

TỪ TỜ BÁO NHỎ ĐẾN TẬP ĐOÀN TRUYỀN THÔNG LỚN NHẤT THẾ GIỚI

Rupert

Rupert Murdoch là người đã biến một tờ báo nhỏ ở thành phố quê hương mình thành một tập đoàn truyền thông lớn trên thế giới - The News Corporation.

Ngày nay, tập đoàn này bao gồm các kênh truyền hình, các nhà xuất bản, sản xuất phim, truyền hình cáp và vệ tinh, tạp chí, báo tại Mỹ, Úc, châu Âu và châu Á. Người đứng đầu tập đoàn to lớn này sinh năm 1931 tại Melbourne trong một gia đình sở hữu một tờ báo có uy tín ở địa phương.

Sau khi tốt nghiệp Đại học Oxford, Murdoch làm việc ở tòa báo của bố và trở thành người lãnh đạo tờ báo này. Chỉ một thời gian ngắn sau đó, Rupert Murdoch đã biến tờ báo thành một cái máy in tiền đủ để mua hàng loạt các hãng truyền thông của Úc và ông bắt đầu tiến hành công cuộc chiếm lĩnh thị trường truyền thông thế giới.

Chiến lược xâm chiếm thị trường được kết hợp bởi một chính sách không khoan nhượng và cuộc chiến thẳng tay với các nghiệp đoàn đã đổ xuống đầu nhà tài phiệt truyền thông này một làn sóng chỉ trích dữ dội.

Năm 1985, Rupert Murdoch trở thành công dân Mỹ. Một trong hai cậu con trai của Rupert Murdoch đang làm việc dưới quyền bố chắc sẽ trở thành người kế thừa tập đoàn truyền thông trị giá 17 tỷ đô-la này.

Dưới đây là triết lý kinh doanh của ông trong lĩnh vực truyền thông.

Tôi thường bị buộc tội rằng: Không đưa tin tức mà tự làm ra tin tức. Vậy, có ai kinh doanh trong lĩnh vực này lại không hành động như thế?

Uy tín của chúng ta quan trọng hơn nhiều hàng trăm triệu đô-la kiếm được một cách nhanh chóng.

Hãy đừng nhầm lẫn khi đặt sự thành công của bản thân cao hơn sự thành công của tập đoàn nơi bạn làm việc. Chính bản thân và sự trung thành với công việc chung mới đem lại thành công thực sự cho chúng ta.

Tôi không biết điều này là tốt hay xấu nhưng tập đoàn The News Corporation phản ánh trực tiếp cách suy nghĩ, cá tính cũng như những giá trị tinh thần của bản thân tôi.

Tôi bao giờ cũng cố gắng nắm rõ mọi chi tiết trong công việc kinh doanh của mình... Điều này không có nghĩa, chỗ nào bạn cũng phải can thiệp vào, mà quan trọng là thỉnh thoảng phải chứng tỏ rằng bạn có khả năng giải quyết được cả những việc nhỏ nhất.

Tôi là chất xúc tác của sự thay đổi.

Thế giới biến đổi nhanh chóng đến mức bây giờ người chiến thắng không phải là kẻ mạnh nhất mà là người nhanh nhất.

Không thể có được thành công liên tục trong suốt 30 năm, mà lại không phải trả giá bằng chính mồ hôi nước mắt của mình.

Nếu muốn thúc đẩy mọi người làm việc, thì phải chinh phục được trái tim và khối óc của họ. Tôi đã thành công trong việc này bằng cách tự biến mình thành một tấm gương cho mọi người noi theo.

Ngoài ra, tôi còn kích thích họ bằng những ý tưởng thú vị, làm cho mọi người thực sự bị cuốn hút vào công việc chung.

Nếu bạn có ý định kinh doanh nghiêm túc, cần phải đi khắp mọi nơi trên thế giới vì công việc này đòi hỏi cuộc sống tinh thần của bạn phải được "toàn cầu hóa".

Không thể xây dựng thành công một tập đoàn với một hệ thống nhiều tầng các ủy ban và các cố vấn để bạn có thể nhận được sự tư vấn khi cần thiết. Bạn phải có khả năng tự quyết định mà không cần trông chờ vào bất cứ người nào khác.

Ngày nay, đối với các công ty, không có gì được ưu tiên hơn việc thận trọng mở rộng hoạt động trong những lĩnh vực liên quan tới internet để thu lợi nhuận.

Để có thể bán chạy, thì tin tức cần phải đem lại sự thỏa mãn cho người đọc và chứa một chút "độc tố" (lẽ dĩ nhiên thuộc khuôn khổ pháp luật). Những điều này cũng đúng với các lĩnh vực kinh doanh liên quan đến truyền thông.

