

بخرید اما حرص نزنید



با جیب‌های پر و دست‌های خالی به فروشگاه می‌روید و قصد خرید کردن هم ندارید، اما یکی دو ساعت بعد با جیب‌های خالی و دست‌هایی پر بیرون می‌آیید بی آن که واقعا به چیزهایی که خریده‌اید نیازی داشته باشید.

جام جم آنلاین: با جیب‌های پر و دست‌های خالی به فروشگاه می‌روید و قصد خرید کردن هم ندارید، اما یکی دو ساعت بعد با جیب‌های خالی و دست‌هایی پر بیرون می‌آیید بی آن که واقعا به چیزهایی که خریده‌اید نیازی داشته باشید.

خرید کردن یک تخصص است که فوت و فن‌های خاصی دارد و خیلی از خانواده‌ها این تخصص را نیاموخته‌اند و به همین علت همیشه با مشکلات اقتصادی روبه‌رو هستند که یک سر رشته‌اش می‌رسد به خریدهای غیر حرفه‌ای.

می‌خواهید راه‌هایی ساده برای درمان بیماری ولخرجی یاد بگیرید؟ قصد دارید کلاه سرتان نرود، می‌خواهید هوشمندانه و با چشم‌های باز خرید کنید؟ دلتان می‌خواهد پول بیشتری را پس‌انداز کنید؟ توصیه‌های کاربردی ما را در این زمینه بخوانید.

دست‌ها بالا

شما به فروشنده می‌گویید: « من این شلوار را نمی‌خواهم. باید دو سایز بزرگ‌تر بدهید. « فروشنده لبخندی ملیح می‌زند و می‌گوید: « اشکالی ندارد، اما تن‌خور قشنگی دارد. امتحانش کنید. «

« اما این لباس اصلا به سایز من نمی‌خورد. « این را می‌گویید و ته دلتان شک می‌کنید که احتمالا فروشنده سایز مورد نظرتان را ندارد، اما او باز میان آن لبخند مصنوعی می‌گوید: « شما نخرید، اما این سایز را بپوشید اگر اندازه‌تان نبود سایزی که شما می‌گویید را می‌آورم. «

چند قدم جلوتر می‌آیید. فروشنده زیرچشمی نگاهتان می‌کند و می‌گوید: « جنس فوق‌العاده‌ای دارد. کتان ترک، اصل و سنگ‌شور شده. فقط یک بار امتحان کنید. «

شما جلوتر می‌روید. شلوار را می‌گیرید و دقیقا در همین لحظه که دست‌تان به پارچه شلوار می‌خورد، به دام افتاده‌اید. چون لمس کردن، یکی از مهم‌ترین بخش‌های خرید است و به همین دلیل است که اغلب فروشنده‌های حرفه‌ای معمولا به مشتری پیشنهاد می‌کنند به جنسی که حتی قصد خریدش را ندارد دست بکشد و تماشایش کند.

آنها می‌دانند که به کار گرفتن حس لامسه مشتری، تصویری را که او از یک کالا در ذهنش دارد کامل‌تر می‌کند و به همین علت وسوسه‌اش برای خرید بیشتر می‌شود و به این ترتیب شما وقتی به اجناس بخصوص پوشاک دست می‌زنید از دید فروشنده شما گام اول را به سمت تله برداشته‌اید بنابراین برای پیشگیری از فریب خوردن در خرید یادتان باشد که اگر جنسی را در نگاه اول نامناسب تشخیص دادید به پافشاری فروشنده برای لمس کردنش توجهی نکنید.

گوش‌هایتان را بگیرید و فرار کنید

گام دوم حرکت مشتری به سمت تله، اعتماد کردن به همه حرف‌های فروشنده، بی‌هیچ چون و چرایی است. این حالت بخصوص برای کسانی رخ می‌دهد که از اعتماد به نفس پایینی برخوردارند و حتی دیده‌های‌شان را باور نمی‌کنند.

برای مثال شما وارد فروشگاه می‌شوید و پیراهنی مشکی توجه‌تان را جلب می‌کند. فروشنده لباس را از پشت و بترین می‌آورد.

شما متوجه می‌شوید که روی لباس لکه‌هایی سفیدرنگ وجود دارد، اتو روی آن برق انداخته، برایتان کوچک است و از آنجا که مدت‌ها پشت و بترین با سوزن‌هایی آویخته شده بوده، روی آن چند سوراخ که در واقع جای سوزن‌هاست، دیده می‌شود.

طبیعتا عقل سلیم در این شرایط حکم می‌کند به فروشنده بگویید لباس را نمی‌خواهید و از مغازه خارج شوید، اما همین که می‌گویید لباس اشکال دارد او شروع به توجیه می‌کند.

فروشنده‌های حرفه‌ای می‌توانند بدترین کالاها را هم طوری توصیف کنند که شما قانع شوید آنها بهترین‌ها هستند.

در مثالی که ما زدیم فروشنده اگر اصرار داشته باشد جنس بنجلش را به شما بفروشد ابتدا می‌پرسد چرا لباس را نپسندیده‌اید. شما علت‌هایتان را توضیح می‌دهید و او برای هر کدام توجیهی ارائه می‌دهد.

مثلا می‌گوید اگر يك بار لباس را بشویید همه لکه‌های سفیدش پاك می‌شود. او پارچه لباس را از دو طرف می‌کشد.

تکان می‌دهد و چروکش می‌کند و می‌گوید سوراخ‌ها ناپدید شده است و علاوه بر این با چند بار پوشیدن با بافت کاملاً یکی می‌شود.

می‌گوید جاي برق افتادگی اتو روی پارچه فقط خاك گرفتگی است و پس از نخستین شست‌وشو پاك خواهد شد و نباید نگران کوچک بودنش باشید، چون وقتی آن را تن‌تان کنید به مرور اندازه‌تان می‌شود.

فروشنده‌ها طوری اشکالات جنسی را که می‌خواهند به زور به مشتری‌ها بفروشند، توجیه می‌کنند و حسن جلوه می‌دهندشان که حتی خیلی از هم صنف‌های خودشان هم فریب می‌خورند، بنابر این بهترین راه این است که وقتی جنسی را نمی‌خواهید به سرعت نظرتان را اعلام کنید و از فروشگاه خارج شوید و با فروشنده بحث نکنید.

از قحطي برگشته‌ها

حرص می‌زنند! کسانی وجود دارند که شیوه خریدکردنشان آدم را یاد روزهای پیش از قحطي می‌اندازد. آنها عجله دارند، سبدهایشان را به سرعت از انواع کالاها پر می‌کنند و اصرار دارند همه آنچه خریده‌اند به کارشان می‌آید، در حالی که واقعا این‌طور نیست و خیلی وقت‌ها بخشی از آنچه خریده‌اند با گذشت زمان بی‌مصرف و دور ریخته می‌شود.

خانواده‌ای را می‌شناسم که چند هفته به یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفتند. آنها طوری حبوبات و کیسه‌های برنج و کنسروهای خوراکی‌های مختلف را خریداری کردند که بقیه مردم با تعجب می‌پرسیدند: «قرار است اتفاقی بیفتد؟ قحطي شده؟ جالب اینجاست که گروهی دیگر هم به تبعیت از این خانواده، با سرعت شروع به جمع‌آوری انواع اجناس از فروشگاه کردند، چون حدس می‌زدند لابد اتفاقی در حال وقوع است که از آن بی‌خبرند و فقط می‌دانند همه کالاها قرار است نایاب شود! در هفته‌هایی که گذشت حبوباتی که این خانواده آنها را انبار کرده بودند، دچار آفت‌زدگی شد، چون حجم‌شان آنقدر زیاد بود که نمی‌توانستند در محیطی مناسب انبارشان کنند. چند پرسش وجود دارد که همیشه باید وقت خرید آنها را از خود بپرسید؛ دقیقا چه چیز می‌خواهم؟ چرا به آن احتیاج دارم؟ باید چه مقدار از آن را خریداری کنم؟ آیا شرایط نگهداری‌اش را در منزل دارم؟

این پرسش‌ها را در فروشگاه‌های بزرگ و پرزرق و برق باید بارها با خودتان تکرار کنید و اگر نتوانستید به آنها پاسخ بدهید بهتر است از خریدنش منصرف شوید.

نسخه بپیچید؛ نسخه‌ای مفصل

شاید شما هم دیده باشید که خیلی‌ها اغلب اوقات بی آن که قصد قبلی برای خرید چیزی داشته باشند آن را می‌خرند.

این نوع آدم‌ها بدون برنامه‌ای مشخص، با جیب پر وارد مراکز خرید می‌شوند و هرچه را که در اولین نگاه مورد پسندشان واقع شد می‌خرند، اما خیلی از اجناسی که شاید در اولین نگاه جذاب و سرگرم‌کننده باشد بعدها ممکن است هرگز به کار آنها نیاید.

اگر می‌خواهید جزو این گروه نباشید همیشه پیش از خرید رفتن، روی کاغذ دقیقا بنویسید که قصد خرید چه چیزهایی را دارید و در مرکز خرید دقیقا سراغ فروشگاه‌های ویژه عرضه آنها بروید و بجز آنچه روی کاغذ نوشته‌اید چیزی نخرید مگر آن که واقعا کالایی مهم را که مورد نیازتان بوده است، در فهرست از قلم انداخته باشید.

مجلس خواستگاری که نیست

طبیعی است که در يك مجلس خواستگاری دختر و پسر هر دو خجالت‌زده می‌شوند و با هم رودربایستی دارند.

ممکن است عروس خانم به آقا داماد شیرینی یا چای تعارف کند و او گرچه میل ندارد از سر خجالت و کمرویی قبول کند، اما فروشگاه

که مجلس خواستگاري نیست، يعني هر چقدر هم فروشنده‌اي خوش اخلاق و مودب باشد و التماس کند، وقتي جنسي را نمي‌خواهيد نبايد آن را بخرید.

احتمال دارد شما وارد فروشگاهي شويد و فروشنده براي پيدا کردن جنس مورد نظر شما نمونه‌هايي از کالاهاي مختلف را بياورد و نشانتان بدهد، اما بايد يادتان باشد که اين تلاش فروشنده به هيچ وجه ديني بر گردنتان نمي‌گذارد که ملزمتان کند حتما بخرید.

وظيفه او معرفي کالاهاي مختلف به شماست، اما وظيفه شما بخرید کردن نیست، بلکه شناخت انواع مختلف يك محصول است و در مرحله بعدي شما انتخاب مي‌کنيد که آيا کالايي را بخرید يا نه.

باورکردني نیست، اما توجه خيلي از خريدن اجناس غير ضروري و بي‌کاربرد اين است که در رودربايستي با فروشنده مانده‌اند، چون او بارها و بارها انواع محصولات را از طبقات مختلف براي شما آورده است و آنها خجالت کشيده‌اند بگويند هيچ کدام را نمي‌پسندند.

امان از تبليغات

طنز جالبی میان برخی متخصص‌هاي تبليغات گاهي رد و بدل مي‌شود که معنایي عميق و گزنده دارد. آنها مي‌گويند کالاهاي وجود دارند که اگر مردم آنها را در تبليغات ندیده بودند هرگز احساس نمي‌کردند به آنها نياز دارند.

معنای طنز اين است که تبليغات طوري کالاها را به مردم معرفي مي‌کند که انگار بدون خرید آنها عقربه‌هاي زندگي‌شان متوقف مي‌شود و ديگر روي خوشبختي و آرامش را نمي‌بينند در حالي که پيش از ديدن اين تبليغات آنها بدون اين کالاها، زندگي آرامي داشته‌اند و حتي وجودشان را احساس نمي‌کرده‌اند و به همين خاطر است که مي‌گوئيم هرچه کمتر به انواع تبليغات نگاه کنيد بيشتر از مصرف‌گرایی فاصله گرفته‌ايد و کمتر هوس انواع تجملات و خريدهاي آنچناني و غير ضروري به سرتان مي‌زند.

غريبه‌اي که زندگي آنها را نجات داد

شايد خواندن تجربه کساني که توانسته‌اند رفتارهاي ناخوشايندشان را در خرید کردن تغيير دهند، بيشتر از اين که نصيحت‌هاي خشک و خالي را بخوانيد به شما کمک کند.

زوجي را مي‌شناسم که در شش ماه اول زندگي مشترکشان هميشه مشغول جر و بحث با هم بودند. تقريبا موضوع همه مشاجره‌هاي آنها بي‌پولي بود.

هر دو شاغل بودند، در آمد نسبتا خوبي داشتند و هر دو از اقشار تحصيل کرده جامعه بودند، اما هر ماه حقوق‌شان را خرجش مي‌کردند. حدس مي‌زنيد حقوق‌شان صرف چه مي‌شد؟

نه! هيچ کدام بيماري لاعلاجي نداشتند که ناچار باشند پولشان را براي خريد دارو خرج کنند، زنداني يا بدهکار نبودند، ورشکست نشده بودند که ناچار شوند در ماه‌هاي بعد قرض‌شان را با اين و آن صاف کنند، آنها فقط عشق خريد بودند.

«#عشق خريد» يعني چه؟ يعني هر روز غروب راه مي‌افتادند توي خيابان و به قول خودشان «#دور دور» مي‌زدند و پاساژگري مي‌کردند و پشت هر ويتريني که بيشتر از ده دقيقه مي‌ايستادند داخل مغازه مي‌رفتند و چيزي مي‌خريدند. توصيف خريدهايشان اين بود: هيچ چيز و همه چيز!

آنها هر روز با انواع اجناس خريداري شده به خانه مي‌رفتند، اما همه خريدهايشان را اگر مي‌گشتيد به چيز به درد بخوري نمي‌رسيديد.

مي‌دانم باور کردني نیست، اما بگذاريد فهرستي از خريدهاي يك روزشان را براي‌تان بگويم. روزي که ما مهمان‌شان شدیم و همزمان با آنها به خانه‌شان رسيدیم دست هر دوشان پر بود. مرد خانواده گفت که بايد بخشي از خريدها را به آپارتمان منتقل کند و برگردد و از داخل خودرو خرت و پرت‌هاي ديگر را بياورد.

داخل خانه که شدیم آنها اجناس را نشانمان دادند: يك جفجه بچه که مرد خانواده مي‌گفت از صدايش خوشش آمده، ده شاخه بومبا که فروشنده‌اش به آنها گفته بود شانس مي‌آورد، يك گلدان کريستال که زن خانه معتقد بود خيلي خوش‌تراش است و نبايد پشت ويترين بماند، شال گردني که زن خانواده مي‌گفت جنسش، پوست او را اذيت مي‌کند، اما به هر حال از رنگ سبز فسفري‌اش خوشش آمده، چند تکه سنگ نمک که مرد خانواده مي‌گفت آنها را براي دفع چشم زخم خريده است چون شنیده سنگ نمک بلا را دور

می‌کند! یک آبنمای سنگی بسیار بزرگ که ظاهراً آن را برای نصب در باغی ساخته بودند و زوج جوان می‌گفتند آن را خریده‌اند تا اگر در آینده باغی داشتند از آن استفاده کنند، سرویس چینی که هر دو معتقد بودند روزی روزگاری شاید به کارشان بیاید، یکدست کت و شلوار که اندازه مرد نبود اما گفت آن را از حراجی به نصف قیمت خریده است و ...

حالا دیدید، باور کردنی نیست؟ باور کردنی نیست که خانواده‌ها با این روش پولشان را دور بریزند و در یک روز هزینه خریدهایشان به بیش از 700 هزار تومان برسد اما آنها این کار را می‌کردند. متوسط درآمد یک زوج در جامعه ما چقدر باید باشد تا بتوانند بدون درگیر شدن با هم برای مسائل مالی، روزگار خوشی را کنار یکدیگر داشته باشند؟

درآمد ماهانه این زوج حدود سه میلیون تومان در ماه بود. آنها مستاجر نبودند و خودرو داشتند. پس نه اجاره خانه می‌دادند و نه کرایه تاکسی، اما آنها به نیمه ماه نرسیده به خانه پدر و مادرشان می‌رفتند و پول قرض می‌گرفتند!

کار به جایی رسید که خانواده‌های این دو نفر شك کردند، شاید آنها معتاد شده‌اند و به همین دلیل هر ماه حقوقشان در روزهای اول ناپدید می‌شود، اما مشکل این زوج فقط بی‌خبری از روش خرید کردن و برنامه‌ریزی اقتصادی برای خانواده بود.

چه اتفاقی افتاد که آنها عوض شدند؟ آنها حالا خانه‌ای دیگر هم خریده‌اند و پول اجاره آن را هم پس‌انداز می‌کنند و آینده‌شان تا حدی تامین شده است؟ نوشته‌ای کوچک در نشریه‌ای اینترنتی باور این زوج را تغییر داد.

این نوشته که حالا خانم خانه آن را پرینت گرفته و روی یخچال چسبانده است تکنیکی را به عشق خریدها یاد می‌دهد که آنها می‌توانند جلوی خریدهای بیهوده را بگیرند.

نام این تکنیک «؛غریبه مهربان» است. برای درک آن باید مثالی بزنیم. فرض کنیم شما در فروشگاه‌های بزرگ مشغول قدم زدن هستید.

همان وقت خرس عروسکی بزرگ در یکی از ردیف‌های بخش عروسک‌فروشی توجه شما را جلب می‌کند. شما نه بچه‌ای دارید و نه در سنی هستید که عروسک‌بازی کنید و نه اصلاً به عروسک‌بازی علاقه‌ای دارید، اما آن خرس عروسکی شما را با طنابی نامرئی سمت خودش می‌کشد.

جلوتر می‌روید تا دست دراز کنید و خرس را بردارید که ناگهان غریبه‌ای راهتان را سد می‌کند و می‌گوید: «؛قیمت این خرس 40 هزار تومان است. حاضرید این 40 هزار تومان را نقداً از من قبول کنید و این خرس را نخرید؟» در این لحظه دو اتفاق ممکن است بیفتد؛ اول این که بگویید: «؛به هیچ وجه! من خرس را با پول نقد عوض نمی‌کنم!» و دوم این که پاسخ بدهید «؛چرا که نه! راستش را بخواهید خرس عروسکی چندان اهمیتی برایم ندارد. پول نقد بهتر است.»

پاسخ دوم اما محتمل‌تر است چون خرید خرس فایده‌ای برای شما ندارد و دیر یا زود وقتی به اندازه کافی تماشایش کردید آن را کنار می‌گذارید. اگر این غریبه خوش‌اخلاق که همیشه چند بسته اسکناس همراهش دارد در همه فروشگاه‌ها همراهتان باشد آن وقت در هر لحظه که می‌خواهید چیزی بخرید در پاسخ به پرسش دائمی‌اش که «؛پول نقد می‌خواهی یا کالایت را؟» به مرور زمان می‌توانید اجناس غیرلازم را کنار بگذارید و نخرید چون پول نقدشان را ترجیح می‌دهید.

فقط به شرطی که باور کنید نخریدن یک کالای غیر لازم دقیقاً جلوگیری از دور ریختن پول است همان پولی که غریبه خیالی، آن را به شما پیشنهاد می‌کند و می‌گوید به شرط نخریدن کالا آن را خواهید داشت.

حراج است که حراج است

تا به حال به یک حراجی رفته‌اید؟ چرا در اغلب حراجی‌ها، مشتری‌ها زن هستند؟! شاید به این دلیل که زن‌ها همیشه دوست دارند کالایی را با قیمتی استثنائی و متفاوت خریداری کنند و حراجی این فرصت را به آنها می‌دهد.

اما مساله اینجاست که وقتی زن‌ها وارد حراجی‌هایی می‌شوند و از آنها خرت و پرت‌هایی می‌خرند هیچ‌کدام به کارشان نمی‌آید و فقط چون ارزان بوده، خریداری شده است و این یعنی پولشان را برای خرید چیزهایی که به آنها نیازی نداشته‌اند دور ریخته‌اند.

از سویی دیگر خیلی از حراجی‌ها واقعا حراجی نیست و برندهای معروف، حتی حراجی‌هایشان هم بشدت گران است، اما این پنج

حرف وقتي کنار هم مي‌نشیند و مي‌چسبد به ويترين مغازه‌ها، مشتري‌ها را براي خريد سر ذوق مي‌آورد.

بهترين راه براي آن که پول‌هاي‌تان را در حراجي‌ها دور نريزيد اين است که وقتي واقعا به کالايي نياز نداريد، به حراجي سر نزنيد و اگر رفتيد آن چند پرسش جادويي را که پيشتر گفتيم بايد دائما از خودتان بپرسيد و مدام در ذهن‌تان مرور کنيد.

با خودتان زمزمه کنيد

حرص مي‌زنند! کساني وجود دارند که شيوه خريدکردن آنها، آدم را ياد روزهاي پيش از قحطي مي‌اندازد. آنها عجله دارند، سبدهايشان را به سرعت از انواع کالاها پر مي‌کنند و اصرار دارند همه آنچه خريده‌اند به کارشان مي‌آيد در حالي که واقعا اين طور نيست و خيلي وقت‌ها بخشي از آنچه خريده‌اند با گذشت زمان بي‌مصرف و دور ريخته مي‌شود.

براي مثال خانواده‌اي را مي‌شناسم که چند روز پيش، به يکي از فروشگاه‌هاي زنجيره‌اي رفته‌اند، آنها طوري انواع حبوبات و برنج و کنسروهاي خوراكي‌هاي مختلف را خريداري کرده‌اند که بقيه مردم با تعجب مي‌پرسيده‌اند «قرار است اتفاقي بيفتد؟ قحطي شده؟» جالب اينجاست که گروه‌ي ديگر هم به تبعيت از اين خانواده، با سرعت شروع به جمع‌آوري انواع اجناس از فروشگاه کرده‌اند چون حدس زده‌اند که لابد اتفاقي در حال وقوع است که از ماهيت آن بي‌خبرند و فقط مي‌دانند همه کالاها قرار است ناياب شود!

در هفته‌هايي که گذشت همان حبوباتي که اين خانواده آنها را انبار کرده بودند، دچار آفت‌زدگي شد، چون حجم خريدها آنقدر زياد بود که آنها نمي‌توانستند در محيطي مناسب انبارش کنند. به همين دليل است که مي‌گويم چند پرسش وجود دارد که هميشه بايد وقت خريدکردن اين پرسش‌ها را از خود بپرسيد: دقيقا چه چيز مي‌خواهم؟ چرا به آن احتياج دارم؟ بايد چه مقدار از آن را خريداري کنم؟ آيا شرايط نگهداري‌اش را در منزل دارم؟ اين پرسش‌ها را در فروشگاه‌هاي بزرگ و پرزرق و برق بايد بارها با خودتان تکرار کنيد و اگر نتوانستيد به آنها درباره خريد کالايي پاسخ بدهيد چه بهتر که از خريدنش منصرف شويد.

برندبازي اشکنک دارد

معروف شدن يك کالا قيمتش را افزايش مي‌دهد. براي شما شايد اهميتي نداشته باشد جوراب‌تان از کدام کارخانه باشد يا صبح‌ها در چه نوع ماهيتابه‌اي تخم‌مرغ‌تان را مي‌خوريد، اما کساني هستند که اين مسائل برايشان اهميت دارد. اين آدم‌ها همان‌هايي هستند که معمولا در هر جمعي بحث را به برندها مي‌کشاند و ابراز نظر مي‌کنند و درباره کالاهي با اصل و نسب‌شان حرف مي‌زنند و قيمت هر کدام را اعلام مي‌کنند.

... اما حقيقت اين است که معمولا ميان جورابي که از برندي معروف آن را 8000 تومان مي‌خريد تا جورابي غيرمعروف که قيمتش 3000 تومان است، هيچ تفاوتي از نظر کارکرد و کيفيت وجود ندارد.

بدتر اين که خيلي از برندهاي معروف دنيا، واقعا به هيچ شکلي وارد کشور ما نمي‌شود، بلکه خيلي وقت‌ها مارک در کشور خودمان ساخته و روي لباس‌ها و کالاها چسبانده مي‌شود تا مشتري‌هاي عاشق برند آنها را ببينند و به هر قيمتي شده با صرف مبالغ کلان، آنها را به‌دست آورند. (جام جم - ضميمه چارديواري)

علي يوشي زاده