

khi thấy một người nào đó làm chính xác cái mà chúng ta nghĩ là mình phải làm. Mọi thứ đều có tính tương đối và đây chính là mấu chốt của vấn đề. Giống như một viên phi công đang hạ cánh máy bay trong đêm tối, chúng ta muốn có những chiếc đèn pha ở hai bên đường bay để chỉ dẫn tiếp đất an toàn.

Trong trường hợp tạp chí *Economist*, quyết định giữa lựa chọn chỉ đặt tạp chí điện tử hoặc tạp chí in sẽ khiến chúng ta phải suy nghĩ, đây là một việc khó khăn và đôi khi không dễ chịu chút nào. Chính vì vậy, các chuyên gia marketing của tạp chí *Economist* đã đưa ra các lựa chọn giúp chúng ta không phải suy nghĩ đắn đo nhiều: trong mối tương quan với lựa chọn chỉ đặt tạp chí in, lựa chọn đặt cả tạp chí in và tạp chí điện tử là lựa chọn thông minh hơn.

Các thiên tài của tạp chí *Economist* không phải là những người duy nhất hiểu được sự quan trọng của tính tương đối. Tôi ví dụ trường hợp Sam, một nhân viên bán tivi. Anh đã sử dụng mẹo tương tự đối với khách hàng khi họ lựa chọn những loại tivi được trưng bày:

Tivi Panasonic 36 inch	–	giá 690 đô-la
Tivi Toshiba 42 inch	–	giá 850 đô-la
Tivi Philips 50 inch	–	giá 1.480 đô-la

Bạn sẽ chọn chiếc tivi nào? Trong trường hợp này, khách hàng sẽ gặp khó khăn trong việc xác định giá trị của