מהדורה למורה – מפתח תשובות

מטרות הדף:

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

גרסה רגילה – כל הפריטים.

חלק א׳ – התאימו: טריק וההסבר שלו

- 1 – ה (מה שרואים ראשון - קונים יותר)
- 2 – ג (מאטה את הצעדים ומאריכה את השהות)
- 3 – ד (כדי שנעבור ליד אלפי מוצרים בדרך)
- 4 – ב (המוח קורא את הספרה השמאלית ומרגיש תשע)
- 5 – ו (פונים לרגע שבו הסבלנות נגמרת)
- 6 – א (קונים כפול ממה שצריך)

חלק ב׳ – שאלות אמריקאיות

1. ב – כי מה שרואים ראשון קונים יותר
2. ג – להאט את הצעדים ולהאריך שהות
3. ב – כדי שנעבור ליד הרבה מוצרים אחרים
4. ב – קוראים את הספרה השמאלית ומרגישים תשע
5. ב – פונים לרגע שהסבלנות נגמרת
6. ב – קונים כפול ממה שבאמת צריך

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
3. לא נכון – מוסיקה איטית מאטה אותנו ומשהה אותנו יותר בחנות
4. נכון – זה הזמן שבו הסבלנות שלנו נגמרת ואנחנו פגיעים לפיתוי
5. לא נכון – אם לא צריך שניים, בסוף קונים ומוציאים יותר כסף

חלק ד׳ – השלימו את המשפט

1. עיניים
2. איטית
3. חובה
4. שמאלית
5. סבלנות

חלק ה׳ – חשבו וכתבו

1. תשובה תכלול לפחות שלושה טריקים מתוך הרשימה עם הסבר קצר לכל אחד, בסדר הגיוני של מסלול בחנות
2. למשל: להגיע עם רשימת קניות מוכנה, לא לקנות ברעב, להשוות מחיר ליחידה ולא רק מחיר כולל

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 רגיל

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.

1 חלק א׳ – התאימו: טריק וההסבר שלו

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

1. מוצר רווחי בגובה העיניים	____	**א.** קונים כפול ממה שצריך
2. מוסיקה איטית	____	**ב.** המוח קורא את הספרה השמאלית ומרגיש תשע
3. מוצרי חובה בקצה החנות	____	**ג.** מאטה את הצעדים ומאריכה את השהות
4. מחיר 9.90 ₪	____	**ד.** כדי שנעבור ליד אלפי מוצרים בדרך
5. חטיפים ליד הקופה	____	**ה.** מה שרואים ראשון - קונים יותר
6. מבצע 1+1	____	**ו.** פונים לרגע שבו הסבלנות נגמרת

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 ד) כי זה חוק

2. מה המטרה של מוסיקה איטית בסופר?

א) להרגיע עובדים ב) לחסוך חשמל ג) להאט את הצעדים ולהאריך שהות ד) למשוך ילדים

3. למה מוצרי חובה כמו חלב ולחם נמצאים בקצה החנות?

א) כי הם כבדים ב) כדי שנעבור ליד הרבה מוצרים אחרים ג) כי אין מקום קרוב לקופה
ד) כי זה יותר קריר שם

4. מה קורה במוח כשרואים מחיר 9.90 ₪?

א) קוראים את הספרה הימנית ב) קוראים את הספרה השמאלית ומרגישים תשע
ג) לא שמים לב למחיר ד) חושבים שזה יקר

5. למה שמים חטיפים ליד הקופה?

א) כי אין להם מקום אחר ב) פונים לרגע שהסבלנות נגמרת ג) כי הם זולים ד) כי קל לסדר שם

6. מה הסיכון במבצע 1+1?

א) המוצר מתקלקל מהר ב) קונים כפול ממה שבאמת צריך ג) המחיר עולה ד) אין סיכון

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	☐	☐
3	מוסיקה מהירה גורמת לאנשים לקנות יותר ממוסיקה איטית	☐	☐
4	חטיפים ליד הקופה מנצלים את הרגע שבו אנחנו עייפים מלהמתין	☐	☐
5	מבצע 1+1 תמיד חוסך לנו כסף גם אם לא צריך שני פריטים	☐	☐

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

4. מחיר של 9.90 ₪ גורם למוח לקרוא את הספרה ה _____

5. חטיפים ליד הקופה פונים לרגע שבו ה _____ שלנו נגמרת

5 חלק ה׳ – חשבו וכתבו

כתבו תשובה מלאה במשפטים שלמים.

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

2. הציעו שתי דרכים שבהן קונה יכול להימנע מהשפעת הטריקים השיווקיים

כרטיס יציאה

ציינו טריק שיווקי אחד וההסבר הפסיכולוגי מאחוריו

למה 9.90 נראה זול יותר מ-10 שקלים?

תנו דוגמה אחת להתנהגות צרכנית נבונה בסופר

איך הרגשתי בשיעור? ☹ 😐 🙂 😀