מה הטריק? משחק טריקים שיווקיים

כסף בראש – שיעורי חינוך פיננסי לכיתה ט' · מסלול: כיתה ט' עולים חדשים · יצרה: רוית ראש בן ישי

מהדורת המורה – עם תשובות

מילון בתמונות

ריבית – תוספת כסף: מקבלים על חיסכון, משלמים על הלוואה · **אשראי** – כסף שלוקחים עכשיו ומחזירים אחר כך · **חובה** – כסף שיוצא מהחשבון · **זכות** – כסף שנכנס לחשבון · **יתרה** – כמה כסף יש בחשבון עכשיו · **הונאה** – שקר כדי לקחת כסף או פרטים · **סיסמה** – מילה סודית לכניסה לחשבון · **תקציב** – תוכנית: כמה נכנס וכמה יוצא

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. בסופר החלב והלחם נמצאים בקצה הרחוק של החנות. למה?

א. כדי שנעבור ליד הרבה מוצרים בדרך ב. במקרה ג. כי אלה המוצרים הכי יקרים

ד. כי שם קר יותר

מוצרי יסוד בסוף החנות מאריכים את המסלול – וכך נחשפים ליותר מוצרים ולקניות לא מתוכננות.

2. המחיר על המדף: 19.90 ₪ במקום 20 ₪. איך נקרא הטריק?

א. מחיר ליחידה ב. הנחת כמות **ג. מחיר פסיכולוגי** ד. מחיר עוגן

מחיר פסיכולוגי: המוח "מעגל למטה" ורואה 19 ולא 20, אף שההפרש הוא 10 אגורות.

3. "היה 299 ₪ – עכשיו 149 ₪!" מה הטריק העיקרי כאן?

א. מחיר עוגן ב. גובה העיניים ג. תוכן ממומן ד. מחסור

המחיר "הקודם" משמש עוגן ומשפיע על התחושה שהמבצע משתלם – גם אם המוצר מעולם לא נמכר ב־299.

4. ממתקים קטנים מסודרים בדיוק ליד הקופה. למה?

א. כדי שלא ייגנבו **ב. לעודד קנייה של רגע בזמן ההמתנה** ג. כי אין להם מקום אחר

ד. כי הם בריאים

ליד הקופה מחכים ומשתעממים – מוצר קטן וזול "נזרק" לעגלה בלי תכנון (קנייה אימפולסיבית).

5. באתר כתוב: "נשארו רק 2 יחידות! 3 אנשים צופים עכשיו". מה הטריק?

א. מחיר ליחידה ב. הנחת כמות **ג. מחסור ודחיפות** ד. מסגור חיובי

יצירת מחסור ודחיפות מעוררת פחד להחמיץ ודוחפת להחליט מהר בלי לבדוק.

6. אריזה של 500 גרם ב־15 ₪, ואריזה של 1 ק"ג ב־32 ₪. מה משתלם יותר?

א. שתיהן אותו דבר ב. האריזה הגדולה – תמיד זולה יותר ג. אי אפשר לדעת

ד. האריזה הקטנה – 3 ₪ ל־100 גרם

500 גרם ב־15 ₪ = 3 ₪ ל־100 גרם; 1 ק"ג ב־32 ₪ = 3.20 ₪ ל־100 גרם. הגדולה דווקא יקרה יותר!

7. יוצרת תוכן אהובה ממליצה בהתלהבות על קרם פנים, ובפינה קטנה כתוב "בשיתוף". מה זה?

א. תוכן ממומן – פרסומת ב. המלצה של חברה ג. מבצע 1+1 ד. ביקורת עצמאית

סימון כמו "בשיתוף" או "תוכן ממומן" אומר שמישהו שילם על ההמלצה – זו פרסומת.

8. בסופר יש ריח של לחם טרי ומוזיקה רגועה ואיטית. מה המטרה?

א. שנקנה רק לחם ב. שנצא מהר ג. שהעובדים ייהנו

ד. שנאט ונישאר יותר זמן בחנות

ריח ומוזיקה איטית יוצרים אווירה נעימה – נשארים יותר, ובדרך כלל קונים יותר.

9. אחרי שבוע עם הטלפון החדש, ההתרגשות נעלמה וכבר רוצים דגם חדש יותר. איך נקראת התופעה?

א. מחיר פסיכולוגי ב. דחיית סיפוקים **ג. הסתגלות – "אושר על המדף" חולף**

ד. עלות שקועה

מתרגלים מהר לכל דבר חדש, ולכן השמחה מקנייה דועכת – זה בדיוק "האושר על המדף".

10. איזו פעולה היא דוגמה לדחיית סיפוקים?

א. מוסיפים לעגלה כל מה שאהבנו ב. קונים שני מוצרים כי יש 1+1

ג. קונים מיד כי זה במבצע **ד. מחכים 24 שעות לפני קנייה ובודקים אם עדיין רוצים**

כלל 24 השעות מאפשר לרגש להירגע – אם עדיין רוצים, קונים בשקט ובתכנון.

11. המוצרים היקרים מסודרים בדרך כלל...

א. במדף התחתון ב. במחסן **ג. בגובה העיניים** ד. ליד היציאה

בגובה העיניים רואים ראשונים; מוצרים זולים או מותגים פחות רווחיים נמצאים לרוב למעלה או למטה.

12. בקניון אין כמעט שעונים וחלונות החוצה. למה?

א. במקרה **ב. כדי שנאבד תחושת זמן ונבלה יותר** ג. כדי לחסוך בחשמל

ד. בגלל חוקי בטיחות

בלי שעונים וחלונות קשה להרגיש כמה זמן עבר – וכך מבלים ומוציאים יותר.

אתגר: מצאו עלון או מודעה אמיתיים וסמנו בהם 3 טריקים שיווקיים.

תשובה אישית; בדקו נימוק ודוגמה.

אתגר: השוו מחיר ליחידה בין שני מוצרים שיש בבית.

תשובה אישית; בדקו נימוק ודוגמה.

כסף בראש · יצרה: רוית ראש בן ישי · https://chinuch-finansi-tet-shiurim.sites.tab.bot/

מה הטריק? משחק טריקים שיווקיים

כסף בראש – שיעורי חינוך פיננסי לכיתה ט' · מסלול: כיתה ט' עולים חדשים · יצרה: רוית ראש בן ישי

שם: _____ **כיתה:** _____ **תאריך:** _____

מילון בתמונות

ריבית – תוספת כסף: מקבלים על חיסכון, משלמים על הלוואה · **אשראי** – כסף שלוקחים עכשיו ומחזירים אחר כך · **חובה** – כסף שיוצא מהחשבון · **זכות** – כסף שנכנס לחשבון · **יתרה** – כמה כסף יש בחשבון עכשיו · **הונאה** – שקר כדי לקחת כסף או פרטים · **סיסמה** – מילה סודית לכניסה לחשבון · **תקציב** – תוכנית: כמה נכנס וכמה יוצא

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. בסופר החלב והלחם נמצאים בקצה הרחוק של החנות. למה?

א. כדי שנעבור ליד הרבה מוצרים בדרך ב. במקרה ג. כי אלה המוצרים הכי יקרים

ד. כי שם קר יותר

2. המחיר על המדף: 19.90 ₪ במקום 20 ₪. איך נקרא הטריק?

א. מחיר ליחידה ב. הנחת כמות ג. מחיר פסיכולוגי ד. מחיר עוגן

3. "היה 299 ₪ – עכשיו 149 ₪!" מה הטריק העיקרי כאן?

א. מחיר עוגן ב. גובה העיניים ג. תוכן ממומן ד. מחסור

4. ממתקים קטנים מסודרים בדיוק ליד הקופה. למה?

א. כדי שלא ייגנבו ב. לעודד קנייה של רגע בזמן ההמתנה ג. כי אין להם מקום אחר

ד. כי הם בריאים

5. באתר כתוב: "נשארו רק 2 יחידות! 3 אנשים צופים עכשיו". מה הטריק?

א. מחיר ליחידה ב. הנחת כמות ג. מחסור ודחיפות ד. מסגור חיובי

6. אריזה של 500 גרם ב־15 ₪, ואריזה של 1 ק"ג ב־32 ₪. מה משתלם יותר?

א. שתיהן אותו דבר ב. האריזה הגדולה – תמיד זולה יותר ג. אי אפשר לדעת

ד. האריזה הקטנה – 3 ₪ ל־100 גרם

7. יוצרת תוכן אהובה ממליצה בהתלהבות על קרם פנים, ובפינה קטנה כתוב "בשיתוף". מה זה?

א. תוכן ממומן – פרסומת ב. המלצה של חברה ג. מבצע 1+1 ד. ביקורת עצמאית

8. בסופר יש ריח של לחם טרי ומוזיקה רגועה ואיטית. מה המטרה?

א. שנקנה רק לחם ב. שנצא מהר ג. שהעובדים ייהנו

ד. שנאט ונישאר יותר זמן בחנות

9. אחרי שבוע עם הטלפון החדש, ההתרגשות נעלמה וכבר רוצים דגם חדש יותר. איך נקראת התופעה?

א. מחיר פסיכולוגי ב. דחיית סיפוקים ג. הסתגלות – "אושר על המדף" חולף

ד. עלות שקועה

10. איזו פעולה היא דוגמה לדחיית סיפוקים?

א. מוסיפים לעגלה כל מה שאהבנו ב. קונים שני מוצרים כי יש 1+1

ג. קונים מיד כי זה במבצע ד. מחכים 24 שעות לפני קנייה ובודקים אם עדיין רוצים

11. המוצרים היקרים מסודרים בדרך כלל...

א. במדף התחתון ב. במחסן ג. בגובה העיניים ד. ליד היציאה

12. בקניון אין כמעט שעונים וחלונות החוצה. למה?

א. במקרה ב. כדי שנאבד תחושת זמן ונבלה יותר ג. כדי לחסוך בחשמל

ד. בגלל חוקי בטיחות

אתגר: מצאו עלון או מודעה אמיתיים וסמנו בהם 3 טריקים שיווקיים.

אתגר: השוו מחיר ליחידה בין שני מוצרים שיש בבית.

כסף בראש · יצרה: רוית ראש בן ישי · https://chinuch-finansi-tet-shiurim.sites.tab.bot/