

International bestselling author

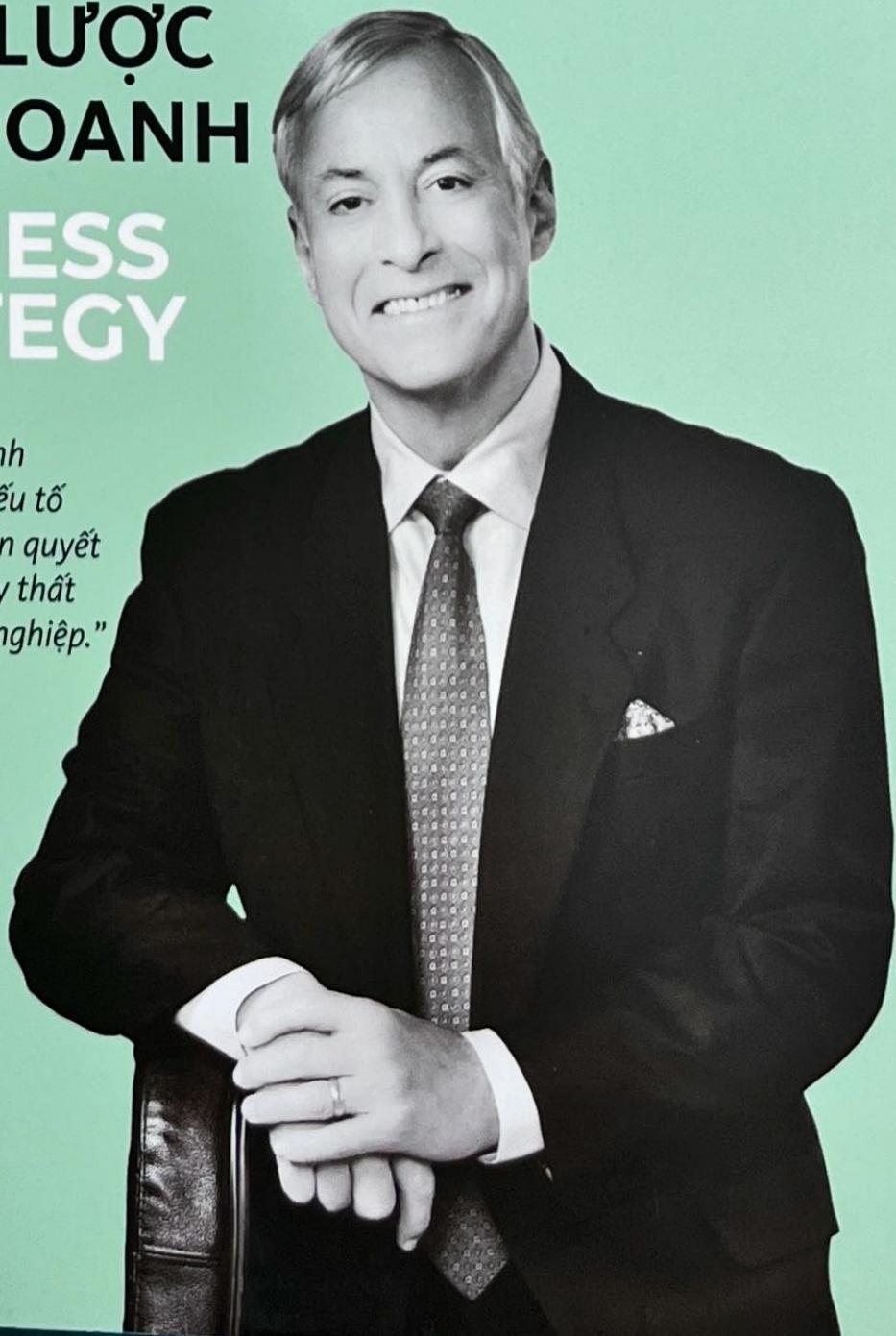
# BRIAN TRACY

## THUẬT THIẾT LẬP CHIẾN LƯỢC KINH DOANH

## BUSINESS STRATEGY

Minh Nguyên dịch

“Những mô hình kinh doanh sáng tạo là yếu tố quan trọng góp phần quyết định thành công hay thất bại của một doanh nghiệp.”



NHÀ XUẤT BẢN  
THẾ GIỚI

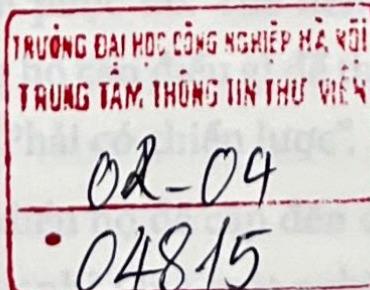
alphabooks®

BRIAN TRACY

# THUẬT THIẾT LẬP CHIẾN LƯỢC KINH DOANH

(Tái bản lần thứ 3)

Minh Nguyên dịch



NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI



nhưng cũng là một khía cạnh quan trọng không thể thiếu. Điều này có thể được giải thích bằng cách ví dụ như sau: Một công ty sản xuất ô tô có thể sẽ không thành công nếu không có chiến lược marketing và kinh doanh hiệu quả. Vì vậy, để thành công trong kinh doanh, chúng ta cần phải xác định rõ mục tiêu và kế hoạch. Alpha Books trân trọng giới thiệu

## Lời nói đầu

Để thành công trong kinh doanh, các doanh nghiệp cần một mục tiêu để vươn tới. Để đạt được mục tiêu đó, họ cần đề ra một hướng đi, một chiến lược để chinh phục nó. Thế nên, chẳng có gì lạ khi được hỏi rằng họ cần điều gì để thành công, đa số đều trả lời rằng: “Phải có chiến lược”.

Nhưng điều họ đề cập đến có thật là chiến lược trong kinh doanh? Qua một nghiên cứu cá nhân, tác giả Brian Tracy đã phát hiện ra rằng chỉ có khoảng 3% doanh nghiệp đặt ra mục tiêu rõ ràng cùng lộ trình đạt đến những mục tiêu đó. Số còn lại hoàn toàn không có chiến lược, hoặc tệ hơn nữa là họ chỉ có những chiến thuật hay dự án nhất thời mang lại

thành công ngắn hạn và những tưởng rằng mình đã có một chiến lược tốt.

Với vốn kiến thức am tường về lĩnh vực quản trị và thiết lập chiến lược, Brian Tracy đã tiếp tục thành công với quyển sách tiếp theo trong series sách kinh doanh và quản trị của ông, *Thuật thiết lập chiến lược kinh doanh*. Đây là cuốn cẩm nang giúp người đọc đặt ra những câu hỏi cốt tử nhằm xác định chiến lược, vạch ra mục tiêu, định hướng, thúc đẩy nhân viên, xác định vị trí của mình trên thị trường, biết người biết ta, đối phó với khủng hoảng và đánh giá thành công của mình dựa trên các thước đo tài chính rõ ràng.

Nhờ thế, các doanh nghiệp sẽ không còn chìm trong ảo tưởng và tin rằng thành công là “điều gì đến sẽ đến”. Đó là mục tiêu họ phải tự mình giành được với những nước đi mới mẻ và phù hợp, chứ không phải chật vật với các mô hình lỗi thời và trì trệ nữa. Họ sẽ hiểu rằng dừng lại nghĩa là thụt lùi chứ không phải ổn định, và chỉ có tiến lên mới là con đường thành công và tồn tại duy nhất.

*“Một kế hoạch chiến lược sẽ kết tinh lại tương lai của doanh nghiệp và vạch ra hướng đi rõ ràng đến mục tiêu”*, đó là chân lý Brian Tracy đã đúc kết được từ những hoạt động tưởng chừng như phức tạp: chiến lược. Và một khi đã vận dụng triệt để những bài học

## — THUẬT THIẾT LẬP CHIẾN LƯỢC KINH DOANH —

trong quyển sách này, chính bạn sẽ là người mỉm cười cuối cùng trước thành công đạt được giữa tiếng reo hò mừng vui của nhân viên và đồng sự.

Chúc các bạn thành công!

Tháng 5/2016

*Alpha Books trân trọng giới thiệu*

## Mục lục

<b>Giới thiệu</b>	11	
<b>Chương 01</b>	Giới thiệu về chiến lược - Alexander Đại đế	15
<b>Chương 02</b>	Các nguyên lý của chiến lược hiệu quả	25
<b>Chương 03</b>	5 câu hỏi đánh cho kế hoạch chiến lược	33
<b>Chương 04</b>	Các nhân vật tham chiến	
	Khi lập kế hoạch chiến lược	39
<b>Chương 05</b>	Giá trị, tầm nhìn và mục đích	44
<b>Chương 06</b>	Xác định sứ mệnh của doanh nghiệp	52
<b>Chương 07</b>	Tỷ và kế tương lai	67
<b>Chương 08</b>	Các lĩnh vực chiến lược cần xác định	68
<b>Chương 09</b>	Dòng lực thúc đẩy cấu trúc của chiến lược	70
<b>Chương 10</b>	Tổn khởi niệm trong tâm	
	trong lập kế hoạch chiến lược	77
<b>Chương 11</b>	Tập trung vào việc bạn giỏi nhất	85

26	Những bài học đắt giá cho doanh nghiệp	Chapter 15
28	Cách tiếp cận mới đối với phân tích lối sống	Chapter 13
30	Tư duy từ cõi số 0	Chapter 14
30	Vai trò của tư duy công nghệ	Chapter 16
31	Những chiến lược kinh doanh	Chapter 17
32	Tạo ra thương hiệu riêng mới	Chapter 12
32	Chọn lọc từ các bài học	Chapter 18
32	Đầu tư vào tài sản công ty	Chapter 19
32	Cách tiếp cận chia sẻ kiến thức	Chapter 20
32	Hỗn loạn doanh nghiệp	Chapter 21
33	Giới thiệu	11
Chương 01	Giới thiệu về chiến lược - Alexander Đại đế	15
Chương 02	Các nguyên lý của chiến lược hiệu quả	25
Chương 03	5 câu hỏi dành cho kế hoạch chiến lược	33
Chương 04	Các nhân vật then chốt khi lập kế hoạch chiến lược	39
Chương 05	Giá trị, tầm nhìn và mục đích	44
Chương 06	Xác định sứ mệnh của doanh nghiệp	52
Chương 07	Trở về từ tương lai	57
Chương 08	Các lĩnh vực chiến lược cần xem xét	65
Chương 09	Động lực thúc đẩy: chìa khóa của chiến lược	70
Chương 10	Bốn khái niệm trọng tâm trong lập kế hoạch chiến lược	77
Chương 11	Tập trung vào việc bạn giỏi nhất	83

Chương 12	Những bước di chuyển gần kề .....	89
Chương 13	Có chiến lược tái phân bổ tài sản .....	93
Chương 14	Tư duy từ con số 0.....	97
Chương 15	Vào thế tấn công.....	104
Chương 16	Những chiến thắng linh hoạt.....	111
Chương 17	Tạo ra những thị trường mới.....	116
Chương 18	Chọn đối thủ của bạn .....	122
Chương 19	Gắn kết toàn thể công ty .....	126
Chương 20	Cấu trúc tổ chức tạo nên sự khác biệt .....	132
Chương 21	Năm giai đoạn thiết lập và thực thi chiến lược.....	136

II	Giới thiệu	
1	Giới thiệu về chlorine nucle - Alexander Gidi đề	15
2	Chương 01	
3	Cách truyền đạt ý của chlorine nucle về mìn dập	25
4	Chương 02	
5	Đóng vai trò của kế hoạch chlorine nucle	35
6	Chương 03	
7	Cách tiếp cận với lối suy nghĩ	45
8	Chương 04	
9	Kết hợp kế hoạch chlorine nucle	55
10	Chương 05	
11	Đặt lối suy nghĩ mục đích	65
12	Chương 06	
13	Xác định các mèm của doanh nghiệp	75
14	Chương 07	
15	Tìm và tìm kiếm lợi	85
16	Chương 08	
17	Cách thu hút chlorine nucle cần xem xét	95
18	Chương 09	
19	Đoàn kết tinh thần đồng chí là khát vọng của chlorine nucle	105
20	Chương 10	
21	Bonus Xem thêm	115
22	Tổng hợp kế hoạch chlorine nucle	125
23	Chương 11	
24	Tổng kết và kế hoạch chlorine nucle	135