

GIẢI ĐỀ THI THẬT IELTS WRITING TASK 2 NGÀY 24/08/2024

Chúng mình hãy cùng tham khảo bài viết mẫu của giáo viên tại Ielts Target với chủ đề: Research indicates that nowadays some consumers are much less influenced by advertising than in the past. What do you think are the reasons for this? Do you think this is a positive or negative development? Give reasons for your answer and include any relevant examples from your own knowledge or experience.

1. PHÂN TÍCH ĐỀ BÀI

1.1. Đề bài:

Research indicates that nowadays some consumers are much less influenced by advertising than in the past. What do you think are the reasons for this? Do you think this is a positive or negative development? Give reasons for your answer and include any relevant examples from your own knowledge or experience.

(Các nghiên cứu cho thấy ngày nay một số người tiêu dùng ít bị ảnh hưởng bởi quảng cáo hơn so với trước đây. Theo bạn, lý do nào dẫn đến điều này? Bạn cho rằng đây là một xu hướng tích cực hay tiêu cực?)

1.2. Phân tích đề bài

Dạng bài: 2-part Questions

Yêu cầu đề bài:

Đề bài yêu cầu phân tích lý do ngày nay một số người tiêu dùng ít bị ảnh hưởng bởi quảng cáo hơn so với trước đây và đánh giá xem xu hướng này là tích cực hay tiêu cực.

Dàn bài:

- Mở bài: diễn giải chủ đề và giải thích quan điểm của bạn, ví dụ: bạn cho rằng hiện tượng trong đề mang ý nghĩa tích cực.
- Đoạn thân bài thứ nhất: Trả lời nguyên nhân của hiện tượng này.
- Đoạn thân bài thứ hai: Chỉ ra mặt tích cực của hiện tượng và giải thích bằng các lập luận, dẫn chứng có liên quan.

- Kết bài: một lần nữa chỉ ra nguyên nhân của hiện tượng này và khẳng định mặt tích cực của nó.

2. BÀI MẪU (SAMPLE ANSWER)

In recent years, research has indicated that modern consumers are far less influenced by advertising compared to past decades. This essay will explore the reasons behind this shift and argue that it represents a positive change overall.

One of the key factors behind this reduced influence is the vast accessibility of information in the digital age. With the internet readily available, consumers can easily look up product reviews, compare prices, and access in-depth analyses before deciding to make a purchase. This availability empowers them to rely less on advertising and more on independent, unbiased sources. Another significant reason is the growing skepticism toward advertising. Consumers have become more aware of exaggerated claims and manipulative techniques often employed in marketing. For example, instead of being persuaded by a beauty product advertisement promising unrealistic results, a consumer may choose to rely on reviews from real users who share their honest experiences.

This reduced influence of advertising is a positive development for several reasons. Firstly, it leads to better-informed decisions. Consumers who base their choices on research and personal needs are more likely to be satisfied with their purchases, rather than being driven by flashy or misleading ads. Secondly, this shift encourages companies to prioritize product quality and customer experience over aggressive marketing. When customers turn to reviews and recommendations, businesses are compelled to improve their offerings in order to stay competitive. For instance, a small company might focus on enhancing its product and customer service, understanding that positive reviews and word-of-mouth will have a greater impact than traditional advertisements.

In conclusion, the decline in advertising's influence is largely driven by consumers' increased access to information and their growing mistrust of marketing tactics. This change is beneficial,

fostering more thoughtful purchasing decisions and pushing companies to improve the quality of their products and services.

3. TỪ VỰNG NỔI BẬT

- Explore: khám phá
- Shift: sự thay đổi
- Positive change: sự thay đổi tích cực
- Accessibility: khả năng tiếp cận
- Digital age: thời đại số
- Product reviews: đánh giá sản phẩm
- Compare prices: so sánh giá
- In-depth analyses: phân tích sâu
- Empowers: trao quyền
- Independent: độc lập
- Unbiased: không thiên vị
- Skepticism: sự nghi ngờ
- Exaggerated claims: những lời tuyên bố phóng đại
- Manipulative techniques: kỹ thuật thao túng
- Persuaded: bị thuyết phục
- Unrealistic results: kết quả không thực tế
- Honest experiences: kinh nghiệm chân thật

- Better-informed decisions: quyết định được thông tin tốt hơn
- Flashy: lòe loẹt
- Misleading: gây hiểu lầm
- Prioritize: ưu tiên
- Product quality: chất lượng sản phẩm
- Customer experience: trải nghiệm khách hàng
- Aggressive marketing: tiếp thị xâm lấn
- Reviews and recommendations: đánh giá và khuyến nghị
- Compelled: bị thúc ép
- Enhancing: nâng cao
- Word-of-mouth: truyền miệng
- Decline: sự suy giảm
- Mistrust: sự thiếu tin tưởng
- Marketing tactics: chiến thuật tiếp thị
- Fostering: thúc đẩy
- Thoughtful purchasing decisions: quyết định mua sắm cân nhắc
- Products and services: sản phẩm và dịch vụ