

Thật ra thì nội dung tờ báo vẫn vậy nhưng cách trình bày sự kiện sinh động hơn, hấp dẫn hơn, lôi cuốn hơn rất nhiều các hình ảnh và bài viết suông trên các báo khác.

Trình bày ý tưởng đơn thuần chưa đủ sức thu hút sự chú ý. Ý tưởng phải được trình bày sinh động, hấp dẫn và thú vị. Đó là nghệ thuật của quảng cáo, điện ảnh cũng đã sử dụng, truyền hình cũng thế. Và bạn cũng cần sử dụng nếu bạn muốn có được sự chú ý của người khác.

Những chuyên gia quảng cáo trên truyền hình có vô số những ý tưởng, kỹ thuật hấp dẫn để quảng cáo sản phẩm. Một loại kem đánh răng làm răng trắng sáng và rắn chắc ngay lập tức với sự xác nhận của một nha sĩ, một loại xà phòng hay thuốc tẩy tiếp xúc nơi đâu là nơi đó nở hoa, phát sáng óng ánh, những gương mặt sung sướng biểu lộ sự hài lòng mãn nguyện với một loại sản phẩm nào đó... Tất cả những hình ảnh cụ thể, sống động ấy kích thích người xem nhận ra ưu điểm của hàng hóa đang quảng cáo và thúc giục người ta mua các sản phẩm ấy.

Jim Yeamans, người bán hàng cho Công ty NCR ở Richmond, bang Virginia, kể lại cách ông bán hàng bằng một cuộc trình diễn hấp dẫn. *"Tuần trước, tôi đến thăm một người bán lẻ và thấy máy đếm tiền của ông ta quá sức cũ kỹ. Tôi đến gần ông chủ và bảo ông: "Ông đang rút vài xu mỗi lần có khách đi qua quầy tính tiền của ông". Nói đoạn, tôi rút một nhúm tiền xu xuống sàn nhà. Ông ta lập tức chú ý đến tôi. Những lời nói đơn thuần có thể không tạo được ấn tượng đối với ông, nhưng tiếng leng keng của*