



# Sconti e offerte sono sempre un affare?

**Il consumatore si trova al giorno d'oggi in un regime di sconti e offerte permanenti. Lungi dall'essere confinati in momenti specifici dell'anno, i saldi fanno parte della vita quotidiana. Questo crea un gioco della concorrenza che permette di ottenere vantaggi molto interessanti. Tuttavia, chi non mantiene una certa lucidità e si fa prendere la mano, rischia in realtà di spendere più soldi proprio per colpa di sconti e offerte speciali.**

**A**ltroché Black Friday. O Cyber Monday. O Single's Day. Ormai qualsiasi giorno può essere un buon giorno per scovare sconti e offerte speciali. Ce ne sono per Natale, per Pasqua... d'estate come d'inverno. Per certi versi, è la naturale evoluzione di un mercato in cui chi vende deve sempre più "rincorrere" il consumatore, cercando di attirarlo in tutti i modi per strapparla alla concorrenza. Sta di fatto che l'ambiente che ne deriva è carico di opportunità, ma anche di insidie. È proprio su queste ultime che ci concentreremo.

## Sconto, ma quanto mi costi?

Innanzitutto è bene mettere in evidenza che spesso e volentieri, i ribassi e le offerte non sono incondizionati. Bisogna guadagnarseli. Meritarseli. Un esempio comune: per poter acquistare dei prodotti a un prezzo più conveniente, occorre acquistarne una quantità maggiore. Finendo col pagare, di fatto, di più. Certo, ma in proporzione si paga meno, dirà qualcuno. D'accordo. Ma se per ottenere questo ribasso il consumatore acquista quantità superiori a quelle di cui aveva realmente bisogno, non è detto che abbia fatto un affare. Nel settore dei prodotti alimentari poi, particolare attenzione va riposta alle date di scadenza. Che combinate con questo tipo di offerte possono facilmente portare allo spreco alimentare. Ma ci sono una miriade di altre modalità che prevedono la necessità di fare le cose in un certo modo, e in un certo lasso di tempo, per poter beneficiare di condizioni più favorevoli. Spesso e volentieri, queste comportano la necessità di spendere DI PIÙ, oppure, di acquistare un tipo specifico di prodotto che altrimenti non avremmo acquistato. E in questo modo chi vende è riuscito ad appiapparci qualcosa che altrimenti non avremmo voluto.

## Vuoi l'offerta? Allora sbrigati!

Un'altra caratteristica che accomuna molte offerte speciali è la necessità di effettuare l'acquisto, o magari firmare un



contratto per un servizio, in tempi rapidi. Non vorrai essere lo stolto che si è fatto sfuggire una grande occasione, che ha perso il treno. Eppure lo abbiamo già detto più volte in questa rubrica: quando si tratta di denaro, raramente la fretta è buona consigliera! Quindi per rincorrere condizioni più vantaggiose siamo spesso disposti ad acquistare quantità maggiori dei prodotti che ci servono, e ad acquistarle più in fretta. Ma a questo punto, le condizioni sono davvero così vantaggiose? Non è sempre scontato che sia così. Una cosa che certamente è bene NON fare, è farsi prendere dalla fretta a tal punto da non prendersi il tempo necessario per leggere/capire bene le condizioni di un determinato contratto prima di firmarlo (o di fare un acquisto). Anche perché proposte presentate come uniche e irripetibili, spesso non lo sono affatto. Se ne sono accordi i britannici di Which, che nel 2019, analizzando una moltitudine di offerte del Black Friday, avevano constatato che il 95% di queste offerte potevano essere reperite anche in altri momenti dell'anno. I colleghi francesi di Que Choisir erano giunti a risultati analoghi l'anno precedente. Nulla di così speciale nel Black Friday dunque! Ma andarlo a spiegare ai consumatori non è semplice, vista la comunicazione martellante attorno a questo evento. Non di rado capita anche di constatare che degli appositi "timer" inseriti sui siti internet di negozi, compagnie telefoniche o altri offerenti di servizi di vario genere, che dovrebbero indicare il tempo rimanente alla fine degli specialissimi sconti... vengano continuamente resettati. Un timer che

non finisce mai insomma. O perlomeno, che dura molto più di quanto inizialmente affermato. Ecco che così presunte offerte uniche e irripetibili da cogliere al balzo che dovrebbero durare solo una o due settimane, finiscono col durare mesi. Quindi, niente fretta. Ci saranno sempre altre offerte.

## La psicologia gioca brutti scherzi

Sono molti i meccanismi psicologici che possono essere abilmente sfruttati dal marketing. Fra questi, l'idea ben radicata nella mente di molte persone di "comprare per guadagnarci". Non compro qualcosa perché mi serve, ma perché è un affare. E quindi "ci guadagno" comprandola. Si tratta di un'assurdità. Acquistare prodotti o servizi ci fa spendere denaro, non certo guadagnarci. Quindi meglio acquistare soltanto ciò che ci serve davvero. Un'altra dinamica che può spingerci inconsciamente a mettere mano al portafoglio di fronte a sconti e offerte speciali, è quella della gratificazione. L'offerta ci fa sentire speciali, privilegiati e ricevitori di una gentilezza. In effetti, secondo molti studi, questo corrisponde anche al rilascio di ormoni come la dopamina. Ci parte l'ormone insomma! E poi chi la ferma più la mano che fruga in tasca alla ricerca della carta di credito?

## La regola d'oro

Che fare dunque? Cercare di essere lucidi e freddi quando si tratta di denaro. E seguire la seguente regola d'oro concernente i ribassi e le offerte: se ho bisogno di un prodotto o un servizio, e lo trovo a prezzo scontato... ben venga! A patto che le condizioni non nascondano qualche insidia, sto facendo un buon affare. Tuttavia, non dovrebbe quasi mai accadere il procedimento inverso. Ovvero: vedo uno sconto, e a quel punto mi rendo conto di avere improvvisamente bisogno di quel prodotto. Che prima però non pensavo di comprare. Si tratta di un caso in cui sto cercando di "spendere per guadagnarci". Raramente ha senso.