

Nhưng những khuyến cáo của họ đã bị bác bỏ, chiến dịch quảng cáo khổng lồ trên các phương tiện thông tin đại chúng vẫn được tiến hành. Chiến dịch đó chỉ được hoãn lại sáu tuần sau đó, vì “kết quả đáng thất vọng”.

Vấn đề ở đây là: người phụ trách quảng cáo đã xem xét sản phẩm cầu chì giá cao đó với con mắt cá nhân, con mắt của những người có thu nhập cao. Anh ta không nhìn sản phẩm bằng con mắt của những người có mức thu nhập bình thường. Nếu anh ta đặt mình vào vị trí của họ, anh ta sẽ không ngoan chuyển hướng quảng cáo đến tầng lớp thu nhập cao hơn, và chiến dịch sẽ không gặp phải thất bại như vậy.

Hãy phát triển khả năng trao đổi suy nghĩ, ý tưởng với những người mà bạn muốn gây ảnh hưởng. Bài tập dưới đây sẽ giúp bạn điều đó.

BÀI TẬP TRAO ĐỔI CÁCH NGHĨ VỚI NGƯỜI KHÁC

TÌNH HUỐNG	ĐỂ CÓ KẾT QUẢ TỐT NHẤT, HÃY TỰ HỎI BẢN THÂN
1. Chỉ dẫn công việc cho ai đó	“Nếu nhìn vào những lời chỉ dẫn này với con mắt của người mới vào nghề, liệu tôi có hiểu rõ điều tôi đang nói không?”
2. Viết một đoạn quảng cáo	“Nếu tôi là một khách hàng tiềm năng tiêu biểu, phản ứng của tôi đối với quảng cáo này sẽ thế nào?”
3. Thái độ khi gọi điện	“Nếu tôi là người nghe, tôi sẽ nghĩ gì về giọng nói và thái độ của tôi trên điện thoại?”