “Điều gì mà các em muốn người khác nhớ về mình?”. Tất nhiên chẳng ai trong số chúng tôi có thể trả lời. Khi đó thầy mỉm cười và nói “Tôi không hi vọng các em có thể trả lời câu hỏi này. Nhưng nếu khi 50 tuổi mà vẫn chưa trả lời được, các em đã uổng phí cả cuộc đời mình rồi đó” – Peter Drucker

Hãy hoạch định cuộc sống có mục đích hơn bằng cách phác thảo bản cáo phó của chính mình. Bạn muốn trên đó sẽ viết gì? Bạn muốn người khác nhớ gì về cuộc đời và chính bản thân bạn? Bạn để lại gì sau khi chết đi? Hãy phác thảo một bản cáo phó thực tế nhưng phải hướng tới mục tiêu cao nhất, mong muốn lớn nhất của bạn.

Hãy phác thảo một câu mà bạn muốn dùng để khắc họa cuộc đời mình. Đó có thể sẽ là câu mở đầu hay câu kết thúc trong cáo phó về cuộc đời bạn. Hãy nghĩ về nó như câu nói cuối cùng đáng nhớ nhất mà bạn muốn mọi người nghĩ tới khi hồi tưởng về cuộc đời bạn. Hãy sử dụng nó như tuyên ngôn dẫn dắt cuộc đời bạn ngay từ hôm nay.

BẠN ĐANG PHỤNG SỰ AI?

TUẦN 1: Quản lý thời gian

“Hãy theo dõi thời gian rảnh rỗi của bạn một cách cẩn thận. Chúng giống như những viên kim cương thô vụn. Nếu bạn không mài giũa, giá trị của chúng sẽ không bao giờ được biết đến. Ngược lại, chúng sẽ trở thành những viên ngọc sáng nhất của một cuộc sống hữu ích” – Ralph Waldo Emerson

Trong Tuần 1, hãy viết một cuốn **Nhật ký thời gian**, đơn giản chỉ cần ghi lại việc bạn sử dụng thời gian như thế nào. Ghi lại cả 168 tiếng trong tuần, bao gồm những việc bạn đã làm kể cả trong 5 hay 10 phút.

Sau một tuần, hãy kiểm tra một cách cẩn thận. Hãy xem những việc chiếm nhiều thời gian hơn và tự hỏi: *Ai là người bạn đang phục vụ?* Để ý xem có bao nhiêu thời gian sử dụng không hề hiệu quả để phụng sự người khác? Có chỗ nào mà bạn thấy mình đang dành quá nhiều thời gian để phục vụ chính mình không? Bạn có thấy thời gian xem phim của mình là quá nhiều? Bạn đang phụng sự ai trong khi đọc những tờ báo lá cải hay lướt web để giải trí?

TUẦN 2: Quản lý tiền bạc

Vào Tuần 2, hãy viết một cuốn **Nhật ký tài chính**, ghi chép lại đầy đủ việc sử dụng tiền bạc trong cả tuần, bao gồm cả những chi tiêu nhỏ nhất.

Những số liệu này có làm bạn hài lòng? Có bao nhiêu trong số những chỉ tiêu thường ngày của bạn là thực sự cần thiết? Thói quen chi tiêu và tiết kiệm của bạn có nhất quán với những giá trị phụng sự?

Hãy theo dõi sát sao mức độ nợ nần của bạn. Kinh thánh có nói “Con nợ là nô lệ của kẻ cho vay”. Đáng buồn là rất nhiều người vô tình đưa ra những quyết định khiến họ phải dành rất nhiều thời gian trong cuộc đời để “phụng sự” những chủ nợ của mình.

TUẦN 3: Quản lý các mối quan hệ

Vào Tuần 2, hãy viết một cuốn *Nhật ký các mối quan hệ*. Bạn có dành thời gian cho các mối quan hệ thiết yếu như gia đình, bạn bè, và những người khác nữa. Bạn có đang làm cho những mối quan hệ hiện có sâu sắc hơn? Bạn có đang mở rộng thêm các mối quan hệ mới? Bạn có biến những lần tiếp xúc hay giao dịch xuất hiện thành các mối quan hệ? Chẳng hạn, bạn có để ý và bày tỏ sự quan tâm tới người đưa thư cho nhà bạn? Bạn có chú ý tới những người già cả, những em bé, hay những người khó khăn?

TUẦN 4: Quản lý những suy nghĩ của bạn

Hãy tập dần thói quen phản xạ trong bất cứ tình huống nào sẽ trả lời câu hỏi “*Ai là người tôi đang phụng sự?*”.

Vào Tuần 2, hãy viết một cuốn *Nhật ký Suy nghĩ*. Bạn có thường suy nghĩ tích cực? Hay thường có những suy nghĩ tiêu cực? Đầu óc của chúng ta giống như một khu vườn, hãy dành thời gian chú ý tới nó: nhổ cỏ, gieo hạt giống, để ý sự sinh trưởng, quan sát những nơi cần thêm ánh nắng mặt trời, dinh dưỡng và nước sạch.

Rất nhiều người không dành thời gian chú ý tới khu vườn này. Họ để mặc cho phá hoại sinh sôi, nhân rộng. Họ thờ ơ với sự có mặt của một số loại cây trồng ngoại lai do người khác hay thậm chí do chính họ mang vào.

“Chúng ta không thể lúc nào cũng kiểm soát được suy nghĩ của mình nhưng chúng ta có thể kiểm soát lời nói. Lặp đi lặp lại những lời khẳng định lạc quan, giàu năng lượng sẽ tạo ấn tượng lên tiềm thức của chúng ta, và khi đó chúng ta sẽ thực sự làm chủ được tình huống” – Florence Scovel Shinn

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHỤNG SỰ TỐT NHẤT?

Hãy chắc chắn là đã đeo mặt nạ oxy trước khi bạn phụng sự người khác

“Chú ý tới cuộc sống của bạn, sức khỏe của bạn, tất cả những gì thuộc về bạn. Một trái tim nhỏ máu sẽ không có ích với bất cứ ai nếu nó cứ chảy máu tới chết” – Frederick Buechner

Trên những chuyến bay hàng không, hành khách luôn được nhắc nhở: Nếu có trường hợp khẩn cấp xảy ra và bạn đi cùng trẻ em, hãy đeo mặt nạ oxy cho mình trước, sau đó mới đeo mặt nạ oxy cho đứa trẻ. Thực tế, bạn sẽ giúp đỡ nhiều người hơn, hiệu quả hơn nếu bạn quan tâm tới bản thân mình trước.

Mặc dầu vậy, một số người lại hiểu sai là việc quan tâm tới bản thân mình trước là hành vi ích kỷ. Trên thực tế, không làm vậy mới chính là hành vi ích kỷ

Cách bạn phụng sự cũng thay đổi theo thời gian

Nhiều người cho rằng việc họ phân chia thành nhiều dạng phụng sự – gia đình, công việc, cộng đồng – giúp cuộc sống của họ trở nên “cân bằng”. Thế nhưng, tại một giai đoạn nào đó trong cuộc sống, bạn có thể sẽ phải đặc biệt phụng sự một mục tiêu nào đó và gác lại các mục tiêu khác. Học đại học, giải quyết nhu cầu việc làm, nuôi con, chăm sóc người thân bệnh tật có thể lấn át những lãnh vực phụng sự khác. Điều cốt lõi là hãy trung thành với bản thân bạn và nghe theo tiếng gọi từ bên trong.

TUẦN 5: Luôn tự hỏi “Làm thế nào để phụng sự tốt nhất” trong mỗi lần tiếp xúc với người khác

“Không nên để cho bất cứ ai gặp bạn rồi đi mà không hạnh phúc hay tốt đẹp hơn. Hãy là nhân chứng sống cho sự tốt bụng của Chúa: Sự tốt bụng thể hiện trên gương mặt, thể hiện trong đôi mắt và trong nụ cười của bạn” – Mẹ Teresa

Trong một tuần, hãy tự hỏi chính bạn mỗi khi tiếp xúc với một người bất kỳ: *Làm thế nào để phụng sự người này một cách tốt nhất?* Tự đặt câu hỏi trong mối quan hệ của bạn với gia đình và bạn bè, đồng nghiệp và khách hàng, người xa lạ và những người quen biết.

Mục tiêu là phải chuyển suy nghĩ từ *trong ra ngoài* sang những mối quan hệ bắt nguồn từ suy nghĩ từ *ngoài vào trong*. Bạn vẫn có thể phụng sự thật tốt bất cứ ai tiếp xúc với bạn chỉ đơn giản bằng một cử chỉ đẹp, chân thành và phù hợp.

BẠN CÓ CÔNG HIẾN GÌ ĐẶC BIỆT HAY KHÔNG?

Công hiến đặc biệt có thể xuất hiện ở chỗ mà *khát vọng thể hiện chính mình từ trong-ra* phù hợp với *cam kết phụng sự mọi người từ ngoài-vào*.

Để xác định công hiến đặc biệt của bạn, hãy xem xét những câu hỏi sau:

- Bạn nhận thấy ba năng lực tốt nhất của mình là gì? Mọi người đánh giá năng lực tốt nhất của bạn là gì?
- Bạn đam mê nhất điều gì? Có khi nào bạn lâm vào trạng thái mà ở đó mà bạn cảm thấy hoàn toàn tập trung tới mức thời gian như ngừng lại?

- Công việc nào khiến bạn thấy hứng thú nhất? Bạn muốn làm điều gì để kiếm sống nếu tiền không phải là mục tiêu?
- Bạn làm gì nếu không sợ thất bại?
- Có người nào khiến bạn muốn học tập sự nghiệp của họ không?

Từ bỏ những thứ không phù hợp với lĩnh vực độc nhất của bạn

Một trong những quyết định khó khăn nhất – và cần thiết nhất – là bỏ qua những cơ hội đến với bạn. Đó là những cơ hội có thể trong khu vực bạn nhận ra mình có năng lực, nhưng lại không phải trong lĩnh vực mà bạn có thể đóng góp độc nhất.

Đánh cược tất cả

Nếu bạn quyết tâm tạo nên đóng góp độc nhất, bạn cần phải đánh cược tất cả. Vào một thời điểm nào đó trong cuộc đời bạn, nó có thể là tất cả vì gia đình bạn. Vào một thời điểm khác, nó có thể là tất cả vì công việc mà bạn yêu thích.

TUẦN 6: Hãy tự hỏi “Tôi có đang tạo ra công hiến đặc biệt?” khi thực hiện bất cứ nhiệm vụ nào

Trong suốt tuần 6, luôn tự hỏi mình trong cuộc sống cá nhân và công việc “Tôi có đang tạo ra những đóng góp đặc biệt hay không? Hãy viết một cuốn *Nhật ký đóng góp* về những hoạt động mỗi ngày của bạn. Bạn có chú ý tới những vấn đề mà người khác có thể giải quyết tốt, thậm chí tốt hơn bạn không? Hay bạn có điều chỉnh những nguồn lực khan hiếm trong cuộc sống của mình (thời gian, năng lượng) để hướng tới những hoạt động có thể nâng cao thiên hướng riêng biệt của bạn?

MỖI NGÀY BẠN CÓ HOÀN THIỆN HƠN KHÔNG?

Đừng bao giờ ngừng học hỏi

“Nếu bạn muốn thành công, nếu bạn muốn gạt hái những thành tựu nổi trội, hãy ngồi xuống và đọc – vào bất cứ lúc nào” – Charlie Munger

“Tôi chỉ có đọc và đọc. Tôi đọc suốt ngày” – Warren Buffet

“Nếu một người đầu tư tiền bạc vào tri thức, không ai có thể lấy cắp nó. Đầu tư vào tri thức luôn đem lại lợi tức tốt nhất” – Benjamin Franklin

Khi Tiger Woods đang trên đỉnh cao thành công vào năm 2002, Woods quyết định cải thiện lại cú swing của mình. Trong gần 2 năm sau đó, anh không thể thắng được ở bất cứ giải đấu nào. Tuy nhiên, cuối cùng

Woods đã chiến thắng trở lại, đột phá tới một trình độ mà có lẽ chỉ có anh ta mới có thể nghĩ tới. Woods nhớ lại “Mọi người nghĩ rằng việc thay đổi cú swing là hành động ngớ ngẩn sau khi tôi đã giành chiến thắng ở giải Masters với 12 cú đánh như vậy. Tại sao tôi lại phải thay đổi? Ô, tôi nghĩ mình luôn có thể làm tốt hơn”

Tương tự, khi nhóm nhạc The Beatles đang ở đỉnh cao phong độ vào năm 1966, họ có thể tiếp tục với những gì mà họ đang làm và cách họ đang thực hiện, thực sự là vẫn quá tuyệt vời. Tuy nhiên, họ bỗng dưng thông báo là họ sẽ dừng những tour diễn của mình vào cuối mùa hè năm đó. Sau đó, ban nhạc có thể toàn tâm toàn ý tập trung vào những sáng tạo của mình trong phòng thu âm, không còn bị chi phối bởi những tour diễn đầy ánh đèn sân khấu. Kết quả là, tuyệt tác của *nhóm Sgt. pepper's lonely hearts club band* được phát hành vào tháng 6/1967.

Lựa chọn “vòng thân cận” một cách cẩn thận

Vòng thân cận bao gồm gia đình, bạn bè, đồng nghiệp của bạn. Nó cũng bao gồm âm nhạc mà bạn nghe hàng ngày, các phương tiện radio, ti vi, internet ảnh hưởng tới cuộc sống của bạn. Lựa chọn của bạn về vòng thân cận là một quyết định quan trọng.

Những nghiên cứu khoa học đã khẳng định: Bạn thường giống với những người bạn vẫn hay tiếp xúc. Nếu học có thói quen có lợi cho sức khỏe, bạn cũng có thể phát triển và duy trì những thói quen có lợi cho sức khỏe. Ngược lại, nếu họ lười biếng, hoặc có những thói quen tiêu cực, hay uể oải tinh thần, tâm lý,... bạn cũng sẽ trở nên giống như vậy.

TUẦN 7: Mỗi khi thực hiện một nhiệm vụ bất kỳ, hãy tự hỏi “Mỗi ngày tôi có hoàn thiện hơn không?”

Ở Tuần 7, hãy viết một cuốn Nhật ký tiên bộ. Hãy bao quát mọi mặt trong cuộc sống của bạn, ví dụ như chế độ ăn, thể dục, việc sử dụng thời gian, những suy nghĩ, phản ứng của bạn với những tình huống gặp phải.

Hạnh phúc và phụng sự

“Thành công không phải chìa khóa của hạnh phúc. Ngược lại, hạnh phúc mới là chìa khóa của thành công. Nếu bạn yêu công việc bạn đang làm, bạn sẽ thành công” – Albert Schweitzer

“Về lâu về dài, con người chỉ thực sự có được hạnh phúc khi anh ta biết phụng sự/phục vụ. Hạnh phúc bắt nguồn từ điều gì khác sẽ vỡ vụn trong tay bạn, chẳng có giá trị gì” – Theodore Roosevelt

“Bí mật của hạnh phúc và tự do. Bí mật của tự do là dũng khí. Ý nghĩa của dũng khí là phụng sự người khác với tình yêu vô điều kiện” – Thucydides

Tác giả: James Storck

Khoa học đã khẳng định rằng sức khỏe – tâm lý, sinh lý, tình cảm, tình thân – được nâng cao nhờ phụng sự người khác. Nếu bạn phục vụ bằng tình yêu, năng lượng cuộc sống của vũ trụ sẽ vây quanh bạn.