

của mình. Anh đã chuẩn bị đoạn quảng cáo đó theo cách nghĩ của chính anh khi đi mua giày, chứ không theo ý kiến của đa số người khác. Anh tạo ra những đoạn quảng cáo chỉ làm vừa lòng *cá nhân anh*, chứ không làm hài lòng mọi người.

Kết quả có lẽ sẽ khác rất nhiều, nếu như Ted đặt suy nghĩ của mình vào đa số những người bình thường khác và trả lời hai câu hỏi: “Nếu mình là bậc phụ huynh, đoạn phim quảng cáo thể nào sẽ khiến mình muốn mua những đôi giày đó?”, “Nếu mình là một đứa trẻ, đoạn phim quảng cáo thể nào sẽ khiến mình xin bố mẹ mua cho đôi giày đó?”.

## **Ví dụ 2:**

Joan là một cô gái 24 tuổi, thông minh, hấp dẫn, được giáo dục nghiêm túc. Tốt nghiệp đại học, Joan tìm được chân bán hàng tại một cửa hàng quần áo may sẵn giá rẻ. Cô đã từng được nhận xét rất tốt khi còn học ở trường. Một bức thư giới thiệu cô viết rằng: “Joan là người có khát vọng, tài năng và rất nhiệt tình. Cô ấy chắc chắn sẽ đạt được những thành công lớn”.

Nhưng Joan đã không thể đạt được thành công như mong đợi. Cô chỉ làm công việc đó trong tám tháng, và rồi bỏ việc để tìm một công việc khác.

Tôi có quen biết khá thân với một khách hàng của cô ấy, và một ngày kia tôi hỏi anh ấy điều gì đã xảy ra với Joan tại cửa hàng quần áo may sẵn đó.

Anh trả lời: “Joan là một cô gái tốt, nhưng cô ấy có một hạn chế rất lớn”.

“Đó là gì vậy?” - Tôi hỏi.