

РОЖДЕСТВЕНСКИЕ «СКИДКИ»

«денег покупателями в сторону продавцов». Именно так стоило бы подписывать все витрины.

Текст ДЕНИС ЖИДКОВ

К КОНЦУ ГОДА МЫ ВСЕ УСТАЕМ. И ДАВАЙТЕ ПРИЗНАЕМСЯ, ЧТО ЗАЧАСТУЮ МЫ ИДЕМ В МАГАЗИН НЕ ЗА ТОВАРОМ, А ЗАТЕМ ЧТОБЫ НАМ «СДЕЛАЛИ ПРИЯТНО». ВЫ ОСВОБОЖДАЕТЕ ВЕЧЕР, ПРИГЛАШАЕТЕ С СОБОЙ ДРУЗЕЙ И ПРИХОДИТЕ В СИЯЮЩИЙ ОГНЯМИ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР. ВЫ СТАВИТЕ МАШИНУ НА ПОДЗЕМНОЙ ПАРКОВКЕ, СДАЕТЕ ВЕРХНЮЮ ОДЕЖДУ В ГАРДЕРОБ, ПЬЕТЕ ЧАШЕЧКУ КОФЕ И ПРИСТУПАЕТЕ К СОБСТВЕННО ШОПИНГУ. НЕСПЕШНО ГУЛЯЯ ВДОЛЬ БУТИКОВ, ВЫ ВИДИТЕ ПЕРЕЧЕРКНУТЫЙ ЦЕННИК НА ТОВАРЕ, КОТОРЫЙ ДАВНО ХОТЕЛИ КУПИТЬ, И, ПРИЖИМАЯ ЖЕЛАННЫЙ ПРЕДМЕТ К СЕРДЦУ, ОТДАЕТЕ СВОИ ЧЕСТНО ЗАРАБОТАННЫЕ.



В таком случае не нужно расстраиваться, если скидка окажется не такой уж «рождественской». Вы получили то, зачем приходили: во-первых, комфортный отдых, а во-вторых, вам приятно осознавать себя счастливым человеком, которому «реально повезло» сегодня. И вы заплатили за удоволь-

ствие. Не портите его, не ходите в Интернет, сравнивая цены. Не спрашивайте у друзей: «А ты почему брал?» Не думайте о том, кто платит за новогоднюю иллюминацию, теплую парковку и белоснежные поля в разгар зимы. Представьте, что это Дед Мороз.

НО... ПРАЗДНИКИ ПРОХОДЯТ, А СКИДКИ ОСТАЮТСЯ. ПО ДАННЫМ МНОГОЧИСЛЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ, ПОДАВЛЯЮЩЕЕ БОЛЬШИНСТВО ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНЫХ РОССИЯН УВЕРЕНЫ, ЧТО РАСПРОДАЖИ – ЭТО СКОРЕЕ ОБМАН, НЕЖЕЛИ ЧЕСТНОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН.

Тем не менее, красные ценники действуют на многих как тряпка на быка.

Отечественные магазины низких цен, или, как их еще называют, «дискаунтеры», – это в прямом смысле одно название. Да, возможно, цены на некоторые товары в этих сетях будут ниже, чем в супермаркетах среднего класса. Но с настоящими дискаунтерами наши «пятерочки» имеют мало общего. Меня поймут те, кто был в европейских сетях с низкими ценами. Покрашенными в этих магазинах будут только ваши автомобили на парковке! Внутри вас будут ждать цинковые гробы-холодильники с железными крышками и такие же полки из некрашеного металла. Из обслуживающего персонала в таком магазине будут два человека – кассир и грузчик.

Еще одна тенденция последних лет – сайты предлагающие купоны на скидку.

Все они работают примерно по одной и той же схеме: вы регистрируетесь на сайте, выбираете интересное предложение, покупаете купон (например, за 500 рублей) и уже со скидкой идете в ту фирму, которая вас привлекла. Для компаний это возможность прорекламировать себя, привлечь новых клиентов.

Аудитория таких проектов растет, некоторые пользователи действительно получают обещанное – и превращаются в постоянных покупателей. Среди удачных примеров акции, где было много довольных клиентов, – возможность купить купон за 100 рублей и получить оплату за телефон в размере 200 рублей. Случались и казусы.

Обещали постричь со скидкой 50%, а в салоне уточнили, что скидка не на стрижку, а, например, только на укладку или мытье головы? Обещали романтический ужин в суши-баре, а отнесли, как к людям второго сорта: «Опять халевщики пришли?» – и обслуживали в последнюю очередь? Таких историй накопилось немало. Помните, что сайты, предлагающие купоны, не отвечают за качество оказанных или не оказанных вам услуг.

Как все-таки поступить, если вы хотите действительно купить что-либо дешевле?

Очевидно, что для начала нужно знать, «дешевле, чем где» вы хотите купить. Вы должны знать эту самую среднюю рыночную стоимость. Придя в магазин и спонтанно покупая товар с красным ценником, вы наверняка переплачиваете. Если вы не обладаете в полной мере информацией о ценах на данную продукцию в Интернете и супермаркетах, то заявление о скидке является для вас лишь рекламным предложением. Причем, скорей всего, это реклама с заведомо ложной информацией.

Что делать, если телевизор вчера стоил пятьдесят тысяч, а сегодня – двадцать пять? Надо брать? Нет, надо зайти в Интернет и посмотреть, сколько он стоит в других магазинах. В Интернете цена будет не выше двадцати трех.

Цену завышают не для того, чтобы потом понизить, а для того, чтобы получить сверхприбыль. А понижают цену опять же, чтобы получить сверхприбыль за счет повышения объема продаж.

Никогда не верьте искусственно создаваемому дефициту. Ни

.....
Что делать,
если телевизор вчера стоил

50 000,
а сегодня – 25 000?
Надо брать?
.....



один бизнесмен в здравом уме не будет производить товара меньше, чем его можно продать. Особенно в этом «ажиотаже» преуспели производители электроники.

Наконец, позвольте напомнить об одном из главных правил шопинга: избегайте импульсных покупок. Пришел–увидел красный ценник–побежал на кассу – классический пример траты денег на дорогой или ненужный товар.

Удачных покупок!

