

Jakie czynniki wpływają na moje zakupy?

Czynnikiem, który ma decydujące znaczenie w wyborze towaru jest **Cena**, czyli suma wartości, jaką musimy przekazać, by uzyskać korzyści wynikające z posiadania lub użytkowania produktu lub usługi.

Istnieją trzy sposoby ustalania cen:

- 1) podejście księgowego: stosowanie ceny kosztowej opiera się na założeniu, że firma sprzedaje swoje produkty po cenie, która pokrywa koszty ich wytwarzania dodatkowo daje zysk („koszt + zysk”)
- 2) podejście ekonomisty: gdzie uwzględnia się wielkość popytu (czyli zapotrzebowanie na dany towar) i podaży (czyli ilość danego towaru, którą sprzedający oferują do sprzedaży w danym momencie). Mówi ona o tym, że należy stanowić ceny na takim poziomie, przy którym popyt i podaż zbiegają do równowagi.
- 3) podejście marketingowe: cena powinna realizować strategię rynkową firmy.

W ujęciu marketingowym wyróżniamy różne formuły stanowienia cen:

- a) cena porównawcza (konkurencyjna) – cena zbliżona do cen konkurencyjnych
- b) cena psychologiczna – ustalana jest tak, psychologicznie oddziaływać na nabywców. Przykładem może być cena ustalana tak, by była postrzegana jako niższa niż jest w rzeczywistości np. 0,99 zł.
- c) cena wygodna – ustalana z myślą o wygodzie nabywcy przy płaceniu, np. zaokrąglona lub równa wartości określonej monety, jeśli towar sprzedaje się w automacie.
- d) cena zwyczajowa (tradycyjna) – występuje wtedy, gdy rynek ustalił pewną, akceptowaną rozpiętość cen produktu
- e) cena zróżnicowana – jest różna dla różnych segmentów odbiorców towaru i dla różnych kanałów dystrybucji
- f) cena uzależniona od wartości, jaką produktowi przypisują nabywcy. Może ona nie mieć związku z kosztem produkcji, np. ta sama filiżanka kawy ma zupełnie inną cenę w barze szybkiej obsługi i w ekskluzywnej restauracji, w której płaci się wysoką cenę za prestiż i wysoką wartość miejsca konsumpcji.

ABC REKLAMY

Drugim czynnikiem, wpływającym na nasze zakupy jest **Reklama**, czyli płatny, nieosobowy przekaz informacji.

Funkcje reklamy:

- a) informująca – informuje o wprowadzeniu na rynek nowych produktów
- b) zachęcająca – zachęca klientów do kupna produktu poprzez ukazanie korzyści, wynikających z jego nabycia
- c) przypominająca – zmierza do utrwalenia w pamięci odbiorców pozytywnego wyobrażenia o firmie lub o produkcie

AIDA W REKLAMIE

AIDA to skrót utworzony z czterech pierwszych liter angielskich słów oznaczających etapy wpływu reklamy na konsumenta:

A – *Attention* (uwaga): przyciągnięcie uwagi klienta

I – *Interest* (zainteresowanie): zainteresowanie właściwościami produktu

D – *Desire* (pożądanie): przekonanie klienta, że produkt może zaspokoić jego potrzeby

A – *Action* (działanie): właściwie przekonywanie do zakupu tego właśnie produktu

Jak przekonać?

Aby przekonać nas do zakupu, twórcy reklam odwołują się do różnych typów języka. Stosują argumentację:

naukową – badania naukowe, ekspertyzy, testy itp. (pasty do zębów, farmaceutyki)

ekonomiczną – korzyści finansowe („wypierze ci wszystko prócz kieszeni”)

behawioralną – tak żyjemy, czyli obrazki z życia (szczęśliwa rodzinka piję sok X)

aspiracyjną – znana osoba (aktorki reklamujące kosmetyki) lub grupa społeczna (biznesmeni reklamujący sieci telefoniczne)

fantazyjną – dziwne, „magiczne” obrazy, trochę jakby z innego świata

nastrojową – romantyczne miejsca i spojrzenia, subtelna gra emocji, ulotne zapachy, zachodzące słońce.

ABC kupowania

Są jeszcze reklamy „z przekrętką”, czyli całkowicie niespodziewanym zakończeniem, które ma ułatwić ich zapamiętanie.

Argumenty obrony	Argumenty oskarżenia
Reklama informuje o towarach dostępnych na rynku.	Reklama oszukuje - przedstawia każdy produkt jako najlepszy.
Dochody z reklam są jednym ze źródeł finansowania środków masowego przekazu.	Reklama tworzy fałszywy obraz świata, w którym wszystko lśni czystością, a ludzie są piękni i szczęśliwi.
Reklama często bawi – bywa dowcipna i zaskakująca	Reklama sugeruje, że szczęście człowieka zależy od tego, czy coś kupi.

ABC PRAW KONSUMENTA

Ważnym czynnikiem w decyzji kupna określonego produktu są także **prawa konsumenta**, które mogą być naszą bronią przed nieuczciwymi sprzedawcami. Jednak aby móc z nich korzystać, trzeba je znać...

Dobra rada

OBALAMY MITY

- ◆ Jeśli kupisz coś w sklepie, to przez 2 lata masz prawo złożyć reklamację, jeśli w towarze odkryjesz wadę lub nie ma on cech, które powinien posiadać (np latarka nie świeci). Reklamację powinno się złożyć w ciągu roku od momentu wykrycia wady – niemniej najlepiej ją zgłosić zaraz po zauważeniu. Oczywiście w przypadku żywności czas na takie działanie jest krótszy.
- ◆ Jeśli towaru, który kupiłeś (kupiłaś), nie można wykorzystać zgodnie z przeznaczeniem – należy ci się jego naprawa lub wymiana. Masz takie same prawa jak

dorośli i nikt nie może bezkarnie wykorzystywać tego, że nie każdy konsument ma skończone 18 lat.

- ◆ Masz prawo żądać naprawy lub wymiany towaru nawet wtedy, gdy wyrzucisz opakowanie.
- ◆ Każdy towar kupiony w superpromocji czy np. z rabatem 10% podlega takiej samej procedurze reklamacyjnej jak inne towary (masz na nią 2 lata od daty zakupu, jeśli jednak towar był tańszy ze względu na kończący się termin ważności lub posiadane usterki, to reklamacja nie może ich dotyczyć).

Co musi sprzedawca?

Towar musi mieć widoczną aktualną cenę (także cenę jednostkową), a personel sklepu ma obowiązek:

- ◆ Udzielić prawdziwej, wyczerpującej i zrozumiałej informacji kupującemu (w języku polskim) na temat towaru lub usługi.
- ◆ Wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy, jeśli klient nie do końca je rozumie.
- ◆ Umożliwić sprawdzenie jakości i kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podzespołów produktu. (Klient nie ma obowiązku dokładnie badać działania skomplikowanego sprzętu w obecności sprzedawcy!).
- ◆ Wydać towar z pełnym wyposażeniem i wszystkimi niezbędnymi elementami oraz instrukcją obsługi (czy konserwacji) w języku polskim.

Dobra rada

Sprawdź, czy cena, którą masz zapłacić przy kasie, jest taka jak na półce. Oto najczęstsze niespodzianki:

- ◆ cena jest niewidoczna, bo została np. zaklejona,
- ◆ cena została przyklejona na boku półki lub nie odpowiada produktowi, pod którym ją umieszczono,
- ◆ nie zmieniono ceny na produktach przecenionych w ciągu dnia handlowego.

Nie lekceważ etykiety!

Etykiety na opakowaniach towarów muszą zawierać nazwę i adres producenta (gdy towar jest sprowadzony do Polski z zagranicy – także nazwę i adres importera).

Paragon

Paragon to jedna z podstaw ewentualnej reklamacji. Jest dowodem, że sprzedawca zawarł umowę z kupującym (taką funkcję może też pełnić faktura, wypisane i opieczętowne przez sprzedawcę oświadczenie lub potwierdzenie płatności kartą płatniczą).

Uwaga:

Nawet kupując bułkę za kilkadziesiąt groszy, możesz żądać paragonu!

Ważne

Sprzedawca nie ma obowiązku przyjąć towaru, który okazał się niepotrzebny lub przestał ci się podobać!

Składamy reklamacje

Z wadliwym produktem i dowodem zakupu (np. paragonem) zgłoś się do sprzedawcy.

Jeśli zdecydujesz się skorzystać z gwarancji, skieruj się z towarem do serwisu. Pamiętaj, by reklamację złożyć na piśmie. Jeśli sprzedawca nie chce przyjąć reklamacji – wyślij mu pismem list polecony i załącz kopię paragonu lub faktury.

Produkty spożywcze najlepiej reklamować u sprzedawcy. Czas na ustosunkowanie się do reklamacji – **14 dni**. Dotyczy to wyłącznie reklamacji u sprzedawcy z tytułu niezgodności z umową. W wypadku korzystania z gwarancji termin określa gwarant.

Żywność

Reklamuj żywność w ciągu **3 dni** od zakupu, a w wypadku opakowań fabrycznych – do 3 dni od momentu otwarcia. Reklamacja żywności musi być rozpatrzona niezwłocznie!

Niezgodność towaru z umową

Co oznacza, że kupiony towar jest niezgodny z umową:

- ◆ jest uszkodzony,
- ◆ jest niekompletny,
- ◆ nie nadaje się do celu, do jakiego jest zwykle używany,

- ◆ nie ma cech deklarowanych przez sprzedawcę.

W takiej sytuacji sprzedawca powinien zgodnie z decyzją klienta nieodpłatnie naprawić towar lub wymienić na nowy. Jeśli towar pomimo naprawy lub wymiany nadal jest niezgodny z umową, sprzedawca powinien zaproponować klientowi obniżenie ceny albo zwrot pieniędzy.

Gwarancja

Swoich praw możesz dochodzić też na podstawie gwarancji. To dobrowolne oświadczenie gwaranta (producenta lub importera) w dokumencie gwarancyjnym. Dokument gwarancyjny powinien być sporządzony w języku polskim i zostać wydany przez sprzedawcę wraz z towarem. Ma zawierać nazwę i adres gwaranta, czas trwania gwarancji i jej terytorialny zasięg. Gwarancja nie ogranicza twoich uprawnień wynikających z niezgodności towaru z umową!

Ważne

Uprawnienia wynikające z niezgodności z umową	Gwarancja
Przysługują z mocy prawa	Nie ma obowiązku jej udzielenia
Obowiązują bez względu na to, czy produkt ma gwarancję	Dobrowolnie udziela jej producent, importer lub hurtownik
Odpowiedzialność ponosi sprzedawca	Odpowiedzialność ponosi gwarant
Obowiązują przez 2 lata od chwili zakupu produktu.	Czas gwarancji zależy od gwaranta.
Sposoby załatwienia reklamacji: - wymiana na produkt nieuszkodzony - naprawa - obniżenie ceny - zwrot pieniędzy.	Sposób załatwienia reklamacji: - określony jest w umowie gwarancyjnej, np. wymiana na produkt nieuszkodzony, naprawa

Zakupy na odległość

Kupując w sprzedaży wysyłkowej lub internetowej, konsument nadal zachowuje swoje prawa. Jego bezpieczeństwo jest szczególnie chronione, gdyż zamawiając towar, nie może go obejrzeć ani dotknąć.

Uwaga:

- ◆ Masz prawo do pełnej informacji o towarze.
- ◆ Należy ci się pisemnie lub e-mailem (najpóźniej w chwili otrzymania towaru) potwierdzenie zawarcia umowy.
- ◆ Nie musisz przyjąć niezamówionego towaru ani za niego płacić.
- ◆ Możesz płacić kartą lub przy odbiorze przesyłki za zaliczeniem pocztowym (unikasz podawania numeru karty płatniczej).

Co mówią badania

Sklepy internetowe to świetnie rozwijający się sektor rynku w Polsce. W 2005 r. internauci wydali na zakupy w sieci ponad 3 mld zł, a w 2020 r. ponad 100 mld zł. Zaś reklamodawcy w 2005r. zapłacili 140 mln zł za reklamę online, a w 2020 aż 5 mld zł! Zakupy w sieci robi ponad 74% Polaków. Dominują wśród nich kobiety, osoby powyżej 35 roku życia, z wyższym wykształceniem i mieszkańcy największych miast.

Gdy kupujesz online...

- ◆ Sprawdź sklep (adres pocztowy), system zabezpieczeń transakcji i informacji (unikaj ofert reklamowych, czyli tzw. Spamu).
- ◆ Sprawdź całkowity koszt zakupu (cena, koszt przesyłki, podatek VAT).
- ◆ Zachowaj w pamięci komputera dane producenta i kopię zamówienia.
- ◆ Masz 14 dni na zwrot towaru i odstąpienia od umowy (zrób to na piśmie).
- ◆ W ciągu 14 dni powinienes (powinnaś) otrzymać zwrot pieniędzy (jeśli nie – szukaj pomocy u rzecznika konsumentów).

Uwaga:

Prawo do oddania towaru nie obejmuje zakupów w portalach aukcyjnych, w sytuacji gdy dokonujemy zakupu na licytacji lub od prywatnej osoby, a nie od przedsiębiorcy.