

Вот 9 самых распространённых магазинных хитростей, из-за которых мы вроде бы покупаем «дешевле», а на самом деле остаемся без копейки.

Три товара по цене двух

Это простое упражнение на устный счет. Цены на «акционные» товары временно повышаются в полтора раза (или чуть меньше), в результате экономия получается нулевой.

Только сейчас

При входе в магазин консультант объявляет вам, что «сегодня проходит специальная акция: скидки 30% на все пиджаки» (брюки, сумки, носки и т.п.). Не ведитесь на волшебные слова «сегодня» и «специальная»: как правило скидки растут по мере приближения Нового года, а в январе остатки коллекций вообще распродают по минимальной цене. Так что, если этот пиджак не нужен вам срочно, да и без лишней пары брюк вы вполне проживёте ещё пару недель, лучше отложите покупку до каникул.

Мы клеили, клеили...

Вы берёте в руки чудесный свитерок и смотрите на ценник: 3500 руб. Дороговато... Но тут замечаете, что из-под «новой этикетки» выглядывает «старая», на которой цена стоит в два раза больше. Вот это повезло! И скидка сумасшедшая, и свитерок такой красивый, да и висит он один единственный во всем торговом зале...

Не спешите радоваться. Скорее всего, этот свитер стоил те же 3,5 тысячи круглый год. Просто ценник переклеили, а на вешалке специально оставили только один экземпляр, чтобы повысить мотивацию покупателя «отхватить, пока не забрали». Наткнувшись вот на такие «волшебные этикетки», прикиньте для начала: купили бы вы этот свитер за такие деньги, если бы не думали, что цена со скидкой? Нет? Тогда оставьте его в покое.

Почём костюмчик?

Остерегайтесь покупать несколько вещей в одном магазине, особенно если они висят на вешалке как комплект. В этом сезоне очень модны кардиганы, тонкие свитера, длинные кофты и т.п. — а все это можно навешать слоями и таким образом спрятать ценник.

Например: над стойкой в магазине одежды стоит яркий плакат «Скидка 40%».

Покупатель логично предполагает, что скидка распространяется на все, что на этой стойке висит, и хватает вешалку с блузкой, кардиганом, брюками и отлично подобранным пояском. Все подходит. Идём на кассу. И там обнаруживаем, что скидка есть только на пояс. Или что брючки и пояс нам отдали подешевле, а на рубашку и кардиган накинули те же 40%, а то и больше.

Товары-близнецы

Чаще всего их можно встретить в магазинах бытовой техники, продуктовых или крупных сетевых гипермаркетах. Несколько товаров разных марок, но в похожей упаковке сваливается в кучу под «скидочный» плакат. При этом реальная уценка идёт только на один из товаров, но увлечённый покупатель этого не заметит.

Когда же на кассе обнаруживается разница в цене, вернуться в торговый зал, обменять товар и простоять ещё одну очередь ради сотни рублей нам зачастую просто лень. И на таких «сотнях» магазины за несколько недель зарабатывают миллионы.

Мал золотник

Некоторые магазины в сезон распродаж вообще не делают никаких скидок, а просто пользуются потребительским оживлением. Так, на витрину или ящик с каким-нибудь мелким товаром (мылом, носками, салфетками и т.п.) водружается плакат «Мыло такое-то, 1 шт. – 10 руб.». И счастливый покупатель, решая, что это, мол, очень дешево, запасается мылом на год вперед.

Однако в соседнем магазине то же мыло может стоить гораздо дешевле, а в этом всегда стоило десятку или вообще «внезапно» подорожало к сезону распродаж. Как правило, разница составляет 1-2 рубля, но поскольку товар мелкий и набирают его много, итоговая выгода магазина огромна.

На заметку

Большинство магазинов предупреждают покупателей о том, что «товар, купленный со скидкой, возврату и обмену не подлежит». Помните, это нарушение закона «О правах потребителя». Согласно ему, никакие скидки и акции не освобождают продавца от обязанности принять обратно или обменять товар в течение двух недель без объяснения причин, а также снизить цену на товар, если он оказался бракованным. Те товары, от которых магазин хочет избавиться в первую очередь (непопулярные, слишком дорогие, с маленьким сроком годности и т.п.), почти всегда выставляют на верхние полки – так, чтобы они оказались на уровне глаз. И, конечно, объявляют на них «30-процентную скидку». Но попробуйте заглянуть на полки пониже или покопаться в дальних углах, и можете найти там аналогичный товар, но значительно дешевле «скидочного».

Вес имеет значение

Пачка масла марки «Х» стоит на 5-10 рублей дешевле, чем все остальные? Обратите внимание на ее вес – наверняка он меньше стандартных 200 г.

Кто не успел, тот опоздал

Это излюбленный трюк магазинов бытовой техники и электроники. На определенную модель какого-нибудь прибора обещается скидка в столько-то процентов. На рекламных плакатах указана итоговая цена, которая действительно оказывается меньше старой; однако, когда вы приходите в магазин, продавец разводит руками и говорит, что именно вот этой модели в продаже уже нет. И предлагает вам другую, которая стоит примерно столько же.

Чаще всего покупатель согласится — ведь цифра-то все — равно аналогична ожидаемой; но никакой выгоды он при этом не получит: купленный товар всегда стоил тех же денег.

(www.aif.ru).