
Black Friday: 5 συστάσεις από την ΕΕΚΕ προς αποφυγή των πλασματικών αγορών

2021/11/24 14:44 στην κατηγορία ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο θεσμός της Black Friday, κατά τον οποίο τα καταστήματα που συμμετέχουν διαφημίζουν πολύ δελεαστικές προσφορές σε επιλεγμένα προϊόντα για περιορισμένο αριθμό ημερών, αντιμετωπίζεται από πολλούς καταναλωτές ως ευκαιρία για αγορές.

Η Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας (ΕΕΚΕ) συστήνει στους καταναλωτές να είναι ιδιαίτερος προσεκτικοί και να μη δελεάζονται από φαινομενικά εντυπωσιακές προσφορές.

Ειδικά τη φετινή χρονιά, με την ακρίβεια να επιβαρύνει στον μέγιστο βαθμό τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς, η **ιεράρχηση των αναγκών και η έρευνα αγοράς** καθίστανται πιο αναγκαίες από ποτέ.

Η Ένωση προτείνει την τήρηση πέντε κανόνων που διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές δεν θα πέσουν θύματα “προσφορών”:

1. Να κάνουν έρευνα αγοράς και να ελέγχουν όχι μόνο την τιμή (αρχική και νέα) αλλά και την ποιότητα των προϊόντων. Επίσης να αναζητούν στο διαδίκτυο την τιμή του προϊόντος που πρόκειται να επιλέξουν βάσει κωδικού ή αριθμού μοντέλου, ώστε να είναι βέβαιοι ότι η τιμή που έχουν εντοπίσει είναι η πιο συμφέρουσα
2. Να οριοθετήσουν τις ανάγκες τους και να προγραμματίσουν με λίστα τις αγορές που πρόκειται να κάνουν, οι οποίες θα συμβαδίζουν με τον προσωπικό ή οικογενειακό τους προϋπολογισμό αποφεύγοντας αλόγιστες δαπάνες
3. Να ενημερωθούν για τις λεπτομέρειες και τους όρους της συναλλαγής τους όταν αγοράζουν προϊόντα με δόσεις. Ιδίως για αγορές με πιστωτική κάρτα, να είναι πάντα ενημερωμένοι για τους όρους και τις προϋποθέσεις της συγκεκριμένης αγοράς
4. Τα προϊόντα πρέπει να φέρουν την αρχική τιμή και την τιμή προσφοράς (όχι το ποσοστό έκπτωσης). Προσοχή! Στις προσφορές συχνά αναγράφεται ότι δεν γίνονται αλλαγές, γι’ αυτό εάν μετανιώσετε, δεν έχετε τη δυνατότητα αλλαγής
5. Να ζητάνε πάντα την απόδειξη για τα προϊόντα που έχουν αγοράσει. Σε περίπτωση που το προϊόν είναι ελαττωματικό και θελήσουν να το επιστρέψουν ή να το αλλάξουν, η επίδειξη της απόδειξης είναι απαραίτητη.

Καλό θα ήταν να γνωρίζουν όλοι ότι η καταναλωτική φρενίτιδα που με τεχνικές marketing δημιουργούν μεγάλοι παράγοντες του εμπορίου (Black Friday, άνοιγμα καταστημάτων τις Κυριακές, λευκές νύκτες κ.λπ.) έχει ως αποτέλεσμα την υποσυνείδητη άσκηση ψυχολογικής πίεσης στον καταναλωτή, ο οποίος αισθάνεται ότι “πρέπει” να εκμεταλλευτεί τις προσφορές σπεύδοντας στα μαγαζιά.