

ChaseDream GMAT 作文寂静整理 (2021/09/06 起)

整理菌: qv0518

最新版地址: <https://forum.chasedream.com/thread-1382829-1-1.html>

2021/09/06 起寂静整理汇总

【原始寂静汇总】 2021/09/06 起原始寂静汇总 by Cinderella 灰
<https://forum.chasedream.com/thread-1382824-1-1.html>

【数学】 2021/09/06 起数学(MATH)寂静整理 by ESSENTIALS
<https://forum.chasedream.com/thread-1382826-1-1.html>

【阅读+逻辑】 2021/09/06 起阅读(RC)+逻辑(CR)寂静整理 by ESSENTIALS
<https://forum.chasedream.com/thread-1382825-1-1.html>

【作文】 2021/09/06 起作文(AW)寂静整理 by qv0518
<https://forum.chasedream.com/thread-1382829-1-1.html>

更新日志:

- 09/12 更新到 7 题, 感谢 Scotty129, 喵呜包子酱!
- 09/09 更新到 5 题, 感谢细肺 007, qqweq!
- 09/08 更新到 3 题, 感谢 DAYDREAM99!
- 09/08 更新到 2 题, 感谢 fiona 拉锯子!
- 09/06 更新到 1 题, 感谢芳芳-!
- 09/06 换裤日 ([换裤时间统计](#))

作文寂静整理目录

01. HR 失职.....	2
02. 店面购买 (retail space)	4
03. 摩托车公司更换广告渠道	6
04. 豪华车口碑营销 (Fernando Auto Service)	9
05. 地铁载客 (ridership)	13
06. MarketCo 与本地店竞争	16
07. 学徒项目 (apprentice program)	20

01. HR 失职

【本月寂静】

以前新进来的员工 skills 和 motivation 可以提高公司的利润。现在新进来的员工没有同样的 skills 和 motivation 了。结论认为 human resources department 应该为公司的 decreasing profits 负责 (by [芳芳-](#))

【考古】

The following appeared in a memorandum from the CEO of a consumer electronics manufacturing firm to the head of the company's human resources department, who is responsible for hiring new employees:

"Eight years ago, our firm's profits were increasing with each new employee we added. We discovered that each employee had the skills and motivation to generate more revenue for the firm than his or her salary cost us. However, for the past two years, our profit margin has been falling, even though we have continued to add employees. Thus, our newer employees are not generating enough revenue to justify their salaries. We must not be hiring new employees with the same level of skills and motivation as those we used to attract. Clearly, then, failures in the human resources department account for our falling profits."

构筑提供的思路: (by [USLeo](#))

- 1) 利润率下降不一定是员工造成的, 可能外部环境不好。
- 2) 即使是新员工造成的, 也不能就一定感觉是 HR 部门的问题。

构筑提供的思路: (by [colaringzyq](#))

- 1) 可能最近几年的经济形势不同了, 比如通货膨胀使原来一样的工资不那么值钱, 不是员工的错
- 2) 可能是公司的设备不行了之类的他因
- 3) 不是 HR 的错, 因为一般公司的招聘标准差不多, 按照以前的招聘标准新招员工, 就不会和以前不同

构筑提供的思路: (by [瑞士军刀刀刀](#))

- 1) profit margin 下降不一定是员工工资太大导致的, 首先 cost 有很多部分, 原材料啦机器设备折旧啦等等。并且收入也不是员工可以控制的, 受市场整个国家经济政治影响也说不定。
- 2) 制造部老大的"feel"怎么可以当一个有效的证据呢? 在没有 solid evidence 的情况下不能说员工的 skill 和 motivation 下降了。而且员工的 skill 和 motivation 是否真的和 profit margin 有关系呢?

构筑提供的思路: (by [飞行少年](#))

- 1) 八年前的发现, 时间太久远, 不适用于最近的环境
- 2) 除了员工以外, 还有许多公司内部及外部的因素导致 falling profit, 内部比如管理疏忽、生产的产品质量下降 (导致顾客购买量减少);外部比如顾客 taste 变化、替代品的出现、竞争者的增加等
- 3) 这个时间来不及我就乱写了, 因为题目里说是 the director feel..., 我就说主观取得的结论没有具体的数据支持没有说服力
- 4) 考完后突然想到, 虽然公司一直在招聘员工, 但是可能就是因为公司的薪水给的低导致大量员工离职也可能导致人手不足从而使利润下降

构筑提供的思路: (by [feila1](#))

- 1) 时间变化+不当类比, 8年前后近两年时间变化, 不能比, 这里主要列举外因影响, 竞争啊, 外部经济啊等;
- 2) 单一归因有疑, profits 下降有很多方面的因素, profits 不仅有收入, 也有 cost 影响, 这里主要列举内因, 可能有新技术新管理模式等带来 cost 增加;
- 3) 对雇佣新员工本身质疑, 什么原因导致不断雇佣新员工? 如果是老员工走掉而补新, 可能说明公司流失了很多有经验能赚钱的主, 如果员工已经饱和了, 再雇佣, 则是浪费 cost, 这些都会影响 profit, 而这些都不只是 HR 部门, 还包括管理部门等的策略错误。

构筑提供的思路: (by [Sparrowfong](#))

- 1) 新员工和 profits 没有直接因果关系, 然后还有别的因素影响。
- 2) 八年来的成功不表示现在和未来会这样。
- 3) 不能让 HR 背锅因为这个公司不止 hr 这个部门还有其他部门的 performance 也要考虑。

构筑提供的思路: (by [stepheniezyx](#))

- 1) gratuitous assumption: director "felt" 这词, 没有经过严谨的调查, 就不能光凭 felt 就判 new employee 的罪
- 2) 忽略他因: 公司 profit 下滑有很多原因的, such as competition, obsolete technology
- 3) 不能全怪 new employees, 时过境迁了, old employees 未必像从前那样高产。可能真正原因是 old employees 跟不上时代, 拖累了整个 employees 群体的 productivity, resulting in falling profits.

构筑提供的思路: (by [Lunafang](#))

- 1) 没考虑它因、八年和两年前的背景环境可能已经改变不能直接比较
- 2) 数据未说明来源没有说服力。

构筑提供的思路: (by [Luoyf](#))

- 1) all things are equal (现在的经济形式可能比八年前差很多)
- 2) causal simplification (不是人力的错, 可能是公司管理差, 导致员工不能发挥最大潜能)
- 3) false analogy (不知道这个对不对, 不能用同样的标准来比较两批员工, 现在的比以前接受了不一样的教育)

构筑提供的思路: (by [杀 G770](#))

- 1) 8年前不等于最近两年, 有可能经济环境变化导致人们购买力减弱, 导致公司利润下降。
- 2) 不一定都是因为雇佣工人的毛病, 还可能是因为企业管理不当, 经营不善, 导致人们不再购买这家的产品导致的利润下降。
- 3) 让步: 即便有可能是因为员工的原因, 也不一定是因为 HR 的原因, 因为员工的整体质量水平有可能下降, 所以根本无法招到适合企业的员工, 而且也可能是因为好的员工不去这家公司, 而去了更有竞争力的公司。

构筑提供的思路: (by [L 的怡瑾](#))

- 1) manufacture department 没有不断研发新技术, 增加 productivity, 所以更多的顾客被 competitor 吸引走了, 同时他的售后服务等等可能也不太好, 所以导致顾客流失
- 2) CEO 只是听 manufacturedepartment 的 head 一面之词, 只是那个 head 如此 feel, 没有实际数据证据证明是因为 human resource department 雇佣的人不够好才导致公司利益下降

构筑提供的思路: (by [gtbingxiu](#))

- 1) 招聘不是 HR 一个部门的事情。需要和用人的部门有更良好的沟通, 确认他们需要技能。
- 2) 新的雇员也许缺少培训融入公司, 从而无法发挥最大化的效益。因为老雇员 8 年前跟着公司成长, 公司可能更复杂了, 新的雇员没法适应。
- 3) 要从公司内部 **strategy** 和管理来寻找是否有影响 **profit** 的因素
- 4) 旧的招聘标准不能适应新的环境

构筑提供的思路: (by [lily-rukiki](#))

- 1) 不能时地全等, 不能把近年的和过去 8 年的做对比, 可能当时行业上升期, 或者当时有政府扶持, 成本低等别的原因
- 2) 无充分论据支持 **profit** 的下降仅仅是因为人力资源导致的, 且随着社会经济的发展, 人力成本确实是会逐步升高。

02. 店面购买 (retail space)

【本月寂静】

作文大概是: 有 A 和 B 两个相邻 neighborhood, A 区房价近年来一直在涨, B 区保持不变, 作者就说啊那 A 区房子现在比 B 区贵了, 又推导说啊那 A 区房子 **overpriced** 了, 然后得到结论说为了划算我们应该去买 B 区的房子。(by [fiona 拉锯子](#))

【考古】

The following appeared in a letter from a part-owner of a small retail clothing chain to her business partner:

"Commercial real estate prices have been rising steadily in the Sandida Heights neighborhood for several years, while the prices in the adjacent neighborhood of Palm Grove have remained the same. It seems obvious, then, that a retail space in Sandida Heights must now be much more expensive than a similar space in Palm Grove, which was not the case several years ago. So, it appears that retail spaces in Sandida Heights are now overpriced relative to those in Palm Grove. Therefore, it would be in our financial interest to purchase a retail space in Palm Grove rather than in Sandida Heights."

参考思路:

1. 错误类比: SH 和 PG 难以类比, 地区之间必然存在差异, 因为要考虑经济、人口、交通等问题, 不能单凭地价上涨与否判断哪个地方的地价高, 哪个地方更值得投资。
2. 因果关系-忽略他因: To increase financial interest 不一定是因为低价买到了一块地, 还要考虑产品销量、交通便利、地区客流量等因素。
3. 因果关系-错误因果: The claim that retail spaces in Sandide Heights are now overpriced does not necessarily proves that purchasing a retail space in Palm Grove can bring about financial interest. SH 的门店价格高不能说明在 PG 投资就能赚钱。SH 的地价高, 就一定没有 financial benefits 吗? 因为 SH 的地价在上涨, 这个反倒说明在 SH 买地能带来利益。为了更好地评价 financial interest, 我们还应该了解 SH 地门店价格的趋势, 并比较两地的商业利益。
4. 无根据假设: The real estate price in Sadida Heights have risen while then prices in Palm Grove have remained unchanged is not sufficient to reach the conclusion that a retail space in Sandida

Heights is not much more expensive than a similar in Plam Grove. 事实可能是 SH 的原地价就比较低, 而 PG 的地价比较高, 所以虽然 SH 的地价一直涨, 但是还是比 PG 的便宜。

构筑提供的思路: (by [ImmmHuely](#))

- 1) 虽然 city A 的商铺价格逐年在增, 但是 city A 的商铺单价可能比 city B 的低, 在 city B 买不一定 beneficial。
- 2) 购买商铺不能只考虑商铺价格, 应考虑到附近居民购买力、需求等等

构筑提供的思路: (by [Joannna97](#))

- 1) 时间外推类错误。之前上涨的真正原因是什么。未来是否还会上涨。
- 2) GH 现价已经很高了, 而邻居 P 的价格目前还没有上涨, 并且 P 可能未来受 GH 影响被带高, 所以现在购买 P 可能未来收益更大。

构筑提供的思路: (by [当当 Dawn](#))

- 1) S 城市上升不代表 Price 会比 P 高, 说不定以前 S 的价格很低;
- 2) S overpriced 不代表发展前景比 P 差。

构筑提供的思路: (by [nikiiiiik](#))

- 1) 不能把 real estate 情况和 retail spaces 直接类比, 还是有不一样的地方。
- 2) 不一定 overpriced, 因为可能 s 地的 retail spaces 在其他方面更好与 P 地的。
- 3) financial interest 不一定只考虑 price, 可能需要长远考虑整体利益。

构筑提供的思路: (by [Aaronhah](#))

- 1) 不知道几年前的价格可能 A 地升完的价格还是比 B 低
- 2) 即使地价便宜但可能 B 更多 customers 赚的比较多之类的

构筑提供的思路: (by [Jez](#))

- 1) Causal relationship, S 房价上涨不能说明 S 房价超过 P
- 2) 时地全等 就算 S 房价高过 P, 未来未必一直保持这样
- 3) 他因——有了低房价未必能有 financial interest, 如果 S 的消费群体更大呢? 如果 S 的地理位置更好呢? 如果 P 有奇奇怪怪的规定呢? rule out 了没?

构筑提供的思路: (by [呆呆鹅鱼宝宝](#))

- 1) 首先 LZ 觉得无法确定 original price of those two areas, so the assumption that the price is now expensive is unwarranted.
- 2) Secondly, the comparision between these two areas is not reasonable, since we dont know other data related with the economy in those two areas, market demand of the retail clothing industry etc

构筑提供的思路: (by [airu](#))

hh 和 pg 不能类比, 虽说 HH 房价高但可能赚的也多 overall profit 大于 PG/ 只说明 HH 增长, 但没有给出之前的价格, 也许 hh 很便宜呢, 就算增长也没多少呢? / 不动产增长不等于 retail place 增长, 也许有 policy lower price 来吸引投资呢, HHretail 不一定贵

构筑提供的思路: (by [zooooo000000e](#))

- 1) commercial real estate price 不一定会导致 retail space 费用高, 根据你的业务性质, 不一定要选在繁华地价高的商业区, 可以在其他社区等等
- 2) 没有考虑地价高背后的原因, 也许是因为 PG 城市的消费者多, 或者消费者的消费能力强, 或者其他对 retail chain 有优势的原因
- 3) 不能因为过去几年地价涨, 就因此推断出未来也会继续涨
- 4) 不能只考虑 cost, 也应该考虑 revenue, 如果想减少 cost 的话, 可以采取其他销售渠道, 例如网上销售等, 可以减少实体店的开店费用

构筑提供的思路: (by [fatbearbaby1002](#))

- 1) 过去不代表未来
- 2) 两个城市条件不相等
- 3) 没有评估投资效益
- 4) 无端假设大涨就是 overpriced

构筑提供的思路: (by [Akiii](#))

- 1) retail space 和 commercial real estate 不是一个东西。commercial real estate 涨价不能说明 retail space 涨价。
- 2) A 地虽然地贵, 但是客源多。在 B 地买地结果没有顾客, cloth 卖不掉也是白搭。

构筑提供的思路: (by [咕咕贝](#))

- 1) 时地全等, 以前在涨不能说现在房价比 P 地高;
- 2) 无因果关系, 首先不能证明 S 地房价高, 房价高也不代表溢价;
- 3) 第三个我凑的, 还有别的方法增加收入带来经济效益 (by 咕咕贝)

03. 摩托车公司更换广告渠道

【本月寂静】

作文: 一个人给他们公司 (貌似是汽车公司) 的广告部门 leader 提建议, 说因为有一个 report 表明大多数消费者会忽略网站上的广告, 很少被打动去买东西, 所以网站广告没啥用, 另外又发现在发放 radio&television ads 以后, 公司销量上升, 所以最终应该减少 websites 广告, 增加 radio&television 的广告 (by [DAYDREAM99](#))

【考古】

V1: Metro Motorcycle Company 的 market researcher 向公司管理层 (好像是 director of the designing department 也不是 advertising department) 提出建议:

“Metro Motorcycle 在 social network website 上面投放的广告没有效果 (has no effect on sales), 因为根据一个 survey (没说时间和做调查的是谁), 90% of the respondents 表示 they had never bought any specific products after watching ads on social network website. 作者接着说 advertising through television and radio yield far more sales. 去年在 television and radio 上投广告以后, sales of motorcycle rose 15% in the city. 所以该 market researcher suggests: in order to make the marketing project more profitable, the company discontinue advertising on social network and spend all ads budget on television and radio ads instead, ” (by [icemelon](#))

V2: A memorandum from a marketing researcher of Metro Motorcycles:

The advertisement budget spent on social media websites has no effect on sales. A customer survey shows that 90% of the participants said they never purchase the product because of the advertisements on the social networking website. In a year, after the company implemented the TV and radio advertisements in the Metro City, the sales of motorcycles increased. Therefore, the company should put all the advertisement budget on TV and radio ads, instead of on social networking website. (by [Chelsea18](#))

V3: 一个摩托车公司的 marketing reserach analyst 说: the advertisement budget spent on social media websites has no effect on sales. A customer survey from one social media websites, 90% of the survey answered said they never purchase the product shown on the website (意思就是他们根本不买或者根本和他们不相关). In a year, after the company implement the TV and radio advertisements in the Metro City, the sales of motorcycles increased. So, the company should put all the advertisement budget on TV and radio ads, instead of on social media website... 大概就是这样. (by [H.Qi](#))

V4: 一家公司认为 online ads 没有 television ads and radio ads 有效 (effective)。因为他们做了一个 survey, 90%的 website users 表示他们不会因为网站上有某个产品的广告而去买这个产品。过去一年里, 这家公司的 online ads 的销售额比 TV 和 radio ads 的销售额少。为了提高利润, 这家公司决定 discontinue online ads, increase the investment in TV and radio ads. (by [Shinny2015](#))

V5: 一个 marketing reserach analyst 给 motorcycle company 的 head of advertisement department 的 memo 里说: 我们的 social media website advertising 完全没有起到计划中的作用。从一个 social media website 数据显示 90% survey from the site 说广告没有促使他们去买这个公司的 motorcycle。同时, 我们去年在 television 和 radio 上投放了广告, 今年的 sales 增长了 15%。所以, 我们应该放弃 social media 广告的 budget, 把资金投入 television+radio 的广告中. (by [MichelleHY](#))

Metro Motorcycles change advertisement plan: A article from a researcher of Metro Motorcycles to the head of the marketing department:^T_{SEP}The advertisement budget spent on social media websites has no effect on sales. A user survey shows that 90% of the participants said they never purchase the product because of the advertisements on the social networking website. On the contrary, TV and radio advertisements have better effects. In a year , after the company implemented the TV and radio advertisements in the Metro City, the sales of motorcycles increased. Therefore, in order to increase company advertisement profitability, the company should stop spend money on internet advertisement and put all the advertisement budget on TV and radio ads instead . Q: please evaluate the article and the researcher's plan. (by [sophie2018](#))

参考思路

1. 错误取样: a) 样本选取不够, 只有一个; b) 样本不一定具有代表性, 未必代表整个 social media 的 group;
2. 其他因素: a) 可能整个 industry 在那一年因为一些明星效应或者其它原因导致了 industry 的增长, 不一定是因为 TV 广告导致了公司的业绩增长;
3. 情况变化: 未必广告在 TV 和网站是互斥的, 没证明其它方案没这个方案好, 也许一半一半可以达到更好的效果, 而不是单一投资广告在一个领域。

构筑提供的思路: (by [icemelon](#))

- 1) survey 的样本不具代表性。可能 respondents 都是穷学生, 经常上社交网站又买不起摩托车这种贵产品。如果公司把广告投放放在白领阶层常上的 SNS 上, 销量可能会有明显提升。

- 2) oversimplified causal relation. 15% 的销量上涨不一定是因为电视广播广告，可能是因为去年一直在搞促销，大家就都来买。基于的假设：transfer budget to television and radio ads 以后销量会继续上涨。如果移了广告费，今年销量又没涨，公司就方了。。
- 3) 在得出最后结论之前，researcher 需要做 benefit-cost analysis. 也许电视广播广告费很贵，比 social network 广告贵三倍，但是并不能带来相应的销量增长，这种情况就可能赔钱。
- 4) 原文说销量在城市上涨了 15%，不代表全国销量都上涨 15%，可能 nationwide 销量是下降的，这种情况下不能说电视广播广告起到积极作用。
- 5) 没有证据表明双管齐下不会达到更好的效果。
- 6) 撤掉 SNS 广告有潜在危害，可能没办法吸引一部分潜在客户了。

构筑提供的思路：(by [qy 小蜜](#))

- 1) 只在一个网站上 survey sample 太小。不具有代表性
- 2) sales 增长可能有别的原因 在电视广告播出后可能只是巧合
- 3) 不一定更 profitable 因为广告费用可能会增加很多

构筑的攻击点：(by [soul shadow](#))

- 1) 百分之十的销售增加并不一定来自于广告，很可能是其他原因导致的比如提高了车子的技术
- 2) 以前人们不在意 social network 不代表以后不在意
- 3) 调查可能有误

构筑提供的思路：(by [鲸 0505](#))

- 1) 样本不全
- 2) 相关 ≠ 因果，可能第三因素导致 sales
- 3) 有第三方案，结合网站和电视广告

构筑提供的思路：(by [penghui zhang](#))

- 1) small sample size cannot represent all the samples in the pool.
- 2) sales 的增加和电视广播的广告没有任何 causal relationship，也许是巧合。就算有因果关系，那么也有别的因素可以影响 sales 的上升，不止广告一条路。
- 3) profit = sales - cost. 销售上升不等于 profit 增加，也许 sales 的增加不能 cover 成本的 shift，结果还是没赚钱。

构筑提供的思路：(by [vickydomi](#))

- 1) 调查不具有说服力
- 2) 导致销量增长的因素有很多，并不一定只是因为投放电视 radio 广告
- 3) bad plan, 转移 budget 投放广告并不一定能导致销量增长，可能 television 广告已经饱和。而且可能有副作用：太多广告还可能引起消费者的反感

构筑提供的思路：(by [Zoe-IESE](#))

- 1) Sample scope, respondent
- 2) Casual relation between advertisement on TV and profits. Insufficient info. To prove close relation sales growth and TV advertisement
- 3) ROI. Many factors decides the profitable marketing campaign

构筑提供的思路: (by [Ronß](#))

- 1) 调查不充分。一个网站不代表所有消费者。
- 2) 类比错误。M 城情况不代表整个市场。
- 3) 时间外推。即使 M 城代表整个市场, 即使 M 城成功了。也不代表未来会成功。

构筑提供的思路: (by [sophie2018](#))

- 1) dubious survey : perhaps responders are not typical/ target buyers of Metro Motorcycles;
- 2) false assumption: good sales in Metro city may caused by huge discount in that season;
- 3) Cost-benefit analysis should be preformed here : what if the cost of TV and Radio is prohibitive and can not balance the gains?
- 4) Unpredictable future: there are many factors may stop the company increase profits even ads are well channeled. what if more competition? suppliers goes wrong? machine broke down?

构筑提供的思路: (by [luckyfanta](#))

- 1) 通过样本代表性
- 2) 因果关系
- 3) 未来时间关系来写就行

构筑提供的思路: (by [庄晓曼](#))

- 1) 可能是别的原因导致 sales increase
- 2) 会不会三个一起投资效果更好
- 3) 作者理所当然认为 sales 增长 profit 就会增长

构筑提供的思路: (by [3180035155](#))

- 1) survey 的可靠性 (没有讲调查人数, 范围等等)
- 2) 利润不止和 sales 有关 (成本高的话会亏)
- 3) 两种方法不一定可比 (有点牵强, 我写的没有证据显示这两种方法可比, 可能有的人看互联网, 有的看电视, 基数和影响都不一样)

04. 豪华车口碑营销 (Fernando Auto Service)

【本月寂静】

作文话题: 大意是一个汽车公司觉得传统的市场营销模式太费钱了虽然这个方法的确能帮助获客, 因为传播途径主要通过 RADIO 和 TV, 现在的人比较相信朋友和熟人的推荐。所以市场经理准备在店里安装电子摄像头, 然后录下一些对店里服务和产品满意的客人的视频, 让这些顾客推荐自家的产品。因为反正自己家也有网站了, 到时把这些视频 PO 到自己的网站上, 那些想找评论的新顾客一登录网站就能看到。市场经理觉得这个发短视频的方法很好而且能够增加新客户。(by [细肺 007](#))

作文: 一个 auto service company 的 owner 给 manager 写了封信。建议说为了 increase customer 应该放弃 advertisements 推广服务, 改用网站。现在公司有自己的网站, 可以录像, 可以 online interview 客户。而且他感觉现在都是 word-of-mouth, advertisements 效果不好。(by [lovegemini](#))

【考古】

V1: 说 Fernand's Luxury Auto Service, 以往都通过 traditional advertising 的渠道 (像 TV, Radio, 杂志之类) 来吸引顾客, 花费很高。最近它的 owner 给 marketing manager 留言说, 现在网络超发达, 考虑到许多 customer 更注重从朋友和 acquaintance (熟人) 那里听来的建议 (word of mouth/mouth-to-mouth recommendations), 我们应该做 Internet based 的推广, 这样省钱又有效。于是决定在车行里放摄像头, 对一些感到满意的顾客进行采访, 拍成视频。而且这个 Auto Service 有自己的网站, 把视频 post 到网站上很方便, 而且 inexpensive。可以定期频繁地 update 网站, 这样顾客就可以通过网站得到关于产品的信息和其他顾客的真实评价等信息。这些做法, 最终提升 customer base。这种方式会更 effective, 所以减少 (还是取消?) traditional ad. (by [PapaDoc01](#))

V2: 一个叫做 Fernando Luxury autoserviceXXX 的 Automobile 公司的市场部门提出的建议大意: Since last few years we have already spent a lot of money on traditional advertising such as tv and radio but customers prefer word-of-mouth recommendations from friends and acquaintances. So we should set up digital cameras in our shops, interviewing those satisfied customers. We can then update the videos on the website frequently. Since the company has a website already, updating the videos online is an inexpensive way of advertising. ...As a result, every time when people seeking recommendations online, they will see people in the videos talking about of the excellent automobiles of our service shop. So the proposal will increase our customer base and bring more sales than traditional advertising methods. (by [vincy613](#))

V3: Fernando auto service 公司, 原来主要通过 TV、radio (traditional advertising) 做广告, 花费较高。然后公司有人提议说现在公司的主要客户都是靠朋友介绍来选择商品的, 应该用网络的方式去宣传产品, 从而有更大的知名度。一是便宜, 二是公司正好也有网站, 通过录制视频采访来他们公司的顾客, 并选取一些好的评价放在网上, 那么顾客会因为看到这些评价去体验他们的服务, 从而达到增加顾客的目的。这样既简单又有效, 比传统的广告方式更有效。结论是以后都靠这个做广告, 不选择 TV\ radio, 会带来更多销量? 大概是这样。。 (by [奥迪 girl](#))

V4: a memo that the owner of a luxury automobile told the marketing manager the word-of-mouth strategy that people prefer recommendations from their friends and acquaintances to advertisements. in order to have more customers, they can interview some in-store customers to make videos and put the videos on their own website. (by [hahouhei](#))

V5: 一个 luxury car company 在广告上的花费一直很多, 觉得 traditional advertising based on TV, radio, etc. 不是那么 effective, 因为现在的 customer prefer word-to-mouth recommendations and friends acquiesce. 所以决定 interview satisfied customers and put the video on the website. 这样顾客就可以浏览网上其他顾客的 interview, 从而增加 customer base. (by [Hazel2023](#))

V6: 作文考的是一个 luxury auto service 的 owner 给 marketing manager 写信, 说在传统广告上的预算太多了, 列举了一下传统广告有电视, 收音机之类。然后这个 owner 认为 word-to-mouth recommendation 口耳相传这种方式比较好, 建议把广告重心放在 internet 上。接下来就提出了一个方案, 说在店里装 digital camera 采访顾客, 把采访的视频放到他们本来就有的 website 上, 顾客想要了解的时候就能看到真实的其他顾客的反应, 觉得这样能够提高 customer base. (by [谢亦清](#))

V7: 一个卖汽车的公司 owner 向 marketing manager 提意见: 他们在 traditional marketing (radio 这些) spend a large amount, the owner believes that even adding more money can expand the customer base, it is not very efficient. The auto industry 的顾客主要喜欢 word-of-mouth 通过他们的朋友或者熟人。所以 owner 打算在店内安装 camera 并且采访那些来提车的顾客, 把他们对于公司服务好的视频放在网上。他们店里已经有了一个自己的网站, 只需要经常更新这些视频就可以达到宣传效果, 让看到视频的 customer 觉得这家店很靠谱, 于是可以增加 customer base (by [Yuchen Tian](#))

V8: 汽车公司经理说最近公司广告 (such as radio and television) 花费太多了, 他认为网络其实是个 inexpensive 的方式去扩大客户群, 因为他觉得人们更喜欢 friends and acquaintances 口口相传的推荐, 所以准备在他们公司自己的网站上上传视频, 视频里拍一些 satisfied customers 的 interview 来推荐他们的 service。结论是这样的方式会是 efficient 的。(by [RISSE 娇](#))

构筑提供的几个点: (by [ojiujiuo](#))

- 1) 大家都相信口口相传没根据
- 2) 老的广告 (radio, TV) 不能吸引客户也没根据
- 3) 自己公司的网站不一定有人浏览不知道啊, 或者并不是潜在客户购买前参考的对象
- 4) 看了宣传后也不一行相信啊, 谁能证实买家不是找来的虚假宣传这样呢。

构筑提供的攻击点: (by [Blannnk](#))

- 1) oversimplified assumption: 有网站, 但不一定顾客都愿意或者有兴趣去看
- 2) other reasons: 影响 customer base 有更多的因素, 因此也有更多的方法, 比如 quality, brand name, after sale service
- 3) doubtful survey: 愿意录视频的人本来对产品满意

构筑的观点: (by [淇水汤汤的汤](#))

- 1) 他们没有证据表明电视收音机等 traditional advertising 没有网络好;
- 2) 还有熟人和网上买家不一样, 顾客不一定相信;
- 3) 还有一个想提高销量不一定从广告入手, 因为可能顾客看到了广告, 因为产品本身的原因没买, 这个不知道对不对, 构筑作文不好, 分数还没出, 大家还是看机经更靠谱~

构筑提供的思路: (by [Jaxhuang](#))

- 1) 人们不一定相信陌生人的口碑
- 2) 很多老顾客不常上网并且上网也不上这个破官网都刷微博 facebook
- 3) 很多顾客不想上镜被采访 那样方案就很难实施了

构筑提供的思路: (by [Airkoala](#))

- 1) research 针对的 mechanic piece 是不是包含 luxury car。因为 car 本身就比较特殊, luxury car 更是特殊。这不是买个吸尘器电视机, 人们购买豪车的时候要考虑的东西多很多。
- 2) luxury car 不仅是汽车, 更是一种身份的象征。所以人们买它的时候不是为了 follow popular trends, 而是为了 show extinction。所以他们才不会听朋友的意见都买一样的东西呢。
- 3) 传统 radio 和 advertising 的渠道比较有针对性, 比如看 GQ 的男士都有一定的社会地位, 在这里做广告他们会觉得这个产品也很 premium, 符合他们的身份。而网站上的东西只有能人们产生了一定兴趣, 做 target search 的时候才有可能对消费者有用, 否则人家谁辣么闲要来看你网站啊。
- 4) 传统 radio 和 advertising 只用发一些文章或者一些图片, 这个是公司现有 marketing 部门可以做出来的, 但是如果要在网站上发很多 fancy video 的话, 公司需要专门成立一个负责 video 拍摄和制作的部门, 后期成本很高。

构筑提供的思路: (by [vincy613](#))

- 1) 作者没有证据支持 word-of-mouth-recommendation 会比传统广告方式好
- 2) 视频里的满意顾客并不是看广告的人的朋友或者熟人, 他们的推荐可能会被当作是广告, 算不上所谓的 word-of-mouth advertisement
- 3) Setting up digital cameras and hiring people to update the videos online can bring extra cost to the company. 所以 inexpensive 不成立
- 4) The assumption that the website is easily accessible to everyone is dubious. 有可能对手花钱把自己的 video 放在搜索引擎 top list, 或者这个网站不是很有名很难被搜索到。

构筑提供的思路: (by [raincouver](#))

- 1) 因果(改变营销方式并不一定可以扩大客户基数, 还有其他因素要考虑)
- 2) Either-or fallacy (干嘛非二选一, 可以一起用)
- 3) cost-benefit analysis/hasty generalization etc

构筑提供的思路: (by [Joycetan](#))

- 1) 无关对比, 网络广告不见得适合豪车的销售
- 2) 无理假设: 客户不见得愿意录视频并放到网上给公司做广告
- 3) 因果错误: 网络广告也会比传统的电视广告更费钱。

构筑提供的思路: (by [jtqjta](#))

- 1) 没有证据表明网上广告花钱少又高效;
- 2) 提车之前就录视频, 还没拿着车呢, 你让他们说啥?
- 3) 你网页浏览量多吗? 有足够的人来看你网站上的视频吗? 再说了, 点进你网站的人本来就已经对你感兴趣了, 没必要再用视频强调你的好了吧

构筑提供的思路: (by [Bwbj2017](#))

- 1) 说 word-of-mouth from friends and acquaintances 比 traditional advertising 好没有根据
- 2) 在网上 post video 不能达到 word of mouth 的效果因为都是陌生人
- 3) 会去他们网站的已经知道他们公司了, 不能帮他们达到 increase customer 的目的

构筑提供的思路: (by [xfnlll](#))

- 1) 新方法也有成本
- 2) 去网页的人本身就是这个品牌客户, 数量有限
- 3) 可能会有差评, 如果放到网上, 不会起到正面效果, 如果不放, 这些被采访的人知道了会到处说, 更不利于公司形象。

构筑提供的思路: (by [Arokie](#))

- 1) 网络视频都是陌生人, word-of-mouth 不适用
- 2) 虽然 inexpensive, 但是其他因素客户不见得愿意把自己形象 link 到车行, 所以可能导致无法 update frequently。
- 3) 如果不用传统方式宣传, potential customer 不知道公司/产品, 就不会到网上去看视频。那这个吸引客户 pointless。
- 4) (我没时间了想出来了没写) 由于拍摄视频是在取车的时候, 满意客户都长时间没用过车, 满意没有根据

构筑提供的思路: (by [AllisonSS](#))

- 1) 近几个月的费用情况不能说明 traditional advertising 的花费过高, 可能有特殊情况, 考虑更长时间范围;
- 2) cost effectiveness, 录视频和购买设备的钱可能会比较高; 在
- 3) 网站上放视频 more effective 是个 gratuitous assumption, 可能没几个人看。

构筑提供的思路: (by [Yuchen Tian](#))

- 1) 朋友和熟人不等于网上的那些陌生人的采访视频;
- 2) word of mouth 现在是 trend 但是以后不一定是;
- 3) good service of the company 只是增加 customer base 的一个要素, 车的功能什么的也很重要)

05. 地铁载客 (ridership)

【本月寂静】

作文是讲一个地方为了解决堵车然后打算通过修人行道啥的方法解决, 然后在 82 和 102 号街实行的时候发现 82 号 ridership 的增长比较小, 所以说就要学 102 号街的方法。 (by [qqweq](#))

构筑提供的思路: (by [qqweq](#))

- 1) 增长率不等于量, 可能 82 一开始就很多
- 2) 不当类比, 可能 82 号街建的比较早很旧了, 可能 102 号周围都是居民区人流量大

【考古】

V0: The city council devise a two-part strategy which includes XXX and XXX to increase the ridership of the train. A transportation analyst believes that it would be more efficient 82nd station neighborhood and 102nd station neighborhood, because the 102nd increases more ridership with less budget in the past five years. So the city council should use more budget on 102nd rather than 82 nd. (by [ocho0521](#))

V1: 某城市要缓解交通拥挤, 就想把人们都弄去坐地铁。为了增加地铁的乘坐率 (ridership), 政府想投资在地铁站周围扩建居民区, 和 pedestrian access to station, 以期增加地铁客运量。说有个 2-part-strategy 一共投资两个 street: 82nd street station 和 102nd 的 station。5 年投了 30m 在 82nd station, 82nd ridership 过去五年 increase 了 15%。只投资了 few million 在 102nd station, 但 102nd ridership increase 了 30%。然后认为 102nd 更 effective, 为了更有效率的提高 ridership, 一个 analyst 建议以后把 82nd station 的预算转移到 102station, 这样 overall 效果的会更好 in the future。 (by [lilywhen1995](#))

V2: B 城市想减轻堵车, City Council 认为鼓励公共交通是减轻堵车好办法。City Council 决定投资一个项目来改善两个火车站附近的 affordable housing 和 pedestrian access。项目进行一部分后, 一个 analyst 分析投资效果, 发现虽然在 82nd Street 站投了 \$30 million, ridership 并没有上涨多少。但在 102nd Street 站虽然只投了 few million, ridership 上涨了许多。所以 analyst 下结论 B 城市应该把项目剩下的所有钱投到 102nd Street 站。这样做就可以得到最大的 overall ridership. (by [djjia921](#))

V3: 一个 analyst 提出一个看法(回忆的不是很清楚。大家自己大概看看): a city has planed to increase ridership and it decides to spend budget on housing nearby and improvements near the street stations. But the spending of budget is not effective. Because city has spent 300 million (数据记不清了 in improvements

near 82nd street station where the ridership has increased only 15%(数据记不太清) , the city has spent 100 million(比 300 少) in improvements near 102nd street station where the ridership has increase 30%(大于 15%) . Therefore, the analyst thinks the spending should be redirected from 82nd to 102nd street station.. In this case, the city will increase its ridership as planned.大概是这样。。 (by [大卫游世界](#))

V4: 作文是一个小镇想要提高火车的 ridership,然后推行了一个两步的计划,即在车站周边建一些设施,吸引人们住在那里,一部分是在 82 街站,一部分是在 120 街站,结果发现 82 街花了 30million,提高了 15%, 120 街是 few million, 比过去 5 年提高了 30%, 然后作者说把所有剩下的钱都从 120 街转到投资 82 街,这样整个小镇的 overall ridership 就会提高了。(by [tanxiao23](#))

V5: 是关于城市建设的: to solve traffic congestion, the city want to encourage people to take commuter trains, 为了这个目的, 采取了两种措施, 1. 改善/增建 station 附近的 housing 2. 改善 station 附近的 pedestrian。然后说有两个 station, 一个是 82nd, 一个是 102nd; 在过去的五年里, the 82nd station 投入了 3mil, 但是乘公车的人只增加了 15%; 102 station 投入的钱很少但是乘公车的人增加了 30%。→由此得出结论, 说为了提高投资的效率, 应当把预备投给 82 的钱都转给 102。(by [猫形鸡蛋](#))

V6: 某个交通部门的 report。为了缓解交通压力, 该城市出了个 project 要把私家车的用户转成 public transport, 这个措施在 A B 2 个 street 执行。A station 花了 50Million 美金, public commuter 的比例增加了 15% (此处没有起到多长时间), B 城市只花了 a small amount of money, public commuter 的比例在 3 年内增加了 30%, 所以这个 report 的认为, 为了提高使得 project effectively, 应该 redirecting budget 把原来分配给 A 的增加给 B 来获得 following years 这个 projet 的成功。(by [黎安妮](#))

V7: 现在 City Council 要开始 improve public transportation in order to address traffic congestion issues, 所以要重修各个 Stations 周边的设施。Construction 的计划有两个: 1. 在 station 周边增加住房以便于出行; 2. improve street stations。Argument: 由于 over \$30 millions 都花在了 82nd street station area 但客流量只提高了%15 (具体数字记不清了), 而在只花了 a few million dollars 的 102nd street station 五年间客流量就提高了%30, 因此应该把所有剩下计划用于 construct 82nd street station 的 funds 都转去 102nd street station 的 project。(by [必须要加油](#))

V8: 一个 city 要通过 building affordable housing 和 improve pedestrain access to 什么什么 station 来增加人们的 ridership, over the past 5 years 发现在 82nd street station 投资了很多但是 ridership 没增加多少, 在 102nd street station 投资没有那么多但是 ridership 增加了很多, 所以认为接下来要 redirect 原来 budgeted 给 82 的 funds 都给 102 (by [dreamwithL](#))

V9: 一个 analyst 的 report 中提到: 为了减少某市的 traffic congestion, 正在进行着 two-part strategy 的城市改进计划, 第一步是在地铁车站的周边地区扩建 affordable houses, 第二步是在这些车站周边改进人行通道, 使 access 车站变得更加 easy。通过这些措施来增加地铁的 ridership, 以期减轻城市里的 traffic congestion。今年在投资改造 82nd Street station 周边的人行通道 project 中, 投入了 \$30 million, 而 82nd Street station 的 ridership 只 increase 了 15%, 相比而言, 在 102nd Street station 的改造 project 中只投入了 several millions, 而其 ridership 在 past 5 years 增加了 30%, 证明在 102nd Street station 的投资更 effective, 如果为 102nd Street station project 投入更多 investment, 相信 in the future 102nd Street station 的 ridership 会有更多增长。为了能更 effective 的利用城市改造的 budget, 建议 redirect all of 82nd Street station project's budget to 102nd Street station project. (by [wangnan777](#))

V10: 我考的那题就是作文寂静中, 关于 82 车站和 102 车站, 但是和寂静整理的题目略有细微差别: 说的是政府为了减少交通拥堵, 所以要增加 ridership 量, 他们造了两个车站, station82 和 station

102, 结果过去 5 年里, 82 花了好多钱但是 ridership 只增长了 $x\%$, 102 花了一点点钱, ridership 却增长了 $y\%$ ($x < y$, 具体数字忘记了好像是 15 和 30), 所以政府决定把剩余 82 车站没花完的 funds budget 全部挪用给 102 车站 (by [鸡血少女蘑菇头](#))

V11: 说的是 city 为了 reduce traffic congestion, increase ridership 所以 invest 了一些站点设施之类的 improvement。然后发现在 neighborhood around the 82nd street station, ridership 上升了 15%, 而在 neighborhood around the 102nd street station, ridership 上升了 30%, 所以觉得 investment in neighborhood around the 102nd street station is more effective。于是 city council 说要 redirect the remaining investment budgeted for neighborhood around the 82nd street station to neighborhood around the 102nd street station, 这样就能使 investment 达到近几年的最大 effectiveness。(by [Wkkkkkq](#))

V12: 坐稳现在还记得很清楚, 一个 city council 的 report, 为了解决 traffic congestion 的问题, 提高火车的 ridership, 提出了一个 two-part strategy, 一方面要在 station 旁边多建房子, 一方面要 improve pedestrian access to the station。然后说是两个地区, 82nd station 和 102nd station, 过去五年里, 82nd 的 investment 多但是 ridership increased 了 15percent, 而 102nd 投入少, ridership 增长多于 30%。therefore, 未来 city council 应该把建设 82nd 的 funds redirect 到 102nd 去。(by [ztztztztztztz](#))

参考思路

1. 错误类比: 两个 station 的具体情况不一样不能直接比较, 可能 102 station 比 82 station 覆盖更多的交通线路, 也有可能 102nd Street station 附近建了新的住宅区, 不能以投资额多少来判断投资效果。
2. 错误因果: 过去五年中 102 station ridership 的增长可能不是投资导致的, 还可能是其他原因, 比如线路增加, 服务质量提升等。
3. 时地全等: 过去 5 年的情况不一定适用与现在和未来几年的情况, 过去的 ridership 的增加可能跟整体经济情况有关, 所以把剩下的 project 互换不一定能导致预设的效果。
4. 纵向不变: 近几年 82nd ridership 增加得不够 102nd 的多不一定代表着以后也会这样..以后可能会增加

构筑提供的参考思路: (by [Kaii_R](#))

- 1) 15% & 30%, 百分比不代表真的提高, 要考虑%和真正 number
- 2) 没有 relationship, 说 increase 投资, 就会再 increase ridership。过去和未来
- 3) 忽略了 82 街区和 102 街区可能存在的 relationship。就是, 可能 102 街区上升不是因为 102 投资, 是因为 82.

构筑提供的思路: (by [ocho0521](#))

- 1) 两个 station 具体情况不一样。可能 102nd base 低所以增长比例更高
- 2) 可能有其他因素导致 102nd 的增长
- 3) 时间问题。102nd 是在五年里增长了 XXX, 82nd 增长没指出时间段。

构筑提供的思路: (by [tanxiao23](#))

- 1) 只说了百分比, 这个不说基数没有意义。
- 2) 而且一个是比过去 5 年, 一个没提比什么时间, 这个也是个问题。

构筑提供的思路: (by [Ronβ](#))

- 1) 82 号和 102 号 2 个车站无可比性
- 2) In the past 的 ridership 增加不代表未来会增加
- 3) 投资于 affordable house 不是解决交通拥堵的唯一途径
- 4) 82 号车站不能类比到整个 city
- 5) 把所有 budget 放在 82 号车站上, 成本可能会很高

构筑提供的思路: (by [Wkkkkkq](#))

- 1) 这个 30% 和 15% 只是上升的, 但是这两个 neighborhood 的本来的 ridership 基数就差很多 所以 上升 30% 可能实际上还没有 15% 的 neighborhood 增加的多。
- 2) 错误比较: 两个 neighborhood 可能地形地段以及交通状况 道路布局差异很大, 比如 82nd 比较 偏远 riding 实在是不方便, 但是 102nd 周围很适合 riding, 所以提高的更容易。
- 3) 没有证据表明这两个地方之后的 ridership 的上升趋势。也许上升了 30% 之后, 102nd 周边的 ridership 基本就饱和了 不会再继续很大的上升了, 而 82nd 在 15% 之后也许会继续更大幅度的上升, 这个是无法预测的, 所以把所有的 investment 都移到 102nd neighborhood 是很草率的。

构筑提供的思路: (by [你的鲸](#))

- 1) 虽然 112rd 花的钱多增加的百分数少, 但是有可能人家基数大啊, 所以虽然增加的百分数少, 但是增加的总 ridership 数多啊, 所以不能得出不 effective
- 2) 并且现在不 effective 不说明以后 112 号就不会 more effective, 万一 112 号旁边人流量激增呢
- 3) 再说把钱全部投在 82 上很有风险, 有可能 82 号的 potential 有一个 limit, 超过了反而造成钱的浪费

构筑提供的思路:

- 1) gratuitous assumption: 越高的 ridership 代表越有效减轻 traffic congestion
- 2) fallcy on analogy of two projects: 越多钱越多 ridership

构筑提供的思路: (by [wangxinyiii](#))

- 1) 投的少的那个 station 的下降率可能会大于投的多的那个增长率, 这样总的还是没有增加
- 2) 可能投的多的那个 station 已经到 ceiling 了 所以再怎么投也没有办法增加

构筑提供的思路: (by [ruoruo750](#))

- 1) 错误类比: 可能 82nd 附近的房价比较高, 所以投资比较贵, 不能简单的拿来作比较
- 2) 无端假设, 不能说明投资越多到 102nd 就能增长越多, 可能 102nd 前期增长的比较快呢?

06. MarketCo 与本地店竞争

【本月寂静】

题目说是, 有一家 Corp 的 Mkt D argue 什么公司的 research team 发现 local grocery 都靠 customer loyalty, 所以他们公司应该把传统 advertisement 的 budgeting 转移到搞一些 local community projects 上面, 然后这样就可以获得 local market 的 loyalty 然后进而提高公司的 mkt share 和 competitive advantage。(大概题目的逻辑链就是这样吧, 可能有记得不清的地方。。) (by [Scotty129](#))

构筑提供的思路: (by [Scotty129](#))

这个逻辑链的 flaws 还是挺好找的, 什么: empirical 的 research results 不代表以后每个 individual 的成功; research 说的是 local business 但这个 strategy 不一定适用于他们这种公司什么的; 然后提高 loyalty 到 local community projects 也绝不能划等号, 还有别的很多办法, 直接就把钱扔 community involvement 上太过武断了; 搞 community projects 也不一定 guarantee 那些能成功, 而且这东西也不一定是公司的特长, 项目要是搞砸了也许还有负作用.....当然有其他的缺陷, 就先写这么几个吧。

【考古】

V1: Assistant MKT director 给 MKT director 的一个 proposal :

MarketCo 是一家大型连锁超市。内部公司调查表明, 在一些 suburban 小城市, 尽管 Marketco 的产品有 better price and more selection, 当地 prefer go to local grocery shops, 研究认为是因为人们对 local grocery stores developed loyalty。为了帮 smaller city franchise 赢得更多的 customer loyalty, 提高 market share 和 be competitive in the industry, assistant director proposes to shift half of the national advertising budget into sponsoring local community projects (列了三个 project 的例子: open community art center, build youth soccer fields, sponsor after-school program)。这样可以让 MarketCo be seen as part of local community by local shoppers, persuade local grocery shoppers to try MarketCo, 而大型超市价廉物美的优势可以让顾客们建立 loyalty, 然后就买他们的东西, 从而帮助公司打开新市场的大门, increase market share and keep competitive in industry. (by [壮儿壮](#))

V2: Memo from a direction in a supermarket company called MarketCo:

"Local grocery stores have very high customer loyalties within the local communities. People keep shopping in the stores even large Supermarkets such as MarketCo offers better price. Therefore, MarketCo should allocate more funds to develop community projects such as school soccer team..... this will help the company gain more market share and remain competitive in the industry." (by [shija122](#))

V3: This article is from a letter written by the assistant marketing director of MarketCo:

People in smaller cities where MarketCo operates tend to choose locally owned grocery stores over our chain stores. Our survey shows this is because these people developed loyalties with the local stores. We should allocate more national funding to community projects in these cities, such as youth soccer events, arts centre, after-school activities so that people will develop loyalties with MarketCo and purchase more at our stores. (by [BlueWing_](#))

V4: 作文我的是讲一个超市 MarketCo 的 assistant marketing director 写的建议: MarketCo 在小地方开超市连锁了, 但根据他们自己的 research, 因为在小城市的人 loyal to Local store, 喜欢去 local store 买东西, MarketCo 这样的大超市即使提供低廉的价格和好的服务也没办法吸引顾客。这个 director 建议 shifting half of the national advertising budget to fund local community activities, 从而赢得 Loyalty. 这样就能 increase the market share and the maintain competitive in the industry. (by [guilin∞](#))

V5: 一个 assistant marketing director 给 marketing director 写信 (好像是?) 说 我们这个公司 MarketCo 卖的价格便宜物品多, 但是在 local area 顾客还是更愿意去 grocery stores。然后一个调查 (没有任何来源) 显示, consumers 有 loyalty to local grocery stores, 所以他们的 profits 也更多。所以我们要 shift half of national advertising budget to funding in local soccer fields, 建小学等等, 反正就是做好事, 然后居民就会 consider us 当地 community 的一部分, 也会增加对我们的 loyalty, 从而增强竞争力, increase profits (by [xxz760](#))

V6: MarketCo 发现进入某个社区后, 顾客不来他们这, 还是选择去当地的那些 grocery store。说做了个研究 (没有披露任何细节) 发现这是 customer loyalty 的问题 (虽然 MarketCo 的超市比那些当地的 store 提供 lower price 和 better selection, 但架不住顾客对那些 store 有 loyalty)。因此, 他们决定将一部分用在广告上的钱用于投资这个社区的项目, 比如什么基础设施啊、什么活动啊之类的, 拉近和 customer 的关系。这样一来, 他们就会被当地 customer 认为是这个社区的一部分, 从而使得 customer 愿意来光顾, 增加 MarketCo 的 market share 和竞争力。(by [maplethu](#))

攻击的点包括: (by [BlueWing](#))

1. 调查是公司内部做的, 可能有 bias, 不如第三方做的权威;
2. 选择在 local store 买并不代表其中存在 loyalty, 一个消费者可能在很多不同家 local store 买;
3. 即使存在 loyalty 问题, 社区活动 (特别是建议的那些个活动) 也不一定能解决这个问题, 可能 grocery 的中坚购买力根本不吃这一套。

参考思路:

1. False Casual relationship: Loyalty 和消费选择的关系没有详细论据, 忽略了其他因素, 比如交通, 服务态度; 做广告也许效果比 develop consumer loyalty 项目的效果更好, 建操场之类顾客不一定买账; 调整宣传的预算搞基建就能让 local people 在 MarketCo 买东西? 培养客户忠诚度是一个漫长的过程。
2. All things are equal 或者 错误类比? 去搞当地建设不一定可以 seen as a local, 就算 seen as a local 也不一定提高消费
3. 不是唯一的解决办法, 可以采用促销兼捆绑销售的办法提高顾客忠诚度
4. The statistically reliability of survey/research (who conducted, who responder or how the survey were conducted)

构筑提供槽点: (by [zhl_sd](#))

- 1) 错误类比 local store 和 large supermarket chain
- 2) 因果关系 community projects 没准可以增强 brand name 但不一定带动 sales 还有其他很多方面
- 3) 实地全等 现在人们 prefer local store 没准过两年自己又都回来了呢你们瞎闹什么
- 4) opportunity cost 那一半 budget 拿出来 收益真能比以前多吗
5. 无关假设: move some of the international advertising budget to funding of local community 这样的预算调整直接影响了总体资源配置, 也存在一定决策风险, 不能说就可以 increase the local market share, 更不能说就能 develop loyalty.

构筑槽点: (by [此季未繁华](#))

- 1) 内部公司的调查不全面, 不可信, 应选择更客观的第三方去评估
- 2) cut 一半的 budget 风险太大, 这里花了一半说明别的 general promotion 必然会少用, 那么 sales from 其他非 local 的顾客势必会减少, 从而使收益降低, 入不敷出
- 3) large supermarket chain 和 grocery stores 不是一种类型的商店, 建议 chain 可以发挥它 national 或者 broader 的特点, 而不是拘泥于模仿 grocery stores

构筑提供的思路: (by [aka36](#))

- 1) argument 没说 consumers loyal to L 的原因。文中说 L 是 local owned, maybe consumers 觉得信誉/口碑更好, 或者是 owner 他们认识, 熟人 contact 之类, 不止是价格和 selection 的问题。

- 2) selection 多, 但可能没有 cover 到 local consumers 的需要, 不同 difang 的 local consumers 的需要不同
- 3) fund 和竞争力, 市场份额不是必然关系吧
- 4) 中没说目前 M 家和 L 的市场份额是什么情况, 如果 M 家已经占了大部分, 那么贸然去改变策略没有充分理由喔

构筑提供的思路: (by [顾钺声](#))

- 1) 可疑调查
- 2) 结论无据: 真的是 loyalty 吗? 你家真便宜? 建这些东西能够转化成 loyalty 吗? 为啥是一半? 为啥是建这些东西人家喜欢吗?
- 3) 无关因果: loyalty 能够提高 share 变更 competitive 吗? 能比之前用 AD 的时候效果还好吗?

构筑提供的思路: (by [jasondddd](#))

- 1) 结论无据, competitive in market 跟 smaller city 的商店收益并不挂钩, 可能 larger city 的收益更重要;
- 2) 因果关系, 修建足球场啥的并不会直接导致 customer loyalty, 反而可以用这笔钱去 improve efficiency 可能作用更明显;
- 3) 可疑调查, 为什么要 shift 一半的 spending, 这么明显的差异难道不应该更早被发现及改善

构筑提供的思路: (by [Comedy22](#))

- 1) 大超市和 store 不可以进行简单类比
- 2) 客户去 local store 可能不单纯因为忠诚度, 比如好的服务, 离家近, 便利之类的
- 3) 超市投入支持社区活动要考虑到收入支出之类的。

构筑提供的思路: (by [DWANDCT](#))

- 1) 1 结论无据, 就是上面说的.
- 2) 2 除了因为对 local 的 loyalties, 当地居民不去连锁超市可能还有其他原因, 比如交通不方便, 超市还开的老远。

构筑提供的思路: (by [进击的铭铭](#))

- 1) 攻击 1 错误类比杂货摊和超市
- 2) 攻击 2 调查没有具体样本容量也没有样本特征更没有调查时间 时过境迁啊喂
- 3) 攻击 3 因果关系 获得顾客的 loyalty 是进入市场的唯一或很重要原因?

构筑提供的思路: (by [guilin∞](#))

- 1) Reaserch quality 完全没有写怎么做的在哪里做的 respondents 是谁, 可能就在 Local stores 附近做的, 不能代表小城所有居民
- 2) Loyalty 不一定是 local community ativities 就能赢得的。很有可能是小超市的品类不同, 有是邻里之间自己开的所有去支持, 或者有什么 membership program 之类的
- 3) 拿 National budget fund small franchise cities 完全不合理
- 4) Market share 在小地方高了也不代表在整个 Industry 有竞争力了

构筑提供的思路: (by [yybabya](#))

- 1) gratuitous assumption。grocery perform better 的原因可能是有更好的质量，没有 survey 或者 evidence 可以表明 grocery 成功的真正原因。
- 2) either-or choice。公司可以通过别的方式去盈利，不一定要通过 shift funding 的方法。
- 3) cost-benefit analysis。没有财务分析，就把一半的资金移入 local community projects，profit 不一定能 compensate the costs。
- 4) false analogy。地方的情况和总体的情况不一样，local & national。
- 5) doubtful survey

构筑提供的思路：(by [朝鲜冷面杀手](#))

- 1) 可疑调查
- 2) false analogy 差不多的超市失败了不代表它也会失败
- 3) non-causal relationship 不是 loyalty 导致当地人买东西
- 4) 条件类错误 funding for community projects 不代表一定能提高 loyalty

构筑提供的思路：(by [xxz760](#))

- 1) False analogy 小店一般开的离家比较近，走两步就到了，小东西当然就近买了，你这个店虽然便宜但是说不定开的远，而且卖的东西也多，应该跟 supermarket 比。这两个不完全一样，所以增加 loyalty 不一定能达到同样的效果。inadequate research 可以一笔带过。
- 2) Gratuitous assumption 你做了这些好事，建了学校什么的，并不一定会 increase loyalty，不是说你做了这些事，居民就会把你当做当地人。而且 positive externality 的作用发挥出来是需要时间细水长流的，不是立刻见效的。
- 3) CBA 所有跟 cost 相关的都可以提 CBA

07. 学徒项目 (apprentice program)

【本月寂静】

在一家轮胎制造公司的 HR director 的 memo 里，这样写道：The cost of training 很高，咱们可以学学 Fun toys 公司的学徒制项目：给 senior employee 一些激励机制，让他们带带徒弟，徒弟可以 observe 他们的工作流程和 habit of activities，这样培训成本就降低了 (by [喵呜包子酱](#))

【考古】

V1: 人力培训成本高又耗时间，A tire manufacturing company Excellerate 想要 reduce cost 和 time 培训新员工。Fun Toy Company institute 有一个 apprentice training program，是给 senior employees offer salary bonus，让新员工成为 senior employees 的 "apprentice"，新员工通过 observe senior employee's work habit and activities，follow the patterns set by senior employees，从而得到培训，还不会影响工作，这样 not expensive and time-cost，省去了大量花在 training program 的钱，并且说这个 model 在 Fun Toys Company 已经 worked。结论是 tire company 应该效仿也建立这个 program，这样就能 save cost 和 time 了。(by [shaiziru](#))

V2: A TIRE (hellerate 什么的) MANUFACTURER 说因为一个 TOY MAKER (the fun toys) launched a new training strategy called "apprentice training program", senior employees will volunteer to take new employees

as apprentice, so new employers can observe their working habits and activities, and follow the patterns set by senior employees, so the firm to eliminate the expensive and time consuming training program. Tire Company wants to adapt this program as well and it can imitate the success of this program. (by [fengfenglee](#))

V3: 一个 E 公司的 CEO (E 是一个 tire manufacturing factory): 1.training employee 的花费很多; 2.Fun Toys 公司有一个 apprentice program, 就是要公司内的一些 senior employee 做志愿者, 让 apprentice 去 observe 这些 senior employee 的日常工作之类的, 然后并从中学习; 3.所以, E 公司也应该学习 Fun Toys 的 cost – saving model, 从而减少 cost。 (by [小姪要高分](#))

V4: A human resource manager replied to the boss:

As the training fees are unavoidable, the Fun Toys Company has instituted a program to reduce its training fees by letting the managers take apprentice to tell them what to do at work. By showing the apprentices strategies, all the apprentices will follow the managers' method. The company has gain a huge success at reducing the cost. Therefore, our company should definitely imitate the way that Fun Toys Company executed. (by [李东晋 Marc](#))

V5: 摘自 a human resource director in a tire manufacturing company:

The cost of training the new employee plays an important role in the overall expense of a company. 象 the Fun Toys Company 发起一个 Apprentice Training Program. 他们给 senior employee 发 salary bonus 如果他们自愿参加这个项目。在这个项目中 new employee can learn business patterns from the senior employee 这样来降低新员工的培训成本。 so no more expensive and cost programs are needed. 所以我们公司也应该象 FUN Toys Company 一样用这中项目降低新员工培训的成本。 (by [粉红框](#))

V6: Apprentice Training Program, 一家轮胎生产公司 (tire manufacturing company) 的 HR 总监 (Human Resources Director) 写给 CEO 的 memo 里说到, training program 太花钱花时间了, 而他发现一家玩具公司 (Fun Toys Company) 使用的 Apprentice Training Program 就不存在这个问题, 这个 program 是通过给老员工发放奖金来鼓励他们报名参加 program (pay salary bonus to senior employee volunteers), 指导新员工工作, 这样新员工就能学得老员工的工作方式和习惯, 而公司不用办花钱又花时间的培训 (not expensive or time-consuming). HRD 的结论是把玩具公司的培训模式模仿来 (imitate the training model), 就可以给公司省钱 (cost-saving)。 (by [bakersdozen](#))

V7: 作文是 tire manufacturing company should imitate the toy company's apprentice policy to cut the cost of training programs for new employees. (by [Maple_Han](#))。一个 reasoning 是 senior employee 会愿意带 apprentices 因为他们会被 offer salary bonuses, 另一个是 toy company 已经用这个方法取得了成功 (在 cut cost 方面) (by [Maple_Han](#))

V8: A memo to CEO: Human Resouce Director 说要 reduce the cost of training new employees. Fun Toys Company instituted an Apprentice Training Program,非常成功。这个 program 提供 a salary bonus to senior employees, 然后 apprentices 可以 learn the patterns of senior employees' work habit..., 还不会影响工作。这样可以 reduce cost, no expense and time-consuming training。所以这个 tire company 也能取得类似的成功。 (by [watercif](#))

V9: 讲的是一个公司的 HR Director 给公司的 CEO 写了一个 memo, 这家公司是一家在 tire 行业的。memo 的内容是很多公司通常要花费许多在新员工的培训上, 减少这部分的 cost 对公司很重要。然后这个 HR 提到了一个玩具公司通过引入一个 programme, 大大降低的培训费用。这个方案通过一个软件或者新技术之类的, 可以将 senior employee/manager 的工作技能和经验采集下来, 为了激励这些

seniorp 配合, 会给予一定的 salary bonus。采集或者观察 (具体不记得了) 而来的可以用来培养新员工, 省时省钱。这家玩具公司通过这个 programme 大大降低了 cost。而我们这家公司也可以模仿他们引入这个。 (by [ztainana](#))

V10: A tire manufacturer (忘记公司名字了, 就叫 TM 好了) HR Head thinks that the cost of training new employee is high at TM. The FUNTOY Co. (并没有说明这家公司是干什么的, 不知道是卖玩具, 生产玩具还是和玩具其实没啥关系) reduced the training cost by implementing 师徒培训制度. New employee will be paired with a senior employee who volunteers to participate in the program and train new employee. This cost-saving model successfully helped FUNTOY Co. to cut down the training cost. So TM should use the same model to improve its profitability. (by [wakeupinbelltow](#))

V11: 文章是 a memo from HR Director to CEO,这家公司是 a tire manufacturing company。这个 memo 提到员工培训是一笔很大的开支, 一个 Toy FunCompany has instituted an Apprentice Training Program. Senior employees are offered extra salary to take on an apprentice.这样学徒就可以跟着老员工学习, 这样就能减少员工培训的开支了, 然后这个 HRD 建议说自己公司也要搞一个这样的项目。 (by [萧瑟的冬日](#))

V12: A tire manufacturing company 想要 reduce cost 和 time 培训新员工。Fun Toy Company institute 有一个 apprentice 学徒 program, 是给 senior employees offer salary bonus, 让新员工成为 senior employees 的"apprentice", 新员工通过 observation 老员工的 habits 和 activities 从而得到培训, 这样 not expensive and time-cost, 省去了大量花在 training program 的钱, 并且说这个 model 在 Fun Toys Company 已经 worked。结论是 tire company 应该效仿也建立这个 program, 这样就能 save cost 和 time 了 (by [GreatHorse](#))

构筑提供的思路: (by [粉红框](#))

1. False Analogy. 错误类比了我们公司 (tire manufacturing company 和 Fun Toys Company)
2. One-sidedness. 没有考虑 cost-effect analysis. 在这个项目实施过程中, 给老员工发的 salary bonus 可能大于省下的 training cost. 并且在学习过程中, 新员工可能会学到老员工的一些坏习惯, 比如错误操作等
3. "no more expensive are needed." 过于绝对。在 Apprentice Training Program 中新员工只能学到专业技能, 操作, 但是对团队协作力, 团队建设等没有很好的培训到。

构筑提供的思路: (by [小姪要高分](#))

- 1) 错误类比: E 是 tire manufacturing factory, (Fun Toys 卤煮个人认为是做玩具的), 两个工厂性质不同不能类比, Fun Toys 有效的 model 在 E 并不一定适用
- 2) 方案不可行: 因为是观察 senior employee, 但 senior 的工作和 apprentice 并不相同, 观察和学习并不能很好地起到 training 的作用
- 3) 副作用: 对于 tire 工厂来说, 在 employee training 上减少 cost 不可行, tire manufacturing factory 重要的是生产环节, 必要的 training 不可免, 如果用 apprentice program 可能会导致生产上的问题, 比如降低生产效率等等, 进而使 profits 降低。

构筑提供的攻击点: (by [攀攀](#))

- 1) false analogy。作者忽略了两个公司的区别, 不能类比。区别如 professional skill 要求不同, 需求不同。两个 industry 的市场行情, 公司的 market share, 规模不同等。

- 2) 没有考虑到 cost - inefficiency。第一 给老员工的 bonus 不一定低于 training fee; 第二这个 program 会影响老员工的 efficiency, 会 distract 他们, 有可能会是产品质量下降, 出现 quality issue。第三新工会学会老员工的 bad habit, misoperation 什么的。第四新员工之间少 interaction, 会降低他们的学习效率, 因为一起学习话能让他们交流学习经验和遇到问题; 这种 reduce 还会让他们缺少 cooperation 的能力。

构筑提供的思路: (by [Corki](#))

- 1) 实行新项目的成本可能要高于培训费用;
- 2) 老员工可能不愿意把技术经验毫不保留地传递给新员工;
- 3) 以及这个新项目的效果、时间可能和以前的有所区别。

构筑提供的思路: (by [Maple Han](#))

- 1) bonuses 可能比 saved cost 要高
- 2) 把两个 company 实地全等的 analogy fallacy。

构筑提供的思路: (by [rt Lee](#))

- 1) 错误假设: 错误假设这种 training 方式是有效的
- 2) 错误类比, tires manufacturing company 不能和 toys company 比较, 可能前者的员工需要更 professional 的训练方式
- 3) 入不敷出

构筑提供的思路: (by [Greenviewlouie](#))

- 1) 轮胎公司和玩具公司产品不同, 不可比;
- 2) 两个公司的员工构成也不同, 说不定轮胎公司没有那么多经验丰富的老同志;
- 3) 学徒模式不一定就更省钱, 奖金发多了可能比请人培训更贵; 4. 不能光看省钱, 教出来的学徒素质如何对公司更重要

构筑提供的思路: (by [kuanwingyan](#))

- 1) 首先这就一个错误类比, 同时这些 bonus 可能还高于培训的费用
- 2) 再者让老员工兼顾培训新员工可能会增加 workload 从而导致工作效率降低
- 3) 最后老员工在操作上的坏习惯可能会误导新员工, 例如因为过于熟悉机器就 ignore safety regulation 之类的

构筑提供的思路: (by [大狗子学 GMAT](#))

- 1) 无据假设: 新人从 senior manager 身上学到的东西不一定是公司 desire 的, 因为个人经验 vary, 没有标准的 standard, 培训出来的员工质量层次不齐。
- 2) 不能类比: 两个不同的 industry
- 3) cost - benefit: 付给 senior manger 的钱会低于正常培训的费用吗?

构筑提供的思路: (by [mzhang222](#))

- 1) -不知道 salary bonus 会不会 outweigh 本身 traditional cost
- 2) -文中 assume 年轻工会 follow 很从观察 senior employee 中学习 (达到 traditional program 的效果)

3) -toy 公司和轮胎公司没有可比性

构筑提供的思路: (by [tracy 饱饱](#))

- 1) 因果关系 bonus 未必小于之前的 cost, 发了 bonus 不会必然导致 cost 减少,
- 2) 错误类比, senior manager 可能没用专业的 trainer 训练效果好
- 3) 条件不充分, 不一定是 training 的 labour cost 导致 considerable expense, 也可能是 material 之类的, 所以换了人训练, 不一定会减少 cost

构筑提供的思路: (by [fengfenglee](#))

- 1) False analogy: a strategy that worked for atoy maker does not necessarily work for a tire maker
- 2) Gratuitous assumption: working habits/activities of the old employees might not be effective all the time, patterns used by them in the past might not apply to current business environment.

构筑提供的思路: (by [wakeupinbelltow](#))

- 1) 错误类比 - 这家 FUNTOY 可能和 TM 一样是制造公司, 也可能是零售公司, 运营模式不同。即使都是生产公司, 不同行业也会有很大区别。在 FUNTOY 成功不一定能在 TM 成功。
- 2) 即使两个公司足够相似, HR 没有说明如何保证学徒制得以实施到位。培训标准化在标准化生产相当重要的制造业尤为重要。而志愿者培训模式会给培训质量增添风险。HR 并没有讨论如何保证老员工志愿者投入足够时间精力培训新员工。
- 3) 即使学徒制可以减少培训开销, HR 并没有提及改善盈利的途径, 并进行对比。减少培训开销只是一个途径, 其他可能达到相似目的途径包括广告投入, 改善生产设备等。

构筑提供的思路: (by [萧瑟的冬日](#))

- 1) 误类比啦, 两家公司又不一样
- 2) 老员工带着新工会分散注意力, 不能集中工作, 可能会降低公司的生产力, 这样公司也会有损失啊

构筑提供的思路: (by [GreatHorse](#))

- 1) 类比: tire 和 toy 公司不同, 制作玩具可以新员工跟着老员工学, 但是做轮胎不行, 必须要有专业培训
- 2) 因果: 观察老员工的 habit 和 activity 也可能得不到培训, 培训必须要学习专业知识
- 3) incomplete thought: 给 senior employee 发 bonus 的钱可能比原本培训的花费还要高

构筑提供的思路: (by [mia001](#))

- 1) 行业不同 不能类比 需要的 training 时间可能差的很多
- 2) skill level 需要的不同 senior 干的活 可能实习生根本不 applicable
- 3) 公司文化不同 what if 这个轮胎公司是个以培训人文明的公司

构筑提供的思路: (by [ygg2019](#))

然而, 行业性质不同 (一个轻工业, 一个搞轮胎的, 工作难度和危险系数都不一样), 公司情况不同 (经济情况, 过往经历, 培训制度得不到 senior employee 的认可等等), 这种模式能够带来 cost-saving 的效果吗? 即便 cost-saving 了这样出来的你敢用吗, 万一不会听不会卸个胎出安全事故了呢? 不结合实际情况讨论的都是耍流氓, 还不如让 senior employee 去判断怎样是合理的 training program

构筑提供的思路: (by [闪光少女冲鸭](#))

- 1) 员工不一定能在这种模式里学的好, 缺乏专业指导
- 2) 给老员工的津贴不一定会小于员工培训的费用

构筑提供的思路: (by [Miles 契约血](#))

- 1) 简化因果: 用策略并不一定是成功的原因
- 2) 例子没说有多少新员工被老员工带成功了, 样本量问题, 如果只成功了一个就不一定能说明问题
- 3) 显然的 analogy 不当, 轮胎厂和玩具厂进行类比不太合适