מהדורה למורה – מפתח תשובות

מטרות הדף:

- להכיר טריקים שיווקיים נפוצים בסופרמרקט
- להבין את הפסיכולוגיה שמאחורי כל טריק
- לפתח חשיבה ביקורתית כצרכנים

גרסת חנ״מ – פחות פריטים, עד 3 אפשרויות בחירה, בנק מילים, גופן מוגדל ושורות כתיבה רחבות. מומלץ להקריא את ההוראות בקול ולעבוד חלק אחר חלק, בלי הגבלת זמן.

חלק א׳ – התאימו: טריק וההסבר שלו

- 1 – ב (מה שרואים ראשון - קונים יותר)
- 2 – ג (מאטה את הצעדים ומאריכה את השהות)
- 3 – ד (כדי שנעבור ליד אלפי מוצרים בדרך)
- 4 – א (המוח קורא את הספרה השמאלית ומרגיש תשע)

חלק ב׳ – שאלות אמריקאיות

1. ב – כי מה שרואים ראשון קונים יותר
2. ג – להאט את הצעדים ולהאריך שהות
3. ב – קוראים את הספרה השמאלית ומרגישים תשע

חלק ג׳ – נכון או לא נכון

1. לא נכון – כל פרט בסופר מתוכנן בקפידה כדי להשפיע על הקונים
2. נכון – המוח מתמקד בספרה הראשונה ומרגיש תשע ולא עשר

חלק ד׳ – השלימו את המשפט

1. עיניים
2. איטית
3. חובה

חלק ה׳ – חשבו וכתבו

1. תשובה תכלול לפחות שלושה טריקים מתוך הרשימה עם הסבר קצר לכל אחד, בסדר הגיוני של מסלול בחנות

כרטיס יציאה – מה לחפש

- כל טריק מהרשימה עם ההסבר התואם לו
- המוח קורא את הספרה השמאלית ומתעלם מהעיגול כלפי מעלה
- כגון הגעה עם רשימה, אי קנייה ברעב, בדיקת מחיר ליחידה

טיפים להפעלה:

- אפשר לפתוח בדיון קצר: מי שם לב פעם לטריק כזה בסופר באמת?
- מומלץ להשתמש בדוגמאות מהחנות המקומית כדי לחבר את הנושא למציאות
- לקראת הסיכום כדאי לחזק את המסר הצרכני: מודעות לטריקים עוזרת לחסוך כסף

דף תרגול: סודות הסופר – טריקים שיווקיים

דף התלמיד/ה חנ"מ

שם: _____ כיתה: _____ תאריך: _____

סופרמרקטים מתוכננים בקפידה כדי לגרום לנו לקנות יותר ממה שתכננו. בדף הזה נלמד לזהות את הטריקים השיווקיים הנפוצים ביותר ולהבין איך הם פועלים על המוח שלנו.

בנק מילים: איטית | חובה | עיניים

1 חלק א׳ – התאימו: טריק וההסבר שלו

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. מוצר רווחי בגובה העיניים	___	**א.** המוח קורא את הספרה השמאלית ומרגיש תשע
2. מוסיקה איטית	___	**ב.** מה שרואים ראשון - קונים יותר
3. מוצרי חובה בקצה החנות	___	**ג.** מאטה את הצעדים ומאריכה את השהות
4. מחיר 9.90 ₪	___	**ד.** כדי שנעבור ליד אלפי מוצרים בדרך

2 חלק ב׳ – שאלות אמריקאיות

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. למה מוצרים רווחיים נמצאים בגובה העיניים?

(א) כי הם כבדים (ב) כי מה שרואים ראשון קונים יותר (ג) כי זה נוח לעובדים

2. מה המטרה של מוסיקה איטית בסופר?

(א) להרגיע עובדים (ב) לחסוך חשמל (ג) להאט את הצעדים ולהאריך שהות

3. מה קורה במוח כשרואים מחיר 9.90 ₪?

(א) קוראים את הספרה הימנית (ב) קוראים את הספרה השמאלית ומרגישים תשע

(ג) לא שמים לב למחיר

3 חלק ג׳ – נכון או לא נכון

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	סופרמרקטים מתוכננים באקראי בלי מחשבה	☐	☐
2	מחיר 9.90 נועד לגרום לנו להרגיש שהמוצר זול יותר	☐	☐

4 חלק ד׳ – השלימו את המשפט

השלימו את המילה החסרה.

1. מוצרים רווחיים ממוקמים בגובה ה_____ כדי שנראה אותם ראשון

2. מוסיקה _____ בסופר גורמת לנו להאט את הצעדים

3. מוצרי _____ כמו חלב נמצאים בקצה החנות כדי שנעבור ליד הרבה מוצרים

5 חלק ה׳ – חשבו וכתבו

כתבו תשובה מלאה במשפטים שלמים.

1. תארו ביקור דמיוני בסופר ומנו לפחות שלושה טריקים שתזהו בדרך מהכניסה ועד הקופה

כרטיס יציאה

ציינו טריק שיווקי אחד וההסבר הפסיכולוגי מאחוריו

למה 9.90 נראה זול יותר מ-10 שקלים?

איך הרגשתי בשיעור? 😀 🙂 😐 ☹️