- **메시지의 맥락 바꾸기**

  모든 메시지는 **'보이지 않는 맥락의 영역'**에서 활동하게 된다. 어떤 맥락이냐에 따라서 메시지의 성격과 파급력이 전혀 달라진다는 이야기다. 동일한 메시지라고 하더라도 이를 전혀 **다른 곳으로 이동시키는 능력**을 통해서 자신이 전하는 메시지도 새롭게 만들어낼 수가 있다.

- **마케팅 메시지에서의 전선 바꾸기**

  기존의 시장을 장악하고 있는 메시지에 **'맥락을 바꾼 메시지'**가 투여되면 순식간에 상황이 달라질 수 있다. 따라서 리더는 기존의 시장이 어떤 메시지들로 구성되어 있는지를 파악하고 여기에 균열을 일으킬 수 있는 **새로운 메시지를 전파**하는 것을 고려해야 한다.

- **연상적 활성화를 통한 메시지의 재구성**

  사람은 **'연상적 활성화'**라는 법칙에서 벗어나기가 쉽지 않다. 어떤 단어, 어떤 뉘앙스의 문장이 제시되느냐에 따라서 **심리와 행동이 영향**을 받기 때문이다. 따라서 리더가 메시지를 전할 때에는 자신이 원하는 목적에 부합하는 단어와 문장을 선택하는 것이 **'임팩트 강한 메시지'**를 만드는 것에 도움이 된다.