

#LOVEKIESZONKOWE



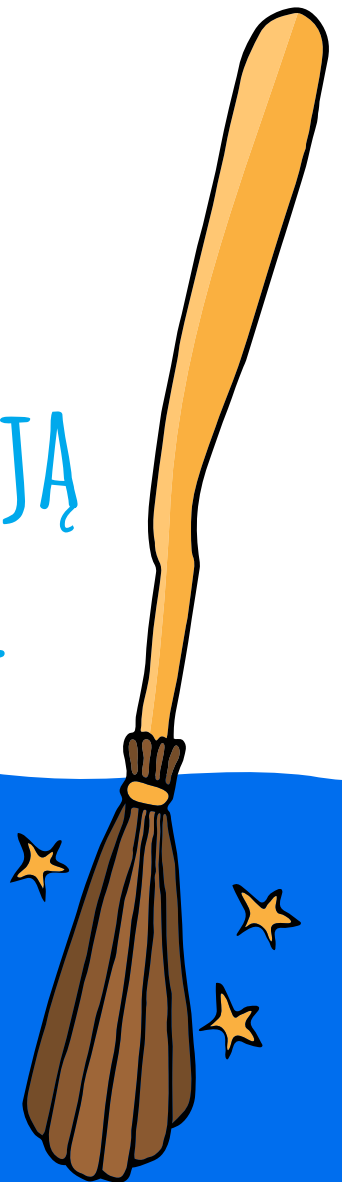
POKAŻ

# DZIECKU

SZTUCZKI,  
PRZEZ KTÓRE ZNIKAJĄ  
PIENIĄDZE



PRZYKŁADY I PRAKTYCZNE  
ĆWICZENIA DLA CAŁEJ RODZINY





# SZTUCZKA NR 1



## TESTUJEMY PRODUKTY SPOŻYWCZE

CZY ZAWSZE CENA RÓWNA SIĘ JAKOŚĆ?

POBAWCIE SIĘ W TESTERA PRODUKTÓW

### MIEJSCE ZABAWY:

Sklep spożywczy i dom.

### DO ZABAWY BĘDĄ POTRZEBNE:

Produkty spożywcze, np. jogurty, soki, słodkie, płatki śniadaniowe, przekąski.

### PRZEBIEG ĆWICZEŃ:

Przygotujcie listę kilku podstawowych ulubionych produktów Twojego dziecka.

Wybierzcie się na wspólne zakupy do sklepu. Gdy będziecie kupować dany produkt, zwróćcie uwagę na cenę – ile kosztuje ten wybrany przez dziecko, a ile jego tańszy zamiennik. I na odwrót. Bardzo często jest tak, że na sklepowych półkach znajduje się kilka markowych produktów. Mogą być one droższe i bardziej znane dziecku np. z telewizyjnych reklam. Zazwyczaj można tam znaleźć też takie same produkty, ale robione np. dla marki własnej sklepu.

W tym ćwiczeniu polecamy również porównanie etykiet danych produktów. Sprawdźcie, czy producent nie użył barwników, dodatkowych aromatów lub polepszaczy smaku, które sprawiają, że smak wydaje się lepszy, ale produkt jest przez to mniej zdrowy.

Wybierzcie minimum po dwa produkty, kierując się zasadą: jeden bierzemy znany – drugi nieznan. Może się np. okazać, że tańszy produkt niczym się nie różni w smaku albo ma bardziej wartościowy skład.

**Polecamy Wam też przetestowanie metody na samodzielne tworzenie zdrowych zamienników. Do koszyka z wybranymi jogurtami, sokami czy płatkami dobierzcie też produkty, z których sami w domu stworzycie ich odpowiedniki. Np. jogurt naturalny, a do tego świeże owoce, z których w domu samodzielnie zrobicie jogurt owocowy. Owoce do wyciśnięcia na sok. Płatki owsiane, gryczane i inne według uznania oraz suszone owoce do zrobienia płatków śniadaniowych. Naturalne zamienniki są smaczne, zdrowe i wartościowe, a w ogólnym rozrachunku mogą się także okazać optymalnym sposobem dla oszczędnych.**

W domu przełóż każdy produkt do osobnej miseczki. Nie musicie wszystkich próbować w jednej chwili. Jeśli jednak zdecydujecie się na testowanie np. jogurtów, to przygotuj dla dziecka próbkę każdego z nich. Następnie niech dziecko przeprowadzi test w ciemno, czyli tak, aby nie miało świadomości, który jogurt znajduje się w której miseczce.

Niech dziecko zabawi się w prawdziwego testera produktów i opisz na głos swoje wrażenia. Gdy spróbuje już wszystkich testowanych produktów oraz wyda werdykt na temat smaków, odkryj przed nim tajemnicę i pokaż mu, w której misce był który produkt. Podyskutujcie wspólnie o tym, co jest zdrowsze, lepsze i warte Waszej konsumenckiej uwagi na przyszłość.



## SZTUCZKA NR 2

# TESTUJEMY WIELKOŚĆ OPAKOWAŃ

ZBADAJCIE, CZY FAKTYCZNIE WIELKOŚĆ  
OPAKOWANIA ODPOWIADA WIELKOŚCI  
JEGO ZAWARTOŚCI



### MIEJSCE ZABAWY:

Sklep wielobranżowy.

### DO ZABAWY BĘDĄ POTRZEBNE:

Różne produkty dostępne w sklepie.

### PRZEBIEG ĆWICZEŃ:

Przy tej sztuczce musicie się zabawić w detektywów. Wybierzcie się do sklepu i przeprowadźcie własne śledztwo.

Szukajcie produktów, do których producenci stosują sztuczkę sprzedażową, polegającą na optycznym powiększaniu wielkości opakowania. Czasami jest tak, że kupuje się olbrzymie pudło np. płatków, a po otwarciu okazuje się, że jest pełne tylko do połowy.

Sprawdzajcie zatem wielkość pudełek i porównujcie ich wagę. Warto też przeprowadzić dokładne dochodzenie z porównaniem ceny za kilogram danego produktu z ceną za gotowe opakowanie. Na półkach może leżeć kilka produktów z pozoru podobnych cenowo. Kiedy jednak bliżej przyjrzymy się faktycznej cenie za kilogram, okazuje się, że te produkty jednak się różnią (wagą, wielkością).

Dzięki temu ćwiczeniu dziecko pozna sposoby na rozpoznawanie rzeczywistych cen produktów. Zobaczy też, gdzie sprzedawcy ukrywają informacje i zachęcają nas do kupowania tylko pozornie większych opakowań.



## SZTUCZKA NR 3



# TESTUJEMY ZESTAWIENIA KILKU PRODUKTÓW

CZĘSTO SPRZEDAWCY WYKORZYSTUJĄ SZTUCZKĘ,  
KTÓRA MA NAS ZACHĘCIĆ DO KUPOWANIA DROŻSZYCH PRODUKTÓW.  
DZIECKO DOWIE SIĘ, DLACZEGO LUDZIE CZASEM WYDAJĄ WIĘCEJ

### MIEJSCE ZABAWY:

Kino.

### DO ZABAWY BĘDĄ POTRZEBNE:

Oferta popcornu.

### PRZEBIEG ĆWICZEŃ:

Ćwiczenie możecie przeprowadzić przy okazji wizyty w kinie.

Na czym polega ten test? Porównajcie ceny zestawów np. popcornu. Zapewne znajdziecie więcej niż dwie propozycje podania tej przekąski.

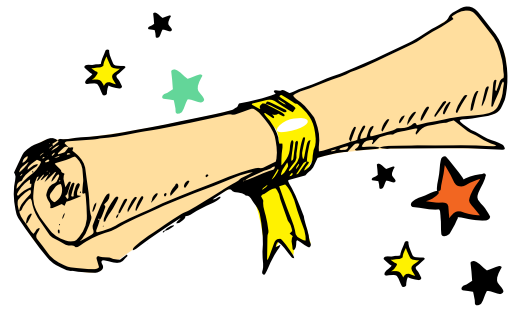
Dlaczego? Sprzedawcy już dawno odkryli, że zestawienie ze sobą tylko dwóch produktów (drogi – tani), np. mały popcorn za 10 zł i bardzo duży za 20 zł, nie skłania klientów do zakupu droższego produktu. Większość klientów widzi sporą różnicę w cenie i nie decyduje się na zakup drogiego zestawu, więc wybiera ten mniejszy.

Klienci zachowują się jednak zupełnie inaczej, gdy mają do wyboru min. 3 lub 4 warianty danego produktu. Gdy sprzedawcy proponują mały popcorn za 10 zł, większy za 15 zł, duży za 18 zł i bardzo duży za 20 zł – wtedy mało kto uważa za opłacalne kupowanie najmniejszego zestawu. Prędzej jesteśmy skłonni wydać 18 zł (bo to tylko 3 zł więcej od średniego), albo nawet skusimy się na ofertę gigant (bo to już tylko 2 zł więcej od tego zestawu). W takiej sytuacji nasz umysł przestaje porównywać najdroższe z najtańszym, a zaczyna porównywać propozycje obok siebie.

My oczywiście polecamy przygotowanie zdrowszych przekąsek przed wyjściem do kina. Ćwiczenie ma jedynie uzmysłwić dziecku działanie pewnych schematów, które są ogólnie praktykowane w działaniach sprzedażowych.



## SZTUCZKA NR 4



# TESTUJEMY DOBIERANIE DODATKOWYCH OFERT

SPRZEDAWCY BARDZO CZĘSTO STOSUJĄ METODĘ TZW. SPRZEDAŻY POWIĄZANEJ (*CROSS SELLING*) I METODĘ POWIĘKSZAJĄCĄ WARTOŚĆ ZAKUPÓW (*UP SELLING*). PRZY ZAKUPIE JEDNEGO PRODUKTU OFERUJĄ COŚ DODATKOWEGO ZA POZORNIE OKAZYJNĄ KWOTĘ LUB STARAJĄ SIĘ ZWIĘKSZYĆ NASZE ZAMÓWIENIE. DZIECKO ZROZUMIE, NA CZYM POLEGA POWIĘKSZANIE OFERTY

### MIEJSCE ZABAWY:

Sklepy stacjonarne lub internetowe.

### DO ZABAWY BĘDĄ POTRZEBNE:

Za każdym razem gdy wybieriecie się na zakupy do sieciowych sklepów, zwróćcie uwagę, czy zastosowano w nich poniższe sztuczki.

### PRZEBIEG ĆWICZEŃ:

Taki test dość łatwo możecie przeprowadzić praktycznie w każdym dowolnym sklepie należącym do większej sieci. Do polityki sprzedażowej takich sieciówek należy proponowanie klientowi powiększania zakupu.

Podczas doświadczalnego spaceru po sklepach lub w trakcie zakupów wyłapujcie tego typu oferty. W sklepie z butami pewnie zostanie Wam zaproponowany dodatkowy zakup środków do impregnacji obuwia. Na stacji paliw prawdopodobnie usłyszycie o możliwości dokupienia czegoś ekstra za niewielką kwotę. W sklepie z ubraniami być może znajdziecie ofertę typu: druga sztuka za pół ceny, a np. w księgarni ofertę 2 + 1 (przy zakupie dwóch książek trzecią otrzymacie gratis). Pomysłów na tego typu *cross sellingowe* promocje zapewne znajdziecie wiele. Pokaż dziecku, jakie jest ich zadanie – mają nakłonić klienta do zakupu dodatkowych rzeczy. Ważne jest, aby dziecko zrozumiało, w którym momencie sprzedaż powiązana może być dla Was faktycznie korzystna (bo i tak musielibyście dokupić tę dodatkową rzecz), a w którym momencie jest zbędnym zawyżaniem koszyka zakupów (kupujecie drugą rzecz, bo jest w promocji, a nie dlatego, że faktycznie jej potrzebujecie; lub kupujecie drugą dodatkową rzecz, choć może niekoniecznie potrzebną, tylko po to, aby otrzymać gratis). Drugą tego typu sztuczką powszechną w sklepach jest *up selling*, czyli strategia, mająca nakłonić klienta do wydania większej kwoty na dany produkt. Typowym przykładem może być sztuczka: kup dwa opakowania tego produktu, a trzeci otrzymasz gratis, czy: kupując jedno opakowanie ciastek zapłacisz 3 zł, a przy zakupie dwóch zapłacisz tylko 5 zł lub: kup większe opakowanie, dopłacając jedynie X zł. Przy usługach może to być np.: dobrać dodatkowy lub większy pakiet i zyskać gwarancję komfortu.

Przy tej sztuczce również można pokazać dziecku plusy i minusy takiego rozwiązania. Warto zadać sobie pytanie, czy na pewno proponowana i zwiększona oferta spełnia nasze oczekiwania, nawet jeśli pozornie wydaje się korzystniejsza? Czy faktycznie wykorzystamy dodatkowy pakiet, większe opakowanie lub większą ilość produktów? Czy to nie będzie tylko pozorna oszczędność?



## SZTUCZKA NR 5



# SZUKAMY SZTUCZEK W REKLAMACH TELEWIZYJNYCH

OGŁĄDANIE Z DZIECKIEM BLOKÓW REKLAMOWYCH POTRAKTUJMY  
JAK ZABAWĘ, W KTÓREJ DZIECKO MA SIĘ NAUCZYĆ  
WYCHWYTYWANIA TRIKÓW SPRZEDAŻOWYCH

### MIEJSCE ZABAWY:

Dom.

### DO ZABAWY BĘDĄ POTRZEBNE:

Telewizor lub internet.

### PRZEBIEG ĆWICZEŃ:

Przeanalizujcie wspólnie kilka bloków reklamowych w telewizji lub tych dostępnych w sieci i wyszukujcie sztuczki.

Zwracajcie uwagę na szczegóły. W prawdziwym życiu reklamowane produkty nigdy nie wyglądają tak jak te w reklamach. O efekty wizualne zdjęć czy spotów reklamowych dbają całe sztaby specjalistów i warto, aby dziecko o tym wiedziało. Do ulubionych upiększaczy rzeczywistości należą nierealna piana napojów gazowanych (w reklamach pieni się one znacznie bardziej, bo są chemicznie poprawiane); nierealny wygląd kuszących potraw (bardzo często w reklamach to nie są nawet prawdziwe dania); idealnie piękne owoce i warzywa (do reklam są one specjalnie przygotowywane); wygląd płatków śniadaniowych (płatki zanurzone w prawdziwym mleku od razu miękną, w przeciwieństwie do tych z reklamy). W reklamach to, co widać, jest wystylizowanym przez wiele godzin obrazem.

Ma wzbudzać w nas potrzebę posiadania. Mamy zapragnąć właśnie takiego produktu, jaki widzimy, choć niekoniecznie jest on prawdziwy – np. w roli miodu bardzo często występuje olej silnikowy (lepszy efekt wizualny); efekt szronu na szklance tworzy się dezodorantem, a lody wcale nie są przedstawianymi lodami, a bardziej fotogenicznym puree ziemniaczanym. Warto zwracać na to uwagę, ponieważ reklamy w dużym stopniu kreują wzorce i nasze postrzeganie świata. Niestety nie są one dziełem przypadku i należy to brać pod uwagę. Uczmy dzieci podchodzić do nich z rezerwą. Przy okazji tego ćwiczenia polecamy również dyskusję z dzieckiem na temat: czego reklama nam o tych produktach nie mówi, np. ile cukru ma w sobie reklamowany napój gazowany i czym możemy ten napój zastąpić (np. lemoniadą domowej roboty z miodem). Zwróćcie uwagę na triki stosowane w reklamach produktów kredytowych. Mają one za zadanie wzbudzać w konsumentach różne potrzeby, które bardzo szybko zaspokoi pożyczka. To może być też dobry moment, aby przy okazji wyszukiwać kontrargumenty dla reklam namawiających do spełniania marzeń na kredyt – reklama nie mówi, jaki jest faktyczny koszt życia na kredyt, jakie wiąże się z tym ryzyko. Poszukajcie innych możliwości pozyskania pieniędzy na prezentowany w reklamie cel (np. oszczędzanie, dodatkowy zarobek, sprzedaż niepotrzebnych rzeczy z domu).

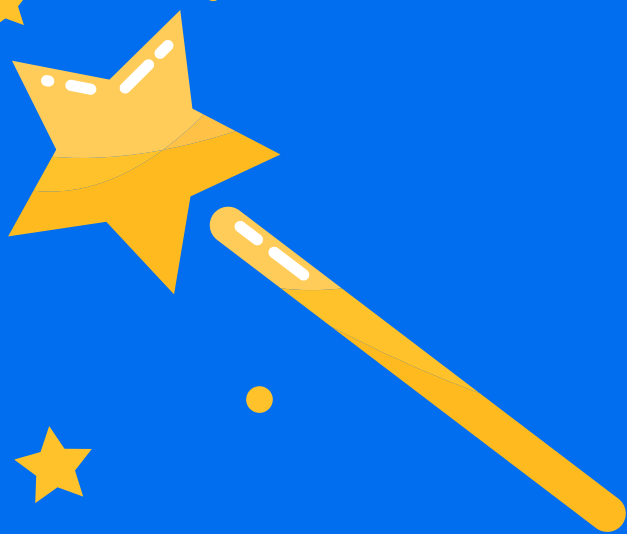
# #LOVEKIESZONKOWE

Twoje dziecko chce mieć gadżet, który „mają już wszyscy” i nie rozumie, dlaczego teraz nie może go dostać? Zmień to. Dowiedz się, jak rozmawiać z dzieckiem o zakupach, budżecie domowym, oszczędzaniu, reklamach i innych kwestiach związanych z finansami.

Zajrzyj na stronę

<https://generali-investments.pl/contents/pl/klient-indywidualny/z-dzieckiem-o-pieniadzach>

i dowiedz się, jak rozmawiać z dzieckiem o pieniądzu.



AUTOR: DIANA LITWIN - DOLEZIŃSKA,  
AUTORKA BLOGA PIENIADZJESTKOBIETA.PL



GENERALI  
INVESTMENTS