

CHUYÊN ĐỀ 6: KỸ NĂNG XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VÀ TÁC PHONG CHUYÊN NGHIỆP

1. Giới thiệu

Quá trình xây dựng hình ảnh và tác phong chuyên nghiệp chính là quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân. Đồng thời, cụm từ “thương hiệu cá nhân” được sử dụng rộng rãi hơn “hình ảnh và tác phong chuyên nghiệp”. Chính vì vậy, trong chương 3, tác giả sẽ sử dụng cụm từ “thương hiệu cá nhân” thay cho cụm từ “hình ảnh và tác phong chuyên nghiệp”.

Hiểu một cách đơn giản, thương hiệu cá nhân là một tính cách riêng có thể thúc đẩy một nhóm đối tượng công chúng nào đó cảm thấy thích thú với giá trị, cũng như chất lượng mà tính cách đó thể hiện.

Xây dựng thương hiệu cá nhân là cái cách làm cho người khác chấp nhận tính cách của bạn bắt đầu từ khi họ để ý đến bạn trong môi trường cá nhân hoặc trong môi trường công việc. Một thương hiệu cá nhân không phải là chính bạn, nó là sự phản ánh tính cách và năng lực của bạn. Nhưng không có nghĩa là bạn đang đánh mất chính mình, nó là việc định hình tính cách riêng vốn có của mình thích ứng với sự chấp nhận của một nhóm công chúng mà bạn muốn.

Vấn đề then chốt trong Xây dựng thương hiệu cá nhân là

- Chính bạn là người xây dựng thương hiệu cho chính mình, không ai có thể làm thay bạn;

- Bạn phải có khả năng ảnh hưởng đến mọi người để họ chấp nhận bạn là ai theo cách mà bạn mong muốn dựa trên những điểm mạnh, những giá trị, những mục tiêu và những cá tính riêng của bạn.

Thương hiệu cá nhân là sự hòa hợp của mơ ước, mục đích sống, các giá trị, niềm đam mê, năng lực, nét độc đáo, tài năng, chuyên môn, đặc điểm và sở thích của bạn. Quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân là hành trình hướng tới cuộc sống hạnh phúc và thành công. Trong quá trình xây dựng hình ảnh và tác phong, bạn thể hiện rõ nét nguồn năng lượng tích cực và luôn phản ánh con người thật. Quá trình này cần được xây dựng một cách hệ thống, đích thực và toàn diện theo công thức sau

Tầm nhìn + hiểu biết bản thân + tự học hỏi + luôn suy nghĩ + thay đổi tư duy + chính trực + hạnh phúc + đam mê + chia sẻ + tin tưởng + tình yêu = xây dựng thương hiệu cá nhân đích thực.

Tình yêu là một yếu tố quan trọng trong công thức xây dựng thương hiệu cá nhân. Đó chính là tình yêu bản thân, tình yêu dành cho những người khác và tình yêu dành cho những công việc mình làm. Tình yêu dành cho bản thân không được ít

hơn tình yêu dành cho người khác hoặc những công việc khác. Theo Abraham Maslow nhà tâm lý học người Mỹ, “Chúng ta chỉ có thể tôn trọng người khác khi tôn trọng chính mình. Chúng ta chỉ có thể cho người khác khi biết chính mình. Chúng ta chỉ yêu được người khác khi biết yêu bản thân”. Nếu không biết rõ mình là ai, bạn sẽ khó yêu thương chính mình và người khác. Trước tiên, bạn cần tạo mối quan hệ cảm xúc tích cực với bản thân và phàm phá bản thân rất thú vị. Mặt khác, bạn không tạo được mối liên hệ cảm xúc tích cực với bản thân hoặc không nhận ra sự thú vị của chính mình thì không tạo được mối liên hệ cảm xúc với người khác. (Hubert K. Rampersad, 2008)

2. Tám quy luật của Xây dựng thương hiệu cá nhân

Quy luật của chi tiết hóa: Một thương hiệu phải tập trung thật chính xác và chi tiết vào chỉ một hoặc điểm mạnh chính, hoặc tài năng nổi bật nhất, hoặc thành tựu quan trọng nhất. Bạn có thể chi tiết hóa theo một trong những cách sau: năng lực, hành vi, phong cách sống, tầm nhìn,...

Quy luật của lãnh đạo: Đối với một thương hiệu cá nhân, bạn phải có được quyền lực và sự tín nhiệm của nhóm công chúng của riêng mình, có tầm ảnh hưởng không nhỏ đến nhóm người ấy. Khả năng lãnh đạo xuất phát từ những tài năng của bạn, vị trí hiện tại của bạn và sự công nhận của nhóm công chúng đối với bạn.

Quy luật của cá tính riêng: Một thương hiệu phải được xây dựng trên nền tảng những cá tính và những hạn chế của cá nhân. Nó là cách để tháo bỏ những áp lực mà Quy luật của lãnh đạo đã nêu; bạn luôn luôn tốt nhưng bạn không phải là người hoàn hảo.

Quy luật của sự khác biệt hóa: Một thương hiệu cá nhân hiệu quả luôn cần phải được khẳng định là khác biệt đối với đối thủ cạnh tranh của mình. Nhiều nhà tiếp thị đã xây dựng những thương hiệu ở khoảng giữa vì không muốn làm mất lòng ai và muốn thu hút được đông đảo công chúng yêu thích. Thế nhưng cách làm đó làm cho thương hiệu thất bại bởi trong một thị trường với nhiều thương hiệu, thì thương hiệu như vậy sẽ không được nhận ra.

Quy luật của sự dễ nhận dạng: Để thành công, một thương hiệu cá nhân phải được gợi nhắc lặp đi lặp lại liên tục, cho đến khi nó tự động ghi dấu một cách có ý thức vào trong đầu của nhóm công chúng mục tiêu. Sự dễ nhận dạng tạo ra khả năng thừa nhận về chất lượng. Người ta cho rằng bởi vì họ phải liên tục thấy một người và hiển nhiên người ấy sẽ trở nên nổi bật hơn và đáng tin tưởng hơn so với những người khác.

Quy luật của sự thống nhất: Một cá nhân ẩn sau một thương hiệu phải thống nhất và thực hiện theo đạo đức và hành vi đã được xây dựng từ trước cho thương hiệu cá nhân đó. Lúc đó, tính cách cá nhân phải phản ánh được bản chất thương hiệu trong công chúng.

Quy luật của sự bền bỉ: Bất cứ một thương hiệu cá nhân nào cũng cần thời gian để phát triển. Hãy kiên nhẫn chăm sóc cho thương hiệu cá nhân của bạn.

Quy luật của thiện chí: Một thương hiệu cá nhân sẽ được kéo dài hơn nếu cá nhân ẩn đằng sau thương hiệu ấy biết cách củng cố tốt thương hiệu. Cá nhân phải biết tạo ra một ý tưởng đầy thiện chí đối với công chúng mục tiêu của mình, để từ đó có được sự ủng hộ tích cực hơn từ họ.

3. Lợi ích của Xây dựng thương hiệu cá nhân và yếu tố dẫn đến Xây dựng thương hiệu cá nhân không hiệu quả

3.1. Lợi ích của Xây dựng thương hiệu cá nhân

- Gia tăng sự tự tin của chính bạn;
- Làm tăng giá trị những gì bạn đã làm;
- Dễ thu hút và duy trì mối quan hệ tốt với những đối tượng tiếp xúc xung quanh mình;
- Tăng khả năng nhận dạng của bản thân trước nhóm công chúng mục tiêu;
- Giúp bạn đạt được hiện trạng “top of mind” trong tâm trí của những người xung quanh;
- Tạo sự khác biệt rõ giữa bạn và những đối thủ cạnh tranh;
- Thu hút thêm những nhóm công chúng mới, đồng thời duy trì quan hệ tốt với nhóm công chúng hiện tại;
- Dễ dàng được công chúng ủng hộ khi mở rộng sang những lĩnh vực khác;
- Thuận lợi trong việc đạt được mục tiêu của cá nhân và mục tiêu công việc;
- Gia tăng sự ủng hộ của mọi người đối với mỗi quyết định của bạn;
-

3.2. Yếu tố dẫn đến Xây dựng thương hiệu cá nhân không hiệu quả

Theo (Peter Montoya, 2005), xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ không có hiệu quả nếu

- Bạn muốn che đậy sự bất tài của cá nhân;
- Bạn muốn dễ dàng nổi tiếng;
- Bạn muốn thành công mà không phải lao động vất vả.

4. Tiêu chuẩn Xây dựng thương hiệu cá nhân

(1) **Tính xác thực:** Tính xác thực là thương hiệu của từ chính bạn. Bạn là CEO của chính bạn. Bạn nên xây dựng thương hiệu dựa trên nhân cách của mình.

Thương hiệu đó phản ánh tính cách, hành vi, giá trị và tầm nhìn của bạn. Nó phản được gắn liền với tham vọng cá nhân;

(2) **Tính chính trực:** Bạn nên tuân theo những quy tắc ứng xử và đạo đức của chính mình;

(3) **Tính nhất quán:** Bạn cần nhất quán trong hành vi ứng xử của chính mình. Quá trình này đòi hỏi sự can đảm;

(4) **Chuyên môn:** Tập trung vào một lĩnh vực chuyên môn. bạn nghiêm túc tập trung vào một khả năng chính hoặc kỹ năng độc đáo. Nếu không có kỹ năng chuyên môn, tài năng và trí thông minh thì bạn sẽ không trở nên độc đáo, đặc biệt hoặc khác biệt;

(5) **Uy tín:** Uy tín được nhận biết như một chuyên gia trong một lĩnh vực cụ thể, là người có kinh nghiệm;

(6) **Nét đặc biệt:** Nét đặc biệt sẽ giúp phân biệt bản thân với những người khác nhờ thương hiệu cá nhân với những nét độc đáo của cá nhân;

(7) **Sự phù hợp:** Bạn phải gắn kết những điều đại diện với các nhu cầu quan trọng của người khác;

(8) **Tầm nhìn:** Tầm nhìn của bạn phải luôn được quảng cáo rộng rãi, nhất quán và liên tục trong một thời gian dài cho đến khi in sâu trong tâm trí của những người khác;

(9) **Tính kiên trì:** Bạn cần có thời gian để phát triển thương hiệu cá nhân một cách hệ thống và luôn gắn liền với nó. Bạn không bao giờ được bỏ cuộc, luôn tin tưởng vào bản thân và phải kiên trì trong nhiều năm;

(10) **Thiện chí:** Mọi người đều muốn giao tiếp với những người mà họ có cảm tình. Thương hiệu cá nhân sẽ tạo ra những kết quả tốt đẹp và tồn tại lâu dài nếu bạn đánh giá đúng đắn. Đồng thời, bạn nên gắn kết bản thân với những giá trị tích cực;

(11) **Sự thực hiện:** Đây là yếu tố quan trọng nhất sau khi thương hiệu cá nhân xuất hiện. Nếu bạn không thực hiện đúng những điều đã cam kết và không tiếp tục hoàn thiện bản thân thì thương hiệu cá nhân là sự giả tạo.

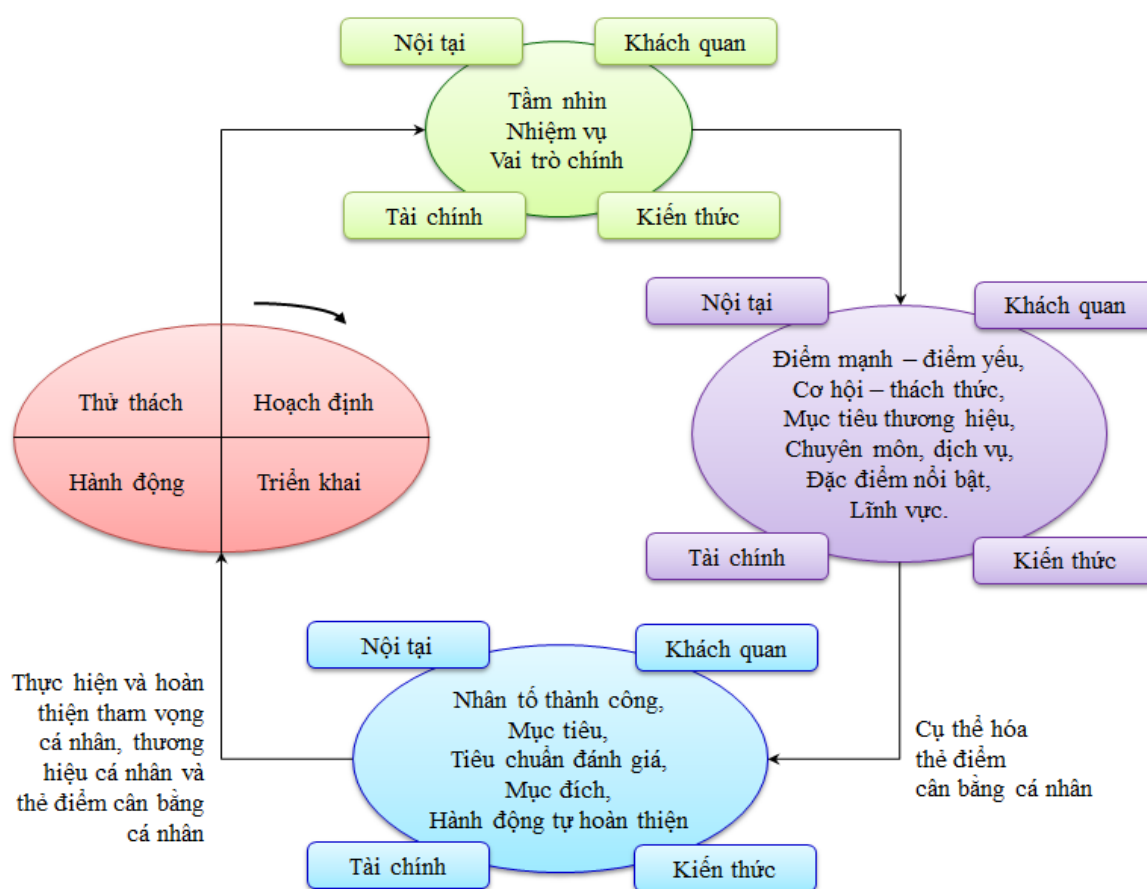
Khi bạn xây dựng được thương hiệu theo những tiêu chí trên và hành động theo đúng những điều đã cam kết thì thương hiệu cá nhân của người đó sẽ khác biệt với những thương hiệu của cá nhân khác. Xây dựng thương hiệu cá nhân đích thực là hành trình có hệ thống và là cuộc cách mạng. Bạn nên bắt đầu bằng quá trình xác định mình là ai dựa trên ước mơ, tầm nhìn, sứ mệnh, triết lý sống, các giá trị, dấu ấn riêng và hiểu biết về bản thân.

5. Bản đồ xây dựng thương hiệu cá nhân

(1) Xác định và cụ thể hóa tham vọng cá nhân

Bạn xác định và cụ thể hóa tham vọng cá nhân một cách thuyết phục và khiến nó càng trở lên rõ ràng. Tham vọng cá nhân của bạn chính là linh hồn, điểm khởi đầu, ý tưởng cốt lõi và những nguyên lý cơ bản dẫn đường cho thương hiệu cá nhân. Nó là động cơ cho thương hiệu của bạn và bao gồm tầm nhìn, sứ mệnh, vai trò chính của cá nhân bạn. Nó gắn bó chặt chẽ với bốn khía cạnh gồm nội tại, khách quan, kiến thức và tài chính. Bốn khía cạnh này nên cân bằng với nhau hình 8.1, tạo ra sự cân bằng trong thương hiệu và trong cuộc sống của bạn. Bạn cần nhận biết bản thân, tìm hiểu ước mơ của bạn là gì, bạn là ai, bạn đại diện cho điều gì, điều gì khiến bạn độc đáo; đặc biệt, khác biệt so với những người khác, đâu là các giá trị của bạn.

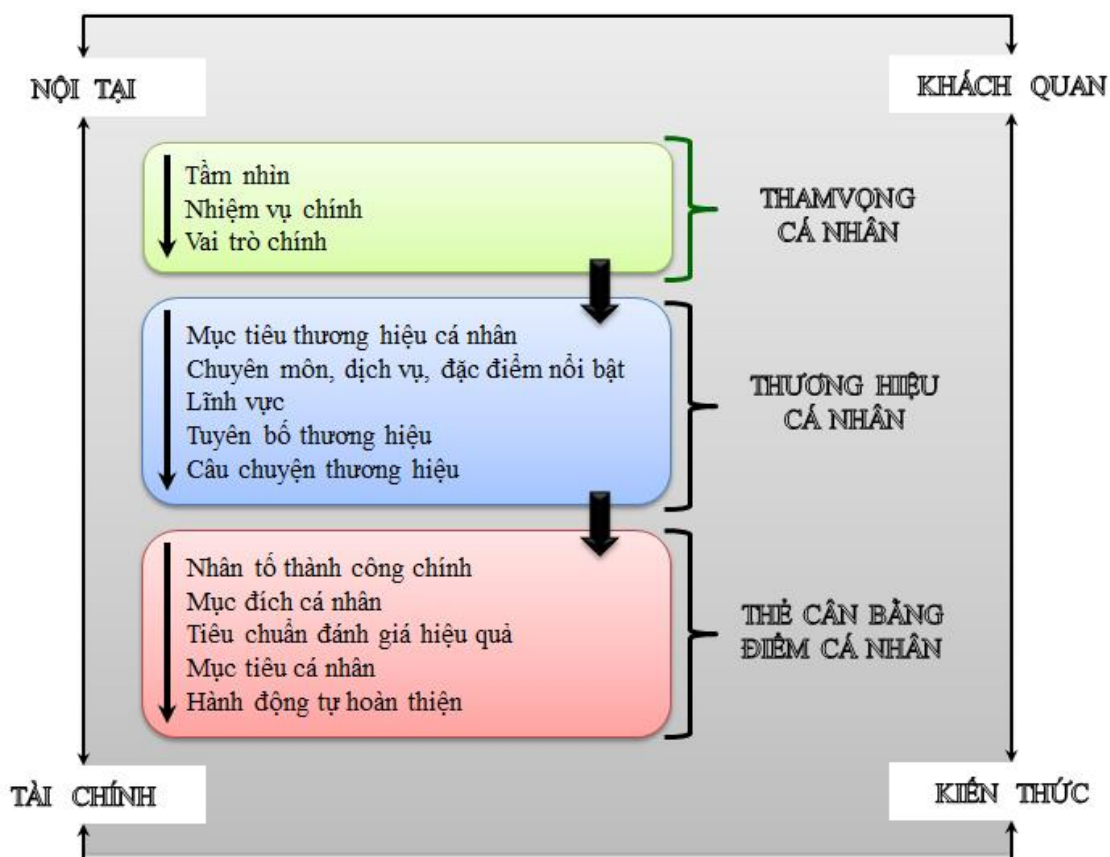
Bạn có thể nhân đôi cơ hội hoàn thiện thương hiệu của bạn bằng cách viết nó ra giấy. Cụ thể hóa là yếu tố quyết định giúp bạn có thể xây dựng thành công một thương hiệu mạnh. Hãy dành thời gian để suy nghĩ về cuộc sống của bạn và viết ra bản tuyên bố về tham vọng cá nhân của mình.



Hình 8.1 – Mô hình xây dựng thương hiệu cá nhân (Hubert K. Rampersad, 2008)

(2) Xác định và cụ thể hóa thương hiệu cá nhân

Giai đoạn này bao gồm việc xác định và cụ thể hóa lời cam kết thương hiệu cá nhân đích thực. Những điều này nên phù hợp, nhất quán, cô đọng, ý nghĩa, thú vị, gây cảm hứng, bền vững, rõ ràng, đầy tham vọng, thuyết phục và dễ nhớ. Bạn nên dùng lời cam kết này làm tâm điểm trong cách ứng xử và các hành động của mình. Bạn nên dành thời gian viết ra lời tuyên bố về thương hiệu cá nhân. Lời tuyên bố này phải hòa hợp với tham vọng cá nhân, tạo ra một câu chuyện có liên quan về thương hiệu cá nhân đầy thuyết phục để phát triển thương hiệu của “chính bạn”. Trước hết, hoàn thành bản phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của cá nhân. Kết quả của bản phân tích xác định phong cách sống của bạn, liên quan tới tham vọng cá nhân và mục đích của thương hiệu. Mục đích thương hiệu đòi hỏi mong muốn của bạn để thực hiện thương hiệu cá nhân. Mong muốn của bạn nên liên kết với bốn khía cạnh là: nội tại, khách quan, kiến thức và tài chính.



Hình 8.2 – Mô hình xây dựng thương hiệu cá nhân đích thực

(Hubert K. Rampersad, 2008)

Bạn cũng cần phải quyết định lĩnh vực chuyên môn của mình và tập trung vào một khả năng chính, xác định cụ thể nhiệm vụ chính, đặc điểm chính, nổi bật và mạnh mẽ nhất của bạn. Tuyên bố thương hiệu cá nhân của bạn phải là sự kết hợp của tham vọng cá nhân, mục đích của thương hiệu, chuyên môn, đặc điểm nổi bật, lĩnh vực bạn theo đuổi và lời tuyên bố về giá trị độc đáo của bạn. Bước tiếp theo trong giai đoạn này là nghĩ ra một câu chuyện về thương hiệu cá nhân của bạn. Đây chính là bản chất của những điều bạn muốn nói về thương hiệu cá nhân của mình nhằm tạo ra phản hồi tích cực.

(3) Thẻ điểm cân bằng cá nhân

Bạn cần phải tập trung phát triển một kế hoạch hành động thống nhất dựa trên tham vọng cá nhân và thương hiệu cá nhân nhằm đạt được mục tiêu thương hiệu, loại trừ những yếu tố tiêu cực. Đó chính là việc chuyển tải tham vọng cá nhân và thương hiệu cá nhân của bạn vào thẻ điểm cân bằng cá nhân hành động. Bạn nên nhớ rằng, có tầm nhìn mà không hành động thì chỉ là ảo tưởng, còn nếu không tiếp tục hoàn thiện thương hiệu cá nhân trên cơ sở thẻ điểm cân bằng cá nhân thì thương hiệu cá nhân của bạn chỉ là sự phù phiếm, bạn sẽ không phát triển bền vững tiềm năng của mình và tiếp thị thành công. Thẻ điểm cân bằng cá nhân đòi hỏi các yếu tố thành công chính liên quan đến tham vọng cá nhân và thương hiệu cá nhân của bạn, phù hợp với các yếu tố khách quan, tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả, mục tiêu và các hành động tự hoàn thiện hình 8.2 và được chia thành bốn khía cạnh: nội tại, khách quan, kiến thức và học hỏi, tài chính. Thẻ điểm cân bằng cá nhân biến tham vọng cá nhân và thương hiệu cá nhân của bạn các mục tiêu cá nhân hợp lý và quản lý được, thành những giai đoạn quan trọng, những hành động tự hoàn thiện. Bạn nên không ngừng tự hoàn thiện và quản lý thẻ điểm cân bằng cá nhân của mình dựa vào tham vọng cá nhân và thương hiệu cá nhân. Bạn cần sử dụng nó để tự hoàn thiện, thực hiện các mục tiêu của mình, giữ vững đường lối phát triển, ghi nhận những thông tin chính về thương hiệu, khảo sát kỹ càng cuộc sống và thương hiệu của bạn, xác định các hướng đi mới, xây dựng mạng lưới giao tiếp, xác định số lượng, báo cáo những việc đã hoàn thành chính, v.v... Một trong các kết quả đạt được qua việc ứng dụng mô hình xây dựng thương hiệu cá nhân đích thực là tạo nên sự cân bằng giữa khả năng phân tích, suy luận logic định lượng hoạt động đối với khả năng về trực giác, cảm xúc, tinh thần, lý trí.

(4) Thực hiện và hoàn thiện tham vọng cá nhân, thương hiệu cá nhân và thẻ điểm cân bằng cá nhân

Bạn cần làm là thực hiện, duy trì và hoàn thiện tham vọng, thương hiệu và thẻ điểm cân bằng cá nhân của mình thật hiệu quả. Bạn cần gắn kết thương hiệu cá nhân với tình yêu và lòng đam mê, chấp nhận sự thay đổi, hoàn thiện những giá trị của bạn trên thị trường và không ngừng hoàn thiện bản thân. Bên cạnh đó, bạn hãy cố gắng xây dựng uy tín và trở thành chuyên gia trong lĩnh vực của mình. Bạn hãy

truyền đạt các thông điệp qua các phương tiện thông tin đại chúng, làm những công việc yêu thích, nhất quán với thương hiệu cá nhân và các giá trị của mình, thu thập thêm kinh nghiệm, trau dồi bản thân, thường xuyên, kiên trì quảng bá thương hiệu, lựa chọn kỹ lưỡng những người để kết giao, xây dựng mạng lưới vững mạnh, đưa ra và thực hiện đúng lời cam kết về thương hiệu.

Phần này sẽ giới thiệu một chu trình học tập rất độc đáo có tên gọi là Hoạch định - Triển khai - Hành động - Thử thách. Bạn nên liên tục làm theo chu trình này để tăng những nhận thức về thương hiệu của bạn. Để hài hòa tham vọng cá nhân, thương hiệu cá nhân và thể điểm cân bằng cá nhân, bạn phải áp dụng chu trình Hoạch định - Triển khai - Hành động - Thử thách trong cuộc hành trình hướng tới sự tự nhận thức, niềm vui, lòng tự trọng và hạnh phúc. Lòng tự trọng chính là cách bạn nhìn nhận bản thân còn xây dựng thương hiệu cá nhân chính là cách mọi người đánh giá bạn.

Một khi thực hiện thương hiệu cá nhân, bạn nhớ phải duy trì nó. Bạn cần thực hiện chọn lọc lời cam kết thương hiệu cá nhân, tính toán những việc làm được và không làm được, điều chỉnh nếu thấy cần thiết. Bạn nên tiếp tục hoàn thiện lời cam kết bằng việc thấu hiểu bản chất sự vật, thách thức mới và kinh nghiệm mới. Luôn có nhiều thương hiệu cạnh tranh sẵn sàng lấp những khoảng trống bạn bỏ qua. Bạn càng tăng cường sức mạnh, duy trì, bảo vệ và hoàn thiện thương hiệu của mình thì thành công càng nhanh chóng đến với bạn. Bạn cần thường xuyên cập nhật thông tin để biết được những thử thách mới mà bạn phải đương đầu, các kinh nghiệm bạn đã trải qua cùng sự phát triển của bản thân và của thương hiệu cá nhân. Bạn phải liên tục lặp lại chu trình Hoạch định - Triển khai - Hành động - Thử thách. Nếu xây dựng được một thương hiệu cá nhân tốt theo phương pháp đáng tin cậy này, bạn sẽ thu hút được những con người và cơ hội phù hợp nhất đến với bạn, đồng thời sẽ thực hiện được mục đích thương hiệu và mục đích sống của mình.

(5) Gắn kết tham vọng cá nhân, thương hiệu cá nhân với các hành vi và hành động; gắn kết với chính bản thân

Một câu chuyện thương hiệu cá nhân thuyết phục, một lời chào hàng hiệu quả và một lời xác nhận giá trị độc đáo sẽ khiến bạn trở thành một người chiến thắng vĩ đại hoặc một kẻ chiến bại thảm hại khi thương hiệu cá nhân của bạn không phản ánh được tính cách thật sự của bạn hoặc khi bạn không thực hiện đúng những điều bạn đã cam kết. Không thực hiện những gì bạn đã cam kết chắc chắn sẽ dẫn tới hậu quả là danh tiếng và sự nghiệp của bạn sẽ bị sụp đổ. Do đó, bạn hãy điều chỉnh bản thân, sống và làm theo cam kết thương hiệu đích thực của bạn và phải chắc chắn rằng bạn có thể làm được. Nếu bạn không làm được việc này, xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ trở thành một công việc giả tạo, ích kỷ, vị kỷ, tham lam và xấu xa. Mọi người quý mến bạn vì lời nói của bạn và cách bạn thực hiện những điều bạn nói. Nếu bạn hứa sẽ làm một việc gì đó thì bạn nên thực hiện việc đó. Mỗi lần

bạn tạo nên hay phá bỏ một cam kết là bạn đang tạo ảnh hưởng lên hình ảnh thương hiệu cá nhân của mình. Nếu bạn phá bỏ một điều mà bạn đã hứa với bản thân thì bạn không tạo ra được sức thu hút cá nhân, tính chính trực, là những thứ có ảnh hưởng đến thương hiệu của bạn. Bạn phải luôn sống nhất quán với những giá trị, bộc lộ tính chính trực và tinh thần trách nhiệm của mình. Một thương hiệu cá nhân được xây dựng từ những lời nói dối sẽ nhanh chóng sụp đổ. Ngược lại, một thương hiệu được xây dựng trên tính cách thật sự của một người sẽ bền vững, mạnh mẽ. Một người đánh giá cao những quyền lợi của mình hơn cả những quy tắc sẽ nhanh chóng mất cả hai Dwight Eisenhower.

Lòng tin sẽ được xây dựng nhanh hơn khi mọi người tin tưởng vào con người thật của bạn và khi họ nhận thấy bạn tin ở chính mình và đang gắn kết với chính con người thực của mình. Bạn chỉ xây dựng được lòng tin khi các giá trị của bạn phù hợp với thái độ và hành động của bạn. Bạn nên nhớ rằng, mối quan hệ thương hiệu quan trọng nhất của bạn là với chính mình, chứ không chỉ là thể hiện trước những người khác. Việc xây dựng lòng tin bắt đầu với con người thật của bạn. Sự cân bằng hợp lý giữa tham vọng cá nhân/thương hiệu cá nhân với hành vi và hành động của bạn tạo ra nền tảng vững chắc cho lòng tin. Đó là sự gắn kết với chính con người bạn. Sự gắn kết nội tại này là một bước quan trọng trong việc gìn giữ lâu bền sự phát triển cá nhân, tăng cường tính trung trực, lòng trung thực, sự đáng tin cậy, sự chính trực và uy tín cá nhân.

Khi bạn trở thành người có uy tín, bạn cũng sẽ tạo được ảnh hưởng tích cực đối với lòng trung thành, động lực và sự cống hiến của những người xung quanh. Từ đây, sự thăng tiến cá nhân của bạn dựa trên thương hiệu cá nhân sẽ dễ dàng, vững chắc và thành công hơn rất nhiều. Với cách làm này, hình ảnh của bạn điều mọi người khác phân biệt bạn sẽ hài hòa với thương hiệu cá nhân người khác nhận thức về bạn như thế nào; nó chính là sự phản ánh thương hiệu của bạn. Sự gắn kết này của tham vọng/thương hiệu với hành vi của bạn là cần thiết bởi vì nếu bạn không thực hiện theo cam kết thương hiệu thì sẽ có ảnh hưởng tiêu cực đến danh tiếng và gây hại cho thương hiệu cá nhân của bạn. Vì vậy, điều khôn ngoan là luôn luôn hứa ít và làm nhiều. (Hubert K. Rampersad, 2008)

6. Xây dựng thương hiệu trong học tập

Ai cấp sách đến trường chắc cũng từng mong muốn được ngợi khen là “học giỏi”. Học giỏi không chỉ có nghĩa là được điểm cao. Vì điểm số đôi khi chỉ là một trong những bằng chứng cho thấy bạn trình bày những điều bạn hiểu biết lưu loát đến đâu. Khái niệm “học giỏi” được đưa ra bàn luận là sự hiểu biết các kiến thức một cách sâu rộng và có hệ thống, là khả năng vận dụng lý thuyết vào thực tiễn cuộc sống.

Trong quá trình học tập, điểm số cao sẽ khiến bạn thêm tự tin và có nhiều sự lựa chọn hơn trong cuộc sống. Nếu điểm số học tập của bạn xuất sắc, bạn sẽ có

những cơ hội giành được học bổng. Điều đó đồng nghĩa với việc giúp giảm bớt gánh nặng chi phí cho gia đình và bản thân, giúp bạn tập trung nhiều hơn vào việc học, thay vì phải nhọc nhằn kiếm việc làm thêm. Như vậy, chúng ta học giỏi không chỉ có lợi cho riêng mình, mà còn cho gia đình, cộng đồng, xã hội.

6.1. Tiêu chí giáo dục của UNESCO

UNESCO đã đưa ra bốn tiêu chí ý nghĩa và xác đáng cho giáo dục thế giới như sau: “Học để hiểu biết. Học để làm việc. Học để chung sống. Học để khẳng định bản thân”. (Huỳnh Ngọc Phiên, Trương Thị Lan Anh, & Nguyễn Thị Ngọc Bích, 2011)

Học để hiểu biết

Học là việc cả đời, là một quá trình tìm hiểu, thu nhận, tích lũy kiến thức từ thầy cô, bạn bè, trên tư liệu sách vở và ở ngoài cuộc sống. Kiến thức nhân loại vô cùng phong phú, khoa học kỹ thuật không ngừng phát triển. Có nhiều vấn đề nảy sinh trong cuộc sống cần được chúng ta giải quyết và tiếp thu. Những điều ta biết chỉ là giọt nước nhỏ, trong khi điều chưa biết lại là biển rộng mênh mông. Vì vậy, còn vô số miền tri thức cần được chúng ta khám phá, học hỏi. Việc học trước hết là hướng đến mục đích lấy kiến thức, để thế giới xung quanh mở ra một cách sáng tỏ trước mắt chúng ta, giúp chúng ta lật mở mọi khía cạnh của cuộc sống muôn màu.

Học để làm việc

“Học phải đi đôi với hành, lý luận phải gắn liền với thực tế” Hồ Chí Minh rất ý nghĩa đối với việc học tập ngày nay. Khi kết hợp song song học và hành thì việc học mới thực sự có ích. Làm việc dựa trên những kiến thức đã học vừa là mục đích vừa là phương pháp học tập. Hai động thái này là tiền đề của nhau, lại vừa bổ sung cho nhau để hoàn thiện con người chúng ta.

Học để chung sống

Việc học mang lại cho con người ta nhiều lợi ích, cụ thể là tăng thêm sự hiểu biết về đạo lý làm người, cách đối nhân xử thế, cách ứng xử với mọi người chung quanh... Trong quá trình học tập, chúng ta sẽ tiếp cận nhiều bài học về đạo đức, nhiều câu chuyện về lòng nhân hậu, từ đó hình thành ý thức rèn luyện nhân cách, vươn đến chân thiện mỹ. Chúng ta được khuyến khích làm việc tốt giúp đỡ mọi người xung quanh, trau dồi những đức tính tốt và cần thiết trong cuộc sống: siêng năng, chăm chỉ, hiếu thảo, nhân nghĩa... Hơn thế nữa, một khi có văn hóa, có đạo đức chúng ta sẽ biết cách hòa nhập và thích ứng nhanh với môi trường khác nhau của xã hội. Đó là cách học được cách chung sống.

Học để khẳng định bản thân

Việc học giúp bạn biết rằng với sự nỗ lực hết mình và với kiến thức ngày càng rộng mở, bạn có thể làm được những việc lớn lao, hoàn thành những tâm

nguyện mà trước đó bạn cứ nghĩ chỉ là ảo tưởng. Khi làm được một điều gì đó tức là bạn không chỉ hoàn thành mục tiêu đặt ra mà quan trọng là bạn đã vượt qua sự trì trệ, ngại khó, thói quen chần chừ hay nỗi lo sợ của chính mình để vươn lên. Bạn đã vượt qua chính mình để tự khẳng định mình ở cấp độ cao hơn. Hơn thế nữa, việc học giúp bạn có suy nghĩ tốt đẹp, có ý chí cầu tiến, cố gắng học hỏi và làm việc không ngừng để góp phần làm thế giới này hoàn thiện và đáng sống hơn.

6.2. Đặt mục tiêu trong học tập

Bước đầu tiên trong quá trình xây dựng thương hiệu của sinh viên là đặt mục tiêu trong học tập. Biến mục tiêu thành hiện thực là chuyện không dễ dàng. Bạn phải cùng lúc hoàn thành nhiều mục tiêu khác nhau. Hãy chia nhỏ những mục tiêu học tập theo thứ tự ưu tiên và bắt đầu với những mục tiêu ưu tiên nhất hoặc thực tế nhất. Bằng cách này, bạn sẽ nhận thấy rằng mình làm được nhiều việc hơn.

Bạn hãy cầm bút lên và ghi những mục tiêu của mình như sau

* **Thiết kế mục tiêu của chính mình**

Bước 1: Bắt đầu vào thời điểm **20 năm tới**, tính từ bây giờ. Lúc đó bạn mong ước sẽ đạt được những mục tiêu nào? Hãy viết ra những điều mà bạn có thể muốn làm, muốn có, hay muốn hoàn thành trong 20 năm nữa. Nếu bạn còn chưa chắc chắn thì có mơ mộng một chút cũng chẳng sao. Không ai có thể nói chắc như đinh đóng cột tương lai mình sẽ như thế nào nên hãy cứ việc tưởng tượng và suy đoán. Hãy viết ra. Thà bạn cứ cho mình những mục tiêu mà có lẽ bạn sẽ thay đổi sau này, còn hơn là chẳng có được một mục tiêu nào cả.

Bước 2: Bạn đã có mục tiêu trong 20 năm tới rồi. Hãy nhớ là bạn chỉ có thể đạt được những mục tiêu của mình nếu bạn đặt ra chúng. Bây giờ hãy nghĩ về **5 năm tới**. Bạn sẽ cần phải hoàn thành những gì trong 5 năm để có thể đạt được những mục tiêu mà bạn đã đặt ra cho 20 năm tới?

Bước 3: Chúng ta tiến dần tới hiện tại. Phần này xét đến những mục tiêu của bạn trong vòng **6 tháng tới**. Để đạt được những mục tiêu trong 5 năm nữa thì bạn sẽ cần phải đạt được những gì trong 6 tháng tới?

Bước 4: Cuối cùng, bạn hãy đặt ra những mục tiêu ngay lúc này. Bạn biết mình muốn làm gì trong 20 năm, 5 năm và 6 tháng rồi. Bây giờ là lúc bạn cần nghĩ đến những việc cần làm trong **tuần tới** để đạt được những mục tiêu 6 tháng. Hãy tiếp tục viết ra.

Bước 5: Hãy viết ra ít nhất **5 lý do** vì sao những mục tiêu đó lại **quan trọng** với bạn và viết ra **3 điều không hay có thể xảy đến** cho bạn nếu bạn không đạt được những mục tiêu đó.

Hành động của bạn hôm nay sẽ dẫn đến kết quả của ngày mai. Những gì sẽ xảy ra ở tương lai không phải lúc nào cũng trong tầm kiểm soát của bạn, nhưng bạn

sẽ biết được mình muốn gì và mình đang ở đâu. Đặt ra những mục tiêu dài hạn và ngắn hạn là một cách thông minh để tác động tới tương lai. Bạn đang thiết kế tương lai của mình giống như cách nhà tạo mẫu thiết kế một bộ trang phục mới vậy.

*** Không ngừng khát khao chiến thắng**

Bạn đã viết ra ước mơ về những gì bạn muốn trong cuộc sống. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng chỉ viết ra những ước mơ mà bạn thật sự muốn thực hiện với tất cả sức sống và nghị lực của mình. Chúng ta hãy gọi đó là “ước mơ mạnh mẽ” hay “suy nghĩ có định hướng”. Tất cả thành công trên đời này đều là kết quả của sự suy nghĩ có định hướng vì đó là con đường tốt nhất và có thể là con đường duy nhất để tập trung suy nghĩ. Dù ở bất kỳ hoàn cảnh nào, chúng ta cũng có thể thành công hoặc thất bại, mạnh lên hoặc yếu đi. Tất cả đều phụ thuộc vào sức mạnh tinh thần của bạn. Sự phấn đấu để đạt được những điều mình khát khao sẽ cho bạn một sức mạnh nội tại, một cảm giác năng động để đi hết chiều dài của cuộc đời một cách hoàn mỹ.

*** Xây dựng niềm tin bản thân**

Bạn hoàn toàn có thể xây dựng lòng tự trọng bằng cách tin vào bản thân, tôn trọng mình và tôn trọng người khác. Nếu biết tôn trọng bản thân, biết rõ điểm mạnh và điểm yếu của mình thì bạn đã tặng cho mình món quà lớn nhất. Dựa vào đây, bạn sẽ cảm thấy tự tin, thoải mái và không cần phải chứng minh điều gì cho ai cả. Không sớm thì muộn, mọi người xung quanh sẽ trân trọng bạn một khi họ nhận thấy các đặc điểm tích cực trong tính cách của bạn.

Một khi không tin vào bản thân, không đánh giá mình một cách tích cực, không cảm thấy mình có giá trị, không có khả năng thì bạn sẽ ứng xử và hành động không đúng như những gì bạn tự nghĩ. Khi không tin vào chính mình nghĩa là bạn đã tự đặt giới hạn lên khả năng của bản thân trong việc đối phó với những thay đổi, thách thức trong cuộc đời mình.

*** Tạo động lực thúc đẩy**

Nhiều nhà tâm lý học khẳng định hoạt động học tập của chúng ta được thúc đẩy bởi nhiều động cơ. Chỉ khi nào xác định được động cơ học tập đúng đắn thì bạn mới có thái độ và phương pháp học tập đúng đắn, khoa học. Trước hết, bạn hãy tìm động cơ học tập từ chính mình. Bạn phải tìm kiếm, chỉ rõ động lực nào giúp mình phấn đấu không mệt mỏi, rồi không ngừng bồi dưỡng cho những động lực đó.

Động lực có thể đến từ sự yêu thích. “Thích” ở đây là cảm giác hài lòng khi thực hiện. Sự hài lòng khiến chúng ta hạnh phúc và tự nhiên năng lượng nhiệt huyết sản sinh tràn trề. Bên cạnh đó, động lực khác là “sợ”. Sợ ở đây có thể không phải là sợ sệt, mà có khi chỉ là cảm giác không thoải mái, lo lắng, bồn chồn, hay vì không muốn phiền phức, nhưng cái “sợ” đó khiến chúng ta phải hành động giống như một trách nhiệm. Tất cả những nỗi sợ kiểu như thế khiến chúng ta có động lực làm việc.

*** Hành động là yếu tố quyết định**

Bạn có một ước mơ đẹp. Bạn tin ước mơ ấy sẽ thành sự thực. Nhưng mơ ước mãi mãi là mơ ước nếu nó chỉ xuất hiện loáng thoáng trong suy nghĩ hay các bản kế hoạch của chúng ta. Hãy hành động nếu bạn muốn biến thương hiệu cá nhân thành hiện thực. Hãy để thương hiệu cá nhân của bạn có cơ hội xảy ra, và xảy ra theo đúng cách mà bạn muốn. Bạn không thể nào chiến thắng cuộc đua, trừ khi bạn có can đảm bước vào đường chạy. Hãy thôi nói về những dự định của mình. Hãy bắt tay thực hiện ngay nếu bạn không muốn chúng lụi tàn.

7. Xây dựng thương hiệu cá nhân trong cộng đồng

Tham gia mạng xã hội, diễn đàn, tạo blog riêng cho mình

Đây là bước đầu tiên và đơn giản nhất mà bất cứ ai cũng có thể làm để có thể trở thành “tâm điểm” trong một cộng đồng. Chỉ cần bạn dành thời gian và có một sự đầu tư nhất định về kiến thức chuyên môn, hay xây dựng phong cách, bản sắc cá nhân, bạn có thể gây được nhiều sự chú ý, ngưỡng mộ cho những người khác.

Bạn có thể hoạt động tích cực trên một mạng xã hội nào đó như Facebook, Zing Me,... nơi mà bạn nghĩ giúp bạn định hình tốt nhất cho “phong thái” của mình. Tất nhiên hoạt động tích cực ở đây mang hàm nghĩa đóng góp một điều gì đó hữu ích cho cộng đồng, chứ không phải đơn thuần post lên những câu status nhảm, vô thưởng vô phạt hàng ngày, siêng đi comment tán chuyện với bạn bè hay chăm chỉ cày bừa game trên Facebook. Bạn có thể thành lập ra một nhóm nào đó quy tụ nhiều người cùng chí hướng, hoạt động tích cực và làm cầu nối giữa những người trong nhóm với cộng đồng.

Tương tự, bạn có thể hoạt động tích cực trên một diễn đàn nào đó, tùy thuộc vào thế mạnh và sở thích của mình. Nếu bạn am hiểu về chuyên môn nào đó, có thể tham gia các diễn đàn chuyên môn như diễn đàn tài chính, diễn đàn marketing, diễn đàn mỹ phẩm..., hoặc bạn cũng có thể gia nhập các diễn đàn phục vụ sở thích, như diễn đàn câu cá, diễn đàn nhiếp ảnh, diễn đàn xe vespa... Bằng cách hoạt động tích cực, có nhiều thảo luận và đóng góp có giá trị, bạn được đông đảo những thành viên của diễn đàn đó biết đến, và trở thành “người gây ảnh hưởng” cho một cộng đồng, thậm chí có thể định hướng được dư luận.

Ngoài chuyên môn, bạn cũng có thể định hình cho mình một phong cách riêng thông qua cách viết, cách diễn đạt. Có người thì thể hiện mình là con người thâm trầm, có người tạo nên hình ảnh năng động, có người lại hấp dẫn người khác với sự hài hước, vui tươi.

Thường xuyên viết bài cộng tác với báo chí

Nếu bạn có khả năng viết lách, hãy tham gia cộng tác với một báo, tạp chí... thuộc lãnh vực chuyên môn hay sở trường của mình. Báo chí là tổ chức khách quan

đánh giá năng lực và uy tín của bạn, cho nên việc thường xuyên cộng tác với các báo có uy tín sẽ làm cho mọi người có sự tin nhiệm nhất định đối với bạn

Tư vấn, trả lời thắc mắc về chuyên môn cho cộng đồng

Một cách dễ đi vào lòng người khác là tư vấn, trả lời các thắc mắc cho cộng đồng về một lĩnh vực nào đó mà bạn am hiểu. Cộng đồng sẽ ghi nhận, trân trọng các đóng góp của bạn, và từ đó, bạn có khả năng gây dựng nhiều mối quan hệ tốt, có nhiều đầu mối làm ăn... từ chính những người tin nhiệm bạn. Để có được điều này đòi hỏi bạn phải thật sự chân thành và thiện chí trong việc tư vấn cho cộng đồng, đừng tham lam việc PR quá nhiều để dẫn dắt mọi người sử dụng thứ mình đang chào bán mà xem nhẹ việc đầu tư chất lượng vào những lời khuyên, lời tư vấn, làm cho người được tư vấn có cảm giác bạn đang “dụ dỗ” họ sử dụng sản phẩm, dịch vụ của mình hơn là đang giúp đỡ họ, chắc chắn họ sẽ cảnh giác và tẩy chay bạn.

Tham gia nói chuyện, đứng lớp

Nếu bạn tự tin vào kỹ năng nói chuyện trước đám đông, hãy sẵn sàng tham gia làm diễn giả, báo cáo viên trong các buổi tập huấn, hội thảo... nếu bạn được một tổ chức nào đó mời. Bạn sẽ gây dựng được hình ảnh “chuyên gia” trong mắt nhiều người và nâng tầm ảnh hưởng của mình lên cao hơn trong cộng đồng đó.

Nếu bạn đã có uy tín nhất định trong chuyên môn, bạn có thể được mời tham gia thỉnh giảng ở một lớp học nghiệp vụ nào đó, hoặc nếu thực sự hứng thú, bạn cũng có thể thử sức bằng cách đăng ký tham gia giảng dạy ở một lớp nâng cao chuyên môn ngoài giờ. Không giảng dạy vì thù lao mà cái chính là tạo cho mình một hình ảnh đẹp về bản thân, một sự tin nhiệm và đánh giá cao về chuyên môn.

Tham gia quản trị các tổ chức xã hội

Qua quá trình tham gia vào nhiều tổ chức xã hội, tác giả nhận thấy sẽ không khó để tham gia sáng lập hoặc lãnh đạo một tổ chức xã hội nào đó. Điều cần nhất là nhiệt huyết, tình yêu thực sự đối với tổ chức đó, công việc đó, trách nhiệm và một chút kỹ năng lãnh đạo. Việc tạo lập hoặc duy trì một tổ chức xã hội đòi hỏi nhiều cống hiến và sự nhiệt tình nhiều hơn là khả năng, bởi vì dù bạn có giỏi giang đến mấy nhưng nếu bạn chỉ xem tổ chức đó như một quán trọ, một điểm dừng chân tạm thời để phục vụ một mục đích nào đó thì bạn sẽ nhanh chóng giảm mất sự nhiệt tình khi đối diện với những khó khăn mà một tổ chức phi lợi nhuận có thể gặp phải. Ngược lại, một người luôn kiên định theo đuổi mục tiêu xây dựng thành công tổ chức, dốc thời gian, đam mê, công sức vào, nhất định sẽ làm được điều mình muốn, và nhận được sự tin nhiệm của thành viên tổ chức đó cũng như sự nhìn nhận như một người “gây ảnh hưởng” trong một cộng đồng.

Nhưng trên hết, cũng giống như xây dựng hình ảnh cho một sản phẩm, bạn cũng phải xác định được điểm có thể làm cho bạn khác biệt và thu hút, điểm mà

người ta hình dung đến đầu tiên khi nghe nói đến bạn. Có người tự xây dựng hình ảnh mình như một chuyên gia trong lãnh vực nào đó, có người biến mình thành một phóng viên mạng đầy năng động, lại cũng có người xây dựng mình trở thành một ông bố, bà mẹ hay người chồng, người vợ lý tưởng... Hãy đảm bảo rằng tất cả những nỗ lực xây dựng hình ảnh của bạn đều nhất quán theo triết lý của chính mình.

8. Tác phong làm việc chuyên nghiệp

Ngày nay, ngoài những kiến thức chuyên môn trong công việc, người đi làm còn cần rất nhiều những kỹ năng khác như kỹ năng giao tiếp, đàm phán và tác phong chuyên nghiệp. Thực tế đã minh chứng rằng: phần lớn những doanh nhân thành đạt, ngoài sự nhanh nhạy, mưu trí của mình, họ còn sở hữu một tác phong làm việc tích cực và hiệu quả. Một tác phong làm việc tốt bao gồm sự kết hợp của nhiều yếu tố, trong đó có hai yếu tố giữ vai trò chủ đạo là: phong thái giao tiếp tốt và cách ăn mặc, phục sức phù hợp nơi công sở.

*** Ăn mặc lịch sự, phù hợp**

Sự chuyên nghiệp được thể hiện ngay từ những ấn tượng đầu tiên như cách đi đứng, ăn mặc. Một hình ảnh chỉnh chu, thanh lịch sẽ không chỉ tạo ấn tượng tốt đẹp mà còn thể hiện phần nào phong thái, tác phong làm việc của bản thân bạn.

Với mỗi công ty thì sẽ có những quy định và phong cách cách ăn mặc khác nhau. Nếu công ty bạn có đồng phục, đừng cố thoát ra khỏi ranh giới bằng loại trang phục khác hờ hang hay thể hiện dấu ấn cá nhân quá riêng biệt.

Nước hoa đôi khi cũng cần thiết, nhất là khi bạn phải tham dự những sự kiện quan trọng liên quan đến công việc của mình. Tuy nhiên, bạn đừng xức quá nhiều nước hoa. Cho dù bạn có dùng những loại nước hoa đẳng cấp cao nhất đi chăng nữa, rất có thể mùi hương mà bạn yêu thích lại là cái mùi mà người xung quanh bạn bị “dị ứng” và khó chịu. Do vậy, nếu muốn sử dụng nước hoa khi đi làm, bạn hãy dùng một lượng vừa phải để tránh gây khó chịu cho những người bạn tiếp xúc.

*** Quản lý kỹ năng giao tiếp**

Một cái mỉm cười chân thành, xuất phát từ đáy lòng mình giúp bạn tạo được thiện cảm với người khác khi giao tiếp. Nó giúp bạn cảm thấy tự tin hơn, vui tươi hơn, và tạo cho mọi người cảm giác rằng bạn là người dễ gần và thân thiện.

Khi trò chuyện với cấp trên, đồng nghiệp, đối tác, khách hàng,... hãy nhìn vào mắt họ. Đừng nhìn chằm chặp vào họ, nhưng hãy nhìn thẳng bằng sự thành thật, điềm tĩnh mà bạn có thể. Nếu đôi mắt bạn liên tục đổi hướng nhìn trong khi đối thoại, và không thể nhìn đối tượng bạn đang tiếp xúc, điều đó có thể tạo cho người khác cảm giác bạn là người không đáng tin cậy và những điều bạn nói có thể không thật.

Dù bạn có chất giọng trầm âm hay lạnh lốt, hãy trò chuyện bằng một giọng thật từ tốn, không gấp gáp. Khi gặp trường hợp khẩn cấp, bản năng tự nhiên trong chúng ta sẽ ảnh hưởng đến giọng nói. Nhưng trong giao tiếp thông thường, giọng nói từ tốn, thanh âm vừa phải sẽ giúp người nghe dễ dàng nắm bắt thông tin hơn. Trong những tình huống cần có sự quyết đoán, hãy tránh những từ như “Ừm”, “Ồm” vì nó sẽ chỉ tạo cho người nghe cảm giác rằng bạn đang do dự quá nhiều, bạn không chắc chắn và không tự tin về quyết định mà mình đưa ra.

Bạn có thể tham khảo thêm chương 4 – Giao tiếp thành công nơi công sở để xây dựng thương hiệu cá nhân chuyên nghiệp.

*** Quản lí cảm xúc cá nhân**

Áp lực công việc, mệt mỏi, stress và lối suy nghĩ tiêu cực là những nguyên nhân khiến bạn không thể làm chủ cảm xúc của mình. Cách bạn quản lí cảm xúc của bản thân có tác động trực tiếp đến thành tích và hiệu quả làm việc của bạn cũng như thái độ đánh giá của sếp hay đồng nghiệp xung quanh. Vì thế, bạn nên học cách đối diện với những tình huống khó khăn, bất trắc có thể xảy ra bất kỳ lúc nào, tránh nổi giận, vượt qua cảm giác mệt mỏi, chán nản và biết cách từ chối khi cần thiết. Biết kiểm chế cảm xúc sẽ giúp bạn giữ được hình ảnh chuyên nghiệp, thân thiện.

Tránh bè phái, nói xấu chốn công sở: Những điều bạn nói và hành động có thể cho mọi người thấy mức độ chuyên nghiệp của bạn như thế nào. Hãy kiểm chế bản thân bằng cách tránh tham gia vào nói chuyện phiếm, nói xấu chốn công sở. Thay vào đó là tập trung vào công việc, hoàn thành tốt mọi việc được giao. Chính kết quả, thành công trong công việc mới là bằng chứng tốt nhất cho thấy sự chuyên nghiệp của bạn.

*** Quản lí thời gian hiệu quả**

Thời gian được ví như tiền bạc, vì vậy bạn phải học cách quản lí giữa thời gian làm việc và cá nhân sao cho thật hiệu quả. Để trở thành một người có tác phong làm việc chuyên nghiệp, bạn cần đảm bảo hoàn thành công việc đúng thời hạn đã cam kết. Muốn làm được điều đó, bạn cần sắp xếp công việc một cách khoa học. Bạn có thể học tập phương pháp quản lí theo thứ tự ưu tiên của Dwight D. Eisenhower (tổng thống thứ 34 của Mỹ). Về cơ bản, bạn chia công việc của mình ra thành 4 cấp độ: phần 1 – Quan trọng, khẩn cấp; phần 2 – Quan trọng, không khẩn cấp; phần 3 – Không quan trọng, khẩn cấp; phần 4 – Không quan trọng, không khẩn cấp. Sự phân chia này sẽ giúp bạn trở thành chuyên gia quản lí thời gian chuyên nghiệp, hiệu quả hơn rất nhiều.

Đến đúng giờ trong các cuộc họp: Bước chân vào môi trường công sở đồng nghĩa với việc bạn sẽ phải tham gia các cuộc họp. Tuy nhiên, theo nghiên cứu của một trường đại học tại Mỹ với khảo sát trên 2.000 nhà quản lí đã đưa ra kết quả: 30% thời gian của các cuộc họp là thời gian lãng phí. Điều này bắt đầu từ nguyên

nhân mọi người đi họp không đúng giờ, mất tập trung khi đi họp hay không có sự chuẩn bị kỹ lưỡng dẫn đến họp không có hiệu quả. Bạn nên đến sớm trước 5 phút trước khi cuộc họp bắt đầu, chuẩn bị kỹ nội dung cuộc họp. Qua đó, bạn không chỉ thể hiện thái độ tôn trọng, nghiêm túc trong công việc mà còn tạo nên hình ảnh đáng tin cậy trong mắt đối tác và đồng nghiệp.

Làm việc nhiều hơn thời gian tối thiểu: Hầu hết các công ty thường quy định một khoảng thời gian làm việc tối thiểu. Tuy nhiên, bạn đừng nên chăm chăm xách cặp ra về ngay khi đồng hồ điểm giờ. Một cách để rèn luyện tính chuyên nghiệp là làm việc lâu hơn so với thời gian quy định. Tùy thuộc vào tình hình và mức độ hoàn thành công việc, bạn có thể thu xếp thời gian làm thêm giờ hợp lý. Điều này sẽ để lại ấn tượng với mọi người xung quanh về sự chuyên nghiệp và đam mê công việc của bạn.

*** Dám chịu trách nhiệm**

Nếu bạn mắc lỗi hoặc khi công việc không diễn ra suôn sẻ, đừng phủ nhận sai lầm hoặc đổ lỗi cho người khác. Thay vào đó, hãy dũng cảm nhận trách nhiệm của bạn. Điều này cho thấy bạn là người có tinh thần “dám làm dám chịu” và sẵn sàng đối mặt với thử thách hay thất bại.

*** Sử dụng email với chữ ký phù hợp**

Email là phương tiện, công cụ hỗ trợ đắc lực để duy trì thông tin liên lạc trong công việc. Đây còn là một hình thức giao tiếp thông dụng mà hiệu quả với cấp trên, đồng nghiệp hay khách hàng nếu được sử dụng đúng cách. Ở dưới cùng của bất kỳ email bạn gửi là chữ ký của bạn. Việc sử dụng chữ ký trong tài khoản email là cách để tạo dấu ấn và phong cách của riêng mình. Trong phần chữ ký này bạn có thể thêm thông tin như họ tên, vị trí công việc, số điện thoại, email, địa chỉ nơi bạn làm việc...

9. Viết email chuyên nghiệp

*** Tiêu đề email**

Điều đầu tiên khi nhận email, người đọc luôn nhìn vào tiêu đề của email. Tiêu đề của email là điều khiến người đọc quyết định mở hay không mở email. Tiêu đề của email nên ngắn gọn, súc tích và thể hiện nội dung chính. Ví dụ: Thông báo nghỉ lễ 02/9, Báo cáo lưu kho tháng 09/2017, BTVN – thanh toán quốc tế - [họ tên và lớp], CV ứng tuyển – [vị trí] – [họ tên],...

Hai lỗi thường gặp trong quá trình gửi thư điện tử gồm

- Gửi email không có chủ đề;

- Tiêu đề email là nội dung thư và sử dụng từ ngữ cảm thán (như ạ, nhé,...).

Ví dụ: Em gửi bài tập ạ!, Cần giúp đỡ ạ!, Chị xem giúp em nhé!. Đây không phải tiêu đề và không phải nội dung thư.

Trong trường hợp email được gửi đi gửi lại, forward nhiều lần sẽ xảy ra tình trạng tự động thêm “Re:” và “Fw:” nhiều lần liên tiếp vào tiêu đề email (như Re: Re: Fw: Re: Fw: Re: Re:). Nếu là người tinh tế và cẩn thận, bạn không nên để nguyên tiêu đề email như vậy. Bạn nên chủ động xóa bớt và chỉ để lại 1 lần “Fw:” hoặc “Re:” trong tiêu đề thư.

*** Địa chỉ email chuyên nghiệp**

Khi người đọc nhìn thấy địa chỉ email như “tinhdonpuhong@...”, “maiyeuem123@...”, “cobelolem@...”,... thì bạn bị đánh giá là “trẻ trâu” và không chuyên nghiệp. Tiêu đề email phải chữ tên của bạn. Nếu họ tên quá dài hoặc trùng họ tên thì bạn chỉ cần đặt họ - tên và kèm thêm vài con số, hoặc kèm theo tên tiếng Anh (được sử dụng trong công việc). Ví dụ: “ngbinhkiem@...”, “hoailinh234@...”, “HuynhAnhPhuong1202@...”,...

*** Lời chào**

Bắt đầu thư điện tử, bạn gửi một lời chào dành cho người nhận. Trong trường hợp thân thiết, bạn có thể gửi lời chào “Xin chào/Chào bạn – anh – em... + [tên riêng] + [dấu chấm than/dấu phẩy]. Người Việt Nam thường dùng dấu chấm than cuối câu để biểu cảm, nhưng người nước ngoài sử dụng dấu phẩy để thể hiện sự nhấn mạnh. Ví dụ: “Hi Tom,”; “Hi Ana,...”;... Đối với trường hợp trình trọng và lịch sự hơn thì “Dear Mr/Miss/Mrs + [tên riêng/ Họ - nếu là người nước ngoài] + [dấu phẩy]”, “Kính gửi ông/bà/anh/chị...” hoặc “Gửi/Thân gửi...”.

Nếu bạn gửi cho nhiều người đọc, hãy chọn 1 – 2 người phải đọc thư để chào và gửi Cc đến những người còn lại, giống như sau

“Dear Mr & Msr James,

Cc: Mr Celis, Miss Ana & Miss Diana”

*** Nội dung email**

Nếu bạn là người tạo email đầu tiên để trình bày vấn đề, tùy thuộc mục đích và tính chất công việc để bạn chọn cách diễn đạt phù hợp và triển khai vấn đề. Nội dung của email phải đủ 3 phần gồm mở đầu thư, nội dung thư và kết thúc thư.

- Mở đầu thư: trình bày vấn đề một cách rõ ràng và cụ thể;
- Nội dung thư: đề cập đến phương án/ phương pháp giải quyết vấn đề nên trên hoặc nhận định của cá nhân;
- Kết thúc thư: Yêu cầu nhận được góp ý hoặc yêu cầu nhận được thư hồi đáp cho các câu hỏi liên quan đến vấn đề.

Từ email trả lời sau (thư thứ 2 trở đi), nội dung thư đi thẳng vào vấn đề cần giải quyết, không cần phải dài dòng văn tự như phải đảm bảo những yếu tố sau

- Nội dung dễ hiểu để người đọc không mất nhiều thời gian phân tích nội dung của email;

- Nội dung không quá dài để người đọc vui lòng và sẵn sàng đọc thư;

- Nội dung phải đầy đủ ý, truyền tải được ý chính và mục đích chính của email.

Bên cạnh đó, những điều khôi hài khi thiếu đi yếu tố phi ngôn ngữ của người nói sẽ mất đi ý nghĩa thật sự và làm người khác hiểu lầm. Do đó, trong khi viết email, bạn nên loại bỏ hoàn toàn những câu viết mang tính hài hước trừ khi bạn biết quá rõ về người nhận.

Lỗi chính tả là một trong những điều nên hạn chế khi văn hóa viết email chuyên nghiệp. Bởi vì, qua đó người nhận có thể đánh giá bạn và điều này có thể gây bất lợi cho công việc. Đừng phụ thuộc quá nhiều vào trình kiểm tra sửa lỗi chính tả tự động của máy tính. Hãy kiểm tra lại email của mình vài lần trước khi gửi nhằm tránh những sai sót đáng tiếc có thể xảy ra.

Đôi khi, bạn sẽ nhận được email gửi nhầm địa chỉ nhưng ắt hẳn rằng người viết cũng đang chờ đợi một email hồi đáp. trả lời một email đôi khi không phải là vì tính chất công việc nhưng lại thể hiện văn hóa giao tiếp, sự thiện chí đối với người gửi - đặc biệt khi người gửi có mối quan hệ tương tác với bạn như: đồng nghiệp, sếp, người chung ngành nghề,... Khi nhận một email gửi nhầm, bạn có thể trả lời như sau: "Tôi biết bạn đang rất bận rộn nhưng có vẻ nhu bạn đã gửi nhầm email cho tôi. Vì thế tôi muốn bạn biết điều này để có thể gửi lại email cho đúng người nhận".

*** Cách trình bày email**

Giữa các phần của email luôn phải để khoảng trống cách dòng (enter). Điều này sẽ khiến email rõ ràng và giúp người đọc dễ theo dõi các ý chính. Ngôn ngữ trong email nên ngắn gọn, súc tích, không lan man, không lạm dụng các tính từ cảm xúc trong email công việc; tránh sử dụng các câu cảm thán hay những câu đùa cợt; tránh viết những cấu trúc và từ ngữ khó hiểu. Trong thư, tránh dùng những từ ngữ mang tính ẩn ý, ẩn dụ. Đối với tiếng Anh, nội dung thư nên sử dụng những từ đơn giản và phổ thông; không thể hiện bằng việc dùng những từ ngữ mang tính học thuật, phức tạp và ít gặp.

Trong một email, bạn chú ý những điều sau

- Sử dụng thống nhất 1 font chữ, 1 –2 size chữ, 1–2 màu chữ trong trường hợp nhấn mạnh một số cụm từ/câu quan trọng;

- Không tùy tiện viết tắt, viết hoa, viết thường tên riêng;

- Nên viết tắt những từ/cụm từ thông dụng chuyên ngành;

- Không viết tắt theo phong cách riêng;

- Không sử dụng ngôn ngữ tuổi teen;
- Không viết tắt đại từ nhân xưng, ví dụ: viết ô, b, a, c, e,... thay cho ông, bà, anh, chị, em,...

Khi sử dụng câu liệt kê, trong tiếng Việt thì bạn có thể dùng dấu ba chấm (...); trong tiếng Anh thì bạn sử dụng từ “etc.” và không sử dụng dấu ba chấm (...) vì sẽ thể hiện sự ngập ngừng và chưa nói hết câu.

Giữa các ý, bạn có thể sử dụng gạch đầu dòng để tách biệt các ý/các vấn đề.

*** Sử dụng hình ảnh/file đính kèm**

File đính kèm là một phần quan trọng trong email công việc. Để đính kèm, bạn cần kiểm tra số lượng file sẽ đính kèm để đảm bảo gửi đủ và không thừa – không thiếu file đính kèm. Để thể hiện sự chu đáo, bạn nên đổi tên file đính kèm giống tên tài liệu cần gửi để dễ dàng lưu trữ và tìm kiếm sau này.

Trong file đính kèm, bạn cần đánh dấu những vấn đề mà người đọc cần lưu ý bằng những công cụ có sẵn trong word, excel, pdf hoặc paint; đồng thời nhắc người đọc chú ý những vị trí đã được bôi đỏ/khoanh tròn/đánh dấu,...

*** Chữ ký cuối thư**

Đầu thư, bạn không phải giới thiệu quá nhiều về mình, chữ ý cuối thư chính là lúc bạn thể hiện thông tin của mình vì người đọc thư sẽ quan tâm đến những thông tin đó. Chữ ký cuối thư là một phần giới thiệu lịch sự, tế nhị nên bạn phải cài đặt những thông tin liên quan trong tài khoản email cá nhân và email công ty.

Cấu trúc chữ ký email gồm

Lời cảm ơn

(Ms/Mr) + [Họ tên đầy đủ hoặc ghi họ + tên]

Chức vụ/vị trí công tác

Tel: Mã vùng quốc gia + số điện thoại công ty + (số máy lẻ - nếu có)

Cellphone: Mã vùng quốc gia + số cá nhân

Email:

Skype/Whatapps: Một vài ứng dụng chat trực tuyến công ty cho phép sử dụng trong công việc

Nếu bạn là sinh viên, chữ ký như sau

Lời cảm ơn

(Ms/Mr) + [Họ tên đầy đủ hoặc ghi họ + tên]

Tên khoa/ngành/trường

Tell: Mã vùng quốc gia + số cá nhân

Email:

Skype/Whatapps: Một vài ứng dụng chat trực tuyến mà bạn có thể sử dụng

*** Sử dụng tính năng Cc và Bcc**

Ngoài mục To (Đến) để điền địa chỉ email của người có trách nhiệm trực tiếp đối với công việc được thể hiện trong email, thì còn mục Cc (Carbon copy) và Bcc (Blind carbon copy) với tác dụng như sau

- Phần Bcc dùng để ghi những email được giấu đi, những người nhận khác không nhìn thấy địa chỉ email của họ trừ người gửi email;
- Phần Cc dùng để ghi những email đều được mọi người nhìn thấy.

*** Cần thận trọng khi nhấn nút “send”**

Hãy tập thói quen nhập địa chỉ email sau cùng để tránh những trường hợp sơ suất gửi thư trước khi hoàn thành email hoặc chưa kiểm tra lại email. Sau khi soạn xong email, hãy kiểm tra đầy đủ các file đính kèm cần thiết và nội dung trình bày trong email.

Đối với trường hợp Reply All, bạn không nhất thiết phải gửi lại email cho toàn bộ người nhận trong danh sách được nhận. Trong quá trình làm việc, bạn sẽ nhận biết được người cần đọc/nhận email trả lời của bạn và chủ động xóa bớt những địa chỉ email không cần thiết.

10. Giao tiếp điện thoại chuyên nghiệp

Một cuộc gọi điện thoại có thể là sự thử thách cho mỗi cá nhân khi chúng ta nói chuyện bằng bất kỳ ngôn ngữ nào vì không có bất kỳ ngôn ngữ cơ thể nào giúp sức trong quá trình giao tiếp qua điện thoại, chất lượng âm thanh không phải lúc nào cũng hoàn hảo và bị áp lực thời gian so với nói chuyện mặt đối mặt.

*** Cần nhắc thời gian gọi điện thoại**

Bạn hãy cân nhắc thời gian và thời điểm gọi điện thoại. Hãy tránh thời gian ngoài giờ làm việc như sáng sớm, buổi tối hoặc giờ nghỉ trưa. Bởi lúc này nhiều người đang bận việc riêng không sẵn sàng tiếp chuyện. Tệ hơn, bạn sẽ khiến họ cảm thấy khó chịu vì bị quấy rầy. Bạn cũng nên tránh gọi vào đầu giờ làm việc, vì thời điểm này thông thường mọi người đang phải lo giải quyết công việc và không có nhiều thời gian rảnh để tiếp bạn. Do đó, hãy chọn thời điểm thích hợp để cuộc nói chuyện hay đàm phán thương lượng qua điện thoại mang lại kết quả như mong muốn của bạn

*** Chuẩn bị nội dung trước**

Khi gọi điện đến người lạ hoặc người thất lạc thông tin về bạn, bạn cần chuẩn bị trước cách chào hỏi và thông tin cá nhân rõ ràng (tên, địa vị hoặc tên công ty đại diện) để người nghe nắm được thông tin của bạn. Tiếp đó hãy nhắc lại thông tin cá nhân của họ để chắc rằng bạn đã gọi đúng địa chỉ. Đây là việc bạn cần phải làm trước khi bắt đầu cho cuộc trò chuyện được trôi chảy.

Bạn nên tìm hiểu thông tin về người đối thoại trước khi tiến hành cuộc điện thoại. Nếu bạn không biết thông tin về họ thì cuộc điện thoại sẽ kết thúc nhanh chóng vì nhầm số, không phù hợp, không lịch sự,....

Đồng thời, bạn nên chuẩn bị trước những nội dung sẽ giao tiếp với đối thoại hoặc những nội dung mà người đối thoại có thể giao tiếp với mình. Chuẩn bị trước nội dung cuộc gọi sẽ giúp bạn có thêm nhiều thông tin trong quá trình trao đổi. Không nên chủ quan cho rằng bạn đã am hiểu về nội dung giao tiếp thì không cần phải chuẩn bị, điều đó khiến bạn dễ rơi vào thế bị động khi lỡ quên đi một vấn đề nào đó.

Không được dùng những thuật ngữ hoặc biệt ngữ riêng của bạn khi đang gọi điện thoại vì người đối thoại sẽ không hiểu và cảm thấy không dễ chịu nếu bạn nói những từ làm cho họ phải tốn thời gian để suy nghĩ và không tập trung vào cuộc trò chuyện. Họ sẽ không biết tiếp tục đáp lại những gì bạn nói như thế nào nữa bởi họ không hiểu những gì bạn nói hoặc là họ sẽ nản chí và trở nên mất kiên nhẫn.

Khi kết thúc cuộc điện thoại, bạn nên tóm tắt lại cuộc nói chuyện vừa qua. Đó sẽ là cách mà bạn phải làm nếu bạn có quá nhiều thứ cần ghi nhớ. Vì trong một ngày, người đối thoại đã nhiều cuộc điện thoại, nếu không tóm tắt lại thì người đối thoại sẽ có nhầm lẫn giữa những cuộc điện thoại đã nhận được.

*** Không vội vã, không hấp tấp**

Khi nghe điện thoại, bạn không nên vội vã hoặc hấp tấp vì một cuộc điện thoại trong 10 phút sẽ tốt hơn cuộc điện thoại không thành công trong 5 phút. Người đối thoại sẽ không dễ dàng bị thuyết phục nên bạn hãy đặt ra những câu hỏi mở để người đối thoại sẽ trả lời theo ý của họ và bạn sẽ dựa vào nội dung trao đổi để thuyết phục những vấn đề cần thiết.

*** Sử dụng lời nói đối vô hại**

Bạn có thể sử dụng lời nói đối vô hại khi gặp cuộc điện thoại không như mong muốn. Khi gặp cuộc điện thoại ngoài ý muốn hoặc bất ngờ, bạn sẽ không kịp chuẩn bị nội dung nói chuyện và không kịp chuẩn bị sự tự tin nên sẽ không đạt hiệu quả như mong muốn. Nếu bạn không muốn tiếp tục cuộc trò chuyện hãy tìm cách từ chối khéo léo, không nên bất ngờ gác máy. Hành động này sẽ khiến cho đối phương cảm thấy khó chịu và nếu bạn làm việc cho công ty, tổ chức nào đó có thể sẽ bị họ phản ánh lên cấp trên của bạn bởi thái độ không lịch sự, không tôn trọng người khác của bạn.

*** Chú ý đến yếu tố phi ngôn ngữ**

Bạn luôn phải chú ý đến tốc độ nói chuyện trong điện thoại và sử dụng âm vực thấp hơn âm vực trong quá trình giao tiếp trực tiếp. Khi gọi điện cho người khác bạn không nên quát tháo, giọng nói khó chịu với họ, bởi giọng nói chính là thủ phạm tố cáo tính cách của bạn khi giao tiếp qua điện thoại. Một giọng nói nhẹ nhàng và truyền cảm sẽ mang lại cảm giác thoải mái, dễ chịu cho người nghe và để lại cho họ những ấn tượng tốt về bạn. Khi trò chuyện bạn cũng nên luôn nở nụ cười, vì dù đối phương không nhìn thấy bạn nhưng họ vẫn cảm thấy được bạn đang nói chuyện với họ bằng thái độ như thế nào.

Khi nói chuyện điện thoại bạn không nên ăn uống bất kỳ thứ gì, bởi điều đó có thể khiến cho giọng nói của bạn bị thay đổi hoặc tệ hơn có thể khiến cho cuộc nói chuyện bị gián đoạn, một điều chắc chắn rằng bên kia đầu máy sẽ dễ dàng nhận ra việc bạn đang ăn uống khi nói chuyện với họ. Điều đó sẽ khiến người đối thoại ấn tượng xấu vì họ nghĩ rằng bạn không tôn trọng họ và không xem trọng cuộc trò chuyện đó.

Luôn duy trì sự điềm tĩnh ngay cả những khoảnh khắc làm bạn căng thẳng nhất. Khi người đối thoại phàn nàn và tức giận, bạn hãy để cho họ bộc lộ điều đó. Sau đó, hãy hỏi họ một số câu hỏi thể hiện sự quan tâm của bạn. Đừng làm tăng thêm sự tức giận của họ.

*** Yêu cầu người đối thoại lặp lại lời nói và ghi lại thông tin**

Bạn nên yêu cầu người đối thoại lặp lại lời nói khi bạn không nghe rõ như “xin lỗi, tôi không thể bắt kịp ý đó...”, “Bạn có thể lặp lại chậm rãi hơn được không?”,... Khi bạn là người nghe điện thoại, bạn nên nhắc lại nội dung cuộc trò chuyện để chắc rằng bạn đã nắm được nội dung của cuộc trò chuyện. Đây là cách bạn lấy được lòng tin của người gọi đến vì việc nhắc lại nội dung cuộc trò chuyện thể hiện bạn rất quan tâm tới vấn đề của họ, điều đó khiến cho người đối thoại cảm thấy được tôn trọng.

Khi nhận được cuộc điện thoại gọi đến, người gọi đến thường đã chuẩn bị rất kỹ cho nội dung cuộc trò chuyện, họ chủ động đi vào vấn đề và đặt câu hỏi cho bạn. Họ sẽ nói nhiều, nhưng bạn đừng nên im lặng lắng nghe, hãy đáp lại họ bằng những câu như: “Vâng, tôi hiểu, tôi đang nghe bạn (anh, chị) nói...”. Những câu trả lời dù ngắn nhưng điều đó thể hiện cho người nói biết rằng bạn vẫn đang lắng nghe họ và hiểu họ muốn nói gì.

Khi có điện thoại bạn hãy luôn chuẩn bị cho mình cuốn sổ và cây bút để ghi lại những lời nói của người đối thoại để chắc chắn rằng bạn không để sót chi tiết của cuộc trò chuyện. Cách làm này cũng giúp cho bạn chủ động khi trả lời những câu hỏi, thắc mắc của người gọi đến.

*** Nói lời tạm biệt khi kết thúc cuộc gọi**

Đừng kết thúc cuộc gọi khi chưa để lại lời tạm biệt nếu không bạn sẽ mất điểm trong mắt của đối phương. Một câu chúc tốt lành, một lời tạm biệt mở hoặc lời cảm ơn đến người đã nghe điện thoại... sẽ giúp cho đối tác của bạn cảm thấy vui vẻ hơn và cũng cho thấy bạn là người lịch sự, chu đáo trong công việc.

11. Những thói quen xây dựng thương hiệu cá nhân

- Lịch sự, nói năng nhỏ nhẹ: Khi tham gia hội thảo, event... hay những nơi tôn nghiêm, không nói chuyện riêng khi đang nghe thuyết trình, không cắt ngang lời nói của người đối diện.

- Trong các cuộc họp quan trọng có sự tham dự của đối tác hoặc cấp trên, tránh nói chuyện xì xầm, to nhỏ vì họ sẽ có cảm giác bạn thiếu tôn trọng; cách tốt nhất là chú ý lắng nghe mọi người.

- Khi vào tham dự cuộc họp, buổi hòa nhạc, rạp chiếu phim..., những nơi cần giữ im lặng, luôn phải tắt điện thoại hoặc để điện thoại chế độ rung.

- Không xả rác bừa bãi hoặc lớn tiếng ở nơi công cộng; luôn ưu tiên người già, trẻ em và phụ nữ có thai.

- Luôn đúng giờ.

- Không phân biệt giai cấp, đẳng cấp hoặc dùng quyền lực đối với những người xung quanh.

- Tôn trọng những ý kiến đối lập với mình dù không đồng ý, không xem thường ý kiến của người khác.

- Giúp đỡ mọi người trong khả năng của mình.

- Luôn ăn mặc chỉnh tề, lịch sự thể hiện sự tôn trọng đối với bản thân và với người mình giao tiếp.

- Luôn cảm ơn những gì người khác làm cho mình dù là việc nhỏ và phải biết xin lỗi nếu làm sai.

Tóm tắt chương

Với mục đích giúp sinh viên xây dựng hình ảnh và tác phong trong thời gian học tập, chương 3 đã trình bày những nội dung sau

tìm hiểu, luyện tập và ứng dụng kỹ năng giao tiếp vào cuộc sống hàng ngày, nội dung chương 4 gồm

- Những quy luật xây dựng thương hiệu cá nhân;

- Những lợi ích khi xây dựng thương hiệu cá nhân;

Sau khi tìm hiểu những nội dung, sinh viên sẽ tự tin xây dựng tác phong và hình ảnh chuyên nghiệp để thành công trong tương lai.

Câu hỏi luyện tập

1. Hãy đặt ra những tiêu chuẩn và bản đồ Xây dựng thương hiệu cá nhân.
2. Hãy lập kế hoạch xây dựng thương hiệu cá nhân trong quá trình học tập và trong các mối quan hệ.
3. Hãy xây dựng cấu trúc nội dung cho email chuyên nghiệp.
4. Hãy xây dựng cấu trúc nội dung cho những cuộc điện thoại hàng ngày.

MỤC LỤC

1. Giới thiệu	1
2. Tám quy luật của Xây dựng thương hiệu cá nhân	2
3. Lợi ích của Xây dựng thương hiệu cá nhân và yếu tố dẫn đến Xây dựng thương hiệu cá nhân không hiệu quả	3
3.1. Lợi ích của Xây dựng thương hiệu cá nhân	3
3.2. Yếu tố dẫn đến Xây dựng thương hiệu cá nhân không hiệu quả	3
4. Tiêu chuẩn Xây dựng thương hiệu cá nhân	3
5. Bản đồ xây dựng thương hiệu cá nhân	5
6. Xây dựng thương hiệu trong học tập	9
6.1. Tiêu chí giáo dục của UNESCO	10
6.2. Đặt mục tiêu trong học tập	11
7. Xây dựng thương hiệu cá nhân trong cộng đồng	13
8. Tác phong làm việc chuyên nghiệp	15
9. Viết email chuyên nghiệp	17
10. Giao tiếp điện thoại chuyên nghiệp	21
11. Những thói quen xây dựng thương hiệu cá nhân	24
Tóm tắt chương	24
Câu hỏi luyện tập	25

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Peter Montoya. (2005). *Xây dựng Thương hiệu cá nhân*: LANTABRAND.
- [2] Huỳnh Ngọc Phiên, Trương Thị Lan Anh, & Nguyễn Thị Ngọc Bích. (2011). *Bí quyết thành công sinh viên*: Nxb Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh.
- [3] Hubert K. Rampersad. (2008). *Quản trị thương hiệu cá nhân & công ty*: NXB Lao động Xã hội.