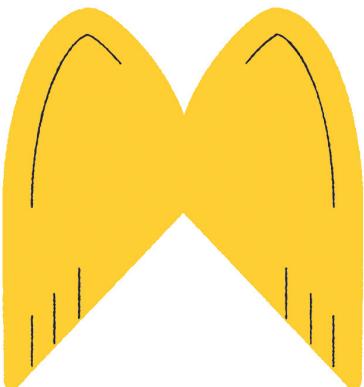


TƯ DUY ĐÓNG VAI

THIÊN THẦN

Tập trung vào ưu điểm



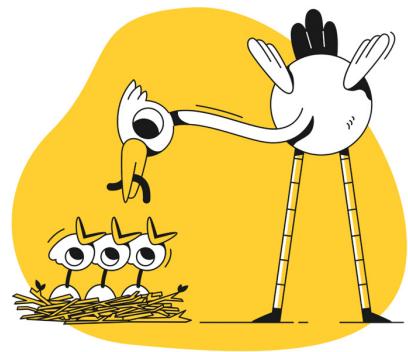
DOANH NHÂN

Tập trung vào chi phí, doanh thu



BÀ MẸ

Quan tâm đến cảm xúc khách hàng



NHÀ KHOA HỌC

Tập trung vào số liệu thực tế



NHÀ TRIẾT HỌC

Tập trung vào lý do vì sao



ÁC QUÝ

Tập trung vào khuyết điểm, rủi ro

