



ИНФОРМАЦИЯ
ДЛЯ
ПОТРЕБИТЕЛЯ



Источники информации



Контролируемые производителями и продавцами

- Реклама (СМИ, Интернет)
- Вывески
- Этикетки
- Информация на упаковке
- Гарантийные талоны
- Инструкции по эксплуатации



заинтересованы

Иные источники информации

- Окружающие люди (Родители, друзья, консультанты службы защиты прав потребителей)
- шопинг
- Независимые специализированные источники

достоверна

Реклама - двигатель торговли

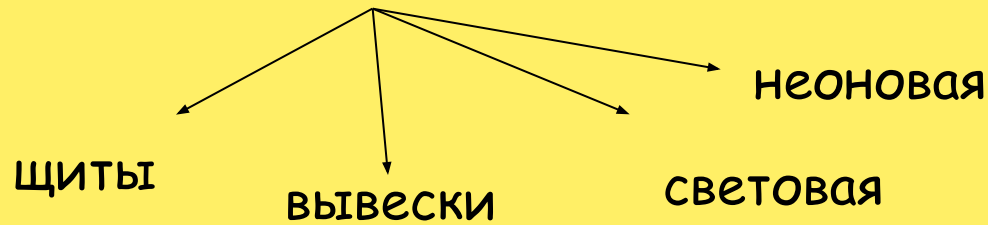


- **Reclamo** - лат. КРИЧАТЬ
- Целенаправленное воздействие на потребителя с целью создания популярности товара и ускорения его продвижения на рынке

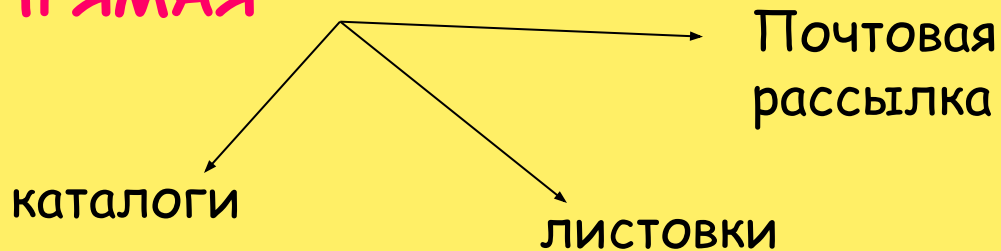


Виды рекламы

• НАРУЖНАЯ



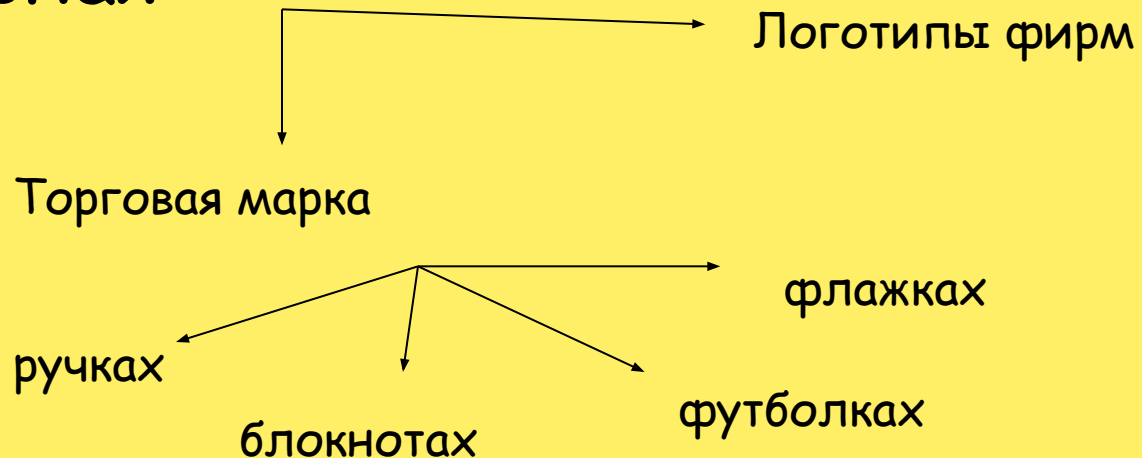
• ПРЯМАЯ



Виды рекламы



- Газетно - журнальная
- Радио, телевидение, бегущая строка
- Транспортная + остановки
- Реклама в сети Интернет
- Сувенирная



Популярны



- Лозунги - звучные фразы
- Обращения к разуму покупателя (акцент на пользу товара - косметика, медикаменты, здоровая пища)
- Обращение к эмоциям (психологическое воздействие)
 1. клятвенное заверение звезд
 2. эффект «стадности» - все любят, все пользуются, а ты?
 3. покупка популярных товаров - если купите, то приобретете или достигнете чего - либо



СОВЕТЫ



- Щедрые рекламные обещания - это лотерея (на 1000 - выигрывает 1)
- Не поддавайтесь первому импульсу
- СМИ - только название, адрес и телефон. Свяжитесь с фирмой пусть подтвердят рекламные обещания
- Чем заманчивее, тем осторожнее
- Реклама частая, не значит, что фирма надежная
- Сомнительно - пришлем товар по почте с предоплатой (проверить регистрацию фирмы)
- Сомнительно - когда вместо адреса, указан А/Я



ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

- **Сайт - визитка** (название, символика, общие сведения, сфера деятельности)
- **Сайт - буклет** (больше информации, чем в сайте - визитки)
- **Сайт - витрина** (еще подробнее, + каталоги, прайс - листы, советы, информация о производителе)
- **Электронный - магазин** (похож на сайт - витрину, но работает в режиме реального времени)

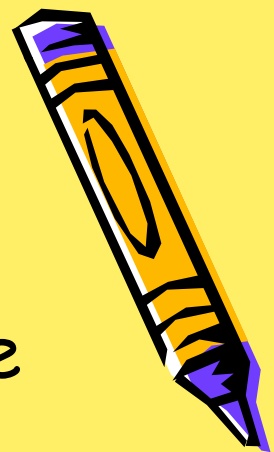


**ЧАСТО
УБЕЖДЕНИЕМ
МОЖНО СДЕЛАТЬ
БОЛЬШЕ,
ЧЕМ НАСИЛИЕМ
ЭЗОП**



НЕЛЬЗЯ

- Недобросовестно (вводит в заблуждение используя эффекты других товаров)
- Недостоверная (в которой есть несуществующие сведения о товаре)
- Неэтичная (нарушает гуманность и мораль)
- Заведомо ложная (производитель заведомо вводит в заблуждение)
- Скрытая (оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, смешивание спец. видеовставок, двойной звукозаписи)



Информация о товаре

- Наименование стандартов
- Перечень основных потребительских свойств (вес, объем, калорийность, противопоказания)
- Цена и условия приобретения товара
- Гарантийные обязательства
- Правила и условия безопасного и эффективного использования
- Срок службы (годности)
- Адрес изготовителя и предприятия, где

производят ремонт и принимают претензии



Где все это находится?

- **Маркировка** - текст + графические и цветовые символы
- **Этикетка** - название, символ компании. Состав. Рекламные материалы, коды для хранения, инструкция по использованию
- **Вкладыш** - детальная инструкция + меры предосторожности (внутри упаковки)

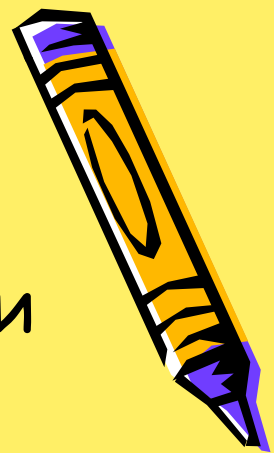


Маркировка - 4 группы значков

1. Экологические - чистота, охрана окр. среды, вторичное сырье....
2. Значки стандарта качества и безопасности использования (вызывает раздражение, токсично, инфекционная опасность)
3. Качественный состав (входящие в состав компоненты)
4. Правила пользования (стирка, глажение, сушка, виды порошков)

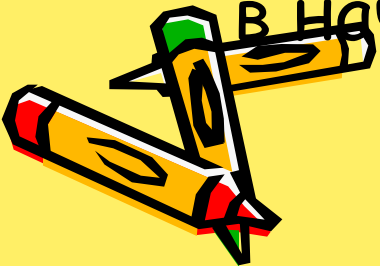


ШТРИХ - КОД



- Сканируют в кассах (чек покупателю и данные о продажах)
- Страна - изготовитель, где зарегистрирована фирма производитель первые 3 цифры
- Следующие 5 цифр - код предприятия
- Следующие 5 цифр - код товара и последняя - контроль
- Признаком кода служат две длинные черты в начале кода и в конце.

Ровно 13 цифр



Товарный знак

- Обозначение отличающее товар от однородных
- Владелец товарного знака пользуется им только сам (закреплен юридически)
- Регистрируется в государственном патентном ведомстве
- Споры по использованию товарного знака рассматриваются в суде (подделка - суд)
- Лицо использующее товарный знак незаконно, должно возместить убытки, а излишки идут в государственную казну
- Нельзя использовать государственную символику



БРЕНД



- Английского - «клеймо», требует комплексного подхода
- Своя уникальная ниша (на рынке и в сознании людей)
- Своя реклама (психологическая связь между потребителем и товаром)
- Своя стоимость (оплачиваемая потребителем)



ИНДЕКС E - угроза организму или пищевые добавки



- E (Europe) + цифры (маленькая e - обозначает токсичность)
- В чистом виде не употребляют
- Вносят в ограниченных количествах
- Для сохранения или придания заданных свойств

• красители

Синтетические (100 грамм на 1 тонну)
яркие цвета, увеличение сроков хранения

природные

растительные

животные



Консерванты - подавляют рост микроорганизмов

- МАХ - безопасность для потребителя
- Удобство в применении
- Широкий спектр применения
- Не вызывает привыкания
- Не взаимодействует с компонентами продукта
- Не изменяет органолептические свойства продукта



Ароматизаторы



- - стабилизируют, восстанавливают, усиливают вкус и аромат

Натуральные

Извлеченные физическим способом из материалов растительного и животного происхождения

Идентичные натуральным

Полученные в лаборатории, но по своему химическому составу соответствуют природным

Искусственные

Содержат хотя бы одно искусственное вещество



Пищевые добавки, запрещенные к применению в России



Обозначение	класс	наименование
E121	Краситель	Цитрусовый красный
E123	Краситель	Амарант
E240	Консервант	Формальдегид
E924a	Улучшитель	Бромат калия
E924b	муки и хлеба	Бромат кальция

