

أصحاب المحلات يردون: السوق عرض وطلب والمشتري صاحب القرار الأول والأخير

التنزيلات.. فرصة للشراء.. ولكن!

كريم طارق

في ظل موجة الغلاء التي ضربت كثيراً من السلع والمواد الغذائية بدءاً من الأسماك واللحوم والدواجن مروراً بأسعار الملابس والقرطاسية نسمع كثيراً هذه الأيام كلمة «التنزيلات»، حتى أنها انتشرت في أغلب الأسواق رفيدة المستوى أو حتى الشعبية، والأكثر من ذلك أنها تطاردك أينما وقعت عينك سواء في الشارع أو وسائل الإعلام المختلفة، أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والهدف هو جذب الزبائن لتصرف البضائع المكسدة والقديمة، ولم تعد تلك التنزيلات مرتبطة بمواسم محددة، بل صرنا نراها في أغلب أيام السنة، حيث تتسابق المحلات للإعلان عن وجود عروض وتنزيلات بعضها حقيقي وبعضها غير حقيقي. فينخدع البعض ويسارع إلى الشراء ليكتشف بعدها أنه وقع في خدعة. من هنا يعيش المشتري دائماً في حيرة كبيرة حول مصداقية تلك العروض والتنزيلات «الأنباء» التقت عدداً من المواطنين والمقيمين للتعرف على آرائهم في مدى مصداقية تلك التنزيلات والخصومات التي تقوم بها المتاجر والأسواق التجارية، وهل يقبلون على الشراء؟ وقد أكدوا أن المشتري الذي هو من يعرف كيف يستغل تلك التنزيلات وفقاً لميزانته واحتياجاته، كما أكدوا ضرورة تحقيق التوازن بين الجودة والسعر في الوقت نفسه، فإلى التفاصيل:



المشتري أكثر تشتتاً في اختياره فهو يرى تلك الأسعار الرخيصة لكنه يفاجأ بعد فترة ببضاعة جديدة في الأسواق تتناسب مع التغييرات سواء كانت في الموضة أو التكنولوجيا أو غيرها، خاصة أن تلك المتغيرات أصبحت بسرعة البرق، «فما تشتريه اليوم أصبح لا يناسب الغد».

وأوضحت الأحمد أن على الزبون أن يحدد أولوياته قبل كل شيء، مشيرة إلى أن تلك التنزيلات قد تدفعه في بعض الأحيان إلى شراء ما لا يحتاجه بدافع أن تلك الأسعار لن تعوض مرة أخرى، وهو ما يوقعه أحياناً في ضائقة مالية، مؤكدة أن المتاجر والشركات الكبرى على دراية كاملة باحتياجات المجتمع وما يبحث عنه الناس في الأسواق، كما لديهم فن في كيفية صرف الزبون عن أخرى قد تكون أقل جودة وأرخص ثمناً.

خدمة الركن الخاص

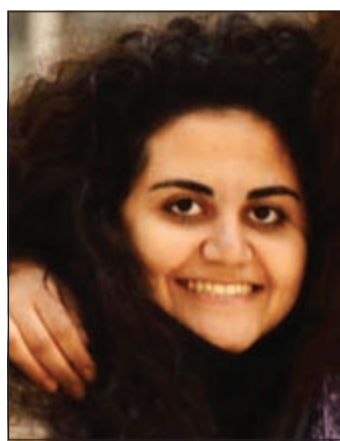
من جهة أخرى قالت فاطمة العيسى إن على المشتري أن يميز بين ما هو حقيقي وما هو مزيف، فبعض الأسواق تضع خصومات تصل إلى 70% على بضائعها، وعند دخولك تفاجأ بوجود ركن خاص بالتنزيلات وأن باقي البضائع أو السلع والملايش غير مشمولة بالتنزيلات، وقد يحتوي ذلك الركن على بضائع قديمة أو لا تتوافق مع المشتري لسوء جودتها. مشيرة إلى هناك الكثير من الأسواق التجارية تقدم عروضاً وتخفيضات حقيقية تحترم من خلالها عقل المشتري وتكسب ثقته.



بابل عبدالجديد



مصطفى تور



عشتار الأحمد



محمد عمر



علي محمود

عشتار: تنزيلات بعض الأسواق تكون على بضائعها القديمة التي تحتاج إلى تصريفها



التطبيقات الإلكترونية للمتاجر الكبرى تكشف مصداقية التنزيلات التي تقدمها

علمية تعلن عن انطلاق موسم التنزيلات، ولكنه لا يشتري إلا ما يحتاجه من الملابس في الأوقات التي يراها مناسبة له اقتصادياً.

وأضاف أن حقيقة التنزيلات تختلف من محل إلى آخر أو من تاجر لآخر، مشيراً إلى أنه من الصعب أن ندعي أن جميع الأسواق تخدع الزبائن، موضحاً أن الأمر يعود إلى ثقة الزبائن في العلامة التجارية أو في التاجر، كما أن المحلات تقوم بإجراء تلك التنزيلات في الأوقات التي تتراجع فيها نسبة الأقبال على شراء منتجاتها أو ملايشها، مما يدفعها إلى إجراء تلك العروض حتى تنشط مبيعاتها واسمها في ظل منافسة الأسواق الأخرى.

السعر على حساب الجودة بدورها، أشارت عشتار الأحمد إلى أن التنزيلات التي تجربها بعض الأسواق تكون على بضائعها القديمة والتي تحتاج إلى تصريفها بهدف شراء بضائع جديدة تتوافق مع الموسم الجديد، لافتة إلى أن ذلك يجعل

فالفائدة تعم على الجميع سواء المشتري أو البائع، خاصة أن البائع يراعي في أغلب الأحيان أن يترك لنفسه حتى ولو هامشاً صغيراً من الربح.

الشباب أقل اهتماماً

أما علي محمود فقال: إن الشباب لا يهتمون كثيراً بذلك الأمر، فالتنزيلات دائماً ما تغري السيدات كونهن أكثر حياً لشراء الملابس والمنتجات الأخرى، لافتاً إلى أنه يصله الكثير من الرسائل النصية عبر هاتفه المحمول من شركات

تختلف من سوق إلى آخر، وهناك تنزيلات حقيقية تقوم بها بعض الأسواق العالمية ويسهل التعرف عليها لأن المشتري يكون على دراية بالسعر الحقيقي قبل إجراء التنزيلات، كما أنها تكون بنسب معقولة تصل إلى 25%، مشيراً إلى أن المشتري عليه أن يحقق التوازن بين السعر والجودة.

وأوضح أن التنزيلات تكون عادة مع دخول المواسم السنوية التي يكون بها ركود اقتصادي لدواعي السفر والإجازات الرسمية، لذلك

على السعر الأصلي قبل التنزيلات، في ظل ما تقدمه عبر مواقعها الرسمية وبرامجها على الهواتف الذكية والتي تتيح التصفح والتعرف على الأسعار في أي وقت، بحيث يصبح الأمر أكثر سهولة لأنه تقوم باختيار الملابس التي تود شراؤها، ثم تنتظر حتى يحين موعد العروض والتنزيلات لتشتريها بأسعار أقل نسبياً من السعر الحقيقي.

تحقيق التوازن

من جهته، أشار حمد فرحان إلى أن التنزيلات

نور: التنزيلات لإغراء المستهلك ودفعه لشراء البضاعة

بابل: يجب أن يكون المشتري أكثر وعياً وذكاءً في اختيار ما يشتريه ويحتاجه



محمود: التنزيلات تغري السيدات أكثر والشباب لا يهتمون كثيراً



أصحاب المحلات لـ «الأنباء»: التنزيلات هي الوسيلة الأولى للمنافسة في السوق والحصول على سيولة مالية

الخالدي: للأرقام مفعول السحر في الشراء

أكدت أستاذة علم النفس والاجتماع نادية الخالدي أن الأرقام والأسعار أحياناً تلعب دوراً كبيراً ولها مفعول السحر في اختيارات المشتري فقد تجذبه أحياناً إلى اتخاذ قرارات شرائية قد تكون خادعة، لافتة إلى مدى تأثير الكلمات البسيطة والأرقام في أقبال المستهلك على السلع، مضيفة أن الشركة التي تعرض المنتج بقيمة عالية عادة ما تنال استحسان العملاء، مرجعة ذلك إلى أن الإنسان يخاف من الأرقام الكبيرة التي تزيد من مؤشر الخوف أو تجعله يشعر بالنقص أحياناً.

وأضافت أن الشركات التي تعتمد على خطط تسويقية ذكية تجذب عملاءها بالمبالغ الزهيدة مثل 2,800 فلس، ليسارع العميل بشرائها ظناً منه أنه صاحب قرار شرطي متميز، إلا أنه في الواقع ما تغير هو طريقة عرض السعر فقط، ولكن المنتج والسعر متقاربين.

وأضافت الخالدي أنه على المشتري أن يحمي نفسه من تلك الخدع دون أن يقع في فخ التنزيلات الوهمية، وأن يتمكن من التمييز بينها وبين العروض والتنزيلات الحقيقية، لافتة إلى أنه حتى لا يقع المستهلك في تلك الخدع فعلياً أن يراعي بعض الأمور مثل: التعرف على سعر المنتج الحقيقي قبل شرائه من خلال مقارنة بأسعار الشركات الأخرى المنافسة، وشراء السلع التي تتوافق مع ميزانيتك وتأجيل اقتناء السلع الكمالية لحين وقت التنزيلات، وأسأل نفسك قبل شراء السلعة هل أحتاجها بالفعل وما مدى الاستفادة منها؟



يعلم غالباً جودة البضاعة التي يشتريها، كما يعلم عمرها الافتراضي وأن تلك التخفيضات في السعر تأتي أحياناً على حساب الجودة والشكل في بعض الأحيان.

وبين علي أن المشتري والشركات الكبرى والعالمية والتي تسوق لبضائعها من مصانعها فهي تعلم جيداً أن المنتج المصنع سيكون للتنزيلات مما يؤثر على الجودة والشكل في بعض الأحيان.

الحصول على سيولة مالية تمكنه من شراء بضائع جديدة، وتحفز المشتري على القدوم مرة أخرى إلى المحل، ولكن دون أن يؤثر ذلك على أرباحه بصورة مبالغ بها، مشيراً إلى أن الأمر يختلف كلياً مع التوكيلات

تتاسبه أم لا. من جانبه، أكد علي حسن والذي يعمل في أحد أسواق الأحذية أن ما يقدمه المحل لزبائنه عروض حقيقية، بهامش ربح أقل من المعتاد، موضحاً أن الهدف من ذلك هو تصريف البضاعة بهدف

التقت «الأنباء» أيضاً بعدد من أصحاب المحلات والمتاجر الذين أكدوا أن المشتري هو من يملك القرار الأول والأخير في الشراء، كما أن هامش الربح يعتمد على مدى ذكاء التاجر في كيفية تسويقه للمنتج أو السلعة دون أن يخون أمانته.

وأشار أبو أحمد الذي يعمل في أحد الأسواق التجارية للملابس إلى أن فكرة التنزيلات تعتمد على ذكاء البائع أو التاجر، مشيراً إلى أن مصانع الملابس والشركات الكبرى تسمح للتاجر بالحصول على خصومات كبيرة قد تصل إلى نسبة 40% في حالة شرائه كميات كبيرة بسعر الجملة، وهو ما يتيح له الفرصة لتقديم عروض خاصة لزبائن المحل، لافتاً إلى أن السوق عرض وطلب، وأن تلك التنزيلات هي وسيلة المنافسة مع الأسواق والمحلل المجاورة والمشتري هو صاحب القرار في إذا ما كانت تلك البضاعة