

Vì lý do này, trong lĩnh vực định giá, số 0 không chỉ là một mức giá. 10 xu có thể tạo ra một sự khác biệt lớn trong nhu cầu (giả sử bạn đang bán hàng triệu thùng dầu), nhưng không thể đánh bại được sự ham muốn mạnh mẽ mà mặt hàng MIỄN PHÍ! tạo ra. Điều này, hiệu ứng giá 0, bản thân nó đã là một phạm trù.

Việc “mua mà không mất đồng nào” giống với phép nghịch hợp. Hãy để tôi cho bạn xem một ví dụ để thấy được cách mà chúng ta thường rơi vào cái bẫy là mua phải những thứ mà chúng ta không muốn, chỉ đơn giản vì cái chất dính ấy, hàng MIỄN PHÍ!

Tôi đọc trên báo bài quảng cáo của một hãng điện tử lớn, họ sẽ tặng cho khách hàng bảy đĩa DVD nếu khách hàng mua một đầu DVD độ phân giải cao mới của hãng. Đầu tiên, tôi đặt câu hỏi: Mình có cần một chiếc đầu DVD không? Có lẽ là không. Nếu tôi có nhu cầu, tôi sẽ đợi cho đến khi các nhà sản xuất giảm giá bán. Đây có phải là cách hay hơn không? Nhưng nhà sản xuất đầu DVD đã lên một kế hoạch đằng sau chiêu thức khuyến mại này. Hệ thống DVD độ phân giải cao của công ty đang cạnh tranh gay gắt với Blu-Ray, một hệ thống được hỗ trợ bởi nhiều nhà sản xuất. Đây là thời điểm đầu đĩa Blu-Ray đang thịnh hành và có thể sẽ thống trị thị trường. Như vậy, mặt hàng MIỄN PHÍ! sẽ có giá trị gì khi nó có thể bị lạc hậu? Đó là hai suy nghĩ hợp lý có thể giúp chúng ta tránh khỏi sức hấp dẫn của hàng MIỄN PHÍ!