

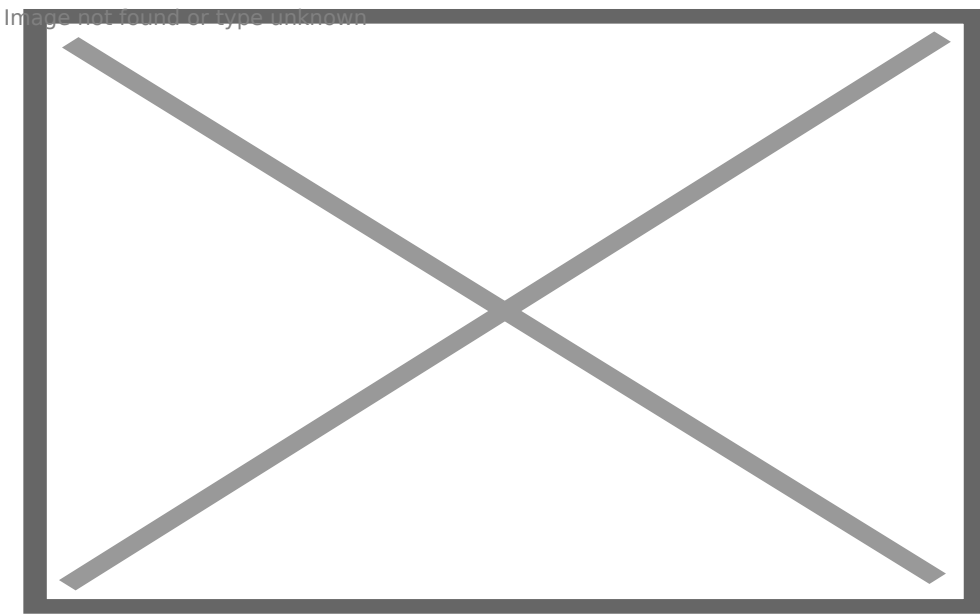
Công ty tẩy đồ sụp đổ trong 10 giây chỉ vì CEO... và miệng

03:57 20/12/2016

Tác giả: Thái Sơn

Chỉ vì câu nói và miệng mà doanh nhân Gerald Ratner mất luôn sự nghiệp, hủy hoại cả đế chế kinh doanh trang sức của gia đình trị giá hàng tỷ đô.

Hiệu ứng Ratner (Ratner Effect) là các trường hợp phát ngôn bừa bãi ảnh hưởng đến chuyện làm ăn. Đây là bài học kinh điển nhất trong lịch sử kinh doanh thế giới.



Doanh nhân Gerald Ratner

Bạn đã từng bao giờ nói điều gì đó mà ngay lập tức cảm thấy hối hận và muốn rút lại lời nói đó chưa? Tình huống này đã xảy ra với doanh nhân Gerald Ratner vào năm 1991 và nó khiến ông ấy vừa mất luôn sự nghiệp, vừa hủy hoại cả đế chế kinh doanh trang sức của gia đình.

“Đốn củi 3 năm....

Gerald Ratner là CEO của hãng trang sức Ratners - công ty đã định vị lại hoàn toàn ngành công nghiệp trang sức bằng việc nhắm tới những sản phẩm dành cho giới công nhân lao động thông qua chuỗi các cửa hàng bình dân có tên Ratners.

Mặc dù luôn bị báo chí và những hãng trang sức đối thủ chê cười và cho rằng đây là chuỗi cửa hàng "lòe loẹt", "tồi tàn" và "rẻ tiền" nhưng vẫn có rất nhiều người sẵn lòng và muốn mua trang

sức của Ratners. Chính điều này đã giúp Ratners trở thành thương hiệu bình dân phổ biến trên toàn nước Anh vào những năm 1980.

Tuy nhiên, kể từ khi chế độ Ratners được chuyển giao cho người con trai Gerald Ratner, công ty này mới bước sang một trang mới, từ một chuỗi cửa hàng nhỏ lẻ trở thành doanh nghiệp trị giá hàng triệu đô, là đối thủ đáng gờm của những thương hiệu trang sức khác.

Gerald Ratner được chính thức thừa kế lại công ty vào năm 1984. Ông đã giúp mở rộng chuỗi phân phối từ 150 cửa hàng thành hơn 2.000 cửa hàng trong vòng 6 năm, chiếm 50% thị phần đồ trang sức của Anh. Doanh nhân này đã biến doanh nghiệp của gia đình phát triển một cách thần kỳ và được tôn vinh như vị cứu tinh của cả tập đoàn.

Trong cuốn sách tự truyện mang tên "Gerald Ratner: The Rise and Fall... and Rise Again" (tạm dịch là: Gerald Ratner: Thăng trầm... và tăng trưởng trở lại), Gerald Ratner chia sẻ: Thành công mà ông có được là nhờ kinh nghiệm đúc rút trong thời gian ông làm việc tại chợ bán đồ giảm giá Petticoat Lane Market.

Ở đây, Gerald Ratner nhận thấy những cửa hàng bán đồ đắt đỏ, sang trọng thường có ít doanh thu. Trong khi đó, những cửa hàng giá rẻ, màu mè lại rất thu hút khách hàng.

Gerald Ratner hào hứng ứng dụng mô hình này vào doanh nghiệp của mình ngay khi được tiếp quản Ratners Group. Ông đã "hô biến" mọi thứ trong các cửa hàng trong chuỗi Ratners thành màu cam đặc trưng điển hình và "tung chiêu" giảm giá hấp dẫn. Điều này kết hợp với mức giá rẻ kịch kim, Ratners chứng kiến mức tăng doanh số bùng nổ.

... thiêu một giờ"

Ở đỉnh cao thành công, năm 1991, doanh nhân tài ba này được mời tới trò chuyện tại Hiệp hội giám đốc Mỹ - một nhóm gồm những doanh nhân quyền lực bậc nhất để nói về cách ông đã giúp doanh nghiệp của mình phát triển nhanh tới vậy. Ông đã phát biểu trước gần 6.000 người là doanh nhân và nhà báo. Không ngờ, bài phát biểu đáng nhớ đó đã khiến Ratners hoàn toàn sụp đổ và trở thành bài học kinh doanh xương máu cho tất cả các doanh nghiệp trên toàn thế giới.

Mặc dù bài phát biểu nhìn tổng thể đều tốt nhưng khi Gerald Ratner trả lời một người đặt câu hỏi về việc vì sao công ty của ông có thể bán những sản phẩm rẻ tới vậy và ông ấy trả lời như sau:

"Mọi người cũng thường hỏi sao chúng tôi có thể bán rẻ tới vậy. Đơn giản thôi, bởi vì tất cả sản

phẩm đều là đồ đều”.

Ratner tiếp tục phát ngôn thế này: “Thậm chí giá thành còn rẻ hơn cả một chiếc sandwich, và dĩ nhiên nó không thể bền được”.

Mặc dù Gerald Ratner sau đó nói rằng ông chỉ nói những lời như vậy với ý muốn đùa, nhưng phát ngôn của ông đã nhanh chóng lan truyền trên mặt báo. Hậu quả là tin tức về lời nói này của Gerald Ratner lan khắp cả nước, ảnh hưởng nghiêm trọng tới lợi nhuận của công ty.

Chỉ sau vài ngày, giá trị thị trường của công ty đã bốc hơi 500 triệu bảng Anh, và khách hàng bắt đầu xa lánh các cửa hàng của Ratners.

Và khái niệm “hiệu ứng Ratner” được hình thành từ đây. Tên của ông đã được ưu ái đặt thành “Ratner Effect” (hiệu ứng Ratner), nhằm chỉ các trường hợp phát ngôn bừa bãi ảnh hưởng đến chuyện làm ăn tương tự.

Một năm sau tai họa đó, hàng trăm cửa hàng Ratners bắt đầu đóng cửa và hàng nghìn người mất việc. Dù công ty nói rằng lợi nhuận sụt giảm là bởi “sự dịch chuyển thói quen người dùng” nhưng sự thật thì ai cũng biết là do những lời nói trị giá hàng tỷ USD mà CEO của họ thốt ra từ 1 năm trước.

Gerald Ratner đã từ chức vào tháng 11/1992 và công ty phải tìm cách “lột xác”, đổi tên thành Signet Group vào năm 2002. Đây là bài học được lan truyền mạnh mẽ trong giới kinh doanh, doanh nhân toàn thế giới. Sai lầm không ai có thể ngờ này đã khiến một đế chế kinh doanh trị giá hàng tỷ đô sụp đổ trong tích tắc./.

Nguồn: VOV.VN (Theo *Businessblogshub*)

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/cong-ty-ty-do-sup-do-trong-10-giay-chi-vi-ceo-va-mieng>