



Izvor: www.tportal.hr

Victoria Pascoe, strateška menadžerica maloprodaje u agenciji Inferno otkriva sve tajne kako prodavači kupce navode na što veću potrošnju. Glazba koja opušta, svlačionice koje se nalaze u stražnjem dijelu trgovine tako da se morate prošetati kroz cijelu trgovinu, ogledala koja vas čine vitkijima te jeftini slatkiši koji se nalaze u košari kraj blagajne – to su već dobro poznati jeftini trikovi kojima se služe mnogi dućani kako bi naveli kupce na kupnju, piše *Daily Mail*.

No što je s malim podnim pločicama, kompliciranim rasporedom pokretnih stuba, uskim prolazima među policama i golemim košarama ili kolicima? Naime, upravo su ti skriveni elementi neki od ključnih koji nas nagovaraju na kupnju i trošenje, trošenje i trošenje. Victoria Pascoe za Female otkriva neke od najčešćih trikova.

Jeste li primijetili kako su **svlačionice** gotovo uvijek smještene na samome kraju trgovine? Upravo zbog toga morate se prošetati kroz cijelu trgovinu kako biste isprobali jednu stvar. Osim toga, zbog istog se razloga asortiman cijele trgovine svako malo premješta kako kupci ne bi raspored naučili napamet te kako bi se iznova šetali cijelim dućanom.

Kada se penjete **pokretnim stepenicama**, otkrit ćete da morate napraviti cijeli krug oko stepeništa kako biste došli do poveznih pokretnih stepenica. Također, kako bi vas potaknuli da uđete u trgovinu, pokretne stepenice se gotovo uvijek nalaze na samom ulazu u dućan, no jedini put prema dolje u stražnjem je dijelu trgovine.

Kako bi se prolazak dućanom usporio i kupca zadržalo što dulje u trgovini, **lutke** su vrlo često smještene tako da ometaju pravocrtno kretanje te nas navode da zastanemo i dobro pogledamo svaki komad odjeće.

Ogledala bude taštinu u nama te nisu, osim u garderobi, bezrazložno smještene po cijelom dućanu. Naime, pred ogledalom mnogi će zastati i pogledati se, a možda usput i uočiti kakvu zgodnu krpicu.

Podne pločice vrlo su često malih dimenzija kako bismo pomislili da prebrzo hodamo te u konačnici usporimo i dulje se zadržimo u šopingu.

Ogledala u garderobama vrlo su često optička varka pa nas čine mršavijima i vitkijima, a zbog toga nam se čini kako nam odjeća puno bolje pristaje.

Kolica u supermarketima nerijetko su ogromna i puno veća no što nam je potrebno, no upravo nas to navodi da ih pošteno napunimo.

Jeftiniji proizvodi najčešće se nalaze pri samom kraju ili dnu polica, a u vidnom polju i na dohvatu ruke nalaze se skuplji proizvodi pa je znatno teže doći do popusta.

Sniženi proizvodi vrlo su često razbacani, neorganizirani s loše istaknutim cijenama, veličinama i sastavom, što nas namjerno čini frustriranim i navodi nas da produljim do lijepo posluženih, i znatno skupljih proizvoda.

Pokraj čizama koje vam se sviđaju nerijetko se nalaze rukavice, šal ili torba koji savršeno pašu, a čak i ako vam ne treba taj **modni dodatak**, vjerojatno ćete ga odmah poželjeti. Ista stvar se može uočiti i na *web*-stranicama gdje vam se određene stvari predlažu na temelju dosadašnje kupnje ili povijesti pretrage.

Pokraj blagajni nerijetko se nalazi cijela hrpa jeftinijih sitnih stvari koje, dok čekamo u redu, nerijetko završe u našoj košari.

U supermarketima **brendirani i skuplji proizvodi** uvijek su smješteni u razini očiju, također su popularni sniženi proizvodi smješteni na vidljivim mjestima. Ili su pak izdvojeni tik do stepenica i

garderoba.

Cijene su označene tako da na prvi pogled pomislimo kako su povoljnije nego što doista jesu. Horizontalni brojevi smješteni su malo dalje kako bi se popust činio većim ili je cijena na sniženju jače istaknuta od stare cijene.