



Наверняка многие из Вас замечали довольно интересную особенность многих крупных супермаркетов: приходишь в супермаркет за овощами и фруктами, а у кассы торгового заведения понимаешь, количество продуктов, хаотично набросанных друг на друга, явно превышает предполагаемый бюджет ежедневного похода в магазин.

Мы клюем на все **маркетинговые уловки**, как одурманенные, скупаем все подряд, что нужно и ненужно. Потому что маркетинг — это очень хитрая и умная наука, которая способна заставить Вас купить товар, который Вы совершенно не планировали приобретать.

Сегодня я расскажу Вам **о самых популярных** маркетинговых уловках известных супермаркетов, магазинов и как им противостоять.

Для всех «я купил это на всякий случай» посвящается!

1. Помощник на колесиках

У самого входа в торговый зал нас обычно встречает охранник, камера хранения, чтобы ничего не мешало наслаждаться шопингом, и...

тележка. Именно тележка супермаркета и является первым крючком, на который попадаете большинство покупателей. Эта незаменимая вещь создана именно для того, чтобы Вам было легче вынести из магазина как можно больше всякой всячины.



Сейчас магазины разрешают своим покупателям вывозить тележки прямо до парковки и оставлять их там. Самое главное, чтобы Вы взяли эту тележку. А что уж туда положить, найдется. Особенно в том, случае, если Вы попадетесь еще на несколько хитрых уловок магазина.

А если с Вами еще и ребенок – само собой разумеется, что чадо удобнее посадить и везти, нежели постоянно следить за ним. Для этого и придуманы тележки-машинки, соблазняющие детишек, родители которых заскочили в магазин «на минутку».

Совет: Если Вы не пришли существенно скупиться на неделю или большой компанией, то берите корзинку. В противном случае, тележка – первый шаг к разорению Вашего бюджета!

2. Запах свежей выпечки – лучшее начало шоппинга. Аромаркетинг

Еще одна уловка, охватывающая нас у самого входа – приятные ароматы. Не случайно, практически любой супермаркет «начинается»

с отдела фруктов, цветов или свежей выпечки. Это, по мнению психологов, приводит людей к чувству гармонии.



Природные мягкие ароматы положительно воздействуют на сознание, и человек в хорошем настроении движется дальше. При этом часто бывает так, что полюбившийся ему аромат способен заставить взять с собой несколько экземпляров. Чем не уловка? Наиболее распространенными являются, запах свежей выпечки и свежемолотого кофе. Эти ароматы наиболее сильно влияют на человеческую психику, пробуждая чувство голода – доказано исследованиями.

Совет: *Наслаждайтесь приятными ароматами, но помните за чем Вы пришли. А лучше хорошенько перекусите перед походом в магазин.*

3. 3 вещи по цене 2-х!

Наверное, каждый из нас не раз видел подобного рода вывески в магазинах. Что совсем неудивительно. Это ведь главная маркетинговая уловка магазинов, которая успешно действует на тех, кто любит покупать сразу много вещей.

$$1+1=3$$

Тут ведь очевидная выгода! Зачем покупать 1 бутылку шампуня, если можно купить сразу 3 и при этом сэкономить. И совсем не важно, что Вам нужна только одна, а 2 будут пылиться на полке.

То же касается и уловок с подарками.

«Купи чай и получи кружку в подарок!». Совсем неплохо, если Вы все-равно планировали покупать этот чай. Согласна. Но перед этим сравните стоимость чая без кружки. Действительно ли она идет в подарок? Или, пусть даже за небольшие деньги, Вам пытаются впихнуть не совсем свежий товар+подарок сомнительного качества.

Совет: *Анализируйте увиденное — и яркие заголовки акций не введут Вас в заблуждение.*

4. В тесноте, но не в обиде

Замечали ли вы, что в супермаркетах едва достаточно места для проезда двух тележек? И это не случайно — магазины хотят, чтобы Вы двигались вдоль полок с товарами как можно медленнее.

Покупатели, пропуская друг друга, делают больше остановок, что заставляет их больше времени проводить в магазине и уделить внимание даже тем товарам, которые им отнюдь не интересны.



Совет: *Тот же, что в пункте 1, берите корзинку и Вам будет проще передвигаться по супермаркету и Вы избежите «пробок с тележками».*

5. Приятные мелочи возле кассы

У кассы можно заметить еще больше товара, который относится к так называемой категории «спонтанных покупок».

Батончики, дешевые журналы, жвачка, мятные конфеты. Последний шанс супермаркета заставить Вас потратить деньги. Все очень просто: на фоне «больших» покупок, покупка жвачки или батончика «на дорожку» за полкопейки денег просто не воспринимается нами как таковая.



Совет: *Обойдя все уловки магазина и находясь уже у кассы, помните, что все за чем Вы пришли в магазин, уже находится в Вашей корзине.*

6. «Халявная» дегустация

Человеческие желания безграничны. Хотели бы Вы попробовать новый сорт сыра? А ароматного кофе? Ну, конечно!

Милые девушки с завораживающей улыбкой приглашают Вас попробовать все это бесплатно. Вот только мало кто осознает, что после такой дегустации Вы наверняка купите этот продукт уже в куда больших объемах. Нет, вовсе не потому, что безумно вкусно. Просто девушки так милы, угощают, улыбаются – неловко просто так съесть и уйти. Да и вообще, вдруг они решат, что у Вас денег нет? Ой, лучше взять пачку сыра и отнести домой, пусть живет в холодильнике.



Совет: *Помните, Вы никому и ничего не должны. Ни одного покупателя еще не выгнали с позором из магазина за то, что он не купил рекламируемый товар. Улыбайтесь в ответ и берите то, что Вам действительно нужно.*

7. «Высота имеет значение». Секреты раскладки

Вы когда-нибудь обращали внимание, что весь дорогой товар находится на средней полке прилавка, как раз на высоте Ваших глаз? Это сделано для того, чтобы Вы сначала увидели самый дорогой товар. Далее идет расчет на психологию, чтобы Вы решили, что товар на полках, которые находятся выше или ниже, менее качественный (хотя, обычно, это не так). Сегодня, однако, это место «под солнцем» завоевывают «раскрученные» бренды, так как их товары приносят большую прибыль.



Совет: *Не хватайте товары со средних полок, которые размещены на уровне «глаз». Не поленитесь изучить ценники на нижних полках. Чаще всего товары с оптимальным соотношением цена-качество размещены именно там.*

8. «Копаем глубже». Как купить самое свежее

В супермаркете все время стараются сначала продать товар с наименьшим сроком годности, поэтому такие товары выставляют в первые ряды. Самые свежие товары, только что привезенные,

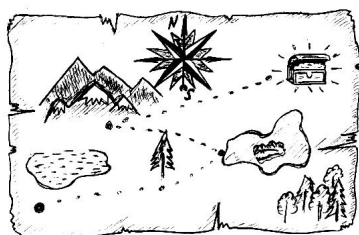
отправляются в самые закутка.



Совет: Если Вы хотите приобрести самое свежее молоко или сыр, то потрудитесь заглянуть в самые последние ряды выкладки товаров, там Вы найдете все самое лучшее и свежее.

9. «Прятки с продуктами». Непростые схемы расположения прилавков

Как правило, самый часто покупаемый товар – хлеб, молочная продукция, колбасы находятся в самых отдаленных углах магазина, направляясь туда, Вы обязательно пройдете мимо цветных витрин со всякими вкусностями и прочими милыми вещами, которые так и просятся в корзину.



Совет: Не отклоняйтесь от курса и целенаправленно двигайтесь по самостоятельно выбранному маршруту.

10. «При звуке флейты слон теряет волю». Атмосфера

Музыка также играет не последнюю роль в попытке «раскрутить» Вас на покупки. В следующий раз, когда окажетесь в торговом центре, закройте глаза и прислушайтесь. Вы наверняка услышите мелодичную музыку, которая также является частью стратегии. Под такую музыку мы подсознательно замедляем шаг, останавливаемся подолгу перед прилавками и разглядываем товар. Супермаркеты крутят легкие хиты, улучшающие настроение, для того, чтобы побудить Вас совершить «импульсную покупку», которой не было в Вашем списке.



Совет: *Слушайте, наслаждайтесь и кладите в Вашу корзинку только то, что запланировали.*

11. «Игры в прятки». Перестановка в супермаркете

Наверное, Вы замечали, что в Вашем любимом магазине периодически происходит полная перепланировка. Это делается именно в маркетинговых целях. Если Вы ходите в магазин каждый день то уже знаете, где лежит хлеб и молоко, где колбаса и шоколад и стремительно направляетесь именно в этот отдел, минуя все остальные. Когда происходит перепланировка, Вы уже точно не знаете, где находится нужный Вам товар, и Вам приходится разглядывать все стеллажи. Таким образом, корзина Ваших покупок пополняется.



Совет: Не стесняйтесь спросить у сотрудника магазина, куда же подевались хлеб и молоко. Пусть Вам подробно расскажут или проводят в этот отдел. Так Вы сэкономите время, и в Вашей корзинке не появится лишнего.

12. Фактор 9-ти

Это одна из моих любимых уловок!

Все мы в школе учили математику и на уроках нас учили сокращать и округлять. И все должны помнить из школьной программы, что после запятой мы округляем в большую сторону. Но, почему-то, попадая на распродажи в магазинах мы напрочь об этом забываем и 7,99 воспринимается нами не как почти 8 (по правилам математики), а как 7!

Почему наш мозг так учтиво и подло обманывает нас?

Цены, которые оканчиваются на ,99 или ,95, называются “очаровывающие цены”.

Видимо, в нас глубоко засела ассоциация этих чисел со скидками и более выгодными сделками.

Кроме того, поскольку мы читаем номера слева направо, мы воспринимаем цифру 7,99 как 7, а не как 8. Особенно, если мы кидаем на ценник всего лишь беглый взгляд.



Совет: Внимательно читайте ценник. 7,99 это вовсе не 7, а 8!

И на последок...

Самый же эффективный способ – это взять ограниченное количество денег, только на то, что действительно нужно! Это гарантирует то, что Вы не купите ничего лишнего.



P.S. На сегодняшний день в просторах интернета довольно много приложений для смартфонов по составлению списков покупок. Составив список и сохранив его на телефоне, Вы можете не бояться, что забудете его дома или потеряете.

Подберите наиболее оптимальный вариант именно для Вас и вперед за покупками!

Теги: [на](#) , [это](#) , [как](#) , [что](#) , [все](#) , [вы](#) , [вас](#) , [который](#) , [совершенно](#) , [которая](#) , [супермаркетов](#) , [пособна](#)

, [купить](#)

, [заставить](#)

, [товар](#)