أسئلة المحتوى وإجاباتها

أثر الإعلانات في اتخاذ القرارات المالية

أستكشف صفحة (24):

- لماذا شعرت ليلى برغبة في شراء الحذاء؟

لأن الإعلان عرض الحذاء بتصميم جذاب وأثار حماسها ورغبتها في شرائه، مع أنها تمتلك حذاءً بحالة جيدة.

- هل يعبّر الإعلان دائمًا عن حاجة حقيقية؟

لا، فقد يثير الإعلان رغبة المستهلك في شراء سلعة لا يحتاج إليها فعلًا، لذلك يجب التفكير في الحاجة الحقيقية قبل الشراء.

- كيف تؤثر الإعلانات في قرارات الشراء؟

- إثارة الرغبة في الشراء.
- تشجيع الشراء السريع من دون تفكير.
- التأثير في تفضيلات الأفراد وعاداتهم الاستهلاكية.

- ما الفرق بين الشراء العشوائي والشراء المستدام؟

- الشراء العشوائي: شراء سريع يتم من دون تفكير كافٍ في الحاجة إلى المنتج.
- الشراء المستدام: شراء المنتجات التي يحتاج إليها الفرد بذكاء ومسؤولية، بما يحافظ على البيئة ويوفر المال ويحترم المجتمع.

أفكر صفحة (25):

يوجد كثير من المنتجات التي تحمل علامات تجارية عالمية، وتشهد إقبالاً مستمرًا من المستهلكين ولا تتطلب نشر إعلانات لتعريف المستهلكين بها. ولكن، لماذا تحرص الشركات الراعية لهذه العلامات على الإعلان مرارًا وتكرارًا عن منتجاتها المعروفة؟

للمحافظة على حضور منتجاتها في أذهان المستهلكين، وتذكيرهم بها باستمرار، وإثارة رغبتهم في شرائها، والتأثير في تفضيلاتهم وعاداتهم الاستهلاكية حتى وإن كانت العلامة التجارية معروفة أصلًا.

سؤال صفحة (25):

ما الفرق بين الشراء العشوائي والشراء المستدام؟

- الشراء العشوائي: شراء سريع يتم من دون تفكير كافٍ في الحاجة إلى المنتج.
- الشراء المستدام: شراء المنتجات التي يحتاج إليها الفرد بذكاء ومسؤولية، بما يحافظ على البيئة ويوفر المال ويحترم المجتمع.