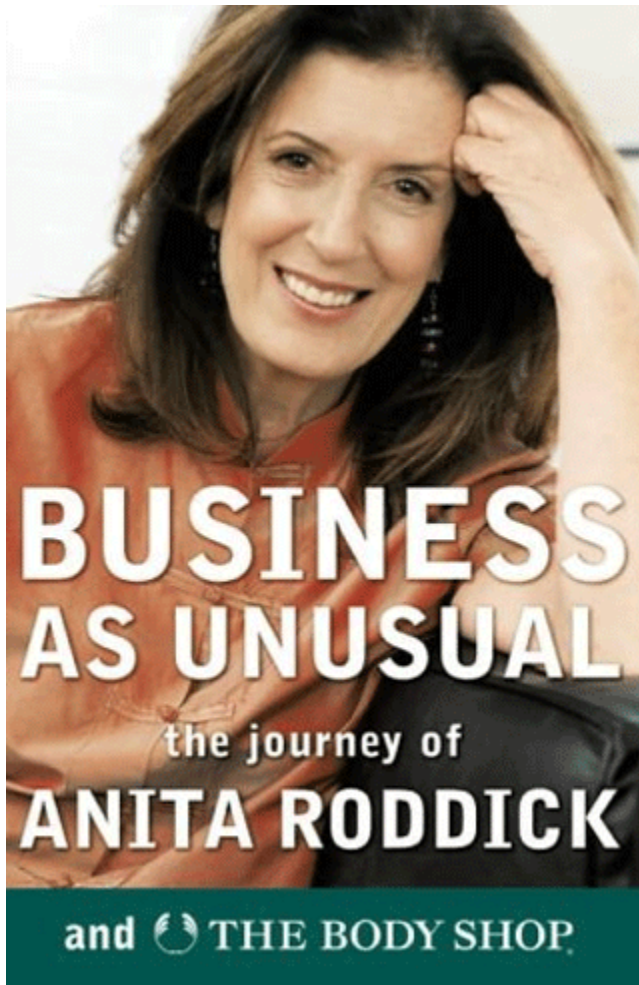


**Những bài học kinh
doanh "không lỗi một"**

Anita Roddick đã được cả thế giới kinh doanh biết đến và ngưỡng mộ. Bà không chỉ sở hữu một sự nghiệp kinh doanh thành công vang dội trên nhiều lĩnh vực (từ nhà hàng, khách sạn tới đồ mỹ phẩm...), mà còn bởi triết lý kinh doanh sâu sắc và những bài học kinh nghiệm quý giá bà đã thu thập và chia sẻ ngay từ những ngày đầu khởi nghiệp.



Những bài học kinh doanh "không lỗi mốt"

Hiện, Anita Roddick là một trong những nữ tỉ phú của thế giới, và được công nhận là nhà tiên phong thành công nhất trong lĩnh vực sản xuất mỹ phẩm thân thiện với môi trường.

Dừng đúng lúc

Khá lâu trước khi thành công với ý tưởng mỹ phẩm thân thiện với môi trường “The Body Shop”, Anita Roddick đã khởi nghiệp với công việc kinh doanh khách sạn. Khi đó, bà cùng đối tác Gordon đã phạm một sai lầm nghiêm trọng khiến công việc kinh doanh thua lỗ nặng. Ngay cả khi đã bán khách sạn để trả nợ, Anita và Gordon vẫn gần như trắng tay. Thất bại đầu tiên đã giúp Anita hiểu ra chân lý: đừng bao giờ dấn thân quá sâu vào những lĩnh vực mà sự hiểu biết của bạn chỉ dừng ở mức cơ bản, cũng như phải luôn biết điểm dừng.

Nhanh chóng, Anita và Gordon gác lại dự án về khách sạn và tiến hành kế hoạch kinh doanh thứ hai, một nhà hàng Ý với các món ăn có lợi cho sức khỏe. Tuy nhiên, lại một lần nữa, thất vọng tràn ngập trong nhà hàng của Anita. Sau nhiều đêm ngẫm nghĩ, Anita và Gordon nhận ra họ đã mở một cửa hàng Ý sang trọng ngay giữa một thị trấn chỉ toàn “trứng gà và cát sỏi”.

Anita và Gordon đã chuyển từ thực đơn sang trọng, với các món ăn tốt cho sức khỏe sang bít tết, burger và khoai tây chiên. Thay đổi này nhanh chóng biến nhà hàng của họ thành địa điểm nổi tiếng nhất trong thị trấn.

Một vài năm sau thành công với nhà hàng bình dân, Anita tiếp tục với ý tưởng “The Body Shop”, một cửa hàng mỹ phẩm nơi không có những gói hàng cầu kỳ, không thử nghiệm trên động vật và hoàn toàn thiên nhiên. “The Body Shop” được đánh giá là dự án chứa đựng tâm huyết và triết lý kinh doanh của Anita Roddick. Theo đó, bà cho rằng những doanh nhân thành đạt

phải làm cho thế giới trở nên tốt đẹp, an toàn và văn minh hơn.

Quá trình thành lập “The Body Shop” cũng là một khoảng thời gian đáng nhớ với Anita. Sau khi tích lũy được một số khái niệm cơ bản về ngành kinh doanh mỹ phẩm, Anita cần đến 4.000 bảng để bắt đầu. Dĩ nhiên, bà đã tìm đến ngân hàng để xin giúp đỡ. Tuy nhiên, với vẻ ngoài tuyền toàng (quần jean, áo T – shirt), chiếc xe tải cũ đỗ ở bên ngoài, dù đã thể hiện một cách đầy cảm hứng ý tưởng của mình với người quản lý ngân hàng, dự án “The Body Shop” của bà vẫn bị bác bỏ. Lại thêm một bài học mới cho Anita Roddick. Niềm say mê chưa phải là tất cả. Nếu bạn muốn gây ấn tượng với một nhà quản lý danh mục đầu tư ngân hàng, bạn sẽ cần tới một kế hoạch kinh doanh, và diện mạo của một nhà kinh doanh. Lần trở lại tiếp theo trong bộ dạng chỉnh tề, Anita đã nhận được khoản cho vay.

Kinh nghiệm từ những lần kinh doanh không mấy dễ dàng trước đã giúp Anita thấy hiểu tầm quan trọng của marketing và quảng bá công chúng.

Thay đổi kịp thời

Khi cửa hàng “The Body Shop” đầu tiên được mở ra, cái tên của cửa hàng đã vấp phải một số lời chỉ trích và dọa dẫm kiện lên tòa. Thay vì nhanh chóng đóng cửa và thay tên hiệu, Anita đã lợi dụng vụ kiện này để quảng bá cho thương hiệu của mình. Bà đã sử dụng đến truyền thông và các phương tiện báo đài để cái tên “The Body Shop” được truyền đi xa.

Từ cửa hàng nhỏ tại Brighton, sự nghiệp kinh doanh mỹ phẩm của Anita sớm khởi sắc, phát triển với qui mô toàn thế giới. Từ năm 1978 đến năm

1982, trung bình mỗi tháng, Anita Roddick mở thêm hai cửa hàng mới. Đến năm 1985, The Body Shop được niêm yết trên thị trường chứng khoán London. Từ đó đến nay, The Body Shop liên tục chiếm lĩnh thị trường thế giới. Hiện tại, vòng quay vốn một năm của The Body Shop vào khoảng 1 tỷ USD.

Thực tế, rất nhiều người cố gắng copy thành công của Anita bằng cách sao chép các ý tưởng sản phẩm của bà. Nhận định về điều này, Anita nói: “Điều duy nhất họ có thể làm là sao chép các quy định của chúng tôi, không phải các sản phẩm của chúng tôi”.

Tổng kết về quá trình kinh doanh bản thân, Anita Roddick cho rằng: “Bài học quan trọng nhất đối với những người mới bắt đầu kinh doanh là nếu bạn phạm phải sai lầm, thì hãy thừa nhận và đưa ra ngay các biện pháp để thay đổi tình thế. Mỗi doanh nhân đều cần có một cái ăng-ten ở trên đầu. Tôi có thể đi trên bất cứ con đường nào, ở bất cứ góc nào của thế giới, nhưng ăng-ten của tôi bao giờ cũng thu nhận thông tin và đánh giá những điều làm tôi ngạc nhiên hoặc nghe thấy có gì liên quan với “The Body Shop”.