

Và doanh thu bắt đầu tăng lên, mặc dù loại máy bán được không phải là chiếc máy làm bánh mì cỡ lớn. Tại sao? Vì giờ đây người tiêu dùng đã có hai loại máy để lựa chọn. Họ không còn phải vất vả khi đưa ra quyết định như khi chỉ có một lựa chọn duy nhất.

Chúng ta hãy xem xét hiệu ứng vật “làm nền” trong một tình huống khác. Giả sử bạn là người độc thân và bạn hy vọng sẽ thu hút được nhiều đối tượng để hẹn hò trong lễ hội dành cho những người độc thân sắp tới? Lời khuyên của tôi là bạn hãy đi cùng một người bạn có ngoại hình giống bạn (về màu da, vóc dáng, đặc điểm khuôn mặt), nhưng kém hấp dẫn hơn bạn một chút (- bạn).

Nếu bạn không đi cùng một người làm nền cho bạn, thì đối tượng sẽ rất khó khăn khi đánh giá bạn. Tuy nhiên, nếu được so sánh với một “- bạn”, bạn sẽ nổi bật hơn hẳn, không chỉ trong sự so sánh với người đó mà còn với cả những người xung quanh. Điều này nghe có vẻ vô lý, nhưng khả năng bạn được chú ý nhiều hơn là rất cao. Tất nhiên, đừng dừng lại ở vẻ bề ngoài. Cách trò chuyện khéo léo sẽ là yếu tố quyết định. Hãy mang theo một người bạn đến lễ hội dành cho những người độc thân – một người không thể diễn đạt lưu loát và thông minh sắc sảo bằng bạn. Trong sự so sánh, người ta sẽ thấy bạn thật tuyệt vời.

Sự so sánh giúp bạn đưa ra quyết định trong cuộc sống. Nhưng nó cũng có thể khiến bạn gặp rắc rối. Vì sao lại như vậy? Vì lòng đố kỵ và sự ghen ghét nảy sinh từ việc so sánh số phận của chúng ta với số phận của người khác.