

# CAE Writing Part 1 - Test 4

## 1. Đề bài (Prompt)

**Context:** You have watched a television documentary about the methods used by advertising agencies to influence consumer behavior. You have made the notes below:

**Which advertising method is most effective at influencing consumers?**

- Emotional appeal
- Celebrity endorsement
- Targeted digital ads

**Some opinions expressed in the documentary:**

- *"Ads that make you cry or laugh stay in your memory much longer."*
- *"If a famous athlete wears those shoes, teenagers will buy them instantly."*
- *"Algorithms know what you want before you even realize it yourself."*

**Task:**

Write an essay discussing **TWO** of the methods in your notes. You should explain which method is more effective at influencing consumers, providing reasons in support of your answer.

You may, if you wish, make use of the opinions expressed in the discussion, but you should use your own words as far as possible.

*Write your essay in 220-260 words in an appropriate style.*

## 2. Bài mẫu đạt điểm C1/C2 (Sample Essay)

In the modern era of mass consumption, advertising has evolved into a sophisticated psychological tool designed to dictate purchasing habits. Among the myriad strategies employed by marketing agencies, emotional appeal and targeted digital advertising stand out as two of the most potent mechanisms for shaping consumer choice.

Emotional appeal remains a cornerstone of traditional advertising. By forging a visceral connection with the audience, whether through humor, nostalgia, or empathy, brands can cultivate a sense of loyalty that transcends the practical utility of the product. When an advertisement resonates on a personal level, it bypasses logical scrutiny, making the consumer more likely to remember and trust the brand. This mnemonic power is invaluable, as it ensures that a specific product becomes the default choice in a crowded marketplace.

In contrast, the advent of big data has given rise to targeted digital advertising, a method characterized by its surgical precision. Unlike traditional media, which broadcasts to a broad demographic, digital algorithms analyze individual browsing history and preferences to deliver highly relevant content. This creates a feedback loop where consumers are constantly bombarded with products they have already expressed interest in. The sheer convenience of seeing a desired item at the exact moment of consideration often leads to impulsive purchasing, making this method exceptionally effective in the short term.

To conclude, while emotional resonance creates long-lasting brand affinity, I believe that targeted digital ads are the more effective tool in the contemporary landscape. While a moving commercial might be remembered, a well-timed digital ad provides an immediate pathway to purchase. In an age dominated by screen time and instant gratification, the ability to intercept a consumer's specific desires in real-time is an unparalleled advantage for any advertiser.

## **Dịch nghĩa bài mẫu:**

Trong kỷ nguyên tiêu dùng đại chúng hiện nay, quảng cáo đã phát triển thành một công cụ tâm lý tinh vi được thiết kế để điều khiển thói quen mua hàng. Trong số vô vàn chiến lược được các đại lý marketing sử dụng, sự tác động vào cảm xúc và quảng cáo kỹ thuật số mục tiêu nổi bật lên như hai cơ chế mạnh mẽ nhất để định hình lựa chọn của người tiêu dùng.

Tác động vào cảm xúc vẫn là nền tảng của quảng cáo truyền thống. Bằng cách tạo ra một kết nối bản năng với khán giả, dù là thông qua sự hài hước, hoài niệm hay sự đồng cảm, các thương hiệu có thể nuôi dưỡng cảm giác trung thành vượt xa công dụng thực tế của sản phẩm. Khi một quảng cáo gây được tiếng vang ở mức độ cá nhân, nó sẽ bỏ qua sự kiểm soát của logic, khiến người tiêu dùng có khả năng ghi nhớ và tin tưởng thương hiệu đó cao hơn. Sức mạnh ghi nhớ này là vô giá, vì nó đảm bảo rằng một sản phẩm cụ thể sẽ trở thành lựa chọn mặc định trong một thị trường đông đúc.

Ngược lại, sự xuất hiện của dữ liệu lớn đã dẫn đến sự trỗi dậy của quảng cáo kỹ thuật số mục tiêu, một phương pháp đặc trưng bởi độ chính xác cực cao. Không giống như các phương tiện truyền thông truyền thống phát sóng cho một nhóm đối tượng rộng, các thuật toán kỹ thuật số phân tích lịch sử duyệt web và sở thích cá nhân để cung cấp nội dung có tính liên quan cao. Điều này tạo ra một vòng lặp phản hồi, nơi người tiêu dùng liên tục bị bủa vây bởi các sản phẩm mà họ đã bày tỏ sự quan tâm. Sự tiện lợi thuần túy của việc nhìn thấy một món đồ mong muốn vào đúng thời điểm đang cân nhắc thường dẫn đến việc mua hàng bốc đồng, khiến phương pháp này đặc biệt hiệu quả trong ngắn hạn.

Tóm lại, mặc dù sự cộng hưởng cảm xúc tạo ra sự gắn kết thương hiệu lâu dài, tôi tin rằng quảng cáo kỹ thuật số mục tiêu là công cụ hiệu quả hơn trong bối cảnh đương đại. Trong khi một quảng cáo cảm động có thể được ghi nhớ, thì một quảng cáo kỹ thuật số đúng thời điểm sẽ cung cấp một lộ trình mua hàng ngay lập tức. Trong thời đại bị thống trị bởi thời gian sử dụng thiết bị và sự thỏa mãn tức thì, khả năng nắm bắt những mong muốn cụ thể của người tiêu dùng trong thời gian thực là một lợi thế vô song cho bất kỳ nhà quảng cáo nào.