

הגיע הזמן שתשקיעו במוח שלכם! מינוי דיגיטלי להארץ רק ש4.90 בחודש הראשון השקיעו עכשיו



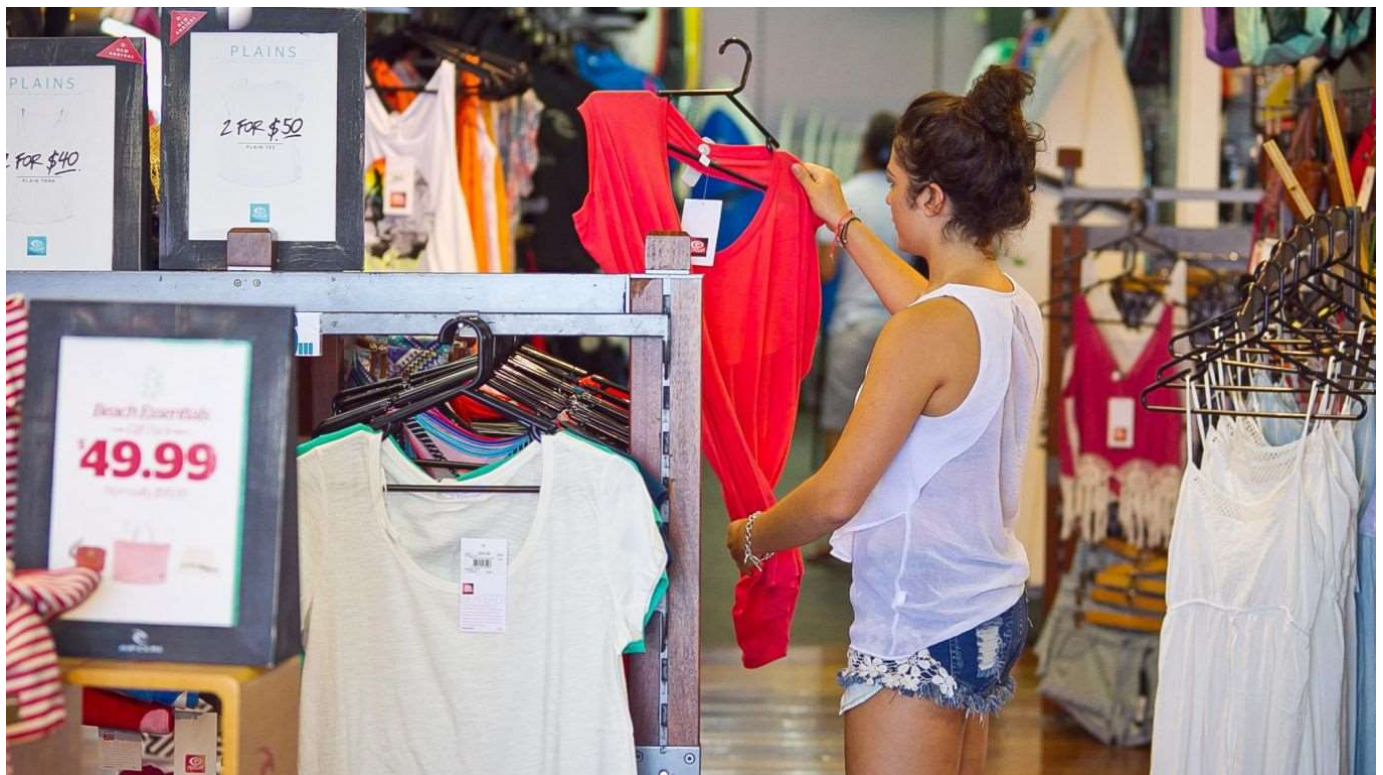
כללי

## אתם לא משוגעים, כולם בודקים מבצעים

קנייתם חולצה, וכעבור שבוע גיליתם שכעת היא נמכרת בהנחה ■ אם טרחתם לבדוק מה גובה ההנחה, אתם לא משוגעים - כך עושים כולם ■ מדוע אירועים בלתי רלוונטיים מטים באופן עקבי את ההחלטות הצרכניות שלנו, ולמה כל כך חשוב לנו לדעת כמה הפסדנו?

שמור 214

הדר קנה | התראות במייל  
09:14 11.10.2016



בלומברג

בואו נערוך ניסוי מחשבתי קטן. אנחנו נעניק לכם תקציב של 25 שקל, ואתם תתבקשו לרכוש עמם עוד השבוע כוס קפה תרמית. כעת עליכם לבחור באיזו משתי החנויות הבאות תרצו לקנות את כוס הקפה: בחנות 'א' - בה נמכרה הכוס בשבוע שעבר במחיר מבצע של 12.5 שקל; או בחנות 'ב' - שמתכוונת לצאת בשבוע הבא במבצע זהה?



לכאורה, המידע הזה לא משנה. כך או כך, תשלמו עבור הכוס מחיר מלא, 25 שקל, ולא תיהנו מההנחה - לא מזאת שכבר ניתנה ולא מזאת שצפויה להינתן בעתיד. ואולם בפועל, המידע הזה דווקא כן חשוב לצרכנים. "חרטה היא רגש רלוונטי לכל החלטות שמקבל אדם, ובייחוד לעולם הצרכנות", מסביר ד"ר יניב שני, חוקר ומרצה לשיווק בתחום התנהגות צרכנים וקבלת החלטות מהפקולטה לניהול ע"ש קולר באוניברסיטת תל אביב. לדבריו, "המחקר הבסיסי בתחום התחיל בשאלה למה צרכנים מחפשים מידע שלא בהכרח רלוונטי להחלטות עתידיות". בדיוק כמו במקרה של כוס הקפה.



לצורך הדגמה, מספר שני על אדם שרכש חליפה ב-200 דולר. כעבור שבוע הוא רואה את אותה חליפה במבצע בחלון הראווה, אבל הוא כבר לבש אותה ולא יכול להחזירה. האם ייכנס לחנות לבדוק מה גובה ההנחה? מחקרים קודמים גילו כי יש הסתברות גדולה שאכן יעשה זאת, כדי לגלות עד כמה 'אכל אותה' ומה המחיר הנוכחי של החליפה - אף שאין במעשה הזה תועלת מעשית עבורו.

"אנשים מעדיפים לקבל בשורה גרועה מאשר להסתובב עם תחושת אידיעה", מסביר שני. "זה דומה למצבים אחרים בחיים, כמו פרידה קשה מבן או בת זוג. נניח שלאחר פרידה קשה, אדם חושד שהאקסית שלו המשיכה הלאה. הוא יחפש את המידע על כך, אף שיתקשה להתמודד עמו. באופן פרדוקסלי, החיפוש אחר המידע יסתיים רק אחרי שיוודא שהנורא מכל - האקסית החלה במערכת יחסים חדשה - אכן אירע. מכאן הוא יכול לקבל את המציאות ולהתחיל בשיקום. צרכנים מתנהגים באופן דומה כשהם מפספסים מבצע: הם מסתובבים עם תחושת תסכול עד הרגע שבו הם מקבלים קלז'ר - סגירת מעגל - ומכאן והלאה מתחיל תהליך שיקום ולמידה כיצד לא לעשות זאת שוב. זאת הניווזוה של הצרכנים".

בסדרה של ארבעה ניסויים, בדק שני יחד עם שני חוקרים נוספים - פרופ' שי דנציגר מהפקולטה לניהול ע"ש קולר באוניברסיטת תל אביב ופרופ' מרסל זילינברג מאוניברסיטת טילבורג בהולנד - את תחושת החרטה של הצרכנים ביחס לדברים שאירעו בעבר או יתרחשו בעתיד, גם כשהאירועים האלה הם חסרי משמעות עבור החלטתם בזמן אמת.

קרבות השחלשות הפשו והטו

אליקטרה על הים

החברה והחופה



**דירות בוטיק 2 חדרים במתחם שרונה**

החל מ- **1.9 מיליון** ₪

לפרטים

PreviousNext

M1

שניים מהניסויים שערכו עסקו ברכישת כוס קפה. תוצאות הניסוי, שהוזכרו בתחילת הכתבה, הראו כי 50% מהמשתתפים העדיפו לרכוש את כוס הקפה בחנות שהעניקה את ההנחה בעבר. 20% העדיפו לרכוש את הכוס בחנות שתעניק עליה הנחה בעתיד, ולכ-30% לא היה אכפת. הניסוי גם מדד את תחושת החרטה והאכזבה של המשתתפים, ומצא כי יותר ממחצית מהנבדקים אמרו כי יחשו חרטה אם יקנו את הכוס שתהיה בהנחה בעתיד, לעומת 26% שאומרים שיתחרטו אם יקנו את הכוס שהיתה בהנחה בעבר. 21% השיבו שאין הבדל מבחינתם.



עופר וקנין

ד"ר יוני שני

generaltrade  
online stock brokers

**מערכת המסחר המקצועית בעולם**

**עכשיו בעברית**

לפרטים >>

**מדריד, פריז וההופעה המוחמצת**

בניסוי נוסף שערכו החוקרים התבקשו המשתתפים לדמיון כי עליהם לבחור בין שני יעדי חופשה פופולריים באירופה - מדריד או פריז - באותם תנאים ותאריכים בדיוק. בזמן ההחלטה, גילו המשתתפים כי הלהקה האהובה עליהם יוצאת לטיבוב הופעות וכי הם יחמיצו אותה. בפריז ההופעה תתקיים יום אחרי שיעזבו, ובמדריד היא תתקיים יום לפני שייגיעו.

אלמנט נוסף שהוכנס לניסוי הוא האחריות האישית לתוצאה: לחלק מהמשתתפים אמרו לדמיון כי לא יוכלו להישאר להופעה מאחר ששכחו להודיע לבוס שלהם על הארכת החופשה, ולחלק אחר נמסר כי החבר שנוסע עמם שכח להודיע לבוס שלו.

החוקרים מצאו שכשהנבדקים חשו אחראים להחמצה העתידית, 65.6% מהם העדיפו לנסוע לעיר השנייה, מדריד, שבה ההופעה תתקיים יום לפני שיגיעו לחופשה. אבל כשדווקא החבר היה אחראי להחמצה העתידית, 57% העדיפו לנסוע לפריז, שבה ההופעה צפויה להתקיים אחרי שיעזבו את העיר.

"מצאנו כי הנבדקים פחות נוטים ליצור מרחק רגשי ופיזי מהחלטה לא טובה שלא הם אחראים לה. הסיבה היא שחרטה ואחריות אישית הן תחושות הכרוכות זו בזו. אני יכול להרגיש צער על משהו שאני לא אחראי לו, אבל כשהאשמה עלי - תחושת החרטה חזקה יותר. אני יכול להיות מאוכזב מהחבר שלי ששכח להודיע לבוס, אבל אני לא יכול להתחרט על כך, כי זו לא האחריות שלי, ולכן פחות איכפת לי ופחות כואב לי", מסביר שני.

בכל ארבעת הניסויים השונים שערכו, הגיעו החוקרים למסקנה עקבית: כשהצרכנים נדרשו להחמיץ הנחה או הטבה, הם העדיפו מוצר שהוצע בעבר בהנחה על פני מוצר שיוצע בהנחה בעתיד. בחירה כזאת מלווה בתחושות חרטה ואחריות אישית בעוצמה חלשה יותר. גורמים נוספים שמפחיתים את התחושות השליליות הם הידיעה שהאדם לא ימצא באזור המכירה בעת שתוצע בו ההנחה ואשמה של



"ההבנה של התהליכים שעוברים על הצרכן בעת קבלת ההחלטות חשובה מאוד לחברות מסחריות", אומר שני. "זה משפיע על ההחלטה אם וכיצד לידע צרכנים על הנחות ומבצעים שיהיו בעתיד. הכל תלוי בתחושת הקלוז'ר. אם חברה מוכרת עכשיו מוצר שיש לו חיים ארוכים - כמו ארון - היא תצטרך להתחשב בכך שהצרכנים עשויים לחוות תחושת חרטה חזקה אם פיספסו מבצע לגביו, שאף תתמשך ותורגש לאורך זמן, בכל פעם שיפתחו את הארון. במוצרים מתכלים או במוצרי מזון זה פחות חשוב, כי הקלוז'ר מתרחש מהר יחסית".

במלים אחרות, אומר שני, "ארגונים שולטים בהנחות שהם מעניקים ובמועד שלהן. בעזרת הבנה של התהליכים שעוברים על הצרכן, הם יוכלו לשלוט בתחושת ההחמצה ולמנוע מהצרכנים לעבור לחברה מתחרה".

### מה חברות יכולות לעשות בפועל?

"הן יצטרכו לספק הצדקות להנחה ספציפית שהציעו, ואולי אף לחשוב על סוג של פיצוי יצירתי לאלה שהחמיצו את המבצע, כמו למשל מתנה לא יקרה. הצרכנים לא מחפשים את המידע על ההנחה כי הם רוצים להרגיש פריימרים. הם רוצים להרגיש טוב עם ההחלטה שכבר קיבלו, לדעת שלחברה אכפת מהם, ושיספקו להם סגירת מעגל. כיום יש כבר חברות שמבינות את זה, ולכן יש אפליקציות שעוזרות להפחית את תחושת החרטה. למשל, אפליקציות חכמות שמאפשרות לאנשים שזומינים טיסה או בתי מלון לעדכן את המחיר כלפי מטה אם המחירים ירדו. זה עוזר לצרכנים להרגיש טוב יותר".



פרסומת: כל המידע על השקעות גדל"ן בחו"ל במקום אחד.

### כתבות נוספות שעשויות לעניין אותך

Recommended by



גלובל



גלובל



מדינות



מדינות



התעופה - וטסים בחינם

משרד רה"מ אלי גורנר



מרחבי הרשת



מרחבי הרשת



מרחבי הרשת



מרחבי הרשת

Mako  
הסוף להלוואות בריבית של 12% מחברות האשראי

גלובלי  
לראשונה בישראל: הפתרון החדש להעברות כספים בינלאומיות

TheMarker  
הסבלנות משתלמת: מדוע להשקיע עכשיו בשוק ההון?

CITYR  
איך תכפילו את ההשקעה שלכם תוך 5 שנים? התשובה אולי תפתיע אתכם

## הירשמו עכשיו: עדכונים שוטפים משוק ההון בישראל ישירות למייל

הרשמה

הכנס אימייל

ברצוני לקבל ניוזלטרס, מידע שיווקי והטבות

### הזדמנות אחרונה במחירי פריסייל

הכירו את "ברזילי 13" פרויקט בוטיק בתכנון משרד בר אוריין אדריכלים בשכונה הכי חמה בת"א. דירות 3 חדרים + חניה החל מ- 2,490,000 ש"ח



פרסומת

### תגובות

הוסיפו תגובה

פתח את כל התגובות

מהאחרונה לראשונה

2 דיל קראש- אפליקציית מבצעים שאי אפשר בלעדיה (ל"ת)

2

0 2 0

ליזי | 13.10.2016 08:59

1 ואני הייתי הולך וקונה עוד פריט שיהיה... (ל"ת)

1

0 0 0

אץ | 11.10.2016 09:33

ריפוּדי עור לכל רכב  
איכות זהה ליצרן במחיר נמוך  
עד 50%. פנקו את הרכב בלי  
לשלם יותר צרו קשר

autoelegance.co.il

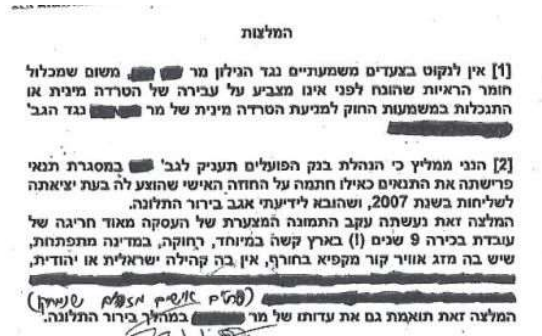


### כתבות ראשיות באתר



זישובים הכי עשירים בישראל - סביון וכפר שמריהו;  
זכי עניים - רהט ושגב שלום

מוטי בסוק | 15:11



'בדידות וקור מקפיא': ההסכם הסודי בין בנק  
זפועלים לעובדת שהתלוננה שהותקפה מינית על ידי

ביון קינן

TheMarker Online | 15:01



עידת הבריאות || רוני גמזו: "יש מנהלי ביי"ח שלא  
זל כך מבינים מונחים בסיסיים כמו תזרים ותקציב"

ליאור דטל | 12:22



עידת הבריאות || "כמה עולה תרופה? תלוי כמה  
זציבור מפחד, אין שום קשר בין היעילות למחיר"

גילי מליניצקי | 14:12

טען כתבות נוספות



לוח מודעות | קשרי משקיעים



כתבות שאולי פיפסתם